



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE MERCADOTECNIA

PROYECTO DE TITULACIÓN

" Implementación de los mecanismos de escucha en los procesos de acreditación en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi "

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciado en
Mercadotecnia

AUTORES:

Tipanluisa Arequipa Breysni Lisbeth

Uchuari Vélez Alex Michael

TUTOR:

Mg. Darío Diaz Muñoz

LATACUNGA – ECUADOR

JULIO 2025

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros **Tipanluisa Arequipa Breysni Lisbeth** con cedula de ciudadanía **No.0550487086** y **Uchuari Vélez Alex Michael** con cedula de ciudadanía **No.1753023496** declaramos ser autores del presente **Proyecto de Investigación: “IMPLEMENTACIÓN DE LOS MECANISMOS DE ESCUCHA EN LOS PROCESOS DE ACREDITACIÓN EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”** siendo el Mg. Diaz Muños Darío Javier , Tutor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Latacunga, 29 de julio del 2025


Tipanluisa Arequipa Breysni Lisbeth

CI.0550487086


Uchuari Vélez Alex Michael

CI.1753023496

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **Tipanluisa Arequipa Breysni Lisbeth**, identificada con cédula de ciudadanía No. **.0550487086** de estado civil soltero, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - LA CEDENTE es una persona natural estudiante de la carrera de Mercadotecnia, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado **“IMPLEMENTACIÓN DE LOS MECANISMOS DE ESCUCHA EN LOS PROCESOS DE ACREDITACIÓN EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”**

, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Octubre 2020 – Marzo 2021

Finalización de la carrera: Abril 2025 – Agosto 2025

Aprobación en Consejo Directivo:

Tutor: Ing. Darío Javier Díaz Muños, Mg.

Tema: **“IMPLEMENTACIÓN DE LOS MECANISMOS DE ESCUCHA EN LOS PROCESOS DE ACREDITACIÓN EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”** es una persona jurídica de derecho público

creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en

su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

CLÁUSULA TERCERA. - Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

CLÁUSULA CUARTA. - OBJETO DEL CONTRATO: Por el presente contrato **LA CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar

o prohibir:

a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte iv

informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.

b) La publicación del trabajo de grado.

c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.

d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.

e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley

como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA CEDENTE**

declara que no existe obligación pendiente a su favor.

CLÁUSULA SEXTA. - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir

de la firma del presente instrumento por ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD. - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **LA CEDENTE** podrá utilizarla.

CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA CEDENTE** en forma escrita.

CLÁUSULA NOVENA. - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comuniquen, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

CLÁUSULA DÉCIMA. - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas

se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

CLÁUSULA UNDÉCIMA. - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la Ciudad de Latacunga, a los 11 días del mes de febrero del 2025

Tipanluisa Arequipa Breysni Lisbeth

LA CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigsilema, PhD.

LA CESIONARIA

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **Uchuari Vélez Alex Michael**, identificada con cédula de ciudadanía No. **1753023496** de estado civil soltero, a quien en lo sucesivo se denominará; **EL CEDENTE** y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - LA CEDENTE es una persona natural estudiante de la carrera de Mercadotecnia, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado **“IMPLEMENTACIÓN DE LOS MECANISMOS DE ESCUCHA EN LOS PROCESOS DE ACREDITACIÓN EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”**

, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Octubre 2020 – Marzo 2021

Finalización de la carrera: Abril 2025 – Agosto 2025

Aprobación en Consejo Directivo:

Tutor: Ing. Darío Javier Díaz Muños, Mg.

Tema: **“IMPLEMENTACIÓN DE LOS MECANISMOS DE ESCUCHA EN LOS PROCESOS DE ACREDITACIÓN EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”** es una persona jurídica de derecho público

creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en

su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

CLÁUSULA TERCERA. - Por el presente contrato, **EL CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

CLÁUSULA CUARTA. - OBJETO DEL CONTRATO: Por el presente contrato **EL CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar

o prohibir:

a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte

iv informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.

b) La publicación del trabajo de grado.

c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.

d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.

e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley

como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **EL CEDENTE**

declara que no existe obligación pendiente a su favor.

CLÁUSULA SEXTA. - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir

de la firma del presente instrumento por ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD. - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **EL CEDENTE** podrá utilizarla.

CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **EL CEDENTE** en forma escrita.

CLÁUSULA NOVENA. - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

CLÁUSULA DÉCIMA. - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas

se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

CLÁUSULA UNDÉCIMA. - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la Ciudad de Latacunga, a los 11 días del mes de febrero del 2025

Uchuari Vélez Alex Michael

EL CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema, PhD.

LA CESIONARIA

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

“IMPLEMENTACIÓN DE LOS MECANISMO DE ESCUCHA EN LOS PROCESOS DE ACREDITACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI” de Tipanluisa Arequipa Breysni Lisbeth y Uchuari Vélez Alex Michael, de la carrera de Licenciatura de Mercadotecnia, considero que dicho Informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también han incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 25 de julio, 2025



Mg. Darío Díaz Muñoz
C.I 1802865194

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente informe de investigación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas y Economicas; por cuanto, el o los postulantes; Tipanluisa Arequipa Breisni Lisbeth y Uchuari Vélez Alex Michael con el Título de Proyecto de Investigación: **“IMPLEMENTACIÓN DE LOS MECANISMO DE ESCUCHA DE LOS PROCESOS DE ACREDITACIÓN EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúnen los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación Final del Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 25 de Julio del 2025

Para constancia firman:



Mg. Mónica Salazar

CC:0502138191

LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Mg. Carolina Villa

CC: 1803071198

LECTOR 2 (MIEMBRO)



Mg. Stalin Salguero

CC: 0502342132

LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por toda la sabiduría que me pudo brindar en este camino tan extenso y difícil.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido de alguna manera a la realización de esta tesis. A la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Agradezco profundamente a mi director de tesis, Mgs. Darío Díaz, por su guía incondicional, su apoyo y sus valiosos consejos durante todo el proceso de investigación.

A mis compañeros y amigos, gracias por su apoyo constante y por las muchas horas de discusión y colaboración que hemos compartido.

A mi familia, gracias por su amor, comprensión y paciencia. Su aliento y motivación me han impulsado a seguir adelante incluso en los momentos más desafiantes.

A todos ustedes, mi más sincero agradecimiento.

Uchuari Vélez Alex Michael.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que estuvieron conmigo en estos procesos ya que sin su apoyo no sería posible este sueño.

En primer lugar, agradezco a Dios, por ser mi guía en cada paso de este camino, por darme la fortaleza y la sabiduría necesaria para superar los desafíos para poder culminar esta etapa importante en mi vida.

A mi familia, especialmente a mis padres y a mis hermanos, quienes, con su amor, apoyo incondicional y motivación constante me han acompañado en esto proceso. Su confianza en mi ha sido el motor que me ha impulsado a seguir adelante.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi, por brindarme la oportunidad de formarme académicamente, y a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, por proporcionarme los conocimientos y herramientas necesarias para mi crecimiento profesional y personal.

También quiero agradecer a mi tutor el Mg. Darío Díaz, cuyo compromiso, paciencia y orientación han sido fundamentales para la realización de este trabajo. Su guía me permitió desarrollar esta investigación con claridad y enfoque.

A todos aquellos que, de una u otra manera, contribuyeron con su apoyo, consejos y palabras de aliento, mi más sincero agradecimiento.

Breysni Lisbeth Tipanluisa Arequipa

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por haberme dado la fortaleza y sabiduría necesarias para alcanzar este logro.

Dedico este proyecto a mis padres, mi madre Blanca Vélez y mi padre Segundo Uchuari que son y serán el pilar fundamental de mi vida, gracias al apoyo incondicional que me han dado, y sacrificios me han guiado y motivado a lo largo de mi vida. Sin su apoyo, este proyecto no habría sido posible.

A mis hermanos, Kevin, Jharol y Emilia por estar siempre a mi lado, brindándome su cariño, apoyo y ánimos en cada paso del camino.

A mis amigos Nayeli Bernita, Estefanía Calderón, David García, Samir Guerra, Pavel Riquero con quien he compartido esta etapa de mi vida universitaria, quienes han sido un apoyo constante e invaluable en mi vida. Su amor y consejo me han ayudado a superar los momentos más difíciles.

Y Finalmente a Breysni Tipanluisa , mi compañera de tesis, por compartir conmigo este camino lleno de retos, alegrías y aprendizajes. Gracias por estar a mi lado y por todo el apoyo mutuo que juntos hemos superado estas travesías para poder lograr nuestro objetivo. Gracias por compartir este momento y etapa de mi vida.

Uchuari Vélez Alex Michael

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres, Rubén Tipanluisa y Elvia Arequipa, por su amor incondicional, sacrificios y apoyo inquebrantable. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo, la responsabilidad y la perseverancia. Este logro también es suyo, pues sin su guía y enseñanzas, nada de esto sería posible.

A mis hermanos Mercy, Kevin, Marlon y Jonathan, por ser un ejemplo y superación y por su apoyo en este camino. Sus palabras de aliento y compañía han sido fundamentales en este proceso.

Y a todos aquellos que han estado presentes en mi vida, brindándome su apoyo y motivación en cada etapa de este camino.

Con todo cariño y gratitud, dedico este trabajo a ustedes.

Breysni Lisbeth Tipanluisa Arequipa

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE MERCADOTECNIA
TITULO: “IMPLEMENTACIÓN DE LOS MECANISMOS DE ESCUCHA EN LOS
PROCESOS DE ACREDITACIÓN EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”

Autor/es:

Tipanluisa Arequipa Breysni Lisbeth

Uchuari Vélez Alex Michael

RESUMEN

La presente investigación se desarrolló en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, motivada por la importancia de fortalecer la calidad educativa a través de la implementación de mecanismos de escucha. Estos permiten recoger retroalimentación de estudiantes, elementos claves para mejorar los procesos de acreditación universitaria. Partiendo de antecedentes nacionales e internacionales, se detectó que los procesos de acreditación no facilitan la participación real de los grupos de interés (estudiantes, docentes y empleadores) ni proporcionan una retroalimentación eficaz para impulsar la mejora continua. Esto limita la toma de decisiones basada en evidencia y afecta la alineación con estándares del Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CACES), así como con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 4 de la UNESCO, que promueve una educación inclusiva y de calidad. El objetivo principal fue diseñar un plan para la implementación de mecanismos de escucha, especialmente a través de herramientas digitales, que fomenten la participación de estudiantes, docentes y empleadores que contribuyan a una gestión educativa más inclusiva y dinámica. La investigación adopta un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo. En el ámbito cualitativo, se realizó un focus group dirigido a estudiantes, docentes y empleadores, usando guías metodológicas para explorar percepciones y propuestas. En el ámbito cuantitativo, se analizaron métricas de plataformas digitales como TikTok, valorando indicadores como visualizaciones, interacción y retención. Los resultados evidenciaron el interés de la comunidad por participar mediante canales digitales y la eficiencia de estos para captar atención y generar retroalimentación. El análisis reveló que el plan para la implementación de mecanismos de escucha fortalecerá la cultura participativa, mejorará la calidad educativa y se proyectará una universidad más abierta y receptiva ante su comunidad.

Palabras clave: Calidad Educativa, Retroalimentación Académico, Mecanismos de Escucha, Procesos de Acreditación, Transformación Digital.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES

MARKETING CAREER

THEME: “IMPLEMENTATION OF LISTENING MECHANISMS IN THE ACCREDITATION PROCESSES OF THE FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES AT THE TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI”

Authors: Breysni Lisbeth Tipanluisa Arequipa,
Alex Michael Uchuari Vélez

ABSTRACT

This research was conducted at the Faculty of Administrative and Economic Sciences of the Technical University of Cotopaxi, motivated by the importance of strengthening educational quality through the implementation of listening mechanisms. These mechanisms allow for the collection of student feedback, which is key to improving university accreditation processes. Based on national and international background information, it was found that accreditation processes do not facilitate the real participation of stakeholders (students, teachers, and employers) nor do they provide effective feedback to promote continuous improvement. This limits evidence-based decision-making and affects alignment with the standards of the Council for Quality Assurance in Higher Education (CACES), as well as with UNESCO's Sustainable Development Goal 4, which promotes inclusive and quality education. The main objective was to design a plan for the implementation of listening mechanisms, especially through digital tools, that encourage the participation of students, teachers, and employers who contribute to more inclusive and dynamic educational management. The research adopts a mixed, qualitative, and quantitative approach. In terms of qualitative analysis, a focus group was conducted with students, teachers, and employers, using methodological guidelines to explore perceptions and proposals. In terms of quantitative analysis, metrics from digital platforms such as TikTok were analyzed, evaluating indicators such as views, interaction, and retention. The results showed the community's interest in participating through digital channels and the efficiency of these channels in capturing attention and generating feedback. The analysis revealed that the plan to implement listening mechanisms will strengthen the participatory culture, improve educational quality, and project a more open and receptive university to its community.

Keywords: Educational Quality, Academic Feedback, Listening Mechanisms, Metrics, Accreditation Processes, Digital Transformation

Aval de Traducción



CENTRO
DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“IMPLEMENTACIÓN DE LOS MECANISMOS DE ESCUCHA EN LOS PROCESOS DE ACREDITACIÓN EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”** presentado por: **Breysni Lisbeth Tipanluisa Arequipa y Alex Michael Uhuari Vélez**, egresados de la Carrera de: **Mercadotecnia**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas**, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a los peticionarios hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, Julio del 2025

Atentamente,



CENTRO
DE IDIOMAS

Mg. Bolívar Cevallos Galarza
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CI: 0910821669



CERTIFICADO DE INFROME DE SIMILITUD

En calidad de tutor Mg. Darío Díaz del Proyecto de Investigación con el tema "**Implementación de los mecanismos de escucha en los procesos de acreditación en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi**" de Tipanluisa Arequipa Breysni Lisbeth y Uchuari Vélez Alex Michael, de la carrera de Mercadotecnia, remito la captura de pantalla del reporte del sistema de reconocimiento de texto Turnitin con un porcentaje de Similitud de 7% y 0% en el uso de IA, expreso una vez más, mi conformidad en cuento a la dirección del trabajo de titulación.

turnitin Página 2 of 104 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega: trn-oid: 1.8306609616

7% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para el documento.

Exclusiones

- N.º de fuentes excluidas

Fuentes principales

- 7% Fuentes de Internet
- 2% Publicaciones
- 1% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de Integridad

N.º de alertas de Integridad para revisión: 0

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar similitudes que permitan distinguir de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarla. Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de plagio. Sin embargo, recomendamos que revise el contenido y la fuente.

turnitin Página 2 of 97 - Descripción general de la escritura con IA Identificador de la entrega: trn-oid: 1.3306609616

*% detectado como IA

La detección de IA incluye la posibilidad de palabras. Aunque cierto texto en esta entrega se generó probablemente con IA, los puntajes inferiores al umbral de 20 % no aparecen porque tienen una mayor probabilidad de falsos positivos.

Precaución: Se requiere revisión.


Es esencial comprender los límites de la detección de IA antes de la toma de decisiones acerca del trabajo del estudiante. Lo alentamos a obtener más información acerca de las funciones de detección de IA de Turnitin antes de usar la herramienta.

Aviso legal

Nuestra evaluación de escritura con IA está diseñada para ayudar a los educadores a identificar texto que podría haberse creado con una herramienta de IA generativa. Nuestra evaluación de escritura con IA puede no ser precisa en todos los casos (existe la posibilidad de identificar erróneamente texto humano como generado con IA y probablemente generado como texto creado por humanos), por lo que no debería usarse como la única prueba para tomar acciones adversas contra un estudiante. Se necesita mayor escrutinio y criterio humano junto con la aplicación de la organización de las políticas académicas específicas de la institución para determinar si se ha incurrido en alguna mala conducta académica.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes

Latacunga, 01 de agosto de 2025


Mg. Darío Javier Díaz Muñoz
C.C 1802865194
TUTOR

Índice De Contenidos

1.	Información General.....	25
2.	Planteamiento del Problema	26
2.1.	Pregunta del Problema.	29
3.	Objetivos.....	29
3.1.	Objetivo general	29
3.2.	Objetivos específicos.....	29
4.	Justificación	30
5.	Beneficiarios.....	32
6.	Fundamentación Teórica	33
6.1.	Antecedentes.	33
6.2.	Mecanismos de Escucha.....	36
6.2.1	Diferencia entre oír y escuchar.....	36
6.2.2	Importancia de la escucha en gestión educativa.....	36
6.2.3	Tipos de mecanismos de escucha	37
6.3.	Procesos de acreditación	39
6.3.1	Etapas del proceso de Acreditación.....	39
6.3.2	Estándares y criterios.....	40
6.3.3	Participación Institucional	41
6.3.4	Desafíos de la acreditación.....	41
6.4.	Relación entre Mecanismos de escucha y acreditación.	42

6.5. Implementación Teórica del Plan.....	42
6.5.1 Introducción.....	43
6.5.2 Establecer objetivos.....	45
6.5.3 Identificar Grupos de Interés.....	45
6.6. Identificación y Selección de Canales de Comunicación.....	48
6.6.1 Reuniones	49
6.6.2 Llamadas Telefónicas	49
6.6.3 Redes sociales.....	50
6.7. Lineamientos de Producción Audiovisual y Comunicación Institucional.	53
6.7.1 Políticas de comunicación audiovisual para la FCAYE.....	55
6.7.2 Políticas de respeto al usuario y lineamientos de producción audiovisual institucional	57
6.7.3 Respeto al usuario	57
6.7.4 Tiempos de duración del contenido:.....	57
6.7.5 Tiempos de respuesta e interacción:.....	58
6.7.6 Responsabilidad institucional:.....	58
6.8. Elaboración de Cronograma de Actividades.....	58
6.8.1 Diagrama de Gantt.....	60
6.8.2 Método del Camino Crítico.....	60
6.8.3 Técnica PERT.....	61
6.9. Cronograma de Contenidos	62
6.10. Ciclo de Retroalimentación.....	63

6.11. Estructura Organizativa.....	64
6.12. Análisis de Contenido.	64
6.13. Mejora Continua.....	64
6.14. Indicadores Clave Desempeño (KPIs)	65
6.15. Indicadores de Éxito.....	65
6.16. Monitoreo	66
6.16.1 Herramientas de Monitoreo.....	66
7. Metodología.....	69
7.1. Método	69
7.2. Enfoque de la investigación	70
7.3. Nivel de Investigación Descriptivo.....	71
7.4. Técnica e instrumentos de recolección de Información.....	72
7.4.1 Focus Group	72
7.5. Población y Muestra.....	75
8. Análisis De Resultados	78
8.1. Cualitativos.....	78
8.1.1 Focus Group	78
8.1.2 Nube de palabras del Focus Group.....	82
8.1.3 Síntesis de Consecuencia.....	83
8.2. Resultados Cuantitativos.....	84
8.2.1 Métricas de Tik Tok.	84

Triangulación	97
9. Discusión de Resultados	98
10. Impacto Social, Educativo y Tecnológico	100
Impacto Social.....	100
Impacto Educativo	101
Impacto Tecnológico.....	102
11. Propuesta del plan de implementación de mecanismos de escucha	102
11.1. Transición hacia Mecanismos de Escucha con Enfoque Digital.....	102
11.2. Introducción	103
11.3. Objetivos del plan.....	105
Objetivo General:	105
Objetivos Específicos:.....	105
11.4. Identificación de Grupos de interés.....	105
11.4.1 Estudiantes.....	106
11.4.2 Docentes	106
11.4.3 Empleadores	106
11.4.4 Buyer person de los 3 grupos de interés identificados.	107
11.5. Selección de Canales de Comunicación.....	108
11.6. Estrategias y Técnicas Propuestas.....	109
11.7. Cronograma de actividades	110
11.8. Presupuesto.....	114

11.9. Estructura organizativa.....	117
11.10. Indicadores clave de desempeño (Futura Um	118
12. Conclusiones y Recomendaciones.....	120
12.1. Conclusiones:	120
12.2. Recomendaciones:.....	121
13. Bibliografías	122
14. Anexos	¡Error! Marcador no definido.

Índice de Tablas

Tabla 1 Desarrollo de Actividades	30
Tabla 2 Número de Beneficiarios.....	32
Tabla 3 <i>Participantes Focus Group</i>	76
Tabla 4 Barreras efectividad Mecanismos de Escucha	79
Tabla 5 Uso de mecanismos Actuales.....	80
Tabla 6 Estrategias Para Optimizar la Comunicación.....	80
Tabla 7 Visualizaciones de publicaciones nueva cuenta TikTok.....	94
Tabla 8 Buyer Person Estudiantes.....	107
Tabla 9 Buyer person Docentes	107
Tabla 10 Buyer person Empleador	108
Tabla 13 Presupuesto Detallado	114
Tabla 14 Definición de Roles.....	117
Tabla 15 Tabla de KPIs Propuestos Por Red Social.	118
Tabla 16 Herramientas de Monitoreo	120

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 <i>Estructura de Un Diagrama de Gantt</i>	60
Ilustración 2 Estructura de Método de Ruta Critica	61
Ilustración 3 Diagrama De PERT	62
Ilustración 4 Calendario o tabla de Contenidos.....	63
Ilustración 5 <i>Número de Seguidores en TikTok</i>	77
Ilustración 6 Nube de Palabras	82
Ilustración 7 Datos Estadísticos Tik Tok.....	84
Ilustración 8 Datos Estadísticos TikTok.....	85
Ilustración 9 Datos Estadísticos Espectadores Tik Tok.....	86
Ilustración 10 Datos Estadísticos Seguidores Tik Tok.....	88
Ilustración 11 Nuevas Métricas Cuenta Tik Tok.....	91
Ilustración 12 Estadísticas de publicaciones TikTok	93
Ilustración 13 Datos de Expectores Nueva página de Tik Tok	94
Ilustración 14 Estadísticas de Seguidores Nueva Cuenta TikTok.....	96
Ilustración 15 Diagrama de Gantt- Cronograma de Actividades	112

1. Información General

Tema: Implementación de los mecanismos de escucha en los procesos de acreditación en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi

Problema de Investigación: ¿Cómo puede contribuir la implementación de mecanismos de escucha a mejorar los procesos de acreditación institucional y de carreras en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi?

Equipo de trabajo:

Autores:

Tipanluisa Arequipa Breysni Lisbeth

Uchuari Vélez Alex Michael

Tutor: Ing. Darío Diaz

Fecha de inicio: 23 de abril del 2024

Fecha de Finalización: 29 Julio 2025

Lugar de Ejecución: Av. Simón Rodríguez, sector San Felipe. Latacunga, Ecuador.

“El predio se encuentra a una altitud de 2757,591 m.s.n.m, cuyas coordenadas geográficas son: 78° 37' 19,16” de latitud Norte y 78° 37' 72” de latitud Este (GPS)”

Representante de la Institución: Ph.D. Idalia Pacheco.

Facultad: Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera: Mercadotecnia

Proyecto de investigación Vinculada: No aplica

Línea de Investigación: Administración y economía para el desarrollo sostenible de organizaciones

Sub línea de Investigación: Marketing e innovación.

2. Planteamiento del Problema

En una contextualización global, la implementación de mecanismos de escucha en los procesos de acreditación en educación superior representa un desafío crítico para mejorar la calidad educativa y promover la participación de todos los actores involucrados. Según la UNESCO (2022), el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 4 busca garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad, lo que implica la necesidad de establecer canales efectivos para escuchar las necesidades y opiniones de los estudiantes. Esto contribuirá no solo a una mejora en la calidad académica, sino también refuerza la gobernanza institucional.

No obstante, a pesar de los esfuerzos internacionales diversas instituciones enfrentan obstáculos para diseñar mecanismos de escucha efectivos que permitan la participación activa de los estudiantes, quienes son los principales actores del sistema educativo. Un informe de la Asociación internacional de universidades (IAU 2021) destaca que solo el 45% de las universidades a nivel mundial cuentan con sistemas estructurados para recopilar retroalimentación de los estudiantes como parte de sus procesos de mejora continua. Lo cual evidencia una brecha significativa en la inclusión de las perspectivas estudiantiles dentro de las decisiones institucionales.

Por su parte Ossiannilsson (2021) sostiene que, la pandemia de COVID-19 aceleró los procesos digitalización y resalta la necesidad de retroalimentación constante, obligando a las instituciones a adaptar sus procesos de acreditación y a robustecer la comunicación con estudiantes, docentes y personal administrativo. Esta transformación ha traído consigo la exploración y posible incorporación de herramientas tecnológicas que faciliten la recolección y análisis de datos tanto cualitativos como cuantitativos, promoviendo evaluaciones más dinámicas en tiempo real.

Según Lustosa Rosario et al. (2021), en América Latina se ha observado una evolución en los enfoques de escucha, ampliando su alcance más allá de encuestas

tradicionales e incorporando plataformas digitales y consultas con diversos actores de la comunidad educativa. Este cambio responde a las exigencias de un entorno educativo en constante transformación y a la necesidad de mantener estándares internacionales de calidad.

Además, se plantea que la incorporación de mecanismos de escucha podría fomentar una cultura institucional de evaluación y mejora continua. En este sentido, Villalobos y Henríquez (2021) destacan que la participación activa de los estudiantes y el personal académico en los procesos de acreditación no solo tiene el potencial de elevar la calidad educativa, sino que también vigoriza la cohesión y el sentido de pertenencia dentro de la comunidad universitaria. En este contexto, la inclusión y la participación son consideradas esenciales para alcanzar una gestión sostenible y exitosa a largo plazo.

Además, se sostiene que una correcta incorporación de sistemas de escucha en los procedimientos de acreditación podría facilitar a las universidades de Latinoamérica alinearse con los estándares internacionales de calidad, mejorando así su reputación y competitividad a escala mundial. Esto es particularmente significativo en un contexto en el que la movilidad académica y la colaboración internacional adquieren cada vez más relevancia, y donde las instituciones deben evidenciar su dedicación a una educación de alta calidad que se alinee con las expectativas de los estudiantes y del mercado de trabajo. (Villalobos y Henríquez 2021)

En el contexto ecuatoriano, el marco normativo establecido por la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) y el Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CACES) reconoce la importancia de promover la participación estudiantil en los procesos de acreditación. Sin embargo, el cumplimiento normativo de los estándares de calidad no siempre se traduce en una gestión efectiva de la retroalimentación estudiantil. Según un informe del (CACES 2021), aunque el 80% de las instituciones cumplen con los criterios de acreditación, solo el 35% implementa mecanismos de escucha adecuados.

Este escenario indica que hay restricciones que pueden impactar la habilidad de las instituciones universitarias para satisfacer de manera eficaz las expectativas de sus comunidades educativas. Aguilar, Reasco, y Coello (2024) identifican que los sistemas de educación superior en Ecuador enfrentan desafíos significativos para crear espacios inclusivos y participativos, lo que limita su capacidad de adaptarse a las demandas de los estudiantes y otras partes interesadas.

Otro aspecto importante es la centralización de decisiones. Por otra parte González y Paredes (2023) argumentan que una gobernanza más participativa es esencial para fomentar una cultura de mejora continua. Esto incluye la implementación de mecanismos como consultas regulares, grupos focales y sistemas de seguimiento que reflejen las necesidades reales de los estudiantes.

En la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, los mecanismos de escucha en los procesos de acreditación aún presentan áreas de mejora significativas. Un estudio interno realizado por Montesdeoca Shirley (2024) titulado los mecanismos de escucha en la percepción de la calidad educativa de los estudiantes de las carreras (mercadotecnia, administración de empresas, gestión del talento humano) facultad de ciencias administrativas y económicas mostró que, aunque el 70% de los estudiantes considera importante participar en las evaluaciones académicas, solo el 25% reporta haber tenido oportunidades reales para hacerlo.

Este escenario resulta especialmente preocupante en carreras como Mercadotecnia, Administración de Empresas y Gestión del Talento Humano, donde el desarrollo de competencias comunicativas y de análisis crítico forman parte esencial del perfil profesional. La falta de canales de retroalimentación eficaces puede generar desmotivación, baja percepción de mejora continua y una sensación de distanciamiento entre autoridades académicas y estudiantes. Adicionalmente, el contexto de acreditación institucional exige

evidenciar prácticas sistemáticas de participación estudiantil que no solo recojan datos, sino que también influyan en la toma de decisiones académicas y administrativas.

2.1. Pregunta del Problema.

¿Cómo pueden ser implementados de manera efectiva los mecanismos de escucha en los procesos de acreditación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, para fortalecer la participación de los actores institucionales y mejorar la calidad académica?

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Proponer un plan de implementación de mecanismos de escucha efectivos en los procesos de acreditación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, orientando a la participación institucional contribuyendo a la mejora continua de la calidad académica.

3.2. Objetivos específicos

- Revisar los principales enfoques teóricos, conceptuales y normativos sobre mecanismos de escucha y procesos de acreditación, a partir de fuentes bibliográficas actualizadas, que sustenten la propuesta del plan.
- Analizar la percepción de estudiantes, docentes y empleadores respecto a los mecanismos de escucha actualmente utilizados en las carreras de (mercadotecnia, administración de empresas, gestión del talento humano) de la Facultad, mediante grupos focales.
- Elaborar un plan para la implementación de mecanismos de escucha que favorezca la retroalimentación y la mejora de la calidad educativa.

Tabla 1*Desarrollo de Actividades*

Objetivo específico	Actividades	Cronograma	Productos
<ul style="list-style-type: none"> • Revisar los principales enfoques teóricos, conceptuales y normativos sobre mecanismos de escucha y procesos de acreditación, a partir de fuentes bibliográficas actualizadas, que sustenten la propuesta del plan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de palabras clave para búsqueda temática. - Revisión bibliográfica en libros, artículos científicos y documentos institucionales. - Consulta de repositorios digitales y bases de datos académicas (Scielo, Redalyc, Dialnet, etc.). - Revisión de normativas nacionales e internacionales (LOES, CACES, CNAE). - Sistematización de información relevante. - Elaboración del marco teórico. 	En la 3° y 4° Semana de la planificación	Marco teórico fundamentado e integrado en el Proyecto de Investigación.
<ul style="list-style-type: none"> • Analizar la percepción de estudiantes, docentes y empleadores respecto a los mecanismos de escucha actualmente utilizados en la Facultad, mediante grupos focales 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar un instrumento de recolección de datos (Una guía focus group, matriz de métricas digitales). - Aplicación focus group a estudiantes, docentes y empleadores. - Recolección de métricas en plataformas digitales institucionales (TikTok) - Análisis de resultados cualitativos y cuantitativos. 	De la semana 8 a la semana 10.	Informe técnico del diagnóstico institucional basado en fuentes primarias y secundarias.
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un plan para la implementación de mecanismos de escucha que favorezca la retroalimentación y la mejora de la calidad educativa 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de un plan de acción con metas, indicadores y responsables. - Formulación de estrategias comunicacionales adaptadas a los actores universitarios. - Diseño del modelo del plan de medios (contenido, frecuencia, formato). 	De la semana 11 a la semana 15.	Plan de mecanismos de escucha para procesos de acreditación en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. (Mercadotecnia, Gestión del Talento Humano, Administración de empresas)

Nota: Tabla realizada por los Investigadores

4. Justificación

En el actual escenario de la educación superior, caracterizado por la búsqueda constante de calidad, transparencia y participación, se vuelve imprescindible que las

universidades generen espacios reales de diálogo con sus comunidades. La Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, como parte activa de este compromiso, enfrenta el reto de implementar mecanismos de escucha que no solo respondan a exigencias normativas, sino que también reflejen una verdadera voluntad institucional de atender las voces de sus estudiantes, docentes, y empleadores.

Escuchar activamente a quienes conforman la vida universitaria es una acción transformadora. No se trata únicamente de cumplir con indicadores o procesos técnicos de acreditación, sino de fortalecer vínculos humanos y académicos que promuevan el respeto, la corresponsabilidad y la mejora continua. La escucha institucional permite detectar necesidades, reconocer logros, visibilizar preocupaciones y construir soluciones colectivas. En este sentido, su implementación adecuada puede marcar una diferencia sustancial en la percepción de la calidad educativa y en la satisfacción de quienes transitan por la universidad.

Cuando no existen canales eficaces de comunicación, se corre el riesgo de generar distancias entre la administración y la comunidad educativa. Esto puede traducirse en sentimientos de indiferencia, desmotivación o falta de confianza, afectando el clima institucional y la legitimidad de los procesos formativos. Por ello, este proyecto se plantea como una respuesta concreta a esa necesidad: diseñar un plan de mecanismos de escucha que articule los mecanismos de escucha con los objetivos de acreditación, desde una mirada participativa, propositiva y comprometida con el desarrollo humano.

Esta propuesta del plan para la implementación de mecanismos de escucha no solo busca cumplir con los requerimientos de los organismos de evaluación, sino aportar a una transformación institucional más profunda. Una universidad que escucha es una universidad que aprende, que se adapta y que crece con su gente. Apostar por este enfoque es apostar por una educación de calidad centrada en las personas, en sus voces, en sus contextos y en sus posibilidades. Así, la Universidad Técnica de Cotopaxi puede avanzar hacia un modelo de

gestión más inclusivo, coherente con su misión y capaz de inspirar cambios sostenibles dentro y fuera de sus aulas.

5. Beneficiarios

Tabla 2

Número de Beneficiarios

DIRECTOS	TOTAL	INDIRECTOS	Total
Estudiantes de las carreras: Administración de Empresas, Gestión del Talento Humano y Mercadotecnia	1008	Comunidad universitaria ampliada de la Universidad técnica de Cotopaxi (UTC)	5000
Docentes	43	Organismos externos vinculados a procesos de acreditación	5
Departamento de Aseguramiento de la Calidad.	10		
Empleadores	3		
Total, Directos	1124	Total, Indirectos	5,005

Nota: "Cifras referenciales obtenidas a partir de datos de matrícula, personal institucional y registros del departamento de aseguramiento de la calidad".

Los principales beneficiarios de la propuesta son los estudiantes de las carreras de Mercadotecnia, Gestión del Talento Humano, Administración de Empresas de Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, quienes serán positivamente impactados a través del plan de implementación de mecanismos de escucha que harán visibles sus necesidades y expectativas en los procesos formativos. Esto no solo mejorará la calidad académica, sino que también fomentará el desarrollo de un ambiente participativo que moldeará una cultura de influencia estudiantil en la toma de decisiones.

Al mismo tiempo, el personal docente, empleadores y tendrán acceso a información estratégica que optimizará la gestión académica-empresa.

En cuanto a los beneficiarios indirectos, la comunidad universitaria ampliada (otras facultades y programas) recibirá las ventajas de un modelo participativo a nivel institucional

que responde a los estándares de acreditación internacional. Mientras que los organismos de evaluación externa tendrán información integrada para justificar la acreditación. Estos actores fortalecerán la marca institucional y la calidad educativa junto con la universidad.

6. Fundamentación Teórica

6.1. Antecedentes.

En los últimos años, la educación superior ha enfrentado transformaciones profundas asociadas al fortalecimiento de la calidad académica, la transparencia en la gestión y, sobre todo, la necesidad de construir entornos más inclusivos y participativos. En este marco, los mecanismos de escucha han adquirido una relevancia cada vez mayor, no solo como herramientas técnicas de evaluación institucional, sino como espacios significativos de diálogo entre los diversos actores universitarios. Diversas investigaciones coinciden en señalar que, para que las universidades respondan de manera efectiva a los desafíos actuales, deben generar estrategias que consideren activamente las voces de sus estudiantes, docentes, personal administrativo y actores externos

Una investigación realizada por (Estupiñán et al. 2016), en su estudio titulado “Participación de los estudiantes en el proceso de enseñanza-aprendizaje en la educación superior en Ecuador” de la Universidad técnica de Babahoyo, en el cual abordaron el papel de la participación estudiantil en el proceso de enseñanza-aprendizaje integrando dimensiones pedagógicas, administrativas y sociales. Esta premisa cobra relevancia en el contexto de los procesos de acreditación, donde la voz estudiantil se convierte en un insumo indispensable para garantizar la pertinencia y la efectividad de las estrategias académicas y de gestión. Como resultado nos dice que las instituciones en general, pero en especial, las responsables en la educación, tienen la obligación de repensar y reflexionar en las formas y los contenidos, en los procesos desde lo administrativo hasta lo pedagógico para producir nuevos parámetros, mecanismos y procesos educativos.

En el contexto ecuatoriano (Montesdeoca Shirley 2024) en su proyecto de investigación titulado “los mecanismos de escucha en la percepción de la calidad educativa de los estudiantes en las carreras (Mercadotecnia, administración de Empresas, gestión del Talento Humano) de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas” de la Universidad Técnica de Cotopaxi, donde evaluó la eficacia de mecanismos de escucha como encuestas, paneles estudiantiles, buzones de sugerencias, y programas de puertas abiertas. Sus hallazgos demuestran que, a pesar de existir canales de comunicación, estos resultan insuficientes para garantizar la participación activa de los estudiantes, lo que limita la toma de decisiones oportunas en los procesos de acreditación.

Por otra parte (Giraldo et al., 2023) en su estudio Titula "Camino para la acreditación del profesorado universitario: escucha empática, confianza y diversidad" Realizado en una universidad de Colombia y España, donde subraya la importancia de la escucha empática en los procesos de acreditación, no solo a los estudiantes, si no también hacia el cuerpo docente. El trabajo señala que la comunicación abierta y la confianza institucional fortalecen la biodiversidad académica y contribuyen a entornos más inclusivos, lo cual repercute positivamente en la calidad y acreditación universitaria.

Por otra Parte (Alcaraz, 2025) Realizo un estudio en la universidad nacional de asunción en Paraguay titulado “Evaluación institucional en el contexto universitario en el que se evidencia la relevancia de la percepción estudiantil como elemento clave dentro de los procesos de autoevaluación y acreditación. El autor sostiene que, para asegurar la calidad educativa es necesario implementar estrategias mixtas, tanto cuantitativas como cualitativas, que permitan recoger las opiniones de los estudiantes y otros actores involucrados. Además, plantea que la incorporación de mecanismos de escucha fortalece la retroalimentación institucional y facilita la toma de decisiones informadas en el ámbito académico.

Finalmente (Calduch et al., 2020) , en su estudio llamado “Gobernanza y universidad: estudio iberoamericano sobre la participación estudiantil en las instituciones de Educación Superior” donde participaron 13939 estudiantes de grados, másteres, y programas de doctorado de 18 instituciones educativas de la región, donde abordan la participación estudiantil como una estrategia para fomentar una gobernanza más participativa y democrática dentro de la educación superior. En su estudio sostienen que los mecanismos de escucha no deben limitarse a procesos de consulta ocasionales, sino convertirse en componentes estructurales de la cultura institucional. Su investigación resalta la necesidad de consolidar espacios permanentes de diálogo como grupos focales, observatorios de calidad académica y plataformas de monitoreo que recojan, sistematicen y devuelvan información útil para los procesos de mejora. Desde esta perspectiva, escuchar activamente a la comunidad no solo es una herramienta de gestión, sino un acto pedagógico que promueve valores como el respeto, la corresponsabilidad y la construcción colectiva del conocimiento.

En conjunto, estos antecedentes no solo validan la relevancia de implementar mecanismos de escucha efectivos, sino que también evidencian las consecuencias de su ausencia o mala ejecución. Además, ofrecen una base sólida para reflexionar sobre cómo contextualizar este tipo de estrategias propuestas y aplicarlas en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, donde el fortalecimiento de la calidad académica debe ir de la mano con la participación genuina de todos los actores involucrados en la mejora de la calidad educativa. Esta participación incluye los departamentos académicos, área administrativa, bienestar estudiantil, las unidades de planificación y evaluación institucional, así como los propios estudiantes, quienes deben sentirse escuchados, y considerados dentro del procesos de toma de decisiones. Una implementación adecuada de los mecanismos de escucha permitirá generar diagnósticos más certeros, estrategias más inclusivas y resultados más positivos en término de calidad de la

educación alineada con los estándares de acreditación y las verdaderas necesidades de la comunidad universitaria.

6.2. Mecanismos de Escucha

Los mecanismos de escucha son el conjunto de herramientas y procesos sistemáticos que permiten a la institución educativa recibir, gestionar y responder a las opiniones, sugerencias, quejas y comentarios de su comunicada educativa con el fin de mejorar la calidad y relevancia de la enseñanza. En esta línea (Montesdeoca, 2024) define a los mecanismos de escucha como “una herramienta que permiten a las instituciones educativas recopilar opiniones y sugerencias de los estudiantes”, incluyendo entrevistas, grupos focales, encuestas y buzobes de sugerencias.

Es decir, a diferencias de oír (percepción pasiva del sonido) escuchar implica una atención constante e intencional al emisor, escuchar de manera activa es fundamental en la gestión educativa. Al prestar atención plena a las ideas y sentimientos de los interlocutores, se mejora la comunicación bidireccional y se crea confianza mutua.

6.2.1 Diferencia entre oír y escuchar.

Según la (RAE, 2025) oír es un acto voluntario de “percibir con el oído los sonidos, en cambio , escuchar implica un esfuerzo activo: un oyente debe decidir prestar atención, concentrar la mente en el mensaje y procesar su significada.

En la práctica educativa esto quiere decir que no basta con exponer información, es necesario habilitar espacios donde los actores puedan expresar sus opiniones y saber que serán entendidos, transformando la comunicación en un dialogo real.

6.2.2 Importancia de la escucha en gestión educativa

Esta radica en su capacidad para generar confianza y favorecer la participación estudiantil. Como lo señala (Raza, 2020) “ la autoevaluación institucional se constituye en un constructo competo de relaciones entre diferentes personas que interactúan y construyen

redes de información dentro de la universidad, siendo la comunicación interna el pilar para lograr la calidad educativa .

Este planteamiento evidencia que la comunicación interna, entendida como un mecanismo de escucha estructurado no solo permite la recolección de opiniones, sino que también fomenta la interacción activa entre los distintos actores del proceso educativo.

6.2.3 Tipos de mecanismos de escucha

La escucha es clave tanto en educación como en marketing por que permite comprender las necesidades y perspectivas del otro. En educación, escuchar a los estudiantes genera confianza y favorece ambientes de aprendizaje colaborativo y significativo.(Tamayo Giraldo et al., 2023).

En marketing, presentar atención activa al cliente (especialmente en medios digitales) ayuda a entender las opiniones y sentimientos del público y a tomar decisiones informadas (Stewart & Arnold, 2018).

Dado su impacto en la mejora de la calidad educativa y en la efectividad de las estrategias de comunicación institucional es fundamental identificar los tipos de escucha más relevantes en estos ámbitos.

6.2.3.1 Escucha Activa y Empática

Esta forma de escucha se basa en la capacidad del oyente para comprender los sentimientos, emociones y perspectivas de interlocutor. Según (Ladino et al., 2011) de este modo el oyente verifica la comprensión mediante la retroalimentación, lo que mejora la comunicación en el aula o en cualquier interacción.

En el ámbito educativo, permite a los docentes conectar con los estudiantes de manera mas humana, creando un entorno de respeto mutuo que potencia el aprendizaje.

La escucha empática implica la interacción emocional con quien habla. De acuerdo con (Giraldo et al., 2023) y otros escritores, "la escucha empática implica la participación activa y emocional de un oyente en una interacción, de forma deliberada y consciente".

Su meta es comprender no solo el contenido, sino también la condición emocional y el punto de vista del otro. En la educación se ve como una destreza fundamental: un docente que escucha con empatía promueve la confianza y facilita que los estudiantes manifiesten sus pensamientos y emociones, potenciando así el proceso de aprendizaje.

6.2.3.2 Escucha Selectiva

La escucha selectiva sucede cuando el oyente se concentra solo en los segmentos de información que le atraen, desconsiderando el resto. Se considera un fallo o "vicio" en la comunicación ya que el interlocutor puede parecer escuchar sin dedicar verdadera atención al contenido integral.(Ladino et al., 2011)

Un alumno que únicamente percibe su propia respuesta en el aula está practicando una escucha parcial. Este tipo de escucha obstaculiza la comprensión del mensaje global y generalmente altera la comunicación en el salón de clases o en la interacción con los clientes.

6.2.3.3 Herramientas digitales

La digitalización ha expandido, los medios de feedback. Instrumentos digitales como cuestionarios en línea, plataformas interactivas de aprendizaje electrónico, grupos o foros en línea y redes sociales institucionales facilitan la recolección de opiniones de manera eficiente.

Numerosas instituciones educativas emplean encuestas digitales regulares o buzones de propuestas digitales para valorar a profesores o procesos internos. Estas tecnologías permiten la recolección rápida de datos cuantitativos y cualitativos y pueden enriquecer las ocasiones presenciales de conversación.(Perea et al., 2024)

6.2.3.4 Mecanismos Digitales de escucha Institucional.

En el contexto actual, las tecnologías digitales han ampliado las posibilidades de participación estudiantil mediante plataformas especializadas. Un estudio de la Universidad de Wolverhampton en el Reino Unido, en colaboración con Jisc (2024), demostró que el uso de encuestas digitales sobre experiencia de aprendizaje permitió recoger retroalimentación en tiempo real, lo que facilitó respuestas ágiles y mejoras directas en servicios como conectividad, préstamo de dispositivos y plataformas virtuales. Estas herramientas fortalecen la cultura institucional de mejora continua y representan un mecanismo clave de escucha en universidades que buscan acreditación.

Estas plataformas no solo recogen datos cuantitativos, sino también percepciones cualitativas que permiten interpretar cómo el estudiante vive su proceso formativo. Por tanto, su uso sistemático puede ser documentado como evidencia en procesos de acreditación centrados en la voz del estudiante.

6.3. Procesos de acreditación

Los procedimientos de acreditación en la educación superior son procesos organizados que aseguran la calidad académica a través de la observancia de normas previamente fijadas. Según el (CACES 2021) "la acreditación es un procedimiento dirigido a la valoración completa de las instituciones, con el fin de garantizar que satisfacen estándares de calidad en ámbitos académicos, administrativos y de administración". Estos procedimientos incluyen tres fases fundamentales: autoevaluación, evaluación externa realizada por compañeros de estudio y programación de la mejora constante.

6.3.1 Etapas del proceso de Acreditación

Un informe elaborado por la (Universidad de Chile, 2025) nos indica que el proceso de acreditación se organiza típicamente en tres fases principales:

Autoevaluación institucional: Las Instituciones de Educación Superior (IES) realiza un internamente un examen crítico y sistemático de sus procesos y resultados, tomando como referencia los criterios y estándares establecidos por la agencia acreditadora. Este proceso es participativo e involucra a diversos estamentos (docentes, alumnos, directivos, etc.) y suele culminar con un informe de autoevaluación que incluye un plan de mejora.

Evaluación externa (vista de pares): Un comité de pares evaluadores – expertos de otras instituciones, revisa el informa interno y las evidencias presentadas. Durante esta etapa se verifica la coherencia de los diagnósticos, se visita la institución y se recopila información adicional. Finalmente, el comité redacto un informe de evaluación externa que documenta el grado de cumplimiento de los estándares y diagnostica fortalezas y debilidades.

Decisión de Acreditación: Con base en los informes internos y externos, la comisión o ente acreditador toma una decisión formal de acreditación (o no acreditación). Se emite un dictamen que puede incluir un periodo de validez (de entre 3,5 o 7 años) y recomendaciones de mejora. En esta etapa se asigna el nivel o categoría de acreditación y se fija la fecha para una próxima evaluación.

6.3.2 Estándares y criterios

Los estándares de acreditación son conjuntos de criterios organizados por áreas o dimensiones calve. En el caso del (CACES, 2023), el marco de evaluación establece criterios basados en las funciones sustantivas de la universidad (docencias, investigación , vinculación) Asi como en la gestión institucional, recursos infraestructura y resultados tanto (académicos y sociales).

(Ponce - Alencastro, 2021) señala que los modelos de acreditación ecuatorianos consideran criterios de organización institucional, gestión académica, investigación, vinculación con la sociedad, recursos/infraestructura y logros estudiantiles.

Estos estándares pueden incluir indicadores numéricos (tasa de graduación, producción científica, entre otros) y cualitativos (perfil docente, pertinencia de la oferta, enseñanza aprendizaje).

En el caso de ACBS los estándares enfatizan áreas como liderazgo institucional, planificación estratégica, atención a los estudiantes y partes interesadas, desarrollo del profesional y calidad del plan de estudio (USMP, 2025).

6.3.3 Participación Institucional

La efectividad de la acreditación se basa en gran parte en la implicación activa de la comunidad académica. Durante la autoevaluación, todos los participantes -maestros, alumnos, personal administrativo, graduados y empleadores - deben proporcionar datos y evaluaciones. Las instituciones crean comités de autoevaluación que coordinan este trabajo conjunto. La implicación colegiada garantiza que la evaluación interna refleje percepciones diversas (académicos ,administrativos, usuarios sociales) y aumenta la legitimidad de las mejoras propuestas (Universidad de Chile, 2024)

En conclusión, la acreditación requiere un trabajo institucional compartido, en el que se utiliza la retroalimentación de todos los grupos internos para potenciar la visión de calidad.

6.3.4 Desafíos de la acreditación

Pese a sus ventajas, la acreditación se topa con diversos desafíos prácticos. Las investigaciones de Latinoamérica destacan dificultades como el exceso de enfoque en procedimientos burocráticos y la "simulación" de procesos formales, lo que en ocasiones disminuye la implicación auténtica de la comunidad académica.(Martínez Iñiguez et al., 2017).

Esta ausencia de vías eficaces de comunicación bidireccional con los actores internos (como los grupos de interés o la propia IES) restringe la utilización educativa de la evaluación. Otro reto habitual es la resistencia al cambio: ciertas entidades pueden percibir la

acreditación más como un deber que como una oportunidad para mejorar, lo que complica el compromiso genuino con el procedimiento.(Martínez Iñiguez et al., 2017)

Por esta razón, se insiste en mejorar la formación de evaluadores y acreditadores en métodos educativos, y en robustecer sistemas de seguimiento que concluyan el ciclo de retroalimentación entre evaluadores y evaluados. En resumen, vencer estos retos requiere fortalecer la transparencia y la comunicación constante durante todo el proceso de acreditación, para que la iniciativa sea vista como un impulsor de la innovación.

6.4. Relación entre Mecanismos de escucha y acreditación.

La implementación de mecanismos de escucha institucional permite recoger retroalimentación directa de estudiantes, docentes y otros actores, lo cual fomenta planes de mejora y fortalece los procesos de acreditación (Borja Torresano, 2023). Mediante estos canales, la institución puede anticiparse a debilidades y tomar decisiones basadas en evidencias.

Estudios recientes enfatizan que el engagement estudiantil, promovido por espacios de participación activa, mejora los resultados educativos y contribuye a la calidad institucional (Johnston et al., 2024)

Además, Suraworachet et al. (2022) muestran que combinar retroalimentación humana y analítica mejora significativamente el compromiso estudiantil en tareas reflexivas, evidenciando un impacto positivo en rendimiento y satisfacción.

6.5. Implementación Teórica del Plan.

La ejecución o implementación es una de las fases más relevantes en cualquier proceso, proyecto o idea, dado que constituye uno de los instantes cruciales, donde los conceptos, ideas o estrategias previamente elaboradas se transforman en acciones palpables y concretas. En esta fase, las decisiones adoptadas durante la planificación se integran en tareas

prácticas y operativas que persiguen cumplir con los objetivos previamente fijados (RAE 2025)

(Proctor et al. 2011) definen la implementación como el conjunto de acciones deliberadas e intencionales para integrar nuevas prácticas tanto de servicios o tratamientos dentro de una organización con el objetivo de mejorar su efectividad y calidad.

(Smith, Li, y Rafferty 2020), en su estudio dicen que la implementación es una serie de procesos mediante los cuales una estrategia o sistema se pone en práctica dentro de una organización para alcanzar objetivos específicos.

Para una buena implementación se deberán seguir los siguientes pasos los cuales se pondrán a disposición en la presente sección:

6.5.1 Introducción.

La introducción es vista como una de las partes más cruciales en cualquier texto académico u operativo, dado que simboliza la primera interacción del lector con el contenido y organización del Trabajo. (Swales y Feak 2012) sostienen que su papel va más allá de la simple exposición del tema, al transformarse en un marco de acceso al contenido, donde se definen el objetivo, la importancia y la orientación del estudio o proyecto. En este contexto, la introducción funciona como un enlace entre el concepto inicial y la evolución de la propuesta, creando motivación e interés a través de una escritura precisa, organizada y relevante.

En el contexto académico, una introducción detallada facilita la contextualización de los objetivos institucionales, evidenciar la concordancia con las políticas actuales y respaldar la relevancia de las acciones sugeridas. Mediante sus políticas institucionales de comunicación, la Universidad Técnica de Cotopaxi dicta que cualquier proyecto de difusión o participación debe orientarse por criterios de planificación estratégica, identidad visual consistente y formatos multimedia apropiados para cada medio de comunicación. Estas

directrices garantizan que los mensajes a la comunidad académica satisfagan criterios de calidad, claridad y accesibilidad.

(Swales et al. 2012) Además de los elementos discursivos y formales, la creación de un plan operativo que incluya estrategias de comunicación y escucha debe considerar los aspectos técnicos de la producción audiovisual, especialmente cuando se prevé el uso de las redes sociales como canales de difusión. Según las directrices dictadas en las políticas de la institución, los contenidos para Instagram deben ser elaborados en formato vertical 9:16, con una duración óptima de 30 a 60 segundos para reels y videos de breve duración. En Facebook, se brinda mayor adaptabilidad, no obstante, se aconseja el formato de 4:5 o 1:1, evitando exceder los 90 segundos para captar la atención en dispositivos móviles, para YouTube, se otorga preferencia al formato horizontal 16:9, con una resolución mínima de 1080p, particularmente en contenidos educativos o informativos que superen los 2 minutos de duración.

Estos parámetros concuerdan con los descubrimientos de Thomas y Fowler (2023), que sostienen que la efectividad de los contenidos audiovisuales institucionales se vincula directamente con la adaptación del formato al medio de distribución, además de la calidad técnica y la nitidez narrativa. Igualmente, investigaciones recientes de Beladev et al. (2023) acerca del comportamiento del usuario en las redes sociales evidencian que el contenido breve, optimizado y ajustado a los formatos móviles incrementa notablemente los niveles de retención, participación y percepción institucional.

Además, las políticas institucionales subrayan que el procedimiento de creación de contenidos debe realizar una serie de etapas establecidas: identificación del concepto, organización, producción, edición, validación institucional y difusión. Este proceso garantiza la congruencia con la imagen corporativa de la institución, el cumplimiento de los derechos de autor y la incorporación de subtítulos u otros componentes de accesibilidad. También se

promueve el uso de herramientas como Meta Business Suite, TikTok Studio, YouTube Creator Studio o Hootsuite, que permiten programar publicaciones, analizar métricas de alcance y optimizar la estrategia comunicacional con base en datos reales.

En definitiva, la introducción del plan no solo cumple una función explicativa o justificación académica, sino que incorpora directrices institucionales, criterios técnicos y fundamentos estratégicos que orientan el desarrollo integral del proyecto. Al considerar la estructura formal del documento, junto con los requisitos de comunicación digital y la participación activa de los estudiantes, se fortalece el vínculo entre la planificación, la ejecución y el impacto esperado del plan en el entorno universitario.

6.5.2 Establecer objetivos.

Para (Coronel Carvajal 2023) un objetivo, es el propósito explícito de un investigador de lograr un resultado durante una investigación, son esenciales en un estudio ya que representan el núcleo alrededor del cual se configura la estructura del mismo.

Los objetivos deben ser establecidos en base al criterio SMART, esto sugiere que sean concretos, cuantificables, alcanzables, pertinentes y de carácter temporal. Esto implica que cada meta debe ser claramente establecida, facilitando su evaluación y medición, ser realistas basándose en los recursos existentes, estar en sintonía con los valores y objetivos del individuo o la organización, y tener un tiempo establecido para su realización.

6.5.3 Identificar Grupos de Interés.

Según Ayala del Pino Cristina (2021), los stakeholders, también conocidos como grupos de interés, son entidades e individuos que poseen un interés legítimo, ya sea directo o indirecto, en la actividad de la empresa. Esto abarca a los individuos que se ven afectados de algún modo por la presencia y las acciones de la compañía y que, a su vez, pueden impactar en la realización de las metas de la organización y su supervivencia.

En el contexto educativo, se definen como aquellos individuos y grupos que se ven impactados de manera directa o indirecta por las decisiones y acciones de una entidad educativa. Estos grupos juegan un papel crucial en la planificación y estrategias de las instituciones, lo que requiere su identificación y entendimiento para alcanzar una gobernanza eficaz (Burgos Figueroa et al., 2022).

Para asegurar una participación equitativa de los distintos actores institucionales, se definieron mecanismos de escucha específicos para cada grupo. Para los estudiantes se implementará focus Group y análisis de participación en redes sociales, (TikTok, YouTube, y Facebook). Para los docentes se tiene en cuenta fortalecer las reuniones académicas y generación de retroalimentación mediante estas reuniones las cuales brinden una sólida fuente de datos. Para el caso de los empleadores, se utilizaran foros al igual que participación en redes sociales antes expuestas permitiendo de esta manera recoger valoraciones sobre la pertinencia y calidad de la formación impartida en la Universidad.

6.5.3.1 Estudiantes.

Los estudiantes son el grupo de interés más importante en la educación superior, ya que son los principales beneficiarios del sistema educativo. Su participación en actividades académicas y extracurriculares, así como su percepción sobre la enseñanza, influye directamente en la calidad de la educación.

Según Gutiérrez Uribe Paulina (2024), es fundamental que las universidades comprendan percepción social de los jóvenes en relación a la continuidad de sus estudios universitarios. Esta comprensión permite a las instituciones educativas alinear sus servicios con las expectativas y necesidades de los estudiantes, mejorando así la calidad de la educación y la gestión institucional. Además, la satisfacción estudiantil se considera un indicador clave en los procesos de acreditación y evaluación de la calidad educativa.

6.5.3.2 Cuerpo Docente.

El profesorado o cuerpo docente es el grupo de expertos responsables de la instrucción y capacitación de los alumnos dentro del sistema de educación. Su trabajo no solo se enfoca en la impartición de saberes, sino también en la guía pedagógica, la valoración del aprendizaje y la puesta en marcha de tácticas pedagógicas que promueven el progreso académico. La excelencia del profesorado es un elemento crucial en el desempeño de los estudiantes, dado que su formación, experiencia y técnicas de enseñanza influyen directamente en el proceso de aprendizaje.(Ccoto Tacusi 2023)

Además, es crucial el desarrollo profesional continuo (DPC) de los profesores para asegurar una educación de alta calidad. El DPC conlleva tareas que potencian las capacidades, saberes y vivencias de los maestros, facilitándoles ajustarse a las exigencias variables del ambiente educativo y optimizar su labor pedagógica.(Bonilla-Jurado et al. 2023)

Asimismo, las buenas prácticas docentes, como el uso de métodos de enseñanza innovadores y la integración de tecnologías educativas, contribuyen significativamente al mejoramiento del aprendizaje y al compromiso del estudiante. Estas prácticas requieren de una formación continua y de la capacidad del docente para adaptarse a las nuevas exigencias del entorno educativo (Apaza Aparicio 2023).

6.5.3.3 Personal Administrativo.

El personal administrativo gestiona los recursos humanos, financieros y tecnológicos que permiten el funcionamiento adecuado de la universidad. Su labor es esencial para garantizar una administración eficiente, mejora la experiencia estudiantil y fortalecer la imagen institucional (EUROINNOVA 2025).Además, en términos de mecanismos de escucha, este grupo desempeña un papel fundamental e en la implementación de herramientas que faciliten la comunicación entre los distintos actores universitarios.

6.5.3.4 Graduados.

Son aquellas personas que han finalizado su formación académica y están equipados con habilidades para enfrentar los retos del mercado laboral. Su participación en procesos de evaluación de programas educativos es crucial, ya que contribuyen a la mejora continua y adaptabilidad de la educación a las necesidades del entorno profesional Burgos Figueroa et al. (2022)

Schneider et al. (2018), destacan la calidad de los programas educativos debe medirse no solo desde la percepción de los docentes y estudiantes, sino también desde la experiencia de los egresados en el campo laboral. Esta retroalimentación permite identificar brechas entre la formación universitaria y las necesidades del entorno profesional, impulsando cambios en la metodología de enseñanzas y en la incorporación de nuevas competencias que optimizan la empleabilidad y el desempeño profesional de los graduados.

6.5.3.5 Empleadores.

Los empleadores son actores clave en la educación superior, ya que influyen en la demanda de competencia y habilidades profesionales. Sus expectativas y requerimientos son fundamentales para diseñar planes de estudio que preparen a los estudiantes para el mundo laboral (Burgos Figueroa et al. 2022).

La retroalimentación de los empleadores permite a las universidades adaptar sus programas académicos a las necesidades del mercado y mejorar la empleabilidad de sus egresados. En si son aquellos que buscan graduados capacitados y participantes en los procesos de acreditación, influyendo en la calidad de los programas ofrecidos.

6.6. Identificación y Selección de Canales de Comunicación.

Para Segura Mariño et al. (2020) los canales de comunicación son herramientas clave que facilitan la transmisión de información, ideas y mensajes entre las partes en un proceso comunicativo. Su importancia radica en que son fundamentales para el éxito de una

organización. Juegan un papel crucial en las interacciones humanas, tanto en el ámbito personal como en el mundo empresarial.

En este contexto se dice que existen diversos tipos de canales, como los tradicionales (reuniones, llamadas telefónicas) y los digitales (correos electrónicos, redes sociales, plataformas virtuales). La selección del canal adecuado depende del objetivo, el público y el contexto, asegurando así una comunicación eficiente y alineada con las necesidades de ambas partes.

6.6.1 Reuniones

Las reuniones se han definido como encuentros entre dos o más personas que tienen como objetivo principal el intercambio de información y el análisis de problemas para la toma de decisiones. Este tipo de encuentros se concibe, por lo general, con la presencia física de todos los participantes en un mismo espacio y tiempo determinado. Un aspecto fundamental en la eficacia de estas reuniones es la preparación, dirección y seguimiento que los organizadores o conductores implementan, ya que son determinantes en los resultados que se desean alcanzar. (Saavedra Castellanos 2019)

En esta línea, es importante reconocer que, aunque estos elementos son esenciales, no son los únicos factores a considerar para asegurar el éxito de los encuentros. Las reuniones deben ser entendidas como herramientas que facilitan la interacción y la cooperación, donde se pone en juego la inteligencia colectiva de los participantes. Es decir, su adecuado uso puede potenciar no solo los objetivos individuales, sino también los organizacionales en el ámbito educativo.

6.6.2 Llamadas Telefónicas

La comunicación telefónica implica un proceso de transmisión de información entre un emisor y receptor utilizando el teléfono. Este proceso consta de varias fases como elaborar un mensaje, transmitirlo, comprenderlo y responder. Tanto el emisor como el receptor siguen

una serie de pasos como preparar la llamada, saludar, exponer el motivo de la llamada, escuchar respuestas, confirmar datos y despedirse. Además, la expresión verbal y no verbal juegan un papel importante en la comunicación telefónica efectiva. (Skydor Juan 2016)

6.6.3 Redes sociales.

Las redes sociales son plataformas digitales que facilitan a los usuarios la creación de perfiles, la difusión de contenido y la conexión con otros individuos. Estas plataformas promueven la interacción y comunicación entre personas, además de propiciar la formación de comunidades fundamentadas en intereses comunes. Los usuarios tienen la posibilidad de compartir variados tipos de contenido, tales como textos, imágenes y vídeos, además de involucrarse en interacciones a través de comentarios y mensajes. (Branding 2021).

Podemos decir que las redes sociales juegan un papel crucial en la vida de las personas, estas se destacan por tener:

- **Generación de contenido atractivo:** La publicación de material relevante, como blogs, vídeos o imágenes, es fundamental para captar la atención y conectar con el público objetivo.
- **Uso estratégico de hashtags:** Los hashtags permiten categorizar el contenido, aumentando su visibilidad y facilitando que los usuarios encuentren publicaciones relacionadas con sus intereses.
- **Anuncios pagados:** Los anuncios en redes sociales ofrecen la posibilidad de alcanzar a audiencias amplias y segmentadas, aprovechando opciones avanzadas para dirigirlos según características demográficas, intereses y comportamientos.
- **Interacción constante con la audiencia:** Responder a comentarios y mensajes contribuye a construir una comunidad activa y comprometida.

Promociones y concursos: Organizar sorteos y concursos en redes sociales puede aumentar la participación y atraer nuevos seguidores, ampliando la presencia de la marca.

En el contexto universitario, las redes sociales pueden ser utilizadas como herramientas para recopilar la percepción de los estudiantes sobre diversos aspectos académicos y administrativos. La implementación de encuestas en historias, sesiones en vivo con directivos y espacios de comentarios en publicaciones permite obtener información en tiempo real y mejorar la toma de decisiones en función de las necesidades expresadas por los alumnos.

6.6.3.1 Facebook

Facebook es una plataforma de redes sociales que facilita la comunicación e interacción entre individuos con intereses similares, promoviendo la generación de nuevas redes sociales y la interacción entre los integrantes de las ya existentes. Adicionalmente, Facebook no solo funciona como un canal de comunicación, sino que ha incurrido en diferentes campos como la educación y el entretenimiento, creando nuevas formas de interacción y comunicación que trascienden el mero intercambio de mensajes. En ámbitos académicos, se ha reconocido como un lugar donde profesores y alumnos pueden intercambiar datos y formar entidades narrativas. Sin embargo, su aplicación en contextos educativos suele ser informal y no siempre organizada. (Montoya Rendón, 2021).

6.6.3.2 Instagram

Según Figuereo-Benítez et al. (2021) Figuereo-Benítez et al. (2021) Instagram es una red social que permite a los usuarios compartir fotografías y videos de manera instantánea, centrados en la creación y el consumo de contenido visual. Estos autores destacan que, desde su lanzamiento, la plataforma ha crecido exponencialmente, convirtiéndose en una de las más populares a nivel mundial. Su diseño intuitivo y su enfoque en la interacción a través de “me

gusta”, comentarios y mensajes directos fomentan una comunicación dinámica entre los usuarios, facilitando la conexión y el intercambio de experiencias en un entorno visualmente atractivo.

En el ámbito educativo, Instagram se utiliza como una herramienta innovadora que fomenta el debate y el aprendizaje colaborativo entre los estudiantes. Según (Ruiz San-Miguel, Ruiz-Gómez, y Maldonado-Espinosa 2020) el uso de esta red social permite a los educadores generar contenidos de manera visual y atractiva, lo que facilita la interacción y la participación activa de los alumnos. Esta plataforma no solo mejora la comunicación en el aula, sino que también ayuda a desarrollar competencias digitales esenciales, convirtiéndose en un complemento valioso para la educación moderna.

6.6.3.3 TikTok.

TikTok ha surgido como una plataforma cuyo propósito principal es capturar y compartir momentos significativos de creatividad, aprendizaje y experiencias personales directamente desde los teléfonos móviles. Esta aplicación permite que cualquier usuario se convierta en creador de contenido, alentándolos a expresar sus pasatiempos y emociones de manera innovadora a través de videos. La aplicación fue lanzada al público en 2016 por Zhang Yiming, fundador de la compañía china Byte Dance. Sin embargo, no fue hasta 2018, luego de su fusión con Musical.ly, cuando TikTok comenzó su expansión internacional, incorporando música en sus formatos. Por otro lado, existe una versión de esta aplicación exclusiva para el mercado chino llamada Douyin, cuyo nombre significa "música vibrante" y que solo está disponible en dispositivos móviles (Bermejo and E.M 2021).

6.6.3.4 YouTube.

Según la (DIRCOM 2023) la Asociación De directivos de Comunicación de España nos dice que YouTube es una herramienta poderosa tanto para entretenimiento como para

marketing, ya que las empresas pueden utilizarla para llegar a audiencias masivas a través de contenidos de video que fomentan la interacción.

Esta plataforma permite a las organizaciones transmitir su mensaje de manera creativa y cautivadora a través de vídeos, estableciendo una conexión emocional con su audiencia.

La integración de estas plataformas (TikTok y YouTube) en los mecanismos de escucha permite captar la percepción estudiantil de manera más dinámica e interactiva. Mediante encuestas, sesiones en vivo y análisis de comentarios, la administración universitaria puede obtener retroalimentación en tiempo real y adaptar estrategias de mejora en función de las respuestas obtenidas.

6.7. Lineamientos de Producción Audiovisual y Comunicación Institucional.

La producción audiovisual en el ámbito universitario no solo responde a fines comunicacionales, sino que se constituye en una herramienta estratégica para la proyección institucional, el fortalecimiento de la identidad y la consolidación del vínculo con la comunidad educativa. En este contexto, las universidades han desarrollado lineamientos específicos que orientan la creación, edición y publicación de contenidos audiovisuales en sus distintas plataformas oficiales.

Durante una reunión institucional en la Universidad Técnica de Cotopaxi, se estableció que toda producción audiovisual debe respetar criterios de calidad técnica, coherencia estética y alineación con los valores institucionales. En este espacio se indicó que cada pieza comunicacional deberá seguir un proceso que incluya: la conceptualización del mensaje, una producción responsable, validación institucional y una difusión multicanal, priorizando la accesibilidad mediante subtítulos, narraciones claras y elementos inclusivos.

Un aspecto esencial en estos lineamientos es la adecuación del formato del contenido según la red social donde será publicado. Así, por ejemplo, para Instagram, se recomienda un formato de video vertical (9:16) con resolución mínima de 1080 × 1920 píxeles y duración de

hasta 60 segundos en Reels o Stories. En Facebook, se sugiere utilizar videos en formato 1:1 (cuadrado) o 4:5, optimizados para dispositivos móviles, con duración de entre 30 y 90 segundos, considerando que el mayor porcentaje de visualizaciones se da sin audio, por lo que se requiere la inclusión de subtítulos automáticos. Para YouTube, el estándar requerido es el formato horizontal 16:9 en resolución Full HD (1920 × 1080 px), con duración variable dependiendo del tipo de contenido, recomendándose una estructura narrativa que capte la atención en los primeros 10 segundos.

Estas directrices están respaldadas por recomendaciones internacionales. Según Alimamy y Kuhail (2023), una narrativa audiovisual eficaz en redes sociales se basa en segmentación precisa, formato adaptado a cada plataforma, duración ajustada al comportamiento del usuario y una identidad visual consistente. Además, investigaciones de Apaza Aparicio (2023) señalan que el uso de micro videos de menos de un minuto ha demostrado una mayor tasa de retención, especialmente en plataformas como TikTok o Instagram.

En cuanto a los requisitos institucionales, durante la reunión se indicó que todo video debe contar con el logotipo oficial, los colores institucionales y las tipografías definidas en el manual de marca. Además, se señaló que cualquier contenido audiovisual producido con fines de promoción, enseñanza o participación estudiantil debe ser validado previamente por la Dirección de Comunicación Institucional antes de su publicación.

También se establecen estándares técnicos: se sugiere utilizar formatos de archivo como .mp4 (H.264) por su compatibilidad y eficiencia, y tasas de bits entre 5 y 10 Mbps para garantizar buena calidad de imagen sin comprometer la velocidad de carga. Para el audio, se recomienda usar el formato AAC con una frecuencia de 48 kHz, asegurando una reproducción clara, especialmente en dispositivos móviles (Pagani et al., 2022).

Finalmente, el uso de herramientas como Meta Business Suite ,TikTok Studio, YouTube Analytics y Hootsuite es incentivado para el monitoreo del rendimiento audiovisual, permitiendo una evaluación detallada del alcance, la interacción y la percepción del contenido en tiempo real. Esto fortalece los mecanismos de retroalimentación institucional y permite ajustar las estrategias comunicativas con base en datos objetivos (Thomas y Fowler 2023).

Una revisión sistemática reciente de (Sun et al. 2022) analiza 38 estudios empíricos entre 2011 y 2022 sobre voz estudiantil en evaluación y retroalimentación, concluyendo que esta participación mejora significativamente la experiencia educativa y promueve cambios en la práctica docente. Las metodologías mixtas, especialmente, facilitan evidencias rigurosas sobre cómo la voz estudiantil aporta a la mejora continua institucional.

6.7.1 Políticas de comunicación audiovisual para la FCAYE

Las políticas de comunicación audiovisual constituyen el marco referencial que regula la producción, difusión y uso de contenido multimedia en el entorno universitario. Estas políticas establecen los lineamientos que deben observar tanto las unidades académicas como administrativas para asegurar la coherencia institucional, el respeto a la identidad visual y el cumplimiento de estándares de calidad comunicacional. En el caso de la Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC), se contempla que toda producción audiovisual institucional debe ser coordinada con el Departamento de Comunicación Institucional, con el fin de validar el contenido, su pertinencia y su coherencia con la misión institucional y los valores declarados.

Según el documento oficial de políticas de la UTC, se establece que “los productos audiovisuales institucionales deberán responder a criterios técnicos mínimos como resolución Full HD, duración máxima según canal de difusión, y el uso del logotipo institucional conforme al manual de marca” (Universidad Técnica de Cotopaxi 2022). Estas políticas también regulan el uso de equipos institucionales, el respeto por los derechos de imagen y la

obligatoriedad de contar con autorizaciones escritas en caso de involucrar a estudiantes, docentes o público externo. La producción audiovisual debe reflejar principios éticos como la inclusión, la equidad de género y la representación respetuosa de los distintos actores de la comunidad universitaria.

A nivel facultativo, se promueve la generación de contenido audiovisual de entrenamiento, informativo, pedagógico y otros de interés de los stakeholders bajo supervisión docente y con fines académicos, priorizando plataformas oficiales para su difusión como el canal institucional de YouTube, las redes sociales de la facultad y espacios virtuales de aprendizaje. La Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, en este marco, estipula que los materiales comunicacionales orientados a procesos de acreditación o evaluación institucional deben ser validados por el Consejo Directivo y socializados a través de canales formales.

Estas políticas se articulan con los parámetros técnicos requeridos por cada red social. Para Instagram recomienda una resolución mínima de 1080 x 1920 píxeles para videos verticales y un formato .MP4 con códec H.264 (Meta Business Help Center 2024). Facebook admite formatos horizontales y verticales, priorizando una duración de entre 15 segundos y 1 minuto para videos cortos, también en .MP4 y con compresión adecuada para su carga rápida (Meta 2024). Por su parte, YouTube sugiere una resolución mínima de 720p para contenido estándar, siendo el .MP4 el formato óptimo con una tasa de bits de al menos 8 Mbps y una relación de aspecto de 16:9 (YouTube Help 2024).

En conjunto, estas políticas institucionales y los parámetros de las plataformas garantizan que los contenidos producidos desde la universidad respondan tanto a criterios de identidad institucional como a requerimientos técnicos de calidad, accesibilidad y alcance comunicacional.

6.7.2 Políticas de respeto al usuario y lineamientos de producción audiovisual institucional

Como parte de la implementación de mecanismos de escucha en el marco de los procesos de acreditación, se establece un conjunto de políticas orientadas a garantizar el respeto al usuario, la claridad en los tiempos de duración de los contenidos, y la responsabilidad institucional en la comunicación digital. Estas normas permiten fortalecer la interacción con los diferentes grupos de interés, promoviendo una cultura de respeto, participación activa y mejora continua.

6.7.3 Respeto al usuario

Los contenidos audiovisuales y comunicacionales generados deben ser inclusivos, respetuosos y coherentes con los valores institucionales. Se prohíbe expresamente el uso de lenguaje discriminatorio, ofensivo o que reproduzca estereotipos relacionados con género, condición étnica, orientación sexual, religión u otras condiciones personales. La producción de mensajes debe fomentar una comunicación empática, horizontal y participativa, reconociendo el papel activo de los estudiantes, docentes, egresados y empleadores en la vida universitaria (UNESCO, 2021)

6.7.4 Tiempos de duración del contenido:

Dado que los medios digitales requieren formatos ágiles y atractivos, los videos institucionales deberán ajustarse a los estándares establecidos para cada red social. En TikTok y YouTube Shorts, la duración ideal es de entre 15 segundos y 1 minuto, mientras que en Instagram y Facebook Reels se recomienda una duración de entre 30 a 90 segundos. La extensión de los contenidos debe responder a una estructura clara y dinámica que facilite la comprensión inmediata del mensaje (Ramírez & López, 2020)

6.7.5 Tiempos de respuesta e interacción:

Para fortalecer la confianza y fomentar la participación, se establece un tiempo máximo de 48 horas laborables para responder a comentarios, consultas o sugerencias realizadas a través de los canales institucionales digitales. En el caso de requerimientos específicos, estos deberán ser canalizados hacia las autoridades o responsables pertinentes, garantizando la trazabilidad y respuesta oportuna de las solicitudes (Ministerio de Educación del Ecuador, 2021).

6.7.6 Responsabilidad institucional:

Todo contenido producido y difundido en nombre de la Facultad debe representar fielmente los principios institucionales, evitando la difusión de información ambigua o no verificada. La revisión y aprobación del material previo a su publicación es responsabilidad del equipo de comunicación o del comité designado para tal fin. Esta medida busca preservar la coherencia, la calidad técnica y el impacto positivo del mensaje en los diferentes públicos (UTPL, 2022)

6.8. Elaboración de Cronograma de Actividades.

El cronograma de actividades nos dice que es una herramienta esencial que facilita y ayuda a las personas en la organización, y en el ahorro de tiempo a largo plazo también este ayuda a evitar el estrés.

Según Cárdenas (2024), la planificación anticipada permite organizar la frecuencia de las actividades, definir con claridad el tipo de contenido a compartir y llevar un control detallado de las campañas. Al planificar con anticipación, se evitan decisiones improvisadas, se asegura la flexibilidad en la estrategia y se reducen los errores. Esta planificación también favorece la producción de contenido de mejor calidad, ya que ofrece el tiempo necesario para realizar investigaciones y llevar a cabo la ejecución de manera adecuada.

La elaboración de un cronograma es esencial para organizar y gestionar el tiempo en un proyecto de investigación. El proceso inicia con la identificación de actividades, la definición de su secuencia y la asignación de recursos y plazos. Para su estructuración, se pueden emplear métodos como el Diagrama de Gantt, que visualiza las tareas en el tiempo; el Método del Camino Crítico (CPM), que identifica actividades esenciales para evitar retrasos; y la Técnica PERT, útil en proyectos con alta incertidumbre. Finalmente, el cronograma debe ser monitoreado y ajustado para garantizar el cumplimiento de los plazos y objetivos del estudio.

La elaboración de un cronograma de actividades es esencial para garantizar la organización, secuencia lógica y cumplimiento efectivo de las estrategias de comunicación institucional. Este cronograma permite establecer tiempos definidos para la ejecución de cada acción, responsables directos, canales de difusión y objetivos temporales, facilitando el seguimiento y evaluación de los avances del plan.

Según Montesdeoca (2024), dentro de los mecanismos de escucha propuestos se contempla una planificación cronológica detallada de actividades que incluyan no solo publicaciones informativas, sino también acciones de alto impacto comunicacional como la elaboración de productos audiovisuales. Estos recursos, distribuidos a través de redes sociales como TikTok, Facebook y YouTube, permiten una mayor conexión con los grupos de interés, en especial con los estudiantes.

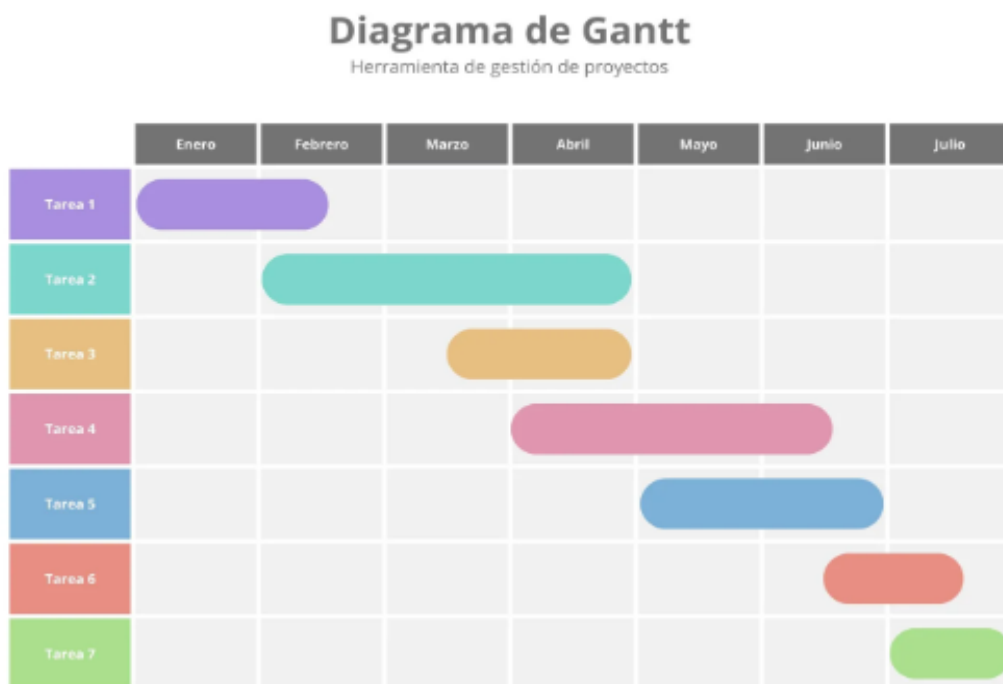
En este sentido, el cronograma no solo debe contemplar eventos institucionales relevantes o fechas clave del calendario académico, sino también el desarrollo y publicación de materiales visuales que fortalezcan la participación, el sentido de pertenencia y el compromiso con los procesos de acreditación. Dichos contenidos sirven como herramientas pedagógicas y motivacionales, promoviendo la interacción bidireccional entre la facultad y su comunidad.

6.8.1 Diagrama de Gantt

El Diagrama de Gantt surgió como medio para informar acerca de las fechas de inicio y fin de las distintas tareas de un proyecto, ya que se presenta en forma de tabla en la que se combinan las actividades en un marco temporal, ocupando un eje distinto cada una de estas variables (por lo general los días, semanas o meses se recogen en sentido horizontal, mientras que las actividades, tareas e hitos lo hacen en el vertical). (Pérez Anna 2025).

Ilustración 1

Estructura de Un Diagrama de Gantt



Nota: Extraído de la plataforma Canva

6.8.2 Método del Camino Crítico.

El enfoque del camino crítico es un método que facilita la identificación de las actividades requeridas para concluir un proyecto y establecer cierta adaptabilidad en el calendario. Una etapa crucial en la administración de proyectos es la serie más extensa de

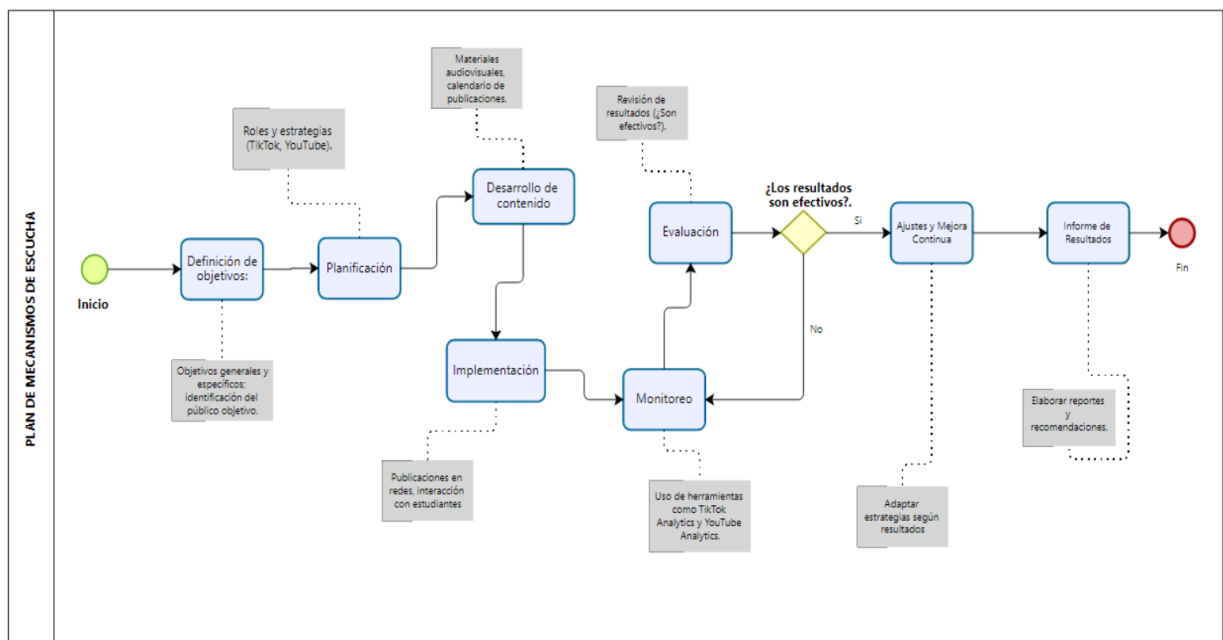
tareas que deben concluirse en el plazo establecido para finalizar el proyecto completo.

Cualquier demora en los trabajos esenciales causará el aplazamiento del resto del proyecto.

El objetivo del método de la ruta crítica es identificar las actividades más relevantes en el calendario del proyecto, identificar las interrelaciones entre las tareas y determinar la duración de las tareas. Se desarrolló el método de la ruta crítica para responder al incremento de los gastos causado por una planificación deficiente. Este se emplea habitualmente para la planificación de proyectos y dar preferencia a tareas. Esta técnica desglosa tareas complejas en tareas individuales y a tener una idea general de la flexibilidad de un proyecto.(Asana 2024).

Ilustración 2

Estructura de Método de Ruta Crítica



Nota: Elaborada por los Investigadores, Extraída de Bizagi Modeler.

6.8.3 Técnica PERT

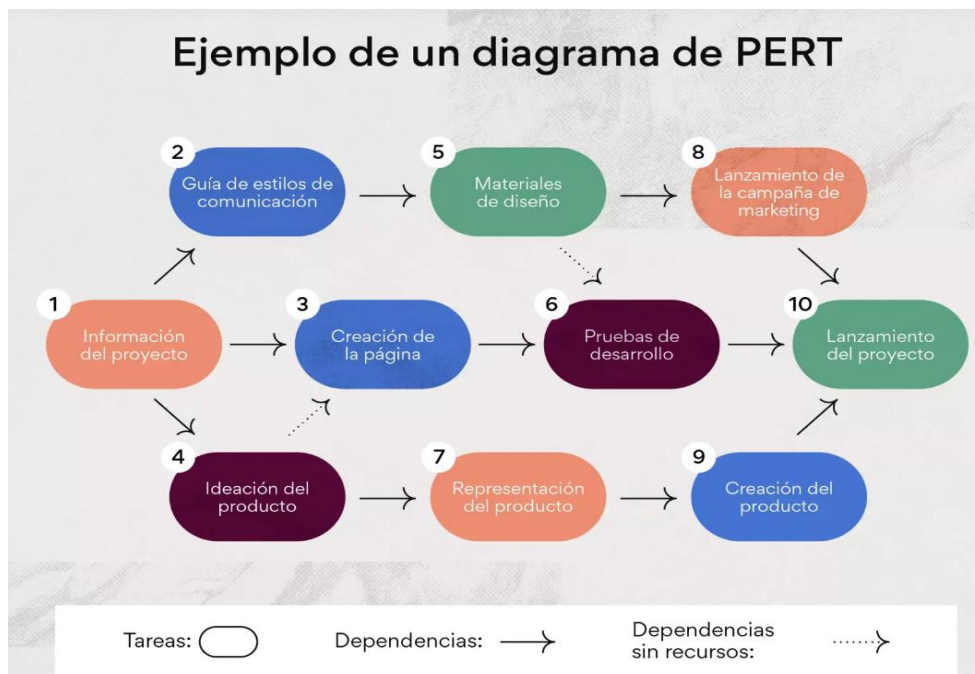
El esquema de PERT es un instrumento empleado para programar, ordenar y planificar minuciosamente las actividades de un proyecto. El término PERT se traduce como

Técnica de Evaluación y Revisión de Programas, lo que se traduce como Técnica de revisión y evaluación de programas. Ofrece una ilustración visual del calendario de un proyecto y detalla las actividades individuales. Este esquema se asemeja al esquema de Gantt, aunque su estructura es distinta.

El esquema de PERT es una ilustración gráfica de las actividades de un proyecto y las relaciones que las vinculan. Este se utilizó para elaborar un plan inicial y un calendario estimado que puedes distribuir a los integrantes del proyecto antes de que se de comienzo a un proyecto.

Ilustración 3

Diagrama De PERT



Nota: Extraído de Asana

6.9. Cronograma de Contenidos

El Calendario o cronograma de planificación de actividades permite organizar tareas dentro de un proyecto, estableciendo responsables y fechas de ejecución. Este formato facilita el seguimiento del estado de cada tarea y ayuda a optimizar la gestión del tiempo.

El presente, es un calendario mensual de contenido que permite gestionar proyectos asignando responsables, estableciendo plazos y haciendo seguimiento al estado de cada tarea.

Ilustración 4

Calendario o tabla de Contenidos

Enero					
Evento	Responsable	Estado	Fecha de Publicación	Cronograma - Inicio	Cronograma - Fin
Año nuevo	Estudiantes de prácticas-preprofesionales	Listo	1/1/2025	1/1/2025	1/1/2025
Acreditación	Estudiantes de prácticas-preprofesionales	Listo	15/1/2025	13/1/2025	15/1/2025
Fiestas de la Universidad	Estudiantes de prácticas-preprofesionales	Listo	24/1/2025	20/1/2025	24/1/2025
			Desde el 01-01-2025 hasta el 24-01-2025	1/1/2025	24/1/2025

Nota: Elaborado por los Investigadores

6.10. Ciclo de Retroalimentación

La retroalimentación se define como un proceso que informa sobre la distancia entre la actualidad de conocimientos del estudiante y un nivel de alusión o parámetro de evaluación. Este proceso es fundamental para identificar los aciertos y las dificultades del aprendiz, y no cumple su función si no se utiliza aprovechando la información para orientar y mejorar el desempeño del estudiante. La retroalimentación puede ser tanto sincrónica como asincrónica y se ajusta a las necesidades del proceso de aprendizaje a través de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Además, se destaca que debe ser sistemática y programada para ser efectiva en el proceso de enseñanza-aprendizaje. (Espinoza Freire 2021).

De esta manera la retroalimentación es fundamental para asegurar que las iniciativas implementadas respondan realmente a las principales necesidades de el o los estudiantes. Establecer espacios de diálogo y evaluación constante permite adaptar las estrategias y mejorar continuamente la comunicación dentro de la universidad.

6.11. Estructura Organizativa.

La estructura organizativa es concebida como un sistema que planifica y prevé lo que debe ser la entidad, asegurando la continuidad de sus elementos y recursos en un entorno cambiante. Esto permite a la empresa desarrollar actividades de manera efectiva y eficiente. La organización busca alcanzar los objetivos optimizando el rendimiento de las actividades, reduciendo costos y evitando duplicidades en las tareas al definir claramente funciones y responsabilidades (Morón Gemma 2014) Contar con una estructura organizativa clara que facilite la gestión de la información recopilada. La designación de responsables para cada área del proceso garantiza que la recolección, análisis y aplicación de los datos se realice de manera efectiva y en beneficio de la comunidad estudiantil.

6.12. Análisis de Contenido.

El análisis de contenidos como una técnica de investigación altamente útil que se basa en el análisis e interpretación de fuentes documentales. Se enfoca en identificar los códigos utilizados por el emisor del discurso, el contenido manifiesto y el contexto en el que se desarrolla el mensaje, con el objetivo de descubrir también los contenidos latentes que podrían influir o condicionar implícitamente el mensaje.(Oliver 2019).

La organización estructurada de las actividades y la evaluación periódica de los resultados garantizan una mejora progresiva. Esto implica ajustar estrategias según la respuesta de los estudiantes y adaptar las herramientas tecnológicas a las necesidades detectadas.

6.13. Mejora Continua

La mejora continua se entiende como un enfoque en el que utiliza como una herramienta fundamental para el desarrollo constante de habilidades y conocimientos. Este concepto promueve un proceso de aprendizaje dinámico y evolutivo, donde los estudiantes

reflexionan sobre su desempeño y aplica los ajustes necesarios para avanzar.(Herrera David 2023).

La mejora continua se traduce en la evaluación y actualización constante de las estrategias utilizadas. Esto implica monitorear los niveles de participación de los estudiantes, ajustar los formatos de comunicación según su efectividad y adoptar nuevas tecnologías que faciliten la interacción y la recopilación de datos. De esta manera, la universidad puede garantizar que sus mecanismos de escucha sean cada vez más eficientes y relevantes para su comunidad educativa.

6.14. Indicadores Clave Desempeño (KPIs)

Los indicadores claves de desempeño, o KPIs por sus siglas en inglés, forman parte del conjunto de métricos que la administración moderna utiliza para saber si el negocio está logrando los objetivos y metas planteadas por la gerencia.(Arosemena Eduardo 2022)

Los KPIs (Key Performance Indicators) en el ámbito educativo son indicadores claves de desempeño que permiten medir y evaluar el rendimiento de instituciones, programas, docentes y estudiantes. Sirven para analizar el cumplimiento de objetivos académicos, administrativos y de calidad educativa.

6.15. Indicadores de Éxito

Los indicadores de desempeño son medidas utilizadas para evaluar el rendimiento de una organización y su capacidad para alcanzar objetivos, permitiendo así evaluar el logro de metas y la efectividad de la planeación estratégica. Estos indicadores son fundamentales porque proporcionan información necesaria para supervisar y corregir el desarrollo de los procesos dentro de la empresa, además de permitir un monitoreo constante de la eficacia y eficiencia en la ejecución de actividades. En resumen, los indicadores de desempeño son esenciales para entender y mejorar la efectividad organizacional, asegurando que las acciones

se alineen con las necesidades del entorno.(Sharon Alvaro, Hernandez Diana, and Delgado Guadalupe 2021).

En el contexto actual, donde la competitividad y la eficiencia son fundamentales para el éxito educativo, el uso de indicadores de desempeño se ha vuelto indispensable para las organizaciones. Estos indicadores, que pueden ser tanto cuantitativos como cualitativos, sirven como herramientas clave para medir y evaluar el rendimiento en relación con los objetivos estratégicos establecidos.

6.16. Monitoreo

El monitoreo se define como una función imprescindible de la gestión que ofrece elementos que contribuyen a la toma de decisiones y a la adopción de acciones correctivas para ajustar los objetivos estratégicos y programas asociados en las dimensiones de la calidad de vida. Es fundamental para asegurar los resultados deseados al proporcionar información continua sobre el progreso de las actividades y su efectividad en el cumplimiento de los objetivos establecidos.(Delgado 2023).

El monitoreo en la educación es un componente crítico para garantizar la calidad y la eficacia de los procesos educativos. A través de la evaluación sistemática de indicadores como la variación anual del número de graduados y el rendimiento académico, se puede obtener una visión clara del desempeño del sistema educativo. Este proceso permite a los responsables de la educación identificar áreas de mejora y realizar ajustes necesarios en las estrategias pedagógicas y administrativas. Además, el monitoreo facilita la toma de decisiones informadas, asegurando que los recursos se utilicen de manera efectiva para alcanzar los objetivos educativos establecidos.

6.16.1 Herramientas de Monitoreo

Las herramientas de monitoreo y observación son aplicaciones y sistemas diseñados para recopilar, analizar y visualizar datos relacionados con el rendimiento, la disponibilidad y

el comportamiento de los sistemas y aplicaciones. Estas herramientas ofrecen a los equipos de operaciones y desarrollo una visión detallada de cómo funcionan sus sistemas en tiempo real y les permiten identificar y solucionar problemas de manera proactiva.(Sentry 2023).

Para el presente proyecto se utilizará las siguientes herramientas de monitoreo las cuales serán de sumo valor y ayudarán, en la propuesta de nuestra investigación.

6.16.1.1 TikTok estudio

TikTok Studio es una aplicación de gestión y creación de contenido pensada para ayudar a los creadores a hacer crecer sus cuentas y a editar, cargar y administrar su contenido desde una única plataforma. También puedes acceder a TikTok Studio con herramientas de creador limitadas desde la aplicación móvil de TikTok o desde la versión del navegador web.(TikTok 2025).

TikTok Studio es una herramienta que permite a los creadores de contenido gestionar y optimizar sus publicaciones en TikTok, lo que puede ser de gran utilidad en el ámbito educativo. En el contexto de la educación superior, esta plataforma facilita la creación de contenido atractivo y dinámico que puede ser utilizado para informar a los estudiantes sobre actividades académicas, procesos administrativos y mecanismos de participación estudiantil. Además, el uso de TikTok Studio permite analizar métricas de visualización, interacción y retención de la audiencia, lo que ayuda a las instituciones a evaluar el impacto de su comunicación y mejorar la manera en que transmiten mensajes clave al estudiante.

link de las Herramientas.

6.16.1.2 YouTube Analytics.

YouTube Analytics es una herramienta que permite a los creadores de contenido de YouTube analizar el rendimiento de sus canales y videos.(Google 2025).

YouTube Analytics es una herramienta fundamental para evaluar la efectividad de los contenidos audiovisuales en la educación. A través de métricas detalladas, como la cantidad

de visualizaciones, el tiempo de reproducción y la tasa de retención de la audiencia, las instituciones educativas pueden medir el impacto de sus videos informativos y mejorar la calidad de sus materiales. Además, la segmentación de audiencia permite identificar qué tipo de contenido es más relevante para los estudiantes y ajustar las estrategias de comunicación. Esto es especialmente útil en la implementación de mecanismos de escucha, ya que permite analizar la respuesta de los estudiantes a videos educativos o comunicados institucionales y adaptar futuras estrategias de difusión.

Link directo a la youtube y tik tok

6.16.1.3 Google Forms

Google Forms ayuda a Gestionar registros de eventos, crear encuestas de opinión rápidas y cuestionarios, y mucho más. Con Formularios de Google, se puede crear encuestas o cuestionarios directamente desde el navegador web o móvil, sin tener que usar ningún software especial. Podemos ver los resultados al instante, en el momento en que se envían, y organizarlos en gráficos para consultarlos fácilmente.(Google 2025).

Google Forms se ha convertido en una herramienta esencial para la recopilación de información en el ámbito educativo, permitiendo a docentes y administradores obtener datos precisos sobre la percepción de los estudiantes. En el contexto de los mecanismos de escucha, esta herramienta facilita la recolección de opiniones, sugerencias y niveles de satisfacción mediante encuestas anónimas o personalizadas. Su facilidad de uso y accesibilidad permite que los estudiantes expresen sus inquietudes de manera rápida y efectiva, proporcionando información valiosa que puede ser utilizada para mejorar la comunicación institucional y fortalecer la toma de decisiones basada en datos.

6.16.1.4 Hootsult

Hootsuite te permite gestionar mejor tus canales sociales, atraer a nuevas audiencias y hacer crecer tu marca. Sean cuales sean tus necesidades de redes sociales, te ayudaremos a ir más lejos y más rápido.

Desde la escucha inteligente de redes sociales y el compromiso hasta el comercio social y la atención al cliente con IA, Hootsuite cuenta con una plataforma escalable, una amplia experiencia, asociaciones industriales y una visión audaz para ayudarte a ofrecer experiencias digitales de primera clase a tus clientes en cada etapa de su viaje.(Hootsuite 2024).

Hootsuite es una plataforma de gestión de redes sociales que permite a las instituciones educativas monitorear y organizar sus interacciones con los estudiantes en múltiples plataformas digitales. En el contexto de los mecanismos de escucha, esta herramienta facilita la recopilación y análisis de comentarios, preguntas y tendencias de conversación en redes sociales, lo que permite a las universidades identificar preocupaciones y necesidades de los estudiantes en tiempo real. Además, la automatización de publicaciones y la programación de contenidos garantizan una comunicación constante y efectiva, fortaleciendo la relación entre los estudiantes y la administración universitaria.

7. Metodología

7.1. Método

El presente trabajo de investigación se orienta al análisis de la implementación de los mecanismos de escucha en los procesos de acreditación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi. A partir de este análisis, se pretende identificar buenas prácticas, vacíos comunicacionales y factores que inciden en la participación de los distintos actores institucionales, especialmente los estudiantes.

La metodología utilizada responde a la necesidad de comprender un fenómeno complejo que combina dinámicas institucionales, interacción en entornos digitales y percepción subjetiva de los participantes. Por ello, se adopta un enfoque metodológico que permita explorar en profundidad estas dimensiones, generando evidencia útil para la formulación de recomendaciones orientadas a fortalecer los procesos comunicacionales.

Además de describir la situación actual, el estudio busca establecer pautas y estrategias concretas para optimizar los mecanismos de escucha institucional. En este sentido, el método se justifica no solo por su valor descriptivo, sino por su finalidad aplicada, al contribuir a la toma de decisiones institucionales informadas y al diseño de intervenciones comunicacionales contextualizadas y participativas.

7.2. Enfoque de la investigación

La presente investigación adopta un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos con el propósito de realizar un análisis integral y detallado sobre la implementación de mecanismos de escucha en el contexto universitario. Este enfoque permite abordar el fenómeno desde múltiples dimensiones, reconociendo tanto la riqueza de las percepciones subjetivas como la objetividad de los datos medibles. Según Hernández Sampieri (2020) la investigación mixta integra elementos de ambos enfoques con el objetivo de lograr una comprensión más completa y profunda de los fenómenos estudiados, especialmente en contextos educativos complejos.

Desde la perspectiva cualitativa, se empleará la técnica del focus group para explorar en profundidad las experiencias, percepciones y valoraciones de estudiantes, docentes y actores vinculados a los procesos de acreditación. Esta herramienta permite analizar dinámicas interpersonales y patrones discursivos, fundamentales para comprender cómo se configuran y reciben los mecanismos de escucha institucional. Paralelamente, el enfoque cuantitativo se centrará en el análisis de métricas provenientes de la plataforma TikTok, tales

como visualizaciones, tasas de interacción, comentarios y niveles de retención. Estos datos permitirán observar patrones de comportamiento digital que reflejan el alcance y efectividad de las estrategias comunicacionales empleadas.

La articulación de ambos enfoques posibilita una evaluación más completa y equilibrada, generando evidencia empírica que respalde propuestas de mejora y garantice la pertinencia de los mecanismos diseñados.

7.3. Nivel de Investigación Descriptivo.

Esta investigación se sitúa en un grado descriptivo, ya que su objetivo primordial es describir los sistemas de escucha implementados o sugeridos en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Este método es esencial para proporcionar una ilustración clara y organizada de cómo se interpretan estos mecanismos, cómo se anticipa su funcionamiento en la práctica institucional y cómo son vistos por los diferentes participantes universitarios implicados.

La investigación descriptiva permite identificar patrones, tendencias y aspectos clave del fenómeno estudiado, sin manipular variables, pero sí proporcionando información valiosa para su análisis y comprensión. Como señalan Medina Marín Laura y Rojas López Miguel. (2022) “la investigación descriptiva tiene como objetivo proporcionar una representación precisa y detallada de un fenómeno, facilitando la identificación de patrones y tendencias” (p. 12).

En este contexto, se utilizará la técnica del focus group como método principal de recolección de datos cualitativos, lo cual favorecerá la discusión colectiva de percepciones, experiencias y sugerencias. Este enfoque interactivo permite profundizar en las interpretaciones que los participantes otorgan a los mecanismos de escucha, generando insumos relevantes para el diseño de estrategias institucionales más efectivas.

7.4. Técnica e instrumentos de recolección de Información.

La investigación se apoya en un enfoque metodológico mixto, empleando técnicas cualitativas y cuantitativas para obtener una visión amplia y profunda del fenómeno estudiado. En el componente cualitativo, se utilizó la técnica del focus group, mientras que en el componente cuantitativo se recurrió al análisis de métricas digitales extraídas de redes sociales, TikTok. Plataforma relevante por su influencia en la comunicación institucional contemporánea.

7.4.1 Focus Group

El focus group permite explorar la percepción y experiencia de los participantes mediante un diálogo abierto y colaborativo. Esta técnica resulta idónea cuando se busca comprender fenómenos sociales en contextos donde la interacción entre los actores genera conocimiento significativo. Reunir a los participantes en una discusión grupal posibilita identificar consensos, divergencias y propuestas que enriquecen la comprensión del objeto de estudio.

Para estructurar y guiar la aplicación del focus group se diseñó una guía metodológica con los siguientes elementos:

Preguntas abiertas, centradas en la efectividad de los canales de comunicación institucional y en las sugerencias para su mejora, tales como:

- "¿Podrían compartir una palabra o frase que les venga a la mente cuando escuchan el término mecanismos de escucha'?"
- ¿Cómo definirían en sus propias palabras los mecanismos de escucha en el contexto educativo?
- ¿Qué importancia consideran que tienen estos mecanismos para mejorar la comunicación entre los estudiantes, profesores y la administración universitaria?

- ¿Qué experiencias han tenido con los mecanismos de comunicación existentes en la Facultad? (Ejemplo: buzones de sugerencias, encuestas, reuniones).
- ¿Cómo perciben la efectividad de estos mecanismos?
- ¿Considera que los mecanismos actuales permiten a los estudiantes expresar sus inquietudes y sugerencias de manera efectiva?
- ¿Qué cambios o mejoras recomendaría implementar?
- Desde su perspectiva como empleador, ¿qué tan valiosa considera la retroalimentación efectiva entre estudiantes y docentes para la preparación de futuros profesionales?
- ¿Cuáles creen que son las principales barreras que impiden una comunicación efectiva entre los estudiantes y la administración?
- ¿Qué mecanismos consideran que podrían fomentar una mejor escucha activa y participación estudiantil?
- ¿Qué habilidades relacionadas con la comunicación y la escucha busca en los graduados que contrata?
- ¿Cómo podría la universidad incorporar estas habilidades en su interacción con los estudiantes?
- ¿Qué estrategias podrían implementarse para promover una cultura de escucha activa en la universidad?
- Si pudieran diseñar un nuevo mecanismo de escucha para la Facultad, ¿cómo sería? (Explorar ideas específicas como paneles estudiantiles, aplicaciones digitales, reuniones periódicas).
- ¿Qué rol consideran que deberían tener los estudiantes, profesores y empleadores en la implementación de estos mecanismos?

- ¿Cómo se podrían medir los resultados y la efectividad de los nuevos mecanismos de escucha?
- ¿Qué tipo de herramientas digitales o canales de comunicación creen que harían más efectiva la participación de los estudiantes, docente y empleadores en los procesos de acreditación y en la transmisión de información académica?
- ¿Por qué piensan que esos medios serían más atractivos o cercanos para ustedes?”
- ¿Hay algo más que deseen agregar o que consideren relevante sobre el tema?

Las respectivas preguntas detalladas anteriormente se las realizo a los participantes del focus group.

Duración: Las sesiones duraron aproximadamente 45 minutos y fueron moderadas para asegurar la participación de todos los asistentes.

Registro: Las sesiones fueron grabadas (con autorización previa) y complementadas con notas de campo para su posterior análisis cualitativo por codificación temática.

Como complemento a la técnica cualitativa, se emplearon métricas digitales como técnica cuantitativa. Inicialmente se consideraron las métricas proporcionadas por TikTok Studio, las cuales permiten analizar variables como número de visualizaciones, me gusta, comentarios, tasa de retención, y crecimiento de seguidores.

Esta plataforma ofrece datos en tiempo real que permite medir el impacto de los mensajes, identificar contenidos más efectivos y reajustar estrategias de comunicación de acuerdo con las preferencias de la audiencia estudiantil. De esta manera, se fortalece la evaluación de los mecanismos de escucha y se facilita la toma de decisiones basada en evidencia.

En conjunto, la integración del focus group con el análisis de métricas de TikTok, permite triangular los datos obtenidos y mejorar la fiabilidad del estudio. Este enfoque

metodológico asegura una comprensión más integral de los canales de participación estudiantil, considerando tanto las percepciones subjetivas como el comportamiento objetivo en entornos digitales.

7.5. Población y Muestra

La población de esta investigación está compuesta por los estudiantes matriculados en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas en las carreras de: (Mercadotecnia, Gestión del Talento Humano y Administración de Empresas) de la Universidad Técnica de Cotopaxi, los cuales tienen un total de 1008 estudiantes, quienes constituyen el grupo de interés principal para la implementación de mecanismos de escucha en el contexto de los procesos de acreditación.

Dado el enfoque cualitativo de este estudio, no se aplicó un muestreo estadístico convencional. En su lugar, se emplearon dos estrategias complementarias de recolección de información.

Para el focus group se seleccionó intencionalmente un grupo de 10 personas representativo de estudiantes de distintas carreras y niveles de la facultad, también un profesor y un empleador externo con el fin de obtener percepciones profundas sobre los canales de comunicación institucional, su efectividad y sus propuestas de mejora. La selección fue no probabilística por criterios, considerando diversidad académica y participación activa en la vida universitaria.

Para ello se eligió estudiantes de las carreras de: Administración de Empresas, Talento Humano y Mercadotecnia, quienes representan el grupo central de análisis. Con forme a esto se integró la participación y perspectiva de una docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas y un empleador externo, con el fin de incorporar una perspectiva inicial y representativa de otros actores relevantes en los procesos de acreditación.

El grupo final se integró por diez participantes: Ocho estudiantes, una docente y una representante del sector productivo los cuales fueron seleccionados a conveniencias para ayudar con la investigación cualitativa de este estudio.

Este diseño metodológico permite integrar datos objetivos provenientes de plataformas digitales con las interpretaciones subjetivas de los miembros de la comunidad universitaria. La articulación de ambos enfoques refuerza la validez del estudio y permite desarrollar propuestas contextualizadas, inclusivas y sostenibles para la mejora de los mecanismos de escucha en la institución.

A continuación, se detallan los participantes que se seleccionaron para dicho focus group:

Tabla 3

Participantes Focus Group

NOMBRE	EDAD	Sexo	FORMACIÓN
Brandon Gómez	19	Masculino	Estudiante de la carrera de administración de empresas
Joel Toapanta	19	Masculino	Estudiante de Administración de empresas
Daysi Tigasi	20	Femenino	Estudiante de Mercadotecnia
Cristina Naranjo	20	Femenino	Estudiante de Mercadotecnia
Mishel Tipanluisa	20	Femenino	Estudiante de Mercadotecnia
Bryan Obando	21	Masculino	Estudiante de Gestión del Talento Humano
Susana Ruiz	21	Femenino	Estudiante de Gestión del Talento Humano
José Zurita	27	Masculino	Estudiante de Gestión del Talento Humano
Angelita Romero	35	Femenino	Docente de la Facultad

Nota: Elaboración Realizada por los Investigador

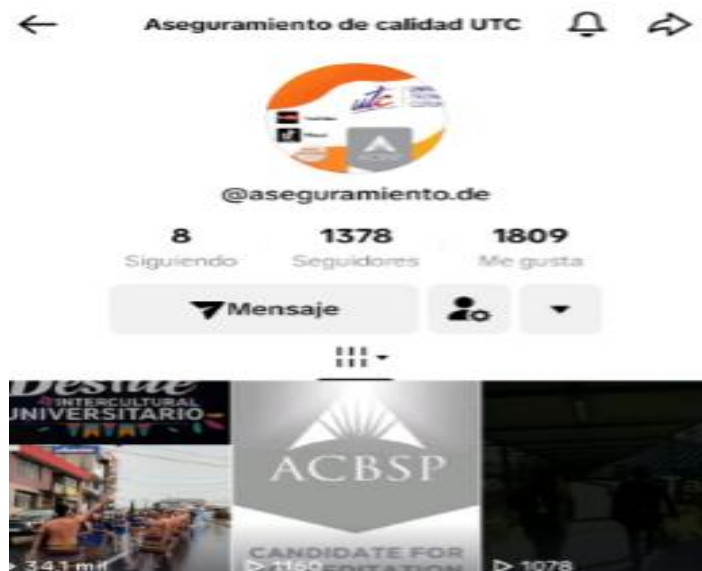
Cristina Sánchez	41	Femenino	Empleador Utopía Farms
------------------	----	----------	------------------------

Seguidores e interacciones en TikTok: Como parte del diseño del mecanismo de escucha, se utilizó la red social TikTok mediante un canal institucional creado para este fin. Inicialmente, dicho canal alcanzó aproximadamente 1.378 seguidores; sin embargo, fue cerrado por motivos administrativos. Posteriormente, fue recuperado con éxito, y al momento de la presente investigación, el canal cuenta con una base de seguidores aún mayor y mantiene un ritmo de crecimiento activo. Las métricas analizadas incluyen visualizaciones, comentarios, reacciones, veces compartido y crecimiento de audiencia, los cuales son utilizados como indicadores clave de desempeño (KPIs) para evaluar la participación estudiantil y el impacto del contenido institucional.

Para el componente cuantitativo, la población se definió a partir del universo digital conformado por los 1.378 seguidores de la cuenta institucional de TikTok, cifra obtenida mediante la herramienta TikTok Studio, que proporciona datos actualizados sobre visualizaciones, comentarios, interacciones y contenido compartido. Debido a que se tiene acceso completo a la totalidad del comportamiento de estos usuarios, no fue necesario aplicar un muestreo estadístico, dado que se trabajará sobre el universo disponible, garantizando una observación precisa de patrones de participación e interacción digital.

Ilustración 5

Número de Seguidores en TikTok



Nota: Extraído de la Aplicación TikTok.

8. Análisis De Resultados

8.1. Cualitativos

El presente análisis cualitativo se basa en la realización de un focus group con estudiantes, profesores y empleadores que participan en los procesos de acreditación, con el propósito de comprender cómo perciben y experimentan los mecanismos de escucha en la mejora de la educación. A través del diálogo e intercambio de ideas en un entorno grupal, se generó una discusión enriquecida que permitió identificar percepciones compartidas, divergencias y propuestas sobre la efectividad de estos mecanismos en la toma de decisiones institucionales.

8.1.1 Focus Group

El focus group se llevó a cabo con la participación de un grupo diverso de actores vinculados a la facultad de ciencias administrativas y económicas, la cual fue conformada principalmente por estudiantes de las carreras de administración de empresas, talento humano, y mercadotecnia. Adicional, se integro las perspectiva de una docente y un empleador externo, lo cual permitió enriquecer el análisis desde distintas miradas del proceso formativo y de acreditación.

Durante la sesión, los estudiantes expresaron que si bien existen espacios para opinar (como encuestas, reuniones), no siempre sienten que sus opiniones tienen impacto real. Uno de los participantes afirmó: “Yo participe en una encuesta sobre la carrera, pero nunca supe si hicieron algo con los que dijimos”

La docente participante destacó la necesidad de mejorar la comunicación institucional señalando que: “Las reuniones académicas se enfocan en lo administrativo pero rara vez se nos consulta sobre mecanismos de mejora desde la enseñanza”

En cuanto al empleador invitado, su visión se centró en el perfil del egresado indicando que: “Nos gustaría que las universidades tengan un canal directo para dar retroalimentación sobre prácticas preprofesionales, eso ayudaría a alinear mejor la formación con la realidad del trabajo”

Si bien la participación de personal administrativos y graduados no fue posible en esta fase del estudio, se reconoce que estos grupos se constituyen como actores claves en los procesos de acreditación. Su visión puede aportar valiosa retroalimentación sobre la calidad del servicio institucional y la pertinencia de la formación recibida. Por ello, se recomienda incluirlos en futuras etapas del plan de mecanismos de escucha.

Tabla 4

Barreras efectividad Mecanismos de Escucha

¿Cuáles creen que son las principales barreras que impiden una comunicación efectiva entre los estudiantes y la administración?	% de Participación
Falta de confianza en los mecanismos	54%
Información poco clara por parte de la universidad	46%
Total	100%

Nota: Elaboración realizada por los investigadores

Así mismo el focus group reflejó opiniones divididas sobre el uso de encuestas como mecanismo de escucha. Un 50% de los participantes las consideró útiles y aplicables, mientras que el otro 50% las percibió como inefectivas y mal diseñadas. Este hallazgo indica

que, si bien las encuestas pueden ser una herramienta valiosa, su diseño y aplicación requieren mejoras para aumentar su impacto y credibilidad.

Tabla 5

Uso de mecanismos Actuales

¿Qué experiencias han tenido con los mecanismos de comunicación existentes en la Facultad? (Ejemplo: buzones de sugerencias, encuestas, reuniones)	% De Participacion
Útiles y aplicables	50%
Ineficientes y mal diseñados	50%
Total	100%

Nota: Elaboración realizada por los investigadores

Los participantes sugirieron diversas estrategias para optimizar la comunicación entre estudiantes y la administración. La opción con mayor respaldo fue el uso de videos interactivos, con un 40% de aceptación. Esto sugiere que los estudiantes prefieren formatos dinámicos y accesibles para recibir información y expresar sus opiniones.

Otras propuestas destacadas incluyen la implementación de paneles estudiantiles y reuniones periódicas (34%), lo que indica la necesidad de espacios formales y recurrentes para el diálogo. Además, el 26 % de los participantes mencionó que talleres de comunicación y escucha activa podrían fortalecer la relación entre estudiantes y autoridades.

Tabla 6

Estrategias Para Optimizar la Comunicación

¿Que uso de contenido cree que es le mas beneficioso para los estudiantes docentes y empleadores?	% de Participación
Uso de videos interactivos	40%

Paneles estudiantiles y reuniones periódicas	34%
Talleres de comunicación y escucha activa	26%
Total	100%

Nota: Elaboración realizada por los investigadores

Así mismo se evidencio una fuerte preferencia por el uso de canales digitales visuales, siendo YouTube la plataforma más mencionada por los participantes, un 35% de las opiniones se concentraron en una clara preferencia por el contenido audiovisual, considerando más accesible, dinámico y fácil de comprender que los formatos escritos tradicionales por su parte, el 30% de los participantes propuso de forma directa el uso de un canal institucional en YouTube, considerándolo el medio más adecuado para la difusión de información académica. Asimismo, un 20% valoro especialmente la interactividad que ofrecen estas plataformas, destacando la posibilidad de dejar comentarios y sentir mayor cercanía con la institución. Finalmente, el 15% de los aportes se relacionó con la utilidad del canal en procesos de acreditación, señalando que facilitaría la participación estudiantil en evaluaciones y actividades de mejora continua. Estos resultados reafirman que la implementación de un canal de YouTube institucional es coherente con las necesidades comunicativas de los estudiantes, y constituye una herramienta efectiva dentro del mecanismo de escucha activa y participación académica

Tabla 7

Estrategias Para Optimizar la Comunicación

¿Qué tipo de herramientas digitales o canales de comunicación creen que harían más efectiva la participación de los estudiantes, docente y empleadores en los procesos de acreditación y en la transmisión de información académica?	% De Participación
Preferencia Por contenido Visual	35%
Propuesta directa del canal de YouTube	30%
Valoración de la Interactividad y cercanía	20%
Relación en procesos de Acreditación y mejora	15%
TOTAL	100%

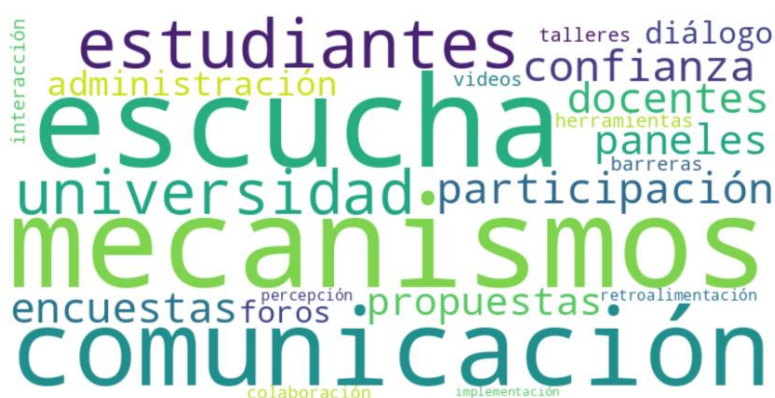
Nota: Elaboración realizada por los investigadores

8.1.2 Nube de palabras del Focus Group

Para comenzar el estudio de los resultados de la nube de palabras creada a partir de las respuestas de alumnos, profesores y empleadores, es esencial entender las tendencias y patrones que surgen de los datos. La nube de palabras nos permite identificar de forma precisa y breve las palabras que son más frecuentes y sobresalen en el conjunto de respuestas.

Ilustración 6

Nube de Palabras



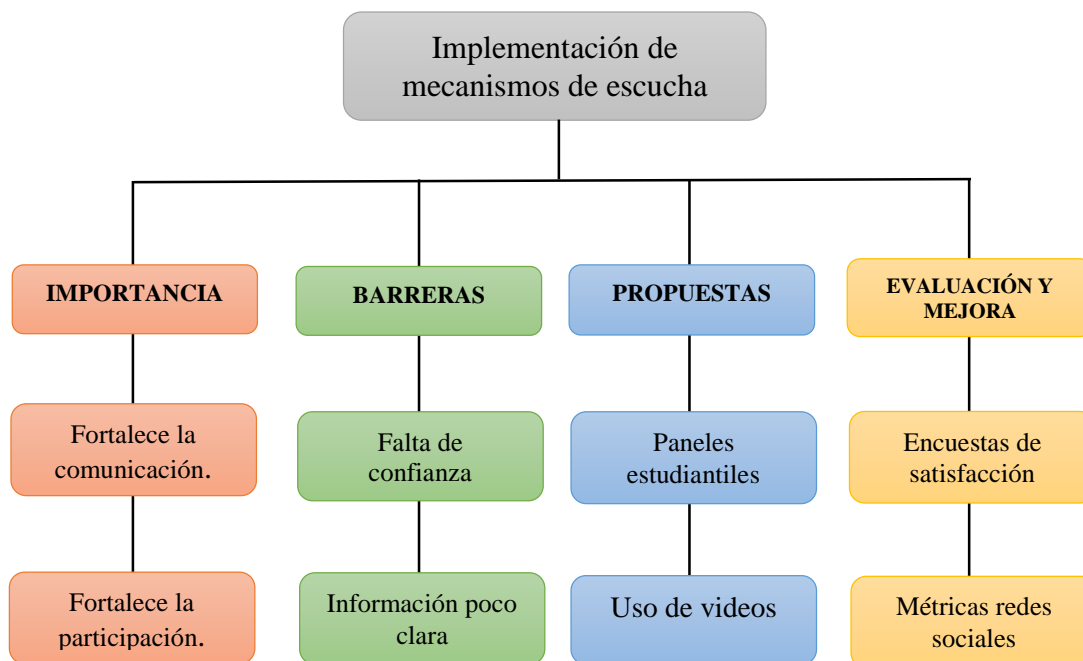
Nota: Elaborado por los investigadores

La nube de palabras refleja la importancia de la comunicación y la escucha dentro de la universidad, destacando la necesidad de establecer mecanismos efectivos que fomentan la interacción entre estudiantes, docentes y la administración. Conceptos como participación, confianza y dialogo sugieren que mejorar la comunicación requiere un ambiente abierto y colaborativo. Además, términos como encuestas, fotos y paneles indican que existe diversas estrategias para recopilar opiniones y fortalecer la retroalimentación en la toma de decisiones.

Así mismo, se reconoce desafíos como las barreras en la comunicación y la necesidad de una adecuada implementación de estos mecanismos. La presencia como propuestas, colaboraciones e interacción resalta la importancia de trabajar en conjunto para optimizar la comunicación universitaria. Este análisis evidencia un enfoque en la mejora de los canales de

comunicación, promoviendo una mayor participación y confianza en la comunidad académica.

8.1.2.1 Mapa conceptual



El presente mapa conceptual se incorpora como una síntesis de los hallazgos obtenidos en el focus group realizado, con el propósito de representar de manera clara y estructurada los aspectos clave en la implementación de mecanismos de escucha dentro del contexto universitario. A través de esta representación, se destacan los principales elementos abordados en la discusión, incluyendo la importancia de la comunicación y la participación, las barreras identificadas, las propuestas para mejorar el proceso y los métodos de evaluación y mejora. Este esquema facilita la comprensión de los resultados obtenidos y sirve como referencia para el desarrollo de estrategias que optimicen.

8.1.3 Síntesis de Consecuencia

- Los participantes reconocen los mecanismos de escucha como herramientas clave para mejorar la comunicación en la universidad.

- Se identificaron barreras como la falta de confianza y la comunicación institucional poco clara.
- Existen diferencias en la percepción de herramientas como las encuestas, ya que algunos las ven útiles, mientras que otros consideran que no reflejan adecuadamente las inquietudes de los estudiantes.
- Se propusieron estrategias como paneles estudiantiles, debates, foros abiertos y uso de videos para mejorar la comunicación y la retroalimentación.

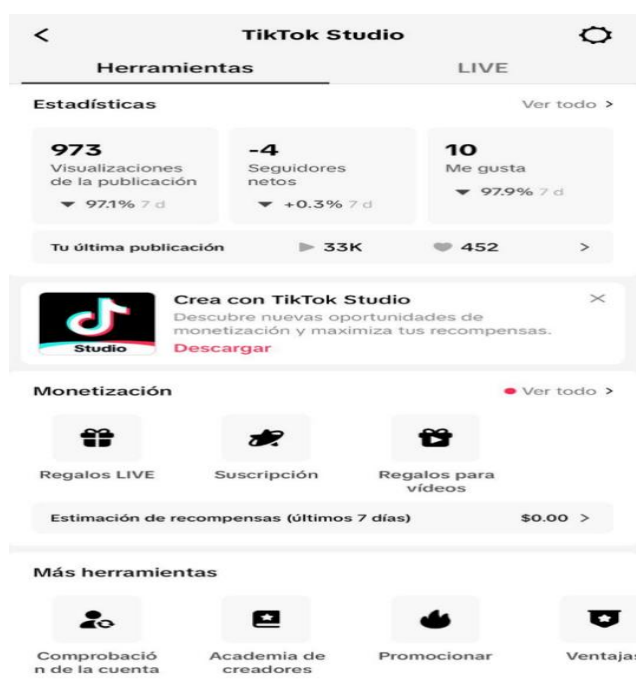
8.2. Resultados Cuantitativos.

Al iniciar el análisis de los resultados cuantitativos, es esencial examinar y procesar los datos numéricos obtenidos a lo largo del estudio, permitiendo identificar tendencias, relaciones y patrones que aporten a una interpretación precisa de la información recopilada

8.2.1 Métricas de Tik Tok.

Ilustración 7

Datos Estadísticos Tik Tok



Nota: Extraído de la Plataforma TikTok

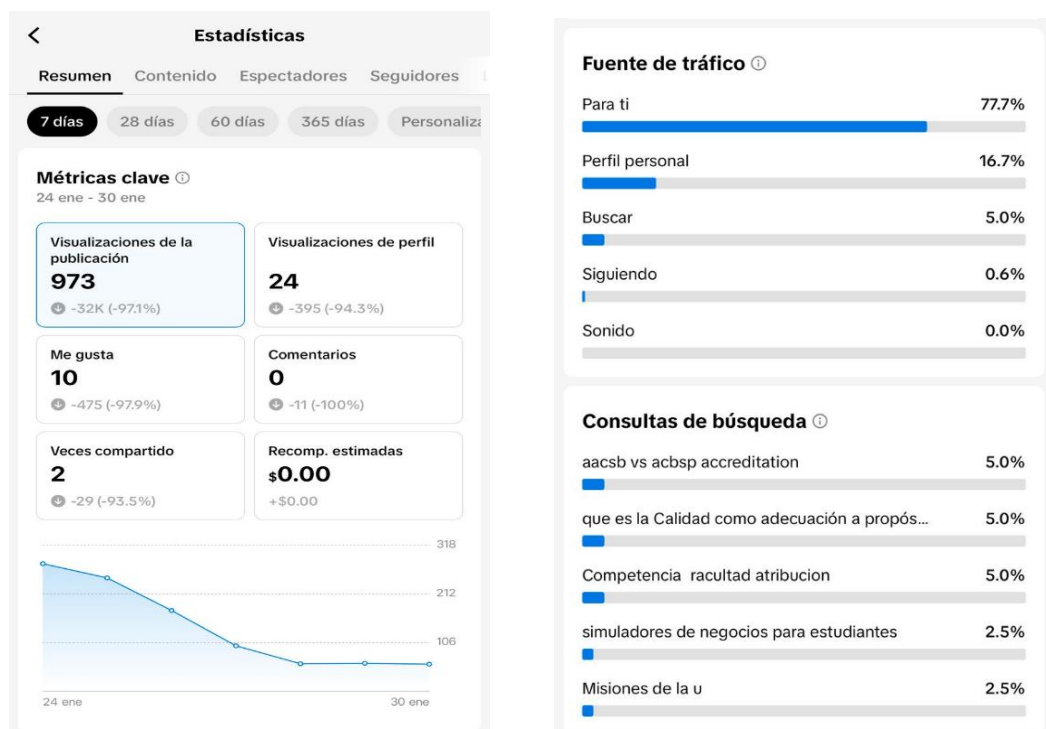
Análisis:

Las estadísticas de la cuenta de TikTok revelan un bajo rendimiento general en los últimos 7 días, del (24 al 30 de enero). Se observa una disminución significativa del 97.1% en las visualizaciones de las publicaciones, lo que indica una reducción considerable en el alcance de contenido. En cuanto al crecimiento de seguidores netos hubo una pérdida de 4 seguidores, aunque este indicador presenta un ligero incremento porcentual del +0.3% en la misma ventana temporal. Además, la publicación recibió 10 “me gusta”, evidenciando una reducción considerable del 97.9% respecto a los datos anteriores.

Por otro lado, la última publicación de la cuenta alcanzo 33,000 (33k) visualizaciones y acumulo 452 “me gustas”, sugiriendo que las estadísticas generales actuales reflejan un rendimiento inferior comparado con publicaciones previas más exitosas.

Ilustración 8

Datos Estadísticos TikTok



Nota: Extraído de la Plataforma TikTok

Análisis:

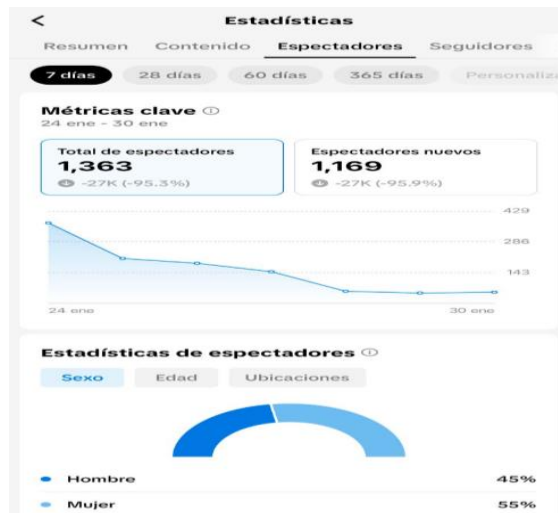
Durante el periodo comprendido entre el 24 y 30 de enero, las métricas clave muestran un descenso significativo en el rendimiento. Las visualizaciones de la publicación alcanzaron las 973, lo que representa una disminución de 32,000 visualizaciones (-97.1%) respecto al periodo anterior. Así mismo, las visualizaciones de perfil fueron de solo de 24, reflejando una caída de 395 visitas (-94.3%). En cuanto a la interacción, se registraron 10 “Me gusta” (-97.9%), 0 comentarios (-100%) y 2 compartidos (-93.5%).

El tráfico se originó principalmente desde la sección “Para ti”, que aportó el 77.7% del total. El perfil personal contribuyó con un 16.7%, mientras que las búsquedas generaron el 5.0%. Las interacciones provenientes de “Siguiendo” fueron mínimas (0.6%), y no hubo tráfico generado desde el uso de sonidos (0.0%).

Finalmente, las principales consultas de búsqueda incluyen temas académicos educativos, destacando frases como “aacsb vs acbsp acreditación” y “que es la calidad como educación”, ambas con un 5.0% de contribución. También destacan términos como “simuladores de negocios para estudiantes” y “misiones de la u” cada uno con un 2.5%

Ilustración 9

Datos Estadísticos Espectadores Tik Tok



Nota: Extraído de la Plataforma TikTok

Análisis:

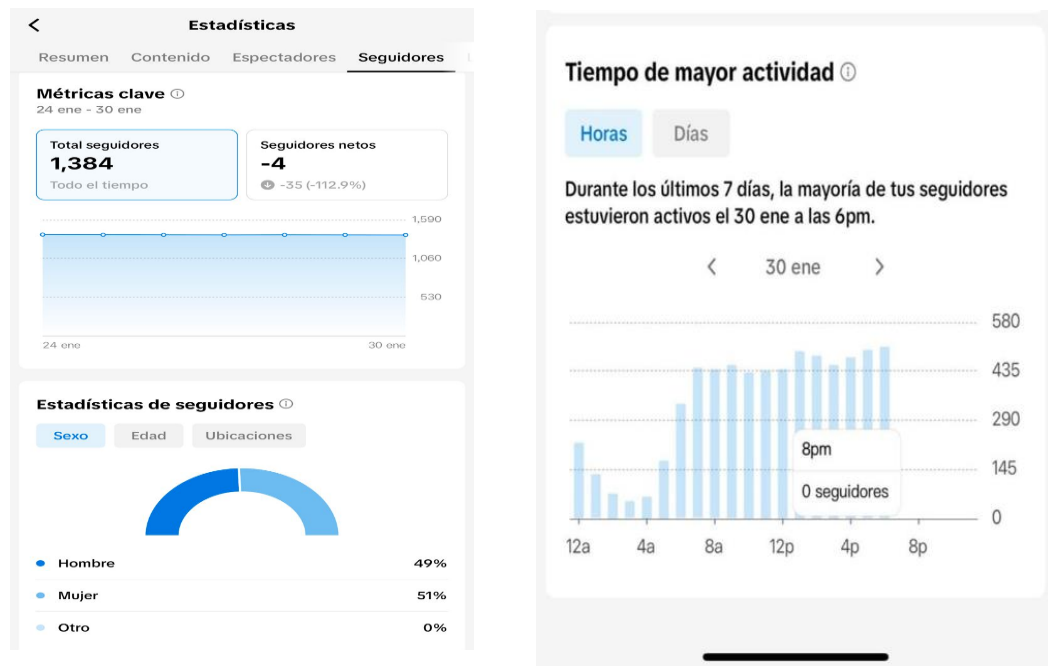
Las estadísticas de la cantidad de espectadores reflejan una disminución significativa en el periodo del 24 al 30 de enero. El número total de espectadores registrados es 1,363, lo que representa una caída de 27,000 espectadores, equivalente a un descenso del 95.3%. De manera similar, los espectadores nuevos también experimentan una reducción drástica, alcanzando solo 1,169, con una disminución de 27,000 espectadores, lo que equivale a un 95.9% en comparación con el periodo anterior.

El gráfico de líneas confirma esta tendencia descendente, mostrando una reducción continua en la cantidad de espectadores a lo largo de los días analizados. En los primeros días, la cantidad de espectadores era significativamente mayor, pero con el paso del tiempo, la cifra fue disminuyendo progresivamente hasta estabilizar en valores bajos hacia el final del periodo.

En cuanto a la distribución por género, el 55% de los espectadores son mujeres, mientras que el 45% son hombres. Esto indica que la audiencia tiene una leve predominancia femenina, aunque la diferencia no es muy marcada.

Ilustración 10

Datos Estadísticos Seguidores Tik Tok



Nota: Extraído de la Plataforma TikTok

Análisis:

El análisis de las estadísticas de los seguidores indica que la cuenta de TikTok cuenta con un total de 1,384 seguidores acumulados. Sin embargo, durante el periodo del 24 al 30 de enero, se observa una disminución en la cantidad de seguidores netos, con un valor de -4, lo anterior, equivalente a una variación del -112.9%. El grafico de crecimiento de seguidores muestra una tendencia estable sin cambios significativos en la cantidad total de seguidores a lo largo del periodo analizado.

Así mismo las estadísticas reflejan que tienen una distribución equitativa entre los géneros de los seguidores. El 49% de los seguidores se identifican como hombres, mientras que el 51% se identifican como mujeres. La categoría “Otro” no presenta datos registrados, lo que nos da a entender que no hay seguidores que se identifiquen fuera de las opciones binarias proporcionadas por la plataforma.

En cuanto a la actividad de los seguidores, los datos reflejan que el mayor nivel de interacción ocurrió el 30 de enero a las 6:00 p.m. El análisis del gráfico muestra un incremento progresivo en la actividad desde la madrugada, alcanzando una estabilidad durante el mediodía y la tarde, con su punto máximo en la hora mencionada.

Después de las 6:00 p.m., la actividad de los seguidores comienza a disminuir de manera paulatina. A las 8:00 p.m., se registra un nivel de interacción nulo, lo que indica una baja presencia de usuarios en la plataforma durante ese horario.

Los resultados obtenidos a partir del análisis de las estadísticas de la cuenta de TikTok reflejan una disminución considerable en las interacciones y en el alcance de las publicaciones durante el periodo comprendido entre el 24 y el 30 de enero. Esta tendencia negativa se evidencia en distintos indicadores clave, como la reducción de las visualizaciones de publicaciones, la pérdida neta de seguidores y la disminución drástica en la cantidad de interacciones.

Uno de los aspectos más notorios es la caída del 97.1% en las visualizaciones de publicaciones, lo que indica una disminución sustancial en el alcance del contenido compartido. Esto puede estar relacionado con cambios en la frecuencia de publicaciones, una reducción en la relevancia del contenido para la audiencia o una menor aparición en la sección "Para ti" de la plataforma. La caída en las visualizaciones también podría reflejar una disminución en el interés del público objetivo o un posible ajuste en el algoritmo de TikTok que impactó negativamente el rendimiento de las publicaciones.

En cuanto al crecimiento de seguidores, se reporta una pérdida neta de 4 seguidores, lo que representa una variación negativa del -112.9%. aunque esta pérdida no es extremadamente significativa en términos absolutos, en el contexto de una cuenta en crecimiento, cualquier retroceso puede ser una señal de alerta. Es posible que este fenómeno

esté relacionado con una menor actividad de la cuenta, una reducción en la calidad percibida del contenido o una disminución en la fidelización de los seguidores.

El análisis del tráfico de la cuenta revela que la mayor parte de las vistas provienen de la sección “Para ti”, con 77.7% del total, lo que sugiere que la estrategia de contenido previamente implementada tenía un buen posicionamiento dentro de esta sección. Sin embargo, la disminución en el alcance puede indicar que el contenido reciente no ha tenido el mismo desempeño en términos de algoritmo o interacciones. Además, la baja cantidad de visualizaciones de perfil (24 en total) y la reducción en los “Me gusta” (-97.9%) refuerzan la idea de que el contenido no ha generado suficiente interés o no ha logrado captar la atención de nuevos usuarios.

Otro punto relevante en los resultados es la disminución del número de espectadores. La caída del 95.3% en el número total de espectadores y del 95.9% en los espectadores nuevos evidencia una tendencia decreciente en la audiencia. Este fenómeno podría atribuirse a una combinación de factores, como la disminución del impacto de publicaciones anteriores, la falta de contenido viral reciente o la saturación del mercado en la temática de la cuenta. La distribución por género indica que hay un leve predominio de audiencia femenina (55%), lo que podría ser un factor a considerar en futuras estrategias de contenido y segmentación.

En lo que respecta a los seguidores, la distribución por género muestra un equilibrio entre hombres (49%) y mujeres (51%). Esta información sugiere que el contenido tiene un atractivo relativamente igualitario para ambos grupos, lo que puede ser una ventaja si se busca ampliar la audiencia. Sin embargo, el hecho de que no haya datos en la categoría “otro” podría indicar una falta de diversidad en la audiencia a una limitación en la forma en que la plataforma recopila datos.

Finalmente, el análisis de la actividad de los seguidores muestra que el mayor nivel de interacción ocurrió el 30 de enero a las 6:00 p.m., lo que sugiere que ese es un horario clave

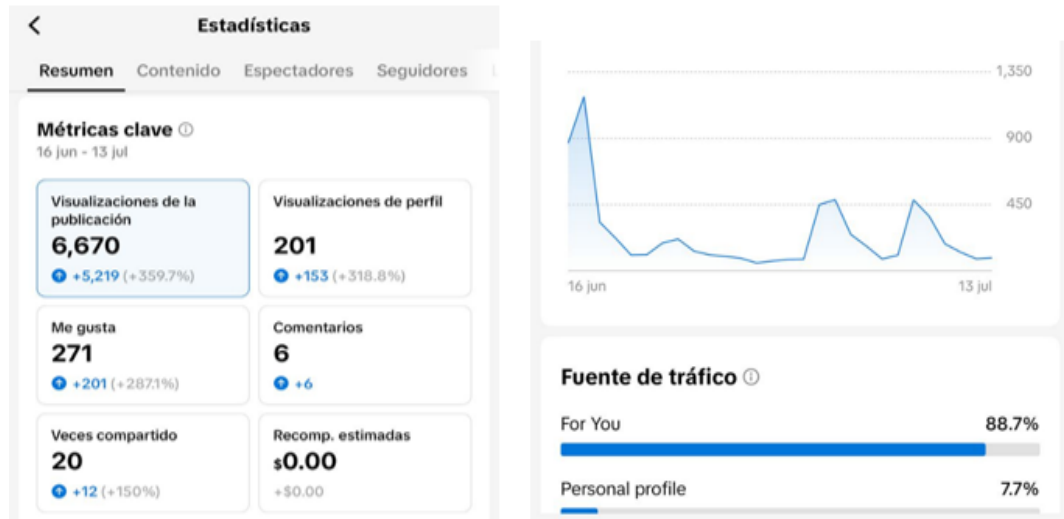
para la publicación de contenido. Este hallazgo es relevante, ya que permite identificar momentos óptimos para la generación de interacciones y el alcance de publicaciones futuras. No obstante, la rápida disminución de la actividad después de las 8:00 p.m., indica que hay periodos en los que el contenido tiene menos probabilidades de ser visto y compartido.

En sí, estos resultados ponen en evidencia la necesidad de realizar ajustes en la estrategia de contenido de la cuenta para revertir la tendencia negativa. Aunque la pérdida de visualizaciones y seguidores podría atribuirse a múltiples factores, es fundamental evaluar las prácticas actuales y considerar mejoras en la frecuencia, calidad y relevancia del contenido publicado. Así mismo, es recomendable analizar en mayor profundidad las tendencias de interacción y las preferencias del público para optimizar el rendimiento en la plataforma de TikTok.

En una primera etapa, los contenidos audiovisuales se difundieron a través de una cuenta institucional de TikTok que posteriormente fue desactivada por razones administrativas. Por ello, la presente sección recoge las métricas actualizadas correspondientes a una nueva cuenta institucional, en la cual se continuó con la estrategia de implementación de mecanismos de escucha digital. Esta actualización permite reflejar de manera más precisa los resultados alcanzados con los contenidos producidos en el marco de la propuesta.

Ilustración 11

Nuevas Métricas Cuenta Tik Tok.



Nota: Extraído de la Plataforma TikTok

Análisis

Durante el periodo comprendido entre el 16 de junio y el 13 de julio, las métricas clave muestran un aumento significativo en el rendimiento de la publicación. Marcando una tendencia positiva en comparación con el periodo anterior.

Las visualizaciones de la publicación alcanzaron un total de 6,670, lo que representa un crecimiento de +5,219 visualizaciones, equivalente a un 359,7% de incremento. Esta mejora también se refleja en las visualizaciones del perfil, que fueron 201, mostrando un aumento de +153 vistas, es decir, un +318,8%. Estos datos evidencian un mayor interés por parte de los usuarios, tanto en el contenido como en el creador.

En cuanto a la interacción, se registraron 271 “Me gusta”, con un aumento de +201, lo que equivale a un +287.1%. también se contabilizaron 6 comentarios, lo que representa un incremento del 100% respecto al periodo anterior, y 20 veces compartido, lo que significa una mejora del +150% (+12 veces más).

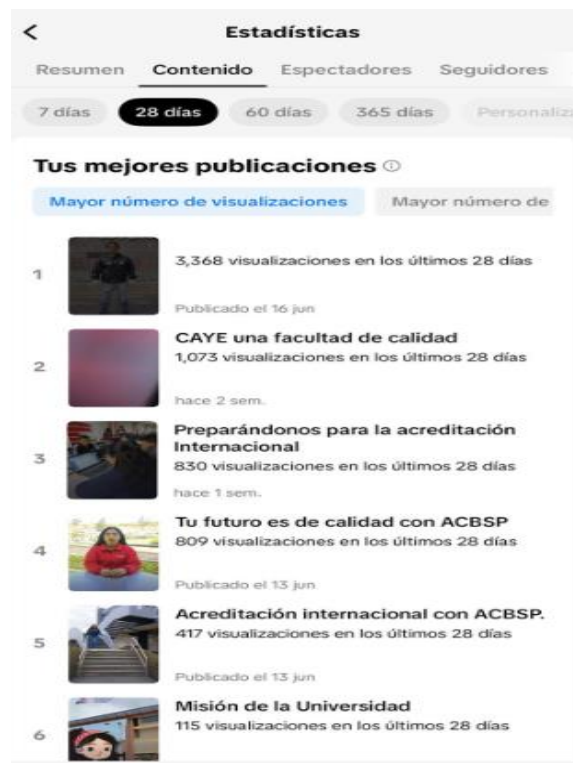
Así mismo se muestra picos irregulares, destacando días específicos de alto rendimiento intercalados con días de baja actividad, lo que podría reflejar una publicación intermitente o que ciertos videos generaron mayor atracción que otros.

Respecto a la fuente de tráfico, la mayor parte provino de la pestaña “For You”, con un 88.7% del total, lo que indica que el contenido fue favorecido por el algoritmo y alcanzo una audiencia amplia de manera organiza. En segundo lugar, el perfil personal genero un 7.7% del tráfico, una cantidad menor pero aun relevante para impulsar la interacción directa con el creador

Este desempeño refleja una mejoría considerable en visibilidad e interacción, posiblemente por una mayor calidad del contenido, uso adecuado de hashtags, tendencias o simplemente una mayor constancia en las publicaciones.

Ilustración 12

Estadísticas de publicaciones TikTok



Nota: Extraído de la Plataforma TikTok

Análisis:

Las publicaciones han reflejado un desempeño destacado, especialmente en términos de visualizaciones, evidenciando la efectividad de ciertos contenidos para captar la atención

de a audiencia. La publicación con mayor número de visualizaciones, representando claramente el contenido más viral y exitoso del periodo. En segundo lugar, el video titulado “CAYE una facultad de calidad”, publicado hace dos semanas, sumo 1,073 visualizaciones, confirmando un interés sostenido por los temas relacionados con calidad académica.

El resto de publicaciones también mostraron resultados relevantes:

Tabla 7

Visualizaciones de publicaciones nueva cuenta TikTok

Tema	Tiempo de publicación	Visualizaciones
Preparándonos para la acreditación internacional	Publicado el 08 de julio	830
Tu futuro es de calidad con ACBSP	Publicado el 13 de junio	809
Acreditación internacional con ACBSP	Publicado el 13 de junio	417
Misión de la universidad	Publicado el 22 de noviembre del 2024	115

Nota: Elaboración Realizada por el Investigador

Estos datos reflejan que los contenidos más vinculados directamente con el proceso de acreditación internacional y mensajes institucionales sobre la calidad académica lograron un mejor rendimiento, concentrando la mayor parte de las visualizaciones. Por otro lado, se observa una notable diferencia entre el video más visto y los que se ubican en posiciones inferiores, lo que sugiere que ciertos factores, como la fecha de publicación, el formato, la presentación visual o incluso el mensaje, pudieron influir en la viralidad.

Ilustración 13

Datos de Expectores Nueva página de Tik Tok



Nota: Extraído de la Plataforma TikTok

Análisis:

Las métricas estadísticas de espectadores muestran un crecimiento significativo, reflejando un mayor alcance y efectividad del contenido. El total de espectadores alcanzó los 3,735, lo que representa un incremento de +3,132 espectadores, equivalente a un +519,4% respecto al periodo anterior. Dentro de este total, se identificaron 1,482 espectadores nuevos, con un aumento de +1,261, lo que supone un notable crecimiento del +570,6%. Estos datos evidencian que el contenido no solo logró retener a usuarios habituales, sino que también captar la atención de una audiencia nueva.

El gráfico de tendencias muestra picos marcados de visualizaciones, destacando fechas con alto rendimiento (como el 9 de julio, que alcanzó 368 espectadores), intercaladas con días de menor actividad. Esta irregularidad puede deberse a la publicación de contenidos específicos que despertaron mayor interés o a factores externos como horarios y días de publicación.

Respecto a la composición del público por sexo, se observa un equilibrio casi perfecto: 51% hombres y 49% mujeres, mientras que el porcentaje correspondiente a “otro”

es el 0%. Este equilibrio es positivo, ya que indica que el contenido genera interés de manera uniforme entre ambos géneros, ampliando el potencial de alcance.

Ilustración 14

Estadísticas de Seguidores Nueva Cuenta TikTok



Nota: Extraído de la Plataforma TikTok

Análisis

El desempeño del perfil en términos de crecimiento de seguidores muestra resultados positivos, aunque moderados en comparación con el crecimiento de visualizaciones y espectadores. El total de seguidores acumulados alcanzó los 14,10. En este mismo periodo, se registraron 28 seguidores netos, con un incremento de +30 respecto al periodo anterior, lo que representa un crecimiento relativo de -1500% (dato que puede deberse a una corrección o ajuste en la plataforma respecto a seguidores ganados y perdidos). Este dato sugiere que, si bien hubo nuevos seguidores, también se presentaron bajas, manteniéndose el crecimiento neto en una cifra modesta.

El gráfico de tendencias muestra que, tras un pico inicial alrededor del 16 de junio, las variaciones diarias de nuevos seguidores se mantuvieron relativamente estables, con leves

repuntes puntuales, pero sin alcanzar picos de gran magnitud. Esto podría reflejar que, aunque el contenido tuvo mayor alcance e interacción, la conversión a nuevos seguidores fue limitada.

Respecto al perfil de la audiencia, la distribución por sexo indica una ligera mayoría femenina (52% mujeres) frente al 48% hombres, manteniendo un equilibrio que favorece la diversidad del público alcanzado.

En conjunto, estos resultados evidencian que el contenido ha logrado mantener e incluso atraer nuevos seguidores, aunque el crecimiento no ha sido tan alto como el observado en visualizaciones e interacciones. Esto indica la necesidad de reforzar estrategias orientadas específicamente a la capacitación de seguidores, como llamados directos a seguir el perfil, generación de series de contenido que inviten a quedarse o publicaciones más constantes que fomente la fidelización.

Triangulación

La triangulación de resultados permite contrastar los hallazgos cualitativos y cuantitativos para obtener una visión más integral sobre la implementación de los mecanismos de escucha en los procesos de acreditación universitaria. A través del análisis del focus group y los datos obtenidos de redes sociales, se identifican puntos de convergencia y divergencia en la percepción de estudiantes, docentes, personal administrativo y compañeros.

Este proceso facilita la validación de resultados y refuerza la comprensión de las barreras y oportunidades para optimizar los canales de comunicación institucionales.

Categoría	Resultados Cualitativos (Grupo Focal)	Resultados Cuantitativos (Métricas TikTok)	Interpretación / Convergencias
Importancia de los mecanismos de escucha en la universidad.	El 100% de los participantes del grupo focal reconocen que los mecanismos de escucha son esenciales para la comunicación entre estudiantes, docentes y administrativos. Sin	En la cuenta de TikTok utilizada en la investigación, se observa un bajo nivel de interacción en los últimos días, con una reducción del 97.1% en las visualizaciones de publicaciones y una baja	Aunque los participantes valoran los mecanismos de escucha, la falta de participación en plataformas digitales sugiere que estos no están logrando captar el interés de la comunidad universitaria o no se

Falta de confianza en los mecanismos de comunicación institucional.	<p>embargo, se menciona que su implementación aún presenta barreras que limitan su impacto. El 60% de los participantes expresan desconfianza en los mecanismos de escucha de la universidad, ya que consideran que sus sugerencias y opiniones no generan cambios reales en la gestión institucional.</p>	<p>participación de la audiencia.</p>	<p>están implementando de manera efectiva.</p>
Información poco clara y barreras en la comunicación	<p>Un 40% de los participantes mencionaron que la información proporcionada por la universidad no es clara, lo que dificulta la comprensión de procesos administrativos y de comunicación.</p>	<p>Durante el período analizado, la cuenta de TikTok perdió 4 seguidores netos, lo que representa una variación negativa del -112.9%, lo que indica una disminución en la fidelización del público.</p>	<p>La falta de confianza en los mecanismos de escucha podría estar reflejándose en la disminución del interés y participación de los estudiantes en plataformas digitales, ya que sienten que su voz no es tomada en cuenta.</p>
Estrategias de mejora sugeridas para fortalecer la comunicación	<p>Los participantes del grupo focal propusieron diversas estrategias para mejorar la comunicación con la administración. El 70% mencionó que los videos interactivos serían una herramienta efectiva, mientras que el 60% sugirió la implementación de paneles estudiantiles y reuniones periódicas.</p>	<p>En TikTok, las interacciones también fueron bajas, con solo 10 "Me gusta", 0 comentarios y 2 compartidos en el período analizado. Además, la disminución del 95,3% en el número total de espectadores indica una pérdida de interés en el contenido.</p>	<p>La falta de claridad en la comunicación institucional puede estar afectando la forma en que los estudiantes interactúan con los contenidos digitales. Si la información no es clara en la universidad, es posible que tampoco encuentren valor en los canales digitales, lo que explicaría la baja participación en TikTok. Existe una coincidencia entre lo sugerido en el focus group y los datos cuantitativos. Si bien las publicaciones recientes han tenido baja interacción, los videos en plataformas digitales han demostrado tener un alto potencial para llegar a la comunidad universitaria. Esto refuerza la idea de que los videos interactivos pueden ser una estrategia clave para mejorar la comunicación y el engagement.</p>

Nota: Elaborada por los Investigadores

9. Discusión de Resultados

Los hallazgos obtenidos a lo largo del presente estudio ponen en evidencia tanto los avances como las limitaciones en la implementación de mecanismos de escucha en el contexto universitario. Si bien se reconoce ampliamente su importancia, la efectividad real de

estos mecanismos se ve afectada por factores estructurales y comunicacionales que deben ser abordados con urgencia.

Uno de los aspectos más críticos identificados fue la falta de confianza de los estudiantes hacia los canales institucionales. El 60% de los participantes manifestó que sus opiniones no generan cambios concretos, lo cual influye directamente en su motivación para participar en espacios de retroalimentación. Esta desconfianza se ve reflejada también en el desempeño de las redes sociales institucionales, donde, a pesar del alcance potencial, la interacción se ha mantenido baja. Por ejemplo, durante un período reciente, se reportó una pérdida de seguidores y una drástica disminución del 97.1% en visualizaciones de contenido en TikTok

Otro aspecto relevante es la claridad insuficiente de la información institucional. Un 40% de los participantes señaló que los mensajes emitidos por la universidad suelen ser confusos o poco accesibles. Esto se correlaciona con el bajo nivel de interacción en plataformas digitales: publicaciones extensas, sin una narrativa clara o sin elementos visuales atractivos, tienden a generar escasa participación. Esta situación reafirma la necesidad de profesionalizar y planificar estratégicamente la comunicación digital, con énfasis en formatos adaptados al entorno actual.

En contraste, los datos cualitativos y cuantitativos muestran un consenso en torno a las propuestas para mejorar la comunicación. El 70% de los estudiantes considera que los videos interactivos, especialmente difundidos por redes sociales como TikTok, son herramientas idóneas para explicar procesos, resolver dudas y fomentar el diálogo. A esto se suman iniciativas como los paneles estudiantiles, los foros abiertos y los talleres de escucha activa, que fueron bien valoradas por su potencial para generar espacios de interacción directa y continua con las autoridades académicas

La triangulación de resultados refuerza la validez de estas conclusiones, al evidenciar una alta correspondencia entre lo que piensan los actores institucionales, lo que muestran las métricas digitales y lo que sugieren las tendencias comunicacionales actuales. Si bien existe una clara voluntad de participar y mejorar, esta debe ser canalizada adecuadamente mediante acciones visibles, respuestas oportunas y herramientas accesibles que conecten con las preferencias reales de la comunidad universitaria.

Finalmente, se destaca que, a pesar de los desafíos, hay señales de oportunidad. Algunas publicaciones pasadas lograron altos niveles de alcance (más de 30.000 visualizaciones y 452 “me gusta”), lo que demuestra que la comunidad responde positivamente cuando el contenido es relevante, dinámico y bien estructurado. Por tanto, el reto institucional consiste no solo en ampliar los canales de escucha, sino en convertirlos en mecanismos efectivos, constantes y confiables, capaces de sostener la participación en el tiempo y contribuir a una cultura universitaria basada en la corresponsabilidad y la mejora continua.

10. Impacto Social, Educativo y Tecnológico

Impacto Social

La implementación de mecanismos de escucha dentro de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi tendrá un impacto social significativo, principalmente al mejorar la comunicación entre la comunidad universitaria. Actualmente, los estudiantes enfrentan dificultades para expresar sus inquietudes y necesidades dentro de la institución, lo que limita su participación en la toma de decisiones. Con la inclusión de estrategias innovadoras como focus groups, redes sociales y paneles estudiantiles, se generará un espacio de diálogo abierto que fortalecerá la relación entre los alumnos y la administración. Esto fomentará una mayor integración y sentido de

pertenencia, lo que a su vez reducirá la desconexión y la desconfianza dentro del ecosistema universitario.

Además, este impacto se reflejará en una mejor gobernanza institucional. La universidad podrá tomar decisiones más informadas basadas en las opiniones y expectativas de los estudiantes, docentes y personal administrativo, promoviendo así una cultura organizacional más inclusiva y democrática. En el largo plazo, estos mecanismos no solo mejorarán la satisfacción estudiantil, sino que también contribuirán a la construcción de una comunidad académica más cohesionada, en la que todos los actores.

Impacto Educativo

El impacto educativo de la implementación de mecanismos de escucha es fundamental, ya que permitirá mejorar la calidad académica al alinear la oferta educativa con las necesidades reales de los estudiantes. A través de la recopilación y análisis de datos mediante encuestas, focus groups y plataformas digitales como TikTok y YouTube, la universidad podrá identificar áreas de mejora en sus procesos de enseñanza, metodologías y servicios de apoyo estudiantil. Esto garantizará una experiencia educativa más enriquecedora y adaptada a las demás.

Otro aspecto clave del impacto educativo es su contribución al cumplimiento de estándares de acreditación. Las universidades que implementan mecanismos de escucha efectivos tienen una ventaja competitiva al demostrar que su gestión académica es transparente, participativa y basada en datos reales. Esto no solo facilita la obtención y renovación de acreditaciones, sino que también mejora la reputación institucional y la confianza de los estudiantes en la calidad de su formación. Asimismo, al integrar estrategias de escucha activa, la universidad podrá anticiparse a nuevas tendencias y necesidades educativas, promoviendo así una educación más dinámica y alineada con los estándares internacionales.

Impacto Tecnológico

La adopción de redes sociales como herramientas de retroalimentación representa una innovación en los canales institucionales de escucha. Este impacto se traduce en el fortalecimiento de la competencia digital de la institución, así como en la optimización del uso de recursos tecnológicos para fines académicos y administrativos. Además, permite recopilar datos medibles mediante indicadores clave de desempeño (KPIs), lo que facilita una gestión basada en evidencia.

11. Propuesta del plan de implementación de mecanismos de escucha

Plan de Implementación de mecanismos de escucha efectivos en los procesos de acreditación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

11.1. Transición hacia Mecanismos de Escucha con Enfoque Digital

La Universidad Técnica de Cotopaxi, a través de su experiencia en procesos de autoevaluación y acreditación, ha desarrollado varios mecanismos institucionales de escucha que permiten recoger información valiosa de la comunidad universitaria. Algunos de los más representativos incluyen la junta académica, las encuestas de satisfacción, los focus group con empleadores y las evaluaciones de clima laboral. Estos recursos han sido especialmente útiles en el diagnóstico institucional y en la toma de decisiones académicas y administrativas.

Sin embargo, estos mecanismos han operado históricamente desde estructuras formales que no siempre garantizan una participación activa, constante y espontánea del estudiantado. En este contexto, el presente plan parte del reconocimiento de estos instrumentos tradicionales, pero apuesta por ampliar el espectro de escucha con estrategias más accesibles, dinámicas y afines al entorno digital que rodea al estudiante actual.

Por esta razón, se plantea el desarrollo de mecanismos de escucha digital exclusivamente enfocados en los estudiantes, utilizando plataformas de uso cotidiano como

TikTok y, de forma destacada, un canal institucional en YouTube. Este canal ha sido creado como parte de la presente propuesta, con el fin de difundir contenidos producidos por y para estudiantes, incluyendo videos informativos, testimonios, entrevistas y mensajes relacionados con el proceso de acreditación.

A través de estas herramientas digitales, se busca no solo informar, sino también recoger percepciones, generar interacción bidireccional y fortalecer el vínculo entre la facultad y su comunidad estudiantil. De este modo, los nuevos mecanismos digitales se integran a los tradicionales para construir una estrategia institucional más integral, participativa y centrada en la mejora continua desde la voz directa del estudiante.

11.2. Introducción

La calidad educativa en las instituciones de educación superior no puede entenderse sin la participación activa de sus actores principales, especialmente en contextos de evaluación externa como los procesos de acreditación. En este marco, los mecanismos de escucha emergen como herramientas fundamentales para garantizar que las decisiones institucionales reflejen las necesidades, expectativas y experiencias de la comunidad universitaria. Estos mecanismos permiten establecer canales de comunicación eficaces, transparentes y sostenibles entre estudiantes, docentes, personal administrativo y actores externos, generando una cultura de mejora continua basada en la retroalimentación.

En la Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC), particularmente en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, se ha identificado la necesidad de implementar mecanismos de escucha que trasciendan las formas tradicionales de comunicación y respondan a las dinámicas actuales de interacción, especialmente en entornos digitales. Esta necesidad fue planteada inicialmente en el trabajo de titulación desarrollado por Montesdeoca Shirley (2024), quien propuso un modelo de mecanismos de escucha orientado a fortalecer los procesos de autoevaluación y acreditación institucional. En dicha tesis, se establecieron

fundamentos teóricos y técnicos que sirven como base para el presente plan, consolidando esta propuesta como una continuación operativa de su investigación.

Así, el presente Plan de Implementación de Mecanismos de Escucha desarrolla y ejecuta la propuesta formulada por Montesdeoca Shirley (2024), integrando un enfoque institucional y digital que reconoce el rol activo de las redes sociales, el análisis de métricas y la participación directa de los actores académicos. Este plan busca articular canales efectivos de comunicación, establecer estructuras organizativas claras y generar un sistema de retroalimentación que contribuya a la excelencia académica y al cumplimiento de los estándares de acreditación nacional e internacional.

En esta nueva fase del plan, se ha definido un enfoque exclusivo hacia el grupo estudiantil, reconociendo que su participación activa y su percepción sobre la calidad educativa son determinantes para los procesos de mejora continua y acreditación institucional. Los estudiantes no solo son receptores de las políticas académicas, sino actores fundamentales cuyas experiencias, opiniones y propuestas enriquecen el proceso formativo y legitiman las decisiones institucionales.

Por ello, el presente Plan de Implementación de Mecanismos de Escucha se centra únicamente en la comunidad estudiantil de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas (Mercadotecnia, Gestión del Talento Humano, Administración de Empresas) de la Universidad Técnica de Cotopaxi. Además, se incorpora como innovación el uso de un canal de YouTube creado y gestionado por los propios estudiantes, el cual servirá como una herramienta clave de escucha digital para recoger opiniones, promover el diálogo y divulgar información relevante.

11.3. Objetivos del plan

Objetivo General:

Desarrollar un plan de implementación de mecanismos de escucha efectivos y sostenibles en los procesos de acreditación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, fomentando la participación activa estudiantil mediante canales digitales e institucionales incluyendo la creación de un canal de YouTube.

Objetivos Específicos:

- Diagnosticar las necesidades comunicacionales de los grupos de interés a partir de los resultados obtenidos en la investigación.
- Proponer técnicas y estrategias digitales que promuevan la participación activa de los estudiantes y de los grupos de interés mediante uso de canales accesibles y sostenibles.
- Establecer un cronograma tentativo y los recursos necesarios para la ejecución del plan, garantizando su viabilidad a largo plazo.

11.4. Identificación de Grupos de interés

El grupo de interés prioritario de este plan son los estudiantes, docentes, empleadores quienes representan el núcleo activo de la comunidad universitaria y los principales beneficiarios de las políticas de calidad educativa. La propuesta reconoce la diversidad de esta población, incluyendo a estudiantes de nuevo ingreso, regulares y en proceso de titulación.

Su involucramiento garantiza una visión desde la experiencia directa, lo que permite adaptar las estrategias institucionales a sus expectativas reales, mejorar los servicios académicos y fomentar una cultura de participación genuina. Al priorizar al estudiantado, se

busca fortalecer los canales de comunicación horizontal, generar sentido de pertenencia y consolidar una comunidad universitaria más empoderada e informada.

11.4.1 Estudiantes

Constituyen el grupo primario, dado su rol central en la experiencia educativa y en los procesos de autoevaluación académica. Su opinión permite identificar fortalezas, debilidades, necesidades y oportunidades de mejora dentro del entorno de aprendizaje, a través de los mecanismos de escucha, se espera recopilar percepciones sobre:

- La calidad de la enseñanza y Servicios Académicos.
- La comunicación institucional.
- El uso de plataformas como redes sociales y canales de atención.
- El ambiente universitario y participación estudiantil.

11.4.2 Docentes

Los docentes aportan una perspectiva pedagógica y operativa clave para los procesos de mejora continua. Su experiencia directa en el aula y su interacción con la planificación académica los convierte en actores estratégicos. Su participación se dará mediante:

- Encuestas Digitales sobre prácticas docentes y gestión institucional
- Grupos focales temáticos con docentes representantes de carreras.
- Participación en foros o espacios virtuales de retroalimentación.

11.4.3 Empleadores

Los empleadores externos ofrecen una visión crítica sobre la formación profesional recibida por los egresados, así como las competencias demandadas en el entorno laboral, aunque su participación suele ser menos frecuente, es clave en los procesos de acreditación, se prevé su aporte a través de:

- Encuestas digitales Breves sobre desempeño de pasantes o egresados.
- Grupos Focales o entrevistas virtuales (cuando sea posible)

- Espacio de retroalimentación empresarial mediante convenios o reuniones institucionales.
- Canales digitales abiertos para sugerencias u observaciones.

11.4.4 Buyer person de los 3 grupos de interés identificados.

Tabla 8

Buyer Person Estudiantes

Elemento	Descripción
Nombre	Brandon Gómez
Edad	21 años
Carrera	Administración de empresas
Características	Activo en redes sociales (TikTok, Instagram, YouTube), busca información práctica y valora contenido visual
Motivaciones	Quiere aportar su opinión, sentirse escuchado y conocer como impacta su participación en la acreditación.
Comportamiento digital	Disfruta ver videos explicativos y testimonios en YouTube, consume videos cortos y participa en encuestas online.

Nota: Elaboración realizada por los Investigadores

Tabla 9

Buyer person Docentes

Elemento	Descripción
Nombre	Jorge Pérez
Edad	38 años
Carrera	Docente de la Facultad (FCAYE)
Características	Con experiencia en enseñanza, usa Facebook, correo institucional y también consulta videos en YouTube para actualizar sus clases.
Motivaciones	Quiere conocer percepciones estudiantiles, mejorar sus prácticas docentes y apoyar el proceso de acreditación

Comportamiento digital	Visualizar videos informativos en YouTube sobre acreditación, revisa publicaciones institucionales y participa en foros virtuales
-------------------------------	---

Nota: Elaboración realizada por los investigadores.

Tabla 10

Buyer Person Empleadores

Elemento	Descripción
Nombre	Cristina Sánchez
Edad	42 años
Sector	Gerente de Recursos Humanos en empresa local
Características	Valora contenidos concretos y claros, accede a videos institucionales en YouTube para conocer mejor el perfil de los estudiantes egresados.
Motivaciones	Quiere aportar a la calidad educativa asegurando que los egresados tengan las competencias que demanda el mercado.
Comportamiento digital	Consulta videos breves en YouTube sobre programas académicos, completa encuestas digitales y participa en entrevistas virtuales.

Nota: Elaboración Realizada por los Investigadores.

11.5. Selección de Canales de Comunicación

Uno de los elementos fundamentales para garantizar la efectividad de los mecanismos de escucha es la selección adecuada de los canales de comunicación, que deben facilitar la interacción bidireccional, ser accesibles para todos los grupos de interés y adaptarse a los hábitos de consumo informativo de los distintos actores universitarios.

En consonancia con esta línea, el presente plan prioriza canales digitales que permitan recoger, difundir y retroalimentar información clave durante los procesos de acreditación. La selección se fundamenta en criterios de alcance, familiaridad tecnológica, participación efectiva y capacidad de análisis de métricas. Los canales elegidos son:

a) TikTok

Plataforma digital ampliamente utilizada por el segmento estudiantil. Su formato breve, visual y dinámico permite difundir contenidos relacionados con acreditación,

encuestas, preguntas frecuentes y avances del proceso. Además, ofrece herramientas de analítica que permiten identificar el grado de interacción de los usuarios y la recepción de los mensajes institucionales.

b) YouTube Shorts

Complementa el uso de TikTok al permitir una difusión masiva de videos informativos en formato corto. Es ideal para entrevistas, testimonios estudiantiles y resúmenes visuales de actividades vinculadas al proceso de acreditación, fomentando la transparencia institucional y la participación activa.

Elegido como canal principal para alojar videos explicativos, capsulas informativas, testimonios y resultados del proceso de acreditación, su formato audiovisual facilita la comprensión de temas complejos y mejora el alcance.

Fecha de lanzamiento aproximada: 7 de octubre de 2025 coincidiendo con el inicio del nuevo ciclo académico, para captar el interés del estudiante desde el inicio.

c) Formularios de Google (Google Forms)

Herramienta clave para la aplicación de encuestas, sondeos y recolección de opiniones estructuradas. Se enlaza fácilmente a través de redes sociales y canales institucionales, permitiendo análisis cuantitativos y cualitativos posteriores.

La articulación de estos canales permite implementar un ecosistema comunicacional integral, accesible y adaptable, que fortalece la cultura de escucha activa en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.

11.6. Estrategias y Técnicas Propuestas

Las estrategias se diseñaron tomando como base los resultados del Focus Group, en el cual se reflejaron las necesidades de información clara visual y accesible, así como la importancia de fomentar participación activa.

Tipo de estrategias	Descripción de Estrategias	Técnicas implementadas	Justificación
Creación y consolidación del canal institucional en YouTube	Desarrollar un canal oficial para la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas en YouTube, que funcione como repositorio audiovisual permanente, ofreciendo videos explicativos sobre el proceso de acreditación, entrevistas con docentes, capsulas informativas en YouTube shorts, y transmisiones en vivo.	-Producción de videos de 3 a 5 minutos sobre avances y beneficios de la acreditación. -Realización de Transmisiones en vivo para resolver dudas en tiempo real.	El focus group evidencio que los estudiantes y docentes valoran los contenidos accesibles y explicativos ; YouTube asegura disponibilidad y fácil consulta
Comunicación Visual en redes sociales.	Publicar micro contenidos dinámicos y visualmente atractivos en TikTok y YouTube Shorts para informar sobre acreditación, actividades y mecanismos de retroalimentación.	Creación de videos cortos (30-60 segundos) en formato vertical (9:16). Integración de subtítulos y música para aumentar engagement.	El focus group indicó que los estudiantes consumen información preferentemente en redes sociales y en formato breve.
Encuestas y retroalimentación digital	Implementar formularios en Google Forms para recoger opiniones, sugerencias y valoraciones sobre los procesos académicos y de acreditación.	Diseño de encuestas específicas por grupo de interés. Distribución mediante correo institucional y redes sociales.	Permite recopilar información directa para mejorar los procesos y garantizar la participación activa
Espacios informativos para docentes	Establecer sesiones virtuales mediante Zoom y grabarlas para su difusión en el canal de YouTube. Estas sesiones permitirán explicar lineamientos y resolver inquietudes relacionadas con la acreditación.	Webinars programados en coordinación con la Dirección de Carrera. Generación de actas digitales para registro de participación.	Los docentes requieren espacios formales para mantenerse informados y garantizar la transparencia del proceso.

11.7. Cronograma de actividades

El cronograma de actividades está constituido como una herramienta fundamental para la planificación, organización y seguimiento del presente plan de implementación de los mecanismos de escucha propuestos en el marco del. Su función principal es asegurar la coordinación eficiente entre los actores involucrados y permitir la ejecución oportuna de las

acciones de comunicación institucional, en especial aquellas relacionadas con los procesos de acreditación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Cada actividad calendarizada responde a fechas clave dentro del ciclo académico y cultural de la universidad, aprovechando momentos estratégicos para difundir contenido relevante, promover la interacción con los estudiantes y recolectar retroalimentación mediante redes sociales como TikTok, Facebook e Instagram y YouTube Shorts. Estas publicaciones buscan aumentar el alcance de la comunicación institucional y fortalecer el vínculo con los grupos de interés, en particular con el estudiantado.

La planificación incluye responsables definidos (estudiantes de prácticas preprofesionales), estado de ejecución, fechas de publicación y un rango temporal para el desarrollo de las actividades. Este enfoque facilita la gestión colaborativa y permite evaluar el cumplimiento del plan a través de indicadores de desempeño.

Ilustración 15

Diagrama de Gantt- Cronograma de Actividades

EVENTOS	MESES						EVENTOS	MESES									
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO		JULIO	AGOSTO	SEMPRIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE				
Año nuevo Fiestas de la Universidad Acreditación	█	█					Actividades del mes Actualización de la acreditación	█	█								
Acreditación Fiesta de la Universidad 2 Actividades del mes		█	█				Actividades del mes Actualización de la acreditación		█	█							
Día de la mujer Actividades académicas del mes Acreditación			█	█			Actividades del mes Actualización de la acreditación Promoción de las carreras			█	█						
Día del maestro Acreditación Inicio de nuevo periodo académico				█	█		Inicio de nuevo periodo académico Actividades del mes Acreditación				█	█					
Día del mercadólogo Día de la madre Día del trabajo Acreditación					█	█	Día del contador Día del economista Actividades del mes Acreditación						█	█			
Día del padre Actividades del mes Acreditación						█	█	Actividades del mes Acreditación Navidad Eventos de cierre de año							█	█	█

Nota: Imagen elaborada por el investigador aplicación Canva

En el presente diagrama de Gantt se expone cuáles serían los videos tentativos para su elaboración, durante el primer y segundo periodo del año, el cual servirá como una guía de publicaciones que pueden ser posteadas en las redes sociales. Para la creación de este contenido se realizarán las siguientes actividades que se detallarán a continuación:

- Diseño de contenidos audiovisual
- Grabación de videos
- Edición de videos
- Validación institucional
- Publicación de contenidos en redes sociales
- Monitoreo de interacciones y métricas
- Evaluación de resultados

Videos argumentativos elaborados por los estudiantes

Como parte del desarrollo del presente plan, se elaboraron videos argumentativos por parte del equipo de prácticas preprofesionales, con el objetivo de fomentar la participación activa de los estudiantes en el proceso de acreditación y explicar el funcionamiento de los mecanismos de escucha institucional. Estos videos, alineados con los objetivos comunicacionales de esta propuesta, fueron diseñados para difundirse en plataformas digitales institucionales como TikTok, Facebook y YouTube, y actualmente se encuentran almacenados en una carpeta compartida en Google Drive para su uso académico y divulgación interna.

Acceso a los videos:

https://drive.google.com/drive/folders/1z_gpTn5HuzHkj0IwrYonTLEgdE

Descripción de los contenidos:

- **Video 1:** Presentación general del proceso de acreditación y la importancia de la participación estudiantil.
- **Video 2:** ¿Qué son los mecanismos de escucha? Explicación clara con ejemplos aplicados a la Facultad.
- **Video 3:** Entrevistas a estudiantes sobre sus percepciones del proceso de calidad académica.

- **Video 4:** Invitación a la comunidad universitaria para sumarse a las actividades del plan.
- **Video 5:** Resultados preliminares y compromiso institucional hacia la mejora continua.

Estos materiales constituyen evidencia audiovisual clave de la ejecución del plan, y refuerzan el enfoque participativo, digital y argumentativo que caracteriza a la presente propuesta.

11.8. Presupuesto

El desarrollo del presente presupuesto que se presentara a continuación se justifica como parte esencial del plan de implementación de mecanismos de escucha, ya que permite demostrar de manera clara y transparente como se prevé financiar las acciones planteadas.

Tabla 11

Presupuesto Detallado

Partida	Cantidad estimada	Costo Unitario	Total, estimado	Justificación
Producción de contenidos (TikTok)	5 vídeos al mes	\$ 40 por video	\$200	Videos breves grabados y editados por estudiantes usando recursos institucionales.
Producción de contenidos (YouTube)	3 vídeos	\$40 por video	\$120	Videos más elaborados para informar sobre acreditación y mecanismos de escucha.
Edición de videos	1 herramienta básica	(CapCut pro)	\$ 120	Posible suscripción o complemento para mejorar calidad audiovisual.
Infraestructura tecnológica	Uso de recursos existentes + accesorios básicos	-	\$650	Compra ocasional de trípode, micrófono de solapa o luz de apoyo para grabación , equipos de Producción.

Promoción digital	Estrategia orgánica + diseño grafico	-	\$50	Costos menores por creación de miniaturas, banners o diseño para redes sociales.
Encuestas y formularios (Google Forms)	Uso de cuenta institucional	Gratis	\$0	Recopilación de retroalimentación de estudiantes, docentes y empleadores.
Imprevistos	Fondo mensual	-	\$114	Para cubrir gastos inesperados como reemplazo de accesorio dañado, licencia temporal, etc.
General total:			\$1254	

Nota: Tabla realizada por los investigadores

Ciclo de retroalimentación (Futura implementación)

El ciclo de retroalimentación constituye el núcleo dinámico del plan de mecanismos de escucha, permitiendo adaptar las acciones institucionales a las necesidades y percepciones reales de los grupos de interés. Este componente garantiza que la información recopilada no solo sea procesada, sino también transformada en decisiones concretas y mejoras continuas. Su implementación responde a lo propuesto, para sostener procesos de acreditación participativos y eficaces.

A continuación, se detallan las fases del ciclo de retroalimentación:

- **Recolección de opiniones y percepciones**

Se realizará mediante encuestas digitales, comentarios en redes sociales (TikTok, Facebook y YouTube Shorts), entrevistas semiestructuradas y sesiones de focus group. Estos mecanismos permiten captar tanto datos cuantitativos como cualitativos sobre la experiencia institucional, la percepción de la calidad educativa y la pertinencia de los procesos de acreditación.

- **Análisis de la información recolectada**

Los datos serán procesados empleando herramientas analíticas como Google Forms, TikTok Studio y YouTube Analytics. Se identificarán patrones de comportamiento digital, temáticas recurrentes, niveles de satisfacción y propuestas específicas de mejora, clasificando la información según categorías previamente definidas.

- **Toma de decisiones institucionales**

Con base en los hallazgos, se promoverán reuniones periódicas entre el equipo responsable del plan, autoridades académicas y representantes estudiantiles, en las que se definan acciones de ajuste, innovación o refuerzo de estrategias existentes.

- **Implementación de mejoras**

Las decisiones adoptadas serán ejecutadas mediante campañas comunicacionales, ajustes en los canales de escucha y actualización de contenidos. Se priorizarán aquellas acciones que fortalezcan la participación estudiantil y la visibilidad de los procesos de calidad.

- **Comunicación de resultados**

A fin de cerrar el ciclo, se informará a la comunidad universitaria sobre las mejoras realizadas, reforzando la idea de una institución que escucha y actúa. Estos reportes serán difundidos mediante redes sociales y espacios institucionales, como boletines o jornadas académicas.

- **Monitoreo y evaluación continua**

Se establecerán indicadores de éxito para medir el impacto de las acciones implementadas y determinar nuevas áreas de intervención. Este monitoreo constante facilita la sostenibilidad del plan y permite proyectar su continuidad más allá del ciclo de acreditación.

11.9. Estructura organizativa

La implementación eficaz de los mecanismos de escucha requiere de una estructura organizativa claramente definida, que permita distribuir responsabilidades, fomentar el trabajo colaborativo y asegurar la ejecución oportuna de las actividades

A continuación, se detallan los roles principales y sus respectivas responsabilidades dentro del plan:

Tabla 12

Definición de Roles

Rol	Responsabilidades	Relación con Otros Roles
Director de Aseguramiento de la Calidad	Coordina y supervisa todos los componentes del plan. Garantiza el cumplimiento de los estándares de calidad institucional y de los indicadores del plan.	Trabaja estrechamente con docentes, equipo de producción de contenido y evaluadores.
Docentes de las Carreras Acreditadas	Implementan las estrategias comunicacionales y pedagógicas relacionadas con los mecanismos de escucha.	Coordinan con el director de calidad y con el equipo de producción de contenido.
Equipo de Producción de Contenido	Desarrolla, edita y programa los materiales comunicacionales en redes sociales y otros canales.	Se articula con docentes, estudiantes practicantes y participantes del contenido.
Participantes del Contenido	Aportan conocimientos disciplinares y testimoniales, validando el enfoque del contenido.	Enlazan su experiencia con los contenidos propuestos por los docentes y el equipo técnico.
Evaluadores (Estudiantes)	Brindan retroalimentación directa sobre contenidos, estrategias y canales utilizados.	Informan al director de calidad y a los docentes sobre mejoras percibidas o necesarias.
Empleadores	Aportan retroalimentación sobre las competencias y calidad de los contenidos desde el entorno laboral.	Se comunican con el director de calidad y docentes participando en focus group o encuestas para fortalecer pertinencia del plan.

Nota: Tabla elaborada por los investigadores

Esta organización asegura una ejecución coherente del plan y facilita la trazabilidad de responsabilidades, promoviendo la participación activa de todos los actores institucionales implicados. Además, al incluir estudiantes como evaluadores, se garantiza una perspectiva crítica desde el usuario final, reforzando la legitimidad del proceso y su vinculación con las necesidades reales de la comunidad académica.

La estructura también contempla reuniones periódicas de seguimiento, ajustes en función de los indicadores de desempeño y procesos de documentación sistemática para facilitar la rendición de cuentas y la replicabilidad del modelo en otros contextos institucionales.

11.10. Indicadores clave de desempeño (Futura Um

Para medir la efectividad del mecanismo de escucha a través de redes sociales, se han definido indicadores clave de desempeño (KPIs) específicos para cada plataforma. Estos indicadores permitirán monitorear la participación estudiantil, el alcance del contenido y el nivel de interacción con los mensajes institucionales.

Tabla 13

Tabla de KPIs Propuestos Por Red Social.

Plataforma	Indicador (KPI)	Descripción
Tik Tok	Visualizaciones de Video	Número de veces que se reproduce cada video.
	Tasa de retención	Porcentaje de tiempo promedio que los usuarios ven un video.
	Engagement Rate	% de Interacciones (me gustas + comentarios + compartidos / visualizaciones)
	Numero de Comentarios	Participación Activa de los usuarios con el contenido.
YouTube	Seguidores Nuevos	Nuevos seguidores obtenidos tras cada publicación.
	Compartidos Visualizaciones	Número de Veces que el contenido fue compartido por los usuarios.
	Duración Media de Visualización	Total, de reproducciones por Video.

	Porcentaje de Retención	Tiempo promedio que un espectador permanece viendo el video.
	Tasa de Clics	Cuanta parte del video se visualiza en promedio.
	Comentarios Recibidos	% de Personas que hacen clic en el video tras verlo en sugerencias o listas de reproducción
	Crecimiento de Suscriptores	Interacción cualitativa con e Contenido.
	Alcance Orgánico	Nuevos suscriptores tras la nueva difusión de cada contenido. Personas únicas que vieron la publicación sin promoción pagada.
	Interacciones Totales	Me gusta, reacciones, comentarios y compartidos acumulados.
	Engagement Rate	Interacciones Totales / alcance total de la publicación.
Facebook e Instagram	Clics en enlaces o botones	Veces que los usuarios hicieron clic en enlaces o llamados de atención.
	Numero de comentarios por post	Nivel de conversación generado por publicación.
	Tasa de Respuestas a mensajes	Tiempo Promedio y frecuencia con que se responde a mensajes directos.

Nota: *Tabla elaborada por los investigadores*

Estos indicadores permitirán evaluar de forma constante la receptividad del contenido institucional, identificar los formatos más efectivos y ajustar las estrategias comunicacionales para mantener un canal de escucha dinámico y centrado en los estudiantes.

A continuación, se detallan los KPIs seleccionados para este plan:

Tabla 14

Herramientas de Monitoreo

Herramienta	Descripción
TikTok Analytics	Plataforma integrada que ofrece métricas detalladas sobre visualizaciones, interacciones, duración media de reproducción y crecimiento de seguidores. (https://www.tiktok.com/@calidad_acbsp?t=ZM-8y4ACfdAaAy&r=1)
YouTube Studio	Proporciona análisis sobre tiempo de visualización, tasa de clics, suscriptores ganados, comentarios, alcance y retención de audiencia. (https://www.youtube.com/@CAYEUTC)
Facebook Insights	Permite monitorear la actividad en la página institucional, incluyendo alcance orgánico, engagement, reacciones, comentarios y compartidos. (https://www.facebook.com/profile.php?id=100057102263688)
YouTube Shorts Panel	Segmento específico dentro de YouTube Studio que permite analizar el impacto de contenidos breves, altamente útiles para públicos jóvenes. (https://www.youtube.com/@CAYEUTC)
Google Forms / Surveys	Herramientas para la creación, distribución y análisis de encuestas, útiles para recopilar opiniones estructuradas de estudiantes, docentes y otros actores. (cayeutc@gmail.com)

Nota: Elaboración realizada por los investigadores

Estas herramientas proporcionan información crítica para conocer el comportamiento digital de los públicos meta, evaluar la efectividad de los contenidos y realizar ajustes ágiles en las estrategias de comunicación. Su integración responde a la necesidad de contar con un sistema de monitoreo sólido y sustentable que complemente la estrategia digital institucional propuesta en el presente plan.

12. Conclusiones y Recomendaciones

12.1. Conclusiones:

- La integración de marcos teóricos, conceptuales y normativos sobre mecanismos de escucha y acreditación garantiza un diseño de plan fundamentado en la literatura y en los criterios oficiales de calidad educativa.
- El análisis de percepciones mediante grupos focales reveló brechas en la satisfacción de cada grupo: los estudiantes demandan mayor inmediatez en la

respuesta, los docentes requieren lineamientos claros para implementar la retroalimentación y los empleadores enfatizan la necesidad de información concreta sobre competencias; estos insumos permiten diseñar mecanismos de escucha más efectivos y ajustados a las expectativas de cada actor.

- El plan de implementación propuesto establece canales formales e informales articulados con un calendario semestral de feedback y un sistema de comités mixtos; esto garantiza la operacionalización de la retroalimentación, la adaptación continua de estrategias pedagógicas y el fortalecimiento de la cultura de mejora en la calidad educativa.

12.2. Recomendaciones:

- Fortalecer la socialización institucional sobre la importancia de los mecanismos de escucha y su vinculación con procesos de acreditación, mediante talleres, capacitaciones y material de divulgación basada en los estándares ACBSP u organismos equivalentes.
- Reestructurar los canales de participación existentes asegurando que cada acción de escucha este seguida por un proceso de devolución institucional (comunicación de resultados y acciones tomadas). Además, implementar instrumentos con preguntas diferenciadas por grupo focal , aunque se utilice los mismos medios.
- Aplicar el plan propuesto con un enfoque cíclico, siguiendo las etapas de escuchar, analizar, actuar, comunicar y reevaluar. Se recomienda institucionalizar estos procesos a través de un cronograma anual de escucha, asignando responsables específicos y evaluado los resultados periódicamente con informes interno y públicos.

13. Bibliografías

- Aguilar, Jeanelly, Byron Reasco, y Vicente Coello. 2024. “La inclusión educativa en la educación superior: desafíos y perspectivas en Ecuador Educational inclusion in higher education: ”. Universidad Técnica de Babahoyo, Maracaibo.
- Alimamy, Saifeddin, y Mohammad Amin Kuhail. 2023. “I will be with you Alexa! The impact of intelligent virtual assistant’s authenticity and personalization on user reusage intentions”. *Computers in Human Behavior* 143:107711.
doi:10.1016/j.chb.2023.107711.
- Apaza Aparicio, Carlos Daniel. 2023. “Las buenas prácticas del docente en la educación”. *Horizontes. Revista de Investigación en Ciencias de la Educación* 7(29):1534–47.
doi:10.33996/revistahorizontes.v7i29.611.
- Arosemena Eduardo. 2022. “ODONTOLOGÍA VITAL P. 50”. *Revista Odontología Vital* No 1(37):50–66. <https://revistas.ulatina.ac.cr/index.php/>.
- Asana. 2024. “Cómo utilizar el método de la ruta crítica en la gestión de proyectos [2024] • Asana”. <https://asana.com/es/resources/critical-path-method>.
- Ayala del Pino Cristina. 2021. “La Responsabilidad Social Corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos ”. *AJEE (Anuario Jurídico y Económico Escurialense)* LIV.
- Beladev, Moran, Gilad Katz, Lior Rokach, Uriel Singer, y Kira Radinsky. 2023. “GraphERT- - Transformers-based Temporal Dynamic Graph Embedding”. Pp. 68–77 en *Proceedings of the 32nd ACM International Conference on Information and Knowledge Management*. New York, NY, USA: ACM.
- Bermejo, S., y E.M. 2021. “Impacto de la red social Tiktok: Influencia como medio de comunicación desde el confinamiento por Covid-19”.

- Bonilla-Jurado, Diego, Ruth Narciza, Zambrano Pintado, Hugo Luis, y Moncayo Cueva. 2023. “Desarrollo profesional continuo de docentes para actividades en los Institutos Tecnológicos: una revisión literaria”. *Revista Científica UISRAEL* 10(1):27–39. doi:10.35290/RCUI.V10N1.2023.647.
- Branding, M. 2021. *Marketing en redes sociales 2021*. Babelcube.
- Burgos Angelo, Ganga Francisco, y Montecino Michel. 2022. “SUPERIOR A DISTANCIA”. 47:12.
- CACES. 2021. “Informe de resultados del proceso de evaluación y acreditación institucional 2021-2022”. *Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior*.
- Cardenas, J. 2024. “Plan de Marketing: una guía completa para crear el tuyo”. <https://rockcontent.com/es/blog/plan-de-marketing/>.
- Ccoto Tacusi, Teófilo Fortunato. 2023. “Desempeño docente en la calidad educativa”. *Horizontes. Revista de Investigación en Ciencias de la Educación* 7(29):1361–73. doi:10.33996/revistahorizontes.v7i29.597.
- Coronel Carvajal, Carlos. 2023. “Los objetivos de la investigación”. *Revista Archivo Médico de Camagüey* 27. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-02552023000100048&lng=es&nrm=iso&tlng=es.
- Delgado, Eva Perón. 2023. “Retos de la Dirección Artículo original”. 17(2):23205. <https://revistas.reduc.edu.cu/index.php/retos/article/view/23205>.
- DIRCOM. 2023. “Cómo YouTube ayuda a impulsar la comunicación a través del video - Asociación de Directivos de Comunicación”. <https://www.dircom.org/2023/08/08/como-youtube-ayuda-a-impulsar-la-comunicacion-a-traves-del-video/>.
- Espinoza Freire, E. E. 2021. “IMPORTANCIA DE LA RETROALIMENTACIÓN FORMATIVA EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE”. <https://orcid.org/0000-0001-5879-5035>.

- Estupiñán, J., D. Carpio, J. Verdesoto, y V. Romero. 2016. “Participación de los estudiantes en el proceso de enseñanza-aprendizaje en la educación superior en Ecuador”. *Revista Magazine de las Ciencias* 1(2):35–49.
<https://www.researchgate.net/publication/321251312>.
- EUROINNOVA. 2025. “Personal administrativo: su definición | Euroinnova”.
<https://www.euroinnova.com/blog/personal-administrativo-definicion>.
- Figuerero-Benítez, Juan C., Fidel González-Quiñones, y Juan D. Machin-Mastromatteo. 2021. “Instagram como objeto de estudio en investigaciones recientes. Una revisión de literatura con enfoque en revistas científicas.” *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* (53):9–23. doi:10.12795/ambitos.2021.i53.01.
- González, R., y D. Paredes. 2023. “Gobernanza participativa y mejora continua en universidades públicas del Ecuador”. *Universitaria Andina*.
- Google. 2025. “Qué puedes hacer con Formularios - Centro de Aprendizaje de Google Workspace”. <https://support.google.com/a/users/answer/9302965?hl=es>.
- Gutiérrez Uribe Paulina. 2024. “Expectativas de los estudiantes: revisión sistemática de su abordaje metodológico”. *Relmecs*, 14.
- Hernández Sampieri, Roberto. 2020. *Metodología de la investigación*. Sexta edición. editado por McGRAW-HILL. Mexico.
- Herrera David. 2023. “Perspectives and Recent Research on Feedback in the Classroom: Considerations for a Pedagogical and Dialogical Approach”. *Revista Electronica Educare* 27(1). doi:10.15359/ree.27-1.14547.
- Hootsuite. 2024. “¿Qué hace Hootsuite? – Centro de ayuda de Hootsuite”.
<https://help.hootsuite.com/hc/es-es/articles/6024181624603--Qu%C3%A9-hace-Hootsuite>.

- IAU. 2021. "IAU - Asociación Internacional de Universidades - La voz global de la educación superior". <https://www.iau-aiu.net/>.
- Jisc. 2024. "Engaging with the student voice through digital experience insights surveys".
- Lustosa Rosario, Ana Carolina, Bar Ben Yaacov, Cecilia Franco Segura, Elena Arias Ortiz, Elena Heredero, Juanita Botero, Patrick Brothers, Thiago Payva, y Maria Spies. 2021. *Higher Education Digital Transformation in Latin America and the Caribbean*. Washington, D. C. doi:10.18235/0003829.
- Medina Marín Laura, y Rojas López Miguel. 2022. "Planeación estratégica - Ediciones de la U". <https://edicionesdelau.com/producto/planeacion-estrategica-2/>.
- Meta. 2024. "Facebook video best practices". <https://www.facebook.com/business/help/125347799212073>.
- Meta Business Help Center. 2024. "Meta Business Help Center". <https://business.instagram.com/advertising/format-guide/>.
- Montesdeoca Shirley. 2024. "UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS".
- Montoya Rendón, David. 2021. *Uso y apropiación de Facebook por parte de docentes y estudiantes de la Universidad de Antioquia*. www.udea.edu.co.
- Morón Gemma. 2014. "La Organización como clave del éxito empresarial."
- Oliver, Joan Guix. 2019. "El análisis de contenidos: ¿qué nos están diciendo? ARTÍCULOS ESPECIALES". 23:26.
- Ossiannilsson, Ebba. 2021. "Some Challenges for Universities, in a Post Crisis, as Covid-19". *Lecture Notes in Educational Technology* 99–112. doi:10.1007/978-981-15-7869-4_7.
- Perez Anna. 2025. "Diagrama de Gantt: origen, precauciones, usos y aplicaciones | OBS Business School". <https://www.obsbusiness.school/blog/diagrama-de-gantt-origen-precauciones-usos-y-aplicaciones>.

- Proctor, Enola, Hiie Silmere, Ramesh Raghavan, Peter Hovmand, Greg Arons, Alicia Bunger, Richard Griffey, y Melissa Hensley. 2011. “Outcomes for Implementation Research: Conceptual Distinctions, Measurement Challenges, and Research Agenda”. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research* 38(2):65–76. doi:10.1007/s10488-010-0319-7.
- RAE. 2025. “implementar | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE”. <https://dle.rae.es/implementar>.
- Ruiz San-Miguel, Francisco-Javier, Lorea-Ariadna Ruiz-Gómez, y Mónica Maldonado-Espinosa. 2020. *Uso de Instagram como herramienta de debate y aprendizaje*. IEEE.
- Saavedra Castellanos, Andrés. 2019. “La reunión como herramienta de gestión del desarrollo educacional Meetings as a Management Tool for Educational Development”.
- Schneider, Ben Ross, Pablo Cevallos Estarellas, y Barbara Bruns. 2018. *Las políticas de transformación de la educación en Ecuador: confrontación y continuidad*. www.riseprogramme.org.
- Segura Mariño, A. G., F. J. Paniagua Rojano, y V. Piñeiro Naval. 2020. “Comunicación interactiva en sitios web universitarios de Ecuador”. *Revista de Comunicación* 19(1):259–73. doi:10.26441/RC19.1-2020-A15.
- Sentrio. 2023. “Herramientas esenciales de monitoreo y observabilidad”. <https://sentrio.io/blog/herramientas-esenciales-de-monitoreo-y-observabilidad/>.
- Sharon Alvaro, Hernandez Diana, y Delgado Guadalupe. 2021. “Indicadores administrativos usados para medir la efectividad de un sistema de información administrativo”. 593 *Digital Publisher CEIT* 6(6–1):194–206. doi:10.33386/593dp.2021.6-1.859.
- Skydor Juan. 2016. “La Comunicacion Telefonica | PDF | Central telefónica | Voz sobre IP”. <https://es.scribd.com/document/326964059/La-Comunicacion-Telefonica>.

- Smith, Justin D., Dennis H. Li, y Miriam R. Rafferty. 2020. “The Implementation Research Logic Model: a method for planning, executing, reporting, and synthesizing implementation projects”. *Implementation Science* 15(1):84. doi:10.1186/s13012-020-01041-8.
- Sun, S. A., X. Gao, B. D. Rahmani, P. Bose, y C. Davison. 2022. “Student voice in assessment and feedback (2011–2022): a systematic review”. *Assessment & Evaluation in Higher Education* 48(7):1009–24. doi:10.1080/02602938.2022.2156478.
- Swales, J. M., y C. B. Feak. 2012. *Academic Writing for Graduate Students: Essential Tasks and Skills (3ª ed.)*. University.
- Thomas, Veronica L., y Kendra Fowler. 2023. “Examining the outcomes of influencer activism”. *Journal of Business Research* 154:113336. doi:10.1016/j.jbusres.2022.113336.
- TikTok. 2025. “TikTok Studio | Centro de ayuda de TikTok”. <https://support.tiktok.com/es/using-tiktok/creating-videos/tiktok-studio>.
- UNESCO. 2022. “Avances hacia el ODS 4 en educación superior: desafíos y respuestas políticas en América Latina y el Caribe”. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000384366>.
- Universidad Técnica de Cotopaxi. 2022. “Políticas de Comunicación Institucional. Universidad Técnica de Cotopaxi.” <https://www.utc.edu.ec>.
- Villalobos, J., y F. Henríquez. 2021. “Educación y Sociedad”,. *La participación estudiantil en la acreditación universitaria*, 193–211.
- YouTube Help. 2024. “Recommended upload encoding setting”. <https://support.google.com/youtube/answer/1722171>.

