Decanato de postgrado

Trabajo final para optar por el título Maestría Marketing y Estrategia Digital.

Título:

Plan de mejora estratégica en comunicación digital utilizada en el Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (MESCYT).

Distrito Nacional., Santo Domingo., 2019.

Sustentante:

Maridalia Fortuna 20171904

Asesor (a):

M.A. Ivelisse Comprés Clemente.

Agosto, 2019

Distrito Nacional, República Dominica

RESUMEN

En este trabajo se analizó y se recogieron la forma e instrumentos de comunicación digital utilizados actualmente por el Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología (MESCYT), como son su página web, y las diferentes y más importantes plataformas populares de redes sociales como son: Facebook, Intagram, Twitter, entre otras; se establecieron pautas generales de lo necesario de contar con herramientas de mensajería digital, y mejorar los servicios de información en las diferentes redes sociales con que cuenta en el Ministerio. Se realizó la investigación en contexto exploratorio para indagar la problemática que afectaba la comunicación digital. Se trabajó con entrevistas a los usuarios para saber las plataformas más utilizadas y tiempo de repuesta. Se encuestaron 383 usuarios para saber qué porcentaje seguían las redes, lo cual arrojó que 337 las siguen para buscar información de su interés y para plasmar sus quejas, ya que informaron que a través de las redes les prestan más atención. Se hicieron importantes recomendaciones para mejorar los contenidos y tener más presencia en estos medios digitales, ya que la tecnología de la información y la comunicación es la tendencia de la mayoría de las instituciones tanto privadas como públicas, y la MESCYT debe de estar a la vanguardia constantemente. Se recomendó establecer un chat en línea, con el recurso humano bien formado para el servicio, y nutrir de información actual y oportuna las redes sociales, para que los usuarios no tengan la necesidad de trasladarse y saber el estatus de algún documento solicitado.

SUMMARY

This research analyzed and collected the form and instruments of digital communication currently used by the Ministry of Higher Education Science and Technology (MESCYT), such as its website, and the different and most important popular social media platforms such as: Facebook, Instagram, Twitter, with the necessary human resources, to provide information of interest to its users on the most relevant news of interest, services offered and the necessary steps to complete to obtain their requirements. Important recommendations were made to improve the contents and have more presence in these digital media, since information and communication technology is the tendency of most private and public institutions, and MESCYT must be at the forefront constantly. It was recommended to establish an online chat that can provide truthful and timely information, so that users do not have the need to move to know some information or the status of a requested document, so both users and the institution can save resources. The research was carried out in an exploratory context to investigate the problems affecting digital communication. Users were interviewed to find out the most used platforms and response time. 383 users were surveyed to know what percentage the networks were following, which showed that 337 are following them to find information of interest and to express their complaints since they reported that they pay more attention through the networks.

INDICE

RESUMEN ii

SUMMARY iii

INTRODUCCION 1

CAPITULO 1. SURGIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL. 4

1.1 Origen de la Comunicación Digital. 4

1.2 Leyes que regulan aspectos relativos al uso, control, difusión y disfrute de los medios de comunicación digital en la República Dominicana. 9

1.3 Los derechos de autor en el espacio digital. 13

1.4 Ventajas y Desventajas de la comunicación digital. 14

Comunicación digital, ventajas y desafíos. 16

1.5 Características de los medios de comunicación social. 18

1.6 objetivos de la comunicación digital. 19

Objetivos generales: 19

Objetivos específicos: 19

1.7 El Social Media Manager dentro en la organización empresarial. 20

1.8 Esquema digital de la comunicación. 21

1.9 Los principios de la comunicación digital. 22

1.10 La importancia de la comunicación digital. 23

1.11 Analítica web. 24

CAPÍTULO 2. ASPECTOS GENERALES DEL MINISTERIO DE EDUCACION SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGIA. 30

2.1 Que es el MESCYT. 30

2.2 Misión. 34

2.3 Visión. 35

2.4 Valores. 35

2.5 Gráfico #1: Organigrama estructural del MESCYT. 37

2.6 Blanco de Público. 38

2.7 Análisis DAFO. 38

2.8 Encargado actual de esta institución. 39

2.9 Servicios que ofrece. 39

2.10 Departamento encargado de manejar las redes sociales del MESCYT. ... 41
2.11 Redes sociales. ... 41
2.12 Tiempo de respuestas a las redes sociales. ... 46
2.13 Metodología ... 46
2.14 Herramienta de la investigación: ... 47
2.15 Objetivos específicos. ... 47
2.16 Muestra. ... 48
2.17 Resultados de la investigación. ... 48
2.18 Análisis de la encuesta. ... 53
2.19 Análisis de la entrevista al community manager. ... 55
CAPITULO 3. DESCRICCION DE LA PROPUESTA DEL PLAN ESTRATEGICO PARA LA MEJORA DE LA COMUNICION DIGITAL EN EL MINISTERIO DE EDUCACION SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGIA (MESCYT). ... 59
3.1 Análisis de la propuesta del plan para mejorar las respuestas a tiempo en la MESCYT. ... 59
3. 3 Justificación de la propuesta. ... 61
3.4 objetivos. ... 61
3.5. Plan de Acción estratégico. ... 62
3.5.1 Estrategia de Diferenciación. ... 62
3.5.2 Tácticas para la Estrategia de Diferenciación. ... 62
3.5.3 Estrategia de Crecimiento Intensivo. ... 64
3.5.4 Tácticas de la Estrategia de Crecimiento Intensivo. ... 65
3.5.5 Estrategia de Crecimiento Integrativo. ... 65
3.5.6 Tácticas de la Estrategia de Crecimiento Integrativo. ... 66
3.5.7 Estrategia de modelos de Generación de ingresos. ... 67
3.5.8 Tácticas de la estrategia de modelos de generación de ingresos. ... 67
3.5.9 Estrategia de seo. ... 69
3.5.10 Tácticas de la Estrategia seo. ... 69
3.5.11 Estrategia community manager. ... 71
3.5.12 Tácticas de la Estrategia community manager. ... 71
3.5.13 Estrategia del Social Medial Marketing (community manager jefe) ... 73
3.5.14 Tácticas de la Estrategia. ... 73

3.5.15 Recursos humanos. 74
3.5.16 Recursos Tecnológicos. 78
3.5.17 Presupuesto del plan. 78
3.5.18 Balance scorecard 80
CONCLUSIÓN 83
BIBLIOGRAFIA 86
Anexos 1 88

Tabla de Gráficos

Gráfico # 1**. Seguidores de la red.** 49
Gráfico # 2 **Redes que prefieren los usuarios.** 49
Gráfico # 3**. Motivo del porque siguen las redes.** 50
Gráfico # 4**. Las redes por la cual se comunican más rápido.** 51
Gráfico # 5**. Insatisfacción de respuesta a tiempo.** 52
Gráfico # 6**. Gráfico de satisfacción de usuario del Mescyt.** 52

Índice de tabla

Tabla 1. Seguidores de la red 48
tabla 2. Las redes preferidas 49
tabla 3. Razón por la que la siguen. 50
tabla 4. Las redes por la cual se comunicaron más rápido 51
tabla 5. Repuesta a tiempo 51
tabla 6. Grado de satisfacción 52

INTRODUCCION

El presente trabajo de tesis a exponer es con el fin de obtener el título de Master en Marketing y Estrategias Digital.

A través del tiempo los procesos tecnológicos han ido evolucionando, por lo que de la misma manera las empresas han tenido que crecer con ella por el motivo de que si no lo hacen estas que darían desplazadas, en el ostracismo de la comunicación digital y los procesos tecnológicos, ya que los mismos vinieron a facilitarle la vida a las empresas tanto públicas como privadas.

En los nuevos tiempos de la globalización y la punta de lanza de la tecnología, que nos ha transformado de la aldea digital, donde las herramientas de comunicación e información en términos macro han acercado mucho más a los Estados con relación a otros Estados y las personas; el acceso a los diferentes mercados, las mercancías,

Las diferentes plataformas tecnológicas de las redes sociales en muchas instituciones públicas han tenido un gran auge en los últimos años, puesto a que se ha convertido en una de las principales formas de comunicación e información, facilitándole a los ciudadanos una mayor comprensión y mejor visión de lo que desean al momento de solicitar un servicio. Es por lo que el Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología (MESCYT), debe mantenerse contantemente a la vanguardia para ofrecer información completa, veraz y de calidad, mediante su página web y las diferentes plataformas de redes sociales, que le permitan al usuario tener comunicación constante sin tener que trasladarse para la búsqueda de esta.

Durante muchos tiempos las empresas se enfocaban más en el crecimiento económico que en los clientes o usuarios, obviando sus necesidades holísticas de los nuevos tiempos, lo cual a medida que crece la oferta, los empresarios se vieron obligados a analizar y profundizar en la mente y el comportamiento de los

consumidores. Y aunque más tarde ese esfuerzo no fue suficiente, tales cambios no fueron obstáculos para el surgimiento de nuevas formas de comercialización. Por lo que la era tecnológica les ha dado solución a las necesidades de las empresas y los usuarios o clientes de estar más cerca, estrechando sus actividades y necesidades; las empresas para comprender más las necesidades de las personas y los usuarios o clientes y para ser mejor escuchados han tenido que establecer estrategias de comunicación digital acorde con los nuevos tiempos, fruto de la gran acogida, popularidad y uso, ha causado el surgimiento del marketing digital, lo cual está para llegar a los clientes actuales y potenciales de una empresa, esto es a través de la internet. En las últimas décadas se han ido desarrollando novedosas empresas con el fin de satisfacer las necesidades de las personas ya que estas se han vuelto más exigentes, buscando información de calidad, que les brinden un buen servicio a través de estas plataformas. Han adaptado su mente y forma de brindar los servicios a los usuarios y clientes; es una transformación y adaptación tanto exógena como endógena, para brindar mejores servicios que se adapten al nuevo milenio de la información digital.

El marketing digital tiene una serie de herramientas que pueden ayudar a optimizar las estrategias de mercado que influyen en las decisiones de los clientes y usuarios, lo cual ayuda a las empresas a alcanzar sus objetivos y metas, esto es con las plataformas actuales que es el marketing en línea, donde se percibe y se sustituye el traslado y el encuentro interpersonal institución-usuario se estrecha y transforma.

Este trabajo de análisis se realizara con carácter de investigación, indagación, observaciones y con el objetivo de explicar la importancia del internet, chat en línea, las diferentes plataformas de redes sociales, como estrategia de comunicación digital; para determinar este caso se eligió la institución el Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología (MESCYT), ya que es la única en el país que brinda estudios de nivel superior y los diferentes servicios conforme a su naturaleza, y como ente regulador del estado en materia de

educación superior, trata de brindar un servicio de excelencia. En este proyecto se estará presentando a través de una propuesta estratégica a la problemática de comunicación digital del MESCYT, para los usuarios. Lo cual se estarán analizando la forma de comunicación establecida digital de dicho Ministerio. Se identificarán las redes sociales más utilizadas por los usuarios, sus problemáticas, y las soluciones que mejoraran las deficiencias en materia digital y de comunicación estratégica, que presenta el MESCYT, referente a los usuarios; se observará los requerimientos de usuarios de los diferentes servicios solicitados y se estará analizando la importancia de la comunicación digital para las instituciones y principalmente la del Ministerio materia de esta investigación.

Este trabajo consta de tres etapas que cumplirá un rol determinante para el funcionamiento esta investigación y la veracidad de los hallazgos. El primer capítulo se estará hablando de los procesos en general del marketing digital, su historia, la importancia, sus ventajas y desventajas; en el capítulo dos se mostrarán los antecedentes del MESCYT, sus objetivo, su misión, visión, valores y la estructura funcional; se informa de todos los procesos que lleva esta institución y se presentará en el mismo capítulo los resultados de la investigación hecha a los usuarios, la cual sirvió para dar solución a la problemática de la respuestas brindadas a los usuarios en las redes sociales, lo cual suele ser de una duración aproximadamente de 30 minutos, lo cual dependerá de los procesos que esté llevando a cabo el community manager de la empresa, ya que es la única persona encargada de las redes sociales, con el apoyo de los demás peritos en la materia digital. El capítulo tres está compuestos por el plan de la mejora a la problemática que se está presentando en el en este Ministerio, el cual este plan consta de objetivos, estrategias y tácticas para poder ejecutar un proceso con calidad. Luego le sigue las conclusiones, referencias y anexos pertinentes a este importante trabajo.

CAPITULO 1. SURGIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL.

En este primer capítulo se hablará de cómo surgió la comunicación digital, las leyes que la rigen, su implementación, ventajas y desventajas que se adquieren de esta, y por último cuales son los objetivos que busca la comunicación digital.

La comunicación social se puede definir como aquellos: …. servicios, aplicaciones o herramientas que existen en el internet y que hacen posible que los propios usuarios pueden crear contenido e interacción con el resto de los usuarios de una forma simple y fácil. En este caso la palabra social indica que el servicio existe gracias a la participación social, la participación de todos los usuarios.(Carballar, social medial , 2012, pág. 6)

Internet es la piedra angular que sostiene la sociedad de la información y el conocimiento. La red de redes es una de las mayores representaciones de la capacidad humana, simplemente porque hizo más pequeño y rápido el mundo al facilitar y optimizar el flujo de información entre países.(Garaiz, 2010, pág. 21)

1.1 Origen de la Comunicación Digital.

Todo en la vida tiene su origen hasta la comunicación digital, la cual nació de la necesidad de estar más cerca de los clientes o usuarios y para mejora de la empresa u organización gubernamental, contribuyendo a que estas puedan dar respuestas satisfactorias, eficaces, eficientes y de provechos a aquellas situaciones conflictivas que se presentan en la vida empresarial.(Galaz, 2014, pág. 34)

A través de la historia de la humanidad, los seres humanos hemos utilizado diversas formas para comunicarnos, desde la comunicación con señas, hasta la comunicación a distancia por medio de dispositivos tecnológicos avanzados. El primer medio de comunicación considerado moderno, fue la telegrafía, seguido rápidamente por la telefonía, la radio, la televisión, la transmisión por cable y

satélite, y por supuesto el Internet. El desarrollo de estos medios de telegrafía, la transmisión a larga distancia de mensajes escritos sin el transporte físico de cartas, originalmente sobre cables, ocurrió en los últimos 150 años (desde 1869 hasta el 2019), aunque fue durante la última década, período 2010-2019, en que el Internet llegó a su auge. Y es así como llegan las redes sociales. (Galaz, 2014, pág. 34)

“El origen de estas redes se remonta a 1995, cuando Randy Conrads crea el sitio web classmates.com con el fin de que las personas pudieran recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio y universidad. A principios del año 2002 aparecieron los primeros sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea y fue hasta el año 2003 que las redes sociales se hicieron populares con la llegada de sitios tales como MySpace4 y Xing5. La popularidad de estos sitios creció rápidamente incitando a que también muchas compañías abrieran un espacio para dar cabida a las redes sociales de Internet. No todas las redes sociales son positivas para las compañías, muchas veces la información que se publica en ellas no es verídica, ya que es publicada por gente que, o bien, trata de hacerle una mala reputación a la empresa o bien no conoce lo que hay dentro de ella y difunde información falsa”.(Galaz, 2014, pág. 34)

Una gran cantidad de empresas con miles de empleados y oficinas en todo el mundo han adoptado el uso de las redes sociales y medios de comunicación para eficiente las relaciones y el contacto con los clientes, así como con cualquier oportunidad de negocio. Gracias a estas formas de interacción, se ha logrado reducir el riesgo de perder relaciones importantes para los diversos proyectos y facilitar la definición de estrategias de expansión empresarial a seguir. De igual forma y a pesar de estos beneficios, las organizaciones se han dado cuenta que una red social también es dinámica y se puede convertir en un punto desfavorable debido a la velocidad del cambio en el negocio y al desplazamiento de los contactos dentro y fuera de las empresas. Aun así, podemos notar que son más los beneficios que las redes sociales y los medios de comunicación

aportan a las compañías que los daños que pueden llegar a ocasionar.(Galaz, 2014, pág. 35)

La comunicación electrónica, desde sus inicios, ha sido sumamente eficiente y con el tiempo se ha ido perfeccionando hasta alcanzar niveles muy altos de desarrollo. Gracias a los extraordinarios avances tecnológicos de la electrónica aplicada a los sistemas de cómputo y de comunicaciones se ha producido la feliz convergencia entre estas dos disciplinas, acontecimiento que ha impregnado a los sistemas de comunicaciones de un carácter inteligente que les permites funcionar con una eficiencia incrementada y con características novedosas de las que carecían los sistemas anteriores. (Perez, 2012, pág. 15)

"En los siguientes años se presentaron los siguientes avances y creaciones":

- 1971. Se envía el primer e-mail entre dos ordenadores situados uno al lado del otro.
- 1978. Ward Christensen y Randy Suess crean el BBS (BulletinBoardSystems) para informar a sus amigos sobre reuniones, publicar noticias y compartir información.
- 1994. Se lanza GeoCities, un servicio que permite a los usuarios crear sus propios sitios web y alojarlos en determinados lugares según su contenido.(Ponce, 2012, págs. 7-8-9)
- 1995. La Web alcanza el millón de sitios web, y TheGlobe ofrece a los usuarios la posibilidad de personalizar sus experiencias on-line, mediante la publicación de su propio contenido y conectando con otros individuos de intereses similares. En este mismo año, Randy Conrads crea Classmates, una red social para contactar con antiguos compañeros de estudios. Classmates es para muchos el primer servicio de red social, principalmente, porque se ve en ella el germen de Facebook y otras redes sociales que nacieron, posteriormente, como punto de encuentro para alumnos y exalumnos.(lora, 2014, págs. 71,72)

- 1997. Lanzamiento de AOL Instant Messenger, que ofrece a los usuarios el chat, al tiempo que comienza “el blogging y se lanza Google. También se inaugura Sixdegrees, red social que permite la creación de perfiles personales y listado de amigos” (…), algunos establecen con ella el inicio de las redes sociales por reflejar mejor sus funciones características. Sólo durará hasta el año 2000.(lora, 2014, págs. 71-72)
- 1998. Nace Friends Reunited, una red social británica similar a Classmates. Asimismo, se realiza el lanzamiento de Blogger.
- 2000. Estalla la “Burbuja de Internet”. En este año se llega a la cifra de setenta millones de ordenadores conectados a la Red.
- 2002. Se lanza el portal Friendster, que alcanza los tres millones de usuarios en solo tres meses.
- 2003. Nacen MySpace, LinkedIn y Facebook, aunque la fecha de esta última no está clara puesto que llevaba gestándose varios años. Creada por el conocido Mark Zuckerberg, Facebook se concibe inicialmente como plataforma para conectar a los estudiantes de la Universidad de Harvard. A partir de este momento nacen muchas otras redes sociales como Hi5 y Netlog, entre otras.
- 2004. Se lanzan Digg, como portal de noticias sociales; Bebo, con el acrónimo de "Blog Early, Blog Often"; y Orkut, gestionada por Google.
- 2005. Youtube comienza como servicio de alojamiento de vídeos, y MySpace se convierte en la red social más importante de Estados Unidos.(lora, 2014, págs. 71,72)
- 2006. Se inaugura la red social de microblogging Twitter. Google cuenta con 400 millones de búsquedas por día, y Facebook sigue recibiendo ofertas multimillonarias para comprar su empresa. En España se lanza Tuenti, una red social enfocada al público más joven. Este mismo año, también comienza su actividad Badoo.
- 2008. Facebook se convierte en la red social más utilizada del mundo con más de 200 millones de usuarios, adelantando a MySpace. Nace Tumblr como red social de microblogging para ompetir con Twitter.

- 2009. Facebook alcanza los 400 millones de miembros, y MySpace retrocede hasta los 57 millones. El éxito de Facebook es imparable.
- 2010. Google lanza Google Buzz, su propia red social integrada con Gmail, en su primera semana sus usuarios publicaron nueve millones de entradas. También se inaugura otra nueva red social, Pinterest. Los usuarios de Internet en este año se estiman en 1,97 billones, casi el 30% de la población mundial. Las cifras son asombrosas: Tumblr cuenta con dos millones de publicaciones al día; Facebook crece hasta los 550 millones de usuarios: Twitter computa diariamente 65 millones de tweets, mensajes o publicaciones de texto breve; LinkedIn llega a los 90 millones de usuarios profesionales, y Youtube recibe dos billones de visitas diarias.
- 2011. MySpace y Bebo se rediseñan para competir con Facebook y Twitter. LinkedIn se convierte en la segunda red social más popular en Estados Unidos con 33,9 millones de visitas al mes. En este año se lanza Google+, otra nueva apuesta de Google por las redes sociales." La recién creada Pinterest alcanza los diez millones de visitantes mensuales. Twitter multiplica sus cifras rápidamente y en sólo un año aumenta los tweeter" recibidos hasta los 33 billones.(lora, 2014, págs. 71,72)
- 2012. Actualmente, Facebook ha superado los 800 millones de usuarios, Twitter cuenta con 200 millones, y Google+ registra 62millones. "La red española Tuenti alcanzó en febrero de este año los 13 millones de usuarios. Pero, como decíamos al comienzo de este apartado, es cuestión de semanas que estas cifras se queden anticuadas, y a lo largo del mismo año podemos encontrar registros completamente diferentes."

Internet tiene su origen en 1961, donde se concibe por expertos el concepto de una red interconectada globalmente, pero fue en 1969 cuando surge Arpanet, valorada como la primera red de datos del mundo. A Vinton Cerf, unos de los padres de internet, se le atribuye liderar las investigaciones que permitieron el diseño de los protocolos TCP/IP.(Garaiz, 2010, pág. 23)

1.2 Leyes que regulan aspectos relativos al uso, control, difusión y disfrute de los medios de comunicación digital en la República Dominicana.

La República Dominicana cuenta con varias normativas referentes a la regulación del uso, difusión y disfrute de las tecnologías de información y comunicación, TIC. Entre estas podemos mencionar las siguientes:

El Marco Normativo de tic y gobierno electrónico en República Dominicana, 2013-2020, en su prólogo establece que:

La Ley 1-12, sobre la Estrategia Nacional de Desarrollo 2030 (END), establece como parte de sus políticas transversales, promover el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación "(TIC) como instrumento para mejorar la gestión pública y fomentar una cultura de transparencia y acceso a la información, haciendo más eficientes los procesos de provisión de servicios públicos"(optic.gob.do, 2013) y la facilitación del acceso por parte de los ciudadanos.

El decreto 134-14, Reglamento de aplicación de Ley END, asigna a la Oficina Presidencial de Tecnologías de la Información y Comunicación (OPTIC) la responsabilidad de la política transversal de TIC con todo el despliegue de acciones y políticas que deben ejecutarse sobre el uso de las TIC en el Estado Dominicano.

La OPTIC es un organismo creado mediante el decreto No. 1090-04, de fecha 3 de septiembre de 2004, como dependencia directa del Poder Ejecutivo, con autonomía financiera, estructural y funcional, con el principal objetivo de fomentar el correcto uso e implementación de las TIC y el gobierno electrónico en la administración pública. De modo, que la OPTIC, alineada con la visión y responsabilidades conferidas en la Ley END, así como por sus funciones para la cual fue creada, ha estado desarrollando desde el año 2013 el Marco normativo

para Implementación y Desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación y el Gobierno Electrónico en República Dominicana, sobre la base de los pilares: Atención Ciudadana, Buen Gobierno y Eficiencia, Participación Democrática y Transparencia.

La elaboración de este marco normativo empieza desde inicio de la gestión del presidente Danilo Medina en agosto de 2012 y la nueva gestión de la OPTIC. Es entonces cuando se empieza por definir los 5 ejes que conforman el plan estratégico de la institución, los cuales son: El eje normativo, consultoría, supervisión y control, acceso universal y atención ciudadana. Con el enfoque de dichos ejes, se traza el objetivo de la estandarización de TIC en toda la administración pública, creando entonces, el departamento de Estandarización, Normativas y Auditoría Técnica, desde donde se elaboran y certifican las normas sobre TIC, denominadas NORTIC.

Estas normativas elaboradas por la OPTIC, se definen en 5 categorías: 1. Categoría A (normas universales), para las normas que aplican a todos los organismos gubernamentales. 2. Categoría B (normas para los departamentos de TIC), para las normativas que aplican específicamente a los distintos viceministerios, direcciones, departamentos, divisiones o áreas de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la administración pública. 3. Categorías C (normas municipales), para las normas que aplican a iniciativas de TIC en los ayuntamientos. 4. Categorías D (normas para embajadas), para las normas que aplican únicamente a iniciativas de TIC en las embajadas, consulados y misiones en el extranjero. 5. Categorías E (normas especiales), para las normativas que aplican a organismos gubernamentales con características específicas dependiendo de sus funciones y estructura orgánica, así como para iniciativas, proyectos o programas de Gobierno, en el cual se haga uso de las TIC.

En su proceso de elaboración, cada NORTIC es evaluada por dos comités; la primera evaluación es ejecutada por el Comité Interno para Evaluación de las

Normas (CIEN), el cual está conformado por expertos en TIC dentro de la OPTIC; mientras que la segunda evaluación es realizada por el Comité de Estándares de Tecnologías de la Información y Comunicación (COETIC), el cual está conformado por los responsables de TIC de todos los organismos del Estado. Una vez las normas son aprobadas por ambos comités, se empieza el proceso de publicación, difusión, consultoría e implementación de dicha norma. Para promover y medir la implementación del marco normativo, diseñamos y establecimos el Índice de Uso de TIC e Implementación de Gobierno Electrónico en el Estado Dominicano (iTICge), bajo la Dirección de Estudios, Investigación y Estrategia de Gobierno Electrónico de la OPTIC. Este índice evalúa de manera sistemática los esfuerzos sobre TIC y gobierno electrónico en los organismos del Estado y para el año 2016 estaremos publicando la 3era edición de este estudio. El compendio de normas y guías de implementación que componen el marco normativo busca la mejora en la prestación de servicios ciudadanos, aplicando estándares factibles y duraderos, que proporcionen homogeneidad, estabilidad, seguridad, interoperabilidad, transparencia y fortaleza a los organismos gubernamentales y que el ciudadano sienta un gobierno cercano, transparente y eficiente.

Siendo entonces este Marco normativo para Implementación y Desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación y el Gobierno Electrónico en República Dominicana una realidad hoy día, el país tiene el privilegio de estar dentro de un selecto grupo de países latinoamericanos que pueden exhibir un marco de referencia como este. En esta nueva etapa tenemos como un nuevo reto y meta, construir una Ley de TIC que fortalezca las bases jurídicas de cada uno de los acápites que presenta el actual marco normativo. Sin lugar a duda con el desarrollo sostenido de las TIC y el Gobierno Electrónico en el Estado, seguiremos mejorando cada día la experiencia ciudadana con los servicios públicos en República Dominicana.” (Págs. VII, VIII, IX).

En el caso de que cualquier Usuario o un tercero considere que existen hechos o circunstancias que revelen el carácter ilícito de la utilización de cualquier

contenido y/o de la realización de cualquier actividad en las páginas Web incluidas o accesibles a través del Portal, y, en particular, de la violación de derechos de propiedad intelectual u otros derechos, deberá enviar una notificación a la OPTIC en la que se exprese lo siguiente.(optic.gob.do, 2013)

- Datos personales del reclamante: nombre, número de cédula (o pasaporte, en caso de extranjeros), dirección, número de teléfono y dirección de correo electrónico;
- Especificación de la supuesta actividad ilícita llevada a cabo en el Portal y, en particular, cuando se trate de una supuesta violación de derechos, indicación precisa y concreta de los contenidos protegidos, así como de su localización en las páginas Web;
- Hechos o circunstancias que revelan el carácter ilícito de dicha actividad;(optic.gob.do, 2013)

"En el supuesto de violación de derechos, firma manuscrita o equivalente, con los Datos Personales del titular de los derechos supuestamente infringidos o de la persona autorizada para actuar en nombre y por cuenta de ésta"

Declaración expresa, clara y bajo la responsabilidad del reclamante de que la información proporcionada en la notificación es exacta y del carácter ilícito de la utilización de los contenidos o de la realización de las actividades descritas.(optic.gob.do, 2013)

Estas normativas buscan mantener un control en la difusión de contenidos por medio digital, con la finalidad de que los mismos se puedan ofrecer en cumplimiento con todas las regularidades existentes y así se proteja en todo caso al consumidor, cliente o usuario. Ahora bien, las instituciones o empresas también se benefician a través de estas normativas, puesto que les permiten tener una guía o marco de actuación y de derechos.

1.3 Los derechos de autor en el espacio digital.

Arias, Durango & Socorro, Curos de Marketing Online, 2014, expresan que:

“El Desarrollo de los medios digitales y tecnologías de redes informáticas han llevado a la reinterpretación de estas excepciones. Los medios sociales y otras tecnologías digitales que promuevan el intercambio y la reutilización de contenido a través de diferentes canales de comunicación han introducido nuevas dificultades para hacer cumplir los derechos de autor e inspirado retos adicionales a la filosofía del derecho básico de los derechos de autor. Para proteger su propiedad intelectual, tanto offline como online, las empresas que dependen en gran medida de las leyes de protección de derechos de autor han abogado por la extensión y expansión de los derechos de autor en el espacio digital.(Durango, Mercadotecnia en los medios sociales, 2014, pág. 73)

La industria global del entretenimiento en particular ha luchado diligentemente contra el libre uso, la copia y la distribución de la música electrónica, videos y películas. Algunos críticos etiquetan la distribución y copia no autorizadas de productos comerciales como piratería o la infracción de derechos de autor digital. Se han promulgado leyes durante los años 1990 y 2000 para actualizar la ley de copyright y extenderla a las propiedades digitales que se encuentran en internet. Por ejemplo, en EE.UU. la legislación, incluida la Ley de Derechos de Autor del Milenio Digital (DMCA), tipifica como delito la producción y difusión de la tecnología, dispositivos o servicios que tratan de eludir medidas (conocidas comúnmente como la gestión de derechos digitales o DRM) que controlan el acceso a las obras protegidas, También tipifica como delito el acto de eludir un control de acceso, si hay o no infracción real de los derechos de autor en sí.”(Durango, Mercadotecnia en los medios sociales, 2014, pág. 73)

1.4 Ventajas y Desventajas de la comunicación digital.

En el uso de las tecnologías de información y comunicación nos encontramos con ciertas ventajas y desventajas, en donde estas últimas siempre deben ser contrarrestadas a través de estrategias bien planificadas.

En otro orden y enfocándonos en la comunicación digital, hay que destacar los siguientes factores positivos y negativos que obtenemos a través de la práctica de estrategias de comunicación digital:

- Beneficios:

(…) Facilitan la comunicación y el intercambio de información con clientes, usuarios, clientes potenciales, los medios de comunicación social añaden una característica que no tienen los medios anteriores: la capacidad para crear comunidad.(Carballar, social medial , 2012, págs. 15-16)

Los principales beneficios de los medios de comunicación social se basan en sus capacidades extraordinarias para:

- Establecer relación personal.
- Difundir información sin límites geográfico ni temporal.
- Recoger información del entorno en tiempo real.
- Bajo costo.(Carballar, social medial , 2012, págs. 15-16)

Los medios de comunicación social son una buena herramienta de fidelización al favorecer la calidad de la relación e impulsar la percepción de apoyo social

Desde un punto de vista corporativo, los medios de comunicación social no vienen a sustituir a ninguna otra forma de relación, sino que se convierten en un complemento de todas ellas (desde la publicidad a las relaciones públicas) de hecho se trata de una herramienta que puede hacer que cualquier fuerza de comunicación resulte más efectiva.(Carballar, social medial , 2012, págs. 15-16)

(…..) Concretando algo más se puede decir que los principales beneficios que nos puede aportar los medios de comunicación social son:(Carballar, social medial , 2012, pág. 17)

- Fortalecer la relación con los clientes.
- Mejorar el conocimiento con nuestra marca o empresa dentro de nuestro mercado objetivo.
- Identificar y atraer nuevos clientes.
- Mejorar la efectividad de nuestras relaciones externas: proveedores, socios o colegas.
- Mejorar la efectividad de nuestras relaciones internas: entre departamentos, grupos de trabajos, políticas corporativas.
- Conocer mejor a nuestros clientes: percepciones, satisfacción y compromisos.
- Conoce mejor nuestro entorno: proveedores, socios y candidatos.(Carballar, 2012, págs. 17-18)

Desventajas de las comunicaciones digitales.

"La era digital se apoderado tanto de la mayoría de los seres humanos que llegamos a un punto en que dependemos de ellos, un claro ejemplo es con nuestra ortografía, confiamos tanto en que el computador nos corrige las faltas de ortografía que ya ni nos preocupamos en auto educarnos". También podría mencionar que cuando tenemos que realizar alguna investigación somos muy conformistas y entramos al internet para bajar la información que encontramos, Ctrl C y Ctrl V, y listo el trabajo está terminado, ¿porque ya no recurrimos a los libros?, el internet puede ser una gran fuente de información, pero los libros también lo son.(lopez, 2011)

El problema o las desventajas radican en el uso que se les da a estas herramientas.(ramirez d. , 2012)

(….) El plagio. Esta desventaja consiste en la acción de copiar en lo sustancial obras ajenas, dándolas como propias. Es decir, es una infracción contra el derecho de autor acerca de una obra artística o intelectual de cualquier tipo, en la que se incurre cuando se presenta una obra ajena como propia u original.(ramirez d. , 2012)

(…) El riego a la privacidad. Debido a que todas las personas tenemos acceso a la comunicación digital, cualquier persona puede incurrir en tus asuntos personales. Esto hace que no se tenga privacidad en cualquier cosa que se haga en este medio de comunicación digital.(ramirez d. , 2012)

Comunicación digital, ventajas y desafíos.

“En el mundo actual, es imposible imaginarse organización alguna, con interés de hacer llegar su visión y lograr un posicionamiento adecuado, sin contar con las ventajas que ofrece la Internet”.(Aybar, 2013)

“La Internet nos ofrece la oportunidad única de integrar en una misma información, video, audio y texto, lo que conocemos como multimedia. Para establecer una buena conexión con el gran público cibernauta, lo primero que debemos lograr, es ser encontrados en la gran autopista de la información, y para lograr ese posicionamiento en los diferentes motores de búsquedas disponibles, es necesario producir la mayor densidad de palabras claves (aquellas que guardan relación con quien produce la información) que en nuestro caso, algunos ejemplos serian: Seguridad ciudadana, orden público, índice de la criminalidad, entre otras, las cuales, mientras más veces aparezcan en las 100 primeras palabras del texto, mejor posición nos otorgarán”.(Aybar, 2013)

Actualmente en nuestro país de acuerdo con las más recientes estadísticas ofrecidas por INDOTEL, existen 4, 116,870 usuarios de Internet, un mercado nada despreciable.(Aybar, 2013)

“La Internet ha logrado romper con paradigmas establecidos en los ámbitos de la comunicación, dotándola de mayor fluidez, estimulando el mercado de oportunidades para el desarrollo de los que ejercen esta labor, logrando hasta este momento, que un conservador 90% de las noticias a nivel mundial se den a conocer a través de ella”.(Aybar, 2013)

“En la época de las redes sociales y blogs informativos, cualquiera puede reportar una noticia respecto a un evento, más, sin embargo, para dar esas noticias o informaciones con carácter profesional, debe de tener valores agregados, aprovechando sus principales características”:(Aybar, 2013)

Hipertextualidad: permite establecer vínculos con otras páginas.

Multimedialidad: Todo producto que se difunda por la Internet debe tener la mayor cantidad posible de contenido multimedia.(Aybar, 2013)

Interactividad: Plantea escenarios de debates y foros, para retroalimentarse y tener una idea clara, respecto a la percepción sobre nuestra labor.

Partiendo de estos conceptos, es básico, formular una buena gestión de la información, más allá de tener un archivo digital, juntamente con el establecimiento de estrategias que nos permitan conocer nuestro público. No hacer nada con las redes sociales pudiera resultar caro para la consecución de nuestros objetivos y es muy económico estar en ellas.

En la medida que conozcamos lo que el público piensa respecto a nuestra labor, podremos trazar líneas estratégicas, para lograr niveles de influencia sobre él.(Aybar, 2013)

El mundo se divide en tres categorías de personas:

- Un muy pequeño número que produce acontecimientos.
- Un grupo un poco más grande que asegura la ejecución y supervisa los acontecimientos.
- Y una amplia mayoría que nunca se enterará que ha ocurrido en realidad.

La Internet más que un medio, es un canal al servicio de los medios televisivos, radiales o escritos, erigiéndose como la gran ventana universal al mundo de la información en general, es por esto que coincidimos meridianamente con aquellos que consideran que la Internet más que otro clavo en el ataúd de Guttemberg, representa su redención en un cuerpo estelar.(Aybar, 2013)

1.5 Características de los medios de comunicación social.

"Antes de que el termino web 2.0 fuera acuñado en 1999, las páginas de internet ofrecían solo contenido estático, como texto y gráficos. En los sitios web operados con las tecnologías web 1.0, los anfitriones del web y los propietarios eran el contenido primario. La información en línea estaba dirigida a un público mayoritariamente pasivo que no recibía más que el contenido aportado. Sin embargo, con la introducción de las tecnologías web 2.0, los medios sociales como los blogs comenzaron a permitir a los usuarios interactuar y colaborar entre sí en las comunidades virtuales. Este método más abierto de dialogo social contrata significativamente con el enfoque top-down que caracterizo la web". (Durango, Mercadotecnia en los medios sociales, 2014, págs. 15-16)

(.....) Las redes sociales comenzaron a reunir las caracterizas de los sitios web 2.0, que proporcionan una rica experiencia de usuario, contenido dinámico, escalabilidad, apertura e inteligencia colectiva. Los usuarios de medios sociales activos podían beneficiarse de las diversas características que les permitían marcar algo como "like", crear y subir imágenes o subir videos y texto. Los usuarios podían entonces compartir esta información, ya fuera con un grupo selecto de amigos p públicamente, a través de la web…… También ha abierto los sitios web de medios sociales aspamming, trolling y flamming por usuarios sin escrúpulos o menos maduros. A pesar de todo, los medios de comunicación social han crecido rápidamente en los EE. UU. y en todo el mundo, debido a su mezcla de tecnología e interacción social para la co-creaccion de valor.

Un servicio de red social es un servicio en línea, plataforma o sitio que se centra en la construcción y refleja las redes o las relaciones sociales entre las personas, que comparten intereses y / o actividades comunes.(Durango, Mercadotecnia en los medios sociales, 2014)

Spamming: Estos son sms que envían muchas empresas para llegarles a los clientes los cuales pueden ser molestosos.

Trolling: Estas personas no son sinceras al momento de crear una conversación a través de las redes sociales ocultando el real propósito que es crear conflicto de forma sutil.

Flamming: Estas son personas sin escrúpulos se aprovechan de cualquier situación para ofender a los demás a través de las redes.

1.6 objetivos de la comunicación digital.

Objetivos generales:

● Ganar visibilidad online.
● Diseñar estrategias de engagement en redes sociales.
● Aumentar el reconocimiento (….).
● Fomentar la fidelización de los nuevos clientes.
● Crear una buena reputación online.
● Incrementar el nivel de interacción con los usuarios.
● Crear comunidad entorno a la marca.(jimenez, 2017)

Objetivos específicos:

- Ganar visibilidad online.
- Obtener un buen posicionamiento en buscadores.
- Aumentar las visitas a la web corporativa (blog).
- Generar interés por la marca.

- Aumentar el reconocimiento de la marca entre el público:
- Posicionarnos como expertos sobre nuestras áreas de trabajo.
- Potenciar los casos de éxito y recomendaciones de socios o influenciar.
- Aumentar las peticiones de información, leads o contactos para convertir nuevos clientes.
- Generar tráfico hacia la web.
- Lanzar campañas de promoción y difundirlas a través de las redes sociales seleccionadas.
- Conseguir referencias de personas influyentes en el sector sobre nuestros productos.
- Fidelizar a los clientes:
- Aportar contenidos de calidad a través de los canales más adecuados.
- Planificar y difundir campañas exclusivas para clientes de la marca.
- Fomentar la conversación con los clientes para conocer sus opiniones.(jimenez, 2017)

1.7 El Social Media Manager dentro en la organización empresarial.

¿Social medial? Es el especialista que planifica todas las estrategias de la institución en cuanto a las redes sociales se refiere, el cual luego se las entrega al community manager.

community manager: Este ejecuta las acciones o las planificaciones que le entrega el especialista del departamento social medial, ellos ven si las acciones que se implementaron fueron las correctas los comentarios de los usuarios entre otras cosas.

Estas serían sus tareas más habituales:

- Planificar y preparar la estrategia de social media de la marca o empresa, dotándola de contenido y enfoque profesional.
- Definir los objetivos que la empresa pretende lograr con sus acciones de social media de la manera más precisa posible.
- Monitorizar las acciones en este ámbito, comprobando si se están cumpliendo los objetivos previstos y si el retorno de la inversión (ROI) es el correcto.
- Analizar la evolución de los principales competidores.
- Conocer la situación dentro del mercado y las necesidades de los clientes.
- Mantener una relación fluida con el community manager, ayudándole a planificar su trabajo, dándole las indicaciones pertinentes y manteniéndole al día de todas las novedades.
- Analizar e interpretar los datos de fuentes externas e internas, en especial los que le llegan del community manager.
- Preparar un plan de contingencia en el caso de producirse **una crisis de reputación online** y, en caso de presentarse, colaborar activamente en su resolución.(inboundcycle.com, 2019)

1.8 Esquema digital de la comunicación.

(Noda F. N., 2005)La comunicación social se presenta en dos esquemas básicos: el interpersonal y el masivo. El primero tiene como escenario una sesión donde dos o más interlocutores interactúan verbal o no verbalmente. (….)

- Un emisor. (…)
- Un receptor. (….)
- Un medio. (…)
- Un canal. (….)

- Un mensaje
- Una intención (lo que quieres lograr quien elabora y distribuye el mensaje)
- Un efecto. (….)
- Retroalimentación o “feedback”. (…)(Noda F. N., 2005, pág. 29)

1.9 Los principios de la comunicación digital.

(Carmen Marta Lazo, 2016)La narrativa digital que vertebra las prácticas culturales precisa un análisis de los elementos que conforman su discurso. El hipertexto, como sistema de escritura y expresión electrónico, organiza y compone la información y la ficción de modo no lineal, con estructuras rizomáticas, constituidas por nodos y enlaces. Abre itinerarios abiertos y disyuntivos, de naturaleza compleja y carácter laberintico, para los intereses y necesidades de sus usuarios.

La narrativa digital surge y fluye en el hipertexto, en un soporte multimedia, con la utilización de diferentes códigos y lenguajes (textuales, gráficos, visuales, sonoros, audiovisuales). La interacción posibilita la intervención del usuario como emisor, productor, curador, y distribuidor de contenidos, propios y ajenos. El mapa de interacciones es multidireccional, descentralizado, dinámico y móvil(Carmen Marta Lazo, 2016, pág. 35)

Los internautas esperan una comunicación que no sea únicamente informativa, sino que esperan poder participar en y en ella. Por eso ya no funciona la publicidad tradicional. Porque las empresas has ahora comunicaban información a los consumidores, pero estos no podían dar su opinión.(Gorospe, Guia del social media marketing, 2012, pág. 4)

1.10 La importancia de la comunicación digital.

Internet es un lugar en el cual informarse, comunicarse y divertirse, pero también, y es lo que nos preocupa, es el lugar en donde se deciden muchas. Los internautas confían más en la web que en otros medios de comunicación, las redes sociales son aquellas que influencian más las decisiones de compra de los consumidores. En estos medios se comparten más las necesidades, las dudas, las experiencias de uso y los caprichos a sus amigos. (….). Los índices de confianza son muy superiores cuando el consejo viene por parte de un conocido, y si es un amigo. (….)(Gorospe, Guia del social media marketing, 2012, pág. 10)

¡Y además la web tiene memoria!

Los comentarios quedan durante mucho tiempo registrados, un mal comentario vertido hace 6 meses sigue teniendo su particular efecto. Incluso hay comentarios negativos o positivos con cierta antigüedad que, aun con el paso del tiempo, siempre aparecen en los primeros puestos juntos a nuestra marca al teclearla en google.(Gorospe, Guia del social media marketing, 2012, pág. 10)

Internautas. “Desde mi punto de vista estas personas son las que viven navegando en el internet, en búsqueda de información para su interés propio”.

Las principales actividades que se realizan están relacionadas a situaciones de interés colectivo, familiares, sexo, amistad, transacciones económicas, conocimiento, creencias, pasa tiempos y estatus.(Garaiz, 2010, pág. 36)

(María Redondo, 2013)Hace unos años (2010 abajo), todavía se hablaba de plan de social media a secas, cuando las acciones de marketing digital aún se consideraban algo independiente de las acciones en redes sociales.

Pero la dinámica social actual (2019) y las nuevas tendencias han hecho que estas dos disciplinas aporten sus metodologías más compatibles en beneficios de las empresas que desean combinar lo mejor de ambas.

Así que desde el año 2011 se empieza a hablar del plan de social media marketing porque casi la totalidad de las empresas que utilizan los medios sociales integran también herramientas de marketing en sus estrategias en la red, aunque ligeramente modificadas para adaptarlas al entorno digital.(María Redondo, como preparar un plan de social media marketing, 2013, pág. 21)

1.11 Analítica web.

La analítica web es el recabado, análisis y presentación de datos procedentes de plataformas digitales conectadas a la red y no disponibles en sistemas estructurados de inteligencia de negocios.(Maldonado, analitica web medir para triunfar, 2013, pág. 25)

(….) Es una diciplina que persigue acciones de monitorización y mejora para la consecución de los objetivos que han fundamentado las inversiones y actividades online de la empresa. Estas acciones descansan sobre tres pilares (…).

- Medición (o recopilación de datos)
- Análisis (o investigación).
- Entrega (o presentación lógica de resultados y conclusiones).(Maldonado, analitica web medir para triunfar, 2013, pág. 25)

La analítica web nos permite medir resultados obtenidos, saber qué cosas han funcionado mejor o peor y tomar las decisiones adecuadas para potenciar los éxitos y corregir los errores.(Gemma Muñoz Vera, analitica web en una semana, 2012, pág. 9)

La analítica web te permite entender que ocurre antes de que los usuarios lleguen a tu web, como se comportan mientras están en ella y por qué no se cumplen los objetivos que tienes marcados en tu web.(Gemma Muñoz Vera, analitica web en una semana, 2012, pág. 9)

Se dice que la comunicación digital ha cambiado la forma de interacción entre las personas, las empresas, los comercios, las entidades gubernamentales con los ciudadanos, entre otros. El mundo se ha convertido en una pequeña aldea, donde ya todo lo tenemos figurativamente a la ‘’vuelta de la esquina’’.

Lo vivimos a diario en nuestros entornos laborales, lo que es la comunicación digital, donde nos podemos comunicar e intercambiar información de forma rápida y eficiente. Por ejemplo, en el caso de empresas nacionales con múltiples sucursales en todo el territorio nacional, como los bancos, se pude interactuar desde la ciudad hasta las Provincias, para solucionar o dar respuestas a cualquier situación que se pueda presentar, sin la necesidad de trasladarse, solo en casos que amerite la presencia física de personas. Rápida porque en cuestión de segundos el receptor recibe el mensaje; y eficiente por que todo se queda guardado en los ordenadores, archivos o memoria; es como la caja fuerte de los archivos de gran importancia, donde se guardaban para tener constancia de ellos.

Tenemos el caso de las empresas e instituciones multinacionales, que tienen presencia en distintas partes del mundo, donde de manera rápida se conectan e interactúan de distintas formas, sin la necesidad en principio de cruzar las imperiosas aguas del mar. Se puede ver la importancia de estas herramientas tecnológicas en las instituciones.

La internet es y ha sido la transición de la modernización de la comunicación, pero nos damos cuenta de que la misma no juega el papel preponderante que toda empresa ha querido, ya que la mayoría de los empleados invierten parte de ese tiempo en las redes, y descuidan la parte laboral. Se observa que las empresas como forma de limitar que estos empleados se distraigan y no descuiden sus funciones, instalan programas que restringen ciertas páginas, eso es en el caso menos extremo, o limitan totalmente el acceso a internet, dependiendo de la función que realice ese empleado o la jerarquía en la pirámide de la empresa. Pero lamentablemente con las nuevas herramientas móviles,

como son los celulares, tabletas o laptops inteligentes, los empleados no necesitan de los ordenadores de las empresas para acceder a ese mundo de la información.

En la República Dominicana, a partir del año 2012, se le ha dado importancia de relieve a las tecnologías de la información y comunicación, conocidas comúnmente como las TIC, que vienen a revolucionar la forma de la integración gobierno – ciudadanía, donde ambas partes se benefician de la revolución de la tecnología; El estado porque al eficientizar los procesos en la instituciones, puede manejar un banco de información importante sobre los diferentes aspectos de los ciudadanos, y con esa información proyectar de manera más eficiente los programas y políticas públicas; como también la reducción de costos para darle funcionalidad a los servicios que brinda, ahorrando papel, tintas, menos empleados, mejor mantenimiento de la planta física, entre otras ventajas. Con relación al ciudadano, se ahorran en transporte principalmente, ya que muchas instituciones se han montado en el vehículo de la modernidad, tenemos bastos ejemplos de instituciones que vía telefónica, por mensajes de texto, o por medio del internet, los usuarios pueden hacer sus reclamaciones, solicitudes, quejas, denuncias, o cualquier requerimiento, de la manera más eficiente y fácil, tenemos el caso de Pro consumidor, donde con una sola llamada al Call Center, el cual es libre de cargos, el consumidor que no ha sido satisfecho de manera completa en sus servicio adquirido o bienes, tiene la forma de reclamar, y se le apertura una reclamación y se le asigna un número, para en el momento oportuno, de que se le reivindique en su derecho a tener un servicio o a tener acceso a bienes de calidad; otro ejemplo importante lo encontramos en la Procuraduría General de la República, donde ya los usuarios con un solo clic, pueden hacer la solicitud de los diferentes servicios, como la solicitud de la Certificación de no Antecedentes Penales, el cual se remiten vía correo o en línea por la misma página, sin la necesidad de hacer esas filas maratónicas que se hacían, y las condiciones de espera no eran las mejores.

Y todo ese propósito de modernizar las instituciones y los hogares del país, con las tecnologías de punta, va alineada a los que ya conocemos como la Estrategia Nacional de Desarrollo, donde hay una serie de reglamentos que orientan el camino que hay que recorrer y como se debe de recorrer para lograr los objeticos del milenio.

Se ha logrado grandes avances, está el caso del Ministerio de Educación, donde las Tics van a revolucionar la manera de los estudiantes de aprender e interactuar, y al mismo tiempo los facilitadores (maestros o docentes), tendrán la oportunidad de involucrarse y navegar juntamente con los estudiantes, en el mundo de la Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC), que es auspiciado y coordinado por la Oficina (OPTIC).

Los estudiantes y maestros, según la publicidad del Ministerio de Educación, tendrán sus netbooks, lo cual permitirá que esa sea la vía para desarrollar las competencias curriculares.

En el caso de los Derechos de Autor, las tecnologías vienen a darle un nuevo matiz de cómo se difunden, consumen y controlan esos derechos. En nuestro país tenemos el caso de Tratado de Libre Comercio (TLC), que en su capítulo 15, trata imperiosamente de esos derechos, y su difusión y control.

Tenemos el caso de la Ley 65-00, sobre Derecho de Autor, que es una normativa moderna, que abarca, regula y controla todo el aspecto general de las obras literarias, artísticas, científicas, entre otros, el cual busca proteger todo ese derecho. El aspecto para discutir más delicado es el tema de las músicas digitales, ya que son estas las más populares e importantes en el consumo popular. Es una industria que mueve a nivel mundial miles de millones de dólares. Pero el aspecto de regulación es más difícil controlar en estos medios, ya que la diversificación de dispositivos electrónicos que hay, la interacción de los usuarios hace que se complique la regulación y control.

Por ejemplo, YouTube, que es la plataforma de reproducción de videos y música más popular, la cual llego a revolucionar la manera de disfrutar de las

composiciones musicales. Pero algo importante a destacar, que se ha sustituido la forma de como esos artistas se lucran, ya que la plataforma hace como una especie de regalías según la cantidad de reproducciones. Antes en la República Dominicana, la piratería se perseguía, con la participación de la Procuraduría General de la República, SGACEDOM, la ONDA, entre otras instituciones, la persecución de los famosos vendedores informales (de ambulantes), que todavía venden, ya mínimamente, los famosos CD (prácticamente en desuso), que eran tan demandados y populares, por ser la tecnología de punta, que vino a sustituir los ya desaparecidos discos cassette;

Tratando de las ventajas y desventajas de la comunicación digital, dentro de las ventajas facilita el trabajo con los usuarios; más eficiente y con menos errores al momento de redactar informes y las distintas tareas; ahorra tiempo, esfuerzo y dinero; Existen clientes que se le informa de los productos y servicios de manera interactiva o a través de páginas digitales; Atraer clientes que no conocemos y que si nos conocen;

Dentro de las desventajas podemos encontrar la sobre dependencia en el uso de los dispositivos inteligentes; impide la interacción interpersonal; nos hace dependientes de trabajos en el medio digital, como también el riesgo a que se exponen las personas que comparten sus creaciones en la web, entre otros.

Con el avance del internet, y la forma en que transmitimos la información, se ve la importancia, donde todos de una forma u otra nos hemos beneficiado de las ventajas que nos brinda, en un mundo tan competitivo y vertiginoso.

Con el buen empleo de las diferentes herramientas que nos brinda la web, se puede proyectar la empresa de una forma más veraz y oportuna, ya que los diferentes usuario o clientes, con el acceso al internet, pueden visualizar los servicios, bienes, ofertas, cambios de servicios o ítems, de forma digital.

La transformación de los medios sociales ha cambiado la forma y la experiencia al navegar de los usuarios, donde con el revolucionario cambio de la tecnología han vivificado la forma de la interacción.

La poca forma y desmotivadora forma del internet, donde solo era una herramienta de trabajo, pasó a ser un mundo y aldea donde se puede compartir de todo a solo un clic, motivando el crecimiento de la plataforma y motivado el crecimiento exponencial de los usuarios.

CAPÍTULO 2. ASPECTOS GENERALES DEL MINISTERIO DE EDUCACION SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGIA.

Este capítulo número 2 se estará hablando todo lo relacionado con el Ministerio de educación Superior Ciencia y Tecnología (MESCYT), como su misión, visión, valores, Blanco de Público, Análisis DAFO, Encargado actual de esta institución, Servicios que ofrece, Bases legales, Departamento encargado de manejar las redes sociales del MESCYT, Redes sociales, Tiempo de respuestas a las redes sociales

2.1 Que es el MESCYT.

El MESCyT, es el órgano del Poder Ejecutivo, en el ramo de la educación superior, la ciencia y la tecnología, encargado de fomentar, reglamentar y administrar el Sistema Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología. De acuerdo con sus atribuciones, vela por la ejecución de todas las disposiciones de la ley 139-01 y de las políticas emanadas del Poder Ejecutivo.(https://mescyt.gob.do, s.f.)

Es responsabilidad de este despacho la supervisión del sistema como un todo. Por ello, vigila el cumplimiento de las políticas, la evaluación de todos los órganos y la coordinación de sus labores. Con ese fin, se fundamenta en los viceministerios de Educación Superior y de Ciencia y Tecnología, en estudios de las dependencias y en las decisiones del Consejo Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología. Entre las funciones de este despacho, asistidas por el Consejo y las entidades técnicas, están velar por la calidad de la educación superior, el desarrollo de la investigación científica y tecnológica, la apertura o el cierre de instituciones pertenecientes al Sistema.(https://mescyt.gob.do, s.f.)

El MESCYT es la institución responsable de coordinar mesas de diálogo entre los diferentes sectores del sistema de educación superior, y demás instituciones involucradas en los temas de discusiones y políticas educativas que contribuyan a la mejora de la educación superior.

Es la institución responsable de velar por el continuo mejoramiento de la calidad en la educación superior, mediante arduo proceso de trabajo que involucre a todas las instituciones y organismos responsables; como también es importante el sistema de educación comparada, para traer los mejores modelos de desarrollo en la educación y adaptarlos internamente.

Este ministerio de educación superior tiene reglas que las universidades deben cumplir para seguir como universidades abiertas ya que si estas universidades no siguen los regímenes pautados por el ministerio estás serán universidades inactivas como ha sucedido con unas cuantas las cuales están clausuradas, por estas se deben regir por calidad en su sistema de educar a sus futuros profesionales al salir de esa universidad con una adecuada educación a nivel profesional y competitivo para el mercado nacional e internacional, es por lo que el MESCYT está en el monitoreo constante con las universidades impartidoras de carreras para el profesional.

La educación superior está basada más a lo que es la educación pública ya que esta pertenece al estado dominicano.

Existen universidades privadas y otras públicas por lo que estás tienen reglas que en algún momento difieren, los entes educadores superior publica estas son subsidiadas por el estado o gobierno por lo que imparte su educación a bajo costo no es que del todo es gratis, porque el estudiante tiene que pagar un por ciento de los créditos, pero este pago es muy por debajo de lo que es el pago en una universidad privada, estos créditos de estas universidad son bastantes elevados por lo que muchas personas tienen que optar por inscribirse en una publica a causa del pago.

También se reconoce que la educación de estas universidades no es mala, esta educación está en competencia con las universidades privada.

Cabe mencionar las universidades clausuradas las cuales fueron serradas por el ministerio de educación superior por no cumplir con los reglamentos impuesto por el Ministerio de educación superior ciencia y tecnología. Aunque estas universidades están cerradas no quiere decir que lo documentos de estos usuarios están perdidos porque existe un departamento de universidades clausuradas los cuales tienen estos documentos archivados y o en una base de datos, para cuando el usuario se dirija a la institución a legalizar se encuentren para el proceso de darle validez a ese documento.

Las instituciones de Educación Superior reciben una evaluación cada cinco años, (5), que es denominado Evaluación Quinquenal, donde en esta mediante una auditoria que le realiza el Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología (MESCYT), con expertos universitario.

Con los métodos de educación establecidos, el trabajo del ministerio de educación superior ciencia y tecnología y demás instituciones no descansa, ya que es preciso que constantemente se someta a criterios de evaluación el sistema de educación superior que procuren precisar que el método empleado cumple con los lineamientos procurados.

Para que el ministerio de educación superior pueda cumplir con su rol estatal y social, debe manejar fondos que permitan cumplir su agenda y objetivos. Estos recursos para la operatividad son obtenidos principalmente del erario, producto de los impuestos pagados; estos recursos provienen también de donaciones y acuerdos con instituciones nacionales e internacionales de carácter público y privada.

Hay que tener en consideración que uno de los principales requisitos para solicitar el beneficio de una beca es tener el promedio porcentual de 80 puntos

en adelante, de lo contrario no podrá ser uno de los beneficiados. Ya que quizás muchos ciudadanos optan por el beneficio sin saber si cumplen con lo establecido en la política interna para el otorgamiento de becas; sumándose a eso que los recursos no son suficientes para cumplir al 100% las solicitudes presentadas.

Aunque algunas veces mandar a un estudiante a prepararse internacionalmente por medio de acuerdos con universidades, es más barato que cualquier carrera en el país. Ya que son acuerdos de cooperación que un país brinda como forma de contribuir con la calidad de los profesionales del país.

Para procesar tanta información y seleccionar a los que mejor cumplen con la política interna, para el otorgamiento de las becas, está un equipo, encabezado por el/la ministro/a y los Viceministros, y demás puestos medios y bajos, los cueles deben responder a estos requerimientos.

No solamente el MESCYT es otorgamientos de becas, también es el Ministerio es quien encabeza y dirige la política del sistema de Educación Superior, la cual es responsable de recomendar, sancionar, regular, establecer, encabezar y supervisar todo el sistema a nivel superior de la educación. Este papel es fundamental para el futuro de toda una nación, porque son esos hombres y mujeres que están o estarán ejerciendo diferentes tipos de funciones que elevan la productividad de un país. Además, que en la Republica Dominicano se necesita elevar el nivel de criticidad, ciencia y tecnología, que haga más competente los servicios, productos y capacidades de cada área y de los profesionales.

Cada centro o institución que oferta y ejecuta programas académicos de nivel superior, debe primeramente ser sometidos y aprobados por el ministerio de educación superior, para que así sea un sistema educativo estable, seguro, eficiente y provechoso.

Los usuarios que solicitan cualquier tipo de servicios como son becas nacionales e internacionales, ingles de inmersión y francés de inmersión, legalizaciones,

entre otros, la institución trata de ofrecerlos con los más altos estándares de servicios, pero sabemos que hay debilidades que se pueden presentar, como inconformidades, malos entendidos, impaciencias por parte de los usuarios, tardanzas por ciertas fluctuaciones ya sea del sistema, almuerzo de los empleados, salidas inesperadas, cantidad de usuarios, entre otras, las cuales se transforman muchas veces en quejas de los solicitantes de estos servicios, pero las mismas son canalizadas de manera adecuada para que los ciudadanos tengan una pronta respuestas a sus requerimientos y quejas. Se trata de dar respuestas satisfactorias y oportunas.

Esta institución tan importante del país, donde su principal meta es expandir el conocimiento a nivel superior, es por eso que no toda persona debe dirigir la misma; los acuerdos políticos deben estar alejado al momento de elegir la persona que dirigirá esos destinos tan delicado, es por eso que actualmente quien dirige ese importante ministerio es la Licda. Alejandrina German, la cual es egresada principalmente del área de las ciencias de la educación, graduada con honores, con diferentes maestrías y postgrados a nivel nacional como internacional. Autora de libros, los cuales versan principalmente sobre la materia de la educación.

Ha sido galardonada con importantes premios y desempeño la función de Secretaria de Educación, cuando los ministerios se llamaban secretarias. Por eso su designación, por su vasta experiencia en el área de la educación y su compromiso por los mejores intereses del sector educación.

2.2 Misión.

Fomentar, reglamentar, asesorar y administrar el Sistema Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, estableciendo las políticas, estrategias y programas tendentes a desarrollar los sectores que contribuyan a la competitividad económica y al desarrollo humano sostenible del país.(Mescyt.com, s.f.)

2.3 Visión.

Fomentar ciudadanos críticos y democráticos, identificados con los valores nacionales y de solidaridad internacional, capaces de participar eficazmente en las transformaciones sociales, económicas, culturales y políticas del país.(Mescyt.com, s.f.)

2.4 Valores.

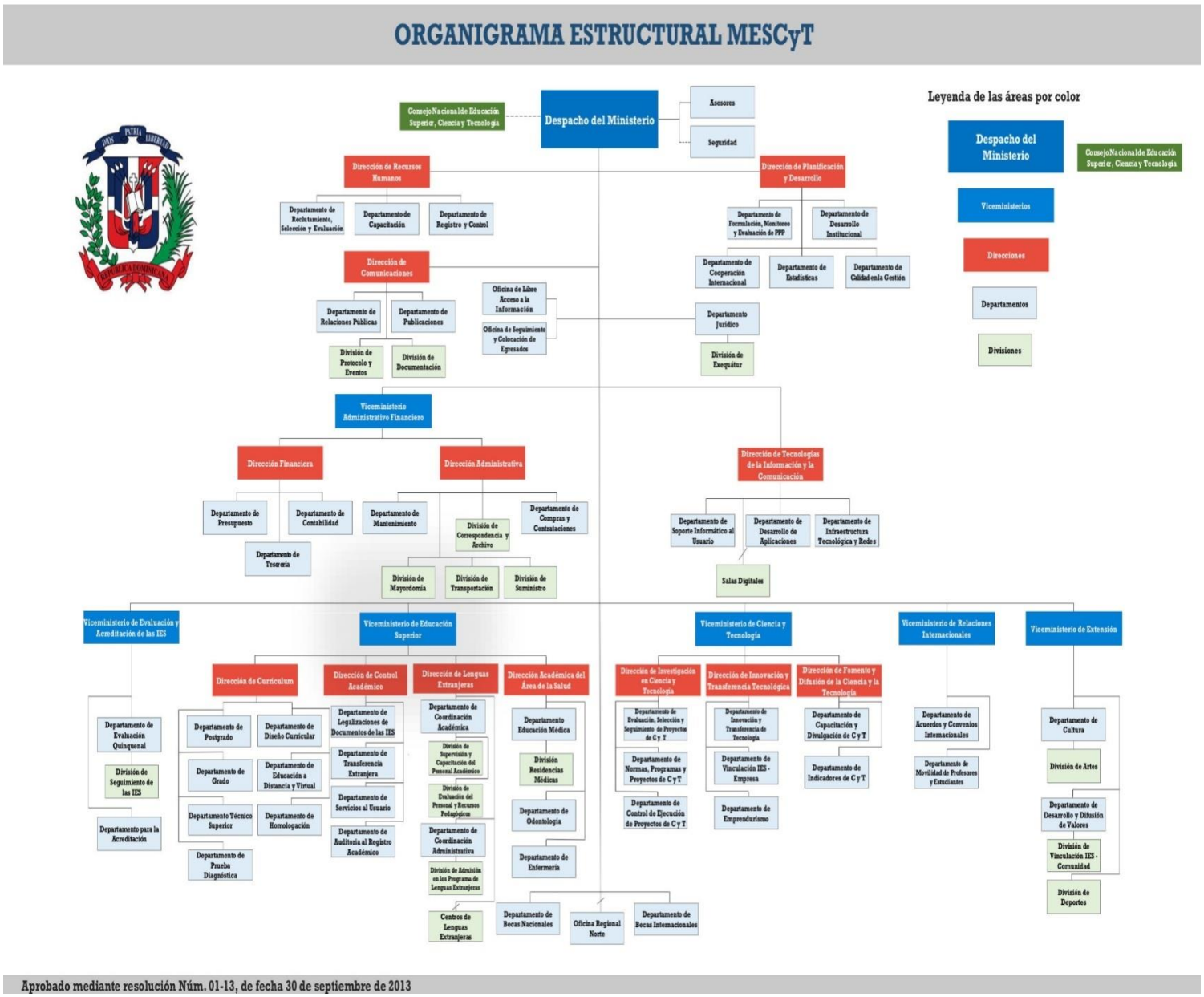
Los valores esenciales en que se fundamenta el quehacer de la educación superior, la ciencia y la tecnología en la República Dominicana, son los siguientes:(Mescyt.com, s.f.)

La identidad y cultura nacional, como punto de partida para la universalidad del patrimonio cultural;(Mescyt.com, s.f.)

- El respeto al ser humano, su dignidad y su libertad;
- El pluralismo ideológico, político y religioso;
- El espíritu democrático, la justicia social y la solidaridad humana;
- El rigor científico y la responsabilidad ética en la búsqueda y construcción del conocimiento;
- La creatividad, la criticidad, la integridad y la responsabilidad;
- La igualdad de oportunidades en el acceso a los beneficios de la educación superior, sin que medien prejuicios por origen social, etnia, religión o género;
- La autoestima cultural y del talento nacional; el aprecio de la capacidad innovadora y de invención;

- La actitud de servicio y rendición de cuentas a la sociedad como beneficiaria y sustentadora de las actividades académicas, científicas, tecnológicas y culturales;
- La actitud de cooperación y solidaridad entre los seres humanos, las organizaciones y las naciones;
- La actitud prospectiva, de apertura al cambio y la capacidad de adaptación a los cambios nacionales e internacionales.(Mescyt.com, s.f.)

2.5 Gráfico #1: Organigrama estructural del MESCYT.



Fuente:https://mescyt.gob.do/nosotros/organigrama-estructural-mescyt/

2.6 Blanco de Público.

El ministerio de educación superior ciencia y tecnología está dirigido para el estudiante de educación superior, es decir para las personas que deseen o estén cursando carreras en las universidades esto es para becas y legalización de documentos, pero también para todas las universidades ya que estas se rigen por las normas que el MESCYT les exigen para poder seguir como instituciones educativas.

Principales segmentos de públicos:

Público interno: funcionarios, Empleados.

Público intermedio: Institutos descentralizados, Entes intergubernamentales.

Público externo: Universidades, Estudiantes, Profesionales, Medios de comunicación.

2.7 Análisis DAFO.

Fortaleza:

- se detecta cualquier inconformidad que tenga un usuario con la institución.
- Se tiene comunicación al instante con el usuario y se sabe con quién se está hablando.
- Publicidad a bajo costo.

Amenaza:

- Los comentarios de usuarios inconformes que afecta a la institución a través de las redes.
- La respuesta que se no se les da a tiempo.

Oportunidad:

- Respuesta más personalizada.
- Comunicación general a través de las redes.
- Mas personal para atender a las redes.

Debilidades:

- Poco personal para manejar las redes sociales.
- Los comentarios que son mentiras solo para provocar una discusión en contra del Ministerio de educación superior ciencia y tecnología (MESCYT).
- No poder responder a tiempo.

2.8 Encargado actual de esta institución.

La que está al mando de esta institución actualmente (2019) es la ministra Alejandrina German: La cual es una persona capacitada dotada de conocimientos educativos capaz de llevar al mando este ministerio, él es de mucho valor para el país y otras naciones y exige mucha responsabilidad y seriedad.

2.9 Servicios que ofrece.

Los servicios ofrecidos por el ministerio de educación superior son:

- Legalización de documentos: Estos son documentos que las universidades envían a solicitud de los estudiantes, con el fin de darle valides de que son confiable los documentos académicos.
- Documentos académicos extranjeros. Procesar la solicitud de legalización de documentos de estudios realizados en el extranjero de ciudadanos dominicanos y de otros países, bajo el marco de la Ley 716 del 9 de octubre de 1944 y el “Convenio para suprimir la exigencia de la legalización de los documentos públicos extranjeros” adoptado en La Haya, Holanda el 5 de octubre del 1961, el cual entro en vigencia para la República Dominicana a partir del 30 de agosto del 2009.A quien va dirigido el servicio: Aquellas personas que hayan iniciado o concluido

estudios en el extranjero para fines de convalidación y homologación.(https://mescyt.gob.do, s.f.)

- Solicitud de exequatur. Es la verificación de los requisitos exigidos para la solicitud del Exequátur y tramitación al Poder Ejecutivo del Exequátur que es la autorización mediante Decreto, para el ejercicio en el país de todas las profesiones que exijan titulo nacional o extranjero debidamente revalidado. A quién va dirigido el servicio: Egresados Universitarios que desean ejercer su profesión en República Dominicana.(https://mescyt.gob.do, s.f.) También tenemos este servicio atreves de la plataforma del mescyt lo cual se hace digital.
- Pago en línea: A través de la página web del ministerio de educación superior se pueden hacer los pagos en line de los documentos académicos siempre y cuando estos haya llegado a la institución. Esto evita que el usuario se tenga que desplazar a la institución.
- Impresión de diplomas ingles por inmersión: También tiene el servicio para los egresados de ingles por inmersión de poder imprimir su certificado luego de que este se haya graduado.
- Validación de documentos académicos en línea.
- Consulta estatus de Legalización de Documentos Académicos.(https://mescyt.gob.do, s.f.).

2.10 Departamento encargado de manejar las redes sociales del MESCYT.

En estos momentos el departamento encargado de manejar las redes sociales es el departamento de publicidad.

2.11 Redes sociales.

Las redes sociales usadas por el ministerio de educación superior son las siguientes:

Su plataforma principal de informa es su página web en la cual se detalla todo con relación a los servicios ofrecidos.

Facebook. Esta plataforma de comunicación digital es utilizada para llegar a más usuarios ya que es un medio de comunicación que la gran mayoría de los dominicanos tienen una cuenta de fecebook, también por motivo de que se puede subir más información y mejor detallada, es una de las redes sociales más popular.

Twitter: Esta red también es informativa, pero es más formal ya que postean las actividades que realiza el ministerio de educación superior (MESCYT) junto con acuerdos con universidades tanto nacionales como internaciones.

Instagram: Comunican mucho a través de imágenes ya esta red es más formal que Facebook, no suben muchos videos, pero si postean mucha información muy valiosa para los usuarios en especial a los becarios del ministerio de educación superior (Mescyt).

Youtube: Esta plataforma comunicativa es muy valiosa ya que se pueden subir videos más largos, esta también la utilizan para comunicación o información, pero a través de videos, publican graduaciones de estudiantes, las ventajas del inglés por inmersión, lo único que no le dan mucho uso a esta plataforma.

Por otro lado tenemos la Pagina Web institucional del Ministerio de Educación Superior, la cual es: https://mescyt.gob.do/, la cual establece diferentes tipos de pestañas, como es la identidad institucional, que trata sobre sus funciones generales y la ley que la rige, como también su visión misión y valores, que importante conocer, está la información sobre el despacho y perfil del incúmbete que dirige la institución, contiene el organigrama institucional, el marco legal y los diferentes Viceministerios que componen la institución.

La página Web institucional contiene los diferentes tipos de servicios que se ofrecen a los usuarios, para que los mismos se empoderen de las informaciones más importantes y de su interés, y los procesos que los que se deben agotar para solicitar y obtener esos servicios, dentro de las cuales están:

- Legalización de Documentos: este tipo de servicios es quizás el más demandado y solicitado por los usuarios, ya que por medio este la institución expide de manera oficial que le da validez de credibilidad a los títulos de grado y postgrado, certificaciones y cualquier tipo de documento de carácter académico superior; le impregna al documento la validez de fe pública, para que todo el que la pueda recibir según su interés, pueda validar su autenticidad. En las que se describen las características del tipo de servicio ofrecido, a quien va dirigido, el cual es a toda persona que haya culminado algún tipo de estudio superior, con fines de convalidación o dar el carácter de fe pública; establece el área responsable de brindar el servicio a los usuarios; está la información de contacto de los responsables de brindar el servicios a los usuarios, para ante cualquier inquietud o dificultad, puedan comunicarse tanto vía telefónica como por medio de los correos; están los requisitos para solicitar el servicio de legalización; el procedimiento a seguir para que el solicitante pueda obtener satisfactoriamente el documento legalizado; el horario para la solicitud, que está comprendido de 8:00 a.m. – 4:00 p.m.; otras informaciones importantes como el costo, el tiempo para obtener el

documento que son cinco (5) días laborales, los documentos objeto de la legalización par afines de entrega, entre otros.

- Esta el Procedimiento Para Legalizar Documentos Académicos Extranjeros: esta contiene los mismo requisitos e informaciones de solicitud que las legalizaciones, exceptuando el tipo de servicios a quien va dirigido, que es un público que haya realizado algún estudio en el extranjero, el área responsable que es diferente en todas, entre otros.
- Solicitud de Exequatur: este servicio es muy demandado, y se brinda para los profesionales que quieren ejercer valida y legalmente la profesión en el país.
- Certificados de Inglés en línea: este tipo de servicio va para los estudiantes que hayan completado el proceso de inglés de inmersión.
- Validación de títulos académicos en línea: este servicio es para dar validez de que el título es real y cumplió con los requisitos legales establecidos.
- Consulta estatus de Legalización de Documentos Académicos: que va dirigido a los usuarios que hayan solicitado cualquier legalización, y así no trasladarse a la institución, para saber el curso de este.

Contiene la pestaña de las becas, donde contiene las becas nacionales e internacionales, lenguas extranjeras que se ofertan, donde contienen los requisitos y demás informaciones importantes para optar por estas ofertas académicas de interés;

Está la pestaña de los Programas Especiales, que son los incentivos a la educación superior, el fomento al emprendimiento y la bolsa de empleo, todo esto para que luego que el estudiante logra sus objetivos, se le brinda apoyo continuo, para que pueda insertase en el mundo laboral y productivo.

Esta el portal de Transparencia, donde las personas podrán tener acceso y solicitar informaciones como los derechos de los ciudadanos, que la Constitución como ley suprema de la nación en primer orden protege y ampara a los

ciudadanos, como el derecho a solicitar las informaciones y al mismo tiempo recibirlas en el tiempo establecido, sin ningún tipo de retribuciones particulares que no sean el costo de los servicios. Tener el derecho a saber, buscar, y estar al tanto de las informaciones de interés público de la institución.

Esta el portar 911, donde los usuarios pueden realizar sus denuncias, quejas, sugerencias y reclamaciones, sin ningún tipo de costos, de alguna debilidad que pueda presentarse. Este tipo de servicios es bajo discreción, según la denuncia presentada, lo cual fortalece el derecho de los usuarios del servicio.

Esta la parte de las declaraciones juradas que por ley los funcionarios responsables de hacerla, deben subirlas para que los usuarios tengan acceso a ella, para que puedan hacer una comparación del funcionario en cuanto a su patrimonio, para que, al momento del salir del puesto, podamos constatar si hubo o no malversación de fondos públicos.

Contiene la parte del presupuesto aprobado, y la ejecución del mismo, para que las personas puedan verificar como se distribuyen transparentemente las partidas del mismo.

Está la parte de Recursos Humanos, para verificar las vacantes disponibles, la nómina de empleados y la verificación de las jubilaciones y pensiones de personal.

Contiene la parte muy importante de transparencia, que es la de Compras y Contrataciones, que informa al interesado de cómo debe hacer el registro para poder optar por ser proveedor del Estado, el plan anual de compras, los insumos que utiliza el Ministerio, como también enterarse de los procesos de los concursos y la comparación de precios. Esto transparenta y le da sentido de democratización a los procesos.

El contenido de otros programas de interés, la parte importantísima de finanzas, auditoria, balance de ingresos y egresos, activo fijo y la relación de; inventario en almacén.

Esta la parte de la Comisión De Ética Pública (CEP), la cual es muy importante ya que es la parte de los empleados de ejecutar el plan de transparencia en la institución, donde se establece los programas que ejecuta este importante equipo de hombres y mujeres.

Esta la pestaña que contiene las noticias que ejecuta la institución, donde se muestras las ejecutorias e informaciones más relevantes del Ministerio, como videos, topografías, enlaces, entre otros, con el fin que los usuarios puedan tener conocimientos de los principales acontecimientos que realiza la institución.

La mejora es un proceso elemental para alcanzar la Calidad Total y la Excelencia empresarial. Este proceso de mejora pone el énfasis en la capacidad que tienen las empresas para evolucionar, progresar y desarrollarse de manera progresiva, obteniendo resultados eficientes y de calidad. Los objetivos de toda empresa debe ser la mejora de la calidad. Y dicho proceso tiene que hacerse a través de una continua autoevaluación. Las organizaciones prestan atención a cada una de las fases de elaboración de los productos o servicios que ofrecen, la calidad de estos tiende a optimizarse. Se corrigen los fallos, problemas u obstáculos sin que haya que esperar a la finalización de los procesos para poder intervenirlos.

Es cierto que las empresas de manufactura son más proclives a aplicar las herramientas de gestión de calidad, quizá, entre otras razones, por la continua necesidad de ahorrar costes y emplear eficientemente los recursos disponibles. Sin embargo, actualmente son muchas las organizaciones que han incorporado planes de mejora continua a su filosofía corporativa. De hecho, bastan sólo tres elementos para que un plan de estas características tenga cabida en una organización:

Una oportuna documentación. Se puede hablar de un plan de mejora continua cuando los miembros de una organización están al tanto de las acciones conjuntas que se llevan a cabo para la mejora de la calidad. Sin este elemento transversal, el proceso no pasará de ser un intento aislado o parcial.

Un sistema de medición. Los procesos, a su vez, deben ser evaluados de manera oportuna. De nada sirve poner en marcha una serie de acciones si no se establecen los indicadores de gestión que medirán los resultados obtenidos.

Una participación conjunta. Otra característica indispensable de los planes de mejora continua es la implicación de todas las personas, secciones o departamentos que hagan parte directa o indirectamente de una empresa. La gestión de la calidad debe ser transversal y no sólo parcial.

2.12 Tiempo de respuestas a las redes sociales.

El tiempo que un usuario dura para que les respondan a través de las redes de comunicación eso dependerá de la urgencia que tiene la persona encargada de las redes ya que él es solo para todo en cuanto a postear eventos y responder todas las inquietudes o molestias de los usuarios.
En ocasiones son respondidos de una vez esto es cuando un usuario sube alguna inconformidad.

De manera concreta, la reacción a la inquietud del usuario no suele tardar más de 30 minutos.

2.13 Metodología

Tipo de investigación

Se realizará la investigación en contexto exploratoria para indagar el problema que está a afectando la comunicación entre los usuarios y la institución.

También se aplicará la metodología descriptiva, ya que permitirá presentar el hallazgo encontrado y de forma explicativa las posibilidades de mejora en la comunicación digital con el público del Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (MESCYT).

2.14 Herramienta de la investigación:

Analizar el comportamiento de los usuarios en las redes sociales: Se dará seguimiento a las redes sociales pues será una de las herramientas a aplicar y subsanar con las mejoras, así como las interacciones, posibilitando el uso del programa Gephi, el cual analiza los nodos, preguntas y dando un grafo de identificación y lectura sobre las interacciones entre la entidad y los usuarios.

2.15 Objetivos específicos.

1) Analizar la comunicación digital preferida por los usuarios del Mescyt (lo responde la pregunta 2)
2) Analizar los usuarios que siguen las redes sociales del Mescyt (lo responde la pregunta 1)
3) Identificar las redes sociales que solventarían las problemáticas digitales que presenta el MESCYT, referente a los usuarios. (lo responde la pregunta 2,3,4,5)
4) Analizar la importancia de la comunicación digital para el MESCYT y su público. (lo responde la pregunta 1,2,3,4,5,6).

Objetivo de la entrevista.

1) Indagar cuáles son las demandas más comunes de los usuarios. (lo responde la pregunta 1,2,5)
2) Identificar qué es lo que piensa el gestor de comunidades de los usuarios. (lo responde la pregunta 6).
3) Identificar los motivos del porque mayoría de veces no se responde a tiempo las preguntas o las quejas de los usuarios. (lo responde la pregunta 3,4)

2.16 Muestra.

N: 94,000

P: probabilidad a favor: 0.50

Q: probabilidad en contra: 0.50

S: nivel de confianza: 1.96

E: margen de error: 5

$$N = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 94{,}000}{5^2 \times (94{,}000 - 1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 = 235.9579} \quad \begin{array}{l} = 90{,}277.6 \\ = 383 \end{array}$$

La cantidad de los encuestados es de **383**

2.17 Resultados de la investigación.

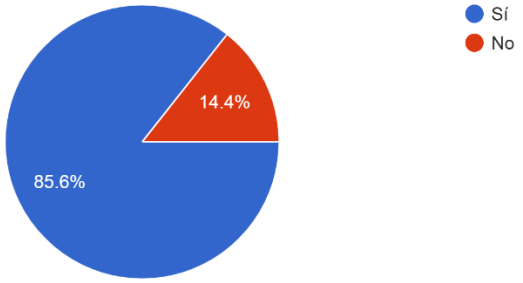
Tabla 1. Seguidores de la red

Variables	Frecuencia	Porcentual
Si	337	88
No	46	12
Total	383	100

Fuente 383 encuestados que siguen las redes del MESCYT.

De los 383 usuarios encuestados, 337 personas con un 88 % dicen que, si siguen las redes sociales del Ministerio de educación superior (Mescyt), mientras 46 personas con el 12 % afirman que no siguen las redes sociales del Mescyt ya que no la necesitan.

*Gráfico # 1**. Seguidores de la red.***



Fuente tabla 1

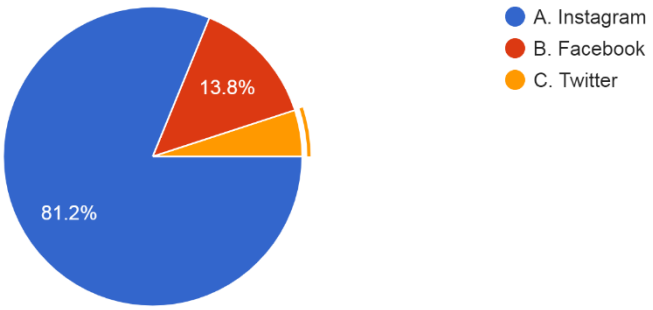
Tabla 2. Las redes preferidas

Variables	Frecuencia	Porcentual
Instagram	260	77
Facebook	55	16
Twitter	22	7
Total	337	100

Fuente 337 encuestados que prefieren estas redes

De los 337 encuestados que dijeron que si siguen las redes sociales del Mescyt x 260 para un 77 % siguen Instagram, 55 siguen Facebook para un 16%, mientras que 22 personas siguen twitter para un 7%.

*Gráfico # 2 **Redes que prefieren los usuarios.***



Fuente tabla 2

Tabla 3. Razón por la que la siguen.

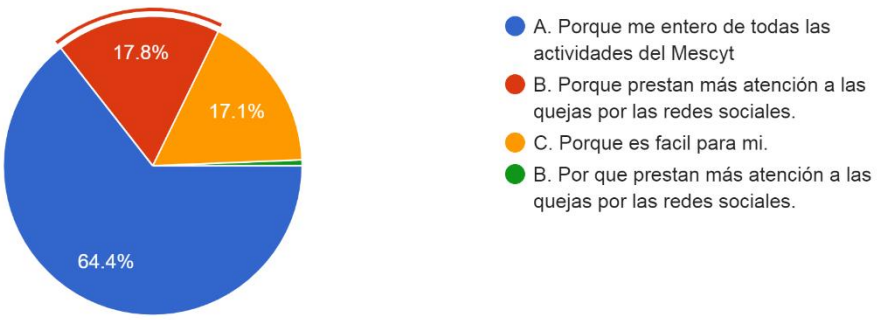
Variables	Frecuencia	Porcentual
Porque me entero de todas las actividades.	197	58
Porque prestan más atención a las quejas	70	21
Porque es fácil para usted**.**	70	21
Total	337	100

Fuente 337encuestados que prefieren estas redes.

De los 337 encuestados 197 afirman que siguen las redes Porque se enteran de todas las actividades lo cual da un 58 %, y 70 Porque prestan más atención a las quejas por las redes sociales para un 21 %, mientras que 70 dicen que es Porque es fácil para ellos ya que no tienen que trasladarse para la búsqueda de información lo que da un 21 %.

Ver anexo 2

*Gráfico # 3**. Motivo del porque siguen las redes.***



Fuente tabla 3

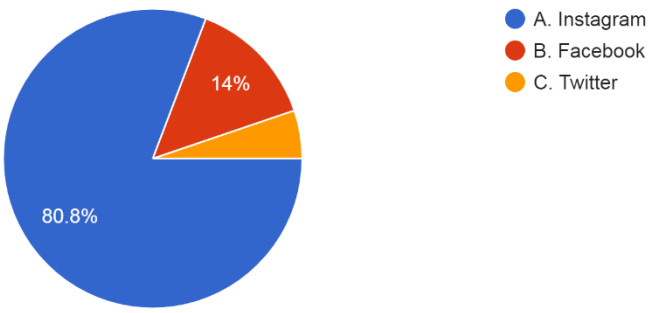
Tabla 4. Las redes por la cual se comunicaron más rápido

Variables	Frecuencia	Porcentual
Instagram	247	73
Facebook	60	18
Twitter	30	9
Total	337	100

Fuente 337 encuestados dicen que se comunicación más rápida.

De los 337 encuestados 247 personas informa que es más rápido por Instagram para un 73%, 60 personas dicen que es a través de Facebook para un 18 %, mientras que 30 usuarios dicen que es por twitter para un 9%.

Gráfico # 4. Las redes por la cual se comunican más rápido.



Fuente tabla 4

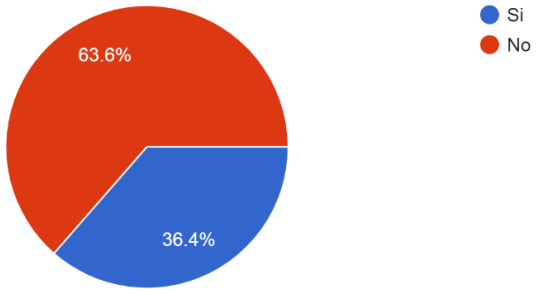
Tabla 5. Repuesta a tiempo

Variables	Frecuencia	Porcentual
Si	122	36
No	215	64
Total	337	100

Fuente 337 La insatisfacción de repuesta a tiempo

De las 337 personas que dijeron seguir las redes del Ministerio de educación superior ciencia y tecnología (Mescyt) 215 dijeron que no le contestaron a tiempo lo cual da un porcentaje de un 64%, mientras que 122 personas informaron que si le contestaron sus inquietudes a tiempo para un 36%

*Gráfico # 5**. Insatisfacción de respuesta a tiempo.***



Fuente tabla 5

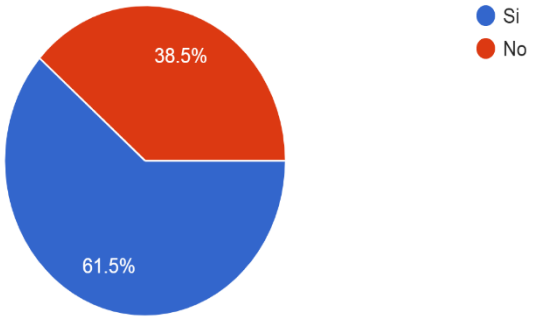
Tabla 4. Grado de satisfacción

Variables	Frecuencia	Porcentual
Si	212	63
No	125	37
Total	337	100

Fuente 337 Satisfacción de los encuestado del Mescyt.

De las 337 encuestas 212 están satisfechas con la atención brindada para un 63%, mientras que 125 informaron que no están satisfechas con la atención brindada para un 37%.

*Gráfico # 6**. Gráfico de satisfacción de usuario del Mescyt.***



Fuente tabla 6

2.18 Análisis de la encuesta.

A causa de las respuestas de los usuarios dada a través de la investigación, existe un porcentaje de 85.6% él es bastante alto de personas que siguen las redes sociales esto da respuesta al objetivo número dos, los usuarios actuales prefieren seguir la red social Instagram es la red social preferida por los usuarios del ministerio de educación superior ya que es una red que está a la vanguardia, seguida por Facebook y por ultimo esta twitter esto responde al objetivo número uno, lo cual le sigue el objetivo tres que habla de su preferencia en estas redes lo cual es para mantenerse informado de todo lo que acontece en el Mescyt de en especial las actividades con relación a las becas que ofrece y con respeto a las legalizaciones de los documentos de sus universidades, es muy bien a saber que tan importante son las redes sociales en la actualidad ya que estas nos dicen como esta nuestra empresa o institución ya que podemos ver que lo que piensan los usuarios el por qué sigue el Mescyt lo cual es para mantenerse informado, hacer preguntas y plasmar su grado de insatisfacción del usuario esto responde al objetivo número cuatro. Se puede ver que hasta en las redes sociales los usuarios buscan respuesta a tiempo no que le dejen esperando y que debemos darles esa información que ellos buscan, a través de esta investigación se pudo identificar también que el grado de satisfacción es muy importante, porque estos usuarios a un que no le respondieron a tiempo no lo calificaron con una calificación mala ya que ellos dicen que un que no le respondieron de una vez le dieron la respuesta correcta y con amabilidad, aunque se quejan por el tiempo que duraron para responderles, otros inconformes por lo mismo ya que tuvieron que trasladarse a investigado su necesidad cuando podía ser a tendido por las redes.

Una de las fortalezas que ayudan a no erogar fondos innecesarios en publicidades televisivas, radiales y de prensa, es que se utiliza las redes sociales de punta y que cualquier ciudadano tener acceso en estos nuevos tempos. El ministerio de educación superior ciencia y tecnología es una de las instituciones que más aprovecha y saca beneficios de la publicidad gratis. Además, que el tipo

de funciones que desempeña no es necesario la utilización de la prensa tradicional.

En el caso de las redes sociales juegan un papel de primer orden en la interacción social, donde sus ejes comunicacionales son de suma importancia al momento de compartir inquietudes, hacer solicitudes, consultar, entre otras. El Ministerio debe de estar más de cerca con el usuario, para que los mismos no estén subiendo comentarios infructuosos que no aportan muchas veces al crecimiento institucional. Esta es una forma de empoderar al ciudadano, por medio de la mejor publicitación de la información del Ministerio.

A través de las redes sociales los ciudadanos conocen de los planes educativos de la institución, ya que, por medio de las redes, la información se democratiza y la taza de conformidad aumenta y el prestigio institucional. Una de las debilidades a mejorar es que los procesos de selección al momento de otorgar unas becas muchas veces dicen que se deben a la influencia de terceros, es por eso que una oportunidad de mejora está en que dichos procesos sean subidos y los candidatos más idóneos publicados por ser los que más aprobaron los requisitos de selección.

Tienen que saber cuál es la red social más importante que tiene la empresa para darle calor sin abandonar las demás porque no podemos perder ese pequeño mercado ya que existimos por ellos.

Hay que saber dar respuesta a tiempo porque es más fácil para el usuario hacer una pregunta a través de las redes que hacer una llamada, ya que le ahorra tiempo y dinero. Sin olvidar el público que todavía es análogo que para hacer que migren a las redes es difícil porque se encierran en su s procesos ya que informan que no necesitan de las redes sociales ya que pueden llaman o dirigirse directamente a la institución, para de esta forma le dan una respuesta más específica y si tienen más preguntas siguen con el cuestionario o interrogatorio, también informan que de esta forman si están haya resuelven directamente sus necesidades.

Dentro del abanico de redes disponibles tres (03) son las favoritas y que los usuarios mayormente se conectan, dentro de la cual esta Facebook, como la más popular herramienta de entretenimiento y socialización, donde los usuarios conocen las actualidades que pasan a cada momento, donde el ministerio de educación superior debe de hacer una presencia más activa y dinámica; está otro tipo de público más demandante que prefieren utilizar más Twitter e Instagram.

Esta investigación informa aclara la importancia que tienen las redes en la esta sociedad, en especial las empresas o instituciones ya que es la forma de los clientes o usuarios enterarse de todo lo que hacemos, es una publicación que se hace y a través de eso le llega a todos los que quieren saber sobre algún tema en específico y en caso de no existir ese tema en la red de la institución lo preguntan por la misma página y de esta forma otros se enteran. un usuario o cliente insatisfecho nos puede arruinar ya que es alguien que se puede convertir en nuestro enemigo porque nada más espera que subas alguna información para bombardearte de que en esa institución no se trabaja o no saben hacer nada bien. Existe una pregunta que muchos usuarios hicieron y es que, porque el Ministerio de educación superior no pone un sistema en su página principal de hablar con un agente en línea al instante, por lo que surge la necesidad de crear el sistema de chat en línea para que el usuario tenga más acceso a cualquier información de que el usuario tengo siempre quesea preguntas que se pueda responder por esa vía en cao de no ser así tendrá que dirigirse al Ministerio.

2.19 Análisis de la entrevista al community manager.

Luego de la entrevista con el community manager de la institución se puede dar respuesta al objetivo número uno y es que los usuarios del Ministerio de educación suprior (Mescyt) demanda muchas preguntas en cuanto a los procesos de becas para optar por una y que también preguntan mucho cuando realizaran el pago de las becas estos son los becarios de la universidad autónoma de santo domingo y estas preguntas surgen cuando existe un pago atrasado ya son a los que se les paga atreves de una tarjeta que ellos tienen,

luego está el departamento del área de legalizaciones según el community manager la red social más usada es el integrada lo cual concuerda con la investigación realizada. Seguido del objetivo dos lo cual es de como el responde al usuario según él les responde de la mejor manera posible lo cual también se puede ver en la investigación que y es que el usuario está satisfecho con el servicio brindado por esta persona a un que el tiempo es un poco largo ya puede durar algunos 30 minutos para responder ya que la parte de las redes la maneja el solo, puede durar ese tiempo o más porque en ocasiones está en actividades de la institución y está posteando esa actividad por lo que se puede descuidar de esa parte por un buen tiempo, también informo que cuando surge una queja en las redes de algún departamento se tiene que trasladar a ese departamento para comunicarse con el supervisor de esa are esto sucede cuando este encargado no toma el teléfono, por lo que él tiene que ir y hablar con esa persona para ponerlo al tanto y darle la respuesta correcta esto sucede cuando la queja es de fuerza mayor, si no es así esta persona lo resuelve al instante. Esta persona al tener que trasladarse a otros departamentos y tener que ir a las actividades para poder postear se puede descuidar un poco de lo que son las redes en cuanto a preguntas que hacen los usuarios. También respondió que, si es necesario al menos otra persona con el que le ayude a llevar estas redes ya que son muy demandas por los usuarios, y las redes del ministerio de educación superior tiene muchos seguidores para una sola persona.

Estas herramientas deben ser administradas por una persona experta, que maneje muy bien la comunicación digital, con amplios conocimientos tecnológicos y de marketing digital, y sobre todo gran inteligencia emocional al momento de responder a los usuarios. Ya que esa comunicación deber desbordar los límites de la objetividad, lo cual emplea perfectamente un Community manager. Es la persona encargada de la administración de página institucional, el cual se soporta de otros departamentos que deben de edificarlo en cada tema, y el responder lo más acertadamente las inquietudes de los usuarios. Debe ser una persona interesada en conocer toda la estructura

funcional de la institución, y los servicios que brinda. Pero debe tener asignado un personal diligente y bien entrenado que respondan a las necesidades solicitadas.

A través de la entrevista al community manager también informo que es el encargado de la página web de la institución de lo que es su vistosidad, de subir información de mucha importancia para el usuario como es el proceso de becas, que es una de las informaciones más buscadas por los usuarios.

El Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (MESCYT), es la encargada de firmar los acuerdos internacionales con instituciones educativas con el fin de que los estudiantes dominicanos puedan ser formados y mejorar sus competencias para que sean implementadas en el país. Pero esos acuerdos que le salen costosos al país, muchas veces los estudiantes optan por quedarse en esos países, ya que la retribución económica ofertada muchas veces es mejor en esos países. Es por eso por lo que el gobierno de la mano con el sector privado debe de mejorar los salarios a estos profesionales, en lo cual es Estado invierte cuantiosos recursos para que los mismos sean aprovechados por el país.

El MESCYT, es la institución del país encargada de regular, supervisar, fiscalizar y fomentar la educación a nivel superior del país. Uno de los roles más importantes de la MESCYT, es el otorgamiento de becas nacionales e internacionales, que busca dar oportunidad a los seleccionados, de acceder a estas oportunidades de aprender un nuevo conocimiento, o ya sea perfeccionar y ampliar los ya adquiridos; cada vez que se abre un convocatoria, optan por solicitar por este beneficio más de 35,000 personas, y eligen por este beneficio ya sea por cuestiones de necesidad económicas, donde la mayoría la no contar con los recursos económicos necesarios para pagar uno de esos estudios

superiores; otros solicitan el beneficio quizás teniendo los recursos necesarios para pagarlos, pero como la constitución es clara y establece el principio a la igualdad y la no discriminación, y de que quizás esos que cuentan con los recursos para pagar, contribuyen más al fisco, que es de donde mayormente vienen los recursos para las becas.

Dentro de las oportunidades de seguir brindando un mejor servicio a la ciudadanía están el mejoramiento de la actividad en las redes, del seguimiento de casos y solicitudes, ya que una de las debilidades que encontramos en la mayoría de las instituciones estatales y que ha mejorado sustancialmente es que casi no toman las llamadas; quizás se deba al trabajo dedicado a los procesos internos. Pero se debe de establecer un departamento exclusivo de seguimiento y respuestas a través de las redes sociales, ya que la mayoría de los ciudadanos están conectados a las diferentes redes, y es más fácil para ambas partes, ya que se les da un seguimiento y respuestas oportunas a los usuarios; evita la carga económica para ambas partes, principalmente para el ciudadano que no se tiene que trasladar para saber de una información o cómo anda su caso.

CAPITULO 3. DESCRICCION DE LA PROPUESTA DEL PLAN ESTRATEGICO PARA LA MEJORA DE LA COMUNICION DIGITAL EN EL MINISTERIO DE EDUCACION SUPERIOR, CIENCIA Y TECNOLOGIA (MESCYT).

La propuesta para el problema que tiene la institución de no responder a tiempo en las redes sociales es de crear un subdepartamento de comunicación digital. También se propone que la página web se ponga el sistema de chat. Para este proceso se necesita por lo menos 10 personas encargadas para llevar este plan.

3.1 Análisis de la propuesta del plan para mejorar las respuestas a tiempo en la MESCYT.

A raíz de la investigación se puede ver que es necesario prestarle más atención a lo que son las redes sociales del Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología ya que los usuarios se alimentan de la información que se sube, lo cual son de mucha importancia para ellos y esto lo hacen a través de las redes sociales, las informaciones que buscan estos usuarios es mayormente de los procesos de becas, por lo que por la mismas redes que utilizan buscan información y hacen sus preguntas lo cual no se les responde a tiempo en su mayoría de veces a causa de la falta de persona que administren las redes sociales, ya que es una sola persona en cargada de este proceso de dar la repuesta a tiempo, las repuestas tarde provoca en ellos una de sección muy desagradable, los usuarios toman las redes para hacer quejas ya que es más fácil que se les preste atención. También existe la necesidad de crear en la página web el chat instantáneo o servicio de chat en línea ya que la pagina actual no la tiene con esto se estaría actualizando la página y brindar un mejor servicio al usuario al momento de estos necesitar ayuda instantánea.

El factor económico de los usuarios que hacen sus búsquedas en línea equivale esto le ayuda a horrar, menor coste con relación a gastos por desplazamiento.

Otros de los beneficios encontrados en la investigación es el ahorro de tiempo y esfuerzo.

Acorde a los datos arrojado por la investigación realizada la cual nos dio la información necesaria para poder implementar el plan que se ha venido sugiriendo en el informe.

- De las trecientas ochenta y tres (383) personas encuestadas, trecientos treinta y siete (337) aseguran seguir las redes sociales del Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología para un total de un 85.6%. Lo que indica que si es necesario prestar a tención a las redes sociales de la institución ya que existe un público que se nutre de las informaciones que se colocan en estas redes.
- Y de los trecientos treinta y siete (337) encuestados, doscientos diecisiete (217) no están satisfechos con el servicio brindo por el Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología para un total de un 63.6%, lo que significa que las respuesta a tiempo es primordial en las redes ya que los clientes o usuarios están migrando a las redes sociales más que a los medios tradicionales, también estos usuarios tienen preferencia de las redes que quieren seguir, las que más les gusta y con la que se sienten más cómodas. Por lo que el community manager debe conocer cuál es la red social preferida por los usuarios, para que pueda postear las informaciones a tiempo y las respuestas por igual.
- La red social que más siguen los usuarios es Instagram con un total de doscientas sesenta (260) personas que la prefirieren para la búsqueda de información la cual no siempre tiene la información deseada por ellos por lo que lo conllevan a hacer sus preguntas y estas son respondida por la persona encargada de las redes sociales.

3. 3 Justificación de la propuesta.

Esta propuesta se está proponiendo por el motivo que se dura mucho tiempo para responder a los usuarios en las redes sociales, esto sucede porque existe una sola persona encargada para responder las interrogantes de los usuarios en lo que son los proceso de las redes sociales, el tiempo que se dura para las respuesta es de más menos o menos de treinta (30) minutos algunas veces dura menos esto dependerá de las actividades que esté realizando el encargo de las redes sociales ya que aparte de las redes tiene otras actividades que llevar, en ocasiones son reuniones que la hacen fuera de la institución y él tiene que ir para poder postear estas actividades. Se propone el servicio de chat en línea por el motivo de que existen procesos que el usuario realizan por la página entre ellos está el pago en línea, el proceso de exequatur, los procesos de las becas nacionales e internacionales, estos procesos en ocasiones traen problemas al usuario por lo que ellos quieren que se les responda al instante y un chat en línea sería ideal para brindar un buen servicio al usuario y de esta manera se estará aprovechando las ventajas que está brindando la tecnología.

3.4 objetivos.

a) Mejorar la calidad de respuesta en un 95%, para de esta manera brindar al usuario lo que ellos quieren a través de las redes sociales.
b) Dar las mejores respuestas posibles a los usuarios que utilizan las redes sociales, los cuales buscan información a sus inquietudes o necesidades.
c) Poner información de mucha importancia en las redes sociales para así de esta manera el usuario se sienta satisfecho con la información.
d) Cambiar la mentalidad de los usuarios de que como es una institución pública le darán un servicio a media.
e) Brindar la información necesaria para así de esta manera facilitarles la vida y ahorro de dinero al usuario.
f) Consolidar la imagen de la institución de que está al pendiente de sus usuarios esto es a través de las redes sociales.

3.5. Plan de Acción estratégico.

Son las estrategias que se implementaran para que se desarrollen los objetivos.

Estrategia de Mercadotecnia:

Es la mezcla de estrategias y variables que están a disposición del encargado del marketing para dar a conocer su producto y servicio, promoviéndolas para la empresa. En este caso promoviendo en especial los servicios que la institución brinda para los usuarios, resaltando la capacidad de respuesta a tiempo que tiene el Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología. En este caso se estará promoviendo en especial los servicios que la institución brinda para los usuarios y las IES, resaltando la capacidad de respuesta justo a tiempo que tiene el MESCYT.

3.5.1 Estrategia de Diferenciación.

El objetivo de esta estrategia es posicionar en las mentes de los usuarios los valores diferenciadores que tiene el Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología con las demás instituciones públicas ya que existe una mala percepción cultural adquiridas a través de los años por parte de muchos usuarios sobre el servicio que ofrece el sector público.

3.5.2 Tácticas para la Estrategia de Diferenciación.

Presentar al público en general el trayecto que ha tenido el Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología, al transcender los años y como ha ido mejorando su presencia en los diferentes canales de defunción, tanto en los medios tradicionales como en las nuevas tendencias de comunicación y en las principales redes sociales tales como son Instagram, Twitter, Facebook y la página web de la institución en especial Instagram ya que es una las favorita para los usuarios es la más usada para poner comentarios, preguntas y sugerencias.

Mejorar el portal web con actualizaciones de información que estén relacionados con los temas familiarizados a la institución. Este portal tendrá información dirigida al usuario de cómo realizar cada proceso paso a paso, en el caso de como legalizar un documento se le informara que hacer desde lo que tiene que proceder en su universidad hasta el momento que llegue el documento al Ministerio de educación superior, luego están las becas nacionales e internacionales se pondrá un anuncio dos meses antes de abrir el concurso para optar por una de estas becas y se les está poniendo la información de los documentos requeridos y las reglas de estas, una vez se habilite el concurso para las becas el usuario opta por una y le crean un correo donde debe de escanear los documentos y subir a la plataforma y esperar ser llamados, para lo que se propone que en este mismo correo se les informe si será aceptado para una beca o debe de esperar para otra convocatorio para así de esta forma se evitan que el usuario este llamado y yendo a la institución para ver si beca fue a probada.

Agregar a la página web el nuevo servicio de chat en línea lo cual permitirá que les pueda brindar información oportuna justo a tiempo que el usuario necesite en ese instante, tal es el proceso que se realiza de pago en línea lo cual en ocasiones les da problema al usuario por algún paso que está dando mal por lo que en ese momento puede tener una conversación con uno de los encargados de la plataforma de la página web.

Informar sobre las ofertas académicas que el Ministerio de Educación Superior ofrece en conjunto con otras instituciones y/o universidades, tales como becas nacionales, becas internacionales, los programas de idiomas tales como, ingles de inmersión y lenguas extranjeras, estos servicios son a través del uso efectivo de las redes sociales y el portal web. Por lo que también se les dará la información de que hacer y que debe tener para poder adquirir unos de estos beneficios que les está brindando el MESCYT.

Ofrecer charlas o conversatorios con los futuros nuevos profesionales para informales los pasos determinantes que deben de efectuar para la legalización de los documentos académicos. Informando en esas charlas que pueden entran a las redes del MESCYT o entrando al portal de la institución para cualquier detalle que se les haya olvidado ya que todo estará en la página web bien detallado.

Promover la reputación y los buenos servicios que brinda el Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología en la parte de documentos académicos en las redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram), así como consejos y tips a través de las redes sociales, así mismo como videos de como son los procesos y como realizar las actividades que se hacen en líneas y donde dirigirse.

3.5.3 Estrategia de Crecimiento Intensivo.

Esta estrategia se utiliza para crecer en el mercado y facilitarle la vida a los usuarios o clientes. sería adecuado que el Ministerio de educación superior ciencia y tecnología piense en poner otras extensiones del MESCYT así le estaría brindado un mejor servicio a los usuarios ya que actualmente solo existe la principal que está en Santo Domingo y una extensión en Santiago. Aunque no estaba en la investigación los usuarios siempre informaban que también sería adecuado poner otras extensiones en pueblos interconectados para los usuarios que viven en el interior ya que muchos de ellos tienen que recorrer una enorme distancia para llegar a la oficina principal la cual está en Santo Domingo o a la extensión en Santiago, de esta forma se puede cubrir una gran cantidad de personas que también necesitan los servicios del Ministerio Superior, también es una forma de empleabilidad que para muchas personas.

3.5.4 Tácticas de la Estrategia de Crecimiento Intensivo.

Se recomienda hacer una geolocalización para saber done poner esa otra sede del MESCYT, tiene que ser un punto estratégico de donde estará esa otra extensión del Ministerio, para de esta forma abarcar un gran público brindándoles un mejor servicio de acercamiento.

Hacer una encueta para saber qué tan necesario seria expandir o poner una extensión del MESCYT en el interior para brindar comodidad al usuario ya que es muy demanda son muchos los usuarios que van del interior a realizar procesos a la institución ya que es la única encargada de legalizar documentos académicos que es por lo que más van estos usuarios.

Hacer publicidad con videos y fotos de como seria y donde se estará estableciendo esa extensión que la institución estará abriendo para la comodidad del usuario, este proceso se estará postean a través de las redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter) de cómo llegar, cuáles son los procesos que se estará brindar en esta extensión, por lo que solo se les brindara, cualquier información o duda que tenga el usuario, el servicio de entrega y pagos de documentos académicos, esto es por motivo de seguridad ya que son firmas y sellos especiales que llevan estos documentos.

3.5.5 Estrategia de Crecimiento Integrativo.

Esta estrategia será para incrementar el personal que se necesita para poder llevar a cabo este plan ya que es necesario integrar personal para poder llegar a los objetivos establecidos y poder cumplir con las necesidades de los usuarios, se puede decir que todo este trabajo una sola persona no lo podría llevar con la calidad necesaria, ya que son muchos los usuarios que demanda servicios en línea, por motivo de que no tienen tiempo por cuestión de trabajo o lejanía y lo que quieren en ocasiones es solo información, por lo que acuden a lo que tienen más fácil las redes sociales.

3.5.6 Tácticas de la Estrategia de Crecimiento Integrativo.

Crear un departamento que se encargue de los procesos de las redes para que estas personas tengan su espacio ya que tiene que estar concentrados y atentos a las actividades que estén acontecimientos en ese momento en las redes, este personal solo se dedique para las informaciones de las redes.

Contratar a por lo menos cinco personas (5) ya que es un proceso un poco extenso por la magnitud de usuarios que tiene el Ministerio de Educación Superior en la actualidad, de los cuales al término del año 2018 asistieron cincuenta y ocho mil trecientos noventa y dos (58,392)usuarios a la institución y de enero 2019 a julio 2019 ya han asistido treinta mil cincuenta y ocho personas (30,058) cada día son más los usuarios que requieren información de acuerdo con sus necesidades, al incrementar el personal se estará brindando un mejor servicio y beneficio mutuo entre usuario e institución.

El personal integrado se dividirá por redes y plataforma la cual es la página web de la institución, se propone así por motivo que si se divide este personal de acuerdo a las redes o sea a la demanda que tiene cada red o página web se llevara un mejor control de calidad y sería más eficiente, ejemplo Instagram es una de las redes sociales del Ministerio de Educación Superior más de manda por los usuarios por lo que se recomienda poner al menos una sola persona encargada de esta red la cual tiene que estar sincronizada con su encargado para hacer el trabajo de responder o brindar la información al usuario con amabilidad y gratitud, y en la página web con el servicio de chat en línea debe de a ver tres personas(3) para los usuarios que estén en línea en ese momento realizando sus procesos, esto es para brindarle la información necesaria. Y las redes menos demanda la puede llevar una sola persona las cuales son Facebook y Twitter.

3.5.7 Estrategia de modelos de Generación de ingresos.

Esta estrategia está orientada al comercio electrónico, el cual la mayoría de los ingresos son generados mediante las ventas o pagos de un servicio a través de las redes sociales o el portal de la empresa. En este caso lo relacionamos con los procesos de comercio electrónico se basa al pago en línea que tiene el Ministerio de Educación Superior por su portal de su página web lo cual ha tenido mucha aceptación por el usuario, esto es por ahorro de tiempo y dinero porque ya no tendrá que dirigirse al ministerio a realizar sus pagos, sino que lo hacen en línea, desde la comodidad de teléfono inteligente o desde un computador que tenga internet, esto es uno de los servicios que ha implementado el Ministerio de educación superior para la mejoría de sus usuarios.

3.5.8 Tácticas de la estrategia de modelos de generación de ingresos.

A parte de brindar el servicio de pago en línea que tiene la institución, se puede implementar que los usuarios puedan comunicarse con el Ministerio de Educación Superior mediante la página web a través de la implementación del servicio de chat en línea, para la mejora del servicio en línea.

Mejorar el proceso de los pagos en línea que se hacen por la página principal su página web, una de esta mejora podría ser que se pueda visualizar cuando ya el documento está listo para entrega, esto se aria de la misma que forma que el usuario entro que es con su cedula para hacer el pago de esta misma manera entrara al portal del MESCYT luego de hacer el pago y esperar sus seis días laborables se ira a servicios luego a consulta estatus de legalización de documentos esta persona digitara su cedula y es donde le dirá si ya están listos, si cayeron en problemas le dirá que hacer y por donde pasar o si fueron enviados a Santiago en caso de que se hayan enviado a ese lugar y el usuario no pidió que se lo envíen a la extensión de Santiago se le informara en la misma plataforma que se comunique con el ministerio poniéndole una de las

extensiones telefónica la cual será del encargado del área y comunicarle que no lo retira para Santiago si no en santo domingo.

Facilitar que el usuario pueda ver el documento en línea antes de ser procesado para ver si este presenta un error de escritura en sus datos personales por parte de la universidad estos documentos que la universidad envía por solicitud de los usuarios para ser legalizados, esto se aria escando el documento subirlo a una base de datos que el Ministerio de Educación Superior cree o compre, tendrá restricciones para que el documento no pueda ser plagiado, este documento estará protegido, sin descarga y sin poder copiar y con marco de agua para las personas que hacen screenshot este proceso solo se aria a través de la página Web. También una vez pagado este documento automáticamente ya no estará en la base de datos ósea que el usuario no podrá verlo más, solo aparecerá el nodo de listo para entregar. Esto es para evitar a las personas que falsifican documentos y que para el usuario que en un futuro vuelva a legalizar le aparezca ese expediente nuevo.

El objetivo de esta implementación se basará más en las experiencias y expectativas que tendrá el usuario a través de las redes del Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología y la página web, esto generara un valor agregado a la institución a través de las redes sociales, los usuarios verán las redes como un lugar de información y confiable para sus preguntas y sugerencias donde se sientan con una atención superior a otros lugares, consulta y preguntas todo esto para dar comodidad al usuario que no tenga tiempo para estar desplazándose a la institución y que este no tenga que esperar que le contesten el teléfono, con su proceso de pago en línea lo cual evita tener que dar dos viajes al Ministerio ya que sería uno para pagar el documento y el otro para retiro del mismo, con el pago en línea solo seria para retirar el documento ya legalizado.

3.5.9 Estrategia de seo.

En esta estrategia de posición en cuanto a los buscadores se refiere en el internet la institución tiene ventaja porque no necesita atraer tráfico de persona ya que son la única en el país que brinda los servicios que actualmente tiene el Ministerio de Educación superior ciencia y tecnología en especial el servicio de legalización de documentos, por lo que en el usuario solo escribe las primeras tres letras en los buscadores de internet y encontrara la de páginas web y podrá encontrar lo que busca, con esto proceso se llegara a un acuerdo con las universidades para por crear un link el cual va direccional al usuario de la institución. Pero no por ser la única en brindar esos servicios se tiene que descuidar del usuario ya que es una persona que siente y tiene sentimientos y puede sacar el Ministerio de educación superior ciencia y tecnología de la mala reputación que tienen las instituciones del gobierno.

3.5.10 Tácticas de la Estrategia seo.

La página web no puede cargar mucho para entrar por que el usuario se desespera y aunque tiene que esperar porque la información que necesita estará en el portal o si va a realizar algún proceso de los que el Ministerio tiene en su página principal, y cuando él entre no se recomienda que cuando quiera acceder a unas de los iconos sea muy lento porque (será uno de los usuarios que dirá esa página es muy lenta no sirve la uso por que es necesario y no hay de otra) por lo que se tiene que evitar esos cometarios y de un clic a alguna información puede durar mucho

Tener un portal con informaciones que el usuario se alimente a través del contenido que se ponga en la página web acorde a sus necesidades en ese instante y contenido en general de calidad para que el usuario vea la información necesaria para así de esta forma no tenga que contactar a unos de agentes en línea, por lo que la página web deberá tener las informaciones más demandas por los usuarios.

Lo que se presenta en el portal sea legible y fácil entendimiento, estas informaciones tiene que ser de fácil acceso para el usuario, así de esta manera no tendrá dudas ni quejas para que le asistan.

Mantener link que direccionen hacia el portal, estos links estarían en Instagram, Facebook y Twitter esto es para las personas que quieren más información, lo cual estar bien detallada en página web más amplia y con el sistema de chat instantáneo, esto ayudara a las personas hacer las cosas más rápido, en el caso de que el usuario este en las redes sociales y necesite más información el community manager le dará el link que lo llevara al portal de la institución donde tendrá todo lo necesario, por lo que no tendrán que ir a internet a escribir la palabra Ministerio de educación superior sino que con tocar el link vayan directo a la página web y con ayuda del community manager ya que él le dará la información correcta y le dirá que puede dirigirse al portal donde esta toda la información necesaria y paso a paso todo lo que debe hacer y cómo debe de hacerlo.

Link building o construcción de enlaces, el cual nos facilitara que otras webs tengan un hipervínculo u enlace con el portal la MESCYT lo cual se propone que se haga este proceso con las universidades ya que estas son también usuarios ya que el Ministerio de educación superior ciencia y tecnología regula a estas instituciones siempre tienen que estar en contacto con el Ministerio y está el público que son los usuarios que salen de estas instituciones con carreras que en ocasiones no saben qué hacer, pero si siempre ven esa imagen del Ministerio de educación superior en el portal de la universidad se van a detener a ver que es eso por lo que le darán un clic que es el que lo llevara la página web de la institución, crear un hipervínculo con estas instituciones ayudara al usuario a ir directo a buscar información de su necesidad luego de ellos haber realizados sus procesos con la misma, también la universidad les informara en la misma página para que sirve ese link. Lo cual dirá para información de becas y documentos académicos legalizados dar clic en este en lace lo cual tendrá una flechita de donde dar el clic. **Ver anexo 3**

Para todos esos procesos llevarse a cabo se utilizan datos que tiene que ver con el are de informática, por lo que se está incluyendo a el área de redes de informática de la institución por ellos se en cargaran de habilitar el VPN: Virtual protected network: Es una tecnología de red de computadoras que permite la ramificación segura de la de todo lo perteneciente al área local (LAN) sobre una sobre una sección o red pública no controlada como Internet. (Básicamente es un método de identificación geográfica virtual.) Sirve como filtro, tomando en consideración el área desde donde se efectúa la búsqueda, en un contexto de marketing (después de un sondeo). Historial de búsqueda: Son los récords virtuales de toda la actividad realizada por el usuario que eventualmente desemboca en opciones más viables y filtradas adecuadas a los intereses particulares del susodicho. Estos son los lenguajes de desarrollo web más comunes en el área, cada uno de ellos con una sintaxis y propósitos distintos en diferentes áreas.

3.5.11 Estrategia community manager.

Esta estrategia se encarga de la comunicación que presenta la empresa con los usuarios así mismo como las informaciones que le responde y como se la responde en las redes sociales esta persona que se encargará totalmente de las redes ya que para eso se le estará contratando para dedicarse a las informaciones de las redes del Ministerio de educación superior.

3.5.12 Tácticas de la Estrategia community manager.

Mantener una comunicación bidireccional con los usuarios de forma clara y precisa que el usuario se sienta que está hablando cara a cara con la persona que le está dando la asistencia en ese momento, esta información debe ser clara para el usuario que no haya con función de ninguna índole. Para que la persona atienda con amabilidad al usuario se le informara al final del conversatorio que se le envirara una encuetas para que califique el servicio brindado, esta encuesta solo tendrá dos preguntas, uno (le dieron la información que necesitaba, está dirá si, no) dos (le gusto el servicio, lo cual dirá si o no).

Se hablará con los usuarios a través de las redes sociales y el portal del Ministerio de Educación Superior, sin dejar a tras la comunicación con ellos de forma presencial esos son los que se trasladaran a la institución y los que llamen vía telefónica, esto es por existen aún usuarios no les agrada tanta tecnología y prefiere usar el teléfono o dirigirse al Ministerio de educación superior para buscar sus informaciones ya que no se familiarizan a un con la tecnología, para la cual ya existe un personal capacitado para responder sus preguntas acorde a sus necesidades y cuando llegue su turno, porque si la persona llama tiene que esperar que se descongestione la línea ya que llaman muchos usuarios a la misma vez para buscar preguntas y si es presencial debe de esperar su turno para que el oficial de servicio le atienda.

Estar a tantos a los comentarios y las sugerencias de los usuarios para poder responderles a tiempo a estas personas que siguen las redes por cuestión de comodidad, tiempo y dinero, por lo que a través de los comentarios, me gustas y las caritas podemos ver si el ministerio con esta nuevas implementaciones, nos dice sido es eficiente y eficaz para los usuarios lo que se propone, también ver cómo ha ido avanzando la institución con los nuevos cambios y monitoreos a las expectativas que tendrá el equipo responsable de estas actividades.

Aprovechas las informaciones negativas para mejorarla volverlas positivas y para luego difundirlas en los medios en especial en la red donde surgió. se le estará preguntando al usuario que puso su queja por la misma red social que utilizo que le paso de forma amable y se le responderá y se le pedirá disculpas siempre y cuando la merezca y de forma sutil este usuario pedirá sus disculpas de la misma manera. Entendiendo que no se puede caer en el vicio de tú me dice y yo te digo, la persona encargada de esta red debe saber manejar las crisis de redes sociales.

3.5.13 Estrategia del Social Medial Marketing (community manager jefe)

Esta estrategia será dirigida al encargado de las redes sociales actual ya que él tiene conocimiento adecuado de las informaciones del Ministerio que se pueden subir en las redes sociales y la página web el cual también tiene el patrón de las imágenes, textos, el tamaño de los contenidos, y tiene ya plasmado las quejas y preguntas más frecuentes que hacen los usuarios del MESCYT. Y se encargara de planificar el contenido del día para luego presentárselo a su personal.

3.5.14 Tácticas de la Estrategia.

El community manager será el encardo del departamento a implementar ya que debe de haber alguien que dirija ese personal el cual debe ser dirigido con capacidad y experiencia adecuadamente una persona capacitada tanto para las redes como para dirigir persona física, el encargado debe saber manejar las crisis de las redes como el del personal a su cargo, debe de entregar los trabajos del día a tiempo para que su personal este claro de lo que se estará posteando en el día aparte de responder a los usuarios.

El community manager tendrá la clave de las redes sociales esto es por cuestión de seguridad para el Ministerio, así de esta forma no podrá ser usada fuera de horario de trabaja.

Esta persona será la encargada de distribuir el personal acorde a las redes sociales y los que estarán en la parte de la página web con el chat instantáneo. El encargado del departamento asignara por redes y pagina web de acuerdo con lo que presentaron los nuevos empleados en su CV porque, aunque sean redes sociales no todas son iguales existen algunas que tienen más demandas que otras y funciones diferentes y para que se haga un buen trabajo es mejor asignarlo por la capacidad que tenga este empleado.

Este personal que se integrara al proceso de las redes sociales no puede tener mala redacción, por las malas escrituras en las redes sociales son bastantes

visibles y mucho más para una institución como el Ministerio de educación superior ciencia y tecnología, esta institución promueve la educación superior y una falta ortográfica sería un error fatal, se recomienda que antes de enviar cualquier información se revise bien la ortografía antes de ser enviada.

3.5.15 Recursos humanos.

El departamento de Recursos Humanos de la institución para llevar a cabo la publicación de la vacante de community manager, en primer lugar, debe tener la solicitud de la misma por parte del departamento de comunicaciones, el cual debe cumplir con unos requerimientos de solicitud denominado POA, que consiste en el diseño y planificación anual de los recursos tanto materiales como humanos que requiera. Luego se procede a definir el puesto. Esto consiste en determinar las responsabilidades y funciones del puesto, las características y competencias que debe poseer el posible candidato, y todo lo relacionado al salario, beneficios y horario.

En este sentido, luego de contar con todas las aprobaciones e informes necesarios, la subdivisión de reclutamiento y selección del departamento de recursos humanos procederá a publicar la vacante. Primero se llevará a cabo un concurso interno, el cual consiste en permitir la participación de los empleados que cumplan con los requisitos indicados, y de ser seleccionado alguno de ellos, pues solo se procedería a reubicar un colaborador, ya sea a través de un ascenso o traslado.

Una segunda opción dentro del concurso, es llevarlo a cabo de forma externa, en donde la publicación se dirige a un público general. Todo aquel que esté preparado para el puesto solicitado puede aplicar al mismo. Estos concursos son publicados en la página web de la empresa en combinación con la página web de vacantes del Ministerio de Administración Pública, por tratarse de una institución del estado.

El diseño de la vacante de community manager consiste en el siguiente:

Fecha 02-09-2019

Empresa MESCYT

Actividad Órgano del Poder Ejecutivo, en el ramo de la educación superior, la ciencia y la tecnología, encargado de fomentar, reglamentar y administrar el Sistema Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología. De acuerdo con sus atribuciones, vela por la ejecución de todas las disposiciones de la ley 139-01 y de las políticas emanadas del Poder Ejecutivo.

Especificaciones del puesto

Área principal Comunicación Social, humanidades

Otras áreas Mercadeo, publicista, social medial

Ciudad Santo Domingo

País República Dominicana

Descripción o funciones.

- Planificación e implementación del plan de redes.
- Monitoreo y seguimiento de las interacciones de posteos digitales.
- General contenidos y mantener actualizada las redes sociales y la página web.
- Manejo de plataformas digitales.

Requisitos

Estudiante de termino en el área de comunicación, mercadeo, publicidad o áreas a fines.

Experiencia como community manager.

Debe tener mínimo un año trabajando con los procesos de redes sociales

Indispensable

Certificados en redes.

- 1 o más años de experiencia
- Requiere residencia actual en Santo Domingo, República Dominicana

Condiciones laborales

Contrato	Indefinido / Fijo
Jornada	Completa
Horario	8:00 am A 4:00 pm
Salario	RD$20,000.00
Beneficios	Todos los beneficios de ley

Nómina de la vacante.

Salario bruto 20,000

- Responsabilidad del trabajador
  SFS 3.04% =608
  AFP 2.87%=574

  Salario neto 18,818

- Responsabilidad de la empresa
  SFS 7.09%=1,418
  AFP 7.10%=1,420
  SRL 1.10%= 220

Infotep 1%= 200

- Total, de pago

  Trabajador = 18,818

  TSS (AFP, SFS, SRL) = 4,240

  Infotep = 200

- Registro contable de la nómina

  Débito

  Gasto de salario 20,000

  Gasto de aporte SFS 1,418

  Gasto de aporte AFP 1,420

  Gasto de aporte SRL 220

  Gasto de aporte Infotep 200

  Crédito

  Cuenta por pagar trabajador 18,818

  SFS por pagar 2,026

  AFP por pagar 1,994

  SRL por pagar 220

  Infotep por pagar 200

3.5.16 Recursos Tecnológicos.

Los recursos que se utilizara en este departamento a Implementar nuevo, se necesitaran escritorios de computadoras donde quepan las máquinas y lo empleado estén cómodos sin estar chocando, se necesitará cincos (05) pc porque se estará empleado cinco personas en el departamento de comunicación digital de esta forma cada uno tendrá un pc donde trabajar tranquilos y puedan responder a los usuarios. se hará uso de lo que es la internet para las pc de escritorios. Se les entregara posten y lapiceros para si quieren poner cualquier nota informativa, aunque tengan el block de notas en la computadora en ocasiones se necesitan esas notitas físicas para pasarle cualquier información al superior, se les entregara sus sillas en las cuales serán cómodas.

3.5.17 Presupuesto del plan.

El presupuesto expuesto en esta parte es el del pago de los documentos a académicos que el usuario realiza en el Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología para la legalización. El ingreso por año puede variar y esto dependerá del número de egresados resultados ese año y de las necesidades de los usuarios, en los meses que no hay convocatoria por mes se puede generar entre cincuenta mil (50,000 $ aprox.) y setenta mil pesos (70, 000 $ aprox.), en los días de convocatorias se puede generar por mes entre cientos veinte mil (120,000 $ aprox.) y cientos ochenta mil pesos (180, 000 $ aprox.), lo que por año se calcula aproximadamente veintiún millón setecientos treinta y cinco mil pesos (21,735,000 $ aprox.), a esto se debe restar todos los gastos de insumos, mantenimiento, acuerdos institucionales, bonos estudiantiles, donaciones, como también diversos gastos que surgen en la gestión.

(Todos los datos estadísticos obtenidos para este informe son aproximados).

El reclutamiento de los 5 empleados incluyendo aportes a la seguridad social y regalía sería un costo anual de 1,484,080.

Regalía pascual

5*20,000=100,000

aporte de seguridad social

100,000*12= 1,200,000*1.1534=1,384,080+100,000=1,484,080

Cada empleado anual le sale a.

1,484,080/5= 296,816

Utilidad bruta presupuesto anual

Personal encargado……1,484,080

Mantenimiento de la página web……70,000

$$\text{Roí} = \frac{\text{ingresos} - \text{gastos}}{\text{gastos}} * 100$$

$$\text{Roí} = \frac{21{,}735{,}000 - 1{,}484{,}080}{1{,}484{,}080} * 100$$

$$\text{Roí} = \frac{20{,}250{,}920}{1{,}484{,}080} * 100 \qquad \text{Roí} = 13.64*100 = 1{,}364$$

La implementación de los cincos empleados y el mantenimiento de la página web del MESCYT es de mil trecientos sesenta y cuatros (1,364) por lo que sería satisfactorio para la empresa emplearlos para la mejoría de la institución para la satisfacción de los usuarios

3.5.18 Balance scorecard				
objetivos	Estrategias	Tácticas	Responsables	Tiempo
1. Mejora de calidad de servicio en las redes.	1. Estrategia diferenciación.	1.contratar más personal con experiencia en las redes.	community manager Recursos humanos	02/08/2019
2. Repuesta a tiempo.	2. Estrategia intensiva.	2.Implementacion de servicio chat en línea.	Informática	02/07/2019
3. nuevo servicio en la página web.	3. Estrategia integrativa.	3. construcción de enlaces, hipervínculo con las universidades	Programador de página web	02/09/2019
4.Informacion de calidad. 5. Mejora la percepción de la institución.	4. Estrategia modelo de generación de ingreso. 5. Estrategia de seo.	Mantener una comunicación bidireccional con los usuarios de forma clara y precisa. Mantener link que direccionen hacia el portal del Mescyt	Empleados community manager	02/09/2019 02/09/2019

TABLA 7 Balance scorecard Fuente propia

Con las nuevas tendencias de las tecnologías de la comunicación e información, las instituciones están a un solo un clic, son como una pequeña aldea que de la tecnología las ha ceñido, esa nueva era ha juntado las empresas con los usuario o clientes. Ya los medios antiguos están siendo sustituidos por herramientas y aparatos tecnológicos más avanzados, donde cualquier persona que tenga la necesidad de información y requerimiento de algún servicio, pueda acceder sin la necesidad de trasladarse, porque esa Página Web o Red Social cuenta con las indicaciones suficientes que los usuarios necesitan. Pero estas ventajas de información y plataformas tecnológicas de última generación, las tienen las instituciones que están constantemente a la vanguardia, para buscar colmar las necesidades de sus usuarios de la manera más instantánea, económica (para ambas partes), veraz, oportuna y eficaz.

Los nuevos tiempos demandan que las instituciones públicas, de manera principal, brinden a sus consumidores servicios públicos óptimos, conforme al comportamiento de la sociedad de la información, por medio de componentes y plataformas tecnológicas de última generación; que no sean solamente las empresas privadas que se lucran del servicio que brindan, que necesariamente deben de estar dentro de la corriente del desarrollo de medios de comunicación y tecnológicos, sino que las instituciones deben implementar herramientas para satisfacer necesidades de carácter público. Deben de mejorar constantemente en el servicio tecnológico que brindan a sus usuarios a través de plataformas digitales de punta.

Esto es que tanto su página web, chat en línea, y el empleo de las diferentes plataformas populares, como son: Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, entre otras, en el aspecto tecnológico y de información, deben de contar con las informaciones precisas y oportunas, para que el usuario se sienta satisfecho con cada servicio solicitado y ofrecido. Pero para que todo esa información y tecnología pueda ser brindada y usada satisfactoriamente por los usuarios, la institución que los brinda debe de establecer las estrategias más favorables, y contar con el recurso humano necesario, un community manager y un cuerpo

técnico de colaboradores, que cuenten con la pericia y los conocimientos, para poder potencializar los servicios que brindan a los usuarios, para que estos tengan la mejor experiencia y se sientan incluidos.

CONCLUSIÓN

Al concluir este trabajo de tesis se puede destacar que el Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología (MESCYT), debe de innovar de manera continua su plataforma tecnológica y de información digital para los usuarios, con el propósito que dichos cambios y procesos, generen satisfacción en todos los órdenes al momento de solicitar y recibir los servicios. El marketing digital tiene las herramientas propicias para solucionar algunas deficiencias de información y promoción de los servicios, que se dan en las diferentes plataformas de las redes sociales y pagina web del Ministerio.

Se destaca que el uso de las páginas web, y el uso de las redes sociales por parte de las instituciones tanto públicas como privadas, así como las estrategias mercadológicas aplicadas a ellas, han ayudado a explotar un nicho de mercado a nivel global, y en la importancia del tiempo real con la web 2.0., se conoció que el usuario busca información veraz, oportuna y satisfactoria que le sea útil para la resolución de sus diferentes necesidades.

Se pudo identificar que el MESCYT, y el uso internet y las herramientas sociales, deben tener una estrecha relación ya que esta puesta en marcha lo que es Republica digital, que no es más que un plan del gobierno central para que cada institución pública este en la vanguardia y cumplan los objetivos en el marco digital de los nuevos tiempos, para que se les brinden asistencia de manera óptima a las personas y ciudadanos. Para que una institución llegue hoy en día de manera rápida y efectiva al usuario esta debe tener una página electrónica y con el uso de las redes sociales, que les ofrezcan a los usuarios informaciones de interés acorde con sus necesidades públicas, en el caso que nos compete con el Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología (MESCYT), que brinde las informaciones necearías y que los usuarios puedan buscar los datos que más les interese, y esa búsqueda les genere satisfacción y seguridad, ya que al momento de que estas personas visiten la institución de manera digital, tenga todos las informaciones posibles y los pasos a realizar que contengan videos, imágenes, diagramas inteligentes, noticias, entre otras.

Luego de un estudio riguroso de antecedentes, fuentes bibliográficas, artículos en Internet y otros medios de abastecimiento de información, desde un punto de vista teórico, se pudo identificar el poder de atracción que el Marketing Digital posee para detallar e ilustrar los procesos de información en los nuevos tempos de la globalización y la “aldea” digital.

Se pudo comprobar que al implementar las estrategias a través de la web y delas diferentes plataformas de las redes sociales, que es la forma más efectiva de atraer a los usuarios y de mantenerlos con altas tasas de aceptación hacia la institución, ya que se quiere es que el usuario cambie la percepción del mal servicio que brindan las instituciones gubernamentales, lo cual se obtiene información oportuna y de mucha importancia distribuidas en las diferentes plataformas de las redes sociales y en la página web del Ministerio, las cuales serán informaciones completas y actualizadas constantemente, conforme a los hallazgos arrojados en las necesidades más perentorias en beneficio de los usuarios. Ya que es un complemento importante del servicio presencial y digital.

El Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología (MESCYT), se ha beneficiado hasta ahora de la creación e implementación de su página en la web y su presencia en redes sociales, puesto que pueden visualizar el grado de aceptación de los servicios brindados a los usuarios, ya que por medio de esta tecnología avanzada pueden visualizar los comentarios y grado de satisfacción que presentan los usuarios.

Mediante la investigación de campo realizada en este proyecto a través de encuestas y entrevistas, se llegó a la conclusión de que la institución cuenta con un amplio número de posibilidades de brindar respuestas a tiempo a los usuarios de este Ministerio, con la implementación y explotación de estas importantes plataformas, y así brindar información más eficaz. Esta proposición parte de la cantidad de usuarios que declararon utilizar las redes sociales y la página Web como medio para conocer o aprender más sobre los procesos y beneficios que el MESCYT tiene.

Gracias a la información adquirida en la investigación, se hizo posible estructurar un plan de Marketing Digital completamente focalizado para lograr los objetivos establecidos en busca de mejorar la comunicación digital entre usuarios y la institución.

En respuesta a los objetivos de mejorar la calidad de las respuestas brindadas en un tiempo promedio deficiente, se propuso implementar más personal calificado que se encarguen de las diferentes plataformas digitales y de información, los cuales llevara un empelado por cada red social para así poder brindar respuestas a tiempo y con calidad. La única red social que tendrá por las menos tres personas encargadas será Instagram, ya que es la plataforma con más seguidores que interactúan en las necesidades y servicios. En cambio, el portal deberá tener cuatros personas encargadas de aportar la información más pertinente al usuario, a realizar sus operaciones mediante el chat en línea; en caso de que un usuario no pueda realizar un proceso en línea, tendrá que dirigirse a la institución para hacerlo de manera personal. El community manager vigilará todo con relación a los procesos que se estarán dando en especial en las dificultades que se presenten. Se deberá de postear información de calidad, lo la da gran representación a la institución, y su tasa de aceptación aumenta.

Se concluye que el usuario actual no se conforma con información desactualizadas, este constantemente demanda de informaciones actuales, claras y específicas; mientras más rápido y precisa es la información, la satisfacción y obtención del servicio es valorada por los usuarios. Ya que, por la falta de tiempo y recurso de traslado, buscan lo necesario por las plataformas de las redes sociales y el portal institucional, es por ello por lo que se busca la implementación de mejorar estas herramientas y el mejoramiento continuo de todos los servicios digitales.

BIBLIOGRAFIA

Comunicación y política. (30 de septiempre de 2012). Obtenido de Ventajas y desventajas de la comunicación digital: http://danielaramirez0709.blogspot.com/2012/09/ventajas-y-desventajas-de.html

https://optic.gob.do. (2013). Obtenido de https://optic.gob.do: https://optic.gob.do/nortic/index.php/politicas

Carballar, J. A. (2012). *social medial .* mexico: alfaomega grupo.

Carmen Mata Lazo, J. A. (2016). *comunicacion digital.* Barcelona: UOC.

corpernico. (s.f.). *http://copernico.escuelaing.edu.co*.

Durango, A. (2014). *Mercadotecnia en los medios sociales.* estados unidos: San Bernardino,ca.

Galaz, Y. R. (2014). *deloitte.* Reino Unido: s,c.

Garaiz, S. G. (2010). *Integracion social digital.* mexico.

Gemma Muñoz Vera, T. E. (2012). *analitica web en una semana.* barcelona: grupo planeta.

Gorospe, H. z. (2012). *Guia del social media marketing.* madrid: ESIC.

inboundcycle. (2019). *inboundcycle*. Obtenido de ¿Qué hace un Social Media Manager?: https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/social-media-manager

https://sejimenez.com/plan-de-social-media-los-objetivos/jimenez, s. (23 de marzo de 2017). *Plan de Social Media – Los objetivos*. Obtenido de Los objetivos dentro del Plan de Social Media Marketing, ¿qué son? ¿cómo definirlos? y ejemplos concretos.: https://sejimenez.com/plan-de-social-media-los-objetivos/

lopez, a. (31 de marzo de 2011). *Importancia de la comunicación digital, ventajas y desventajas*. Obtenido de cuna de artista: https://annitalopez4.wordpress.com/2011/03/31/importancia-de-la-comunicacion-digital-ventajas-y-desventajas/

Maldonado, S. (2013). *analitica web medir para triunfar.* madrid: ESIC.

María Redondo, P. R. (2013). *como preparar un plan de social media marketing.* barcelona: grupo planeta.

MENDOZA, I. (2013). *historia de la comunicacion digital.* utel editorial.

nacional, E. (14 de mayo de 2013). Comunicación digital, ventajas y desafíos. págs. https://elnacional.com.do/comunicacion-digital-ventajas-y-desafios/.

Noda, F. N. (2005). *Guia de comunicacion digital.* caracas: minipres, c.a.

optic. (s.f.). *optic*. Obtenido de Normas sobre Tecnologías de la Información y Comunicación - NORTIC: https://optic.gob.do/nortic/index.php/politicas

Perez, E. H. (2012). *comunicacion digital y ruido.* mexico: limusa s,a.

Ponce, I. (2012). *Historia de las redes sociales.* MADRID.

silva, k. d. (18 de junio de 2012). *Conceptos: Spam, Flood, Trolling*. Obtenido de taringa: https://www.taringa.net/+ciencia_educacion/conceptos-spam-flood-trolling_12rd0q

ZAVIA, M. S. (23 de marzo de 2017). *genbeta*. Obtenido de ¿De dónde salen los trolls?: https://sejimenez.com/plan-de-social-media-los-objetivos/a-fondo/de-donde-salen-los-trolls-esto-es-lo-que-hay-tras-los-sociopatas-mas-conocidos-de-internet

Anexos 1

Entrevista al community manager.

Nombre: _____

Departamento_____

1. **¿Cuáles son las quejas más frecuentes de los usuarios? (objetivo 1)**
2. **¿Qué departamento recibe más quejas? (objetivo 2)**
3. **¿Qué tiempo te tomas para responderle a un usuario? (objetivo 3)**
4. **¿Por qué duras ese tiempo para responderles? (objetivo 4)**
5. **¿Cuál es la red social que utilizan más los usuarios? (objetivo 1)**
6. **Como responden los usuarios cuando usted les contesta sus interrogantes o cualquier sugerencia que ellos hacen por las redes sociales. (objetivo 2)**
7. **¿Le gustaría otra persona que este laborando con usted y por qué?**

Anexo 2

Entrevista a los usuarios.

1. Sigue usted alguna red social del MESCYT.

(objetivo 2)

Si_____ No_____

2. Cuales redes sociales sigue usted. (objetivo 1)

A. Instagram
B. Facebook
C. Twitter

3. ¿Porque la sigues? (objetivo 3)

A. Porque me entero de todas las actividades.
B. Porque prestan más atención a las quejas.
C. Porque es fácil para usted.

4. ¿Por cuál de las redes sociales se contactó con el Mescyt más rápido? (objetivo 3)

A. Instagram
B. Facebook
C. Twitter

5. ¿Le han respondido a tiempo? (objetivo 3y4)

Si_____ No_____

6. ¿Se sintió satisfecho con el servicio brindado?

(objetivo 4)

Si_____ No_____

Anexo 3

+1 (809) 616-1616
info@unicaribe.edu.do
FAQ
UNIVERSIDAD DEL CARIBE
CAYEI - UNICARIBE
UNIEMPLEO
agencia de empleos Unicaribe
UNICARIBE
Oferta Académica
Admisiones
Contacto
UNICARIBE College
MESCYT
CEICYT RD-2019
IV Congreso Estudiantil de Investigación Científica y Tecnológica
UNICARIBE

UNAPEC
ESCUELA DE GRADUADOS

SOLICITUD Y AUTORIZACIÓN EMPRESARIAL PARA REALIZACIÓN DE TRABAJO FINAL

Yo, Maricelia Fortuna, cédula 001-1237670-6, matrícula de la Universidad APEC 2012-1904, estudiante de término del programa de Maestría en Marketing y estrategia Digital, cursando la asignatura de trabajo final, solicita la autorización de (nombre de la empresa) para realizar mi trabajo final sobre (nombre o título de la investigación) y acceder a las informaciones que precisaré para este fin.

Este trabajo tiene por objetivo aportar en la mejora de calidad de la comunicación digital del MESCYT.

(Firma)

Yo, Wendy Mejía (nombre de quien autoriza)
Lic. Serv. al Usuario (cargo que ocupa), cédula 001-0161310-7, autoriza a realizar el trabajo final arriba señalado y que el mismo podrá:

- [ ] Utilizar el nombre de la empresa
- [ ] Utilizar un pseudónimo
- [x] Ser expuesto ante compañeros, profesores y personal de la Universidad APEC
- [x] Incluido dentro del acervo de la Biblioteca de UNAPEC
- [ ] Aplicado en el área correspondiente dentro de la empresa si responde a las necesidades diagnosticadas.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Atención al Usuario
(MESCYT)

(Firma y sello)