

Escuela Superior Politécnica del Litoral

PLAN ESTRATÉGICO DE FADCOM 2020-2022

INDICE

MISIÓN INSTITUCIONAL.....	3
VISIÓN INSTITUCIONAL.....	3
VALORES INSTITUCIONALES	4
MISIÓN DE LA UNIDAD	5
VISIÓN DE LA UNIDAD	5
MENSAJE DEL DECANO	6
OBJETIVO ESTRATÉGICO 1: Desarrollar y difundir innovación e investigación de alto impacto en la sociedad.	9
OBJETIVO ESTRATEGICO 2: Garantizar una oferta académica, con operaciones eficientes, que cumpla con estándares nacionales e internacionales de calidad y que responda oportunamente a las necesidades de la sociedad.	13
OBJETIVO ESTRATÉGICO 3: Proporcionar experiencias educativas y entornos de aprendizaje gratificantes, que garanticen la formación de profesionales íntegros y competentes y que aseguren su rápida incorporación al sector productivo.....	18
OBJETIVO ESTRATÉGICO 4: Desarrollar actividades de vinculación que generen un impacto transformador en la sociedad y que contribuyan con la sostenibilidad institucional.	22
METAS PLURIANUALES	24
PROCESO DE FORMULACIÓN	26
ANEXOS.....	27
ANÁLISIS DE GRUPOS DE INTERÉS – MATRIZ PODER VS. INTERÉS.....	28
ANÁLISIS FODA DE LA UNIDAD.....	29

MISIÓN INSTITUCIONAL

Cooperamos con la sociedad para mejorar la calidad de vida y promover el desarrollo sostenible y equitativo, a través de formación profesional íntegra y competente, investigación e innovación.

VISIÓN INSTITUCIONAL

Ser una comunidad académica consolidada, con altos estándares internacionales, de líderes creativos e innovadores que respondan de forma oportuna a las necesidades de la sociedad.

VALORES INSTITUCIONALES

Integridad

Practicamos la ética en nuestro accionar y rendimos cuentas sobre lo que hacemos.

Cooperación

Conformamos una comunidad comprometida de forma solidaria en resolver los problemas del mundo.

Empatía

Manifestamos una genuina sensibilidad ante las necesidades de nuestros grupos de interés y trabajamos en equipo para satisfacerlas.

Dedicación

Hacemos más de lo que se espera de nosotros con pasión y entusiasmo

Apertura

Estamos abiertos al mundo, a nuevas experiencias, y acogemos a personas valiosas con opiniones y perspectivas diversas.

Innovación

Generamos valor buscando nuevas y mejores soluciones para resolver y aprovechar oportunidades.

MISIÓN DE LA UNIDAD

Cooperar con la sociedad a través de la investigación, la innovación y la formación profesional de líderes creativos en el campo de las artes, el diseño y la comunicación audiovisual, que respondan a las necesidades de la industria cultural y el sector productivo.

VISIÓN DE LA UNIDAD

Ser una facultad con altos estándares nacionales e internacionales, y un referente en la generación de producción artística, cultural e industrial.

MENSAJE DEL DECANO

Vivimos en la era de la Gran Pausa como los historiadores están insistiendo en llamarle a estos días del coronavirus. Una segunda gran depresión económica impera en estos días en el marco de una economía digital cada vez más pronunciada. Del estado de sitio y del estado de excepción hemos pasado al estado de peste.

Como naciente facultad somos una entidad abstracta que se inserta en un contexto cada vez más cambiante. Cualquier proyecto institucional o académico que FADCOM haya tenido tuvo que replantearse a partir de la pandemia. La revolución digital era señalada como el rumbo que se debía seguir antes de la pandemia. Ahora resulta ser el único norte posible.

La ciudadanía ha replanteado sus costumbres basándose en la necesidad más que en lo suntuario. Estamos en los tiempos de un adiós a la presencialidad a la hora de hablar de servicios al cliente; ahora más que nunca entramos a una economía virtual en todas sus dimensiones.

Si la educación y todos sus paradigmas han sido revisados durante estos meses, pasa lo mismo con las estrategias educativas. Así como se habla de una educación emergente, sería pertinente ir hablando ya de un *branding* también emergente, del consumo interconectado a la omnivía. Como estamos viendo, la era de la marca *per se* acaba de concluir y los diferentes *mass media* fluyen y confluyen hacia el concepto de marca desde la perspectiva *transmedia*.

En este año del distanciamiento social, FADCOM cree en educación más cercana al corazón del arte (ya sea visual o escrito) como la única forma posible de salvación, como un grito de vida en medio de tanta muerte. La premisa es muy sencilla y compleja a la vez: el arte (tomado de la mano con el diseño y la comunicación audiovisual) es lo único que puede sacarnos a flote en estos tiempos tan aciagos.

En la edad media aparecen por vez primera manifestaciones estéticas que capturan la cotidianidad de la peste negra. La danza de la muerte es una serie de grabados que contiene representaciones de la plaga en forma de esqueletos. Esta iconografía coincide con la mitografía mexicana en la que vemos a figuras huesudas tomar vidas por doquier.

La facultad de arte, diseño y comunicación audiovisual hace revistas, convoca a congresos y entrega todo tipo de aportes al espíritu del tiempo que nos ha tocado vivir. Este año en el que profesores y estudiantes están trabajando en modalidad virtual, este tipo de actitudes culturales se vuelve un imperativo. Estamos dando o recibiendo clases, pero también

estamos creando. El único virus al que nos adherimos es al de la creatividad. Este plan operativo es una muestra de ello.

Atentamente,

Marcelo Báez Meza, Ph.D.

Decano de FADCOM



INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN DE ALTO IMPACTO

OBJETIVO ESTRATÉGICO 1: Desarrollar y difundir innovación e investigación de alto impacto en la sociedad.

Objetivo táctico 1.1: Generar y transferir investigación orientada a la demanda.

Estrategias
<ul style="list-style-type: none">• Propiciar un cambio cultural interno que incremente el aporte investigativo en el área de diseño.• Identificar las líneas gubernamentales prioritarias de apoyo a la industria.• Determinar la necesidades de investigación que demandan las empresas.• Definir temáticas de acción cultural.• Promover la colaboración en proyectos de investigación con otras facultades de ESPOL y otras universidades.

Indicadores	Línea base (2019)	Meta (2022)
Número de proyectos de investigación en ejecución con contraparte de empresas nacionales o internacionales.	0	2

Objetivo táctico 1.3: Aumentar el volumen y el impacto de la producción científica de ESPOL

Estrategias
<ul style="list-style-type: none"> • Ofertar cursos de redacción de artículos científicos y de revisión bibliográfica dirigido a los docentes. • Promover la movilidad de profesores y estancias de investigación en el extranjero. • Integrar tópicos de investigación dentro de los contenidos de las materias.

Indicadores	Línea base (2019)	Meta (2022)
Número de publicaciones indexadas en Scopus/WoS en las que participan estudiantes de postgrados.	N/D	N/D
Número de estudiantes de postgrados de ESPOL o internacionales vinculados a proyectos de investigación	N/D	N/D
Número de publicaciones indexadas en Scopus/Wos en colaboración internacional	3	4
Número de publicaciones científicas indexadas en SCOPUS/WoS	10	20
Porcentaje de publicaciones científicas en las revistas más prestigiosas del mundo (Q1 y Q2, SJR)	0%	20%

Objetivo táctico 1.4: Incrementar la captación de fondos externos no reembolsables para actividades de investigación

Estrategias
<ul style="list-style-type: none">• Asignar una mayor carga de investigación a los docentes para fortalecer los proyectos de investigación vigentes.• Promover la colaboración en proyectos de investigación con otras universidades.• Promover el desarrollo proyectos de investigación multidisciplinarios.• Proponer proyectos de investigación relacionados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Indicadores	Línea base (2019)	Meta (2022)
Ingresos captados a través a través de fondos externos no reembolsables para investigación	\$0,00	\$10.000,00



CALIDAD EDUCATIVA INTERNACIONAL

OBJETIVO ESTRATEGICO 2: Garantizar una oferta académica, con operaciones eficientes, que cumpla con estándares nacionales e internacionales de calidad y que responda oportunamente a las necesidades de la sociedad.

Objetivo táctico 2.1: Lograr la acreditación internacional en las carreras de grado y autoevaluar los programas de postgrado periódicamente con estándares internacionales

Estrategias	
<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar las instalaciones de la facultad de acuerdo a las necesidades de los estudiantes y profesores. • Mejorar el equipamiento de los laboratorios/talleres. • Promover la colaboración entre FIMCP y FADCOM para el desarrollo del Taller de Prototipado. • Planificar talleres y cursos de especialización en plataformas virtuales, dirigido a docentes. • Promover entre los profesores una cultura de mejoramiento continuo de acuerdo a los estándares de NASAD. • Crear un programa de intercambio que permita una presencia mayor profesores internacionales. 	

Indicadores	Línea base (2019)	Meta (2022)
Porcentaje de carreras de grado que cuentan con acreditación internacional.	0%	100%
Porcentaje de programas de postgrado vigentes autoevaluados con estándares internacionales.	0%	100%

Objetivo táctico 2.3: Mejorar la eficiencia de las operaciones de grado y postgrado

Estrategias

- Mejorar el portafolio digital docente creando carpetas en línea donde los docentes pueden colocar todas las evidencias de sus cátedras.
- Asignar un laboratorio de computación para la Maestría en Postproducción y un auditorio en el edificio administrativo de FADCOM para la maestría en Diseño y Gestión de Marcas como espacios de prácticas para estudiantes de postgrado.
- Mejorar los sistemas de comunicación entre docentes y estudiantes en los programas de Postgrado.

Indicadores	Línea base (2019)	Meta (2022)
Porcentaje de ejecución del presupuesto fiscal comprometido asignado a la facultad	N/D	90%

Objetivo táctico 2.4: Mejorar la eficiencia académica de grado y postgrado

Estrategias

- Fortalecer la vinculación de proyectos estudiantiles con el campo profesional.
- Adquirir más recursos audiovisuales para las aulas de clase.
- Gestionar la implementación de bibliotecas virtuales.
- Complementar el dictado de clases presenciales con recursos on-line.

Indicadores	Línea base (2019)	Meta (2022)
Tasa de eficiencia terminal aparente de grado	50%	60%
Tasa de eficiencia terminal aparente de postgrado	80,74%	70%

Objetivo táctico 2.5: Aumentar el nivel de satisfacción laboral de los profesores

Estrategias

- Ofertar talleres de escultura y pintura dirigidos a docentes de FADCOM.
- Fomentar actividades de integración.
- Evaluar el desempeño de personal administrativo desde la perspectiva de los docentes.
- Proponer la creación de áreas sociales y de descanso para los docentes.
- Coordinar con la Gerencia de infraestructura física la asignación de espacios deportivos para la facultad.
- Mejorar los espacios de oficinas de docentes.
- Solicitar equipos y recursos informáticos para mejora de laboratorios.
- Ofertar cursos de capacitación docente online.

Indicadores	Línea base (2019)	Meta (2022)
Grado de satisfacción laboral de los profesores	N/D	N/D

EXPERIENCIA ESTUDIANTIL TRASCENDENTE

OBJETIVO ESTRATÉGICO 3: Proporcionar experiencias educativas y entornos de aprendizaje gratificantes, que garanticen la formación de profesionales íntegros y competentes y que aseguren su rápida incorporación al sector productivo

Objetivo táctico 3.2: Incrementar la satisfacción de los estudiantes con la experiencia educativa y entornos de aprendizaje

Estrategias	
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar y fomentar concursos y actividades varias dentro de la facultad: Dibujo, pintura, animación, libros, fotos, entre otros. • Invitar a profesionales del medio para que den charlas sobre su experiencia laboral. • Ofertar mensualmente arte en vivo con invitados, en coordinación con la Unidad de Arte y Cultura. • Desarrollar una app de tareas para estudiantes. • Asesorar a los estudiantes sobre su planificación académica a través de consejerías. 	

Indicadores	Línea base (2019)	Meta (2022)
Grado de satisfacción de los estudiantes de grado y postgrado	75%	80%

Objetivo táctico 3.4: Lograr que nuestros graduados sean la primera opción de los empleadores

Estrategias

- Promover el Evento Vórtice a nivel nacional.
- Desarrollar una plataforma virtual para portafolio de los alumnos a través de la Gerencia de Tecnologías.
- Promocionar en la página web de la facultad los proyectos de alumnos.
- Generar una base de datos interna de oportunidades laborales (estudiantes y graduados).
- Fortalecer la relación entre las empresas y la facultad (Identificar los sectores empresariales).
- Desarrollar un mecanismo de comunicación con las empresas en el que se presente una selección de los mejores trabajos realizados por los estudiantes de la facultad.

Indicadores	Línea base (2019)	Meta (2022)
Grado de satisfacción de los empleadores con respecto a las habilidades y destrezas adquiridas por los graduados	N/D	N/D

Objetivo táctico 3.7: Lograr que los estudiantes diseñen experiencias de producto que beneficien a la sociedad

Estrategias

- Realizar salidas de campo con los alumnos para experimentar los desafíos que se le pueden presentar en el mundo laboral.
- Invitar a los beneficiarios de los proyectos a contar sus experiencias.
- Publicar los proyectos y sus resultados en portafolios digitales, redes sociales y página web de la facultad.
- Fomentar que los proyectos de los estudiantes se enfoquen en la resolución de problemas empresariales.

Indicadores	Línea base (2019)	Meta (2022)
Número de proyectos de diseño de productos que beneficien a la sociedad	1	1



VINCULACIÓN QUE MEJORA LA CALIDAD DE VIDA

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4: Desarrollar actividades de vinculación que generen un impacto transformador en la sociedad y que contribuyan con la sostenibilidad institucional.

Objetivo táctico 4.1: Incrementar ingresos a partir de la prestación de servicios y de la oferta de cursos de educación continua

Estrategias
<ul style="list-style-type: none"> • Crear un área de consultoría dentro de facultad como punto único de contacto con las empresas y público en general. • Crear nuevos programas de Maestría: Maestría en Arte y Tecnología.

Indicadores	Línea base (2019)	Meta (2022)
Ingresos de autogestión por postgrado, educación continua y prestación de servicios en ESPOL y ESPOL TECH	\$339.008,20	\$459.493,80

Objetivo táctico 4.3: Ejecutar planes, programas y proyectos de vinculación que generen

Estrategias
<ul style="list-style-type: none">• Fortalecer la alianza estratégica con la Asociación de sordos del Guayas (o similares) dentro de los proyectos de las materias de vinculación.• Realizar conversatorios entre profesores de FADCOM y los directores de programa, para proponer nuevas actividades de difusión o desarrollo de productos relacionados a los objetivos del programa.

Indicadores	Línea base (2019)	Meta (2022)
Número de proyectos de investigación aplicada relacionados con actividades y proyectos de vinculación.	2	2

METAS PLURIANUALES

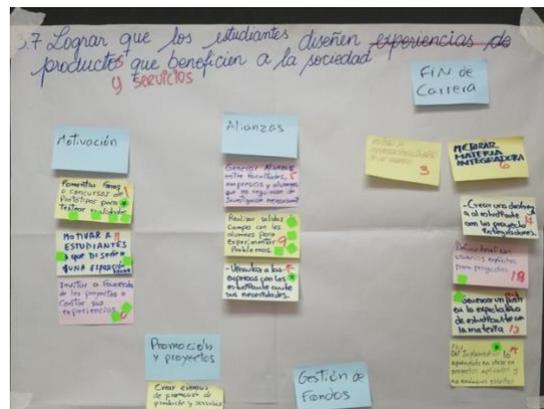
Objetivos Tácticos de la unidad	Indicador	Línea Base (2019)	METAS PLURIANUALES		
			2020	2021	2022
1.1 Generar y transferir investigación orientada a la demanda	Número de proyectos de investigación en ejecución con contraparte de empresas nacionales o internacionales	0	2	2	2
1.3 Aumentar el volumen y el impacto de la producción científica de la unidad	Número de publicaciones indexadas en Scopus/WoS en las que participan estudiantes de postgrados.	N/D	N/D	N/D	N/D
	Número de estudiantes de postgrados de ESPOLO o internacionales vinculados a proyectos de investigación	N/D	N/D	N/D	N/D
	Número de publicaciones indexadas en Scopus/WoS en colaboración internacional	3	3	4	4
	Número de publicaciones científicas indexadas en SCOPUS/WoS	10	16	16	20
	Porcentaje de publicaciones científicas en las revistas más prestigiosas del mundo (Q1 y Q2, SJR)	0%	15%	16%	20%
1.4 Incrementar la captación de fondos externos no reembolsables para actividades de investigación	Ingresos captados a través de fondos externos no reembolsables para investigación	\$ 0,00	\$ 8.000,00	\$ 0,00	\$ 10.000,00
2.1 Lograr la acreditación internacional en las carreras de grado y autoevaluar los programas de postgrado periódicamente con estándares internacionales	Porcentaje de carreras de grado que cuentan con acreditación internacional	0%	0%	100%	100%
	Porcentaje de programas de postgrado vigentes autoevaluados con estándares internacionales	0%	0%	100%	100%
2.3 Mejorar la eficiencia de las operaciones de grado y postgrado	Porcentaje de ejecución del presupuesto fiscal comprometido asignado a la facultad	N/D	90%	90%	90%
2.4 Mejorar la eficiencia académica de grado y postgrado	Tasa de eficiencia terminal aparente de grado	50%	50%	55%	60%
	Tasa de eficiencia terminal aparente de postgrado	80,74%	60%	65%	70%
2.5 Aumentar el nivel de satisfacción laboral de los profesores	Grado de satisfacción laboral de los profesores	N/D	N/D	N/D	N/D
3.2 Incrementar la satisfacción de los estudiantes con la experiencia educativa y entornos de aprendizaje.	Grado de satisfacción de los estudiantes de grado y postgrado	75%	77%	78%	80%
3.4 Lograr que nuestros graduados sean la primera opción de los empleadores	Grado de satisfacción de los empleadores con respecto a las habilidades y destrezas adquiridas por los graduados	N/D	N/D	N/D	N/D

3.7 Lograr que los estudiantes diseñen experiencias de producto que beneficien a la sociedad.	Número de proyectos de diseño de productos que beneficien a la sociedad.	1	0	2	1
4.1 Incrementar ingresos a partir de la prestación de servicios y de la oferta de cursos de educación continua	Ingresos de autogestión por postgrado, educación continua y prestación de servicios en ESPOL y ESPOL TECH	\$ 339.008,20	\$ 416.774,42	\$ 437.613,14	\$ 459.493,80
4.3 Ejecutar planes, programas y proyectos de vinculación que generen impacto	Número de proyectos de investigación en ejecución articulados a programas de vinculación	2	1	1	2

PROCESO DE FORMULACIÓN

El plan estratégico de la Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual (FADCOM) 2020-2022 es el fruto de un amplio proceso participativo que contiene los aportes de los grupos de interés de la unidad académica. El proceso dirigido por la Gerencia de Planificación Estratégica, inició en julio de 2019. En primera instancia se mantuvo una reunión con el Consejo Directivo de la Unidad para revisar los resultados obtenidos en los indicadores del Plan Estratégico Institucional y revisar la misión de la facultad.

Luego de esto, se realizó el primer taller con los grupos de trabajo, mismo que se ejecutó el 5 de agosto de 2019. Contó con cuatro grupos de trabajo conformados por 40 personas entre estudiantes, profesores e investigadores de la unidad. En esta sesión se dio a conocer el modelo y proceso a seguir para la elaboración del plan estratégico, se presentó la propuesta de misión elaborada por el Consejo Directivo y además se identificaron las principales acciones que proponen tanto los estudiantes como profesores para el logro de los objetivos planteados.



Posteriormente, el 22 de mayo de 2020 se realizó una sesión de trabajo junto con el Decano de la unidad académica, para revisar las acciones planteadas en el taller con los grupos de trabajo, con el fin de seleccionar las más relevantes y viables y plantear las estrategias que ayuden a alcanzar las metas establecidas.

Finalmente, la Gerencia de Planificación Estratégica se encargó de elaborar el borrador del plan estratégico, el mismo que fue discutido y aprobado en sesión del Consejo Directivo del 23 de octubre de 2020 con resolución CD-FADCOM-055-2020.

ANEXOS

Análisis Situacional

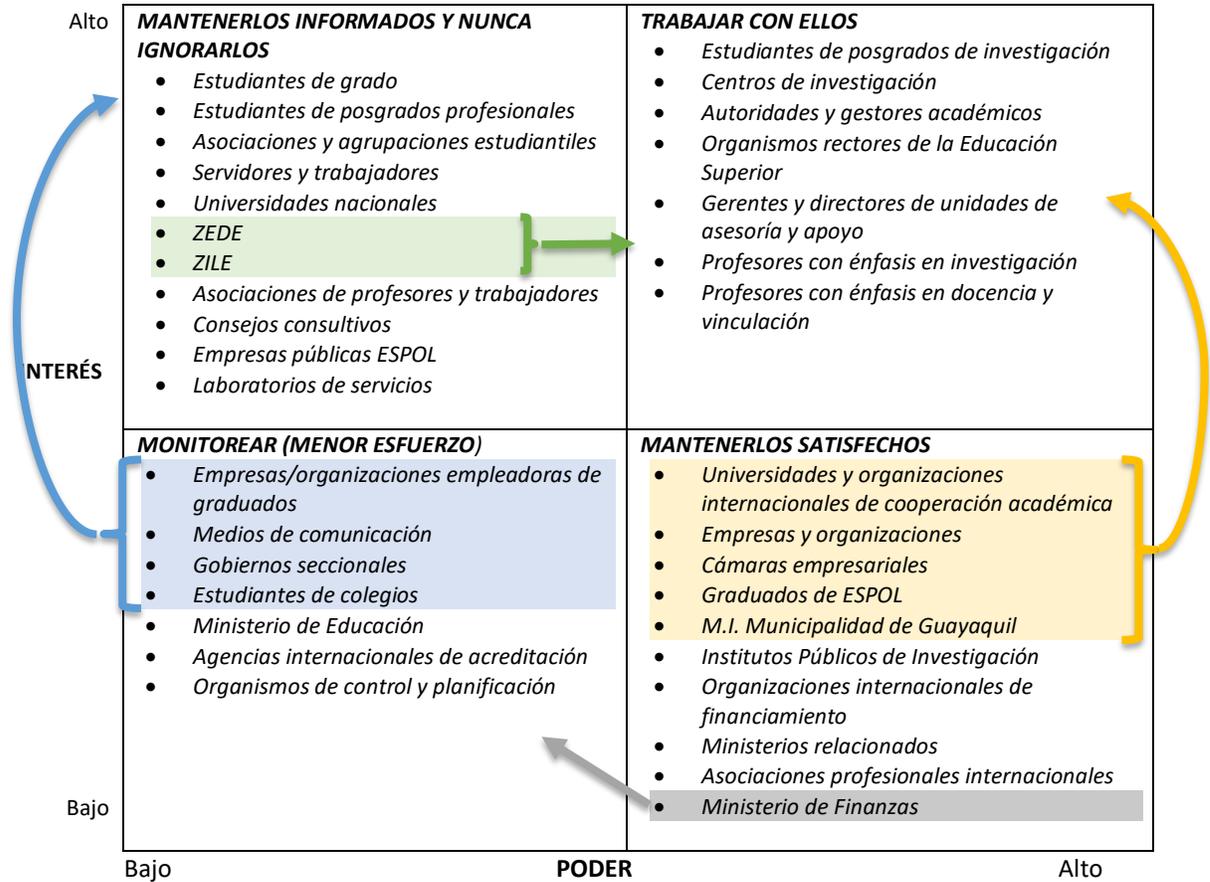
En este apartado se presentan los factores externos a la institución en los ámbitos políticos, económicos socio-culturales, tecnológicos, ambientales, así como, los factores internos más relevantes con el fin de realizar un análisis del ambiente externo.

Matriz de poder vs interés para identificación de grupos de interés

Las dimensiones consideradas para la elaboración de la matriz poder versus interés son: el interés en la organización y el poder que tienen estos grupos para afectar el futuro de la organización. Este ejercicio, realizado mediante métodos participativos, permitió identificar y validar a los actores cuyos intereses y bases de poder deben ser tomados en cuenta para abordar los problemas o asuntos estratégicos.

A continuación se muestra de forma gráfica los principales grupos de interés de la ESPOL, así como su ubicación presente en los diferentes cuadrantes. Adicional, con líneas de colores se destacan los cambios de posición en la matriz de ciertos grupos que se consideran necesarios para el cumplimiento de la misión y la visión.

ANÁLISIS DE GRUPOS DE INTERÉS – MATRIZ PODER VS. INTERÉS



ANÁLISIS FODA DE LA UNIDAD.

