

DIAGNÓSTICO DE LA GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN LA MOVILIDAD ESTUDIANTIL. CASO: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN-UANL

Yolanda López Lara
José Díaz Montalvo
Mario Humberto Rojo Flores

RESUMEN:

El estudio que se presenta tiene como planteamiento que en la Coordinación de Movilidad Estudiantil de la Facultad de Ciencias de la Comunicación-UANL se realiza un estudio cuyo objetivo general es determinar los procesos de comunicación organizacional en la gestión de movilidad estudiantil en el período de 2011 a 2013 para describir los elementos de mayor incidencia y conocer el estatus en dichas actividades. El estudio está orientado conforme a los lineamientos del método cuantitativo, con un alcance descriptivo. La investigación tiene un diseño de estudio de caso intrínseco y la premisa indica: los procesos de comunicación institucional y las políticas de gestión que guía las actividades del intercambio académico con los estudiantes e instituciones receptoras a nivel nacional e internacional facilitan el enlace para llevarlo a cabo. Las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron la revisión de documentos institucionales impresos y digitales. Concluyendo en con hallazgos que brindaron la oportunidad de organizar datos que se encontraban dispersos y ordenarlos en matrices de control cuya estandarización proporcionaron datos para la toma de decisiones y el diseño de nuevas estrategias de gestión de los flujos de comunicación relacionadas con los procesos de movilidad.

INTRODUCCIÓN

La Coordinación de Movilidad Estudiantil de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC), está interesada en realizar un diagnóstico de la gestión de los procesos de comunicación institucional realizados en el período de 2011 a 2014 ejecutados a través de los canales formales de comunicación, teniendo como objetivo vincular a los alumnos con las diferentes instituciones de educación superior a nivel internacional por medio de trámites, documentos institucionales y la relación interpersonal, brindándoles a los alumnos, la oportunidad de experimentar el ejercicio de la convivencia intercultural a un nivel universitario antes de terminar sus estudios.

Palabras Clave: Gestión, Comunicación, Movilidad estudiantil, Universidad y alumnos

1.- Planteamiento

Se desea realizar un diagnóstico de la gestión de los procesos y flujos de comunicación institucional desarrollados en el período de tres años y cuyos hallazgos formarán parte de criterios más amplios, para la toma de decisiones y establecer estrategias a favor de mejorar los procesos relacionados en el tema.

2.- Objetivos

2.1 Objetivo general

- Determinar los elementos de comunicación institucional que intervienen en la gestión de intercambio académico realizados en la Coordinación de la misma nomenclatura por los estudiantes de la FCC-UANL en el período de 2011 a 2013.

2.2 Objetivos específicos:

- Buscar y seleccionar elementos de gestión administrativa que inciden en el proceso de comunicación e intercambio académico para formar matrices de control y categorías de análisis realizados en la Coordinación de Intercambio Académico en el período de tres años
- Ordenar y discriminar información para formar matriz de control y crear categoría de análisis para su estudio.
- Describir los procesos de comunicación institucional que se desarrollan en la gestión del intercambio académico por los alumnos, la facultad y las universidades receptoras.
- Conocer cuáles son los flujos de comunicación formal utilizados en las universidades receptoras y la ubicación geográfica que imparten cátedra a los estudiantes de nuestra dependencia.

3.- Preguntas de la investigación

- ✓ ¿Cuáles serán los elementos de comunicación institucional que inciden en la gestión del intercambio académico realizados en la Coordinación de Intercambio Académico?
- ✓ ¿Cómo ordenar y discriminar información para formar una matriz de control y crear categorías de análisis para su interpretación
- ✓ ¿Cuáles serían los procesos de comunicación institucional que se desarrollan en la gestión de intercambio académico por los alumnos, la facultad y las universidades receptoras?

4.- Justificación

El desarrollo del estudio busca analizar los procesos de comunicación institucional relacionados con la gestión de vincular al alumno con universidades receptoras y establecer estrategias de mejora en el proceso comunicativo y conocer los elementos que intervienen. Los resultados que se obtengan serán el punto de partida para un estudio más amplio de corte cualitativo, donde se podrán establecer categorías de análisis en una segunda fase para conocer la motivación que impulsa a los alumnos a estudiar en otro país además de la académica y la vinculación con otra cultura. Los hallazgos obtenidos contribuirán a la formación de un cuerpo de información y obtener un diagnóstico situacional para hacer propuestas a posteriori.

5.- Consecuencias de la investigación-

Las consecuencias que aporta la investigación son positivas, porque evidencia datos que necesitaban ser organizados, cuantificados, graficados e interpretados en base a las evidencias de documentos impresos y digitales.

6.- Limitaciones de la investigación.

La investigación presenta limitaciones respecto al alcance de datos por realizarse únicamente en la Facultad de Ciencias de la Comunicación y en un período de tres años (2011-2013), podría tratarse metodológicamente como un estudio piloto, que en base a las técnicas de recolección de datos y los hallazgos que se obtuvieran, se podría replicar en alguna otra dependencia de la UANL o

cualquier otra institución de educación superior para comparar hallazgos y complementar el estudio con más elementos que hayan faltado.

CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

Desde el año de 1996 la Universidad Autónoma de Nuevo León, como organización, está inmersa en un proceso de cambio que tiene como propósito fortalecer y transformar a la institución, dicho proceso inicia con el proyecto de visión 2006 estableciendo el rumbo del cambio. Con la planeación estratégica de la visión 2012 se constituye el instrumento que guía la toma de decisiones en las dependencias académicas y administrativas de la institución, estableciendo los compromisos asumidos con la comunidad universitaria y la sociedad nuevoleonense en particular. Dentro de los programas contemplados en el Plan de Desarrollo Institucional se encuentra el referente a la internacionalización, donde la gestión del desarrollo de programas educativos en colaboración con instituciones extranjeras de educación superior de reconocida calidad es una de las prioridades, además de optimizar el incremento en el número de estudiantes extranjeros que realicen sus estudios en nuestra universidad y gestionar de manera permanente la ampliación y diversificación de los convenios de colaboración e intercambio académico con instituciones extranjeras de educación superior y centros de investigación que sean de interés para el desarrollo de proyectos conjuntos que contribuyan al logro de visión 2020 (PDI,2012:52). El Fortalecimiento de los mecanismos de comunicación institucional ha tomado relevancia para enlazar los públicos internos, externos y los extranjeros universitarios, para llevar a cabo el cumplimiento de objetivos en esta orden de ideas, por ello los canales y flujos de comunicación formal han cobrado importancia para cada facultad y optimizar estos procesos por los beneficios que traen a las dependencias. Por ello, esta investigación pretende evidenciar los elementos que intervienen en el proceso de gestión y determinar cuál es la situación en que se encuentra su estatus específicamente en la FCC.

FUNDAMENTO TEÓRICO

La comunicación es un proceso que ha acompañado al ser humano desde tiempos remotos. Para su estudio ha habido diferentes pensadores que han aportado su conocimiento y experiencias en función de desarrollar un cuerpo teórico que de soporte a esta área del conocimiento. La comunicación es el proceso social más importante y como tal, se encuentra presente en cualquier forma de relación humana. El hombre vive en sociedad y ésta contiene en su estructura, instituciones que facilitan organizar la conducta grupal. La comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una empresa, las relaciones, opiniones y conductas de los públicos internos y externos que coadyuven al cumplimiento de su misión (Fernández, C. 1991:31)

A través de la comunicación organizacional, el personal que integra la empresa se pone en contacto, y de esta manera, la comunicación se convierte en una importante herramienta de trabajo, facilitando comprender su papel para desempeñarlo como está indicado. Alberto Martínez de Velazco (1988:38), señala que una organización con buena comunicación tiende a generar una mayor satisfacción laboral y se sentirán más identificadas y participarán más en ella. La estructura organizacional es relevante para que los mensajes descendentes, ascendentes, horizontales y transversales se realicen de la mejor manera, por lo tanto, los canales y flujos de comunicación al estar formalizados crean comunicaciones armoniosas para cada nivel del organigrama. Los mensajes que se producen en ella por lo regular son mensajes de tarea, aquellos que son sobre actividades o servicios de la organización y los de mantenimiento son todos aquellos relacionados con la producción, incluyendo órdenes, dictados, procedimientos y sistemas de control.

METODOLOGÍA

Alcance de la investigación

El estudio está orientado conforme al método cuantitativo en su primera fase, con un alcance exploratorio facilitando la aproximación al objeto de estudio, para después pasar a un alcance descriptivo, permitiendo a los investigadores abordar información con mayor amplitud y profundidad propiciando analizar la gestión administrativa, los procesos de comunicación y vinculación entre alumnos, universidades y la FCC con mayor certeza. El diseño de la investigación corresponde a un estudio de caso intrínseco En una segunda fase, se contempla emplear el método cualitativo, para conocer atributos y características específicas a mayor amplitud para conocer el ámbito, de los

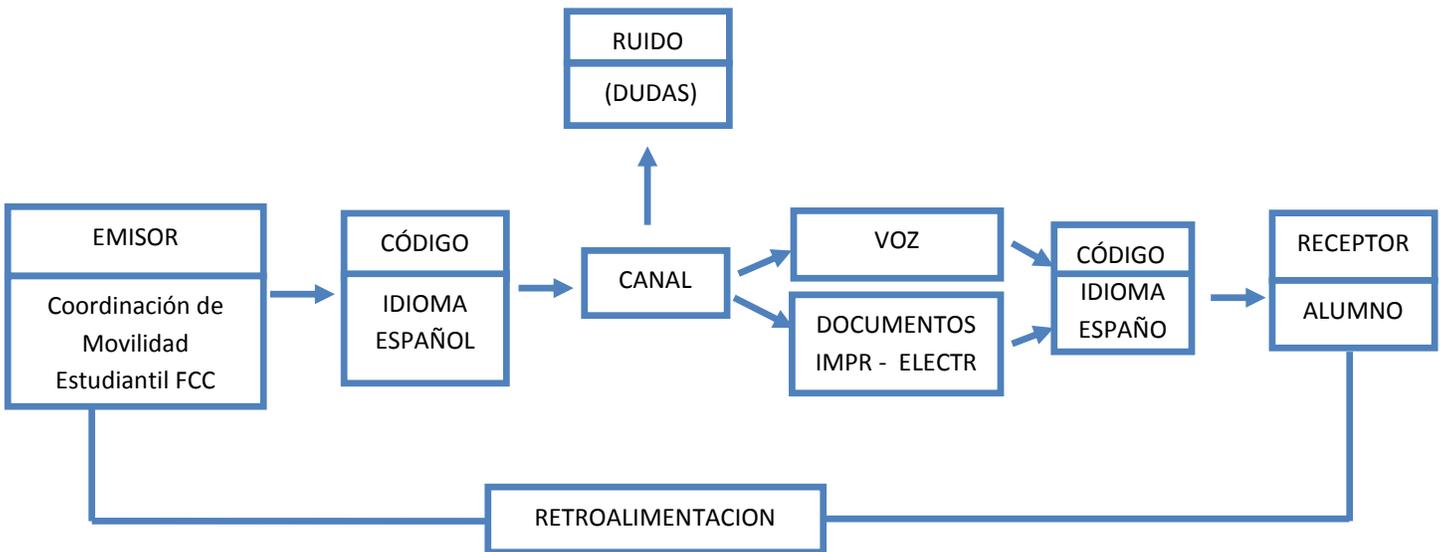
fundamentos, procesos, documentos y atributos legales que acompañan el procedimiento de movilidad académica (Hernández, 2003). Estableciendo categorías de análisis que sean idóneas para dicho estudio (Lara, 2011). La investigación es pionera en el contexto de la UANL, en el área de Comunicación Organizacional, porque la problemática a investigar no ha sido abordada con anterioridad por ser un estudio con lineamientos de reciente creación

Premisa de la investigación: Los procesos de comunicación institucional y las políticas de gestión que guían las actividades del intercambio académico con los estudiantes e instituciones receptoras a nivel nacional e internacional, facilitan el enlace para llevarlo a cabo.

Diseño de técnicas de recolección de datos: La técnica utilizada fue la revisión de documentos institucionales en la modalidad impresa y electrónica, teniendo la oportunidad de conocer lineamientos formales, registros explícitos y las evidencias impresas en el proceso de gestión administrativa ejercida durante los años de 2011 a 2013.

MODELO DE COMUNICACIÓN APLICADA AL PROCESO DE MOVILIDAD ESTUDIANTIL

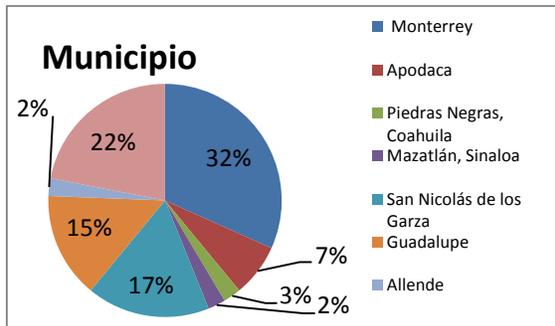
MODELO DE COMUNICACIÓN



El mismo modelo se aplicaría para el alumno cuando se relaciona con la Institución Universitaria. El funge como emisor, seguiría los mismos pasos hasta llegar al receptor, que sería la Universidad extranjera con quien se establece el contacto de intercambio.

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Grafica N° 1 Categoría: Localidad

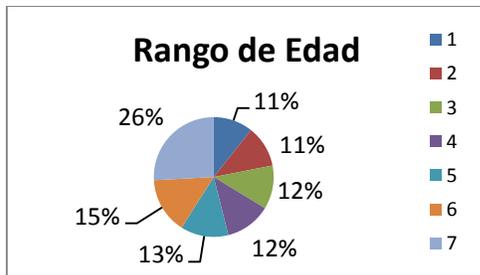


Municipios	Cantidades	%
Monterrey	13	31.71%
Apodaca	3	7.32%
Piedras Negras, Coahuila	1	2.44%
Mazatlán, Sinaloa	1	2.44%
Nicolás de los Garza	7	17.07%
Guadalupe	6	14.63%
Allende	1	2.44%
Sin Información	9	21.95%
Total	41	100.00%

Fuente: Construcción propia.

El 31.71% de alumnos (13), que han realizado un proceso de intercambio académico de la Facultad de Ciencias de la Comunicación tienen ubicada su residencia en el municipio de Monterrey, seguido por el 17% (7), del municipio de San Nicolás de los Garza, el 14.63% (6), del municipio de Guadalupe, y el 2.44% (1) del municipio de Allende, todos ellos ubicados en el Estado de Nuevo León. Se cuenta con un porcentaje del 2.44% (1) de la Cd. de Mazatlán, Sinaloa y el 2.44% (1), de Piedras Negras, Coahuila, contando con dos alumnos foráneos. Existe un 21.95% que corresponde a 9 alumnos que por alguna razón se omitió esta información en el registro administrativo evitando tener los datos completos y confiables respecto a la categoría de localidad, por lo tanto se puede afirmar que la mayor cantidad de alumnos con la experiencia de un proceso de movilidad corresponde al Municipio de Monterrey, N.L.

Grafica N° 2 Categoría: Rango de edad

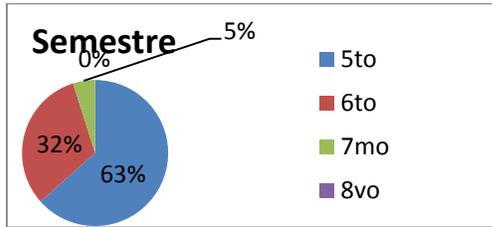


Rango de edad	Cantidades	%
19	11	26.83%
20	15	36.59%
21	6	14.63%
22	5	12.20%
23	2	4.88%
27	1	2.44%
46	1	2.44%
Total	41	100.00%

Fuente: Construcción propia.

El 36.59% de alumnos (15) de 20 años de edad es el rango de mayor incidencia en los alumnos que realizan un intercambio académico de la FCC; el 26.83% (11) de 19 años; el 14.63% (6) de 21 años; el 12.20% (5) de 22 años; el 4.88% (2) de 23 años; el 2.44% (1) de 27 años y el 2.44% (1) de 42 años. Por lo tanto se puede afirmar que los alumnos que realizan un proceso de intercambio estudiantil fluctúa mayormente a los 20 años, edad en que se encuentran en los últimos semestres de la carrera y que es una minoría los que lo realizan a una edad mayor entre los 27 y 47 años. Los procesos de comunicación interna, llevados a cabo tienen mayor receptividad de ambas partes por el tipo de información oral y escrita que se realiza en la gestión del proceso.

Grafica No. 3 Categoría: Semestre académico.

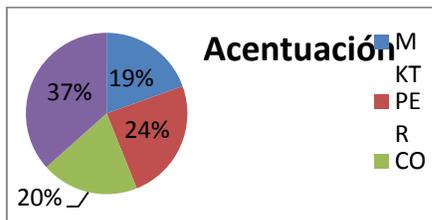


Semestre	Cantidad	%
5to	26	63.41%
6to	13	31.71%
7mo	2	4.88%
8vo	0	0.00%
TOTAL	41	100.00%

Fuente: Construcción propia.

El 63.41% (26) de alumnos que cursan el quinto semestre, indica la mayor incidencia para realizar un intercambio académico, seguido por el 31.71% (13) de estudiantes del sexto semestre y el 4.88% (2) del séptimo semestre evidencia que no es el semestre más conveniente para realizarlas y que el quinto semestre es el más idóneo para llevarlo a cabo.

Grafica N° 4 Categoría: Acentuación de la Carrera

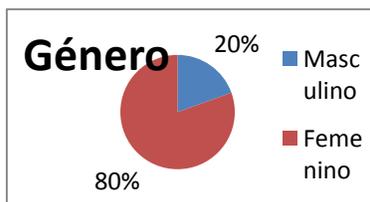


Acentuación	Cantidades	%
MKT	8	19.51%
PER	10	24.39%
CO	8	19.51%
PUB	15	36.59%
TOTAL	41	100.00%

Fuente: Construcción propia de documentos de la gestión del proceso.

El 36.59% (15) de los alumnos que han decidido realizar un intercambio académico corresponde a la acentuación de Publicidad para complementar su aprendizaje en universidades del extranjero, siguiendo la acentuación de Periodismo con un 24.39% (10) y con un 19.51% (8) de Mercadotecnia, igualando el mismo porcentaje de 19.51% (8) de la acentuación de Comunicación Organizacional. Se evidencia que la acentuación de los publicistas tiene un mayor porcentaje de incidencia para complementar su proceso de enseñanza aprendizaje en instituciones que les brinden recursos técnicos para el desempeño de los procesos de comunicación gráfica e impresa.

Grafica N° 5 Categoría: Género



Género	Cantidades	%
Masculino	8	19.51%
Femenino	33	80.49%
TOTAL	41	100.00%

Fuente: Construcción propia de documentos de la gestión del proceso.

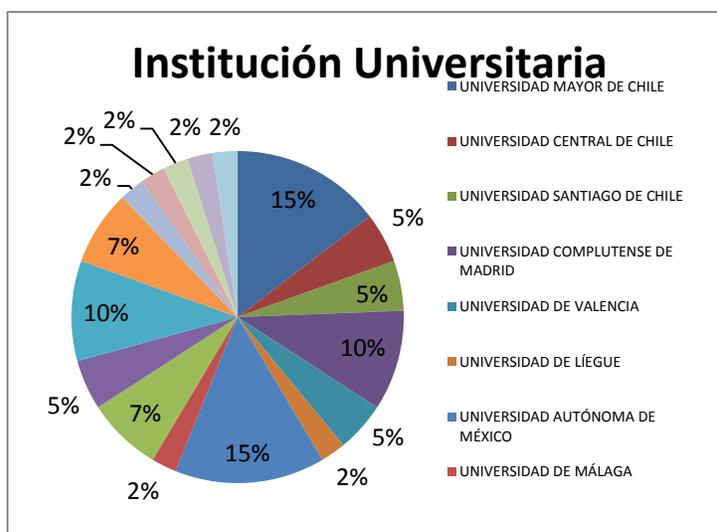
El 80.49% (33) de los alumnos de la FCC que realizaron un proceso de intercambio académico pertenecen al género femenino, mientras que el 19.51% (8) corresponde al masculino. Estos porcentajes son congruentes con la población de la Dependencia, porque las tres cuartas partes de ella son del género femenino.

Grafica N° 6 Categoría: Institución Universitaria Receptora

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA	Cant.	%
UNIVERSIDAD MAYOR DE CHILE	6	14.63%
UNIVERSIDAD CENTRAL DE CHILE	2	4.88%
UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CHILE	2	4.88%
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID	4	9.76%
UNIVERSIDAD DE VALENCIA	2	4.88%
UNIVERSIDAD DE LÍEGUE	1	2.44%
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MÉXICO	6	14.63%
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	1	2.44%
UNIVERSIDAD DE SEVILLA	3	7.32%
UNIVERSIDAD EMPRESARIAL SIGLO XXI	2	4.88%
UNIVERSIDAD DE CONGRESO	4	9.76%
UNIVERSIDAD DE MURCIA	3	7.32%
UNIVERSIDAD DE DOITRÉ SANTÉ LILLE	1	2.44%
UNIVERSIDAD FREDERICH ALEXANDER UNIVERSITAT ERIAGEN - NURNBERG	1	2.44%
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO DE PERÚ	1	2.44%
UNIVERSIDAD DE CANTABRIA	1	2.44%
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA	1	2.44%
TOTAL	41	100.00%

Fuente: Construcción propia de documentos de la gestión del proceso.

El 14.63% (6) de los alumnos que eligieron una universidad receptora para el proceso de intercambio académico corresponde la Universidad Mayor de Chile. Asimismo, el 14.63% (6) en igual porcentaje y número de alumnos se evidencia con la Universidad Autónoma de México. La Universidad Complutense de Madrid y la Universidad de Congreso con un 9.76% (4) respectivamente. La Universidad de Sevilla y la Universidad de Murcia con un 7.32% (3) cada una. Las Instituciones de educación superior como la Universidad Central de Chile, la Universidad Santiago de Chile, La Universidad de Valencia y la Universidad Empresarial Siglo XXI, albergaron el 4.88% (2) de nuestros estudiantes respectivamente y con el 2.44% (1) la Universidad de Liegue en concordancia con la Universidad de Málaga 2.44% (1), la Universidad de Doitré Santé Lillé. Se evidencia que el mayor porcentaje de universidades corresponden a paises que hablan el idioma español, la mayor cantidad de instituciones se ubican geográficamente en España con 15 alumnos, Chile con 10, México (UNAM) con 6, Francia con 2, Alemania con 1 y Perú con 1.



Fuente: Construcción propia de documentos de la gestión del proceso.

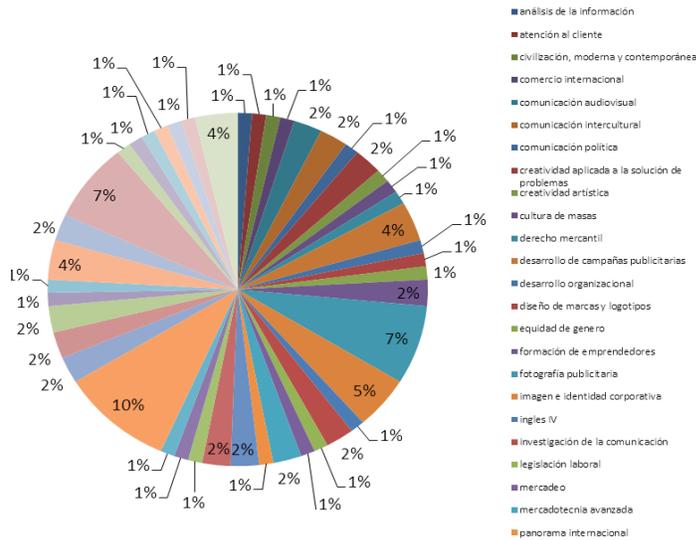
Grafica N° 7 Categoría: Total UA cursados en instituciones receptoras en 2012 y 2013

MATERIA	2012	2013
1.- Análisis de contenido	1	
2.- Análisis de la información	1	
3.- Apreciación cinematográfica	1	
4.- Atención al cliente		1
5.- Civilización, moderna y contemporánea		1
6.- Comercio internacional	3	1
7.- Comunicación audiovisual	1	2
8.- Creatividad artística	2	
9.- Comunicación intercultural		2
10.-Comunicación política		1
11.- Creatividad aplicada a la solución de problemas		2
12.-Creatividad artística	2	1
13 - Cultura de masas		1
14.- Derecho mercantil		1
15.- Desarrollo de campañas publicitarias	1	3
16.- Desarrollo organizacional		1
17.- Diseño de marcas y logotipos	1	1
18.- Equidad de genero	4	1
19.- Estrategia de promociones y ventas	4	
20.- Formación de emprendedores		2
21.- Fotografía publicitaria	1	6
22.- Imagen e identidad corporativa	5	4
23.- Ingles IV	1	1
24.- Investigación de la comunicación	1	2
25.- legislación laboral		1
26.- Mercadeo	1	1
27.- mercadotecnia avanzada		2
28.- Metodología científica	1	
29.-panorama internacional	1	1
30.- pensamiento creativo		2
31.- periodismo especializado	3	2
32.- Periodismo internacional	1	
33.-Periodismo de investigación y opinión	2	
34.- Periodismo radiofónico	2	1
35.- Periodismo televisivo	2	1
36.- Planeación y organización de empresas		1
37.- Producción de medios audiovisuales	1	8
38.- Propiedad intelectual y sus aplicaciones	1	
39.- Psicología de la comunicación	1	2
40.- Psicología de las organizaciones		2
41.- Publicidad y medios		2
42.- Publicidad y promoción de ventas	1	1
43.- Publicidad social	2	

44.- Recursos humanos		1
45.- Redacción avanzada	2	3
46.- Régimen legal de la publicidad	1	
47.- Relaciones laborales		2
48.- Relaciones publicas		6
49.- Técnicas periodísticas	1	
50.- Seminario de investigación	1	1
51.- Seminario de mercadotecnia		1
52.- Seminario de ventas		1
53.- Semiótica de la imagen		1
54.- Sistemas computacionales e informática		1
55.- Taller de creatividad		1
56.- Técnicas de comunicación audiovisual		3
57.- Técnicas de la entrevista	1	
TOTAL	54	83

Fuente: Construcción propia.

2013



Fuente: Construcción propia .

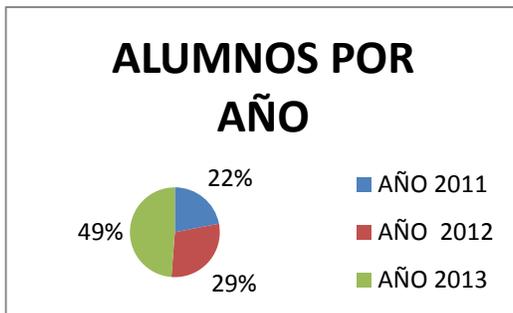
Las UA de mayor incidencia en 2012 fueron:

Imagen e Ident. Corp. con (5),
Equidad de Género con (4),
Comercio Internacional (3),
Comunicac. Audiovisual (3).
De un total de 54

En 2013 fueron:

Fotografía publicitaria (6)
Imagen e Ident. Corp. (5)
Prod. De medios audiov. (8)
Por lo tanto de total de las 57
asignaturas, solo el 10.5% (6) fueron
las más requeridas.

Grafica N° 8 Categoría: Alumnos registrados para intercambio académico por año



Fuente: Construcción propia.

AÑOS	ALUMNOS
AÑO 2011	9
AÑO 2012	12
AÑO 2013	20
TOTAL	41

CONCLUSIONES PARCIALES.

Los hallazgos que se presentan corresponden al período administrativo de 2011 a 2013, en el primer año no se encontró información suficiente, solo nombres de 6 alumnos y la universidad receptora, no se tomó en cuenta esos datos por estar carente de datos sustanciosos, además se estaba formalizando las funciones, los lineamientos, el contexto y alcance formal que desde rectoría se deberían cumplir para la tramitología del proceso de movilidad estudiantil.

En la 1ª. Categoría referente a la localidad el municipio de Nuevo León contó con el mayor número de alumnos que participaron del proceso. En la 2da. Categoría relacionado al rango de edad se mostró que la edad preponderante fue de 20 años entre los 41 estudiante. En la 3ª. Categoría relacionada con el nivel de semestre, el mayor solicitado fue el quinto. En la 6ta. Categoría respecto a la acentuación de la carrera, publicidad fue la más participativa.

En la 7ª. Categoría relacionada con institución universitaria receptora más solicitada a nivel nacional fue la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) con seis estudiantes y en la misma situación, la Universidad Mayor de Chile con 6 alumnos y 4 más en dos universidades diferentes del mismo país. En la 7ª. Categoría se desarrolló un listado de las unidades de aprendizaje impartidas en las universidades receptoras para conocer la incidencia de cada una de ellas; Producción de medios audiovisuales (9), Fotografía publicitaria con 7 y Relaciones Públicas con 6 estudiantes. La 8ª. Categoría ubicada en el rubro de número de alumnos por año se evidenció que el año de 2011 fueron 9; el año de 2012 12 alumnos y el año de 2013 fueron 20, mostrando que el proceso de movilidad académica se está fortaleciendo.

Las recomendaciones que se sugieren es hacer una auditoria de los procesos que se realizan tanto en la parte administrativa como desde la óptica de los estudiantes, para proponer una mejora en ellos, difundir de manera explícita y contundente TODOS los documentos y contactos que se deban realizar para que el estudiante inicie el proceso con claridad y certeza, así como para sus familias y la FCC. Crear un programa de seguimiento donde se conozca cual el contexto donde se desarrolla el estudiante, y mantener comunicación por diferentes medios como corresponsabilidad de nuestra Dependencia.

En esta investigación se contó con varios registros incipientes de la gestión de los procesos involucrados y que gracias a estos documentos, se ha podido realizar este primer estudio, que se presenta en esta mesa de investigación.

La investigación puede seguir fortaleciendo con los datos del presente año de 2014, pero eso formará parte de una segunda fase y proponer ajustes en algunas categorías que falta información, pero a manera de ideas parciales se puede comentar que los hallazgos obtenidos,

BIBLIOGRAFÍA

Fernández, C. (1991). Comunicación Organizacional. México: Mc. Graw Hill.

Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, P. (2003). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill.

[http:// www.uanl.com.mx](http://www.uanl.com.mx)

Lara, É. (2011). Fundamentos de Investigación. México: Alfaomega.

Manual de Procedimientos de intercambio académico. (s/f). San Nicolás de los Garza: Universidad Autónoma de Nuevo León.

Martínez, A. (1988). Comunicación Organizacional. México: Mc Graw Hill
Plan de Desarrollo 2012-2020. (s/f). San Nicolás de los Garza: Universidad Autónoma de Nuevo León.