

ESTRATEGIA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA COMUNICACIONAL EXTERNO EN LA EXTENSIÓN UNIVERSITARIA DE QUEVEDO

STRATEGY FOR THE IMPLEMENTATION OF AN EXTERNAL COMMUNICATION SYSTEM IN THE UNIVERSITY EXTENSION OF QUEVEDO

AUTORES: Freddy Marco Holguín Díaz¹

Liliana Ivett Urquiza Mendoza²

Mayra del Rocío Duarte Mendoza³

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: fholquin@utb.edu.ec

Fecha de recepción: 04-09-2017

Fecha de aceptación: 12-10-2017

RESUMEN

La investigación cuyo resultado principal sustentó la escritura de este artículo científico, presentó como finalidad central la elaboración de una estrategia dirigida a sustentar las premisas básicas para la implementación de un sistema comunicacional externo en la extensión universitaria de Quevedo. Para su desarrollo fueron escogidos métodos del nivel teórico y del nivel empírico de la investigación científica, así como métodos matemáticos y estadísticos. Operativamente la actividad investigativa desarrollada demandó de un estudio empírico mediante el cual se logró develar las falencias existentes en la institución reseñada para contribuir al desarrollo científico, metodológico, social y cultural de profesionales de los servicios y la producción en el territorio adscrito a la universidad, así como las oportunidades al respecto. La constatación de las potencialidades de la estrategia elaborada, corrió a cargo de 13 expertos debidamente seleccionados, adoptando como fundamento metodológico criterios de Zatsiorski. En esta obra científica se exhiben resultados que de tenerse en cuenta por las autoridades de la extensión objeto de estudios, puede incidir positivamente en la gestión académica e investigativa del alto centro educacional y consecuentemente en el desarrollo de la sociedad, llegándose a la conclusión que la estrategia elaborada presenta las condiciones para modificar la gestión comunicativa en el alto centro educacional.

PALABRAS CLAVE: Estrategia; comunicación; sistema; desarrollo.

¹ Magister en Docencia y Currículo. Universidad Técnica de Babahoyo. Los Ríos. Ecuador.

² Magister en Gerencia e Innovaciones Educativa. Universidad Técnica de Babahoyo. Los Ríos. Ecuador. E-mail: lurquizar@utb.edu.ec

³ Magister en Gerencia y Liderazgo Educativo. Universidad Técnica de Babahoyo. Los Ríos. Ecuador. E-mail: mduarte@utb.edu.ec

ABSTRACT

The research whose main result supported the writing of this scientific article, presented as a central goal the elaboration of a strategy aimed at supporting the basic premises for the implementation of an external communication system in the university extension of Quevedo. For their development were chosen methods of the theoretical level and the empirical level of scientific research, as well as mathematical and statistical methods. Operationally the research activity developed demanded an empirical study through which it was possible to unveil the existing shortcomings in the institution reviewed to contribute to the scientific, methodological, social and cultural development of professionals in services and production in the territory, attached to the university, As well as opportunities in this regard. The verification of the potential of the strategy was carried out by 13 duly selected experts, adopting Zatsiorski criteria as a methodological basis. In this scientific work, results are shown which, if taken into account by the extension authorities under study, can positively influence the academic and research management of the high educational center and consequently in the development of society, arriving at the conclusion that the Developed strategy presents the conditions to modify communicative management in the high educational center.

KEYWORDS: Strategy; communication; system; development.

INTRODUCCIÓN

La investigación cuyo resultado científico más significativo se publica en esta obra, tiene como objetivo central dar a conocer las particularidades más representativas de una estrategia dirigida a servir de base operativa al diseño e implementación de un Sistema Comunicacional Externo, en la extensión Quevedo de la Universidad Técnica de Babahoyo, que garantice una adecuada gestión del proceso de educación continua ofertado por la extensión a egresados universitarios, vinculados a la producción y los servicios en el territorio adscrito al alto centro educacional, representando este servicio un anhelo de la sociedad en el cantón Quevedo. La investigación que sirvió de basamento a la escritura de este artículo tuvo un carácter exploratorio inicialmente, pues se dirigió, mediante la utilización de métodos del nivel empírico, tales como la encuesta y la observación, a recopilar la información que permitiese diagnosticar con la mayor exactitud posible la situación existente en la extensión con respecto a la gestión comunicacional.

La estrategia derivada de la acción investigativa desplegada fue evaluada en su contexto teórico por 13 expertos, los que coincidieron en avalar sus potencialidades y posibilidades de generalización en la institución objeto de estudios, utilizándose para dicho fin el Coeficiente de Variación (CV).

La investigación desarrollada presentó como principal antecedente la Tesis en opción al grado científico de Doctor en Ciencias, escrita por la investigadora Adelita Pinto, en el año 2017, la que se refirió a la implantación en la Universidad Técnica de Babahoyo de una estrategia comunicacional interna, dirigida a satisfacer las demandas de la gestión investigativa. Además, sobre la temática otros autores han proporcionado interesantes aportaciones, las que según demandas fueron asumidas por los autores del presente, destacándose entre ellas la titulada "La comunicación organizacional externa, como

elemento del perfeccionamiento empresarial”, en el trabajo se referencia al alcance de los medios de comunicación y su incidencia en el desarrollo social.

DESARROLLO

Para el desarrollo de la actividad investigativo de la cual se derivó la escritura de este artículo y con la finalidad de obtener un diagnóstico lo más detallado posible de la situación existente en el recinto aniversario en relación a su sistema de comunicación externa se utilizó paralelamente las técnicas de observación, encuesta la revisión de documentos normativos asumidos por la institución en materia de comunicación externa. La encuesta se les aplicó a directivos, auditores, claustro de profesores y a profesionales vinculados a la producción y los servicios en el territorio, con la finalidad de triangular la información recibida y de esa forma potenciar su confiabilidad. Además, con el fin de evaluar el engendro científico obtenido, se utilizó el método de consulta a expertos, los que fueron seleccionados, asumiendo normas internacionales existentes al respecto.

Para procesar la base de datos derivada del trabajo investigativo se utilizó el cálculo porcentual (%), la media aritmética (X) y el coeficiente de variación (CV). La evaluación del CV obtenido, optó el criterio que aparece en la siguiente tabla.

Tabla No. 1

Criterio evaluativo del CV		
Pequeña	Media	Grande
0 - 10	10 - 20	>20

La muestra escogida tuvo un carácter probabilístico pues fue seleccionada, pues todos tuvieron la posibilidad de ser seleccionado.

Tabla No. 2

Caracterización de la muestra escogida				
Directivos	Auditores	Docentes	Vinculación	
			Producción	Servicios
4	3	20	85	85

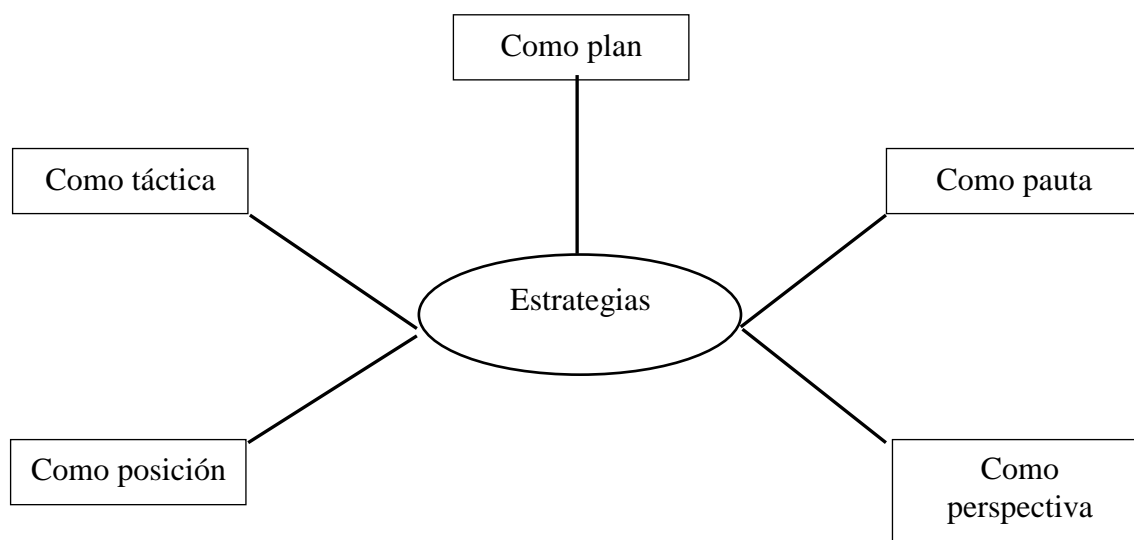
RESULTADOS

El principal resultado exhibido en este artículo está dado por la presentación de las principales características de las estrategias de comunicación la, que representa una serie de acciones dirigidas a solucionar una alternativa principal.

La programación de las estrategias parte de las necesidades e intereses de un público dado, el tiempo de duración depende de la profundidad de los objetivos previstos, las estrategias desde el punto de vista operativo determinan, la meta, selección de las tareas, evaluación y el control del cumplimiento de los objetivos, en aras de solucionar el problema, que la originó, es importante resaltar que las acciones a desarrollar como

parte de las taras previstas para la estrategia, pueden variar, según resultados parciales obtenidos debidamente evaluados.

Lo antes expresado es avalado en gran medida por Vera, citado por el Ingeniero Eulalio A. Toscano Machado el que escribió en artículo publicado en INTERNET, lo siguiente. Las estrategias pueden considerarse, atendiendo a su contenido y direccionalidad como aparece en el siguiente esquema.



Se definen las estrategias de comunicación como el proceso que tiene que conducir en un sentido y con un rumbo, la voluntad planificada del hombre hacia el logro de objetivos generales que permitan modificar; la realidad de la cual partimos, sin perder el rumbo, sin perder lo esencial de esos propósitos (Toscano, 2003).

La estrategia motivo de publicación de acuerdo a los objetivos que persigue puede tratarse, como una estrategia perspectiva; al proponer un compromiso vinculado al mejoramiento de la gestión docente investigativa en la institución universitaria objeto de estudios.

Título: Estrategia de comunicación para mejorar la gestión investigativa y académica de la extensión Quevedo. Universidad Técnica de Babahoyo.

Objetivo: Mejorar la gestión investigativa y académica de la extensión Quevedo. Universidad Técnica de Babahoyo.

Fundamentación

La Educación Continua como base del desarrollo científico técnico del egresado universitario, representa la lógica extensión de la universidad a la actividad comunitaria, por lo que concreta el carácter abierto de esta, al proporcionar servicios a todas aquellas entidades estatales o no que prestan servicios o producen para elevar la calidad de la gestión realizada, de forma individual o colectiva, todo lo cual condiciona la apertura al dialogo, fomentando por tanto la creatividad del usuario.

La actividad postgraduada se sustenta en los principios de la apertura al dialogo con la sociedad, donde todos tengan la posibilidad de expresar sus ideas y de esta forma

contribuir de manera directa al desarrollo de la sociedad, utilizándose para dicho fin el vínculo directo con las más disímiles redes sociales que de una u otra manera potencien la participación de la Escuela en diversos ámbitos, tales como la cultura y la economía entre otras direcciones.

La comunicación es vital para el funcionamiento y desarrollo de los integrantes de la sociedad, en nuestros días, nadie niega la importancia de la comunicación, la sociedad actual el mundo se encuentra integrado por sociedad mediática, cuyo estilo de vida está basado en el intercambio de mensajes, transmitido mediante medios de difusión, ya sean masivos o no, en esa dirección referirnos a los medios de comunicación significa abarcar un abanico de posibilidades muy amplio, recayendo precisamente en lo antes expresado se fundamenta la necesidad de la publicación de la presente obra científica, con la que se pretende exhibir resultados de una investigación científica, que tuvo como resultado principal la elaboración de una estrategia para la implementación de un sistema comunicacional externo en la Extensión universitaria de Quevedo.

La estrategia elaborada adopta como basamento científico principios y leyes que desde diferentes puntos de vista rigen los sistemas educativos y post graduados en la República del Ecuador, entre ellas, por su importancia se puede enumerar,

el artículo siete referido a los servicios a la comunidad, el que deja claro que los servicios a la comunidad se realizarán mediante prácticas y pasantías pre profesionales, en los ámbitos urbano y rural, según las propias características de la carrera y las necesidades de la sociedad, también así fundamentamos la estrategia en los principios que cimientan la Educación Continua, entre ellos aquel reflejado en el artículo 17, el que concreta que los programas y cursos de vinculación con la sociedad, que aparece en el reglamento de Régimen Académico normará lo relacionado con los programas y cursos de vinculación con la sociedad, así como los cursos de educación continua, tomando en cuenta las características de la institución de educación superior, sus carreras, programas y las necesidades del desarrollo nacional, regional y local.

En resumen, se puede expresar que la Educación continua es amplia por lo que no está limitada, representado la comunicación vista como un sistema de acciones una de las bases esenciales del desarrollo social contemporáneo. La educación continua es amplia. No se limita a la educación formal desarrollada mediante tal o cual método educativo; comprende toda la gama de experiencias de muy diversa índole, aun las más informales, tales como los encuentros con colegas, el autoaprendizaje, la correspondencia y otros métodos de educación a distancia. Conceptualmente no existe una separación neta entre la educación inicial y la práctica de una profesión o un oficio sino una transición sutil; ambos procesos son parte de un horizonte continuo, elementos inseparables del binomio educación/práctica.

JUSTIFICACIÓN

La investigación, de la cual se derivó la escritura del presente artículo surge como una necesidad, al no contar la extensión ya mencionada con un sistema comunicacional, que logre satisfacer las necesidades de la gestión académica e investigativa en la institución, el resultado científico obtenido puede contribuir, según criterios de los expertos actuantes, a potenciar la gestión académica e investigativa de la extensión,

siendo los principales beneficiados del hallazgo científico obtenido, directivos, docentes y estudiantes del alto centro educacional.

CONTENIDO DE LA ESTRATEGIA

- Determinar qué se quiere conseguir.
- Prescribir los objetivos a lograrse a corto mediano y largo plazo.
- Precisar a quien va dirigido el sistema comunicacional.
- Determinar cuál es la idea o ideas que se necesita transmitir, según demandas y necesidades.
- Fijar el presupuesto que se necesita para la elaboración y aplicación del sistema comunicacional.
- Programar el plan de medios exigido para el cumplimiento de los objetivos.
- Precisar posibles impactos, teniendo en cuenta criterios de expertos y especialistas.
- Analizar casuísticamente la imagen pública y la reputación de la extensión.
- Determinar el profesional que actuará como líder de la estrategia.
- Elaborar plan de implementación del sistema comunicacional, fecha de cumplimiento de las tareas y sus respectivos responsables.
- Posibles salidas, escritura de artículos científicos, escritura de libros, participación en eventos científicos.
- Impactos esperados en cada una de las fases por donde transite la implementación del sistema comunicacional externo.

FUNCIONES DEL SISTEMA COMUNICACIONAL

Función informativa

- Contacto con los posibles usuarios.
- Información de las tareas a desarrollar.
- Informe de la misión y visión de la institución, en lo referido a la actividad académica e investigativa.
- Exposición de planes primarios de la institución universitaria al público externo.
- Informe de los medios previstos para el desarrollo de la actividad comunicacional.
- Creación de una cultura organizacional de identidad, y compromiso de esfuerzo común entre las partes.

Función operativa

- Gestión de los proyectos a desarrollar.
- Disposiciones, instrucciones para la aplicación del sistema.
- Elaboración de manuales de procedimiento.
- Capacitación del personal encargado de la aplicación del sistema comunicacional.

Aspectos para garantizar una óptima función externa del sistema comunicacional:

- Hacer referencia a los medios más utilizado para enviar los mensajes al público exterior.
- Crear condiciones para enfrentar la comunicación imprevista que se genera dentro de la organización o institución dada.

- Garantizar la flexibilidad operativa, es decir crear bases culturales para la comunicación sobre bases formales e informales.
- Programar la multidireccionalidad del sistema es decir condicionar la comunicación de arriba hacia abajo, de abajo hacia arriba, transversal y externa, entre otras.

NIVELES DEL SISTEMA COMUNICACIONAL

- Nivel grupal.
- Nivel individual.
- Nivel contextual.

ELEMENTOS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Emisor: Representante de la institución, que trabaja como fuente de la comunicación que se desea transmitir, es el encargado de la codificación del mensaje y transmitirlo a través del canal.

Mensaje: Información transmitida, es decir la información recibida por el receptor.

Código: Estructura del mensaje, que incluye el conjunto de habilidades, la actitud y el sistema socio cultural de la institución.

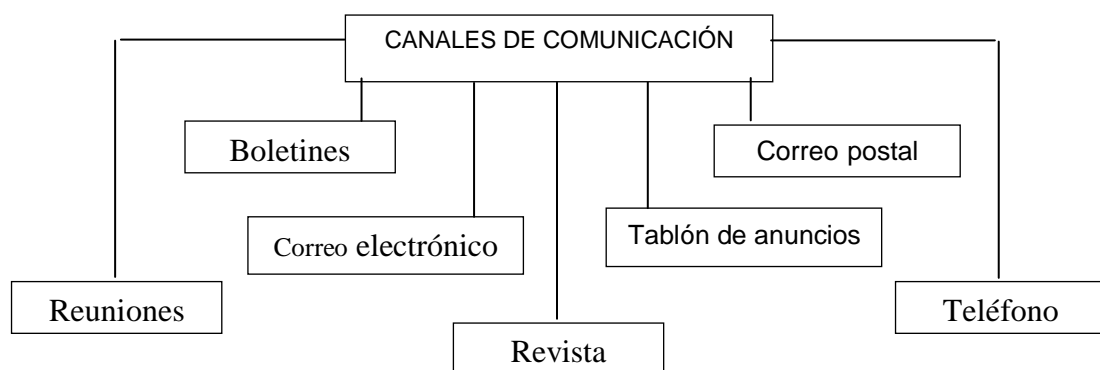
Canal: Medio por donde se transmite el mensaje al receptor.

Receptor: Persona quien tiene la responsabilidad de enviar el mensaje a través del canal.

Retroalimentación: Permite la evaluación sistemática y regular de la efectividad del sistema comunicacional.

Ruido: Es todo lo que tiende a entorpecer la comunicación, tanto en el emisor, receptor o en la transmisión.

Canales de comunicación previstos:



Forma de desarrollo de la comunicación La comunicación puede desarrollarse de forma descendiente y ascendiente.

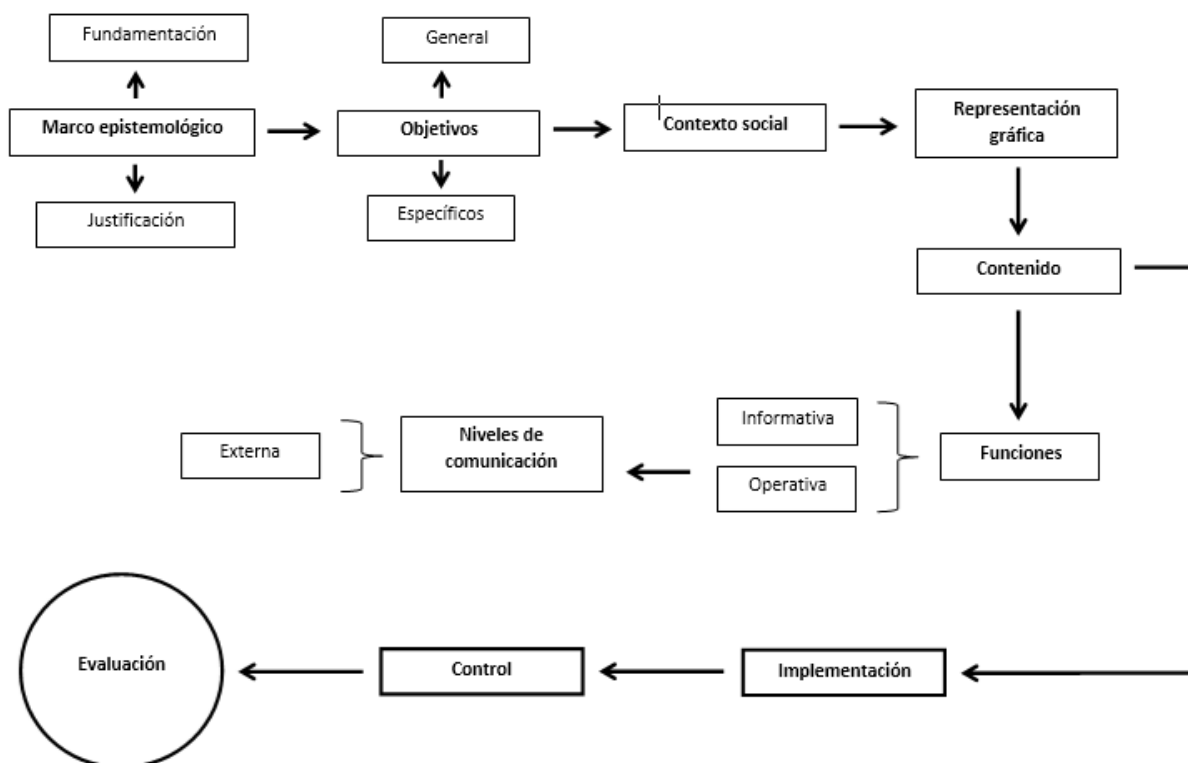
Implementación del sistema comunicacional La implementación se desarrollará experimentalmente en una primera fase con aquellas instituciones productivas o de servicios que de una u otra manera tienen vínculos con la extensión universitaria.

En una segunda etapa y teniendo en cuenta los resultados obtenidos se generalizará en la región que asume la institución universitaria.

Control: Este tendrá un carácter sistemático, pues la calidad de la información transmitida será evaluada en el momento de concretarse.

Evaluación: La evaluación se desarrollará de forma frecuentemente, aunque se considera rendir información acerca del funcionamiento del sistema comunicacional trimestralmente a las entidades superiores.

Estrategia para la creación de un sistema comunicacional en la extensión universitaria Quevedo
 REPRESENTACIÓN DEL GRÁFICA DEL SISTEMA COMUNICACIONAL



RESULTADOS DE LA CONSULTA REALIZADA A LOS EXPERTOS

La consulta a los expertos actuantes en el proceso investigativo desarrollado proporcionó los resultados que se exhiben a continuación, nótese en la tabla No. 3 que el mayor porcentaje de las evaluaciones aportadas por los peritos se enmarcan entre muy adecuada y bastante adecuada con prioridad para el primer criterio enunciado.

Resultados de la consulta realizada a los expertos					
Muy adecuada	Bastante adecuada	Adecuada	Adecuada	Poco adecuada	Inadecuada
7	5	1			
%					
53,84	38,46	7,69			

Tabla No. 3

Por otra parte, la determinación del CV, refleja la aceptación de la estrategia motivo de constatación teórica, entre el grupo de expertos actuante, como aparece en la tabla siguiente la variación de las calificaciones proporcionadas por dichos profesionales al contenido de la estrategia y sus bondades se clasifica como pequeña, dato que, al unirlo a la media determinada, posibilita aseverar lo antes.

Tabla No. 4

Resultados matemáticos y estadísticos de la consulta realizada por los expertos							
Criterios evaluativos				S	X	CV	Evaluación de la variación
5	%	4	%				
93	93	7	7	0,252	4,93	4,46	Pequeña

CONCLUSIONES

Los resultados de la consulta realizada a los expertos develan la aceptación de la estrategia, pues como se aprecia en la tabla No. 4, el mayor porcentaje de las evaluaciones proporcionadas es de 5 puntos, máxima calificación posible, según criterio evaluativo previamente programado.

Se llegó también a la conclusión que el CV obtenido según criterios de Zarshiosky, asumido en la investigación realizada, se evalúa de pequeño, resultado que teniendo en cuenta la media lograda avala fehacientemente las potencialidades de la estrategia elaborada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Font, L. J. (2016). Bases metodológicas para la elaboración de estrategias. Babahoyo. Los Ríos. Ecuador.
- Ongallo, C. (2007). Manual de comunicación-2ª edición revisada y actualizada. Madrid: Dykinson.
- Toscano, M. E. (2003). Estrategias de comunicación. Monografías.Com.

