

Desarrollo de una propuesta estructural para el diseño de planes de comunicación estratégica en el marco de procesos de gestión de la calidad, acreditación y reacreditación de carreras en la Universidad de Costa Rica (UCR)

Licda. Mariela Barquero Jenkins

Correo electrónico: mariela.barquerojenkins@ucr.ac.cr

Asesora

Centro de Evaluación Académica (CEA)

Universidad de Costa Rica (UCR)

Costa Rica

Área temática: Debates en Evaluación y Currículum

I. Resumen:

En los últimos tiempos, la comunicación estratégica se han transformado en una dimensión clave en las Instituciones de Educación Superior (IES), es por ello que, en virtud de este auge y de la específica pertinencia que adquieren en los procesos de gestión de la calidad, acreditación y reacreditación de carreras universitarias; se inicia con la conceptualización de este trabajo, cuyo propósito es el desarrollo de algunas herramientas metodológicas que faciliten a las unidades académicas, escuelas o carreras de la Universidad de Costa Rica, la planificación y diseño de planes estratégicos de comunicación en el marco de las temáticas mencionadas con anterioridad.

Palabras clave: comunicación estratégica, carreras, gestión, calidad, acreditación.

II. Objetivo

Desarrollar una propuesta de estructural para que, una unidad académica, escuela o carrera planifique, conceptualice, desarrolle, ejecute, evalúe y de seguimiento a un plan estratégico de comunicación, en el marco de los procesos de gestión de la calidad, acreditación y reacreditación en la Universidad de Costa Rica.

III. Justificación:

Como lo señalan (Túñez-Costa, 2017), las organizaciones están instaladas en un conglomerado sistémico en el que su funcionamiento depende del comportamiento de las demás entidades en el entorno en el que se encuentran inmersas. Y a este entorno no escapan las Instituciones de Educación Superior que, como es el caso de la Universidad de Costa Rica, son participes de procesos de gestión de la calidad, acreditación y reacreditación de carreras.

Y es en esta coyuntura, donde el seguimiento que se deriva de los procesos de gestión de la calidad acreditación y reacreditación resulta de vital importancia para el fortalecimiento de una cultura de calidad en la que, la vinculación sostenida en el tiempo que desarrollen las unidades académicas o escuelas con las diferentes poblaciones de interés resulta estratégico.

En ese sentido, uno de los elementos medulares es el diseño de un plan estratégico de comunicación mediante el cual se sistematicen, planifiquen, organicen y orienten las acciones de comunicación estratégica entre una unidad académica, escuela o carrera y las poblaciones de interés; y que su vez, cumpla con la función de ser un instrumento de rendición de cuentas.

IV. Fundamentación Teórica:

A continuación, se hace una aproximación teórica a tres insumos teóricos en el tema:

a. Gestión de la calidad:

La gestión de la calidad es un intangible que debe de tomar en cuenta muchos factores tales como el contexto particular de la institución de educación superior, los recursos de los que se dispone, la estructura organizativa entre otros.

Con base en lo anterior, Martínez (2014) señala que la calidad representa una forma de hacer las cosas en la que, fundamentalmente, predomina la preocupación por satisfacer al usuario, y por

mejorar día a día, procesos y resultados. En una institución u organización como la Universidad, la calidad se extiende al conjunto de sus fines, a los sistemas que la integran, procesos que desarrolla y resultados que obtiene.

b. Comunicación estratégica en las universidades:

La comunicación es una de las actividades básicas de todas las personas y, por ende, de las instancias con las cuales se vinculan esas personas. La necesidad de obtener información clara y precisas sobre los diferentes procesos que lleva a cabo la unidad académica o escuela, es vital para generar ese vínculo entre las partes.

Pero además de ello, y según Losada (2004), en el mediano plazo las universidades deberán presentarse ante “sus públicos como una oferta claramente diferenciada respecto al resto, condición sin la cual su supervivencia continuada se verá seriamente comprometida” (p. 264). Y para ello, menciona que, la comunicación es una de las herramientas más importantes para tales fines.

A partir del planteamiento anterior, el constructo de comunicación refiere al proceso en el que se da intercambio de ideas, información y mensajes, pero, además, las partes “tratan de comprenderse e influirse de forma que sus objetivos sean aceptados en la forma prevista, utilizando un canal que actúa de soporte en la transmisión de la información. Es más, un hecho sociocultural que un proceso mecánico” (EcuRed, s.f.).

De esta forma, la comunicación estratégica implica asumirse como un intangible mediante el cual se puede fortalecer y mejorar esos vínculos entre las poblaciones y unidad académica o escuelas, con el propósito de garantizar el flujo suficiente y constante de información entre las partes.

V. Propuesta:

A continuación, la propuesta de estructura planteada para el desarrollo de planes estratégicos de comunicación en el marco de los procesos de gestión de la calidad, acreditación y reacreditación de carreras en la Universidad de Costa Rica.

Etapa	Propósito	Actividades
I. Diagnóstico de los procesos y prácticas de comunicación en la unidad académica, escuela o carrera.	Reflexión crítica acerca de cómo la unidad académica, escuela o carrera ha desarrollado los procesos de comunicación con las diferentes poblaciones de interés.	Algunas premisas para propiciar la reflexión: <ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Cuáles son las prácticas implementadas para los procesos de gestión de la comunicación con las poblaciones de interés? ▪ ¿Los procesos de comunicación se han articulado con todas las partes/poblaciones de la unidad académica, escuela o carrera? ▪ ¿Responden a las necesidades específicas de las poblaciones vinculadas con la unidad académica, escuela o carrera? ▪ ¿Los esfuerzos de comunicación realizados, responden a los objetivos estratégicos planteados por la unidad académica, escuela o carrera en el marco de los procesos de gestión de la calidad, acreditación o acreditación? ▪ ¿Están documentados estos procesos? ▪ ¿Se han realizado estudios/investigaciones/diagnósticos sobre los procesos de comunicación establecidos con las poblaciones de interés?
II. Planificación y diseño del plan estratégico de comunicación.	Elaboración de un plan estratégico para la unidad académica, escuela o carrera.	El diseño del plan estratégico de comunicación contempla: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisión de las áreas de mejora en temas de comunicación y/o divulgación, que han sido señaladas por las diferentes poblaciones, en el marco de los procesos de autoevaluación y/o compromisos de mejoramiento, producto de los procesos de gestión de la calidad, acreditación o reacreditación. ▪ Revisión de objetivos vinculados con comunicación en el documento plan estratégico de la unidad académica, escuela o carrera, así como otros documentos necesarios de considerar en el marco de los procesos de gestión de la calidad, acreditación o reacreditación. ▪ Delimitación de los objetivos de comunicación que se desean trabajar para el plan estratégico por desarrollar. ▪ Las poblaciones de interés con las que trabajará. ▪ Selección de las temáticas requeridas de abordar. ▪ Identificación de recursos/herramientas/canales de comunicación idóneos para los objetivos/necesidades. ▪ El equipo humano que se encargará de la implementación, la evaluación y seguimiento del plan. ▪ Recursos y tiempo para ejecución y seguimiento del plan propuesto.
III. Evaluación y seguimiento del plan estratégico de comunicación.	Identificación de los mecanismos para medir el alcance del plan y la incorporación de las respectivas mejoras.	Aspectos por considerar: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reflexión sobre cómo es pertinente y adecuado evaluar las actividades programadas: tiempo, recursos, equipo humano, alcance de los objetivos trazados a partir de lo ejecutado mediante el plan de comunicación. ▪ ¿Qué hacer como esos resultados de evaluación obtenidos? ▪ ¿Cuál es el procedimiento para seguir? ▪ ¿Para qué?
IV. Replanteamiento del plan estratégico a mediano plazo.	Redireccionalización de los esfuerzos de comunicación efectuados durante el primer plan estratégico.	A partir de los resultados obtenidos con el proceso de evaluación del plan de comunicación, reflexionar: <ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Cuál es el norte que se debe de tomar? ▪ ¿Qué se debe fortalecer? ▪ ¿Qué se debe reestructurar? ▪ ¿Cómo hacerlo?

Dada la complejidad, los diferentes contextos, recursos, características de las poblaciones de interés, así como de las unidades académicas, escuelas y carreras que conforman la Universidad de Costa Rica, el diseño de los planes de comunicación estratégica, resulta ser un proceso muy diferente en cada una de ellas, por lo que, la estructura que apoye en la materialización de estos debe caracterizarse por ser general, inclusiva, plural y no restrictiva.

V. Bibliografía:

Abadía H., Vaca A., “La auditoría de comunicación en universidades privadas del eje cafetero” Communication Audit in Eje cafetero private universities. Universidad La Gran Colombia, seccional Armenia (Colombia).

Acuña D, Romero C. y López D., Sistema Integral de Gestión de Calidad en la Universidad de La Guajira, Colombia Quality Management Integral System at the University of La Guajira, Colombia. TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín ISSN 1317-0570 ~ Depósito legal pp. 199702ZU31 Vol. 18 (3): 474 – 491. 2016 474

García Ramírez, J.M. La comunicación, clave de excelencia visible en la Educación Superior. Journal for Educators, Teachers and Trainers. 2012. 3, pp. 25– 36.

Losada Díaz, José Carlos. La Comunicación en la Construcción de Marcas Universitarias, compilado en Gestión de la comunicación en las organizaciones, Ed. ARIEL, Madrid, 2004.

Martínez, Diego (2014). La calidad en los servicios y gestión de las universidades. Revista Vasca de Administración. Número 99-100. España. (Pp. 1937-1947).

Zúñiga Méndez M., (2016) Estrategia de comunicación para apoyar el proceso de acreditación para la carrera de Derecho. Trabajo Final de Graduación sometido a la consideración del Tribunal Examinador de la Maestría Profesional en Administración de Medios de Comunicación, con énfasis en Administración para optar al grado de: Magíster. Universidad Estatal a Distancia, Vicerrectoría Académica Sistema de Estudios de Posgrado: Maestría en Administración de Medios de Comunicación. Sede Central, Universidad de San José – San Carlos.

Zúñiga Murillo E. Docente de la Escuela de Administración Educativa de la Universidad de Costa Rica San José, Costa Rica. Revista Educación 34(1), 73-81, ISSN: 0379-7082, 2010.