

Diagnóstico de la gestión de relaciones públicas en la movilidad estudiantil.

Caso: Facultad de Ciencias de la Comunicación-Universidad Autónoma de Nuevo León

Dra. Yolanda López Lara.

yolandalopezlara_uanl@hotmail.com

M.C. José Díaz Montalvo

jdiazfcc@hotmail.com

Universidad Autónoma den Nuevo León. (México)

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 que proporcionará información, respecto al desglose de la gestión de los procesos y el seguimiento de la gestión de relaciones públicas y los flujos de comunicación institucional en el proceso de movilidad académica en el período de 2011 a 2013 para determinar los elementos de mayor incidencia y conocer el estatus en dichas actividades. El estudio está orientado conforme al método cuantitativo en su primera fase, con un alcance descriptivo. En una segunda fase, se contempla emplear el método cualitativo, para conocer atributos y características específicas del objeto de estudio, estableciendo categorías de análisis que sean idóneas para dicho estudio. La investigación tiene un diseño de caso intrínseco y 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 relaciones públicas y los flujos de comunicación relacionadas con los procesos de movilidad.

Introducción

La Coordinación de Movilidad Estudiantil de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, está interesada en realizar un diagnóstico de la gestión de los procesos de relaciones públicas y comunicación institucional realizados en el período de 2011 a 2013 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 relaciones públicas 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.

1.2.- Objetivos

1.1.1 Objetivo general

- Describir los elementos de relaciones públicas y comunicación institucional en la gestión de intercambio académico realizados en la Coordinación de la misma nomenclatura en el período de 2011 a 2013.

1.2.2 Objetivos específicos:

- Buscar y seleccionar elementos de información que inciden en el proceso de relaciones públicas y comunicación en el intercambio académico realizados en la Coordinación de Intercambio Académico..
- Ordenar y discriminar información para formar matriz de control y crear categoría de análisis para su estudio.

- Describir los procesos de relaciones públicas y comunicación institucional que se desarrollan en la gestión del intercambio académico por los alumnos, la facultad y las universidades receptoras.

1.3.- Preguntas de la investigación

- ✓ ¿Cuáles serán los elementos de relaciones públicas y 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 relaciones públicas y comunicación institucional que se desarrollan en la gestión de intercambio académico por los alumnos, la facultad y las universidades receptoras?

1.4.- Justificación

El desarrollo del estudio busca analizar la gestión de relaciones públicas y 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. 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 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 posterior.

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.

2.- Fundamento Teórico.

Las relaciones públicas son consideradas como un campo profesional y una disciplina académica. Se practican en organizaciones que van desde servicios humanos y nacieses organizaciones sociales, hasta grandes empresas que atienden a sus diferentes públicos, que van desde proveedores, inversionistas, empleados e incluso con gobiernos extranjeros (Latimore, 2008:5).

Las organizaciones funcionan como sistemas abiertos al estar en proceso continuo de intercambios con el ambiente en el que interactúan y cumplen sus objetivos y metas planeadas (Chiavenato, 2004:46).

Las relaciones públicas ayudan a otras organizaciones y/o personas a establecer y mantener relaciones efectivas con terceros, son una fusión de la administración y el liderazgo que contribuye a lograr los objetivos de la organización, a definir una filosofía y a facilitar el cambio organizacional (Latimore, 2008:4)

Constituyen una forma de administración de la comunicación que trata de influir en los sentimientos, opiniones o creencias de .los públicos que atiende, ya sean internos o externos se apoya de muchas herramientas, como los eventos especiales, informes anuales, conferencias de prensa, responsabilidad social y manejo de imagen, comunicaciones integradas de marketing, entre otras (Kerin, 2014:454).

3.- Diseño Metodológico.

3.1 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 de las relaciones públicas y los procesos de comunicación para el proceso de 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.

3.2 Premisa de la investigación

Las políticas de gestión de relaciones públicas que guían la movilidad estudiantil, fortalecen los procesos de comunicación institucional con los estudiantes e instituciones receptoras nacionales e internacionales.

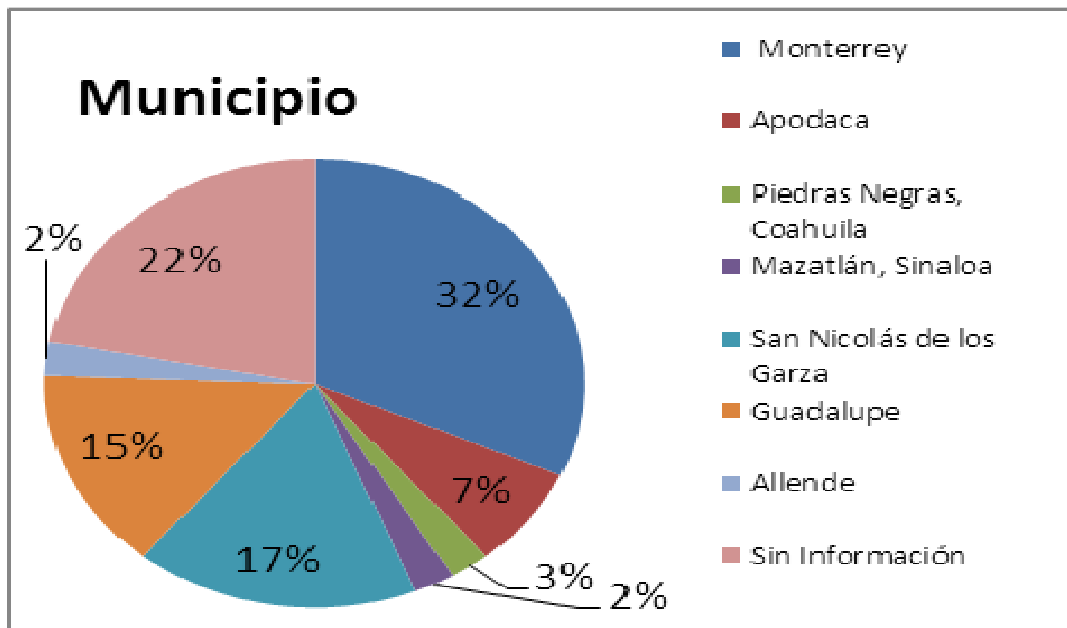
3.3 Diseño de técnicas de recolección de datos

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.

4.- Gráficas e Interpretación de Resultados

Grafica N° 1 Categoría: Localidad

2Municipios	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%
	41	100.00%

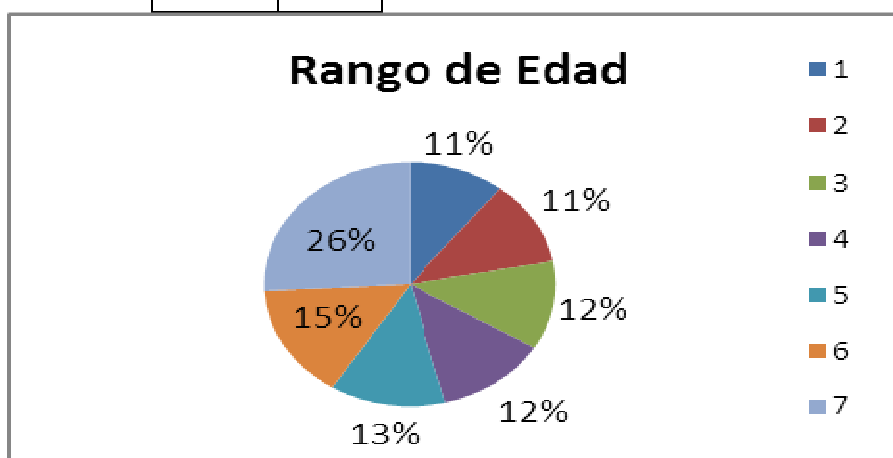


Fuente: Construcción propia de documentos del proceso de gestión.

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), al municipio de Guadalupe, y el 2.44% (1) al 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%
	41	100.00%

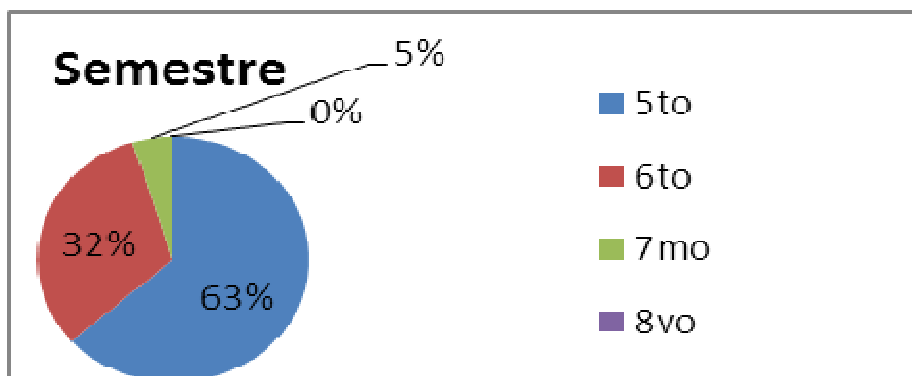


Fuente: Construcción propia de documentos de la gestión del proceso.

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

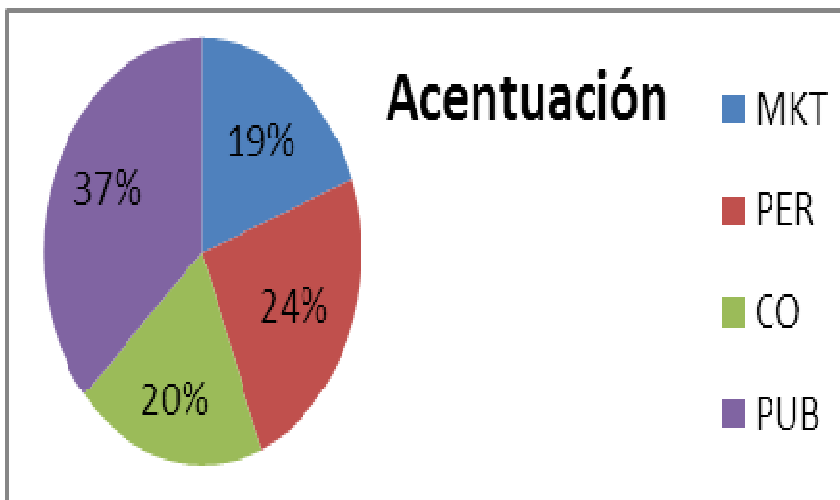


Fuente: Construcción propia de documentos de la gestión del proceso.

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%
	41	100.00%

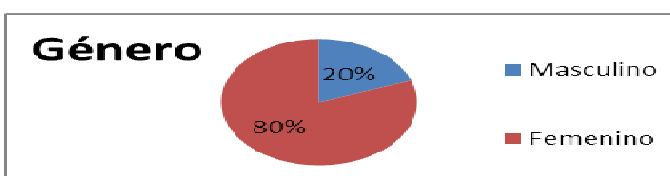


Fuente: Construcción propia de documentos de la gestión del proceso.

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.

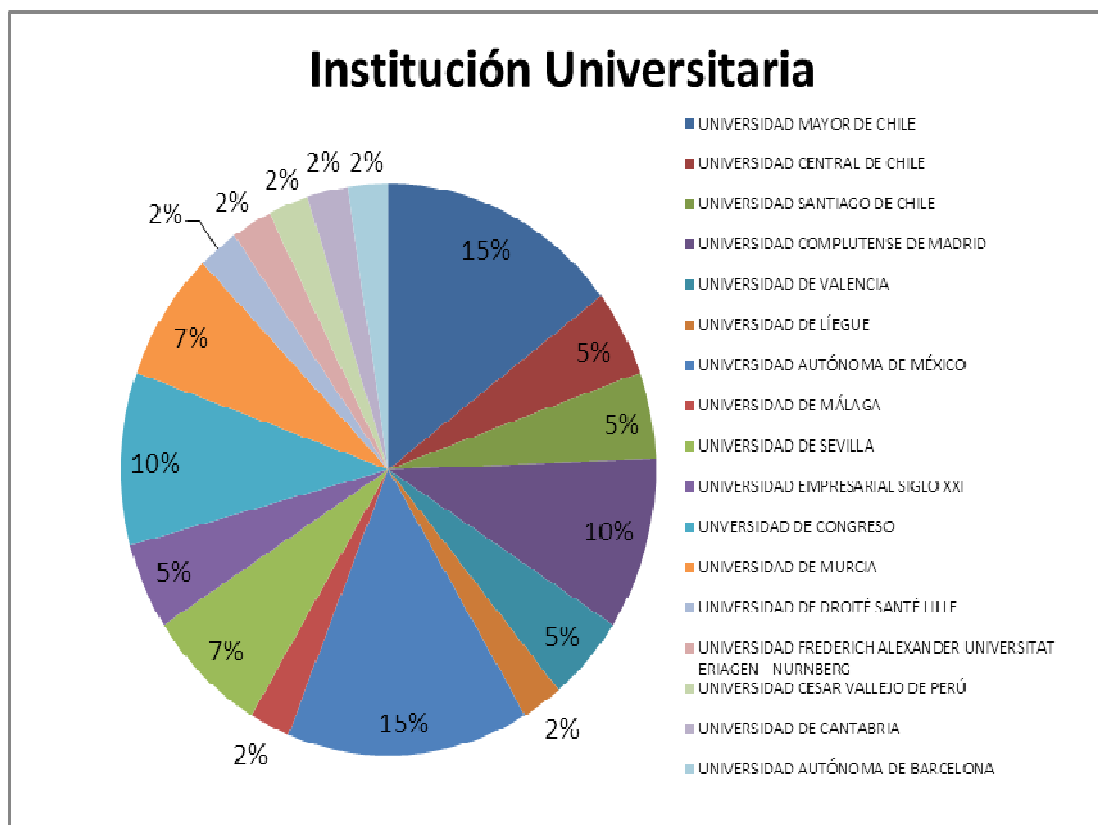
Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

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



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

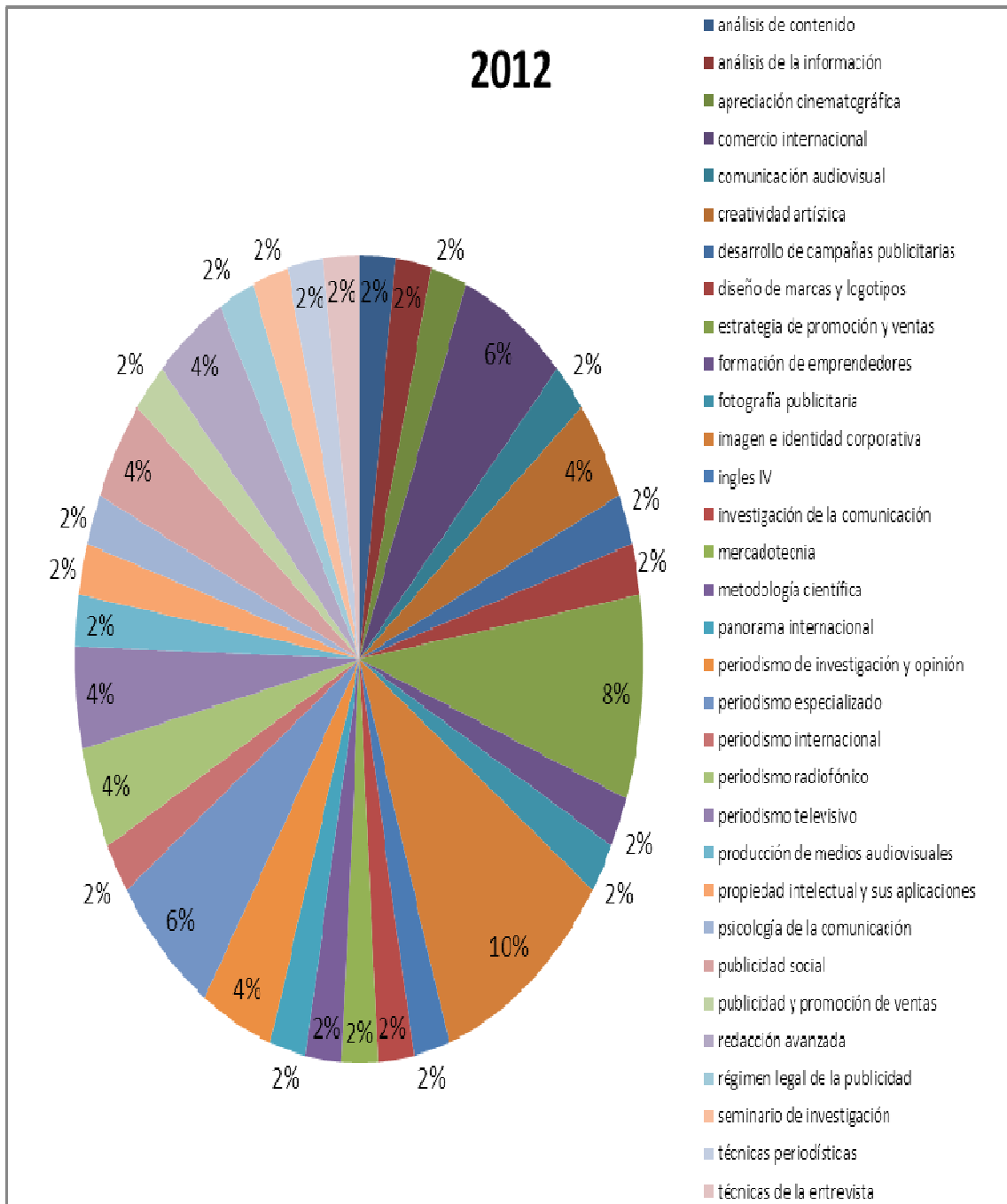
El 14.63% (6) de los alumnos que eligieron una universidad receptora para el proceso de intercambio académico corresponde la Universidad Mayor de Chile. Asimismo, el 14.63% (6) en igual porcentaje y número de alumnos se evidencia con la Universidad Autónoma de México. La Universidad Complutense de Madrid 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 Lীগue 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.

Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

Grafica N° 7 Categoría: Total de las unidades de aprendizaje cursados en universidades receptoras en 2012

AÑO 2012	TOTALES
análisis de contenido	1
análisis de la información	1
apreciación cinematográfica	1
comercio internacional	3
comunicación audiovisual	1
creatividad artística	2
desarrollo de campañas publicitarias	1
diseño de marcas y logotipos	1
estrategia de promoción y ventas	4
formación de emprendedores	1
fotografía publicitaria	1
imagen e identidad corporativa	5
ingles IV	1
investigación de la comunicación	1
Mercadotecnia	1
metodología científica	1
panorama internacional	1
periodismo de investigación y opinión	2
periodismo especializado	3
periodismo internacional	1
periodismo radiofónico	2
periodismo televisivo	2
producción de medios audiovisuales	1
propiedad intelectual y sus aplicaciones	1
psicología de la comunicación	1
publicidad social	2
publicidad y promoción de ventas	1
redacción avanzada	2
régimen legal de la publicidad	1
seminario de investigación	1
técnicas periodísticas	1
técnicas de la entrevista	1
TOTAL	49

Fuente: Construcción propia de documentos de la gestión del proceso



Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

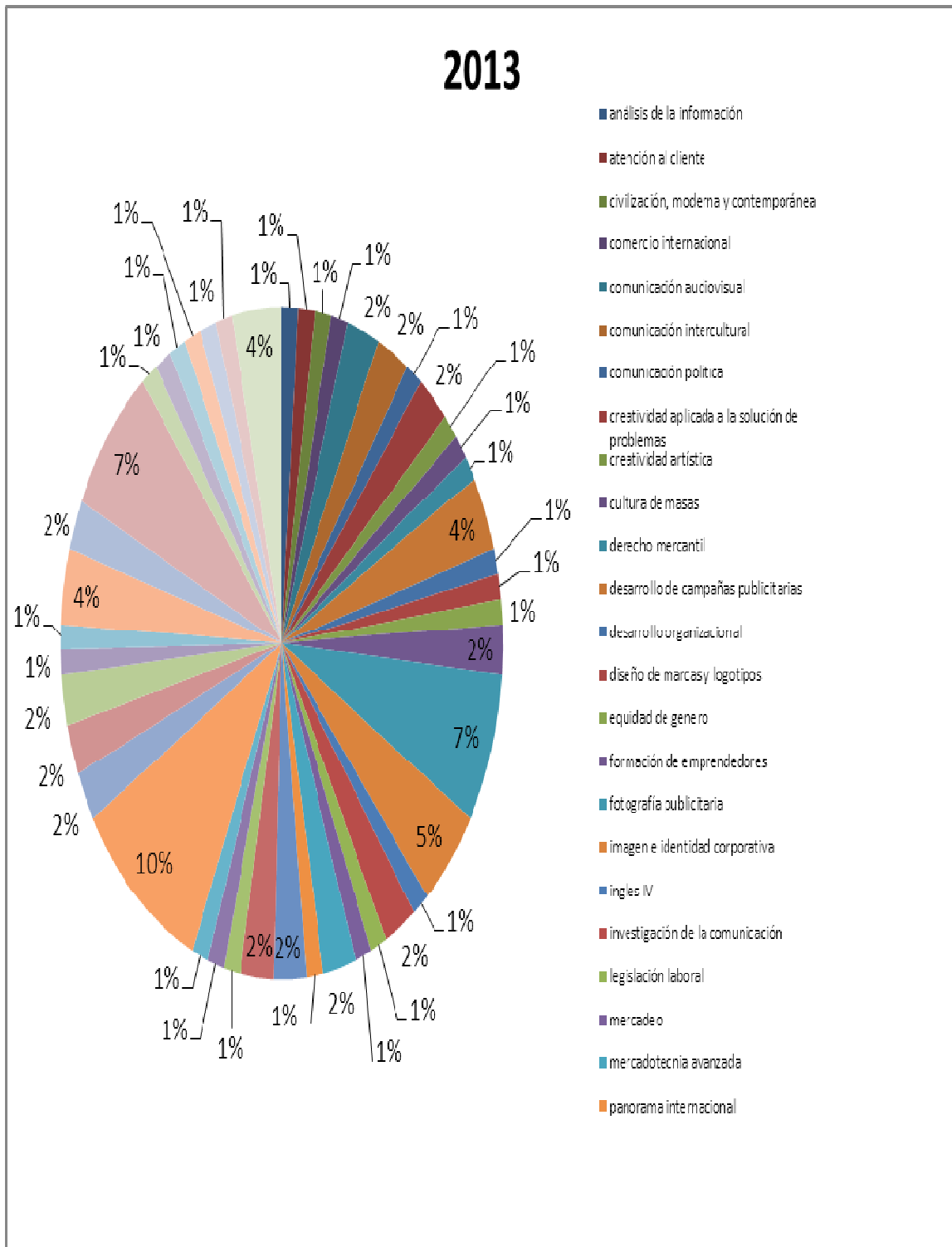
Grafica N° 8 Categoría: Total de las UA cursados en otras universidades en 2013

MATERIA	2013
análisis de la información	1
atención al cliente	1
civilización, moderna y contemporánea	1
comercio internacional	1
comunicación audiovisual	2
comunicación intercultural	2
comunicación política	1
creatividad aplicada a la solución de problemas	2
creatividad artística	1
cultura de masas	1
derecho mercantil	1
desarrollo de campañas publicitarias	3
desarrollo organizacional	1
diseño de marcas y logotipos	1
equidad de genero	1
formación de emprendedores	2
fotografía publicitaria	6
imagen e identidad corporativa	4
ingles IV	1
investigación de la comunicación	2
legislación laboral	1
mercadeo	1
mercadotecnia avanzada	2
panorama internacional	1
pensamiento creativo	2
periodismo especializado	2
periodismo radiofónico	1
periodismo televisivo	1
planeación y organización de empresas	1
producción de medios audiovisuales	8
psicología de la comunicación	2
psicología de las organizaciones	2
publicidad y medios	2
publicidad y promoción de	1

Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

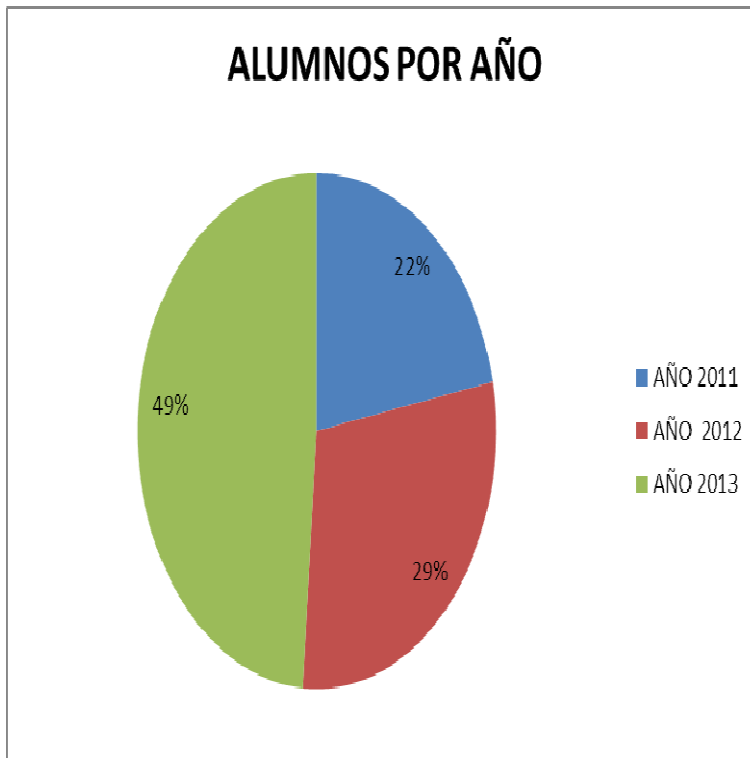
ventas	
recursos humanos	1
redacción avanzada	3
relaciones laborales	2
relaciones publicas	6
seminario de investigación	1
seminario de mercadotecnia	1
seminario de ventas	1
semiótica de la imagen	1
sistemas computacionales e informática	1
taller de creatividad	1
técnicas de comunicación audiovisual	3
TOTAL	83

Fuente: Construcción propia de documentos de la gestión del proceso



Grafica N° 9 Categoría: Alumnos registrados para intercambio académico por año

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



Fuente: Construcción propia de documentos de la gestión del proceso

Se puede evidenciar que conforme han ido avanzando los semestres, se a empezado a popularizar la movilidad estudiantil, solo que para ello la familia del alumno deberá contar con la solvencia económica para sus viáticos, porque la universidad solo cubre los costos de las matrículas y se realiza de institución a institución. Esperamos que el intercambio sea mayor, para que los alumnos gocen de una experiencia excepcional como parte de su currículum.,

Conclusiones Parciales.

Los hallazgos que se presentan corresponden al primer año de funciones que se creó la Coordinación de Prácticas Profesionales donde se estaba formalizando las funciones que realizaría y conociendo el contexto y alcance de sus funciones formales con los sectores: productivo, gubernamental, social y educativo. 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 está en proceso y requiere de ajustes en algunas categorías que falta información, pero a manera de ideas parciales se puede comentar que los hallazgos obtenidos, han puesto sobre la mesa información organizada en **incipientes categorías** mensuales que al integrar esos datos con los del año 2012, podrá hacerse ajustes más apegados a la realidad cotidiana.

Bibliografía

Chiavenato, I. (2005). Comportamiento Organizacional. México: Thomson.

Gordon, J. (1997). Comportamiento Organizacional. México: Prentice-Hall Hispanoamericano, S. A.

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)

Kerin, R, Hartley, S., Rudelius. (2014). Marketing. Mexico: Mc Graw Hill.

Lara, Érica M. (2011). Fundamentos de investigación. México: Alfaomega.

Latimore, D., Baskin, O., Heiman, S., Thot,E. (2008). Relaciones públicas, Profesión y práctica. México: Mc Graw Hill.

Luna, Alfredo. (2008). Proceso Administrativo. México: Editorial Patria.

Manual de Procedimientos de Prácticas Profesionales. Dirección General de Servicio Social y Prácticas Profesionales. San Nicolás de los Garza UANL

Universidad Autónoma de Nuevo León. (2012) Plan de Desarrollo 2012-2020. San Nicolás de los Garza: UANL.