

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Análisis evaluativo de la comunicación interna, caso estudiantes-UVAO; rumbo a una integración comunicativa

Autor: Alejandro Javier Reynoso Nieto

**Tesis presentada para obtener el título de:
Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Nombre del asesor:
Alma Alvarado López**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“ ANÁLISIS EVALUATIVO DE LA COMUNICACIÓN
INTERNA, CASO ESTUDIANTES-UVAQ;
RUMBO A UNA INTEGRACIÓN COMUNICATIVA ”**

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:
ALEJANDRO JAVIER REYNOSO NIETO

ASESORA:
LIC. ALMA ALVARADO LÓPEZ



No ACUERDO 21C000202

CLAVE: 16PSU00 125

MORELIA, MICH., JUNIO DEL 2006.



UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"ANÁLISIS EVALUATIVO DE LA COMUNICACIÓN
INTERNA, CASO ESTUDIANTES-UVAQ;
RUMBO A UNA INTEGRACIÓN COMUNICATIVA"**

TESIS

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA

ALEJANDRO JAVIER REYNOSO NIETO

ASESORA

LIC. ALMA ALVARADO LÓPEZ



No. ACUERDO 21C000202

CLAVE. 16PSU00 125

MORELIA, MICH., JUNIO DEL 2006

UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

CAMPUS SANTA MARIA



"Análisis Evaluativo de la comunicación interna, Caso estudiantes-UVAQ; rumbo a una integración comunicativa"

Alejandro Javier Reynoso Nieto

Asesora: Alma Alvarado López



Índice.

Introducción.

Planteamiento del Problema

Justificación

Objetivos

Hipótesis

Estrategia Metodológica

Capítulo 1.

1.1 Marco Teórico

1.2 Comunicación Organizacional

1.2.1 Mensajes

1.2.2 Redes

1.2.3 La comunicación descendente

1.2.4 La comunicación ascendente

1.2.5 La comunicación horizontal

1.2.6 Comunicación formal

1.2.7 Comunicación Informal

1.2.8 Rumor

1.2.9 Barreras de la comunicación

1.2.10 Roles

1.3 Motivación

1.4 Participación

1.5 Desarrollo de Grupos

1.6 Retroalimentación

1.6.1 Importancia de la Retroalimentación

1.7 Relaciones Públicas

1.7.1 Relaciones Públicas Internas



- 1.8 Por qué una Estrategia de Comunicación Interna
- 1.8.1 Necesidad de la comunicación al interior de la organización

Capítulo 2.

- 2.1 Universidad Vasco de Quiroga
- 2.2 Misión, objetivos y filosofía
- 2.3 Medios de Comunicación UVAQ
- 2.4 Estructura Organizacional

Capítulo 3.

- 3.1 Análisis de Encuestas de Estudiantes
 - 3.1.1 Conclusiones Alumnos encuestados
- 3.2 Análisis de Entrevistas a Directores
 - 3.2.1 Conclusiones Directores encuestados
- 3.3 Encuestas a Profesores
 - 3.3.1 Conclusiones Profesores encuestados

Capítulo 4.

- 4.1 Conclusiones.
- 4.2 Diagramas de Comunicación
- 4.3 Interpretación de resultados generales.
- 4.3 Diagramas de flujo y barreras de comunicación
- 4.4 Conclusión a Hipótesis
- 4.5 Conclusión de Objetivos

Capítulo 5.

- 5.1 Propuestas finales.
- 5.2 Propuestas con base a los encuestados
- 5.3 Áreas de oportunidad surgidas durante la investigación
- 5.4 Plan de Acción
- 5.5 Limitaciones de la Investigación
- 5.6 Generación de nuevas Investigaciones

Bibliografía

Anexos

Introducción:

Actualmente presenciamos una serie de cambios mundiales que se identifican predominantemente por la incertidumbre sobre el futuro. Se vive en un constante cambio, sobre lo que la sociedad y las personas demandan, se vive en un mundo globalizado nos guste o no, cambian las reglas e incluso surgen nuevos actores sociales. A este contexto, la educación no puede mantenerse al margen ya que el papel que tiene por sí, de formar, inculcar cultura, aportar conocimientos, enriquecer intelectual y moralmente a las personas, la obliga a ser protagonista de los cambios.

Cada año cientos de estudiantes buscan una opción para estudiar, y obviamente buscan la mejor, es por eso que el compromiso Institucional se dirige a los estudiantes y es para los estudiantes, por lo que se debe de escuchar sus necesidades, expectativas, demandas, observaciones, aportaciones y cualquier tipo de manifestación, no se debe conservar la mente cerrada ni subestimar a los demás, hay que abrirnos a todas las posibilidades, ideas y aportaciones sin importar de quien vengan, ya que todas en conjunto pueden lograr un cambio beneficioso y solo de esa manera se logrará la educación integral que todo estudiante busca y que toda Institución pretende brindar.

En las instituciones educativas no se puede prescindir de la comunicación, sin ésta vital herramienta es imposible que los empleados, maestros, alumnos y todos los que integran la Institución sepan que hacen entre si y se intercambie información, además, que Directores, secretarias y representantes de grupo se organicen y puedan delegar actividades oportunamente.

También resultaría imposible la coordinación del trabajo en estas condiciones así como la cooperación, ya que las personas no podrían comunicar a los demás sus necesidades y opiniones.

Cuando la comunicación es eficaz, tiende a estimular un mejor desempeño y una mayor satisfacción laboral. La participación, acción e iniciativa de los individuos que integran una organización o Institución en este caso, es la clave del buen funcionamiento y si le agregamos el elemento comunicacional obtendremos un rendimiento y desarrollo más completo y efectivo.

Por eso es importante que la comunicación institucional educativa promueva la participación, integración y convivencia para formar una cultura organizacional, en donde cobre sentido el ejercicio de funciones y el reconocimiento de las capacidades individuales y grupales, fortaleciendo de esta manera la identidad institucional de los estudiantes hacia la Universidad.

El poder adoptar una comunicación efectiva en cada uno de los miembros y áreas de una Institución es una labor que debe ser atendida de manera formal y estructurada, de tal manera que los planes, programas y actividades que se lleven a cabo estén bien planeados, se asegure una óptima ejecución y sobre todo, que se dé un seguimiento permanente a los resultados de cada uno, pues en ocasiones se cree que las funciones son ejecutadas y que todo marcha como debería ser y no se lleva un control o seguimiento de las mismas. Esto puede tener como consecuencia cierta filtración de errores o incluso perder el objetivo inicial.

Toda Institución tiene su Misión, y por lógica su propósito es cumplirla, la comunicación organizacional permitirá realizar la misión y los objetivos de una manera más eficiente cumpliendo con las expectativas de todos los integrantes así como su realización humana, profesional e institucional.

Es por eso que para producir un avance y efectividad en la comunicación interna se requiere apoyar el desarrollo de una cultura que favorezca la comunicación y el intercambio de conocimiento, es decir, que la comunicación sea más fluida y efectiva. La clave está en evolucionar hacia una cultura corporativa de tipo integral, donde todos los integrantes de la Institución se sientan partícipes y pieza fundamental del éxito de ésta, además de que cada uno entienda la importancia de la comunicación y del intercambio de conocimiento como factores clave del éxito corporativo y de su propio desarrollo como estudiantes y futuros profesionistas.

Planteamiento del Problema.

El objetivo de esta investigación es diagnosticar la comunicación interinstitucional de la Universidad Vasco de Quiroga considerándola como el Emisor e involucrando o tomando en cuenta tanto a Directivos, Docentes, Secretarías, Depto. Relaciones públicas, Difusión e Imagen Institucional como Receptores, enfocándonos a la comunicación que se da con los alumnos, es decir, darnos una idea y saber de que manera fluye la información a los estudiantes (avisos, medios electrónicos, impresos, contacto personal, convocatorias, eventos, etc., que intervienen en el desarrollo académico) cómo es percibida, entre quien se da la retroalimentación o el grado de participación existe, conocer las conformidades, inconformidades, inquietudes, propuestas y observaciones de la comunicación con su Universidad, descubrir por qué participan o por qué no participan en las actividades y eventos, descubrir si los canales de comunicación son suficientes y efectivos en la Institución.

Cabe aclarar que no se pretende señalar o culpar a ninguno de los involucrados en el proceso de comunicación de la Universidad de las posibles fallas o errores que se detecten, sino, darnos una idea del funcionamiento de la comunicación y sus canales, distinguir los posibles problemas de comunicación que aquejan a esta Institución y sobre todo la búsqueda de mejoras y propuestas que beneficiarán a la Institución y a los individuos que la conforman.

Por ello, es de notarse que el proceso de comunicación interna es de suma importancia para el buen funcionamiento, desarrollo y éxito de las instituciones educativas. Por lo tanto, este diagnóstico pretende desarrollar y proponer una mejor comunicación interna a partir de lo

que los alumnos aporten o manifiesten, así como la perspectiva de los involucrados en este proceso como son los Directivos, Docentes y Departamentos asignados como Relaciones Públicas y Difusión e Imagen, logrando de esta forma optimizar, reforzar o mejorar la participación, comunicación y desarrollo en la universidad y con los estudiantes.

Justificación.

A lo largo de mi estancia como estudiante en la Universidad Vasco de Quiroga, he sido receptor de los mensajes que ésta comunica, he observado cómo y dónde los comunica, por lo que también sé que no toda la información es recibida o correspondida por los alumnos, además de la existencia de apatía en la participación, la falta de compromiso para emprender nuevos proyectos y escasa cultura de información por parte de los estudiantes. El problema aumenta, ya que no sólo se queda en los alumnos, sino también repercute en Docentes y hasta en los Directivos, quienes no están bien informados o no motivan la difusión de mensajes Institucionales.

La información que circula por la Universidad no es del todo fluida, algunas de las actividades y eventos organizados por la institución no llegan a cumplir con las expectativas de los estudiantes, sin embargo, no se sabe con exactitud si es por descuido, apatía, falta de difusión o que los estudiantes no quieran participar, teniendo como resultado eventos con cada vez menor asistencia.

Por otro lado, es posible percibir saturación en los mensajes, ya que se encuentran tantos carteles, anuncios, escritos, etc., de diferente índole tanto externa como interna, que se presta a confusión, o también, la información se llega a olvidar por prestar más atención a otras actividades. En otros casos las fechas de los eventos eran muy próximas y no se alcanzaban a leer oportunamente o no se sabía con quien dirigirse para conseguir información o también los estudiantes no presentaban interés por informarse.

Se ha notado también un desorden en los avisos, anuncios y convocatorias, ya que no están clasificados, es decir, se encuentran revueltos unos con otros siendo más difícil prestarles atención o identificarlos, saber a que tipo de evento es, a quien van dirigidos (escuelas, grados, grupos, etc.), quien proporciona la información respectiva, si son eventos externos o internos, etc.

A estos problemas observados "a priori", se pretende reforzar estos sistemas de comunicación para optimizarlos, evitando estos problemas, y logrando así una mejor comunicación y participación de los estudiantes en todos los eventos. Al poder enterarse a tiempo y participar en todos los eventos posibles los estudiantes tendrán un panorama más amplio, conocimiento, mayor interacción con los compañeros y maestros, más y mejor acercamiento con la Universidad fortaleciendo de esta forma la identidad institucional.

Recordemos que la Institución es para los alumnos, por lo tanto es indispensable escuchar y actuar conforme a sus necesidades, pues, ¿Cómo saber que están conformes si no se les pregunta?, ¿Cómo actuar sin saber si están interesados? La comunicación es la respuesta, solo hay que saber usarla correctamente y en el momento oportuno.

Por eso creo que es necesario analizar, identificar, desarrollar y reforzar los canales y medios de información que tiene la UVAQ (Deptos. Relaciones Públicas y Difusión e Imagen, Directivos y Docentes, medios impresos y electrónicos) para comunicarse con los alumnos, así como elaborar propuestas de integración y participación en las actividades y eventos que se realicen en la Institución, para de esta forma lograr una mejora en la formación e identidad de los estudiantes que participen por gusto, interés, provecho y por afecto a su Universidad.

La Universidad es el alma mater de los alumnos, es la que nos guía, nos prepara e impulsa a la vida profesional. Y el que la Institución esté y permanezca abierta a las investigaciones o diagnósticos que determinen y evalúen tanto la percepción de sus públicos como la efectividad de sus medios de comunicación internos, puede resultarle favorecedor para asegurarle ser de las primeras opciones en los estudiantes aspirantes a ingresar, fortalecer la identidad institucional de los ya pertenecientes a ella, así como también, lograr un mejor funcionamiento y resultado de sus propios objetivos Institucionales.

"El factor de riesgo que representa el crecimiento de las escuelas privadas y públicas de nivel Licenciatura y Bachillerato en Michoacán en las últimas décadas, demanda establecer líneas de acción a corto y mediano plazo por la UVAQ para responder a la demanda de sus públicos y conseguir preferencia sobre las demás".¹

¹ MONTES Nieto Laila Magali, *Acercamiento a la UVAQ diagnóstico de su imagen Institucional*", Tesis de Grado, Universidad Vasco de Quiroga, Morelia Michoacán, 2004.

Objetivos.

General: Realizar un acercamiento de la situación de la comunicación y participación que se da entre los estudiantes y la UVAQ.

Específicos:

- Diagnosticar los canales de comunicación de la UVAQ.
- Analizar y localizar barreras en la transmisión de los mensajes.
- Conocer la opinión de los alumnos acerca de los medios de comunicación UVAQ.
- Conocer la perspectiva de los Directivos sobre la comunicación con los alumnos.
- Conocer la opinión de los Docentes sobre la comunicación con los alumnos.
- Descubrir por qué no participan los estudiantes con la Institución.
- Dar propuesta de refuerzo y mejora en la comunicación y participación de los estudiantes con la Universidad, con base a las propuestas realizadas por los Alumnos, Docentes y Directivos.

Hipótesis.

- a) La información que fluye entre la Institución y los alumnos requiere fortalecerse.
- b) Existen barreras de comunicación, falta de difusión y efectividad de los mensajes ya que por eso se presenta poca participación de los estudiantes.

Estrategia Metodológica.

Se usará el método descriptivo, que permitirá representar lo que está pasando en la Institución, descubriendo situaciones, relaciones, elementos, entre otras, que afectan o benefician a la organización, también se utilizarán instrumentos como encuestas, entrevistas y observación a manera de identificar las posibles barreras de comunicación y facilitar la solución de estas.

Descubrir la importancia de la comunicación interna para los alumnos, conocer qué tanto les beneficia o perjudica, saber qué tanto usan los canales, por qué sí, por qué no y cuáles son los más frecuentes, esto se sabrá por medio de encuestas a los estudiantes muestra de diversas carreras, esto será de gran utilidad para determinar los posibles cambios tanto en las vías de comunicación como en las actividades de integración UVAQ-estudiantes.

Para descubrir las técnicas de comunicación interna de la universidad UVAQ e identificar sus debilidades y sus fortalezas, se acudirá por medio de entrevistas (ver anexo) con los departamentos de relaciones públicas y difusión e imagen, con el fin de tener una idea de cómo trabaja, cuáles son sus funciones y así poder elaborar las entrevistas y cuestionarios que se usaran para estar al tanto de qué saben los alumnos y maestros del sistema de comunicación.

Saber qué opinan los alumnos y los encargados de los canales de comunicación, esto ayuda a contrastar e identificar las opiniones,

conocer las fallas o carencias de estos medios, así como sugerencias de los mismos alumnos a manera de encontrar una mejor forma de usarlas.

Para lograr esto se encuestará al 20% del total de los alumnos repartidos en todos los semestres, grupos y sexos, dando un total de 243 alumnos muestra encuestados.

También se requerirá estar al tanto de la opinión de los profesores sobre el tema, ya que pueden fungir como mediadores en este diagnóstico y permitirá concretar más los resultados, se pretende conocer que tanto se involucran con el alumno, identificar y conocer su opinión sobre los canales de comunicación UVAQ, esto por medio de entrevistas a los docentes. Se tomara una muestra del 30% del total de los profesores de cada carrera para el levantamiento de información, dando un total de 52 maestros encuestados, así como al total de los directores de las distintas carreras.

Se detectarán las necesidades de comunicación según los resultados de lo investigado y la opinión de los estudiantes para así elaborar una propuesta basada en las aportaciones y manifestaciones de los mismos y de esta forma la Institución aplique, refuerce y mejore esos aspectos.

Se realizarán encuestas piloto para delimitar las preguntas y para que las opciones de respuesta sean más concretas, de manera que resulte más práctico capturar y reducir errores en este proceso.

Cabe mencionar que durante la elaboración de este trabajo se dio el cambio de Rector así como el inicio de nuevo semestre, por lo que los datos pueden variar de acuerdo a los cambios y/o nuevo plan de trabajo en el programa de estudios del actual semestre.

Capítulo 1.

Este capítulo contiene la guía que permitirá realizar el diagnóstico de comunicación, como es la teoría, conceptos, definiciones, barreras y elementos que comprenden el estudio, la función y la realización de los procesos de comunicación dentro de una organización, los cuáles ayudaran a evaluar la información que se obtendrá en las encuestas y entrevistas de los involucrados en el proceso de comunicación UVAQ de manera firme y estructurada.

1.1 Marco Teórico.

Después de revisar varios autores en el área de la comunicación organizacional tome la decisión de trabajar en algunos fundamentos que hace Gerald Goldhaber² el cual expone tres sistemas de examinar las relaciones organizacionales las cuáles constituyen las tres escuelas de organización más importantes; la Teoría clásica³, la Teoría sistémica⁴ y la escuela de Relaciones Humanas, de las cuáles solo me enfocare a esta última.

La Escuela de Relaciones Humanas rompe con las fronteras formales de la estructura organizacional, es decir, se interesa más por las personas, sus necesidades e intereses que por la estructura y funciones de la organización. Esta parte de dos preguntas fundamentales por un lado

² GOLDHABER M. Gerald, *Comunicación Organizacional*, Editorial Diana, México 1984.

³ Teoría Clásica de la organización trata con la estructura de las organizaciones formales, se enfoca en la jerarquía, las funciones de la organización y la división del trabajo.

⁴ Teoría sistémica resalta la importancia de las relaciones entre las partes y la organización como conjunto.

¿Qué representan los individuos en la organización?, y por otro, ¿Qué necesidades son más importantes para los individuos?

La teoría de las relaciones humanas surgió de la necesidad de contrarrestar la fuerte tendencia a la deshumanización del trabajo, iniciada con la aplicación de métodos rigurosos, científicos y precisos, a los cuales los trabajadores debían someterse forzosamente. La teoría de las relaciones humanas, básicamente nos ayuda a identificar las variables sobre la actitud de los trabajadores dentro de una Institución, tomando en cuenta los sentimientos, actitudes, capacidades y percepciones del empleado.

Al respecto Davis Keith considera que "El enfoque de los Recursos Humanos se relaciona con el crecimiento y desarrollo de las personas hacia niveles más altos de competencia, creatividad y realización personal, puesto que las personas son el recurso central de toda organización y sociedad. El enfoque de Recursos Humanos se basa en apoyar a que los empleados se conviertan en personas mejores y más responsables."⁵

Consultando varios libros acerca de las Relaciones Humanas encontramos algunas características comunes de la Teoría que se comentan a continuación. Se dice que el gerente de recursos humanos actúa más en calidad de consejero, pero debe ser un catalizador al proponer políticas de recursos humanos para que las implementen los gerentes en otras áreas de la Institución, con el fin de que todos mantengan un orden y un objetivo en común para así lograr realizar los objetivos planteados.

⁵ DAVIS Keith, "Comportamiento Humano en el Trabajo", México 2003, Editorial Mc Graw Hill.

El Desarrollo de Recursos humanos ayuda a los individuos, grupos y a toda la Institución a volverse más efectivos. Mantener informados a todos los integrantes de la Institución es una de las funciones principales y base del buen desarrollo de funciones ya que la información tiende a ser actualizada constantemente y depende del encargado mantenerlos al día.

Otro aspecto es la "Planeación de carrera" y "Evaluación del desempeño". La planeación de carrera es el proceso en el que se fijan metas y se establecen los medios para alcanzarlas. La Institución debe ayudar a los empleados e integrantes en la planeación de su carrera para que puedan satisfacer las necesidades de ambos.

Todos los integrantes de la Institución deben ser evaluados para determinar cómo están desarrolladas las tareas asignadas. La evaluación del desempeño proporciona a los empleados la oportunidad de sacar provecho de sus puntos fuertes y vencer las deficiencias que se vayan identificando, lo que permite mantenerlos más satisfechos y productivos.

Las Compensaciones son un sistema que proporciona remuneraciones adecuadas y justas por las contribuciones que se realicen para alcanzar los objetivos organizacionales. Según sea el caso o las personas que contribuyan se deberá elaborar una estrategia de remuneración atractiva para que incite a seguir colaborando y no originar desinterés o indiferencia.

El Ambiente Interno es uno de los principales factores internos que incluyen la misión, visión, políticas, cultura corporativa, estilo gerencial de los altos directivos, empleados y la organización informal, estos

principios son considerados como elementos reforzadores de la identidad institucional, por lo que se deberá tener énfasis en ellos.

Todos los empleados son diferentes en capacidad, actitudes, metas personales y personalidad, por consecuencia, el comportamiento que un gerente o director encuentra efectivo con un empleado puede no serlo con otro. De ahí la importancia de conocer y tener bien identificados a todos los integrantes de la Institución, pues de esta manera se puede colaborar también al desarrollo personal y profesional de estos.

La participación de todos los integrantes puede ser útil para minimizar la resistencia o la apatía a colaborar. Es posible desarrollar un clima participativo con el cuál se podrá eliminar o reducir el temor a ser incapaces de satisfacer sus necesidades personales, laborales, desarrollar sus habilidades y sentirse productivos.

Con la participación se logra integrar tanto mental como físicamente al individuo, se influye a contribuir con los objetivos de la Institución y a compartir la responsabilidad de sus acciones, llegando a identificarse y a formar parte de un grupo en busca de la realización de metas y en la satisfacción del cumplimiento de las mismas.

Y es que "Muchos empleados buscan activamente oportunidades en el trabajo para participar en decisiones importantes con lo que aportan sus talentos e ideas al éxito de la organización. Están ávidos de una oportunidad para compartir lo que saben y aprender de la experiencia. Por ende, las organizaciones necesitan brindar oportunidades para la participación significativa."⁶

⁶ Op. Cit.

También es importante expresar nuestros sentimientos, sin embargo es más importante invitar a los demás a expresar los suyos. Es preciso saber lo que siente el jefe, los colegas, subordinados, los clientes, o cualquier integrante respecto a lo que está sucediendo o lo que cada uno piensa. Nunca hay que tratar de adivinar lo que alguien más está pensando, hay que preguntar. "La Cultura Corporativa es el sistema de valores, creencias y hábitos compartidos dentro de una organización que interactúa con la estructura formal para producir normas de comportamiento".⁷

La cultura corporativa rige lo que significa la compañía, cómo asigna sus recursos, su estructura organizacional, los sistemas que utiliza, las personas que contrata, el ajuste entre los puestos y la gente, los resultados que reconoce y premia, además de lo que define como problema y oportunidades y la forma en que trata con ellos.

En todas las instituciones existen Grupos de Trabajo y mantienen un compromiso con la misión institucional, los comportamientos de cada persona influyen directamente en el cumplimiento de los objetivos ya que si las personas en el grupo de trabajo solamente hacen como que trabajan, es difícil que un miembro individual obtenga altos niveles de producción y satisfacción en su área de trabajo.

El estado de ánimo y la amistad dentro del grupo también afectan el ambiente del grupo de trabajo y esto se percibe de la cultura corporativa.

⁷ MONDY R. Wayne, Administración de R.H, Editorial Prentice Hall, México 2001.

Para lograr un ambiente laboral confortable se necesita de una comunicación Integradora, esta logra que los diferentes recursos que forman una organización puedan llegar a un fin común establecido.

Cuando por medio de la comunicación se está integrando al grupo, seguramente también se alcanzará la solidaridad entre sus miembros, de esta manera, el trabajo se desarrolla con mayor eficiencia, debido a que hay una información sincera y confiable en el grupo y dentro de la Institución. Por otra parte, las funciones se desarrollan con mejor disposición y con más ánimo porque la gente se siente realmente integrada e identificada con su rol y con su trabajo.

Otro aspecto o herramienta de integración es la Motivación dentro de la organización es un factor importante dentro de la comunicación interna. El empleado necesita un reconocimiento a su trabajo, así como las correcciones necesarias a sus errores laborales, ya que el corregir los errores no solo ayuda a la efectividad laboral sino a motivar al empleado a realizar mejor su trabajo, a darle y que se sienta apoyado, que sepa que no está solo y sobre todo que tenga la confianza de comunicarse.

Un sistema adecuado para reforzar este aspecto sería crear entre el personal de la organización el sentimiento de integración, reforzando la misión y valores institucionales. Fomentar la idea de realización y desarrollo personal, cooperación laboral para lograr resultados conjuntos más efectivos, hacer hincapié en el respeto a las funciones de otros compañeros o departamentos y sobre todo procurar que las sugerencias, críticas o quejas se efectúen directamente al personal, departamentos interesados o a quien lo requiera y no propagar rumores o comentarios que originen malentendidos.

La técnica más efectiva y directa de comunicación con los miembros de la Institución es la de Políticas a puertas abiertas. En esta se exhorta a las personas a acudir a la gerencia, con su supervisor o a la dirección general para dar a conocer sus inquietudes. Por lo general se recomienda acudir en primera instancia al supervisor. Pero si éste no resuelve el problema, se puede recurrir a la alta dirección. La meta es eliminar obstáculos a la comunicación ascendente y lograr una retroalimentación inmediata. "Una puerta abierta más eficaz para los administradores o jefes es salir de sus oficinas y hacer acto de presencia en el lugar de trabajo de los empleados. Este método refuerza la política de puertas abiertas con una poderosa clave social. Por este medio los directores pueden enterarse de muchas más cosas de las que se enteran permaneciendo en sus oficinas y además proyectar una atmósfera de apoyo."⁸

Con este método me apoyaré en la elaboración del diagnóstico para analizar qué tipo de mensajes y en qué se basan para transmitirlos, si en realidad los reciben, son los necesarios, decodificados y aceptados por los estudiantes además de sus necesidades, propuestas o soluciones.

⁸ RAMOS Padilla Carlos G. "La Comunicación, un punto de vista organizacional" Editorial. Trillas,

1.2 Comunicación Organizacional

El término "comunicación", proviene del latín "comunicare", que significa intercambiar, compartir, poner en común. Es la acción y efecto de comunicar, transmitir.⁹

Las relaciones que se dan entre los miembros de una organización se establecen gracias a la comunicación, en esos procesos de intercambio se asignan y se delegan funciones, se establecen compromisos, logrando así un funcionamiento más efectivo y el cumplimiento de los objetivos planteados. "La comunicación organizacional ocurre en un sistema complejo y abierto que es influenciado e influencia al medio ambiente, este implica mensajes, su flujo, su propósito, su dirección y el medio empleado, la comunicación organizacional implica personas, sus actitudes, sus sentimientos, sus relaciones y habilidades".¹⁰

Es importante priorizar dentro de la estructura organizacional un sistema de comunicaciones e información que activen los procesos a nivel interno, ya que estos fortalecen la entidad y la identidad. La Institución debe tener bien planteado su estructura de comunicación, pues así se sabrá con claridad y exactitud quien debe cumplir con ciertas actividades y si las cumple satisfactoriamente así como también dar a conocer los resultados.

México 1991.

⁹ Creación del Departamento de Comunicación de la UNLA, Ma. de Jesús Salceda Estrada, Guila Verónica Peña Miguel. Ciencias de la Comunicación UVAQ. Morelia, Mich., Marzo de 1997.

¹⁰ GOLDHABER M. Gerald, Comunicación Organizacional, Editorial Diana, México 1984.

"La carencia de estrategias comunicativas al interior de la Institución, la falta de canales o la sub utilización de los mismos, genera lentitud en los procesos y en las acciones, retardo en las respuestas y desinformación acerca de las políticas, todo lo cual imposibilita la verdadera interacción a nivel interno. Por otra parte, son indispensables para que no se pierda la coherencia entre las acciones que se realizan dentro de la Institución con la realidad del entorno".¹¹

Es necesario conocer los medios o canales de comunicación con los que cuenta la Institución para así poder darles un uso correcto, así como también, mantener una buena coordinación para el empleo de los mismos, ya que se pueden llegar a saturar con demasiados mensajes y se corre el riesgo de perder la confianza y la garantía del medio y de la información. Hay que mantener un equilibrio en el flujo de información, cubrir y satisfacer las necesidades precisas solamente sin llegar a exceder.

El ideal de una Institución educativa es lograr la excelencia académica con la ayuda de maestros, administrativos y alumnos así como de un sistema de comunicación creativa y efectiva, por lo que resultaría conveniente reforzar los procesos y flujos de comunicación a nivel interno de manera que sean atractivos para los estudiantes, que los mensajes sean más creativos y efectivos, que no se retrasen y que se logre una mejor retroalimentación o también conocido como feedback, así de esta manera, además de lograr la integración y participación, se podrá tener una idea aproximada de la efectividad de los mensajes.

¹¹ SAYAGO Leonardo Enrique. Investigación en Comunicación Organizacional, Universidad Autónoma de Bucaramanga. UNAB, Colombia. Disponible en: Web site. <http://www.unab.edu.co>

1.2.1 Mensajes

La comunicación organizacional se centra en el mensaje, ya que estos se derivan de la información.

Es muy probable que dentro de cualquier sistema u organización exista más información que la que perciben todos sus miembros o integrantes, esta información percibida y a la que los receptores le dan un significado recibe el nombre de mensaje.

Los mensajes de la organización pueden ser examinados de diversas formas: por la modalidad del lenguaje, por los supuestos receptores, por el método de difusión y por el propósito del flujo.¹²

La modalidad del lenguaje diferencia los mensajes verbales (lingüísticos) y no verbales (no lingüísticos). Dentro de los mensajes verbales en las organizaciones están por ejemplo: las cartas, conferencias, conversaciones. Los mensajes no verbales no son hablados ni escritos, como por ejemplo: lenguaje corporal (movimiento de ojos, manos, gestos, etc.) conducta de contactos (apretón de manos, caricias, golpes, etc.) indicios vocales (tono, volumen, ritmo) objetos (gafas, pelucas, vestuario) medio ambiente (tamaño de la habitación, muebles, decoración, música).

En los **supuestos receptores** se incluyen a las personas que se encuentran tanto dentro como fuera de la organización. Como ejemplo de los mensajes internos se encuentra el memorándum, boletines,

¹² GOLDHABER M. Gerald, *Comunicación Organizacional*, Editorial Diana, México 1984.

reuniones, anuncios, etc. Y entre los externos, campañas de publicidad, relaciones públicas, ventas, tareas cívicas, etc.

El método de difusión identifica la actividad de comunicación empleada durante el envío de mensajes a otras personas. La difusión implica que los mensajes son extendidos dentro de la organización.

La mayoría de los métodos de difusión de las comunicaciones de una organización pueden ser divididos en dos categorías generales: aquellos que utilizan los llamados métodos "software" en su difusión, y los que usan métodos "hardware". Los hardware dependen de alguna fuerza eléctrica o mecánica para funcionar, como el teléfono, radio, walkie talkie, video tape, computadoras, Internet. Y el software de la capacidad y de la habilidad individual (escribir, pensar, hablar y escuchar) para comunicarse con otros. En estos mismo se incluyen actividades de comunicación orales (cara a cara) como conversaciones, reuniones, entrevistas, discusiones y actividades escritas tales como memorándum, cartas, boletines, informes, propuestas, pólizas, manuales, etc.

El propósito del flujo hace referencia al motivo por el que se envía y se recibe un mensaje dentro de la organización así como a la específica función que cumple. Se sugieren según el dato obtenido por Goldhaber, tres razones generales para explicar el flujo de mensajes dentro del marco de una organización: de tarea, de mantenimiento y humanos.

Los mensajes de tarea están relacionados con aquellos productos, servicios o actividades que tienen una importancia específica para la organización, por ejemplo: mensajes para mejorar las ventas, los mercados, la calidad de los servicios, la calidad de los productos, etc.

Los mensajes de mantenimiento, tales como mensajes con políticas o regulaciones, ayudan a la organización a seguir con vida y a perpetuarse a si misma.

Los mensajes humanos están dirigidos a las personas de la organización, y afectan a sus actitudes, moral, satisfacciones y realizaciones.

Hay que tener especial atención en el contenido de los mensajes, en la información que se transmite y lo que se esta ofreciendo, pues cuando los mensajes que se envían en comunicaciones formales se llegan a contradecir, estos pierden credibilidad por los receptores y rechazo o indiferencia a los próximos mensajes enviados.

Los emisores del mensaje no solo deberán conformarse con difundirlos y esperar a ver si los receptores lo decodificaron, sino que también, tienen cierta responsabilidad en cerciorarse de que los alumnos en este caso, estén bien informados, que se aseguren de que el mensaje fue claro y de hacer que se manifiesten las inconformidades o fallas que ellos detecten en la difusión como en el contenido del mensaje para así poder corregir lo más rápido posible y mantener una comunicación mas dinámica y efectiva.

También para poder lograr una mejor recepción de mensajes y por consecuencia mejor retroalimentación, es necesario conocer las necesidades de los receptores, que información es interesante para ellos, cuando necesitan saberla, dependiendo de la información qué forma es la mejor para que la reciban.

Todos los alumnos varían en el tipo de información que necesitan y la manera más eficaz para recibirla. Es necesario reconocer esto y diseñar

o replantear el programa de comunicación de acuerdo a las necesidades que se requieran.

En este diagnóstico se hará más referencia a los mensajes humanos, ya que principalmente se toma en cuenta las opiniones de algunos coordinadores, directivos y alumnos de la Institución.

1.2.2 Redes

Las organizaciones se componen de series de personas que ocupan distintas posiciones o representan distintos roles. El flujo de mensajes entre estas personas se denomina red de comunicaciones y esta puede existir tan sólo con dos personas, unas pocas, o toda una organización.

"La conducta de los roles de una organización indica quién la ocupa, que posición o trabajo específico realiza. Por ejemplo, un empleado puede ser contratado como secretario diciéndole cuáles son sus tareas (mecanografiar, recados, hacer citas), estas tareas constituirán su rol formal como secretario, este rol influenciará a la persona a quien él le comunique su trabajo: puede preguntarle a su jefe algo relacionado con un error observado en el archivo; puede almorzar con otros secretarios, puede supervisar a otros secretarios o personal de oficina. Además de comunicarse con otras personas por medio de canales normales, este empleado también puede hablar con ciertos empleados de otros departamentos o divisiones de la misma organización, puede comunicar a otros secretarios acontecimientos no relacionados con las actividades laborales, puede comentar ciertos rumores sobre su jefe o sobre

informes oficiosos. En todos estos casos, el secretario en cuestión se estará comunicando a través de una red de relaciones informales".¹³

En las redes depende el adecuado flujo de comunicación, ya que así se transmite los mensajes de manera más rápida, efectiva y con mejor productividad en las labores de cada individuo.

La dirección de la red ha sido tradicionalmente dividida en comunicaciones ascendentes, descendentes y horizontales, dependiendo de quien inicia el mensaje y de quién lo recibe.

1.2.3 La comunicación descendente

Son aquellos mensajes que influyen desde los superiores hasta los subordinados. En las instituciones educativas, esto ayuda a detectar el flujo de mensajes, localizar posibles barreras o deficiencias en los canales de transmisión empezando por el Rector hasta llegar a los alumnos.

Existen algunos problemas que afectan a los mensajes mientras fluyen descendentemente por las redes, como por ejemplo, el confiar en los métodos de difusión y hardware; muchas organizaciones confían excesivamente en los métodos de difusión escritos y mecánicos al enviar mensajes por las redes descendentes.

¹³ Op.Cit

Se utilizan manuales, películas, circulares, sistemas de publifusión y folletos en vez de los contactos personales y las comunicaciones cara a cara.

La Sobrecarga de mensajes ya que en algunas organizaciones los empleados se ven sobrecargados de boletines, memorándums, cartas, anuncios, revistas, declaraciones, entre otros, tendiendo a negarse a leer o a escuchar los mensajes.

El momento oportuno es un factor muy importante para evitar el retraso de la información, por lo que los encargados de enviar los mensajes deben considerar cuál es el momento oportuno para enviar ciertos mensajes y el impacto potencial que tendrían en la conducta de los empleados en caso contrario. De aquí depende también la planeación o calendarización de actividades, pues de esta forma se podrá avisar con tiempo a las personas involucradas y no tomarlos por sorpresa o desprevenidos, y contar con mayor presencia o asistencia en los eventos realizados.

Por último, la filtración es un grave problema en el flujo de mensajes, pues en muchos casos puede deberse a los numerosos eslabones de la red, las diferencias perceptivas de los empleados, o a que no se confía en el supervisor o encargado. Los empleados que no confían en sus supervisores pueden obstaculizar los mensajes que éste les envíe.

Dentro de la Institución, es de suma importancia mantener los lazos de confianza entre los individuos, en especial con los alumnos, ya que de esta forma los estudiantes podrán externar sus inconformidades, dudas y/o sugerencias a las respectivas autoridades docentes o administrativas, recordemos que nunca hay que descartar las

aportaciones y menos de los alumnos, todas las ideas o incluso desconciertos pues también son enriquecedoras y ayudan a evitar errores.

1.2.4 Las comunicaciones ascendentes

Son aquellos mensajes que fluyen desde los subordinados hasta los superiores y normalmente sirven para formular preguntas, recibir feedback (retroalimentación), o hacer sugerencias. También este tipo de comunicaciones tienen el efecto de mejorar la moral y las actitudes de los empleados.

Además este tipo de comunicación facilita la aceptación de las decisiones tomadas alentando a los individuos a que participen en el proceso de la toma de decisiones, proporcionan el feedback, así como animar a la presentación de ideas valiosas.

Las actividades de comunicación que normalmente se incluyen en las comunicaciones ascendentes son, asesoramiento, sistemas de discusión y liquidación de quejas, charlas, políticas de puerta abierta, sistemas de sugerencias, encuestas de opinión, cartas de los empleados, reuniones sociales y mítines. De este modo, el individuo informará las autoridades correspondientes de lo que ha realizado, de lo que han realizado quienes están dirigiendo, de lo que han realizado sus compañeros, de lo que considere necesario hacer, sus problemas y los de su grupo, y sobre cuestiones de las prácticas y las políticas de la Institución.

En la comunicación ascendente, el problema principal está en la naturaleza de la estructura jerárquica. El primer requerimiento del papel para las personas que llegan a ocupar puestos ejecutivos y de supervisión es dirigir, coordinar y controlar a quienes estén por debajo de ellos, más bien, tienen el hábito de ordenarles que de escucharlos. Incluso los subordinados llegan a caer en este patrón del papel y terminan escuchando a sus jefes, acostumbrándose a no ser oídos.

El propósito principal de la comunicación horizontal, es proveer un canal El omitir la libre expresión de cualquier miembro o persona involucrada en la Institución y sobre todo de los alumnos, alienta al rechazo de cualquier participación próxima así como a la indiferencia de lo que ocurra a su alrededor, por lo tanto, este tipo de comunicación en las instituciones permite que los estudiantes participen en todas las actividades que se realicen dentro y fuera de la Institución así como aportar nuevas ideas permitiéndole desarrollarse y aumentar su desempeño académico, además de elevar la identidad institucional.

Tomemos en cuenta que hacer presencia de la Institución en actividades académicas resulta favorable para su reputación y prestigio, lo cuál es conveniente tanto para los estudiantes como para la misma Institución.

1.2.5 La comunicación horizontal

Es el intercambio lateral de mensajes entre individuos que se encuentran en el mismo nivel de autoridad dentro de la organización. Los mensajes que se transmiten por este medio están relacionados con la resolución de problemas, con la coordinación, resolución de conflictos y rumores.

Este tipo de comunicación se da entonces:

- a) Entre miembros del mismo grupo
- b) Entre miembros de distintos grupos
- c) Entre miembros de distintos departamentos
- d) Entre la línea y el staff (grupos de asesores especialistas)

El propósito principal de la comunicación horizontal, es proveer un canal de coordinación y solución de problemas, evitando la necesidad de consultar a un superior común y lentitud en el proceso, además de brindar la alternativa de relacionarse con personas de diferentes grupos y áreas, lo que se hace muy importante para la satisfacción en el trabajo, en el grupo y en la Institución.

Una razón muy importante por la que surge la comunicación horizontal esta en el hecho de que los distintos departamentos en la organizaciones tienen muchas veces que relacionarse mutuamente para sacar un trabajo en común, es decir, existe entre ellos una interdependencia funcional y como se encuentran en el mismo nivel estructural, su comunicación es horizontal.

En lo que respecta a la Institución, esta herramienta de comunicación resultaría efectiva dentro del grupo denominado Consejo estudiantil, donde jefes de grupo de los distintos grados de una licenciatura dialogan, exponen y manifiestan sus inconformidades y puntos de vista para dar soluciones.

Lo más recomendable sería unificar estas inconformidades y propuestas para que puedan llegar fácil y directamente a la persona correspondiente, con la finalidad de llegar a un acuerdo común y

responder a las exigencias de los alumnos, manteniendo un orden y un ambiente académico adecuado así como optimizar y acelerar este proceso obteniendo mejores resultados.

1.2.6 Comunicación Formal

Es aquella en donde los mensajes siguen las vías oficiales dictados por la jerarquía y especificados en el organigrama de la organización. Por regla general, estos mensajes fluyen de manera descendente, ascendente u horizontal.

La comunicación formal se relaciona con el sistema expreso de normas que rigen el comportamiento, objetivos, facultades y responsabilidades de quienes laboran dentro del grupo organizado.

La comunicación formal en la Institución se da por medio de anuncios, memorando, carteles o correo directo, entre directivos, administrativos y alumnos.

1.2.7 Comunicación Informal

Es el intercambio de información que se establece entre las personas en una organización, independientemente de los puestos que ocupan en ella, sin seguir canales ni procedimientos establecidos formalmente. Cuando toca elementos de trabajo, sin tener la legitimidad de las autoridades correspondientes en esa área.

Este tipo de comunicación puede resultar de provecho, por lo que sería recomendable su aceptación como parte integrante y necesaria de la

vida organizacional, aprovechar la riqueza de sus canales y transformar su comunicación como apoyo, refuerzo y como una ventaja y no interpretarla como una amenaza.

En muchas ocasiones la información fluye de manera más rápida y efectiva por medio de las fuentes informales, además de cobrar mayor veracidad, es curioso, sin embargo es cierto, por lo que lleva a pensar en por qué no utilizarla como un medio de difusión más, si de cualquier manera este tipo de comunicación es inevitable y siempre existente, resultaría mejor manejarla con la información correcta. Esto podrá funcionar nombrando a una serie de individuos encargados de esta función e incentivándolos de alguna manera para que realicen satisfactoriamente esta actividad y se beneficien así ambas partes,

La mayoría de las veces cuando se habla de comunicación informal, la gente tiende a relacionarla con el rumor y por eso la consideran tan negativa. Realmente, la comunicación informal puede transmitir noticias y/o comentarios no dañinos a la organización e incluso, beneficiosos y normales.

El objetivo al fin sería no destruir estas las redes informales sino prestarles la atención que se merecen para que sus canales y la información que difundan no se conviertan en un problema.

1.2.8 Rumor

El rumor es muy común en las instituciones educativas, por lo que surge el interés de mantener una comunicación abierta y de confianza con los alumnos y los empleados, con el fin de evitar en su mayoría estas

situaciones o que al surgir estos sean denunciados con el responsable para darle solución inmediata al problema o confusión exhibida y eliminar estos rumores.

"El rumor tiene tres características principales; en primer lugar, honestidad y es controlado por la administración. En segundo lugar, la mayoría de los empleados lo perciben como más creíble y confiable que los comunicados formales emitidos por la administración superior. En tercer lugar, se utilizan en gran parte para servir los intereses personales de algunos integrantes dentro del mismo sistema".¹⁴

Los rumores no siempre son malos, también permiten a los administrativos identificar aquellos asuntos confusos que los integrantes de la Institución consideran importantes y causantes de conflictos o ansiedad. Se puede considerar como mecanismo de retroalimentación, sin embargo, es importante analizar el origen de estos y su flujo para impedir que se salga de control.

1.2.9 Barreras de la Comunicación

Es común y a veces inevitable que los mensajes no sean decodificados de la manera deseada o que se presenten ciertas barreras o interferencias al momento de intentar recibir el mensaje. Estas barreras pueden desarrollarse en el ambiente de forma física, cuando un compañero distrae tu atención, el claxon de un auto o hasta un insecto, o también se puede dar en las emociones del receptor, si se encuentra preocupado por un examen, si está distraído por desvelarse, entre otros.

Según algunos estudiosos de la comunicación existen tres tipos de barreras: las personales, físicas y semánticas.

Las barreras personales son interferencias que se manifiestan por las emociones, los valores, deferencias culturales, educativas, posición socioeconómica, u otros factores. En este tipo de barreras, el emisor puede diferir en opinión con el receptor creando de esta manera disgustos, conflictos, apatía, indiferencia y hasta negación a la comunicación y participación individual o grupal con la Institución. Por consiguiente la comunicación resulta más efectiva cuando las percepciones del emisor son similares a las del receptor.

Es importante tener y tomar en cuenta previamente a la comunicación con el receptor, sus intereses y apreciaciones tanto personales como del tema a discutir con la finalidad de lograr una mejor comunicación, más fluida, evitando ciertas discrepancias, obtener la atención del receptor y conseguir su aprobación, participación e integración.

Las barreras físicas son obstrucciones en la comunicación que ocurren dentro del ambiente o entorno en que se transmite el mensaje. Estas pueden variar según la situación, desde la distancia entre las personas, los muros, los micrófonos con mal sonido, la colocación del escritorio y los muebles, todo esto puede afectar la percepción de los visitantes atrayendo su atención o creando cierta negatividad a estos.

¹⁴ ROBINS Stepen P, Comportamiento Organizacional Teoría y Práctica, Editorial Prentice

Esto es muy común al emplear la técnica de puertas abiertas, ya que al crear un ambiente cómodo y facilitar el acceso al público crea satisfacción y confianza a las personas facilitando de manera considerable la comunicación positiva.

Entendemos a la semántica como la ciencia del significado. Casi toda la comunicación se transmite simbólicamente, es decir, mediante símbolos como palabras, imágenes y acciones que el receptor debe decodificar e interpretar.

En este tipo de barrera se encuentran varias limitaciones ya que ciertos símbolos suelen tener significados diferentes para otras personas teniendo como resultado malentendidos. Para esto es importante elegir los símbolos adecuados para el tipo de personas a quienes nos queremos dirigir, es lógico entender que ciertos términos técnicos de un médico no serán decodificados e interpretados de igual manera que para un arquitecto. También es común el uso de expresiones o palabras de personas que no son del estado, ciudad o país que pueden entenderlas con un contexto diferente.

1.2.10 Roles

Un rol es un conjunto de acciones que se esperan de una persona en actividades relacionadas con otros individuos. El rol refleja la posición del sujeto en el sistema social, con sus correspondientes derechos y obligaciones.¹⁵

Hall, México 1996.

¹⁵ DAVIS Keith, Comportamiento Humano en el Trabajo, Editorial Mc Graw Hill, México 2003, pág. 99.

El cumplir con los roles establecidos en nuestra área de trabajo es una labor indispensable para lograr en primera instancia los objetivos de la Institución, ya que los roles indican las labores del trabajador, y en segunda instancia, conservar una buena comunicación, pues si todos cumplen satisfactoriamente su trabajo no existirán barreras o ruidos en la comunicación y todo marchara correctamente.

En la Universidad Vasco de Quiroga, los administrativos deben cumplir con sus actividades establecidas o determinadas a cada uno de sus roles, pero también deben contribuir al buen funcionamiento de los roles de los demás, por ejemplo, una secretaria cumple con las diligencias asignadas por su director, pero también, tiene que informar a los demás departamentos y a los alumnos de los eventos, actividades u obligaciones que se deben cumplir, esto lo deberá de informar a la brevedad posible, ya que el retraso o retención de información puede ser el origen de un grave problema de comunicación y sobre todo de deficiencia en las funciones de los demás individuos de la Institución.

Es importante tomar en cuenta que ciertos individuos están guiados por sus percepciones de roles, es decir, la manera en que se supone que deben actuar en sus roles tanto ellos como los demás. Tomando el ejemplo anterior de los administrativos, estos tiene diversos roles por lo que deben ser muy flexibles para cambiar rápidamente de un rol a otro, así como tener especial atención en que los demás individuos reciban la información necesaria para continuar con las labores correspondientes, ya que en ocasiones se da por entendido que estas personas ya saben lo que deben hacer o que ya recibieron la información requerida sucediendo todo lo contrario, ahí se puede reflejar la importancia de la comunicación interna.

Así mismo resultan comunes los conflictos de roles, estos se dan cuando otros individuos tienen percepciones o expectativas diferentes del rol de una persona o esperan que un individuo se encargue de realizar ciertas tareas, siendo que a este no le corresponden, o también que no se encuentren definidos apropiadamente los roles repitiendo funciones o confiando en que otros las ejecutaran.

1.4 Participación

1.3 Motivación

La inclusión mental y emocional de las personas en situaciones de grupo, que los alienta a contribuir con los objetivos del grupo. "Las personas tienden a desarrollar ciertos impulsos motivacionales como resultado del ambiente cultural en el que viven, impulsos que afectan la manera en que consideran su trabajo y enfrentan la vida".¹⁶

Existen distintas clasificaciones de motivación, una de ellas es la motivación hacia el logro, son los impulsos que sienten algunas personas para buscar y lograr sus objetivos, estos logros tienen fines de realización profesional y personal.

Para este tipo de motivación es trascendental darle seguimiento a este tipo de estudiantes con el fin de que sientan el apoyo y la identidad con la universidad al concluir sus objetivos.

Otro tipo es la *motivación hacia la afiliación*, este se refiere al impulso que sienten las personas de relacionarse socialmente. En este caso los individuos motivados hacia la afiliación trabajan mejor si se les felicita por sus actitudes favorables y su cooperación. Este tipo de motivación

¹⁶ Op. Cit.

suele producir un ambiente de trabajo cooperativo, en el que los empleados disfrutan de trabajar juntos, sin embargo a diferencia de la motivación hacia el logro, estos suelen tener dificultades para asignar tareas que representen retos, dirigir las actividades laborales y vigilar la eficacia en el trabajo.

1.4 Participación

"La participación es la inclusión mental y emocional de las personas en situaciones de grupo, que los alienta a contribuir con los objetivos del grupo y a compartir la responsabilidad por tales objetivos".¹⁷

La participación también alienta al uso de la creatividad de todos los individuos así como al incremento de la motivación, pues ayuda a que los empleados entiendan y aclaren su función para el cumplimiento de los objetivos.

El tomar en cuenta las habilidades y las aportaciones que cada individuo pueda ofrecer a la Institución es un factor determinante en lo que refiera a la integración y la identidad institucional, los estudiantes manifestarán mayor interés a participar si se les toma en cuenta y se les incentive por ello.

Para optimizar la participación se deberá tener en cuenta el tiempo; se requiere tiempo para la participación antes de actuar, es decir, tener un plan de trabajo, tomando en cuenta los horarios de los participantes para poder laborar sin presión.

¹⁷ Op. Cit.

También tener especial cuidado en no interferir con las demás actividades de los individuos, ya que no pueden participar al grado de descuidar sus actividades normales.

El tema de la participación debe ser relevante y atractivo para los individuos, de no ser así se sentirán obligados o lo verán como más trabajo. La comunicación debe ser libre y abierta, para que las ideas fluyan y no se lleguen a crear barreras que interfieran con los objetivos.

La participación deberá ser libre, a conciencia e iniciativa propia de los individuos, de manera que no sea una obligación o molestia para ellos. Pues de esa forma se dificultaría el trabajo.

Algunas personas desean la participación más que otros, por lo que es conveniente realizar una evaluación de los aspirantes para integrar un equipo de trabajo con aspiraciones y metas en común, facilitando de esta manera el éxito de los objetivos, sin embargo, siempre hay que tener las puertas abiertas a cualquier persona interesada en participar.

"Nuestros prejuicios son lo que nos impide esperar lo mejor de otros. Si esperamos mediocridad de las personas, justamente eso vamos a conseguir; pero si esperamos genuinamente lo mejor de cada uno, nos sorprenderá ver cuan a menudo la gente se esfuerza para alcanzar nuestros estándares. Goethe, filósofo alemán decía: "trata a la gente como si fueran lo que deberían ser y estarás ayudándolos a convertirse en aquello que son capaces de ser".¹⁸

¹⁸ MENDIZABAL Lucia, *Change Management*,

<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/59/reglasdeorocom.htm>

1.5 Desarrollo de grupos

Los grupos se forman cuando dos o más personas perciben o creen que algo se puede lograr por medio de la acción conjunta de varias personas, y no por la acción individual.

De entre las muchas variables que influyen en la decisión de una persona de unirse a un grupo, las siguientes son las más comunes: atracción hacia personas miembros del grupo (atracción interpersonal), dedicación a las metas del grupo, disfrute de las actividades del grupo, necesidad de afiliación y percepción de la posibilidad de mediación del grupo.

"La atracción interpersonal es una de las razones más importantes para unirse a un grupo. Cuando un individuo descubre que los miembros de un grupo son atractivos, el grupo le resulta atractivo también".¹⁹

La atracción interpersonal recibe la influencia en varios factores, como la proximidad, atracción física, la semejanza y la percepción de la capacidad ajena.

La proximidad es una oportunidad para que los individuos sepan más acerca de los otros. En ocasiones descubren cosas acerca de estos otros que los hacen atractivos, como la similitud y la capacidad intelectual.

La semejanza de actitudes, el status socioeconómico, la edad, sexo, raza y las características de la personalidad son factores poderosos que determinan la atracción interpersonal.

¹⁹ FERNANDEZ Collado Carlos, "La com. Humana. Ciencia Social", Mc Graw Hill, pág. 73.

Otro factor que influye en la unión de grupos es que se persigan los mismo fines, de este modo, un individuo suele unirse a un grupo en particular por estar de acuerdo con las metas del grupo o porque le agradan las actividades que realizan los miembros del grupo.

1.6 Retroalimentación

Podemos comprender a la retroalimentación como el mensaje que indica el nivel de entendimiento entre dos o más personas en respuesta a un mensaje, es decir, la retroalimentación es la comunicación que el receptor envía al emisor ya sea de forma verbal o no verbal, indicándole si entendió o no su mensaje.

"La retroalimentación, como cualquier flujo de comunicación, se presta a distorsiones y de ahí que deba aprender qué, cómo y cuándo retroalimentar."²⁰

El mayor obstáculo que presenta la retroalimentación es la resistencia de la gente a recibirla, a este factor se le denomina defensividad, el cuál consiste en tomar una posición no receptiva a la retroalimentación.

Toda retroalimentación transmitida adecuadamente debe tener los siguientes efectos:

Primero debe mejorar la transmisión de lo que se comunica, dado que las personas involucradas en el acto comunicativo van verificando si están comunicando lo que desean comunicar.

²⁰ MARTINEZ de Velasco Alberto, "Com. Org. Práctica. Manual Gerencial", Trillas México 1998

En segundo debe reducir la distorsión o aumentar la precisión de lo que se comunica a través de una constante verificación y reorientación, en caso de existir errores.

Y por último, facilitar el proceso de aprendizaje. Gracias a la retroalimentación la gente sabe lo que hizo bien o hizo mal y cómo corregirlo.

Estos son los tres efectos fundamentales de la retroalimentación que si no cuidamos su proceso y seguimiento correctamente, pueden ser obstaculizados por el receptor con una actitud defensiva y provocar una insatisfacción con los mensajes transmitidos, por eso se recomienda, proporcionar un espacio de retroalimentación ordenada y frecuente para que los receptores no se sientan limitados a interactuar, propiciar la retroalimentación tanto positiva como negativa, esto con el propósito de saber si se están transmitiendo bien o mal y si son claros y bien dirigidos los mensajes en la Institución.

1.6.1 Importancia de la Retroalimentación

Como ya se menciono anteriormente la retroalimentación juega un papel central en el proceso de la comunicación ya que sin ella no habría garantía de que se haya logrado la comunicación. "El poder observar la reacción del receptor al mensaje de la fuente constituye un factor fundamental a fin de poder evaluar si el propósito u objetivo de la comunicación fue alcanzado o no, así como el grado en que ésta se logró".²¹

²¹ MARTINEZ de Velasco Alberto, "Com. Org. Práctica. Manual Gerencial", Trillas México 1998.

En las instituciones educativas, la retroalimentación, es la base del buen funcionamiento de esta, ya que así se pueden identificar las fallas en el flujo de mensajes, barreras, su aceptación, efectividad y la participación de estudiantes y empleados, por lo que se recomienda dar un seguimiento a la transmisión de mensajes, no solo restringirse a imprimir y colocar los anuncios, sino asegurarse de que estos hayan sido recibidos, entendidos, aceptados, aplicados y retroalimentados, con este proceso se puede asegurar una efectividad en el logro de objetivos.

1.7 Relaciones Públicas

El poder relacionarte con los diversos públicos de una Institución, mantener buena comunicación, buena amistad, tomarlos en cuenta, escuchar sus opiniones, motivarlos y hacerlos sentir parte de la Institución es uno de los objetivos de las relaciones públicas, por lo que a continuación mencionaré algunas definiciones y funciones.

John Marston expone que "las Relaciones Públicas son la función gerencial que evalúa las aptitudes públicas, identifica las políticas y procedimientos de una organización con el interés público y ejecuta un programa de acción (y comunicación) para ganar aceptación y entendimiento públicos".²²

²² MARSTON John E. Relaciones Públicas Modernas, Edito. Mc Graw Hill, México 1981.

Andrés Samper dice que "las Relaciones Públicas son un sistema eficaz de comunicación con todas las zonas de opinión, que preserva y difunde ante ellas el buen nombre y prestigio de una empresa o entidad, asegurando su campo de influencia o ensanchando su radio de acción."²³

1.7.1 Relaciones públicas internas.

"Los tres objetivos fundamentales de las Relaciones Públicas son: establecer y evaluar la opinión pública. Asesorar a los directivos sobre la forma de manejar la opinión pública en sus diferentes aspectos. Emplear medios de comunicación adecuados para influir sobre la opinión pública"²⁴.

La función esencial de las Relaciones Públicas es comunicar y esta comunicación no sólo se da por medio de las palabras, es la que se encarga de generar los nexos y lograr la cooperación con los diferentes públicos.

Estas comunicaciones se caracterizan por ser de doble vía. Las Relaciones Públicas no tendrían sentido si se limitaran a hacer y a hablar, sin preocuparse de lo que la gente dice, piensa o quiere. Serían un esfuerzo que no cumpliera las necesidades o expectativas de sus públicos.

Es de vital importancia considerar que el personal no sólo es un recurso. Por eso se deben establecer canales de comunicación adecuados que permitan una retroalimentación que informe tanto de las necesidades de los grupos objetivos como de las percepciones que ellos tienen sobre

²³ SAMPÉR Andrés, citado por Estrada Mesa, PEDRO. Algunas Nociones sobre Relaciones Públicas. Medellín. 1964. p55. Tesis (Economista). Universidad de Antioquia. Facultad de Ciencias Económicas. p4.

²⁴Ibid, p.24.

la Institución y a partir de esto buscar formas integración y participación.

1.7.1 Relaciones públicas internas

Las relaciones públicas internas, o sea las que se establecen entre los directivos y los empleados, buscan una comunicación recíproca y efectiva ente ambos, que pueda lograr que el personal de la organización colabore y este satisfecho con ella y, por tanto, sus actitudes hacia la empresa sean positivas mediante la aportación de todo su apoyo.

Las actitudes favorables del personal hacia la organización son indispensables para que ésta pueda lograr sus objetivos.

Otro factor que resalta la importancia de las relaciones públicas es el hecho de que éste último es un importantísimo transmisor de la imagen de la organización hacia otros públicos, a quienes lógicamente transmitirá la misma imagen que él reciba.

Es de vital importancia considerar que el personal no sólo es un recurso más, sino que, la Institución está compuesta por seres humanos que buscan satisfacer sus necesidades a través del trabajo aunque estas sean de diversa índole y tratar de satisfacerlas es una de las responsabilidades sociales de la Institución.

Además es indispensable mostrar interés por el personal y deberá ser auténtico y no simulado. Para mostrarlo se deberá promover que los empleados emitan sus opiniones y puntos de vista, manteniendo con ello fuentes de comunicación fluidas, incluyendo entrevistas con el personal siempre que lo solicite, encuestas de opinión, buzones de sugerencias, etc.

Hay ocasiones en que resultan problemas dentro de la Institución, estos son reportados y posteriormente se tratan de resolver; la Institución no deberá conformarse con oír y conocer los problemas que aquejan a sus recursos humanos, sino que deberá preocuparse por tomar acciones inmediatas tendientes a lograr su solución.

"Es típico encontrarse con personas que creen ser buenos comunicadores porque hablan bien. La mayoría creemos que lo que tenemos que decir es más importante que lo que tenemos que escuchar, creemos que al decir las cosas claras y concisas nos comunicamos perfectamente. Pero entonces, ¿por qué escuchamos la frase "no me entienden" con tanta frecuencia? Es muy simple: un buen comunicador sabe escuchar. Usted será capaz de trasladar su mensaje porque primero dejará que el mensaje de la otra persona le llegue, usted sabrá qué decir porque ha escuchado lo suficiente para saber cómo influir sobre la otra persona. Pero también porque cuando usted escucha hace que la otra persona se sienta mejor acerca de si misma, acerca de usted y acerca de los mensajes que reciba después."²⁵

²⁵ MENDIZABAL Lucia, *Change Management*,
www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/59/reglasdeorocom.htm

1.8 ¿Por qué una Estrategia de Comunicación Interna?

Sin un adecuado flujo de comunicación interna, los individuos que forman parte de la Institución no podrán desarrollar sus actividades correctamente y ello repercutirá en el logro de los objetivos de la misma, por esto es indispensable planear estrategias de comunicación que optimicen la transmisión de los mensajes y aseguren su efectividad.

"Una estrategia de comunicación interna permitiría el desarrollo de un sistema comunicativo confiable para compartir los planes, los problemas y los logros de la Institución. Una estrategia de comunicación que además de potenciar las relaciones interpersonales posibilitaría a sus trabajadores y trabajadoras orientarse hacia lo que sucede en momentos en que los cambios pueden parecer arbitrarios o violentos; también es importante que ellos y ellas puedan cuestionar lo que sucede y se sientan escuchados y escuchadas en un ambiente democrático interno".²⁶

Una comunicación interna efectiva y bien gestionada permite inspirar la acción, da a conocer y entender los objetivos, apoya el progreso hacia la cultura deseada y asegura que todos los empleados de la organización hayan entendido la misión de la misma.

Coordina los esfuerzos de todos para alcanzar las metas, asegura la coherencia de dichos esfuerzos y facilita los procesos de toma de decisiones. Crea el entorno adecuado, motiva al personal y evita al máximo posibles distracciones e interrupciones.

²⁶ ÁLVAREZ Karen, Coordinadora de la Unidad de Comunicaciones de la Fundación de Estudios para la Aplicación del Derecho (FESPAD), El Salvador, 2005, www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n32/Kalvarez.htm

Impulsa el conocimiento en toda la organización provocando el aprendizaje y la innovación, a través del intercambio de ideas y prácticas en el ámbito interno y con los directivos, administrativos, profesores, alumnos, etc.

Además de favorecer el desarrollo del talento, creando más oportunidades de desarrollo y aprendizaje a través de una comunicación clara y estimulando el intercambio de conocimiento. También facilita el cambio, reduce el grado de resistencia, incrementa el nivel de compromiso y fomenta la adaptación a nuevas situaciones.

Las principales barreras que suelen entorpecer los procesos de comunicación interna en las organizaciones están relacionadas con la falta de formalización de los procesos de comunicación.

No existen reglas ni políticas sobre dichos procesos o las que existen son inadecuadas. Por lo regular predomina el rumor sobre los medios o redes formales de comunicación.

La sobreabundancia de información es otro factor de ruido en la comunicación efectiva ya que la tecnología ha acelerado este proceso de mandar, recibir y buscar información. El problema puede residir en la falta de educación de los usuarios, que no utilizan de manera eficaz las herramientas, siendo un problema generalizado que puede suponer una gran pérdida de tiempo y un aumento del estrés, en particular en las funciones directivas, o también en la falta de organización de los administrativos al difundir la comunicación, pueden mezclar información de distintas áreas prestándose a confusión o dificultades en la decodificación.

La escasa involucración de los líderes en el proceso de comunicación y como impulsores de la comunicación en toda la organización puede estar relacionada con la falta de motivación por parte de los directivos o de la Institución.

"Las organizaciones son sistemas sociales abiertos y complejos que obtienen energía de cambio, tanto de sí mismos como del entorno, a través de las interacciones que se establecen en su interior y entre ellas. La interacción se desarrolla a través de relaciones personales e institucionales; en la medida en que la comunicación sea efectiva, la interacción lo será también".²⁷

La importancia de las labores de cada individuo relacionado con la generación y transmisión de mensajes en la Institución, es de suma relevancia, ya que es la fuente de origen de estos y depende de él que los mensajes lleguen con éxito a los receptores y mantener una relación directa con ellos ya que esto logrará un mayor acercamiento entre los individuos y a propiciar la retroalimentación.

1.8.1 La necesidad de la comunicación al interior de la organización.

La mayoría de nuestros actos cotidianos son actos de comunicación y gracias a estos nos podemos relacionar con los demás individuos o grupos que integran el entorno donde nos desarrollamos y poder cumplir distintos fines.

²⁷ BONILLA Gutiérrez Carlos, "La Comunicación función básica de las relaciones públicas", Editorial Trillas, México 1988.

En la medida en que las relaciones de comunicación se tornen más complejas, surge la necesidad de contar con medios de comunicación más adecuados para poder cubrir el nivel de desarrollo de esas relaciones, por eso, el producir un avance y una buena efectividad en la comunicación interna requiere de apoyar el desarrollo de una cultura que favorezca la comunicación y el intercambio de conocimiento, es decir, que exista un seguimiento en el proceso para que no se pierda.

La clave está en evolucionar hacia una cultura de tipo integrativa, donde todos los integrantes de la organización se sientan partícipes y parte fundamental de la Institución, además de que cada uno entienda la importancia de la comunicación y del intercambio de conocimiento como factores clave del éxito de su propio desarrollo.

En toda Institución es importante el "clima organizacional", éste se refiere al ambiente existente entre los miembros de una organización, y está estrechamente ligado al nivel de motivación de los empleados e indica aquellos aspectos de la organización que desencadenan diversos tipos de motivación entre sus miembros.

El clima organizacional es favorable cuando proporciona la satisfacción de las necesidades personales y la elevación moral de los miembros, y desfavorable cuando la motivación es escasa ya sea por frustración o por impedimento de la satisfacción de las necesidades, si es así, entonces sobreviene la apatía, el desinterés y el descontento hasta llegar a grados de inconformidad, rechazo, etc.

"Las comunicaciones internas colaboran a crear compromiso de parte de sus integrantes y la cohesión de los valores que forman parte de la cultura. Se trata de poner a disposición de los empleados aquella información que puede ser de utilidad para su gestión y favorecer la participación".²⁸

De esta manera sabemos que el proceso de comunicación conlleva una serie de elementos, sin embargo, se puede decir que las palabras claves son integración y comunicación, aprovechar y explotar las cualidades que estas herramientas nos ofrecen es responsabilidad de todos, maestros, directivos, administrativos y alumnos, ya que todos somos y formamos la Institución y juntos podemos lograr los objetivos deseados.

²⁸ Di FONZO María Alejandra, La comunicación en la empresa como función estratégica, 2005, Disponible en: <http://www.arearh.com/psicologia/cfestrategica.htm>

Capítulo 2

Puesto que este diagnóstico se refiere a la Universidad Vasco de Quiroga, es necesario conocer acerca de su origen, misión, visión, valores, forma y herramientas de trabajo, con la finalidad de obtener una referencia de las funciones y objetivos de comunicación de la Institución así como de poder contrastarlos con los resultados del diagnóstico y elaborar una propuesta para optimizar la comunicación en la UVAQ.

2.1 Universidad Vasco de Quiroga "UVAQ"

Se tiene registrado que la Institución educativa fue fundada en 1979 bajo el nombre de Instituto de Estudios Superiores Vasco de Quiroga (IESVAQ). Desde su origen se definió su perfil como una Institución no lucrativa y se buscaba regirse bajo los principios de autonomía, libertad de cátedra, investigación, extensión y justicia social. En el mes de Septiembre del año de 1979 se iniciaron los cursos de las primeras carreras; Contaduría Pública y Administración de Empresas.

A partir de 1980 inicia una nueva etapa de crecimiento y desarrollo, en Septiembre de ese año abre sus puertas la escuela Preparatoria de Morelia.

En 1982 ingresa la primera generación de Arquitectura y en 1983 comienza la Licenciatura en Psicología.

En 1990 se implementan nuevos programas de estudios a nivel licenciatura incluyendo Ciencias de la Comunicación y Sistemas

Computacionales. Se crean además las extensiones de nivel Preparatoria en Tacámbaro y Cd. Hidalgo.

El Instituto Tecnológico y Estudios Superiores de Occidente (ITESO) colaboran y respaldan al IESVAQ para ofrecer la maestría en Desarrollo Humano, posteriormente la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla UPAEP otorgó también apoyo para la implementación en la Maestría en Administración.

En el año de 1991 inician los cursos para las Escuelas de Filosofía y Comercio Internacional y se amplían los programas académicos: se abre un Diplomado en Desarrollo Personal, en Filosofía Educativa, uno en Finanzas Empresariales y otro en Impuestos.

En Marzo de 1992 se inaugura el primer edificio del Campus Universitaria ubicado en el mirador natural de Santa María de Guido.

En el mes de Abril del mismo año, las autoridades Educativas encabezadas por el Lic. Marco Antonio Aguilar Cortés y el Secretario de Educación en el Estado, autorizan el cambio de Instituto de Estudios Superiores Vasco de Quiroga a lo que hoy se conoce como Universidad Vasco de Quiroga; por lo tanto tiene 17 años de establecida en la ciudad de Morelia.

Esta evolución fue acompañada de nuevas opciones educativas, se dio apertura a la Licenciatura en Diseño Gráfico, la Preparatoria Tecnológica y una extensión más del Bachillerato, ahora en la ciudad de Pátzcuaro, Michoacán.

En 1995 se dio inicio a la construcción de un segundo edificio también ubicado en el Campus Santa María, en el cuál alberga ya a los estudiantes de algunas licenciaturas que funcionaban en el campus Santo Tomás Moro (antes Taximaroa). En el año 2000 se inició el tercer edificio para las licenciaturas en el mismo Campus Santa María. En el 2003 se concluyó la segunda etapa del edificio C.

La UVAQ tiene la característica de ser la primer universidad privada en la ciudad de Morelia, en esa época prevalecía una universidad pública de gran tradición y peso político, la UMSNH. Eran tiempos de cambio sobre todo en la población joven que crecía, la Universidad Michoacana no podía darse abasto sola y de alguna manera esto influenció para que las autoridades vieran con buen agrado la instauración de una universidad privada.

2.2 Misión, objetivos y filosofía

La Universidad Vasco de Quiroga busca formar hombres capaces de llevar a cabo las soluciones a los problemas que aquejan a la sociedad, a través de una preparación profesional y un alto espíritu de servicio.

La misión de la Universidad se basa en:

"Formar personas integralmente, inspirados en el humanismo católico de Don Vasco de Quiroga para que sean agentes de cambio en beneficio de la sociedad".

La UVAQ pretende favorecer el desarrollo completo del ser humano a partir de un conjunto de valores humanos y cristianos.

El lema de la Institución es: "EDUCAR EN LA VERDAD"

La Universidad cuenta con una filosofía que se establece considerando a la Institución como una verdadera comunidad académica unida en la búsqueda constante de la verdad y el bien como aspiraciones supremas del hombre, y base de una sólida formación humana, científica y técnica. Los valores institucionales que sustentan su filosofía son: el amor, el bien, la verdad, la libertad, la dignidad humana, la solidaridad y la congruencia.

Como en toda Institución se necesitan herramientas de comunicación para mantener informados a sus públicos de lo que pasa dentro y fuera de esta, para ello la UVAQ hace uso de los siguientes medios:

2.3 Publicaciones

Internas

- Periódico **Létere**, que se publica mensualmente y es el órgano oficial de la Universidad. Lo coordina el área de Difusión.
- Revista **Biblos**, de la Escuela de Ingenieros Industriales.
- Revista **Penseur**, de la Escuela de Derecho.
- **Cable UVAQ**, es de edición semanal con actividades de las distintas áreas. Lo puedes consultar cada lunes en la página Web o recibirlo vía e-mail.

- **Buzón UVAQ**, instalados en todos los edificios del Campus, están a disposición para que los estudiantes hagan llegar sus comentarios, sugerencias, quejas o dudas.
- **Periódicos murales**, se encuentran en todos los edificios y contienen información diversa.

Externos

- Revista **Presencia**, cuyas publicaciones son con carácter de investigación.
- Columna UVAQ en El Sol de Morelia, la coordina el área de Difusión.
- **Cable UVAQ Radio**, tiene como objetivo es difundir el quehacer universitario de la UVAQ en todos los sus niveles y estructuras, así como su vínculo con el exterior y las propuestas que se generen para una mejor sociedad.
- **Página Web:** www.uvaq.edu.mx. La cuál contiene los siguientes servicios los siguiente servicios:
 - Programa de Chat
 - Asignación de e-mails por alumno
 - Checar las calificaciones de manera confidencial
 - Conocer a los Exalumnos UVAQ de otras generaciones
 - Ingresar a otras bibliotecas o sitios de consulta e investigación

- Revisar las actividades programadas por mes o por semana
- Trámites para titulación
- Requisitos para liberar el servicio social
- Eventos
- Noticias
- Logros

2.4. Estructura Organizativa

El funcionamiento de la Universidad Vasco de Quiroga se rige por diversos departamentos que por sus actividades, funciones específicas y en conjunto, se logran satisfactoriamente tanto los objetivos como la misión de la Institución.

Para que estos departamentos funcionen correctamente se necesita en principio que cumplan con cada una de sus actividades específicas y generales así como la colaboración con las diferentes secciones, todo esto necesita de una herramienta esencial la cuál con mayor importancia debe fluir y realizarse adecuadamente "la comunicación".

Para identificar y conocer el funcionamiento y actividades de los diversos departamentos que conforman la UVAQ se describirán de manera muy general:

Sus actividades son supervisar y coordinar el departamento de recursos humanos, contabilidad, tesorería, finanzas, y el departamento adquisiciones e inventarios. Coordinar actividades administrativas de la Institución, supervisar la correcta aplicación de recursos financieros, así como coordinar y supervisar el desempeño de los recursos humanos.

Rectoría.

M. Ing. Roberto E. Suárez Reyes.

Sus funciones generales son dar solución y seguimiento a los asuntos internos y externos de la universidad, atención al personal académico y administrativo, reuniones con las diferentes áreas de la Institución incluyendo la secretaria académica, reuniones con junta directiva y de Gobierno, y atención al público en general que solicite.

Secretaría Académica.

Lic. Héctor Hernández Sandoval

Entre sus funciones esta supervisar y coordinar los departamentos que están a su cargo, entre ellos están, las direcciones de las licenciaturas, le centro de idiomas, departamento de docencia, orientación educativa, sistema de educación a distancia y el departamento de formación, vinculación y educación continua. Así como planear, autorizar y promover cursos y diplomados a través de vinculación y educación continua. Además de coordinar y supervisar actividades de integración con los departamentos de deportes, difusión e imagen, formación y pastoral.

Secretaría Administrativa.

Lic. José de Jesús Zenil Nogueira.

Sus actividades son supervisar y coordinar el departamento de recursos humanos, contabilidad, tesorería, finanzas y el departamento adquisiciones e inventarios. Coordinar actividades administrativas de la Institución, supervisar la correcta aplicación de recursos financieros, así como coordinar y supervisar el desempeño de los recursos humanos.

Coordinación de Docencia.

Lic. Martha Patricia Jiménez Martínez

Dentro de las múltiples funciones que realiza esta coordinación se realiza: Aplicación de evaluación a docentes, apoyo en la captura de información relacionada con evaluaciones a docentes, cursos, capacitación a docentes y colaboración en promoción de cursos, apoyo en logística en los cursos, reproducción y registro de material didáctico, establecer contacto con miembros de la UVAQ, proceso de selección docente, acompañamiento pedagógico a docentes, asesoría, desarrollo del modelo educativo UVAQ así como apoyo al programa SEDUVAQ y a la Facultad de Psicología.

Orientación Educativa.

Lic. Norma Karina Ávila Huerta

Su objetivo general es promover el desarrollo y enriquecimiento personal de los alumnos a través de programas y servicios encaminados a complementar su formación humana y profesional.

Este departamento es responsable de todo el proceso de admisión en general y de su aplicación en lo particular, así mismo pretende implementar proyectos de investigación no formal, coordinación e integración en los talleres de desarrollo humano, aprender a aprender, matemáticas, ortografía, entre otros, los cuáles son organizados a lo largo del semestre. Así como la orientación vocacional y profesional, asesoría psicológica breve y apoyo pedagógico.

Formación.

L.F. Enrique Rangel Guerrero.

Encargado de organizar eventos en materia de Formación, vinculación con otras áreas de la Institución, esta involucrado en la elaboración de manuales de materias formativas además de la coordinación de materias en el área formativa.

Coordinador de Difusión e imagen e Imagen Universitaria.

Lic. Francisco Javier Pérez Rodríguez.

Responsable de la coordinación de la imagen institucional, difusión institucional, organización, logística e imagen de eventos, así como la dirección de medios de comunicación UVAQ, además promueve la cultura y pone en contacto a la comunidad universitaria con las diversas manifestaciones en este ámbito.

Las expresiones artísticas o talleres disponibles son teatro, danza jazz, grupo coral, hawaiano, tahitiano, danza oriental, entre otros.

Relaciones Públicas.

Lic. Ma. De los Ángeles Pérez Torres.

Sus diligencias específicas son mantener y coordinar las relaciones internas, la comunicación interna, atención y recepción de visitantes y supervisar y coordinar el protocolo de eventos institucionales. Este departamento esta vinculado directamente con Difusión e imagen e Imagen Universitaria.

Servicio Social y Becas.

L.A.E.T. Claudia Annette Martínez Rosiles.

Dentro de sus funciones generales coordina el trámite y solicitud de becas SEP y UVAQ, trámite para realizar servicio social oficial, trámite para realizar el servicio social y el servicio interno UVAQ, además de contar con Bolsa de Trabajo.

Pastoral.

Coordinador de Pastoral Lic. Sergio Alberto Pérez Lucio.

Dentro de los objetivos generales de este departamento esta encargado de la difusión filosófica humanista de inspiración cristiana y de Don Vasco de Quiroga en la comunidad universitaria, propiciar espacios para la reflexión y el diálogo Fe-Cultural, impulsa a actividades para el crecimiento espiritual y apostólico, así como promover el encuentro y diálogo constante de los diversos grupos, instancias y sectores que componen la universidad.

Las actividades coordinadas por este son; ejercicios espirituales, retiros, grupos fe-cultura, el consejo de vida universitaria, actividades de ayuda comunitaria, celebraciones religiosas, conferencias y talleres de crecimiento personal espiritual.

Programa Impulsa.

Ing. Manuel Mendoza Contreras.

Coordina cada año el programa IMPULSA y convoca a los alumnos de las instituciones educativas de preparatoria y universidad UVAQ para que participen con la creación de sus propias empresas y competir en distintas categorías con estudiantes de otras instituciones.

Deportes. Servicios al Comercio Exterior.

Jefe de Departamento. Martín Castro Nieves.

(Entrenador fútbol femenino) de consultoría e información en Comercio Fútbol Varonil. Osvaldo Castro Nieves. profesores, diversos profesionistas, Básquetbol. Héctor López Esteban. Su misión es fomentar la cultura Voleibol. María del Carmen Rangel Tapia. esa de la región, con el objetivo Acondicionamiento físico. Alberto Pedraza. ados internacionales.

Su objetivo principal es fomentar la cultura del ejercicio físico, como medio formativo, creando un ambiente de gozo y desarrollo personal. de Existen diversas disciplinas como son fútbol rápido, básquetbol, voleibol, natación, atletismo, etc. así como los talleres y cursos de actualización particularmente la que busca para el exportador.

Enfermería.

Sistema de Educación a Distancia SEDUYAQ.

Enf. Ma. De Lourdes Rangel Márquez.

Encargada de otorgar primeros auxilios, toma de presión arterial, pruebas de glucosa, curaciones y aplicación de inyecciones. para brindar los servicios de educación a distancia. Su objetivo es responder a las necesidades actuales de las sociedades que buscar satisfacer

Centro de Información. zaje continuo y de calidad a través del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Margarita Santoyo Gaona.

Encargada de los programas de estudio y orientación sobre trámites de admisión, servicios deportivos, artísticos y culturales, información sobre becas, directivos y ubicaciones, información para nuevo ingreso tanto a licenciaturas como a postgrados.

Centro de Servicios al Comercio Exterior.

L.C.I. Lisseth Govea Dueñas.

El CSCEZ es un Centro de consultoría e información en Comercio Exterior, que atiende a estudiantes, profesores, diversos profesionistas, micro y pequeños empresarios. Su misión es fomentar la cultura exportadora en la micro y pequeña empresa de la región, con el objetivo de integrarla competitivamente a los mercados internacionales.

Sus servicios son; asesoría, capacitación e información sobre aspectos de comercio exterior, apoyo técnico para elaborar proyectos de exportación, consulta en información empresa, bibliográfica, hemerográfica e Internet, así como los talleres y cursos de actualización particularmente la guía básica para el exportador.

Sistema de Educación a Distancia SEDUVAQ.

Ing. Juan Carlos Guzmán Cedeño

SEDUVAQ es un sistema implementado por la universidad para brindar los servicios de educación a distancia. Su objetivo es responder a las necesidades actuales de las sociedades que buscan satisfacer requerimientos de aprendizaje continuo y de calidad a través del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Los programas que se ofrecen son; licenciatura en Derecho, licenciatura en Filosofía, Postgrados y Diplomados.

Coordinación de Postrados.

Psicología: Ma. Inés Gómez del Campo del Paso

Administración: Lic. Javier Muñoz Orozco

Comunicación: Lic. Francisco Jesús Ortiz Alvarado

Encargados del control de postgrados en sus respectivas áreas, capacitación de alumnos, contratación de personal académico, evaluación de catedráticos, logística, control de horarios, supervisión y asesoría de tesis, coordinación en los procesos de titulación, coordinación de la feria del libro y supervisión de pagos a catedráticos de postgrado.

Centro de Idiomas CEDI-UVAO.

Lic. Lucila Escandón Kupersmith.

Aplicación, supervisión y coordinación de la enseñanza del idioma inglés, francés, italiano y alemán, proporcionar información y aplicación de examen TOEFL, así como fungir como centro de asesoría educativa para el gobierno de los E.U.

Coordinación de Servicios de Cómputo.

Jefe de departamento de Servicios de Cómputo.

Lic. Gabriel Nava Vázquez

Sus funciones como jefe de departamento son la coordinación general de los laboratorios de cómputo, administración del sitio Web, correo electrónico y la red de datos, además de ser el responsable de los sistemas de cómputo administrativos.

Jefe de departamento de Cómputo Académico. L.S.C Cuauhtemoc Arriaga García.

Es el encargado de la asesoría para el manejo de programas de computación, encargado del acceso a los laboratorios, impresión de archivos diversos, respaldo de información en cd, además de coordinar las materias departamentalizadas.

Coordinador de laboratorio de Cómputo.

Ing. Araceli Ceja Lemus

T. Margarita Villanueva Álvarez

Ing. Gerardo Zavala

L.C.S Miguel García Gonzáles

Sus funciones están más dirigidas hacia los alumnos, como la asignación de horarios de uso de los laboratorios, asistencia y asesoría, mantenimiento de los equipos del laboratorio, revisión del sistema de red interno e Internet y el servicio de impresión para los alumnos.

Servicios de Intendencia y Vigilancia.

Supervisor y Coordinador. Gabriel Blancas Álvarez.

A manera general sus diligencias se enfocan en coordinar la vigilancia e intendencia de la UVAQ, apoyo logístico en eventos, reservado de auditorios, salón de juntas y espacios múltiples así como el préstamo de material didáctico.

Coordinación de Finanzas.

Jefe del departamento. M.A. Fco. Javier Palomares Vahugán.

Este departamento coordina tres áreas contabilidad, tesorería y recursos humanos.

Entre sus funciones principales está controlar los recursos tanto ingresos como egresos, coordinar y supervisar los tres departamentos ya mencionados.

Tesorería.

Jefe del departamento. Lic. Ma. Rosario Gálvez Helú.

Este departamento se encarga de la revisión de cajas de pago de los planteles, realizar depósitos bancarios, llevar el control de recibos e ingresos, expedición de recibos y control de donativos, atención a los alumnos y padres de familia en cuestión de pagos.

Cajas.

Martha Gabriela Arteaga Origen.

Realiza la entrega de fichas de pago, cobro de; colegiaturas, de inscripciones, exámenes extraordinarios, constancias de estudio o memorandos de calificaciones, recepción de facturas y pago a proveedores.

Adquisiciones e Inventarios.

C.P. Ma. Elena Cadena Zamudio.

Encargada de atención a proveedores, control e inventario de materiales, realizar compras y adquisiciones.

Centro de Atención Psicológica.

Directora. L.P. Aída Angélica Cortés Fernández.

El CAP esta dirigido a los sectores de la población más vulnerables. Sus principales funciones y actividades son realizar valoraciones psicológicas a niños, adolescentes, adultos y adultos mayores, valoración a parejas y familias, valoraciones vocacionales, terapia del lenguaje, apoyo psicológico y psicoterapia a niños, adolescentes y adultos, grupos de desarrollo humano para niños, adolescentes y adultos, talleres vivenciales para empresas, escuelas y demás instituciones, atención médica privada a bajo costo para pacientes del CAP, asesoría legal a bajo costo para pacientes del CAP.

Dirección de la Facultad de Psicología.

Lic. En Psic. Hilda Leticia Del Toro.

Secretaria. Alejandra Corona Cruz
Sus funciones generales son atender las necesidades del los alumnos y docentes, elaborar planes de estudio y estrategias de desarrollo, realizar diversas actividades administrativas, así como impartir algunas materias académicas.

Dirección de Contabilidad y Administración.

M.A. Lilia Patricia López Vázquez.

Secretaria. Deborah Munguía Onofre

Sus funciones generales son atender las necesidades de los alumnos y docentes, elaborar planes de estudio y estrategias de desarrollo, realizar diversas actividades administrativas de las dos carreras.

Dirección de la Escuela de Filosofía.

Pbro. Rafael Juárez Ramírez.

Secretaria. Fabiola Chávez Chávez.

Sus funciones generales son atender las necesidades de los alumnos y docentes, elaborar planes de estudio y estrategias de desarrollo, realizar diversas actividades administrativas, así como impartir algunas materias académicas.

Dirección de la Ingeniería Industrial en Procesos y Servicios.

Dirección de la Escuela de Diseño Gráfico.

Ing. Manuel Mendoza Contreras

L.D.G. María Enriqueta García Abraham.

Secretaria. Alicia Merino Alva.

Sus funciones generales son atender las necesidades de los alumnos y docentes, elaborar planes de estudio y estrategias de desarrollo, realizar diversas actividades administrativas, así como impartir algunas materias académicas.

Dirección de la Escuela de Arquitectura.

M. en Arq. Rafael Gómez Jiménez.

Secretaria. María Isabel Rito López.
Sus funciones generales son atender las necesidades de los alumnos y docentes, elaborar planes de estudio y estrategias de desarrollo, realizar diversas actividades administrativas.

Dirección de la Escuela de Derecho.

Lic. Oscar Soberanes Lasses.

Secretaria. Mónica García Tena.
Sus funciones generales son atender las necesidades de los alumnos y docentes, elaborar planes de estudio y estrategias de desarrollo, realizar diversas actividades administrativas.

Dirección de la Ingeniería Industrial en Procesos y Servicios.

Ing. Manuel Mendoza Contreras

Sus funciones generales son atender las necesidades de los alumnos y docentes, elaborar planes de estudio y estrategias de desarrollo, realizar diversas actividades administrativas, así como impartir algunas materias académicas, además de coordinar el programa de jóvenes emprendedores IMPULSA.

Dirección de la Escuela de Comercio Internacional.

M.A. Mayra Banderas Fierro.

Sus funciones generales son atender las necesidades de los alumnos y docentes, elaborar planes de estudio y estrategias de desarrollo, realizar diversas actividades administrativas, así como impartir algunas materias académicas.

Dirección de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Lic. Rafael Bretón Pavón.

Secretaria. Esmeralda León Jiménez.

Sus funciones generales son atender las necesidades de los alumnos y docentes, elaborar planes de estudio y estrategias de desarrollo, realizar diversas actividades administrativas.

Director de la Ingeniería en Sistemas Computacionales y de la Licenciatura en Informática Administrativa.

M.A. Ing. Sergio Francisco Barraza Ibarra.

Secretaria. María Elena Hernández Delgado.

Sus funciones generales son atender las necesidades de los alumnos y docentes, elaborar planes de estudio y estrategias de desarrollo, realizar diversas actividades administrativas.

Como se puede observar la universidad Vasco de Quiroga lleva buena trayectoria y bases institucionales sólidas que nos pueden ayudar a generar, consolidar y reforzar la identidad institucional a los alumnos y a

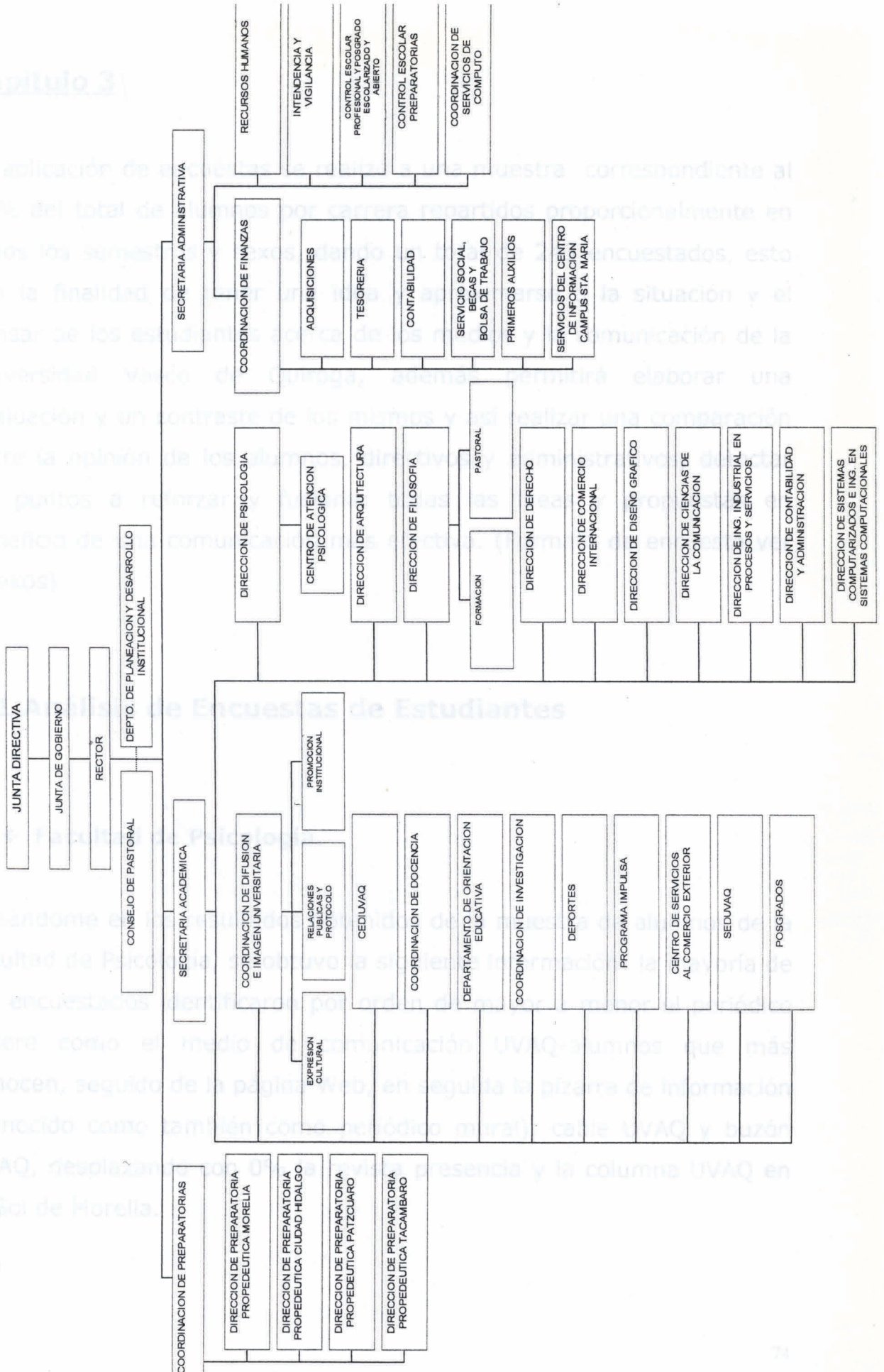
que el ejemplo de Don Vasco de Quiroga sea digno de reconocer y representar.

Además de conocer la misión y filosofía que se maneja, la cuál nos guiará en el saber de la acción de esta para con los estudiantes, se descubrirá si se ha cumplido con esta.

También pudimos identificar los canales de comunicación que maneja la universidad para mantener contacto con los estudiantes, lo cuál nos apoyará para conocer si los estudiantes están enterados de estos medios y servicios y si son utilizados por ellos.

Así como descubrir las funciones estructurales y organizativas que se manejan en los departamentos encargados de la difusión de mensajes de la UVAQ de forma que podremos conocer quien mantiene contacto directo con los estudiantes y quien promueve o difunde los distintos mensajes institucionales para ellos complementando así el diagnóstico de comunicación deseado.

Organigrama Institucional.



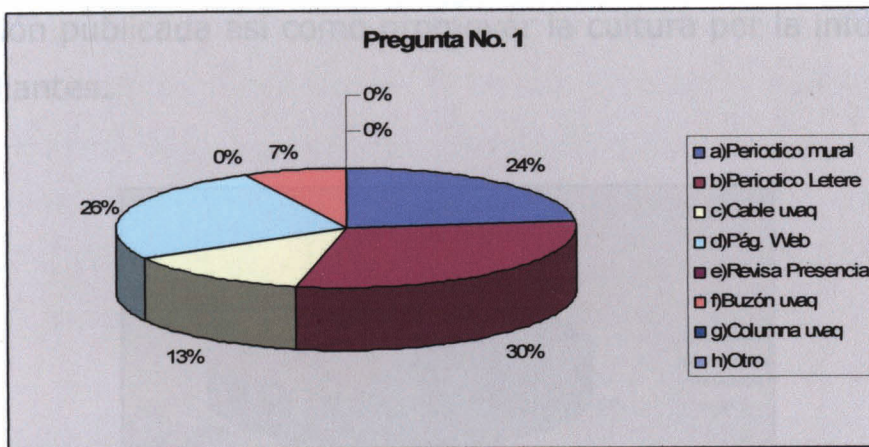
Capítulo 3

La aplicación de encuestas se realizó a una muestra correspondiente al 20% del total de alumnos por carrera repartidos proporcionalmente en todos los semestres y sexos, dando un total de 243 encuestados, esto con la finalidad de tener una idea y aproximarse a la situación y el pensar de los estudiantes acerca de los medios y la comunicación de la Universidad Vasco de Quiroga, además permitirá elaborar una evaluación y un contraste de los mismos y así realizar una comparación entre la opinión de los alumnos, directivos y administrativos, detectar los puntos a reforzar y fusionar todas las ideas y propuestas en beneficio de una comunicación más efectiva. (Formato de encuesta ver Anexos).

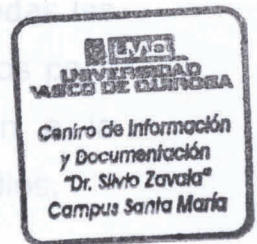
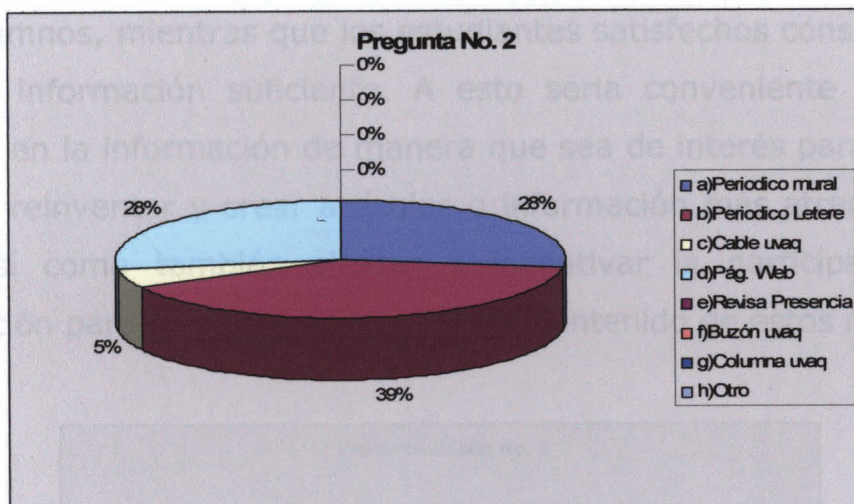
3.1 Análisis de Encuestas de Estudiantes

❖ Facultad de Psicología.

Basándome en los resultados obtenidos de la muestra de alumnos de la facultad de Psicología, se obtuvo la siguiente información: la mayoría de los encuestados identificaron por orden de mayor a menor el periódico Létere como el medio de comunicación UVAQ-alumnos que más conocen, seguido de la página Web, en seguida la pizarra de información (conocido como también como periódico mural), cable UVAQ y buzón UVAQ, desplazando con 0% la revista presencia y la columna UVAQ en el Sol de Morelia.

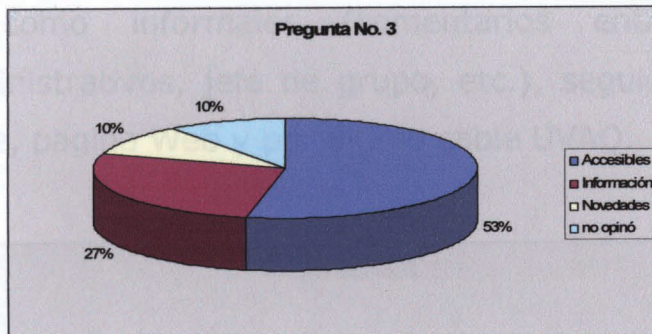


Los medios de comunicación UVAQ nombrados por orden de mayor a menor uso son los siguientes: los estudiantes encuestados señalaron al periódico Létere como el de mayor uso, seguido de la página Web, la pizarra de información y el cable UVAQ, descartando la revista presencia, columna UVAQ en el Sol de Morelia y el Buzón UVAQ.

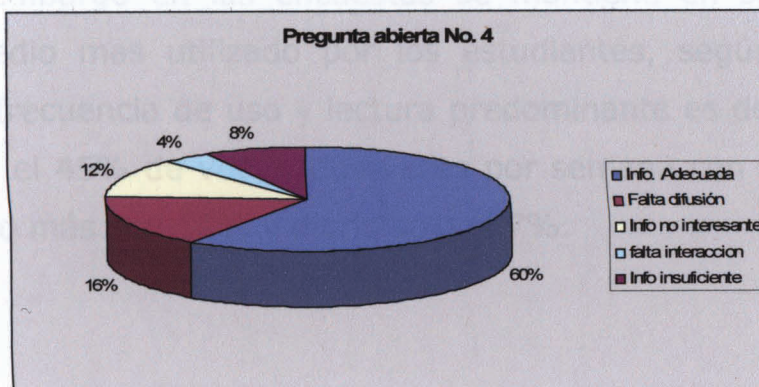


Los alumnos encuestados manifestaron algunas de las razones por las cuáles usan estos medios o canales de comunicación encontrando en primer lugar: por ser accesibles, en segundo por la información, y por ultimo por las novedades. (Chismes, fotos, información específica, etc.). Por lo que se puede decir que hace falta reforzar y ampliar la

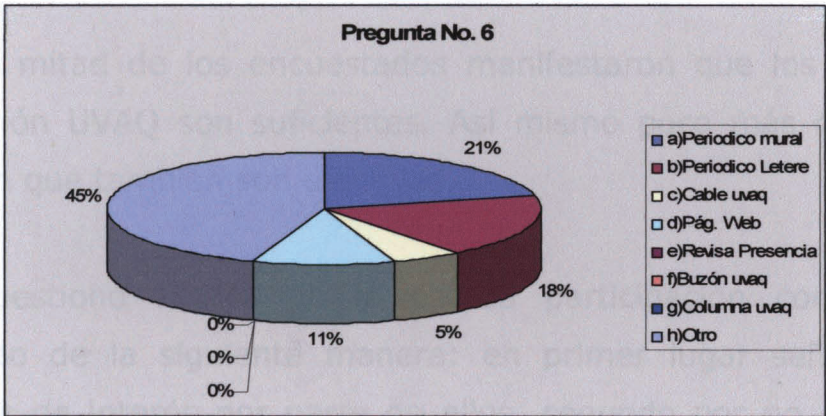
información publicada así como promover la cultura por la información a los estudiantes.



Más de la mitad de los encuestados calificaron la comunicación con la Universidad como buena, mientras que el resto la consideraron escasa, argumentando esto por requerir mayor difusión, existir información no interesante para todos, información insuficiente y falta de interacción UVAQ-alumnos, mientras que los estudiantes satisfechos consideran que existe la información suficiente. A esto sería conveniente buscar un equilibrio en la información de manera que sea de interés para todas las carreras, reinventar y crear artículos o información más atractivos para estos, así como también alentar e incentivar la participación a la colaboración para nutrir e integrar más el contenido de estos medios.

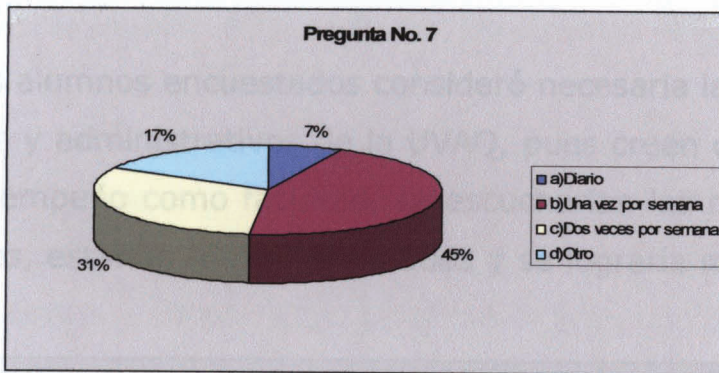


La gran mayoría de los alumnos encuestados consideraron no enterarse de todos los eventos realizados en la UVAQ. El restante señaló enterarse de las actividades y eventos principalmente por otros medios considerados como informales (comentarios entre compañeros, maestros, administrativos, jefe de grupo, etc.), seguido de la pizarra, periódico Létere, pagina Web y por último cable UVAQ.



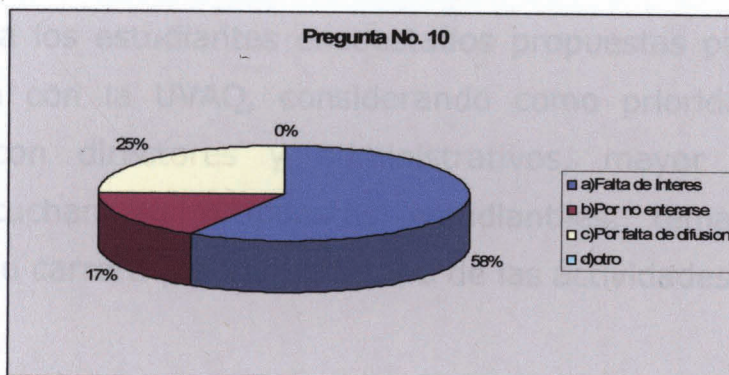
Por lo que resulta conveniente reforzar la comunicación en esta facultad para lograr mayor fluidez de información y mayor participación a los eventos UVAQ.

La pizarra de información es el medio de comunicación más accesible de todos, sin embargo en las encuestas se mantiene en segundo lugar como el medio mas utilizado por los estudiantes, según la muestra obtenida la frecuencia de uso y lectura predominante es de una vez por semana con el 45% de votos, dos veces por semana con el 31%, cada quince días o más con 17% y diario solo el 7%.



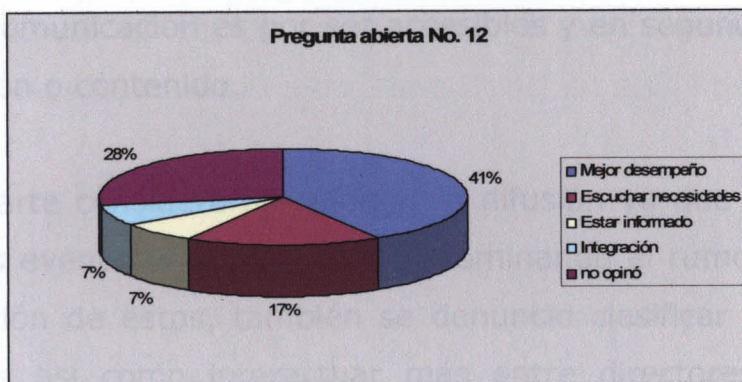
Más de la mitad de los encuestados manifestaron que los medios de comunicación UVAQ son suficientes. Así mismo poco más de la mitad expresaron que también son efectivos.

Se les cuestionó acerca de la escasa participación con la UVAQ contestando de la siguiente manera: en primer lugar señalaron que existe falta de interés por parte de ellos, segundo por no enterarse a tiempo y tercero por falta de difusión.



También se les pregunto si les gustaría participar en la difusión de mensajes UVAQ, respondiendo más de la mitad de los encuestados negativamente. Por lo que se detecta gran apatía en esta facultad y poca identidad institucional ya que nos les interesa involucrarse con la universidad.

El 92% de los alumnos encuestados consideró necesaria la comunicación con directores y administrativos de la UVAQ, pues creen que se lograría un mejor desempeño como facultad, se escucharían las necesidades de los estudiantes, estarían mejor informados y se lograría más interacción con ellos.



Sin embargo solo el 47% afirmó que existe apertura con directivos y administrativos, el 43% dijo que no, el 8% regular y el 2% no sabe.

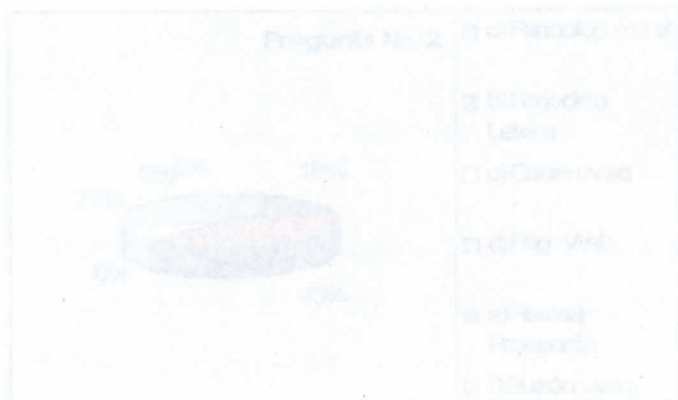
Se les pidió a los estudiantes encuestados propuestas para mejorar la comunicación con la UVAQ, considerando como prioridad reforzar la interacción con directores y administrativos, mayor creatividad y difusión, escuchar las propuestas estudiantiles, temas de interés aplicables a su carrera y avisar a tiempo de las actividades y eventos.

Para mejorar la participación en eventos y actividades UVAQ consideraron falta temas de interés que sean también prácticos, mayor creatividad y difusión, más beneficios, coordinar los horarios de clases con los eventos, anunciar con anticipación, mayor calidad de los eventos y hacer más actividades recreativas o de integración pero que no sean religiosos.

En conclusión se puede decir que los estudiantes encuestados de la Facultad de Psicología identifican como el medio más conocido al periódico Létere y desconociendo la existencia de la columna UVAQ en el Sol de Morelia. Como el medio de mayor uso eligieron nuevamente al periódico Létere y el medio de menor uso la columna UVAQ en el Sol de Morelia y el buzón de sugerencias. La razón principal por la cuál usan los medios de comunicación es por ser accesibles y en segundo termino por la información o contenido.

La mayor parte consideraron reforzar la difusión ya que no se enteran de todos los eventos y actividades predominando el rumor como medio de información de estos, también se denuncio clasificar la información por carreras así como interactuar más entre directores, maestros y alumnos. La falta de interés es el principal motivo por el cuál no participan y el segundo por no enterarse.

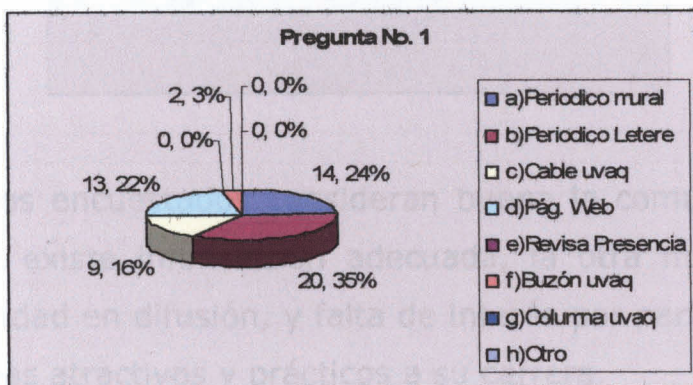
Se detectó poca identidad institucional al no presentar interés por involucrarse con la Institución. Demandaron reforzar la comunicación e interacción con los directores y administrativos pues consideran mejorar el desempeño, estar mejor informados y que se escuchen sus necesidades e inconformidades.



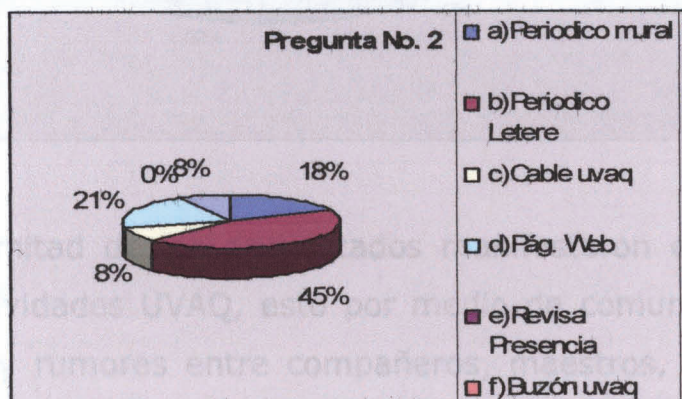
❖ Administración.

Los resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes muestra de la licenciatura en Administración reflejaron los siguientes datos:

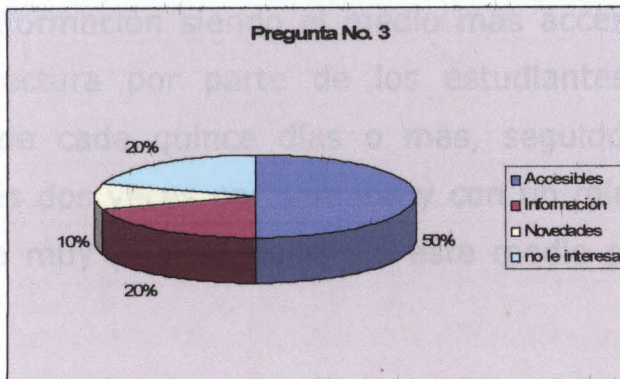
Los medios de comunicación UVAQ que conocen por orden de mayor a menor seleccionado son: Periódico Létere, Pizarra de información (periódico mural), la página Web, cable UVAQ y el buzón UVAQ, descartando revista presencia y columna UVAQ en el Sol de Morelia.



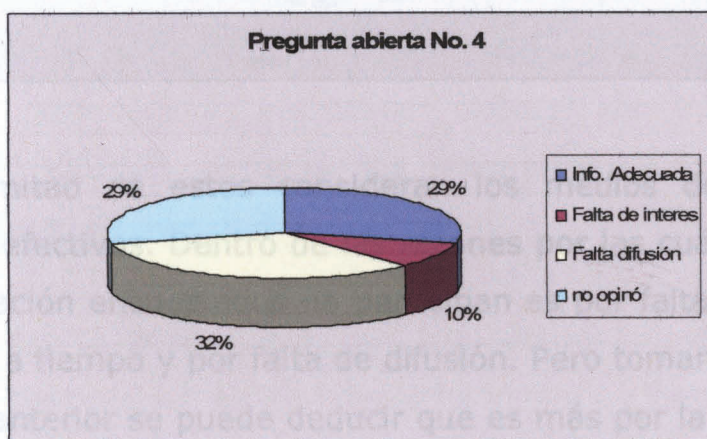
Sin embargo los medios que utilizan con mayor frecuencia son: en primer lugar el periódico Létere, seguido por la página Web, la pizarra de información, cable UVAQ y el buzón UVAQ, descartando revista presencia y columna UVAQ.



Respecto al uso de los medios de comunicación UVAQ, los encuestados declararon darles uso por ser accesibles principalmente, segundo por la información y tercero por las novedades.



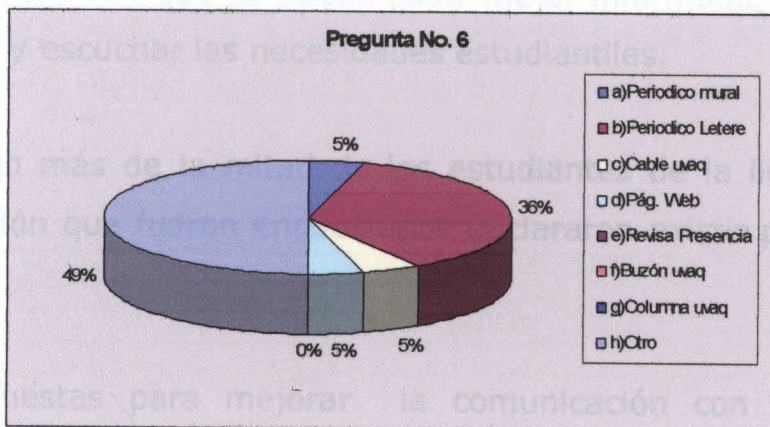
La mitad de los encuestados consideran buena la comunicación con la UVAQ ya que existe información adecuada, la otra mitad argumenta escasa creatividad en difusión, y falta de interés por parte de ellos al no encontrar temas atractivos y prácticos a su carrera.



Menos de la mitad de los encuestados manifestaron enterarse de los eventos y actividades UVAQ, esto por medio de comunicación informal (comentarios y rumores entre compañeros, maestros, administrativos,

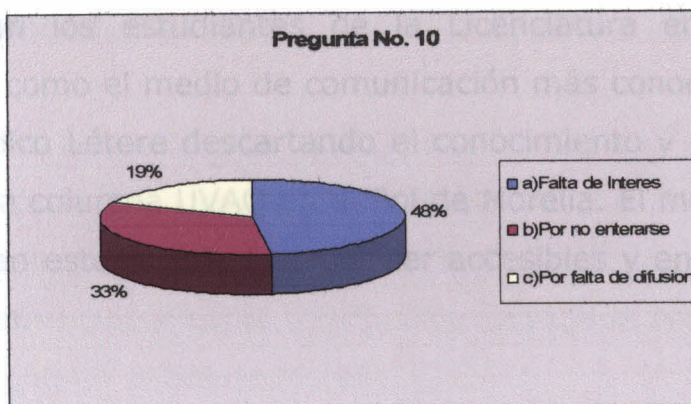
jefes de grupo, etc.), principalmente, en segundo por el periódico Létere, seguido por la pizarra, cable UVAQ y la página Web.

La pizarra de información siendo el medio más accesible presenta una frecuencia de lectura por parte de los estudiantes encuestados de administración de cada quince días o más, seguido de una vez por semana, después dos veces por semana y con un mínimo diario. Por lo que se presenta muy poca consulta de este medio por parte de estos alumnos.



Más de la mitad de estos consideran los medios de comunicación suficientes y efectivos. Dentro de las razones por las cuáles los alumnos de administración encuestados no participan es por falta de interés, por no enterarse a tiempo y por falta de difusión. Pero tomando en cuenta la información anterior se puede deducir que es más por la falta de cultura de información en los ya mencionados.

Además también confesaron existir falta de interés en participar en la difusión de mensajes UVAQ.



En cuanto a la comunicación con Directores y Administrativos, la gran mayoría de los encuestados consideran necesaria la comunicación con estos. Ya que creen que se puede estar mejor informado, lograr mayor desempeño y escuchar las necesidades estudiantiles.

Sin embargo más de la mitad de los estudiantes de la licenciatura en administración que fueron encuestados declararon existir poca apertura con ellos.

Como propuestas para mejorar la comunicación con la UVAQ los encuestados consideraron necesario reforzar la interacción y la creatividad en difusión, escuchar las propuestas de los estudiantes y generar identidad institucional.

Y para mejorar la participación en los eventos y actividades UVAQ propusieron mayores temas de interés ligados a su carrera, actividades recreativas, reforzar la creatividad en difusión, reforzar la calidad de los eventos, mayores beneficios, clasificar la información y coordinar los horarios de clase con los eventos.

En conclusión los estudiantes de la Licenciatura en Administración identificaron como el medio de comunicación más conocido y con mayor uso al periódico Létere descartando el conocimiento y uso de la revista presencia y la columna UVAQ en el Sol de Morelia. El motivo o razón por la cuál utilizan estos medios es por ser accesibles y en según lugar por la información.

Declararon necesario reforzar la difusión y su creatividad, predomina el rumor como medio de información de los eventos y actividades institucionales y en segundo lugar por medio del periódico Létere.

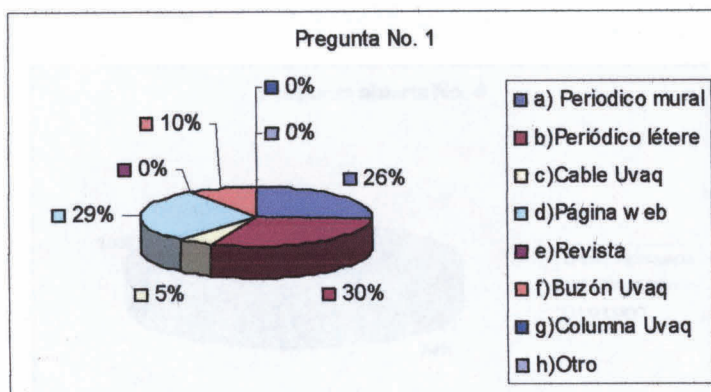
Falta insistir y exhortar al uso y lectura de los diferentes medios de comunicación UVAQ. También indicaron no participar principalmente por falta de interés y difusión.

Así mismo señalaron la falta de reforzar la comunicación e interacción con el Director, administrativos y docentes, ya que consideran que se puede mejorar el flujo y transmisión de información y escuchar las necesidades estudiantiles.

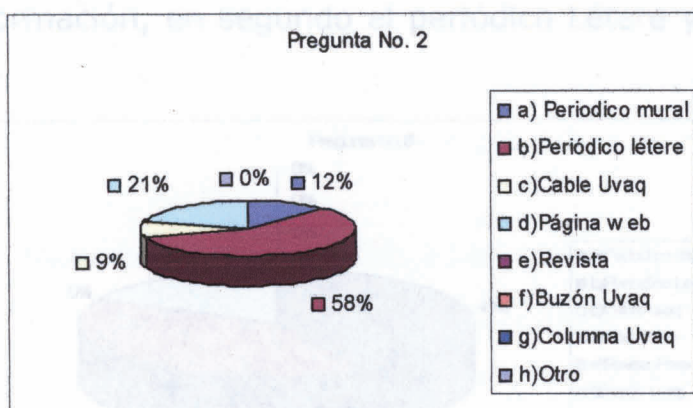
Estos manifestaron dos razones por las cuáles utilizan estos medios, primeramente por ser accesibles y en segundo por la información.

❖ Contabilidad.

Los medios de comunicación UVAQ más conocidos por los alumnos encuestados de la licenciatura de contabilidad son en primer lugar el periódico Létere, seguido de la página Web, la pizarra de información, buzón de sugerencias y cable UVAQ, descartando la revista presencia y la columna UVAQ en el Sol de Morelia.



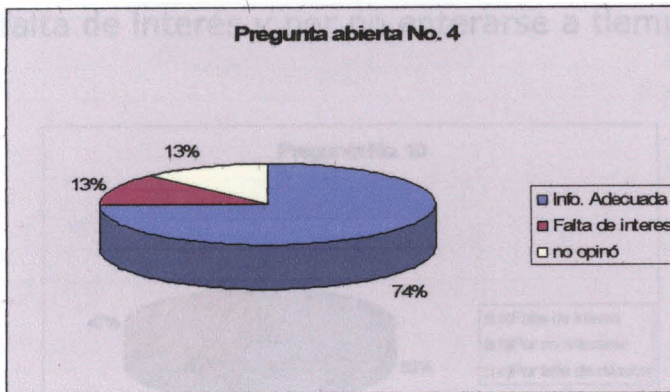
De igual manera los medios más utilizados son el periódico Létere con el 58% de los encuestados, página Web con 21%, pizarra con 12% y cable UVAQ con 9%.



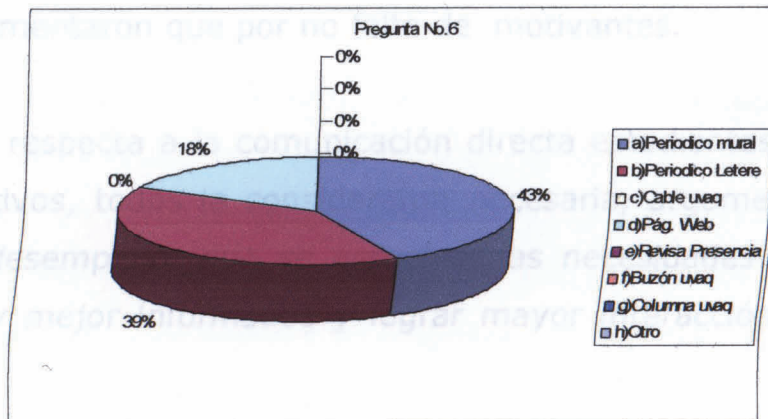
Estos manifestaron dos razones por las cuáles utilizan estos medios, primeramente por ser accesibles y en segundo por la información.

Detectando así la falta de interés por mantenerse informados acerca de lo que sucede fuera y dentro de su universidad.

La gran mayoría de los alumnos encuestados consideraron buena la comunicación con la UVAQ declarando que la información es la adecuada, sin embargo también consideraron que hace falta abarcar más temas de interés enfocadas a su carrera.



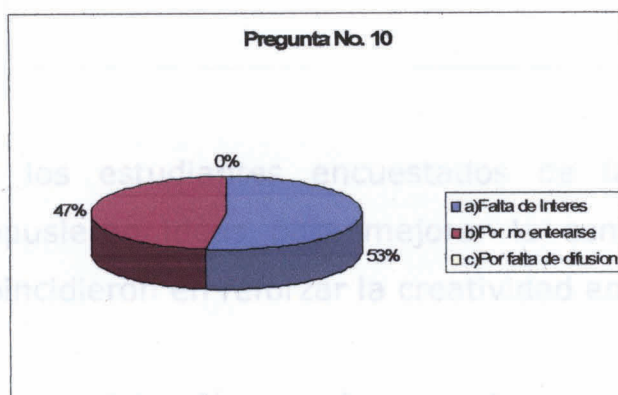
Menos de la mitad de estos, declararon no enterarse de todos los eventos UVAQ, y los que si se enteran es principalmente por medio de la pizarra de información, en segundo el periódico Létere y en tercero por la página Web.



La frecuencia de lectura de la pizarra de información por los estudiantes de contabilidad es en primer lugar con un 58% una vez por semana, con un 37% dos veces por semana y solo 5% diario.}

También la gran mayoría de los encuestados consideraron que los medios de comunicación UVAQ son suficientes así como efectivos.

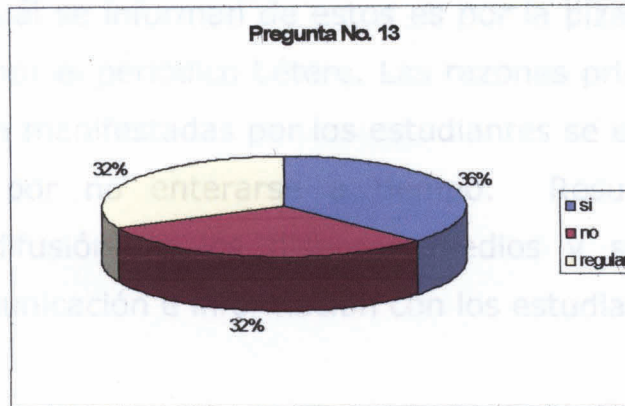
Las razones por las cuáles no participan en las actividades y eventos UVAQ son por falta de interés y por no enterarse a tiempo.



Se les pregunto si les gustaría participar en la difusión de mensajes UVAQ y su respuesta fue negativa con una 59% de encuestados. Algunos comentaron que por no falta de motivantes.

En lo que respecta a la comunicación directa estudiantes- directores y administrativos, todos la consideraron necesaria, argumentando lograr un mejor desempeño, que se escuchen las necesidades estudiantiles, estar más y mejor informados y lograr mayor interacción y confianza entre ellos.

Sin embargo el 36% de los encuestados señalo que si existe apertura con el director y administrativos, con un porcentaje igual a 32% dijeron que no y que regular.



Se les pidió a los estudiantes encuestados de la licenciatura de contabilidad propusieran ideas para mejorar la comunicación con la UVAQ y todos coincidieron en reforzar la creatividad en la difusión.

Para mejorar la participación en los eventos y actividades UVAQ propusieron lo siguiente: más temas de interés y prácticos para su carrera, actividades recreativas, creatividad en difusión y mayores beneficios.

En conclusión los estudiantes de la Licenciatura en Contabilidad señalaron como el medio más conocido y utilizado al periódico Létere, descartando en conocimiento y uso la revista presencia y la columna UVAQ en el Sol de Morelia. Las razones por las cuáles utilizan estos medios son por ser accesibles y en segundo por la información.

Sugirieron abarcar más temas de interés enfocados a su carrera y que sean prácticos.

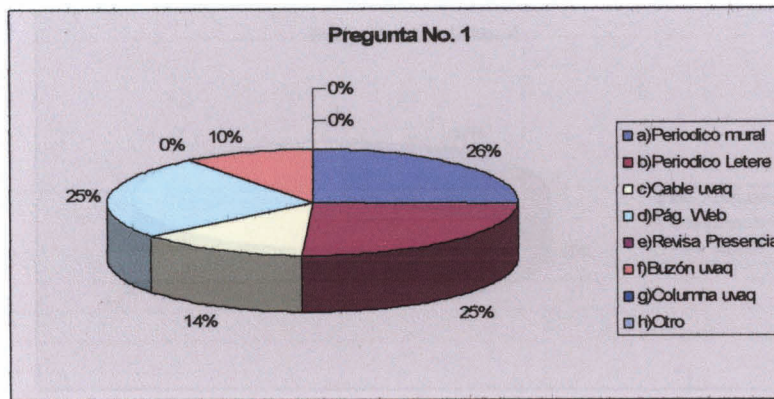
Hace falta reforzar la difusión de los eventos y actividades, el principal medio por el cuál se informan de estos es por la pizarra de información y en segundo por el periódico Létere. Las razones principales de la falta de participación manifestadas por los estudiantes se encontraron la falta de interés y por no enterarse a tiempo. Resultaría conveniente fortalecer la difusión de los distintos medios y su utilización para mejorar la comunicación e información con los estudiantes,

Además consideraron necesaria la comunicación entre Director, docentes y administrativos, objetando el logro de un mejor desempeño, que se escuchen las necesidades de los alumnos, estar mejor informados y lograr mayor interacción y confianza entre ellos.

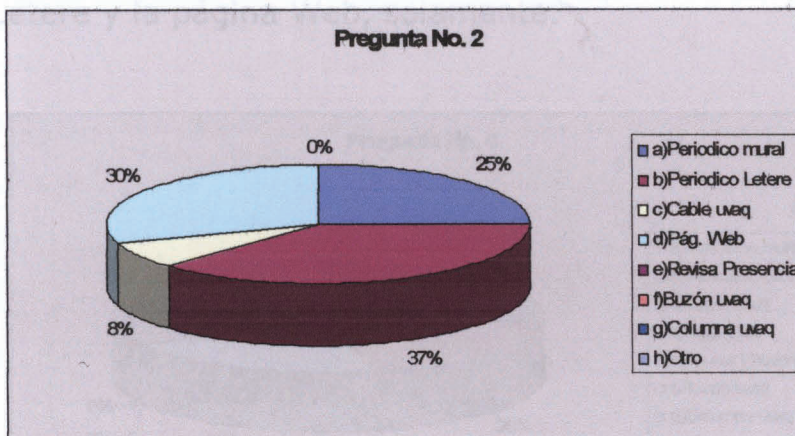


❖ Ingeniería Industrial.

Los estudiantes encuestados de esta carrera identificaron los medios de comunicación UVAQ que más conocen de la siguiente manera: en primer lugar la pizarra de información, después el periódico Létere y la página Web, cable UVAQ y por último el buzón UVAQ, descartando la revista presencia y la columna del Sol de Morelia.

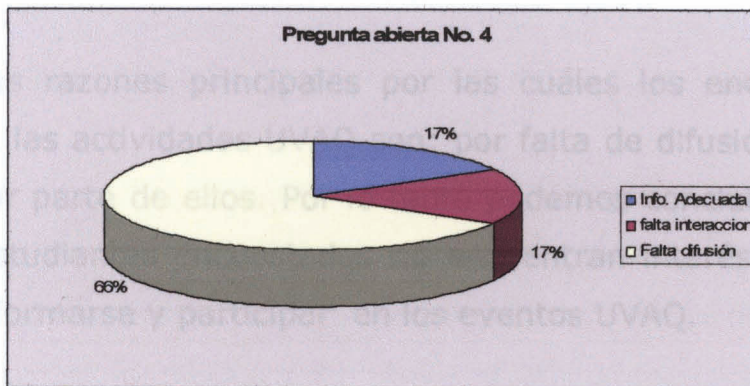


Los medios más utilizados por ellos son: el periódico Létere, la página Web, la pizarra de información y el cable UVAQ, descartando nuevamente la revista presencia, la columna UVAQ y el buzón UVAQ.

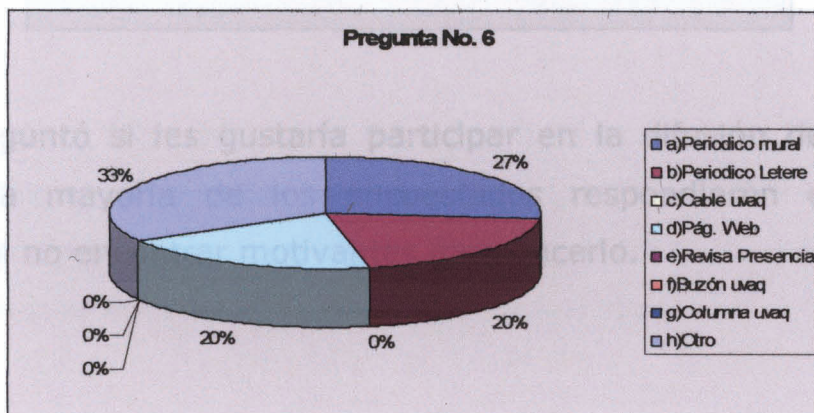


El total de los encuestados externaron que la razón principal por la cuál usan estos medios es por ser accesibles y no tanto por la información y contenido.

Menos de la mitad de los encuestados consideraron que la comunicación con la UVAQ es buena, argumentaron que hace falta reforzar la difusión e interacción entre la Institución y estudiantes.



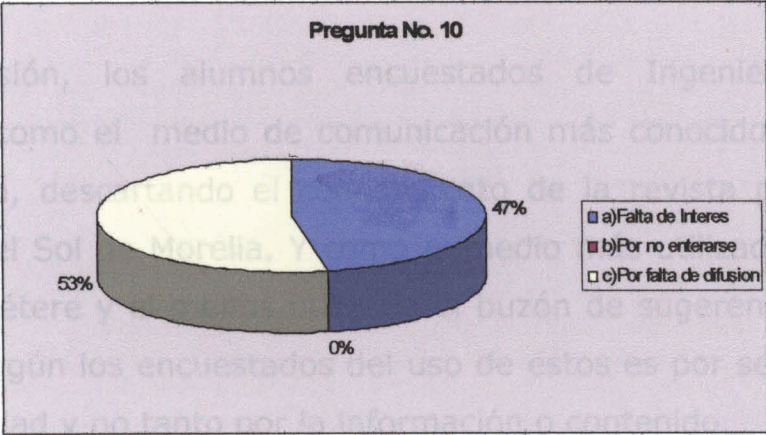
También la mayoría de los alumnos encuestados de ingeniería indicaron no enterarse de todos los eventos UVAQ y los que se enteran es por medio de comentarios o rumores (entre compañeros, jefes de grupo, maestros o administrativos), en seguida señalaron la pizarra, el periódico Létere y la página Web, solamente.



El medio más accesible y directo es la pizarra de información, más de la mitad de los encuestados indicaron consultarla una vez por semana, el restante lo frecuentan dos veces por semana y otro tanto diario.

Más de la mitad de los alumnos encuestados de ingeniería anunciaron que los medios de comunicación UVAQ son suficientes, sin embargo, creen que no son muy efectivos.

Dentro de las razones principales por las cuáles los encuestados no participan en las actividades UVAQ son: por falta de difusión y por falta de interés por parte de ellos. Por lo tanto podemos concluir que por lo menos los estudiantes encuestados no encuentran interés y presentan apatía por informarse y participar en los eventos UVAQ.



Se les preguntó si les gustaría participar en la difusión de mensajes UVAQ y la mayoría de los encuestados respondieron de manera negativa, al no encontrar motivantes para hacerlo.

El total de los encuestados consideraron necesaria la comunicación con directores y administrativos de la Institución, opinando que se podría lograr un mejor desempeño, estar mejor informados y escuchar las necesidades estudiantiles. A esto, la mayoría indicó no saber o no existir apertura con ellos, mientras que el restante afirma que si la hay.

Los estudiantes encuestados de Ingeniería industrial propusieron ideas para mejorar la comunicación con la UVAQ como es aumentar la interacción entre alumnos y UVAQ, mayor creatividad en difusión y abarcar mayores temas de interés específicos de su carrera.

Para mejorar la participación en los eventos UVAQ propusieron: reforzar la creatividad en difusión, abarcar temas de interés que sean prácticos en su carrera, mayor interacción, coordinar los horarios de clase con los eventos, mayores beneficios y aumentar la calidad de los eventos.

En conclusión, los alumnos encuestados de Ingeniería Industrial señalaron como el medio de comunicación más conocido la pizarra de información, descartando el conocimiento de la revista presencia y la columna del Sol de Morelia. Y como el medio más utilizado indicaron al periódico Létere y el menos utilizado el buzón de sugerencias. La razón principal según los encuestados del uso de estos es por ser accesibles y por curiosidad y no tanto por la información o contenido.

Opinaron hacer falta reforzar la difusión e interacción entre la Institución y los estudiantes. También indicaron no enterarse de todos los eventos institucionales y de los que si se llegan a enteran es por medio del rumor principalmente y por la pizarra de información.

Las razones principales por las cuáles los estudiantes no participan con la Institución son por falta de difusión y por falta de interés.

Basándome en los resultados obtenidos de la muestra de alumnos de la Consideraron necesaria la comunicación con los directores y administrativos, pues se señalaron que se puede lograr un mejor desempeño, estar mejor informados y escuchar las necesidades estudiantiles.

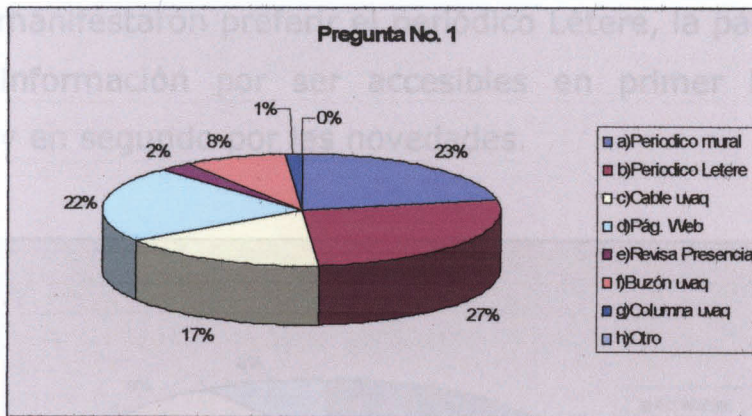


En cuanto al uso y lectura de estos, como principal medio predominó nuevamente el periódico Látora, en segundo la página Web, el pizarra de información en tercera posición, seguido por cable UVAQ y el buzón UVAQ, quedaron en cero % de uso y lectura la revista presencia y la columna UVAQ en el sol de Morelia.

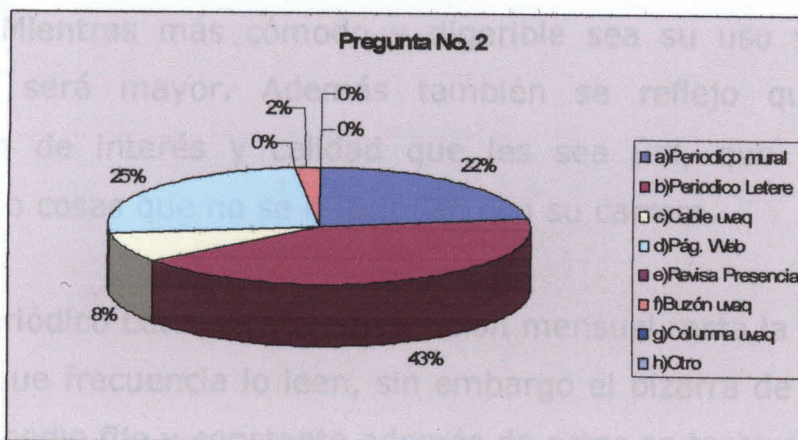


❖ **Facultad de L.C.C**

Basándome en los resultados obtenidos de la muestra de alumnos de la facultad de ciencias de la comunicación por medio de encuestas, estos seleccionaron el periódico Létere como el medio de comunicación UVAQ más conocido, seguido del pizarra de información, la página Web (con un mínimo de diferencia con la anterior), cable UVAQ, buzón UVAQ, revista presencia y la columna UVAQ en El sol de Morelia como último.

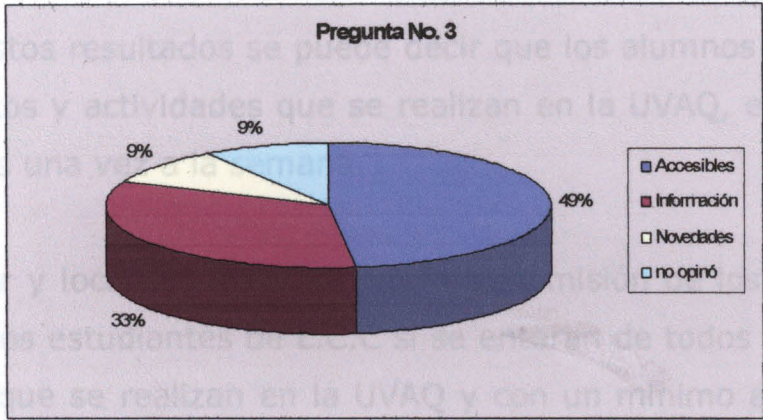


En cuanto al uso y lectura de estos, como principal medio predominó nuevamente el periódico Létere, en segundo la página Web, el pizarra de información en tercera posición, seguido por cable UVAQ y el buzón UVAQ, quedaron en cero % de uso y lectura la revista presencia y la columna UVAQ en el sol de Morelia.



Como se mencionó anteriormente se puede ver que el porcentaje varió significativamente entre los medios que conocen a los que utilizan.

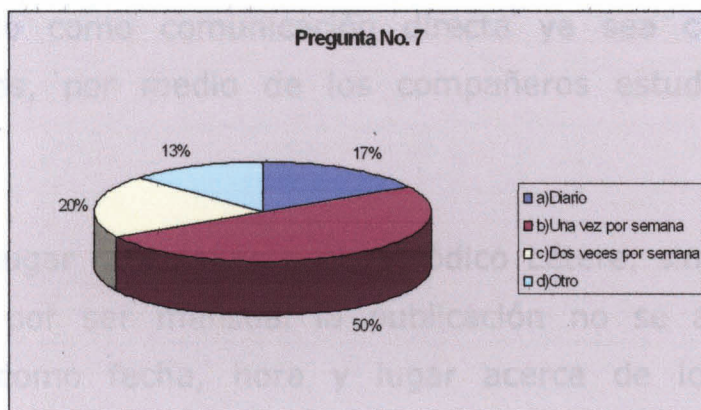
Por esta razón también se elaboró una pregunta con la finalidad de darnos una idea de por que los usan o prefieren. Por haber sido una pregunta abierta en la encuesta, y para evitar tanta variación de respuestas, me permití englobarlas por categorías y solo señalar los dos medios más recurridos, quedando de la siguiente manera: los estudiantes manifestaron preferir el periódico Létere, la página Web y el pizarra de información por ser accesibles en primer lugar, por la información y en segundo por las novedades.



Podemos concluir con esto que los estudiantes prefieren el medio más accesible. Mientras más cómodo y digerible sea su uso y lectura su aceptación será mayor. Además también se reflejo que prefieren información de interés y calidad que les sea útil, que saber sobre novedades o cosas que no se relacionen con su carrera.

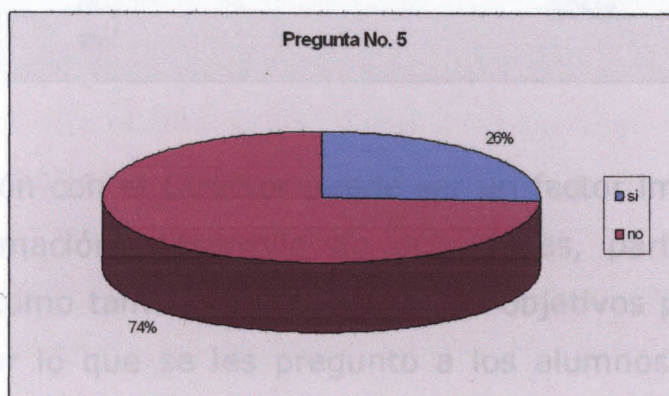
Como el periódico Létere es de publicación mensual resta la pregunta de saber con que frecuencia lo leen, sin embargo el pizarra de información que es un medio fijo y constante además de estar en tercera posición en

uso y lectura, les pedimos que señalaran la frecuencia con que usan el ya mencionado, quedando de esta manera: el 50% señaló leerlo una vez por semana, el 20% dos veces por semana, 17% diario y el 13% restante una o dos veces al mes.



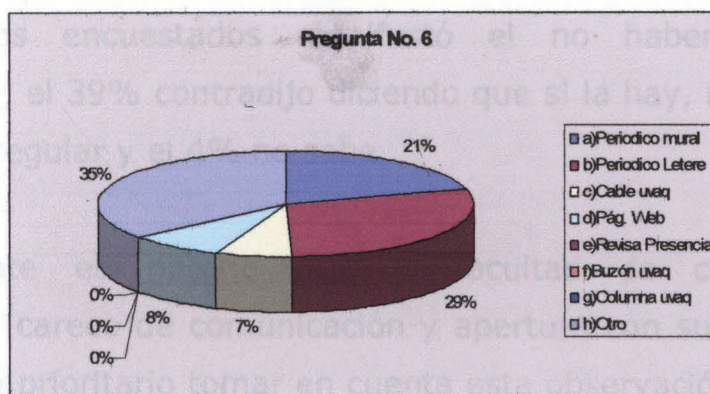
Siguiendo estos resultados se puede decir que los alumnos sí se enteran de los eventos y actividades que se realizan en la UVAQ, en su mayoría por lo menos una vez a la semana.

Para analizar y localizar barreras en la transmisión de los mensajes se pregunto a los estudiantes de L.C.C si se enteran de todos los eventos y actividades que se realizan en la UVAQ y con un mínimo afirmaron que sí se enteraban mientras que la mayoría de los encuestados manifestó que no.



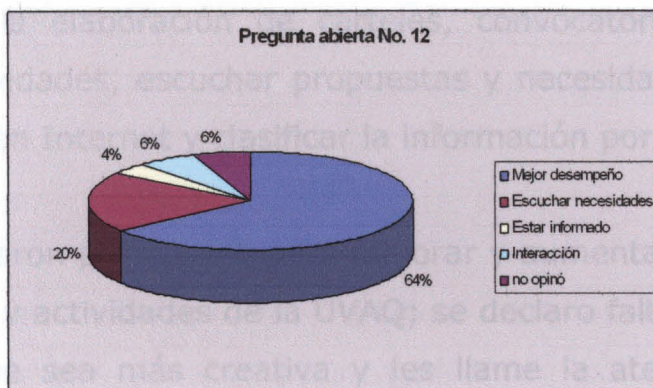
Los estudiantes que dieron positiva la transmisión de mensajes sobre los eventos y actividades también señalaron por qué tipo de medios se enteraban quedando de la siguiente forma: en primer lugar indicaron enterarse por otro medio diferente a los mencionados anteriormente, considerándolo como comunicación directa ya sea con el director, administrativos, por medio de los compañeros estudiantes y/o por rumor.

En segundo lugar mencionaron el periódico Létere, sin embargo cabe señalar que por ser mensual la publicación no se asegura que la información como fecha, hora y lugar acerca de los eventos sea oportuna. El pizarra de información quedó como tercer lugar, resulta curioso que siendo el medio más accesible y rápido para obtener información no sea el más utilizado, más adelante se harán observaciones sobre este medio.



La comunicación con el Director puede ser un factor importante para el flujo de información, desarrollo de actividades, participación de los alumnos, así como también del logro de los objetivos planteados por la Institución, por lo que se les pregunto a los alumnos si consideraban necesaria la comunicación con estos.

A esto, los estudiantes señalaron en gran mayoría, necesaria la comunicación con el director y el administrativo, argumentando como principal razón el lograr un mejor desempeño, en segundo escuchar las necesidades, tener mayor interacción y elevar la confianza, y por último mencionaron el estar mejor informado.



Para saber un poco más acerca de esto también se les preguntó si existe apertura de comunicación con ellos, estos fueron los resultados: la mitad de los encuestados manifestó el no haber apertura de comunicación, el 39% contradijo diciendo que si la hay, mientras que el 7% dijo que regular y el 4% no sabe.

Definitivamente es notorio que la facultad de ciencias de la comunicación carece de comunicación y apertura con sus alumnos, por lo que resulta prioritario tomar en cuenta esta observación para reforzar y abrir más la interacción entre director y alumnos para el logro de objetivos e intereses tanto de la dirección como de los mismos estudiantes. Y como ya se ha mencionado la universidad esta compuesta y esta dirigida al servicio de los estudiantes, por lo que es primordial escuchar sus necesidades, sugerencias e inconformidades.

Los estudiantes muestra de L.C.C dentro de la encuesta aportaron ideas que ellos consideraron adecuadas para mejorar la comunicación en la UVAQ, las cuáles se englobaron por temáticas por la variación de estas quedando de la siguiente manera: Sugirieron Interacción (tomarlos en cuenta, comunicación directa, involucrarlos, etc.), creatividad en difusión, aquí comentaron el involucrar a compañeros de diseño y ciencias para la elaboración de carteles, convocatoria y difusión de eventos y actividades, escuchar propuestas y necesidades, beneficios y correo directo en Internet y clasificar la información por carreras.

También realizaron propuestas para mejorar y aumentar la participación en los eventos y actividades de la UVAQ; se declaro faltar creatividad en la difusión, que sea más creativa y les llame la atención asistir, se comentó la falta de beneficios, ya que se les puede incentivar o motivar de alguna forma, hubo un empate entre temas de interés y coordinar horarios.

Hay ocasiones en que se realizan eventos que no son de interés para los alumnos por lo que es importante atender las necesidades y gustos de estos, además de coordinar bien los horarios ya que se llegan a empalmar con horarios de clase impidiendo de esta forma la asistencia a dichos eventos, declararon mayor interacción que se les involucre más en los eventos que ellos puedan participar de alguna forma atractiva.

Hubo otro empate entre calidad de eventos pues hay ocasiones en que son difundidos de una forma y los realizan de otra y con actividades recreativas, pues es interesante que los alumnos participen y puedan practicar o interactuar, como podrían ser talleres en los eventos

Y por último clasificar la información pues se mezcla con otras carreras y puede perderse impidiendo que los lectores en ocasiones no reciban completa la información.

En conclusión los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación señalaron al periódico Létere como el medio de comunicación más reconocido y utilizado, mientras que los menos conocidos y utilizados fueron la revista Presencia y la columna UVAQ en el Sol de Morelia.

Los estudiantes utilizan los medios de comunicación UVAQ primordialmente por ser accesibles y después por la información o contenido.

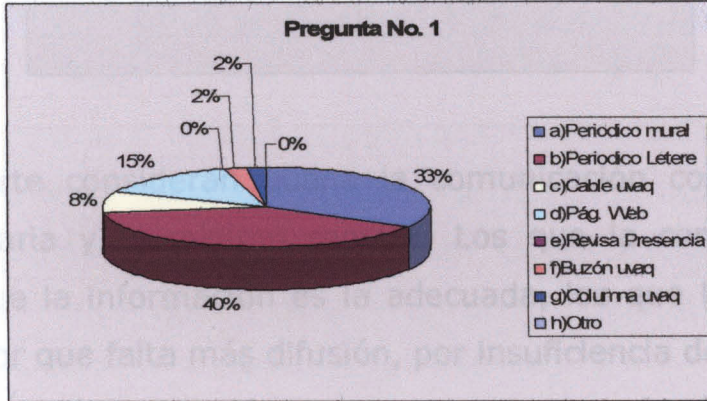
Hace falta reforzar la difusión de los eventos y actividades pues la mayoría no se enteran de estos. Como principal medio por el cuál se enteran de los eventos es por el rumor y en segundo lugar el periódico Létere. La razón principal por la cuál no asisten o participan es por falta de interés.

Los encuestados consideraron necesaria la comunicación directa con el Director y administrativos, considerando el lograr un mejor desempeño, escuchar las necesidades, tener mayor interacción y confianza con los alumnos y por último y no el menos importante estar mejor informados.

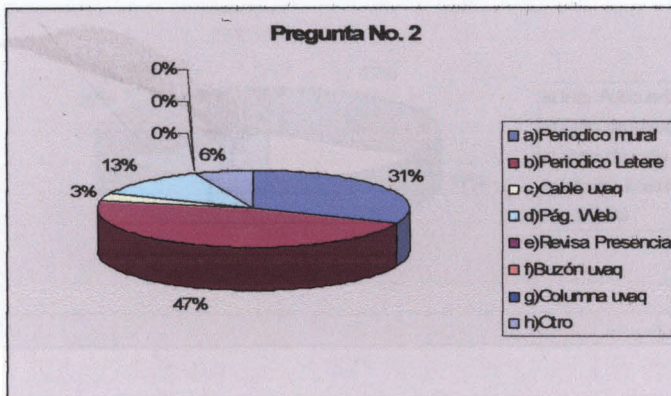
Los alumnos encuestados utilizan los tres primeros medios (Létere, pizarra y pág. Web) primeramente por ser accesibles y segundo por la información.

❖ Escuela de Arquitectura.

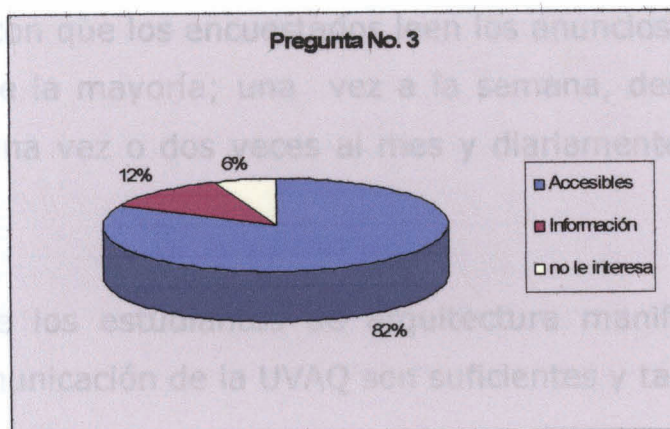
Los alumnos muestra de la escuela de arquitectura seleccionaron como el medio de comunicación que más conocen al periódico Létere, en seguida de la pizarra de información, la página Web, cable UVAQ y buzón UVAQ empatado con la columna UVAQ en El Sol de Morelia.



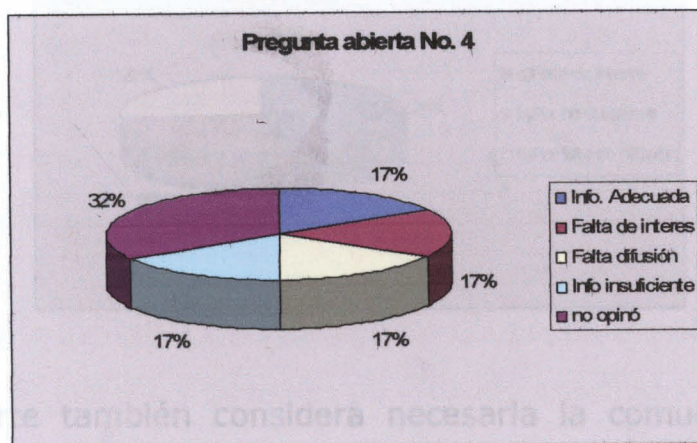
Mientras que en el medio más usado predominó de igual forma el periódico Létere, en segundo lugar la pizarra de información, seguido de la página Web y cable UVAQ.



Los alumnos encuestados utilizan los tres primeros medios (Létere, pizarra y pág. Web) primeramente por ser accesibles y segundo por la información.



La menor parte consideran buena la comunicación con la UVAQ, la mayoría precaria y el mínimo regular. Los que la consideran buena externaron que la información es la adecuada, los que la consideraron carente fue por que falta más difusión, por insuficiencia de información y por falta de interés, pues piensan que es demasiada rígida o formal para permitir interactuar con el alumno.

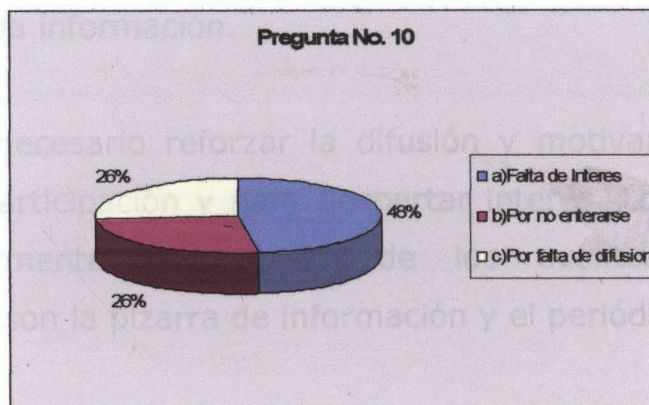


Se pudo conocer que un número considerable de los alumnos encuestados no están enterados de los eventos que se organizan en la UVAQ. Y los que si están informados, se enteran regularmente por la pizarra de información y por el periódico Létere.

La frecuencia con que los encuestados leen los anuncios en la pizarra de información fue la mayoría; una vez a la semana, después dos veces por semana, una vez o dos veces al mes y diariamente solo el mínimo de estos.

La mayoría de los estudiantes de arquitectura manifestaron que los medios de comunicación de la UVAQ son suficientes y también efectivos.

Sin embargo creen que la falta de participación es debido en su mayoría a la falta de interés por parte de ellos al no encontrar atractivos los eventos y también por falta de difusión creativa y más directa. La mayoría de los encuestados declararon gran apatía o desinterés por participar en la difusión de mensajes de la UVAQ.



La mayor parte también considera necesaria la comunicación con el director y administrativos de la UVAQ, para lograr un mejor desempeño y escuchar las necesidades y opiniones de los alumnos.

La ventaja a esto, es que la mayoría manifestó existir apertura con ellos por lo tanto, no habrá mucha dificultad para lograr mejor comunicación entre ellos.

Dentro de las propuestas que los estudiantes muestra expresaron y mencionados por orden de importancia se encuentra: creatividad en difusión, mayor interacción con los alumnos, un consejo estudiantil y un sistema de audio.

Para incrementar la participación de los alumnos en las actividades UVAQ propusieron; temas de interés con actividades recreativas, creatividad en difusión y beneficios por participar.

En conclusión los estudiantes encuestados de la Escuela de Arquitectura seleccionaron como el medio de comunicación más conocido y utilizado al periódico Létere, mientras que los menos conocidos y utilizados son el buzón de sugerencias y la columna UVAQ en el Sol de Morelia. La razón por la cuál utilizan estos medios de comunicación es por ser accesibles y después por la información.

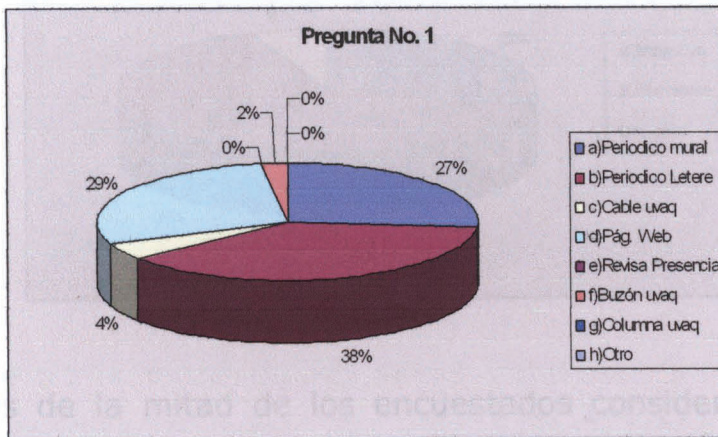
Consideraron necesario reforzar la difusión y motivar al alumno para aumentar la participación y para despertar interés. Los medios por los cuáles mayormente se enteran de los eventos y actividades institucionales son la pizarra de información y el periódico Létere.

Los motivos por los cuáles no participan en dichos eventos y actividades son por falta de interés y por falta de difusión creativa y más directa.

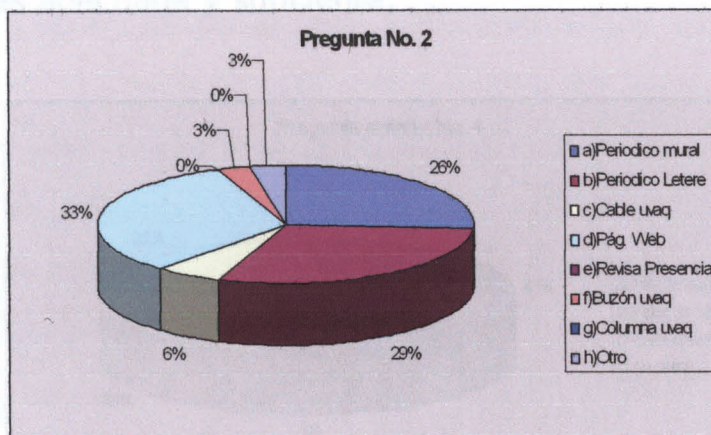
Declararon necesaria la comunicación con el Director y los Administrativos con el fin de lograr un mejor desempeño y escuchar las necesidades de los estudiantes.

❖ **Facultad de Derecho.**

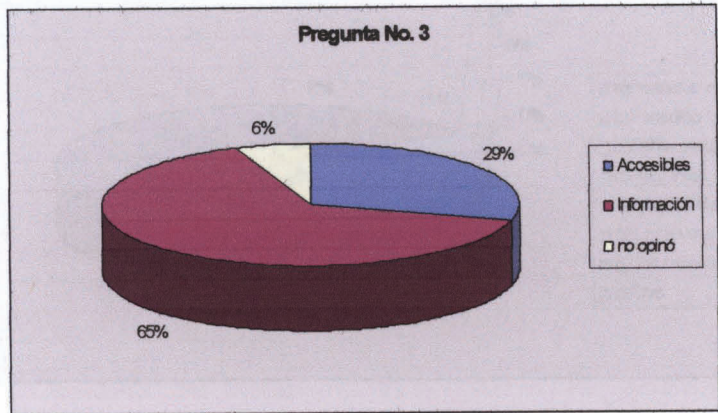
En su mayoría los alumnos muestra encuestados de la licenciatura en Derecho indicaron conocer de los medios de comunicación UVAQ como primer lugar el periódico Létere, seguido de la página Web, la pizarra de información, cable UVAQ y en menor parte el buzón UVAQ, descartando la revista presencia, y la columna UVAQ en el Sol de Morelia.



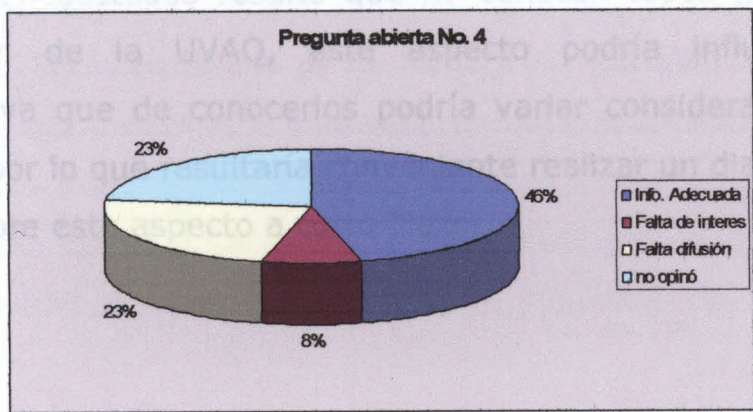
De los cuáles son utilizados (nombrados por orden de mayor utilidad); página Web, periódico Létere, pizarra de información, cable UVAQ y buzón UVAQ.



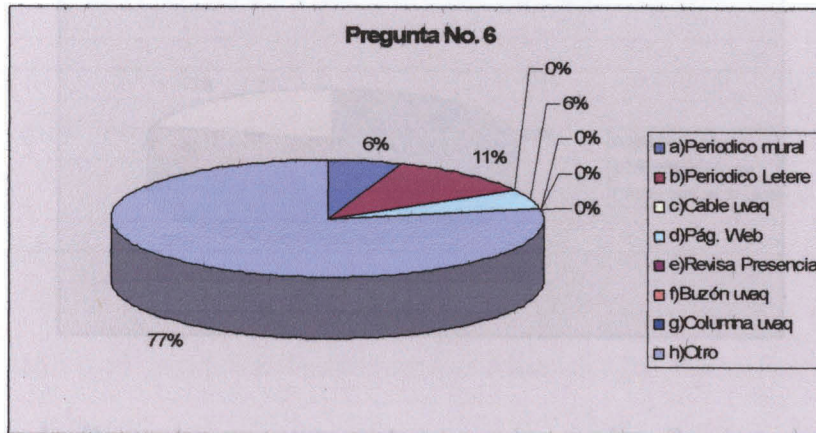
De la razones por las cuáles utilizan estos medios son en primer lugar por la información, (la mayoría explico que les dejaban trabajos o tareas por medio de la página Web), y en segundo lugar por ser accesibles, (por estar más a la mano o tener fácil acceso), lo que se puede apreciar que los utilizan más por necesidad que por gusto.



Un poco más de la mitad de los encuestados consideraron escasa la comunicación con la universidad, mientras que la mayoría la considero buena y el poco restante como regular. A esto argumentaron que es escasa por la carente difusión y la falta de interés al no interactuar e involucrar al alumno con la universidad, mientras que los que están conformes con la comunicación en la UVAQ mencionaron que la información es adecuada y suficiente.



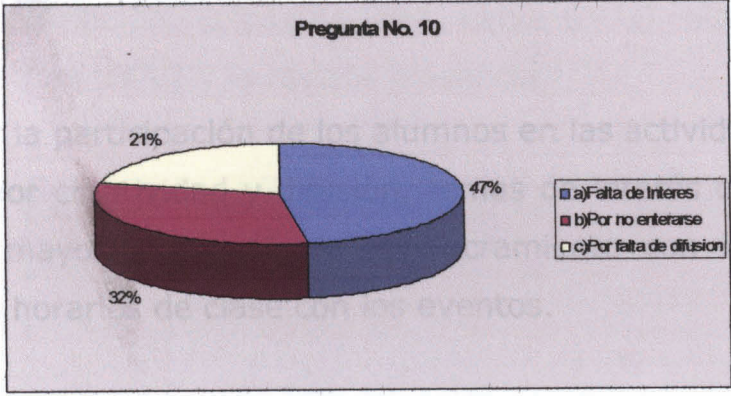
La gran mayoría de los encuestados manifestaron no enterarse de los eventos, y de los que se llegan a enterar es principalmente por medio de rumores, avisos de maestros o entre compañeros, dándonos cuenta con esto la necesidad de reforzar los canales formales de comunicación UVAQ.



Un poco más de la mitad de los encuestados que leen la pizarra de información confesaron leerlo una vez a la semana, alumnos que representan la minoría de la muestra de encuestados de la facultad de Derecho.

El 65% de los encuestados señaló que los medios de comunicación de la UVAQ no son suficientes, sin embargo, la mitad de estos creen que son efectivos y la otra que no lo son. Recordemos que de la muestra de estudiantes encuestados resultó que no conocen todos los medios de comunicación de la UVAQ, este aspecto podría influir en estas respuestas, ya que de conocerlos podría variar considerablemente los resultados, por lo que resultaría conveniente realizar un diagnóstico más profundo sobre este aspecto a corto plazo.

En cuanto a la participación, los encuestados declararon en primer lugar no participar por falta de interés, ya que no encuentran temas de interés o motivantes, entre otras razones se encuentra la escasa difusión que ellos reciben de los eventos y actividades.



Los salones de Derecho se encuentran en las aulas finales del tercer piso del edificio B, y la entrada es por el acceso trasero del mencionado, mientras que la pizarra se encuentra en la parte inicial del edificio, por lo que es probable que por esta razón estos alumnos no lo lean y no se enteren de la mayoría de los eventos.

A pesar de esto poco más de la mitad de los encuestados no les interesaría participar en la difusión de mensajes de la UVAQ, mostrando apatía e indiferencia por colaborar con su universidad.

El 100% de los encuestados consideraron necesaria la comunicación con su director y administrativos de la UVAQ, ya que piensan que así se lograría un mejor desempeño y se escucharían sus necesidades, además de permanecer mejor informado. Sin embargo, poco más de la mayoría manifestó que existe poca apertura con ellos, por lo que se deberá prestar atención a este aspecto con la finalidad de reforzar esta comunicación.

Dentro de las propuestas que mejorarían la comunicación en la UVAQ según los alumnos encuestados sería mantener la interacción con los alumnos, creatividad y mayor difusión, crear un consejo de alumnos, avisar a tiempo de los eventos y otorgar beneficios adicionales a los alumnos.

Para mejorar la participación de los alumnos en las actividades UVAQ, se propuso mayor creatividad y difusión, temas de interés con actividades recreativas, mayor interacción e involucramiento con los alumnos y coordinar los horarios de clase con los eventos.

En conclusión los estudiantes encuestados de la Facultad de Derecho indicaron como el medio de comunicación más conocido al periódico Létere, desconociendo por completo la revista Presencia y la columna UVAQ en el sol de Morelia. Como el medio más utilizado seleccionaron la página Web y el menos utilizado el buzón de sugerencias. Las razones por las cuáles utilizan estos medios son por la información y en segundo por ser accesibles.

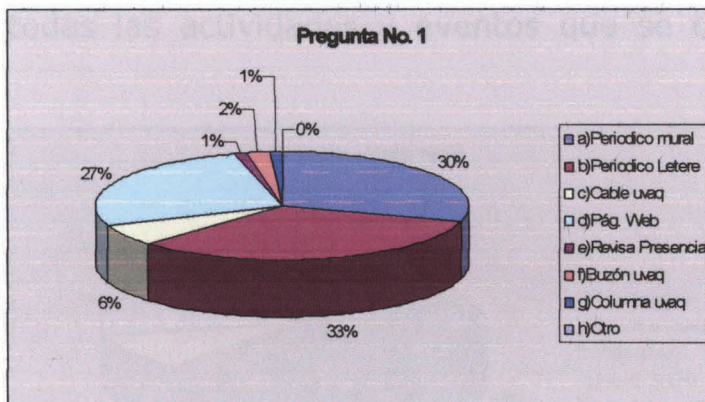
Consideraron necesario reforzar la difusión, reconocieron la existencia de falta de interés por parte de ellos mismos en participar e informarse así como la existencia y predominio del rumor.

Demandaron temas de interés y motivantes para aumentar la participación.

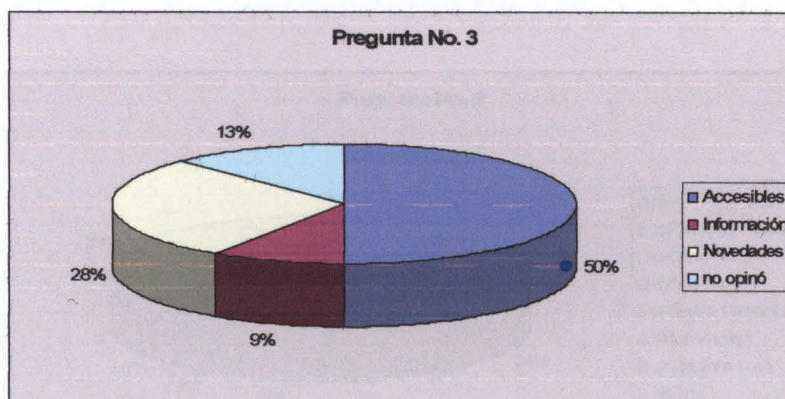
Consideraron esencial la comunicación con el Director y los administrativos para mejorar el desempeño, escuchar las necesidades de los estudiantes y mantenerse más informados.

❖ Escuela de Diseño Gráfico.

La muestra de alumnos encuestados señalo como medios de comunicación UVAQ más conocido al periódico Létere, seguido de la pizarra de información, la página Web, cable UVAQ, buzón UVAQ, por último la columna UVAQ y la revista presencia.

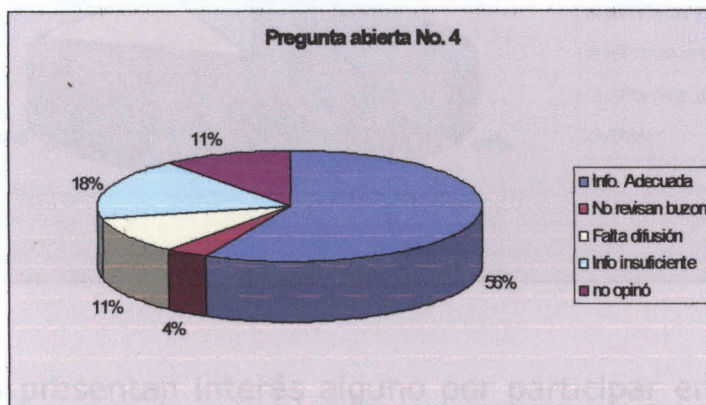


El más utilizado fue el periódico Létere, seguido de la pizarra y la página Web, los menos utilizados fueron el buzón de sugerencias y la columna UVAQ en el sol de Morelia. Argumentaron su uso por ser accesibles y por enterarse de las novedades, dejando al último con una minoría por la información.

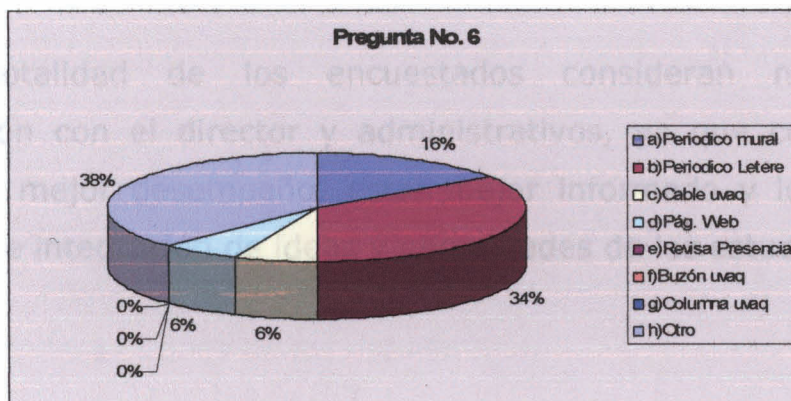


De los usuarios de la pizarra de información, la frecuencia de uso predominante es de una vez por semana en su mayoría, seguida por una o dos al mes.

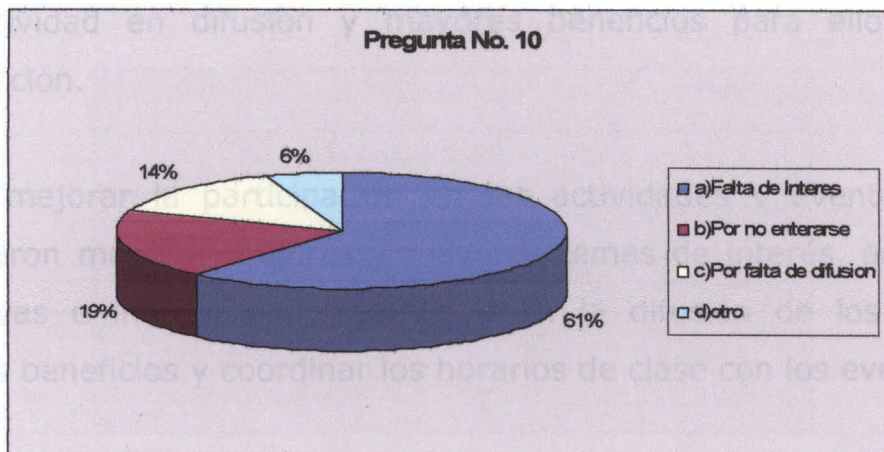
Poco más de la mitad de los encuestados considera buena la comunicación con la UVAQ, ya que se considera que la información es adecuada. Sin embargo también poco más de la mitad señaló no enterarse de todas las actividades y eventos que se organizan en la UVAQ.



Es decir que la información si les llega pero puede ser tardía. Los alumnos que se llegan a enterar es por medio de otros canales como son los rumores, por los maestros o por el director y no tanto por los medios formales de comunicación.



A pesar de esto la mayoría manifestó que los medios de comunicación UVAQ son suficientes y también efectivos. Pero también aceptan que el motivo por el cuál no participan es por falta de interés.



Por lo cuál no presentan interés alguno por participar en la difusión de mensajes UVAQ, siendo que como por ejemplo los alumnos de diseño gráfico podrían aportar ideas valiosas y creativas para la difusión de los eventos y actividades de la universidad, involucrándose y difundiéndose entre ellos mismos y de manera mucho más creativa, claro esta que serían guiados, asesorados y apoyados por los departamentos o coordinaciones correspondientes a cada área o evento.

Casi la totalidad de los encuestados consideran necesaria la comunicación con el director y administrativos, ya que creen que se lograría un mejor desempeño, estar mejor informado y lograr mayor interacción e integración de ideas y necesidades de los estudiantes.

A esto indicaron en su mayoría existir apertura con ellos, de manera que se facilitará el proceso de comunicación, interacción e integración con los alumnos.

Para mejorar la comunicación en la UVAQ los alumnos encuestados propusieron interactuar más con, directores y administrativos, reforzar la creatividad en difusión y mayores beneficios para ellos por su participación.

Y para mejorar la participación en las actividades y eventos UVAQ, propusieron manejar mejores y mayores temas de interés, actividades recreativas e interacción, creatividad en la difusión de los eventos, mayores beneficios y coordinar los horarios de clase con los eventos.

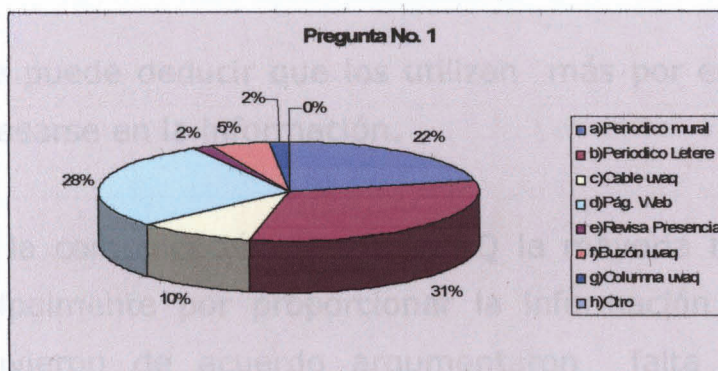
En conclusión, los estudiantes encuestados de la Escuela de Diseño Gráfico mencionaron como al periódico Létere como el medio de comunicación más conocido y utilizado, mientras que al menos conocido y utilizado señalaron la columna UVAQ en el Sol de Morelia. Argumentaron el uso de estos por ser accesibles y por las novedades.

Confesaron no enterarse de todas las actividades y eventos organizados por la institución, señalaron la existencia del rumor como el medio por el cuál mayormente se enteran o se informan de los eventos. Además aceptaron que la falta de interés es el motivo por el cuál no participan.

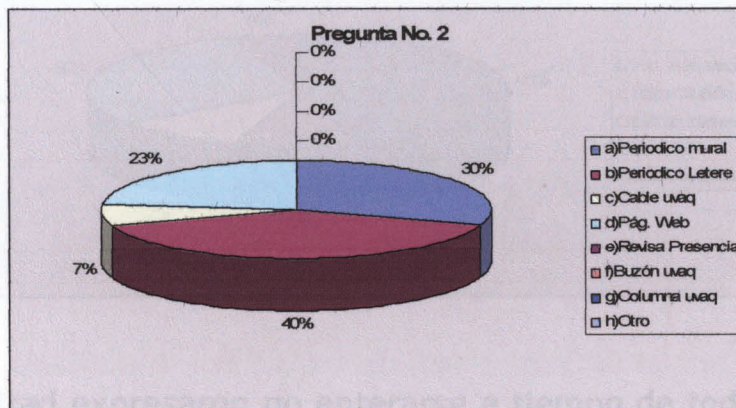
Consideraron necesaria la comunicación con el Director y administrativos ya que se lograría un mejor desempeño, estar mejor informados, lograr mayor interacción, integración de ideas así como escuchar las necesidades de los estudiantes.

❖ Comercio Internacional.

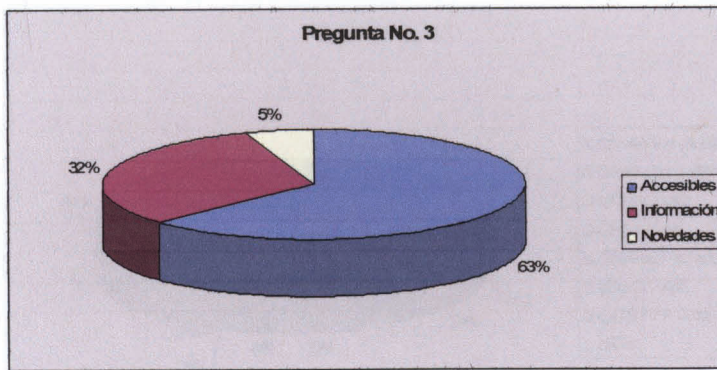
Los estudiantes encuestados señalaron los medios de comunicación de la UVAQ más conocidos mencionando como primer lugar y así consecutivamente, el periódico Létere, página Web, la pizarra de información, cable UVAQ, buzón UVAQ, columna UVAQ y la revista presencia.



Siendo los más utilizados el periódico Létere como primero, seguido de la pizarra, página Web y cable UVAQ, descartando el uso del restante.

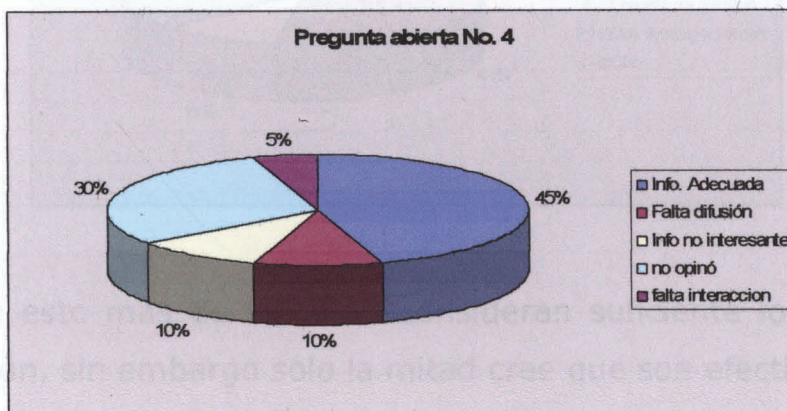


Las razones más comunes por las que utilizan estos medios son por ser accesibles, en segundo por la información y tercero por las novedades.

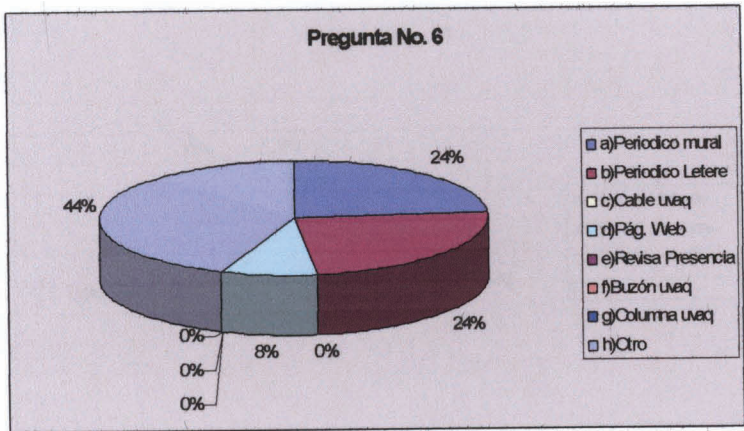


Por lo que se puede deducir que los utilizan más por estar a la mano que por interesarse en la información.

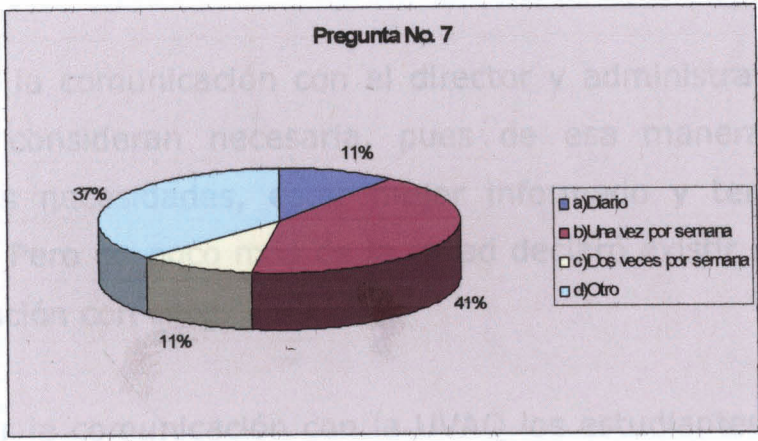
En cuanto a la comunicación con la UVAQ la mayoría la consideraron buena, principalmente por proporcionar la información adecuada, los que no estuvieron de acuerdo argumentaron falta de difusión e información no interesante para ellos.



Más de la mitad expresaron no enterarse a tiempo de todos los eventos que se organizan en la UVAQ, y los que se llegan a enterar los hacen mayormente por medio de otros canales como son los rumores o por el periódico Létere y la pizarra de información.

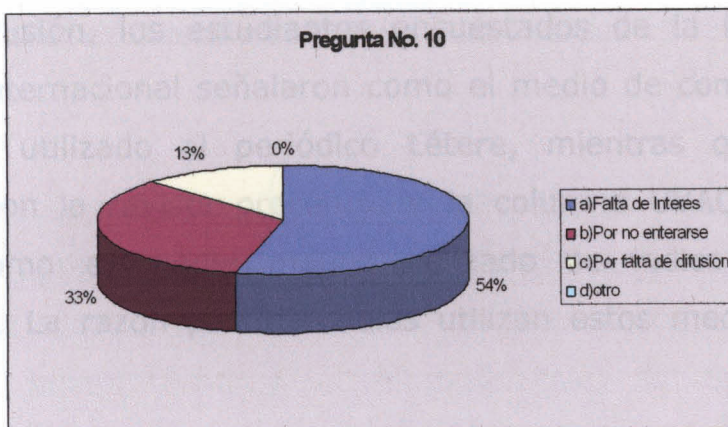


La frecuencia con que leen la pizarra de información es una vez a la semana y una o dos veces al mes, con un mínimo de diferencia entre las dos.



A pesar de esto más de la mitad consideran suficiente los canales de comunicación, sin embargo solo la mitad cree que son efectivos.

Los encuestados creen que su escasa participación también se debe a la falta de interés por no realizarse eventos de calidad e interés y por no enterarse o informarse de estos.



Sin embargo un poco más de la mitad no están interesados en participar en la difusión de mensajes de la UVAQ, mostrando nuevamente falta de interés y apatía.

En cuanto a la comunicación con el director y administrativos, la gran mayoría la consideran necesaria, pues de esa manera se podrían escuchar sus necesidades, estar mejor informado y tener un mejor desempeño. Pero un poco más de la mitad declaró existir poca apertura de comunicación con ellos.

Para mejorar la comunicación con la UVAQ los estudiantes encuestados propusieron en primer lugar mayor creatividad en la difusión de mensajes, mayor interacción con el director y administrativos, manifestaron la necesidad de generar identidad institucional y escuchar propuestas de los estudiantes.

Para lograr mayor participación en los eventos y actividades UVAQ propusieron mayor creatividad de difusión, mejores beneficios para los estudiantes, temas de interés y actividades recreativas, más integración e interacción con los alumnos en los eventos y calidad en los eventos.

Como conclusión, los estudiantes encuestados de la Licenciatura en Comercio Internacional señalaron como el medio de comunicación más conocido y utilizado al periódico Létere, mientras que los menos conocidos son la revista presencia y la columna UVAQ en el Sol de Morelia. Como el medio menos utilizado se indico el buzón de sugerencias. La razón por las cuáles utilizan estos medios es por ser accesibles.

buzón UVAQ y la columna UVAQ del Sol de Morelia, descartando la revista presencia.

Manifestaron falta de difusión e información interesante, así como la presencia del rumor. La escasa participación se presenta a causa de la falta de interés por parte de los alumnos y por no enterarse a tiempo.

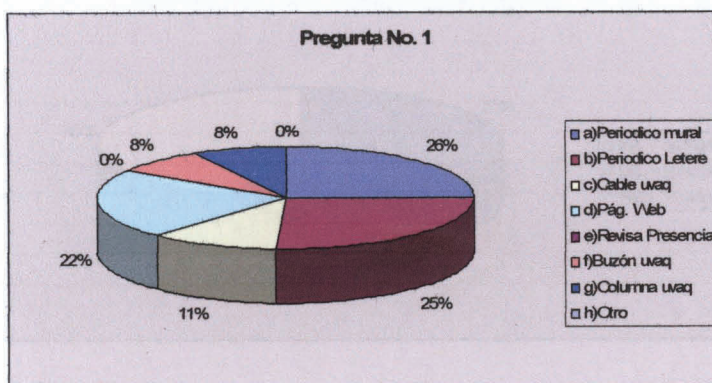
Consideraron necesaria la comunicación con el Director y administrativos para que se escuchen sus necesidades.

De los medios más utilizados por los encuestados se encuentran: en primer lugar el periódico Létere, seguido de la pizarra de información, página Web y columna UVAQ, descartando el buzón UVAQ, revista presencia y caso UVAQ.

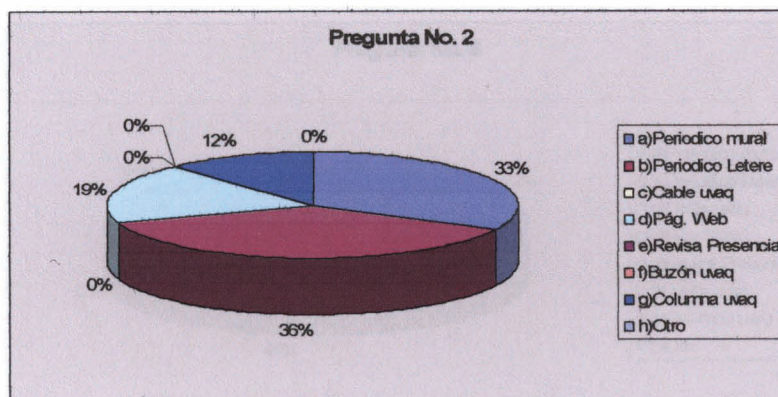


❖ Ingeniería en Sistemas computacionales.

Los medios de comunicación UVAQ identificados por los estudiantes de sistemas computacionales son por orden de mayor a menor conocimiento: pizarra de información, periódico Létere, página Web, cable UVAQ, buzón UVAQ y la columna UVAQ del Sol de Morelia, descartando la revista presencia.

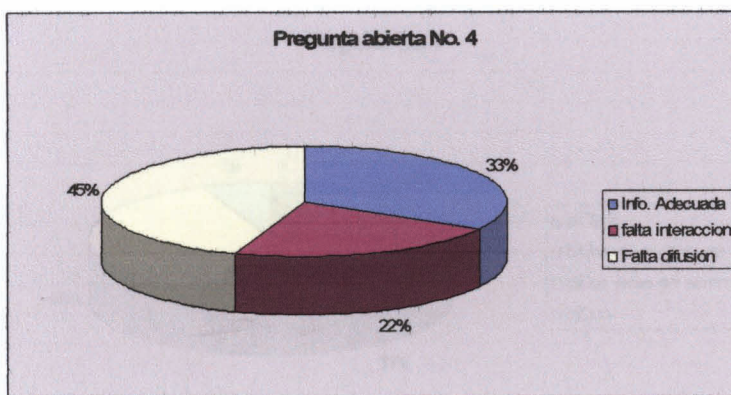


De los medios más utilizados por los encuestados se encuentran: en primer lugar le periódico Létere, seguido de la pizarra de información, página Web y columna UVAQ, descartando el buzón UVAQ, revista presencia y cable UVAQ.

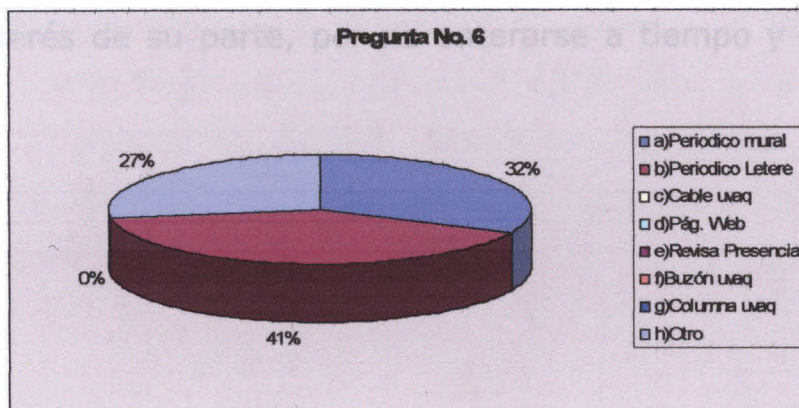


Las razones por las cuáles estos alumnos usan estos medios son principalmente por ser accesibles y en segundo por las novedades publicadas.

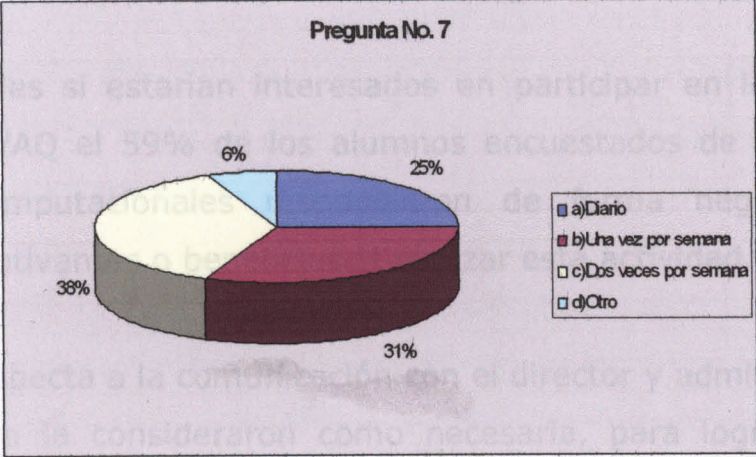
La mitad de los encuestados consideran buena la comunicación con la UVAQ, mientras que la otra mitad no se encuentran del todo conformes, objetando falta de difusión y de interacción.



Más de la mitad de los alumnos encuestados manifestaron no enterarse de todos los eventos UVAQ. Los que se enteran lo hacen por medio del periódico Létere principalmente, seguido de la pizarra, y por otros canales informales como son los comentarios o rumores (entre compañeros, jefes de grupo, maestros o administrativos).

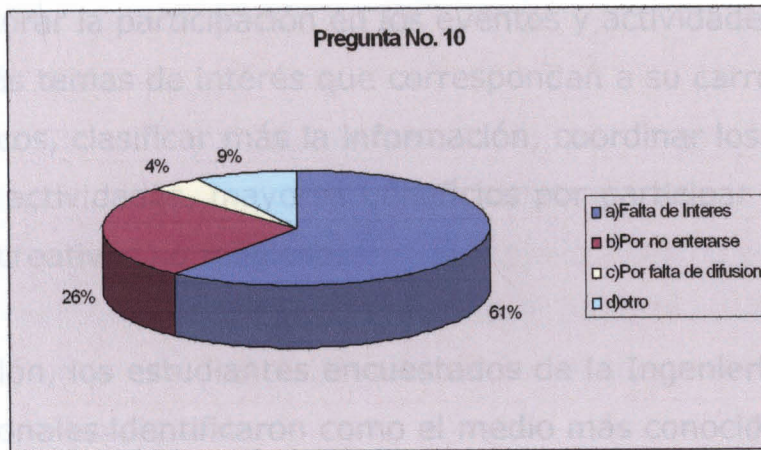


Siendo el medio más accesible y directo la frecuencia con que se consulta la pizarra de información por los estudiantes encuestados es de dos veces por semana con un porcentaje de 38%, seguido de una vez por semana con 31%, diario 25% y cada quince días o más con un 6% del total de los encuestados de ingeniería de sistemas computacionales. Por lo cuál el nivel de información debiera ser mayor al manifestado por estos mismos anteriormente.



Sin embargo más de la mitad consideraron que los medios de comunicación UVAQ son suficientes y efectivos.

Las razones que los encuestados expresaron y por las cuáles no participan en las actividades y eventos UVAQ son: principalmente por falta de interés de su parte, por no enterarse a tiempo y por falta de difusión.



Preguntándoles si estarían interesados en participar en la difusión de mensajes UVAQ el 59% de los alumnos encuestados de ingeniería en sistemas computacionales respondieron de forma negativa, al no encontrar motivantes o beneficios al realizar esta actividad.

En lo que respecta a la comunicación con el director y administrativos, la gran mayoría la consideraron como necesaria, para lograr un mejor desempeño, para que se escuchen sus necesidades y para estar mejor informados.

Más de la mitad de los estudiantes encuestados expresaron existir apertura con el director y demás personal administrativo.

Los alumnos encuestados de ingeniería en sistemas computacionales propusieron para mejor la comunicación entre ellos y la Institución: reforzar la creatividad en difusión, avisar con tiempo las actividades, mayor interacción con los alumnos y más tiempo de transmisión en cable UVAQ.

Y para mejorar la participación en los eventos y actividades propusieron: abarcar más temas de interés que correspondan a su carrera y que sean más prácticos, clasificar más la información, coordinar los horarios clase con los de actividades, mayores beneficios por participar y realizar más eventos recreativos no religiosos.

En conclusión, los estudiantes encuestados de la Ingeniería en Sistemas Computacionales identificaron como el medio más conocido la pizarra de información, descartando el conocimiento por la revista presencia. En cuanto al medio más utilizado señalaron el periódico Létere y el meno utilizado al cable UVAQ. La razón por la cuál utilizan los medios de comunicación es por ser accesibles.

Manifestaron falta de difusión e interacción. Indicaron no enterarse de todos los eventos y actividades, señalando al periódico Létere como el medio por el cuál se enteran de los ya mencionados, también confirmaron la existencia del rumor como medio de información.

Las razones por las cuáles los alumnos encuestados no participan en las actividades y eventos Institucionales son por falta de interés y por no enterarse a tiempo.

Consideraron necesaria la comunicación con el Director y los administrativos para escuchar las necesidades estudiantiles y para estar mejor informados.

3. ❖ **Escuela de Filosofía. Estudiantes encuestados.**

Esta carrera no será tomada en cuenta debido a que los horarios de clase que se manejan son los viernes y sábados por lo que no puede ser comparada la comunicación que se maneja con estos estudiantes con las demás carreras, y por lo tanto consideré omitirla en este diagnóstico ya que se reitera que este diagnóstico es un mero acercamiento a la situación UVAQ-estudiantes.

La media de comunicación menos conocida y utilizada por la comunidad UVAQ es el Sitio de Noticias. El motivo o razón principal por el cual utilizan como medio de comunicación al Periódico UVAQ es por su accesible y no tanto por la información y contenido.

Esto refleja un mal aprovechamiento de los medios de difusión al no explotar las opciones que la Universidad proporciona para comunicarse y expresarse, así como la falta de exhortación a uso de estos y la falta de iniciativa para despertar el interés por mantenerse informado.

Por lo tanto se necesita difundir más la existencia de los diversos medios de comunicación y los temas de acceso a ellos, así como fortificar el contenido y formatos de manera que sean más interesantes para los estudiantes. Los encuestados consideraron necesario reforzar la difusión de los eventos y actividades, ya que en muchas ocasiones no se enteran de los mismos o no lo hacen a tiempo obstaculizando la asistencia a estos.

También propusieron tratar temas de interés enfocados más a su carrera, es decir, que no sean tan generales, pues al no identificarlos atractivos o útiles a su carrera no encuentran beneficio por asistir.

3.1.2 Conclusiones de los Estudiantes encuestados.

Como resultado de las encuestas aplicadas a todos los alumnos muestra de la Universidad Vasco de Quiroga se concluyó lo siguiente:

El medio de comunicación más identificado o conocido por los estudiantes encuestados resultó ser el Periódico Létere así como también el más utilizado. El medio de comunicación menos conocido y utilizado fue la columna UVAQ en el Sol de Morelia. El motivo o razón principal por el cual utilizan como medio de comunicación el Periódico Létere es por ser accesible y no tanto por la información o contenido.

Esto refleja un mal aprovechamiento de los medios de difusión al no explotar las opciones que la Universidad proporciona para comunicarse y expresarse, así como la falta de exhortación al uso de éstos y la transmisión creativa para despertar el interés por mantenerse informado.

Por lo tanto se necesita difundir más la existencia de los diversos medios de comunicación y las formas de acceder a ellos, así como fortificar el contenido y secciones de manera que sean más interesantes para los estudiantes. Los encuestados consideraron necesario reforzar la difusión de los eventos y actividades, ya que en muchas ocasiones no se enteran o no lo hacen a tiempo obstaculizando la asistencia a estos.

También propusieron tratar temas de interés enfocados más a su carrera, es decir, que no sean tan generales, pues al no identificarlos atractivos o útiles a su carrera no encuentran beneficio por asistir.

La escasa participación se atribuye a la falta de interés de los alumnos al no cubrir sus necesidades y expectativas, así como también a la falta de difusión al no enterarse a tiempo de los eventos y actividades UVAQ. Con esto se desaprovechan las cualidades, habilidades y aptitudes de los estudiantes limitando su creatividad y obstaculizando de cierta manera su desarrollo académico al no llevar a la práctica los conocimientos adquiridos en las aulas.

También señalaron la presencia del rumor como medio por el cuál se llegan a dar cuenta de los eventos y actividades Institucionales, seguido de la pizarra de información. Esto indica la necesidad de apoyarse en los diversos medios de comunicación y fortalecer la creatividad de los mensajes para atraer más la atención de los alumnos, así como también apoyarse tanto en maestros como en la Dirección de las carreras para reforzar la información y difusión a los alumnos.

Se confesó y detectó carencia de identidad institucional de parte de los alumnos encuestados, ya que no existe el interés por involucrarse y participar con la Institución. Esto resulta ser un factor de emergencia, ya que la impresión, opinión y evaluación de los alumnos sobre la Universidad Vasco de Quiroga es su principal publicidad, sustento y ventaja competitiva sobre las demás Instituciones de Educación Superior. Sin embargo esto se manifiesta en mayor número sobre los estudiantes de los semestres finales, por lo que se puede controlar y mantener de forma estable dando un seguimiento desde los primeros semestres de ingreso y no descuidar a los últimos.

En ciertas actividades institucionales se vuelve innecesaria la participación de los alumnos que están por egresar y esto afecta inconscientemente en la identidad con la institución al sentirse desplazados por esta. Un caso es el día comunitario, actividad anual donde los estudiantes participan para ayudar a los que más lo requieran, y los alumnos por egresar ya no son requeridos para dichas actividades, siendo que por su experiencia en eventos pasados podrían proponer nuevas ideas o complementar las existentes.

Los alumnos de la Universidad Vasco de Quiroga son y seguirán siendo parte de la institución motivo por el cuál se deben tomar en cuenta en todas las actividades y eventos Institucionales.

Los alumnos encuestados consideraron trascendente reforzar la comunicación e interacción con Directores y Administrativos, ya que de esa manera se puede optimizar el desempeño de todos, así como mantenerse mejor informados, crear más confianza y escuchar las necesidades de los estudiantes.

Si embargo comenzó existir ciertos miedos por parte de los alumnos por reclamar o reportar a los profesores cuando no asisten a clase por temor a crear rencores con ellos, pero se trata de manejar disciplina en este aspecto.

Además se realizan juntas con los profesores en las cuales se discute tanto problemáticas grupales como excelencias académicas, esto con la finalidad de permanecer informados, resolver a tiempo los problemas y reconocer los esfuerzos académicos de los alumnos.

3.2 Análisis de entrevista a los Directores.

➤ Dirección de Diseño Gráfico.

L.D.G. María Enriqueta García Abraham

La comunicación que mantiene la dirección de diseño gráfico con sus alumnos ha sido un poco difícil, no existía mucha apertura por su parte, por lo que la dirección asignó tutores de acuerdo al semestre, para así coordinar y manejar mejor la información a los alumnos.

A los profesores se les trata de comunicar a través de un memorando y por vía telefónica si es necesario.

"Busco siempre la forma de integración y comunicación con alumnos y maestros" (Director de carrera).

La dirección considera que hay confianza en cuanto a la comunicación con los estudiantes, manifestó estar abierto a escucharlos.

Sin embargo confesó existir ciertos miedos por parte de los alumnos por reclamar o reportar a los profesores cuando no asisten a clase por temor a crear rencores con ellos, pero se trata de manejar disciplina en este aspecto.

Además se realizan juntas con los profesores en las cuáles se discute tanto problemáticas grupales como excelencias académicas, esto con la finalidad de permanecer informados, resolver a tiempo los problemas y reconocer los esfuerzos académicos de los alumnos.

En cuanto a la iniciativa de participación de los estudiantes en eventos, se consideró que sí hay respuesta positiva, prevalece la colaboración fraternal, respeto y apoyo entre todos los involucrados, siendo alumnos de todos los semestres cuando son eventos de la carrera, aunque mencionó tratar temas prácticos y de mayor interés para los alumnos en los eventos UVAQ.

Respecto a que si los canales de comunicación UVAQ son suficientes y efectivos, se cree que sí son suficientes y que existe un gran esfuerzo en los distintos medios de comunicación de la Institución, pero se aconsejó reforzar la información y ser más constantes ya que en ocasiones se cree que los estudiantes están informados con solo pegar un papel en el pasillo o avisar a las secretarías, siendo que la información llega a ser retenida u obstaculizada por algunas barreras impidiendo el objetivo del mensaje.

Se reiteró continuar apoyando para hacer presencia en conjunto con los departamentos encargados de la difusión institucional para lograr mejores resultados.

Como propuesta para mejorar la comunicación en la UVAQ mencionó reforzar la comunicación personal o directa, ya que es y ha sido la más efectiva, manteniendo así un contacto continuo con profesores-alumnos e Institución, reforzar la imagen institucional, crear un slogan más impactante de acuerdo a la misión y visión institucional que permanezca en la mente de los estudiantes. Comentó además el estar en proceso una propuesta en la carrera de Diseño de contar con su propia página Web, para estar en mayor contacto con los estudiantes a través de la tecnología y de esta forma seguir fomentando la cultura de comunicación e información.

➤ **Dirección de Arquitectura.**

M. en Arq. Rafael Gómez Jiménez.

La comunicación con los alumnos la consideró como regular, ya que revelo existir constante desinterés de los estudiantes por acercarse e informarse, sin embargo, declaró tratar de mantenerlos lo mejor comunicados posible.

Mencionó la necesidad de reforzar la difusión con los estudiantes, ya que en ocasiones la dirección tiene que encargarse de comunicar a los alumnos de los eventos que se organizan en la Institución.

“Se trata de mantener informados a los universitarios de todos los eventos y actividades, pero no se puede andar atrás de ellos, no siempre se puede avisarles personalmente”.

Expresó además que los pizarrones o periódicos murales son de información general y no específicos de las carreras.

Para mantener el enlace de comunicación con los alumnos, el director realiza visitas constantes a los salones de clase, así como también, cada semana o quince días organiza entrevistas con los estudiantes para recibir propuestas, quejas o sugerencias.

Afirme existir iniciativa de los universitarios en participar en los eventos y actividades que organiza la Institución siempre y cuando les sena de interés.

➤ **Dirección de Arquitectura.**

M. en Arq. Rafael Gómez Jiménez.

El programa satisfizo con los canales de comunicación, sin embargo,

La comunicación con los alumnos la consideró como regular, ya que revelo existir constante desinterés de los estudiantes por acercarse e informarse, sin embargo, declaró tratar de mantenerlos lo mejor comunicados posible.

Como propuesta para mejorar la comunicación con los estudiantes se

Mencionó la necesidad de reforzar la difusión con los estudiantes, ya que en ocasiones la dirección tiene que encargarse de comunicar a los alumnos de los eventos que se organizan en la Institución.

“Se trata de mantener informados a los universitarios de todos los eventos y actividades, pero no se puede andar atrás de ellos, no siempre se puede avisarles personalmente”.

Expresó además que los pizarrones o periódicos murales son de información general y no específicos de las carreras.

Para mantener el enlace de comunicación con los alumnos, el director realiza visitas constantes a los salones de clase, así como también, cada semana o quince días organiza entrevistas con los estudiantes para recibir propuestas, quejas o sugerencias.

Afirme existir iniciativa de los universitarios en participar en los eventos y actividades que organiza la Institución siempre y cuando les sena de interés.

➤ Dirección de Ciencias de la Comunicación.

“Hay que actuar conforma a las necesidades de los estudiantes”.

Se encuentra satisfecho con los canales de comunicación, sin embargo, cree que hace falta reestructurar un sistema de comunicación que contemple un flujo de información más precisa y rápida, donde además impere la convivencia e integración.

Como propuesta para mejorar la comunicación con los estudiantes se plantea crear lugares de encuentro para los estudiantes, mejorar el auditorio, mejorar y ampliar la biblioteca, mejorar los servicios de cafetería y aumentar la creatividad en difusión.

Además de que cada salón y cada carrera contaran con un canal de comunicación, de manera que la información fluya más rápido y sin menos barreras.

Y por último y no menos importante, reforzar la identidad institucional.

La comunicación directa con los alumnos no es tan frecuente, es ocasional o para resolver algún problema, “no me gusta tratar asuntos en grupos grandes por que los problemas particulares se vuelven generales y se pierde objetividad”, sin embargo el director no tiene visitas programadas con los estudiantes.

Manifiesta que no hay forma de asegurarse de que los alumnos reciban el mensaje, no se tiene un proceso de verificación, evaluación o algún método que permita evaluar la efectividad.

➤ **Dirección de Ciencias de la Comunicación.**

Lic. Rafael Bretón Pavón.

El Director de esta facultad declaro que se transmiten todo tipo de mensajes tanto a maestros como alumnos. Hizo la observación de que no hay un manual de comunicación, pues no esta especificado quién debe comunicar que y a quien, por lo que se avisa lo que se sabe y a quien se puede.

Considera que la comunicación UVAQ-alumnos carente, existen desorden en los comunicados, a veces los mensajes no llegan o no son recibidos oportunamente y los alumnos no están bien informados.

En lo que respecta a la comunicación director- alumnos, falta de comunicación, no ha encontrado un sistema efectivo, manifiesto que existe mejor comunicación académica, es decir, lo que refiere a la carrera, que comunicación con la universidad.

La comunicación directa con los alumnos no es tan frecuente, es ocasional o para resolver algún problema, "no me gusta tratar asuntos en grupos grandes por que los problemas particulares se vuelven generales y se pierde objetividad", sin embargo el director no tiene visitas programadas con los estudiantes.

Manifestó que no hay forma de asegurarse de que los alumnos reciban el mensaje, no se tiene un proceso de verificación, evaluación o algún método que permita evaluar la efectividad.

Afirma que sí existe iniciativa de participación por parte de los alumnos en las actividades UVAQ, lo que falta es mayor difusión.

Externó estar conforme con los medios de comunicación UVAQ considerándolos buenos y suficientes, sin embargo, señaló reforzar la difusión y creatividad para elevar la efectividad.

Propuso además no ser tan estrictos y formales en la difusión, permitir y exhortar a la participación e integración de los estudiantes a los medios UVAQ para así recibir nuevas propuestas y mayor creatividad.

No se tienen programadas visitas, sin embargo se trata de visitar y atender a los estudiantes cuando se requiere.

Se mantiene informando a los alumnos acerca de los eventos y actividades de la escuela, se pegan avisos en los salones y se les anuncia verbalmente.

En lo que se refiere a la institución, hace falta reforzar la comunicación y la difusión, debe haber mayor interacción, información más completa y precisa, en ocasiones la información nos llega retrasada y nos resulta imposible avisar a todos los alumnos. Si la información llega a tiempo sí se les da aviso inmediatamente.

La iniciativa de participación en eventos y actividades UVAQ por parte de los estudiantes es negativa, no presentan interés, se llega a perder un poco la identidad institucional, hace falta reforzar la idea de que los eventos son para ellos, elevar la creatividad y la planeación de los eventos y actividades, involucrarlos que les resulten prácticos, crear la cultura de información, participación e integración.

➤ **Dirección de la Escuela en Derecho.** es el alma mater de los
Lic. Oscar Soberanes Lasses.

La comunicación dentro de esta escuela es de puerta abierta y personal,
con profesores y con alumnos.

Particularmente con los estudiantes la comunicación es buena, existe
confianza, se escuchan las inconformidades que ellos expresen.

No se tienen programadas visitas, sin embargo se trata de visitar y
atender a los estudiantes cuando se requiera.

Se mantiene informado a los alumnos acerca de los eventos y
actividades de la escuela, se pegan avisos en los salones y se les
anuncia verbalmente.

En lo que se refiere a la Institución, hace falta reforzar la comunicación
y la difusión, debe haber mayor interacción, información más completa y
precisa, en ocasiones la información nos llega retrasada y nos resulta
imposible avisar a todos los alumnos. Si la información llega a tiempo si
se les da aviso inmediatamente.

La iniciativa de participación en eventos y actividades UVAQ por parte
de los estudiantes es negativa, no presentan interés, se llega a perder
un poco la identidad institucional, hace falta reforzar la idea de que los
eventos son para ellos, elevar la creatividad y la planeación de los
eventos ya actividades, involucrarlos que les resulten prácticos, crear la
cultura de información, participación e integración.

Crearles conciencia de que "la universidad es el alma mater de los alumnos, es la que los prepara e impulsa a la vida profesional".

Declaró que los canales de comunicación UVAQ son suficientes, pero que hace falta mejorar la información, la manera de informar, que sea atractiva para el estudiante, así como reforzar la creatividad en la difusión.

Para mejorar la comunicación UVAQ-alumnos, se propuso reforzar la estructura de los canales de comunicación, mejorar la forma en que se dicen las cosas, además reforzar la comunicación entre dirección, relaciones públicas y difusión e imagen, de manera que se puedan apoyar más y obtener mejores resultados.

Mejorar el contenido de los medios de comunicación impresos, reforzar la participación de los estudiantes y profesores con artículos y entrevistas, así como temas de interés y prácticos para la carrera.

Siempre la mayoría de los alumnos están interesados de las actividades que se organizan tanto en la licenciatura como en la universidad. Si se trata de un evento interno, es decir de la carrera, si se organiza se está recibiendo la información, ya que se apoyan en los maestros y en los plerarios de correo colocados afuera de las aulas, si son en general de la UVAQ, no hay manera de asegurar que la información está siendo recibida, pues en ocasiones no tienen la información suficiente a tiempo.

Existe iniciativa por parte de los alumnos en participar en las conversas y actividades, pero de igual forma siempre hay que motivarlos.

➤ **Dirección de Contabilidad y Administración.**

MA. Lilia Patricia López Vázquez.

La comunicación que se maneja con los alumnos de esta carrera es por los medios formales UVAQ, comunicación directa, por medios de los maestros y con la utilización de unos pequeños pizarrones de corcho que se encuentran colocados afuera de los salones de clase.

La comunicación se ha mejorado, pero falta más acercamiento e interacción. Manifestó la directora que por la carga de trabajo (ya que lleva la dirección de dos carreras), no le alcanza el tiempo para dar atención a todos los alumnos, sin embargo cuando puede o se acercan los atiende inmediatamente.

La comunicación se trata de hacer continua, no se cuenta con un calendario o programación de juntas con los estudiantes, esto a causa de la carga de trabajo ya mencionada.

Sin embargo la mayoría de los alumnos están enterados de las actividades y eventos que se organizan tanto en la licenciatura como en la universidad. Si se trata de un evento interno, es decir de la carrera, si se aseguran de que reciban la información, ya que se apoyan en los maestros y en los pizarrones de corcho colocados afuera de la aulas, si son en general de la UVAQ, no hay manera de asegurar que la información halla sido recibida, pues en ocasiones no tienen la información completa o a tiempo.

Existe iniciativa por parte de los alumnos en participar en los eventos y actividades, pero de igual forma siempre hay que motivarlos.

Declaro estar conforme con los medios de comunicación UVAQ, son suficientes, sin embargo, opinó que resultaría adecuado categorizar y especificar más la información de acuerdo a las carreras.

Manifestó también que los anuncios en la pizarra de información (conocido también como periódico mural), se encuentra en ocasiones saturado, bloqueando la atención de los estudiantes, señaló también necesario reforzar la creatividad en la difusión.

Cómo propuesta sugirió programar juntas con los alumnos para escuchar sus inquietudes y aportaciones, así como organizar los horarios de los eventos de manera que no coincidan con las clases para poder acudir libremente.

➤ **Dirección de Psicología.**

Lic. En Psic. Hilda Leticia del Toro.

La comunicación con los maestros se mantiene por medio de memorando, e-mail y directa, se trata de mantenerlos lo mejor informados posible.

Los mensajes que se transmiten a los alumnos de esta licenciatura son generales; asuntos específicos, información de la licenciatura, actividades y eventos UVAQ. Se hace uso de la comunicación directa, se marcan fecha de visita para platicar con los grupos, y con jefes de grupo se realizan juntas una vez al mes.

Existe retroalimentación y se ha logrado una comunicación abierta con los alumnos.

Se mantiene informado a los alumnos de las actividades de la facultad, se involucra a estos en la organización y realización, además la directora pasa personalmente a invitar y recordar la fecha del evento.

Se manifiesta iniciativa de participación de los estudiantes a participar en los eventos y actividades de la licenciatura, se organizan comités de planeación, programación, patrocinio, logística, finanzas, eventos sociales y recreativos, para involucrarlos, integrarlos y garantizar su asistencia. Respecto a los eventos y actividades UVAQ no siempre hay respuesta positiva.

Señala que los medios de comunicación son suficientes, sin embargo la difusión no es del todo efectiva, ya que en ocasiones pasan la información de los eventos a la dirección y esta se tiene que encargar de difundirla y motivar a los alumnos a participar con la Institución y en otros casos la información llega tardía, no garantizando de esta manera la completa asistencia de los estudiantes.

Para mejorar la comunicación con los alumnos propuso escuchar al alumno, darle la oportunidad de expresarse, de dar a conocer sus necesidades y sobre todo de atenderlas.

Establecer un mecanismo de integración y comunicación directa más efectivo, dentro del cuál se refuerce el humanismo por el cuál se rige la Institución.

Hay alumnos a los que el profesor imparte clase, por lo tanto mantiene mayor y mejor comunicación y confianza con ellos.

En las actividades y eventos se realizan dentro de la institución los estudiantes se mantienen informados, ya que se entrega un programa estratégico en el que se entrega la información con visitas semanales a los salones de clase para la participación con visitas a los salones para resolver cualquier duda de la programación, organización y desarrollo de estos eventos.

Se realizan visitas regularmente tres veces por semestre a empresas e industrias dentro y fuera de la ciudad.

➤ **Dirección de Ingeniería Industrial.**

Ing. Manuel Mendoza Contreras.

Se trata de mantener una comunicación abierta y personal, con maestros y sobre todo con los alumnos, sin embargo hace falta mejorar la comunicación con estos.

Se considera buena la comunicación con los alumnos, ya que regularmente se acercan ya sea para resolver problemas académicos o para cualquier duda y sugerencia, existe confianza con la mayoría de los estudiantes.

La frecuencia de contacto y comunicación con los alumnos es una de las prioridades, se trata de nunca perder la interacción, se realizan visitas semanales a los salones para escuchar las propuestas, inconformidades o cualquier situación que se presente o se requiera.

Hay alumnos a los que el director imparte clase, por lo tanto mantiene mayor y mejor comunicación y confianza con ellos.

De las actividades y eventos que se realizan dentro de la ingeniería los estudiantes se mantienen informados, ya que se entrega un programa semanal de actividades, además de reforzar esta información con visitas a los salones para resolver cualquier duda de la planeación, organización y desarrollo de estos eventos.

Se realizan visitas regularmente tres veces por semestre a empresas o industrias dentro y fuera de la ciudad.

En lo que respecta a las actividades y eventos de la UVAQ si la información llega a tiempo se les informa a los estudiantes, pero es menos la participación depende del tipo de evento, hace falta reforzar más la difusión.

Se expreso inconformidad en la comunicación UVAQ-estudiantes, hace falta reforzar los canales de comunicación de la Institución con interacción, no solo llevar la información a la dirección para su difusión.

Para mejorar la comunicación UVAQ-estudiantes se propuso categorizar la información por carreras en las pizarras de los pasillos, reforzar la creatividad y manejar mayores temas de interés.

Crear un modulo de información atendido por alumnos

Escuchar y atender más las necesidades de los estudiantes.

Mejor planeación y horarios de los eventos, de manera que no interfieran con las clases y se pueda asistir sin perjudicar a los alumnos.

La iniciativa de los alumnos por participar en los eventos y actividades UVAQ en su mayoría es escasa, no asisten en ocasiones por realizar otro tipo de actividades, por tareas, o por ser en horarios de clase.

Los alumnos no expresan interés por mostrar sus trabajos, así como se realizan eventos para esta carrera, solo de la semana académica, lo que crea una participación muy baja.

➤ **Dirección de Ingeniería en Sistemas Computacionales.**

Ing. Gabriel Nava Vázquez.

La comunicación que se tiene es en su mayoría verbal, contando también con la comunicación formal (oficios, memorandos, avisos, etc.)

Se realizan regularmente visitas a los salones de clase, no están programadas, pero se trata de hacerlo lo más frecuente posible, por lo regular cada quince días.

Se les informa a los alumnos de los eventos y actividades de la universidad y de la carrera.

En general se considera buena la comunicación entre estudiantes y la dirección, pues como ya se mencionó es más informal y por lo tanto es más directa y con mayor interacción.

Sin embargo, no siempre están informados todos los alumnos de las actividades UVAQ, si la información o convocatorias llegan a tiempo, la dirección se encarga personalmente de avisar, si llega tardía o incompleta es más difícil avisar a los estudiantes.

La iniciativa de los alumnos por participar en los eventos y actividades UVAQ en su mayoría es escasa, no asisten en ocasiones por realizar otro tipo de actividades, por tareas, o por ser en horarios de clase.

Los alumnos no expresan interés por mostrar sus trabajos, casi no se realizan eventos para esta carrera, solo de la semana académica, lo que crea una participación muy interna.

➤ Dirección de Comercio Internacional.

Se sugirió reforzar la difusión y creatividad en los canales de comunicación formales de la universidad.

Para mejorar la comunicación UVAQ-alumnos se propuso; crear un área especial por salones para los avisos.

Que los eventos sean para cubrir las inquietudes y necesidades de los estudiantes.

Que se les pregunte sobre los temas de su interés e involucrarlos en la planeación de los eventos.

Reforzar el contenido e información de los eventos que se organizan cuando les pasen la información a los directores, de esta manera se podrá proporcionar una mejor información a los maestros y alumnos.

No se realizaron propuestas por parte de esta dirección. Además de un comportamiento poco disposición y apertura, las respuestas fueron muy cerradas, lo cual podría prestarse como referente de la comunicación y disposición que se mantiene con los estudiantes de esta carrera.

3. ➤ **Dirección de Comercio Internacional.**

M.A. Mayra Banderas Fierro.

La comunicación que se mantiene dentro de la carrera es formal e informal, se transmiten mensajes e información tanto de la Institución como de la carrera.

Se considera buena la comunicación con los estudiantes, se comentó que esta es constante, de forma personal y por escrito.

También se indicó, mantener enterados a los alumnos de los eventos y actividades UVAQ. Sin embargo se declaró que la iniciativa de participación de estos es escasa.

Se indicó que los canales de comunicación UVAQ son suficientes, pero no son del todo efectivos.

No se realizaron propuestas por parte de esta dirección. Además de presentarse poca disposición y apertura, las respuestas fueron muy cerradas, lo cuál podría prestarse como referente de la comunicación y disposición que se mantiene con los estudiantes de esta carrera.

3.2.1 Conclusiones Directores encuestados.

Como resultado general de las encuestas aplicadas a los maestros de la Universidad Vasco de Quiroga se llegó a las siguientes necesidades y conclusiones, (Formato de entrevista Ver Anexos):

En la Dirección se transmiten mensajes o información tanto a maestros como a los alumnos, ya sea internos de la carrera o de la Institución, de esta última se difunde siempre y cuando llegue la información oportuna.

La comunicación con los alumnos la consideran difícil ya que no existe mucha apertura ni el interés de los estudiantes por acercarse e informarse, siendo que se maneja la política de puertas abiertas, se pegan anuncios en las pizarras y se informa a los jefes de grupo, pero esto no resulta suficiente.

Otro problema que consideraron importante es el hecho de que no está especificado las funciones de comunicación, ya que no saben concretamente quien debe informar a quién, la Dirección comunica lo que sabe a quien puede, en otras ocasiones la información no llega a tiempo, razón por la cuál se convierte en barrera para comunicar a tiempo a los estudiantes.

La interacción no es muy frecuente, la mayoría no tiene programadas visitas con los alumnos, estas se dan ocasionalmente por los pasillos, cuando se presenta algún problema o cuando los estudiantes asisten a las oficinas de la Dirección.

Se manifestó encontrar mayor asistencia cuando son eventos internos de la Carrera en comparación con los Institucionales.

Se indicó existir participación voluntaria de los alumnos en los eventos y actividades, sin embargo, se necesita organizar mejor los horarios y avisar con anticipación para aumentar la asistencia, pues en ocasiones coinciden con horarios de clases, exámenes o tareas. Se opinó también que se involucre más a los alumnos en la organización de estos eventos con el fin de interesarlos más, pues consideraron hacer falta motivarlos.

En cuanto a los canales de comunicación UVAQ, los calificaron como suficientes y efectivos, no obstante, consideraron conveniente reforzar la creatividad para llamar más la atención de los alumnos, ser más constantes en la transmisión de mensajes, categorizar la información por carreras, sobre todo en las pizarras de los pasillos, no confiarse de llevar la información a las secretarías para difundir los eventos Institucionales, en todo caso, recordarles o confirmar su difusión, así como realizar más eventos que sean específicos de la carrera y no solo la semana Académica, pues no es suficiente.

Los Directores de las distintas Licenciaturas encuestadas, coincidieron en contribuir apoyando a los departamentos de Difusión Cultural y Relaciones Públicas para fortalecer la comunicación con los estudiantes y reforzar la identidad institucional.

Se mencionó el uso de correo electrónico, cable UVAQ, la pizarra de información, el botón de sugerencias y la revista presencial, descartando la columna UVAQ en el Sol de Morelia.

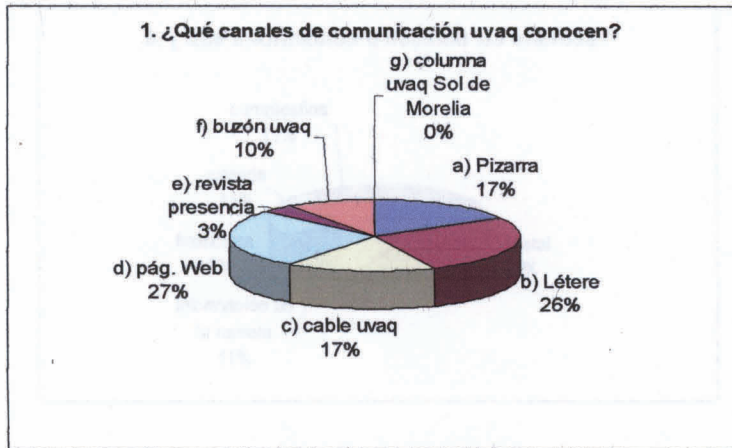
3.3 Análisis encuestas a Maestros UVAQ.

Para la recolección de información requerida, se tomó como muestra el 30% del total de los profesores de cada carrera de la UVAQ, quedando entonces, con un total de 52 maestros encuestados de todas las carreras. Esto con el fin de usar sus opiniones como punto neutro o mediadores entre las declaraciones de los alumnos y directores, ya que no se encuentran directamente involucrados en el proceso de comunicación de mensajes e información por parte de la Institución, además de obtener otro punto de vista que resulte favorable para encontrar oportunidades y reforzar las fortalezas de comunicación UVAQ.

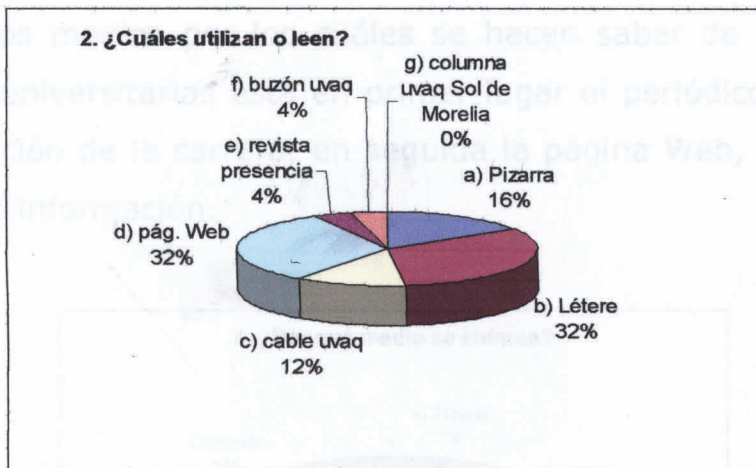
❖ Maestros de Contabilidad y Administración.

Se unificaron las opiniones de los profesores de las Licenciaturas en Contabilidad y Administración, ya que estas comparten la misma plantilla de maestros.

Siguiendo los resultados de las encuestas aplicadas, se descubrió que el medio de comunicación más conocido por los maestros es la página Web, seguida del periódico Létere, cable UVAQ, la pizarra de información, el buzón de sugerencias y la revista presencia, descartando la columna UVAQ en el Sol de Morelia.

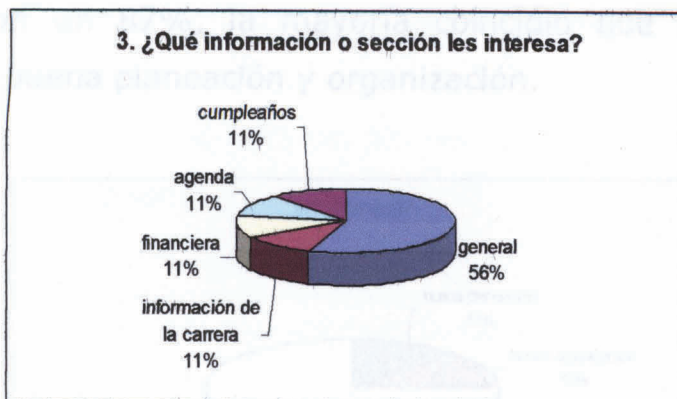


Sin embargo, los más utilizados o leídos son el periódico Létere y la página Web, seguido de la pizarra de información, cable UVAQ y la revista presencia junto con el buzón de sugerencias.



La información que más les interesa o que más consultan los maestros de administración y contaduría es información general, cumpleaños, agenda, financiera e información de la carrera.

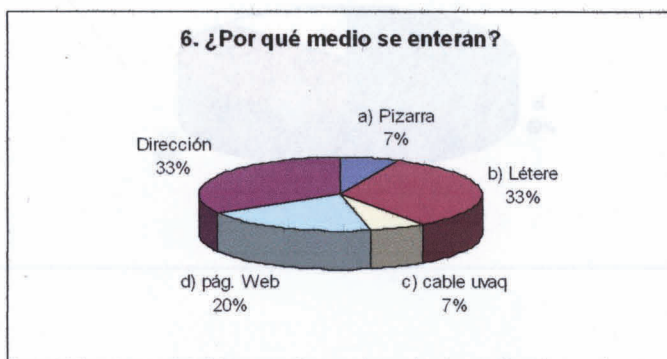
3. ¿Qué información o sección les interesa?



Los encuestados calificaron como efectivos los canales de comunicación de la UVAQ. Aunque las encuestas reflejaron que solo el 37% de estos si están enterados de todos los eventos y actividades, el 38% regular y el 25% restante no se enteran.

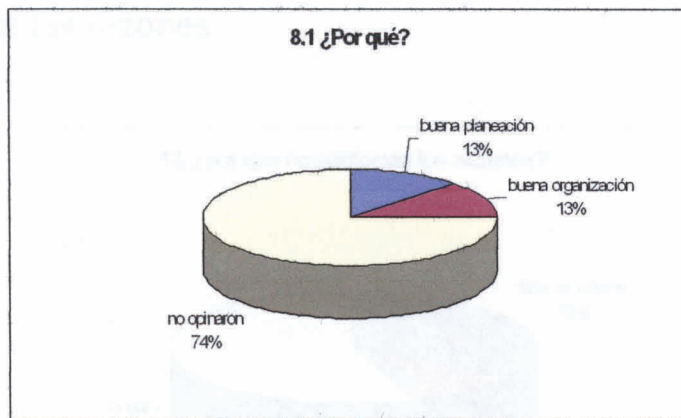
Dentro de los medios por los cuáles se hacen saber de los eventos y actividades universitarias esta en primer lugar el periódico Létere junto con la Dirección de la carrera, en seguida la página Web, cable UVAQ y la pizarra de información.

6. ¿Por qué medio se enteran?



La gran mayoría de los maestros encuestados (87%) si acuden a los eventos y actividades UVAQ, expresando que asisten por gusto (25%), mientras que los inasistentes no lo hacen por falta de tiempo (75%), ya sea por que coinciden con horarios de clase o por razones personales.

Así mismo con un 87%, la mayoría coincidió que son de calidad, enunciando la buena planeación y organización.



Desde su punto de vista y apreciación, los maestros indicaron si los alumnos se enteraban de los eventos, mostrándose en las encuestas que solo la mitad (50%) si lo esta y participa en ellos.

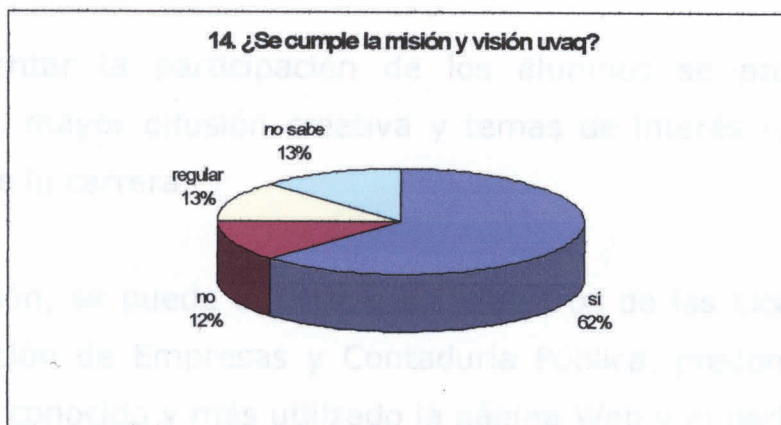


El 87% de los maestros declararon contribuir en la transmisión de mensajes UVAQ a los alumnos y a la participación en ellos, siempre y cuando estén enterados de dichas actividades.

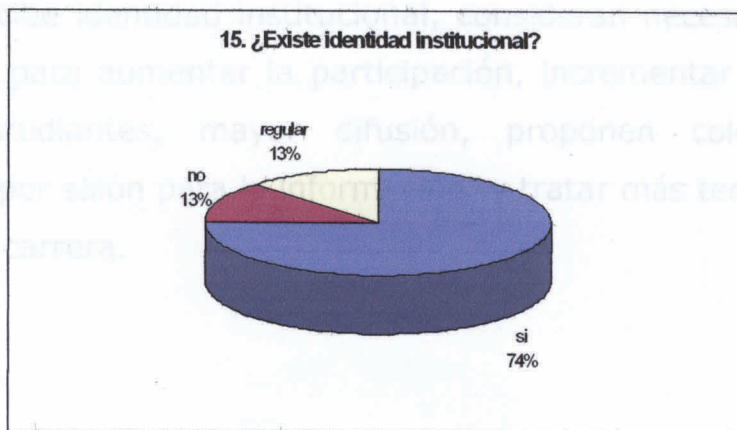
Dentro de las razones que conocen los maestros por las cuales no participan las estudiantes en las actividades y eventos institucionales esta la falta de interés y la falta de motivación, sin embargo la mayoría no tiene conoce las razones.



Más de la mitad de los encuestados consideraron positivo el cumplimiento de la misión y visión UVAQ, pues creen que se imparte educación de calidad y se refuerza el tema, sin embargo consideraron falta de integración de todos, directivos, administrativos, alumnos y maestros.



También señalaron en su mayoría existir identidad institucional, proponiendo más interacción, actividades recreativas y mayor difusión para obtener mejores resultados.



Para mejorar la comunicación entre alumnos y la UVAQ los maestros de las Licenciaturas en Administración y Contabilidad propusieron informar a los maestros de las actividades planeadas con el fin de reforzar los mensajes, mayor interacción de la UVAQ con los estudiantes, espacios libres de expresión, tableros individuales por salón para colocar la información o mensajes de la Institución.

Para aumentar la participación de los alumnos se propuso mayor motivación, mayor difusión creativa y temas de interés relacionados y prácticos de la carrera.

En conclusión, se puede decir que los Maestros de las Licenciaturas de Administración de Empresas y Contaduría Pública, predomina como el medio más conocido y más utilizado la página Web y el periódico Létere, consultan información general, menos de la mitad están enterados de los eventos y actividades, el medio o canal por el cuál están mayor

informados es por la Dirección de la carrera y el periódico Létere, la mayoría si acude a los eventos por gusto, consideran escasa la comunicación y participación de los alumnos, contribuyen y están dispuestos a cooperar con la transmisión de mensajes UVAQ, la mayoría percibe identidad institucional, consideran necesario motivar a los alumnos para aumentar la participación, incrementar la interacción con los estudiantes, mayor difusión, proponen colocar tableros individuales por salón para la información y tratar más temas de interés acordes a la carrera.

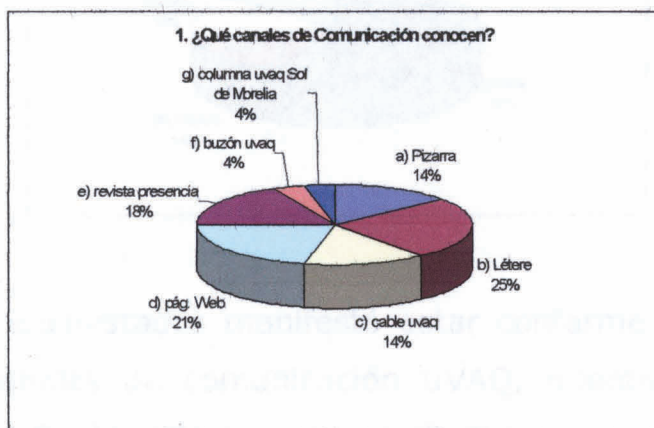


como el medio más utilizado para el seguimiento de la página Web, correo UVAQ, revista Presencia y la columna de Información, destacando el uso de la lectura de la columna UVAQ en el Salón Honorario y el buzón de sugerencias.

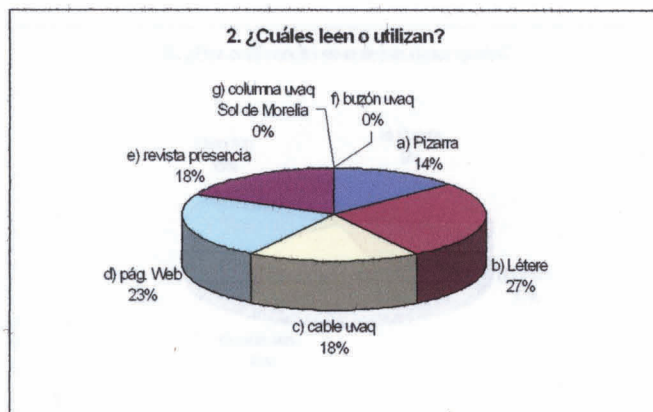


❖ Maestros de la Facultad de Psicología

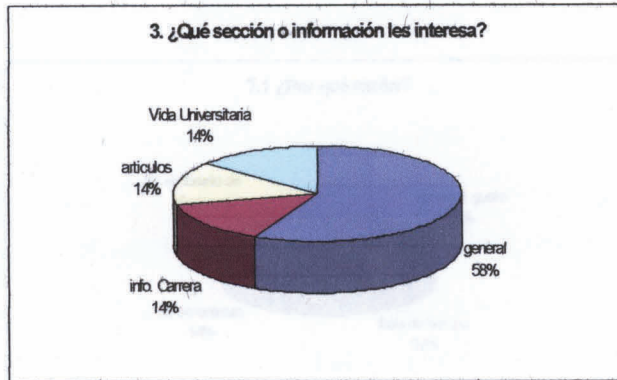
Los maestros encuestados de la Facultad de Psicología indicaron como le medio de comunicación más conocido al periódico Létere, seguido de la página Web, revista Presencia, cable UVAQ, pizarra de información, el buzón de sugerencias y la columna UVAQ del Sol de Morelia.



Y como el medio más utilizado señalaron nuevamente al periódico Létere, seguido de la página Web, cable UVAQ, revista Presencia y la pizarra de información, descartando el uso o lectura de la columna UVAQ en el Sol de Morelia y el buzón de sugerencias.



Más de la mitad de los encuestados leen en general la información, mientras que otros se interesan más por los artículos, información exclusiva de la carrera y vida universitaria.

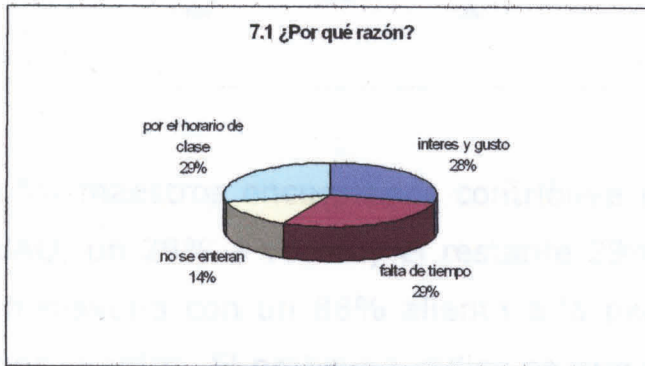


El 57% de los encuestados manifestó estar conforme y calificar como efectivos los canales de comunicación UVAQ, mientras que un 14% regular y el 29% final indicó que no son efectivos.

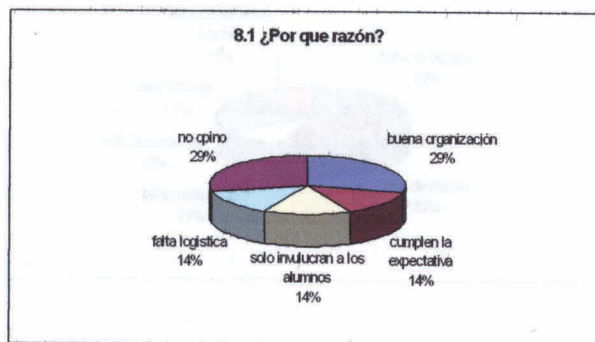
Solo el 29% de los maestros encuestados se entera de los eventos y actividades institucionales, mientras el un 42% regular y otro 29% expresó no enterarse. El medio por el cuál se enteran con mayor frecuencia es el periódico Létere.



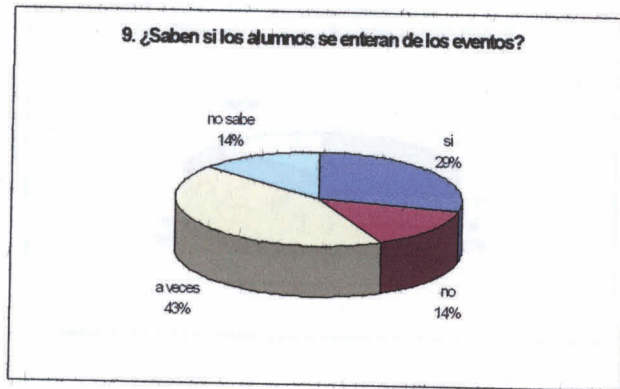
En cuanto a la asistencia de estos eventos el porcentaje positivo fue menor ya que solo el 29% afirmo que sí acuden, con otro 29% a veces, mientras que con un 42% indicaron que no asisten. La razón principal por la cuál no asisten es por falta de tiempo o por coincidir con horarios de clase.



Refiriéndose a la calidad de los eventos la mayoría expresó estar conforme con un 57%, regular con un 14% y el 29% final reveló que no lo esta. La razón principal por la cuál consideran de calidad estos eventos es por la buena organización y la inconformidad es la falta de involucrar al estudiante.



Por la interacción en clases que mantienen los profesores con los alumnos, la mayor parte dijeron que con irregularidad asisten y participan los estudiantes a los eventos y actividades Institucionales.



Solo el 42% de los maestros encuestados contribuye en la transmisión de mensajes UVAQ, un 29% a veces y el restante 29% no lo hace. Sin embargo la gran mayoría con un 86% alienta a la participación de los alumnos en dichos eventos. El problema radica en que no siempre están informados, por lo que solo avisan cuando tiene conocimiento.

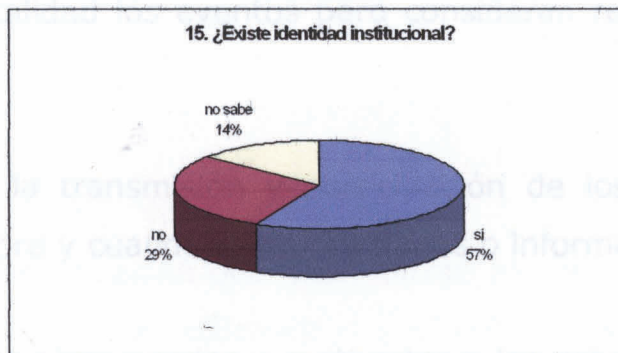
Las razones principales que los encuestados conocen y por las cuáles los estudiantes no participan son por falta de interés y por falta de tiempo.



Referente al cumplimiento de la misión y visión UVAQ más de la mayor considera que si se lleva a cabo y que esta se ve reflejada.



De igual manera más de la mitad afirmaron la existencia de identidad Institucional. Comentando que hace falta fortalecerla, dar a conocerla más, realizar más actividades de interés e interacción, así como involucrar a los estudiantes con el ser y que hacer UVAQ.



Los maestros encuestados realizaron propuestas para mejorar la comunicación alumnos UVAQ, mencionando la falta de apertura y disposición de los alumnos, dar más espacios accesibles de expresión, mayor motivación e interacción.

Para mejorar la participación de los estudiantes en los eventos y actividades UVAQ propusieron manejar temas de interés, conocer los intereses y necesidad de los estudiantes, mayor motivación, reforzar la comunicación e informar con anticipación.

Maestros de Ingeniería Industrial.

En conclusión se puede señalar que los maestros de la Facultad de Psicología indican como el medio de comunicación más conocido y utilizado al periódico Létere, la información más frecuentada es general, consideran efectivos los medios de comunicación.

Hace falta mantenerlos informados de las actividades institucionales para incrementar su asistencia, así como coordinar los horarios de clase con los eventos.

El medio por el cuál se enteran de los eventos es por el periódico Létere.

Consideran de calidad los eventos pero consideran reforzar la logística de estos.

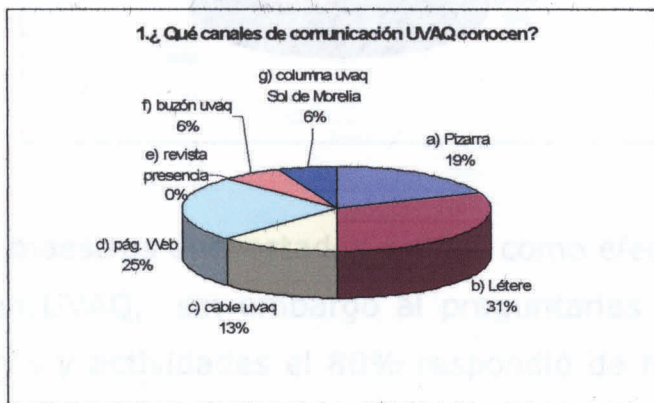
Contribuyen en la transmisión y participación de los alumnos con la Institución siempre y cuando estén enterados o informados.

Hay que mantener interesados y motivados a los estudiantes, así como también estar al tanto de sus necesidades e inquietudes.

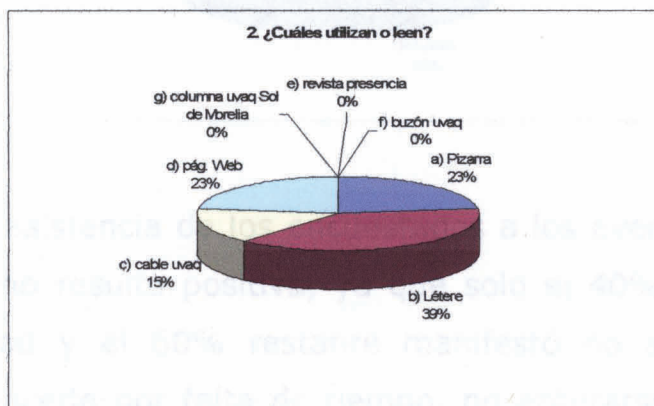
Está presente la misión y visión UVAQ así como la Identidad Institucional sin embargo hace falta reforzarlas más, hacerles conciencia del ser y que hacer UVAQ.

❖ Maestros de Ingeniería Industrial.

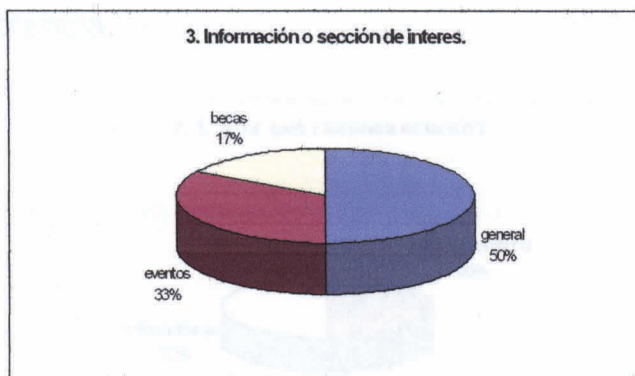
Los maestros encuestados indicaron como el medio más conocido al periódico Létere, seguido de la página Web, la pizarra de información, cable UVAQ, el buzón de sugerencias y la columna UVAQ en el Sol de Morelia, descartando la revista presencia.



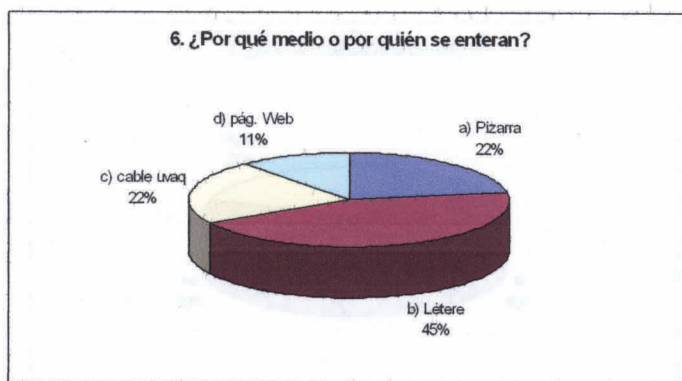
Los medios de comunicación que más utilizan son el periódico Létere, la página Web, la pizarra de información y el cable UVAQ, descartando el uso del buzón UVAQ, la revista presencia y la columna UVAQ en el Sol de Morelia.



La información o sección que consultan con frecuencia es en primer lugar general, en seguida eventos y por último becas.

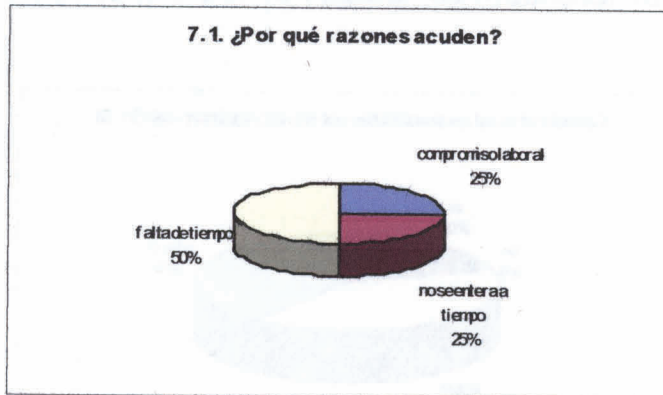


El 100% de los maestros encuestados califico como efectivos los canales de comunicación UVAQ, sin embargo al preguntarles si se enteran de todos los eventos y actividades el 80% respondió de manera negativa, los que si se enteran lo hacen por medio del periódico Létere principalmente.

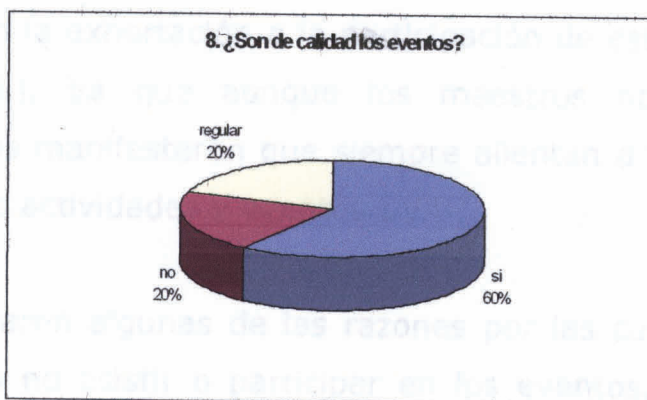


En cuanto a la asistencia de los encuestados a los eventos la respuesta proporcionada no resulto positiva, ya que solo el 40% de estos asiste con irregularidad y el 60% restante manifestó no acudir. Con esto señalaron no hacerlo por falta de tiempo, no enterarse a tiempo y los asistentes por compromiso laboral.

A esto se puede decir que la comunicación con los maestros esta un poco descuidada, hace falta reforzar y mantenerlos informados así como motivarlos a la participación y coordinar los horarios de clase para aumentar la asistencia.



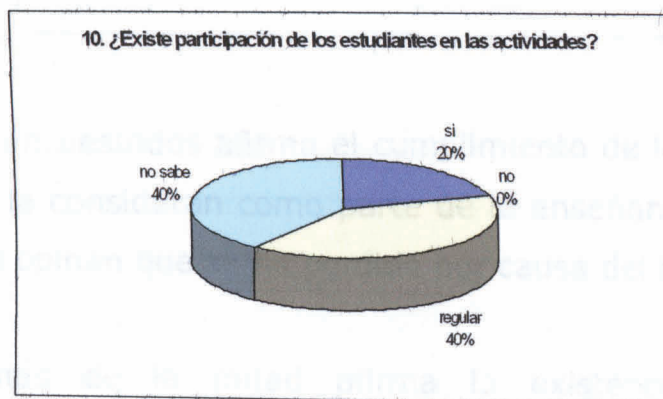
Referente a la calidad de los eventos actividades más de la mitad los consideraron ser de calidad, teniendo buena organización, sin embargo no estaría de más reforzar el contenido y las dinámicas para hacerlas más atractivas y prácticas.



Basándose en la interacción con los alumnos el 40% los maestros encuestados manifestaron que los estudiantes no se enteran de todos los eventos institucionales y en otras ocasiones no lo hacen a tiempo, sin embargo el 60% restante no tiene conocimiento de este aspecto, por

lo que resalta la necesidad de reforzar la comunicación entre los maestros y los alumnos de Ingeniería Industrial para obtener mejor retroalimentación en beneficio de todos.

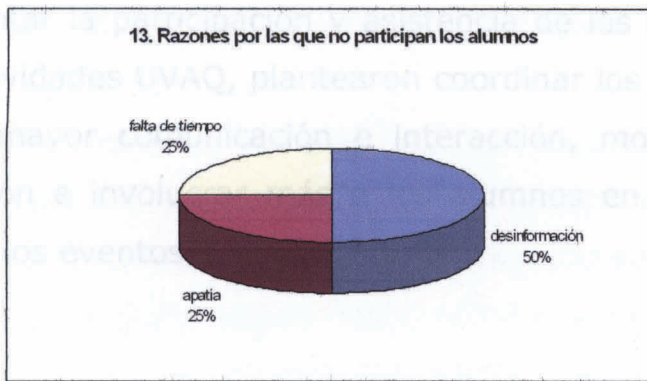
Y en la participación de los alumnos en estas actividades y eventos indicaron que la asistencia por lo regular es inconstante.



La disponibilidad de la gran mayoría de los maestros encuestados (80%) es positiva en cuanto a la contribución en la transmisión de mensajes institucionales, siempre y cuando estén enterados.

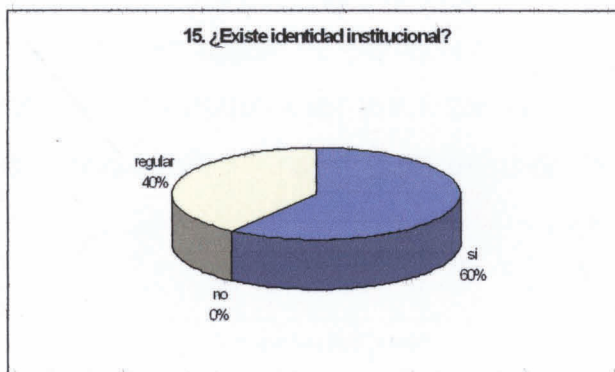
Sin embargo en la exhortación a la participación de estos es totalmente positiva (100%), ya que aunque los maestros no se encuentren enterados, estos manifestaron que siempre alientan a los estudiantes a participar en las actividades y eventos UVAQ.

También declararon algunas de las razones por las cuáles los alumnos han comentado no asistir o participar en los eventos, la mayoría dijo que por desinformación, después por falta de tiempo y por último por apatía.



El 80% de los encuestados afirmó el cumplimiento de la misión y visión UVAQ, ya que la consideran como parte de la enseñanza, sin embargo, algunos (20%) opinan que se ha perdido por causa del individualismo.

En cambio más de la mitad afirma la existencia de identidad institucional, consideraron reforzar la interacción, promover más actividades y fortalecer la identidad en los profesores para poder predicar con el ejemplo.



Para mejorar la comunicación entre alumnos y la Institución, los maestros encuestados propusieron mayor interacción con los alumnos, difusión de eventos y noticias por medio de correo electrónico, colocar más pizarras de información en la Institución y boletines informativos a los maestros.

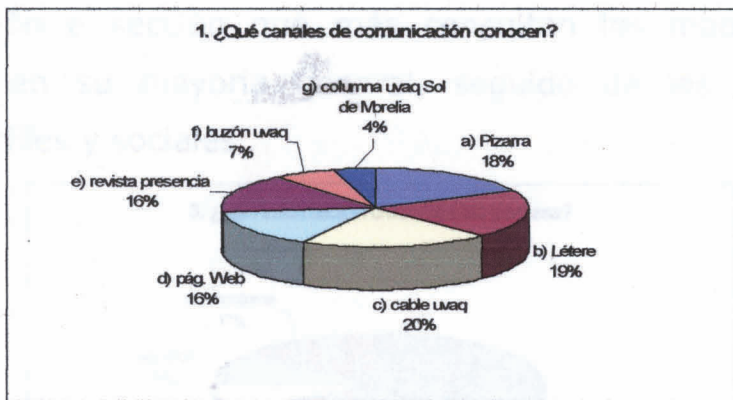
Para incrementar la participación y asistencia de los estudiantes en los eventos y actividades UVAQ, plantearon coordinar los horarios clase con los eventos, mayor comunicación e interacción, motivación, informar con anticipación e involucrar más a los alumnos en la organización y planeación de los eventos.

En conclusión se puede señalar que los maestros encuestados de Ingeniería Industrial identifican como el medio más conocido al periódico Létere, consultan información general, la mayoría de los encuestados no se enteran de los eventos o se enteran demasiado tarde, además de no poder asistir en ocasiones por coincidir con horas de clase, consideran reforzar la participación de los estudiantes y la interacción, demostraron disponibilidad para colaborar en la transmisión de los mensajes institucionales así como a su participación para en conjunto lograr mejores resultados en el cumplimiento de la misión y visión UVAQ así como también de reforzar la identidad institucional.

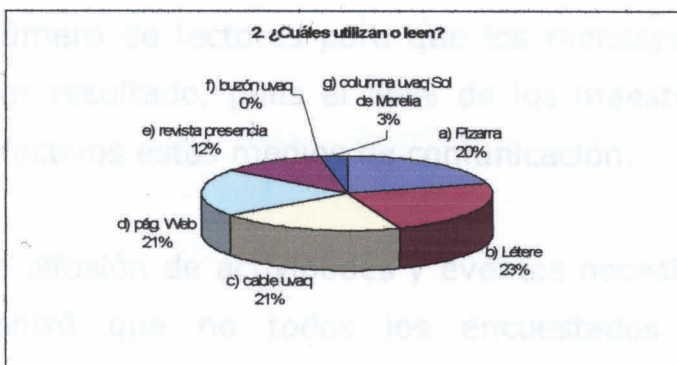


❖ Maestros de Ciencias de la Comunicación.

Siguiendo los resultados de las encuestas los medios de comunicación más conocidos por los maestros de esta licenciatura nombrados por orden de mayor a menor son; cable UVAQ, seguido del periódico Létere, la pizarra de información, página Web, revista presencia, el buzón de sugerencias y por último la columna UVAQ en el Sol de Morelia.

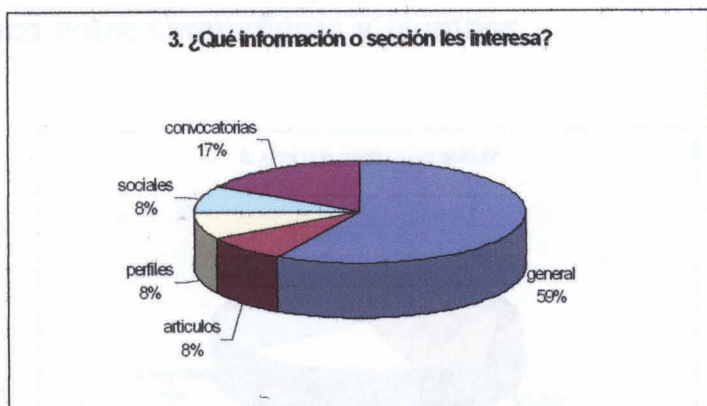


Pero los más utilizados y/o leídos nombrados en el mismo orden que los anteriores son; en primer lugar el periódico Létere, seguido de cable UVAQ y la página Web, la pizarra de información, revista presencia y la columna UVAQ en el Sol de Morelia, descartando el uso del buzón de sugerencias.



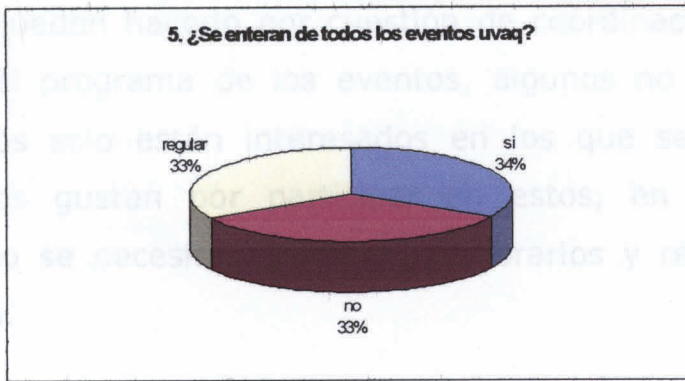
Como se puede apreciar el porcentaje de identificación o conocimiento de los medios existentes varía considerablemente con el de uso de estos. Podemos indicar que se cuenta con gran variedad de canales o medios de comunicación, sin embargo no son explotados por los usuarios como se debería, por lo cuál sería conveniente evaluar estos medios, su contenido, accesibilidad y creatividad de manera que resulten más atractivos para los lectores y usuarios.

La información o sección que más consultan los maestros de esta facultad es en su mayoría general, seguido de las convocatorias, artículos, perfiles y sociales.

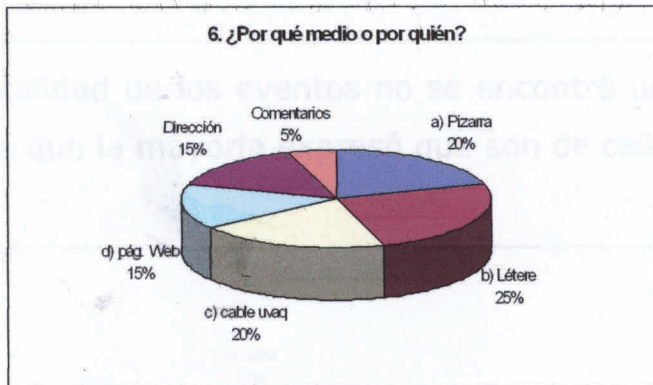


En este punto podemos señalar una fortaleza, ya que la mayoría de los lectores están interesados en consultar el contenido general de estos medios, quedando así lo mayor informados posible, lo que faltaría es aumentar el número de lectores para que los mensajes e información obtengan mayor resultado, pues el 56% de los maestros encuestados califico como efectivos estos medios de comunicación.

Sin embargo la difusión de actividades y eventos necesita ser reforzado pues se encontró que no todos los encuestados se encuentran enterados.



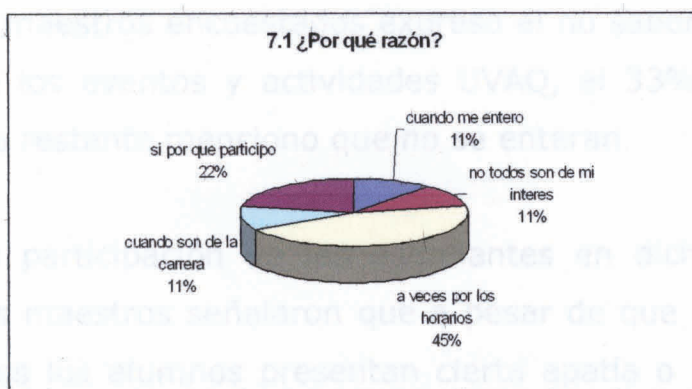
De los eventos o actividades que se organizan lo encuestados se llegan a enterar en su mayoría por el periódico Létere, seguido de cable UVAQ y la pizarra de información, página Web, por la Dirección de la carrera y por comentarios entre compañeros y alumnos.



Como se puede apreciar los canales por los cuáles se informan son diversos, esto nos indica y apoya la opinión de los encuestados que los medios son eficientes, se necesita reforzar un poco más la difusión y sobre todo el uso de estos, crear una cultura de la información.

La participación de los maestros resulto en su mayoría positiva con un 56%, asistencia regular con 33% y no asistencia con 33%. Las razones por las cuáles asisten o no son diversas, sin embargo se detecto que en

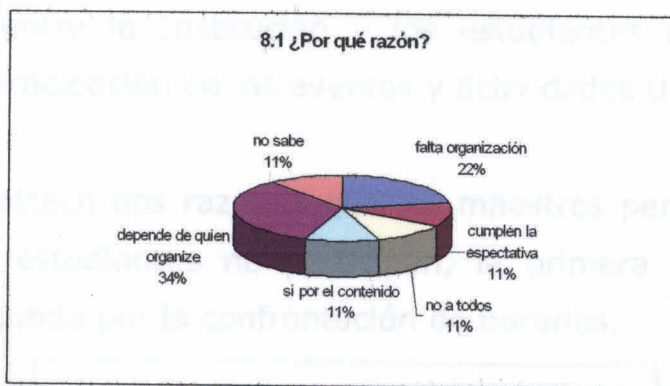
ocasiones no pueden hacerlo por cuestión de coordinación de horarios de clase con el programa de los eventos, algunos no asisten por no enterarse, otros solo están interesados en los que se refieran a su carrera y otros gustan por participar en estos, en general existe disposición solo se necesita coordinar los horarios y reforzar una vez más la difusión.



En cuanto a la calidad de los eventos no se encontró una respuesta del todo positiva, ya que la mayoría expresó que son de calidad regular.

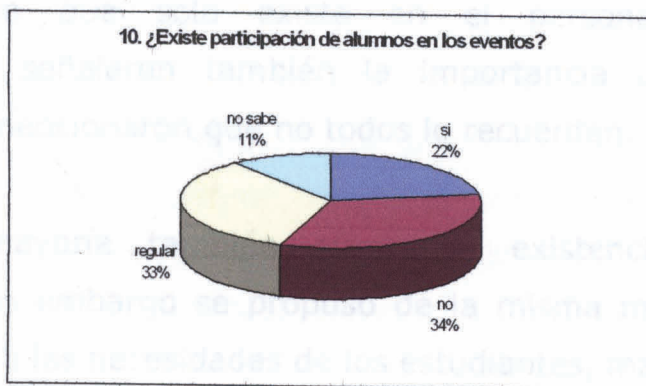


Dentro de los argumentos mencionados referente a la calidad se encontró que esto varía según el organizador, en ocasiones falta organización y otros dicen cumplir con las expectativas.



El 45% de los maestros encuestados expreso el no saber si los alumnos se enteran de los eventos y actividades UVAQ, el 33% dijo que si lo están y el 22% restante menciona que no se enteran.

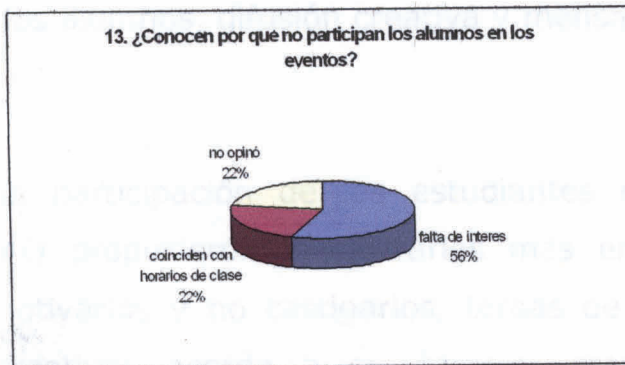
Respecto a la participación de los estudiantes en dichos eventos, la mayoría de los maestros señalaron que a pesar de que en ocasiones si están enterados los alumnos presentan cierta apatía o falta de interés por asistir.



La disponibilidad y apoyo de los maestros encuestado en la transmisión de mensajes UVAQ es positiva el 89% lo afirmo, el restante 11% no lo hace por no estar informado. Así mismo, el total de estos indico alentar a los estudiantes a la participación de los eventos organizados por la Institución. Esto nos da una gran ventaja, ya que se puede adoptar la disposición y contribución de los maestros como un canal directo de

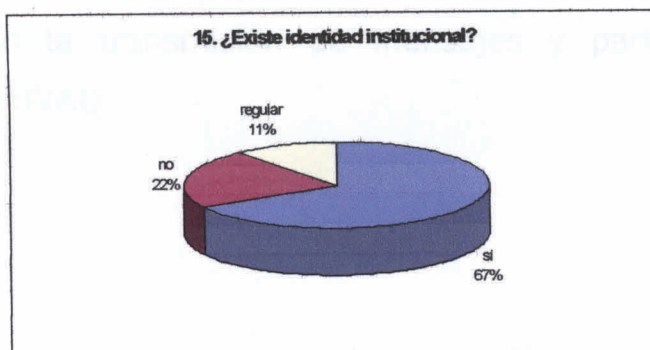
comunicación entre la Institución y los estudiantes para reforzar la difusión y la participación en los eventos y actividades UVAQ.

La encuesta destacó dos razones que los maestros perciben y que por las cuáles los estudiantes no participan, la primera es por falta de interés y la segunda por la confrontación de horarios.



El 89% de los maestros encuestados cree en el cumplimiento de la misión y visión UVAQ, argumentando que se trata de aplicar cada día, otros marcaron que solo existe en el personal académico y administrativo, señalaron también la importancia de reforzar este aspecto, pues mencionaron que no todos lo recuerdan.

Más de la mayoría también afirmó la existencia de identidad institucional, sin embargo se propuso de la misma manera reforzarla, responder más a las necesidades de los estudiantes, mayor interacción y crear un ambiente más universitario.



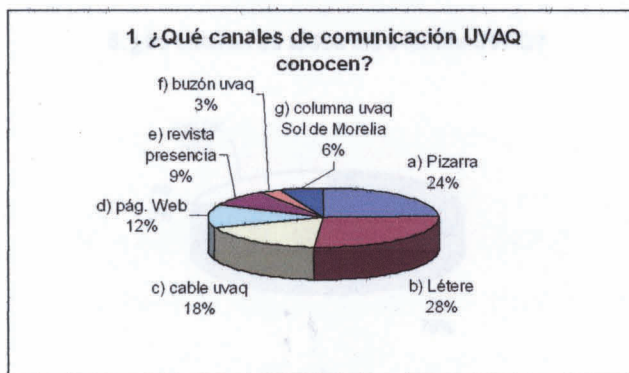
Los maestros de esta Licenciatura propusieron ideas que pueden ayudar a mejorar la comunicación entre alumnos y UVAQ, de las cuáles se mencionó apertura de nuevos espacios de expresión para los estudiantes donde puedan sin temor alguno expresar su ideas, sugerencias o inconformidades obteniendo respuesta inmediata y de manera directa, mayor presencia del Director en las aulas, mayor interacción con los alumnos, difusión creativa y mensajes más directos y constantes.

Para mejorar la participación de los estudiantes en los eventos y actividades UVAQ propusieron involucrarlos más en la planeación y organización, motivarlos y no castigarlos, temas de interés y realizar actividades recreativas acorde a su carrera, mayor interacción y responder a sus expectativas.

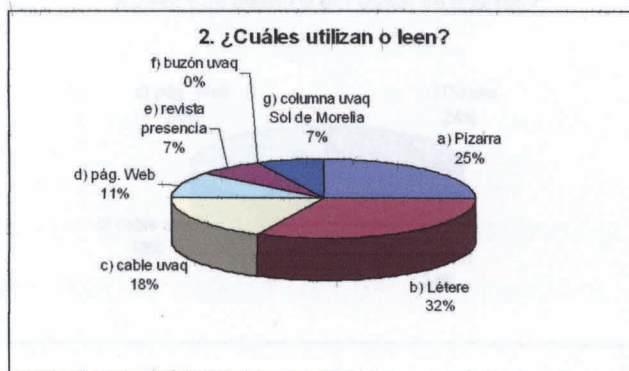
En conclusión podemos identificar que los maestros de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación, tienen identificados los diversos canales de comunicación UVAQ, el más usado es el periódico Létere, consultan en su mayoría información general, están conformes con la efectividad de los canales, hace falta reforzar la difusión e información de los eventos y actividades a estos de manera directa y exhortando al uso de los diversos medios de comunicación, tienen disponibilidad por asistir y participar en los eventos y actividades, así como también a la colaboración en la transmisión de mensajes y participación de los alumnos con la UVAQ.

❖ Maestros de Arquitectura.

Los maestros encuestados de la Escuela de Arquitectura identificaron como el medio de comunicación más conocido al periódico Létere, seguido de la pizarra de información, cable UVAQ, página Web, Revista Presencia, Columna UVAQ en el Sol de Morelia y por último el buzón de sugerencias.

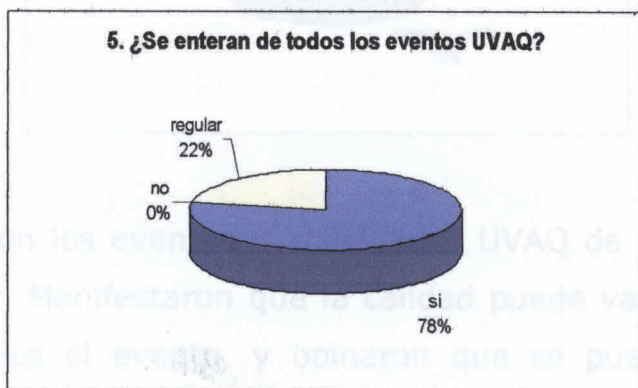


Y como el medio de comunicación más utilizado nuevamente señalaron al periódico Létere, seguido de la pizarra de información, cable UVAQ, página Web, Revista Presencia y la columna UVAQ en el Sol de Morelia, descartando el uso del buzón de sugerencias.

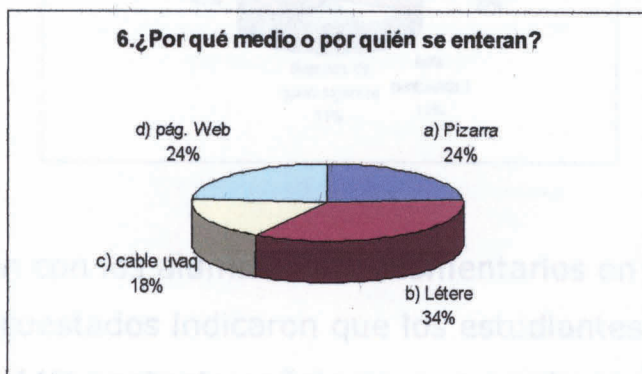


La mayoría de los encuestados (80%) manifestaron consultar información general de estos medios de comunicación, mientras que el resto consulta los eventos (10%) y la sección gente UVAQ (10%).

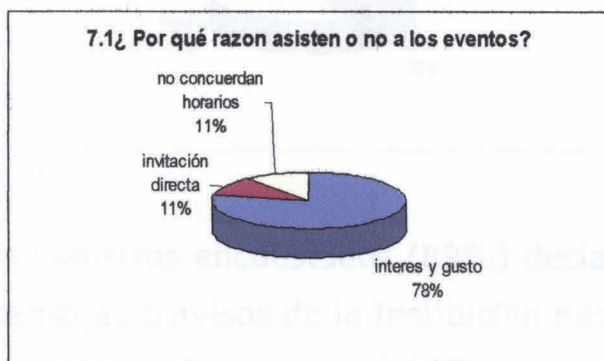
El 78% consideraron efectivos estos canales de comunicación, mientras que el 22% restante regular. El mismo porcentaje expresó enterarse de todos los eventos y actividades institucionales y el otro restante regular.



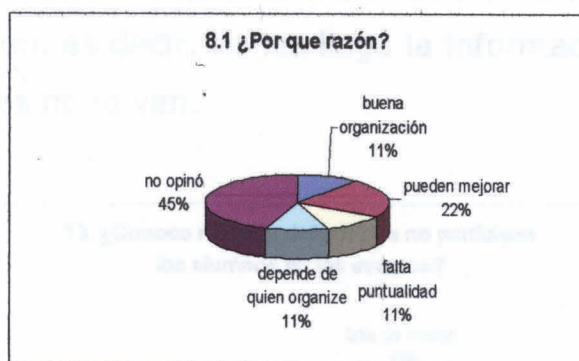
El medio o canal de comunicación por el cuál los maestros encuestados se enteran de los eventos y actividades UVAQ es principalmente el periódico Létere, seguido por la pizarra de información.



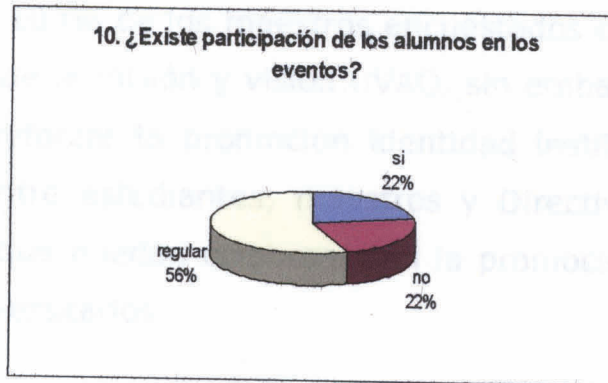
El 89% afirmó acudir a los eventos universitarios y el 11% restante en ocasiones. Las razones por las cuáles asisten son por interés y gusto y la por la cuál no lo acuden es por coincidir con horarios de clase.



El 78% calificaron los eventos y actividades UVAQ de calidad y el 22% restante regular. Manifestaron que la calidad puede variar dependiendo de quien organice el evento, y opinaron que se pueden fortalecer y mejorar estos eventos.

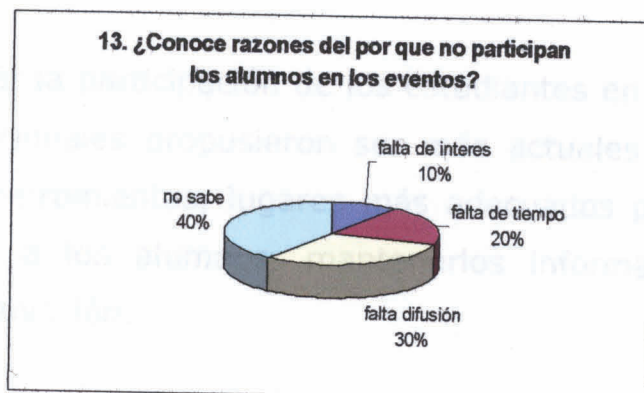


Por la interacción con los alumnos y los comentarios en clase, el 56% de los maestros encuestados indicaron que los estudiantes si se enteran de los eventos y el 44% restante señalaron que no siempre. En cuanto a la participación de los estudiantes más de la mitad de los encuestados mencionaron que es irregular.

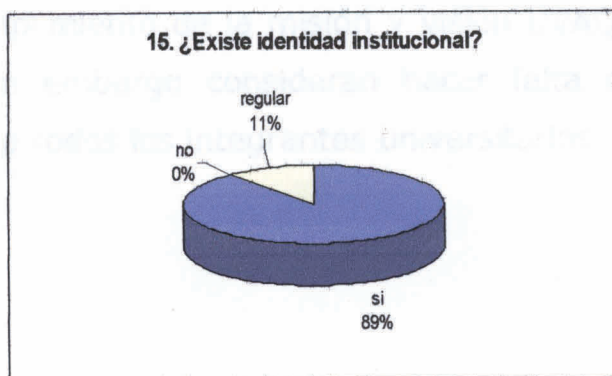


La mayoría de los maestros encuestados (89%) declaró contribuir en la transmisión de mensajes o avisos de la Institución hacia los estudiantes, siempre y cuando estén informados, el 11% restante no lo hace por desconocer la información. Sin embargo el total de los encuestados afirmó alentar a los alumnos a participar en los eventos y actividades de la UVAQ aún sin tener conocimiento de los temas o el tipo de evento, pues consideran que es parte de su formación como universitarios.

Así mismo, revelaron saber que los alumnos en ocasiones no participan por falta de difusión, es decir, no les llega la información a tiempo, no la leen o en ocasiones no la ven.



Por otro lado, el 100% de los maestros encuestados consideran positivo el cumplimiento de la misión y visión UVAQ, sin embargo algunos creen que hace falta reforzar la promoción identidad institucional, fomentar más el apoyo entre estudiantes, maestros y Directivos, instruir a los profesores para que puedan colaborar con la promoción de la identidad y los valores universitarios.



Para mejorar la comunicación entre alumnos y la UVAQ, los maestros propusieron reforzar la difusión y creatividad de la misma, mayor compromiso de docentes, directivos y alumnos, colocar pizarras de corcho individuales por salones y un sistema de audio para informar de manera verbal.

Y para aumentar la participación de los estudiantes en las actividades y eventos Institucionales propusieron ser más actuales con los tópicos, materiales y herramientas, lugares más adecuados para los eventos, involucrar más a los alumnos, mantenerlos informados y dar más incentivos y motivación.

En conclusión se puede mencionar que los maestros encuestados de la Escuela de Arquitectura identifican y utilizan principalmente el periódico Létere como medio de información, leen información general, la mayoría se enteran y acuden a los eventos y actividades por interés y gusto, consideran la necesidad de reforzar la difusión de estos, contribuyen y están dispuestos a seguir contribuyendo en la transmisión de mensajes e información institucional siempre y cuando este enterados, confían y creen en el cumplimiento de la misión y visión UVAQ y de la Identidad Institucional, sin embargo consideran hacer falta conocerla mejor y darla a conocer a todos los integrantes universitarios.

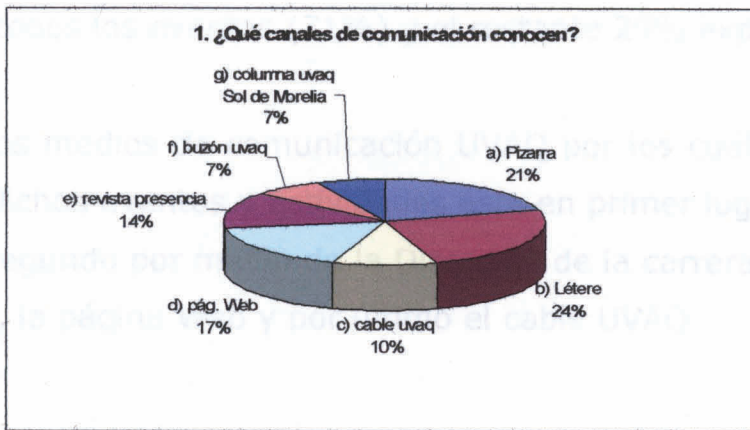


El porcentaje de uso y lectura de estos medios varió significativamente quedando nuevamente en primer lugar el periódico Létere y en último lugar el boletín de sugerencias.

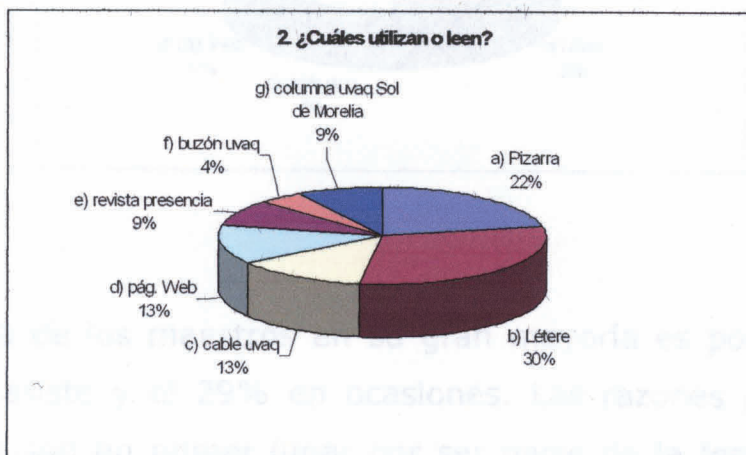


❖ Maestros de Diseño Gráfico.

Los maestros encuestados de Diseño Gráfico reconocieron los medios de comunicación y en primer lugar quedó el periódico Létere, seguido de la pizarra de información, página Web, revista presencia, cable UVAQ, buzón de sugerencias y la columna UVAQ del Sol de Morelia.



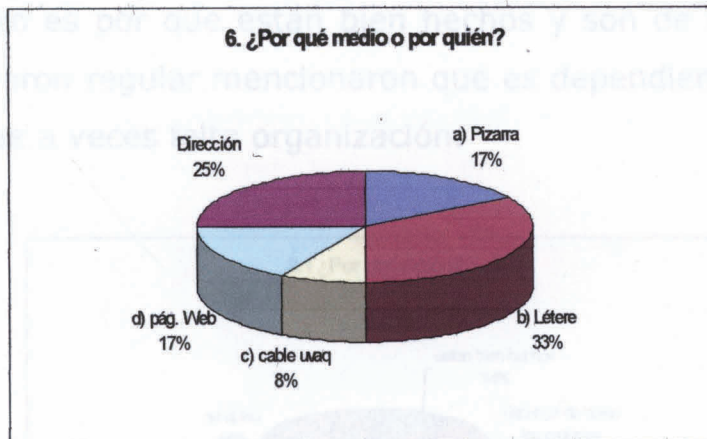
El porcentaje de uso y lectura de estos medios varió significativamente quedando nuevamente en primer lugar el periódico Létere y en último lugar el buzón de sugerencias.



La información o sección más consultada por los encuestados es General con un 72%, diplomados y cultura con 14% cada uno. Por lo que se puede decir que al menos más de la mitad de los maestros encuestados hacen lectura general del contenido de estos medios.

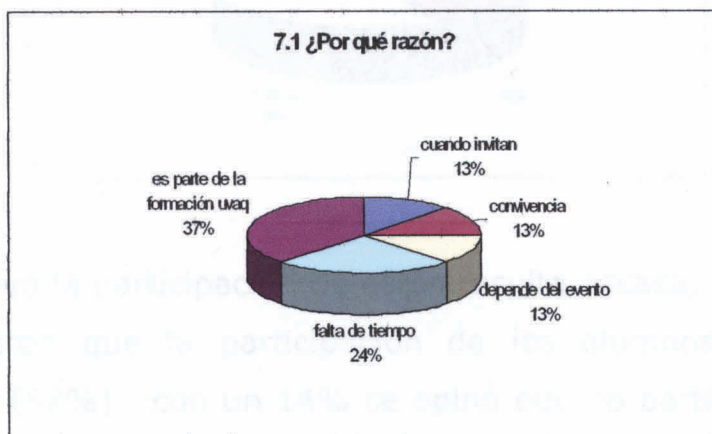
Sin embargo, el 57% opinó que no son del todo efectivos y el restante 43% indicó regular. Pues también más de la mitad señalaron que no se enteran de todos los eventos (71%) y el restante 29% expresó que si.

Dentro de los medios de comunicación UVAQ por los cuáles se llegan a enterar de dichos eventos y actividades esta en primer lugar el periódico Létere, en segundo por medio de la Dirección de la carrera, la pizarra de información, la página Web y por último el cable UVAQ.



La asistencia de los maestros en su gran mayoría es positiva, el 71% dijo que si asiste y el 29% en ocasiones. Las razones por las cuáles asisten o no son en primer lugar por ser parte de la formación UVAQ, seguido de la convivencia, por la invitación y en ocasiones depende del

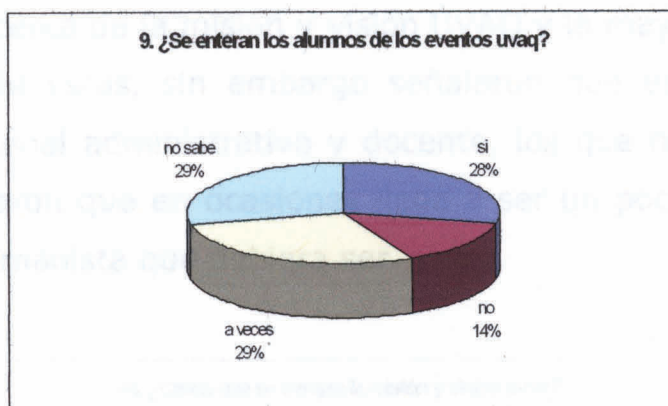
tipo de evento, los que no asisten es por falta de tiempo. Con esto se puede decir que existe agrado y disponibilidad de los maestros de Diseño Gráfico con los eventos organizados por la Institución.



En cuanto a la calidad de estos, la mayor parte de los encuestados mencionaron que si son eventos de calidad y el 29% señaló regular. Las razones a esto es por que están bien hechos y son de interés general, los que señalaron regular mencionaron que es dependiendo de quien los organice y que a veces falta organización.



Los maestros opinaron que en la mayoría de los casos los estudiantes no se enteran de todos los eventos que se organizan en la Institución.

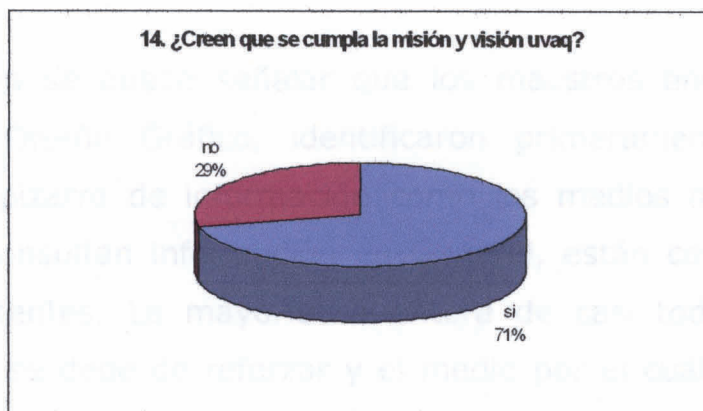


Por este motivo la participación de estos resulta escasa, poco más de la mitad señalaron que la participación de los alumnos es regular e inconsistente (57%), con un 14% se opinó que no participan y el 29% afirmó la participación de los estudiantes en los eventos y actividades UVAQ. De las razones expuestas por los maestros del por qué los alumnos de Diseño Gráfico no participan se encontró en primer lugar por falta de interés, por falta de tiempo y por escasa motivación.



El 100% de los maestros encuestados manifestaron contribuir en la transmisión de mensajes UVAQ a los alumnos, esto siempre y cuando estén informados de la organización de los eventos y actividades, así como también la mayoría (86%) indico participar en la exhortación en participar en los ya mencionados.

Se reflexionó acerca de la misión y visión UVAQ y la mayoría confirmó el cumplimiento de estas, sin embargo señalaron que esto se presenta más en el personal administrativo y docente, los que no estuvieron de acuerdo declararon que en ocasiones llega a ser un poco empresarial y que no es lo humanista que debiera ser.

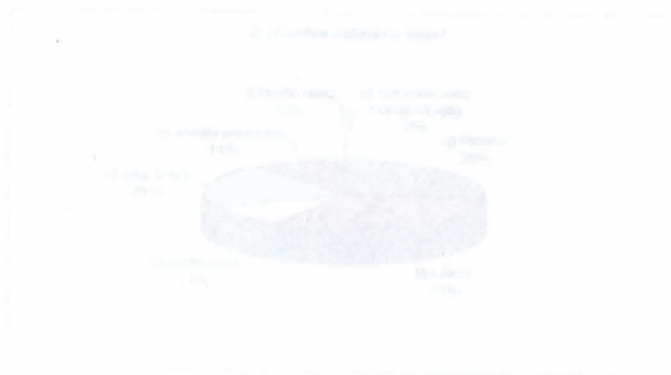


El 57% de los maestros encuestados reafirmo la existencia de identidad institucional, proponiendo más comunicación directa, promoverla más en los medios de una forma creativa, reforzar la imagen y presencia así como crear un ambiente más universitario, con el fin de lograr un mejor resultado en este aspecto.

Los maestros encuestados de Diseño Gráfico puntuaron varias propuestas para mejorar la comunicación con los estudiantes y la UVAQ, dentro de las cuáles se nombró reforzar los medios gráficos en los canales de comunicación, mayor interacción con los alumnos, mayor creatividad en la publicidad y difusión de mensajes, motivación y sinceridad.

Y para mejorar la participación en las actividades y eventos UVAQ se propuso involucrar a los estudiantes en la planeación y organización como apoyo a los departamentos encargados, motivación y no castigos, temas de interés de acuerdo a su carrera y que sean obligatorios pero de mayor calidad y que resulten prácticos o aplicables a sus materias y carrera en general.

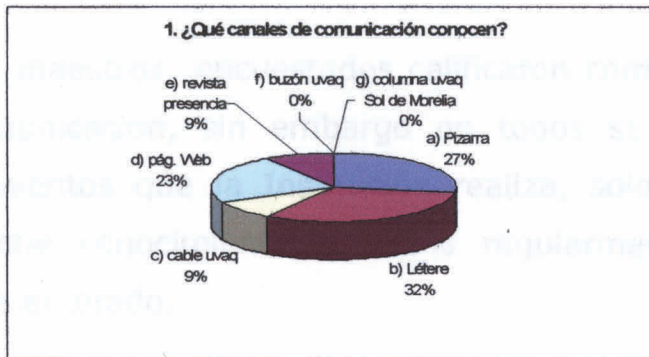
En conclusión se puede señalar que los maestros encuestados de la carrera en Diseño Gráfico, identificaron primeramente al periódico Létere y la pizarra de información como los medios más conocidos y utilizados. Consultan información en General, están conformes con los medios existentes. La mayoría se entera de casi todos los eventos, aspecto que se debe de reforzar y el medio por el cuál se enteran con mayor frecuencia de estos es el periódico Létere. Acuden a los eventos siempre y cuando estén enterados y no coincidan con horarios de clase, contribuyen en la transmisión y exhortación de participación en los eventos UVAQ y creen necesario reforzar la identidad institucional.



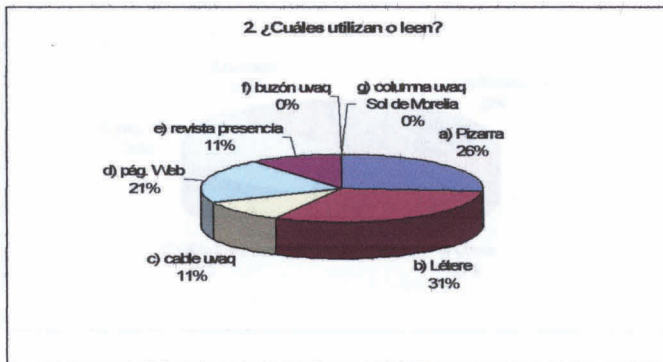
La información o sección que consultan con mayor frecuencia son las actividades, cursos y diplomados, cultural, tópicos UVAQ y ciencia

❖ Maestros de Licenciatura en Derecho.

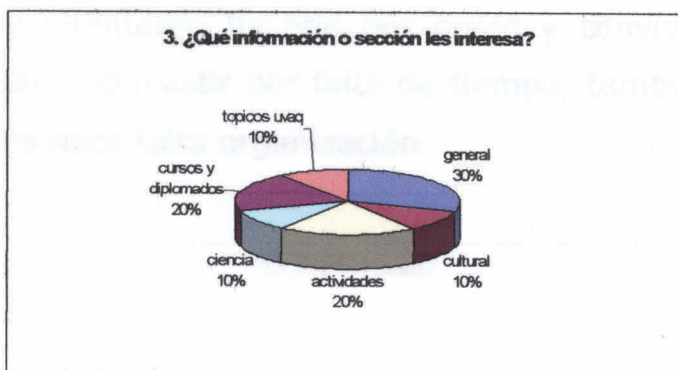
Los maestros encuestados de esta Licenciatura identificaron como el medio más conocido al periódico Létere, en seguida la pizarra de información, página Web, cable UVAQ y la revista presencia, descartando la columna UVAQ en el Sol de Morelia y el buzón de sugerencias.



Como el medio más utilizado señalaron nuevamente el periódico Létere, seguido de la pizarra de información, la página Web, cable UVAQ y revista presencia.



La información o sección que consultan con mayor frecuencia son las actividades, cursos y diplomados, cultural, tópicos UVAQ y ciencia.



El 100% de los maestros encuestados calificaron como efectivos a los medios de comunicación, sin embargo no todos se enteran de las actividades y eventos que la Institución realiza, solo el 45% de los encuestados tiene conocimiento, el 33% regularmente y el 22% restante no está enterado.

Dentro de los medios en que se informan de estas actividades reencuentra la pizarra de información y el periódico Létere principalmente.



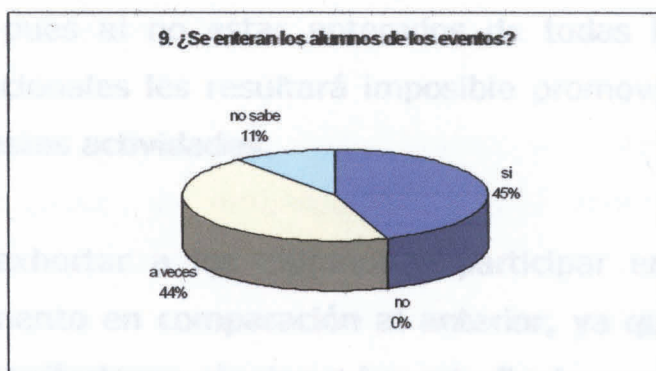
A pesar de esto, poco más de la mitad de los maestros encuestados (56%) comentaron acudir a los eventos institucionales, el 11% regularmente y el 33% restante no asiste.

Los asistentes comentaron hacerlo por gusto y convivencia, mientras que el resto indico no asistir por falta de tiempo, también se menciona que en ocasiones hace falta organización.



También la mayoría (67%) consideraron los eventos de calidad, sin embargo señalaron cuidar un poco la planeación y la organización.

Los maestros encuestados que mantienen mayor interacción con los estudiantes dividieron la opinión de que los alumnos están informados de los eventos y actividades UVAQ.



Los maestros pueden fungir como una fuente de retroalimentación respecto a las opiniones de los alumnos en el resultado de los eventos y

actividades, apoyando de esta manera a los departamentos organizadores aportando las ideas, comentarios y sugerencias.

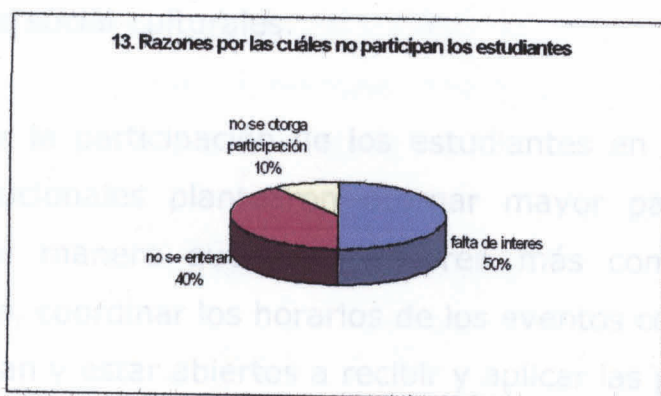
La participación de los estudiantes según el punto de vista de los maestros resulto ser muy inestable, ya la mayoría señaló que la asistencia de estos es regular, es decir, no asisten o participan continuamente.



Los resultados de las encuestas reflejaron que poco más de la mitad de los maestros encuestados (56%) contribuye en la transmisión de mensajes UVAQ, esto puede ser resultado de la falta de información en los maestros, pues al no estar enterados de todas las actividades y eventos institucionales les resultará imposible promover e invitar a los estudiantes a estas actividades.

En cuanto a exhortar a los alumnos a participar en los eventos el porcentaje aumento en comparación al anterior, ya que el 78% de los encuestados manifestaron alentar a los estudiantes a participar cual se el evento o actividad, pues es parte de su formación académica.

Dentro de las razones conocidas por los maestros encuestados de la escasa participación de los estudiantes se encuentra la falta de interés, falta de difusión y la escasa participación.



Más de la mitad de los encuestados está de acuerdo en el cumplimiento de la misión y visión UVAQ, comentando que esta se refleja en el estudiante y que se trabaja en ello, por otro lado, los que piensan lo opuesto, señalaron no cumplirse del todo a causa de la mentalidad del alumno además de creer que se ha perdido o desviado de cierta manera el humanismo que distingue a la Universidad. Es importante tomar en cuenta esto como retroalimentación para poder tomar acción y corrección de estos aspectos.

El 89% de los maestros encuestados coincidieron en la existencia de identidad institucional, sin embargo, hicieron la observación en insistir en la educación formativa, poner el ejemplo con la participación de los mismos compañeros maestros, tener mayor interacción con los estudiantes así como reforzar la difusión de la identidad institucional.

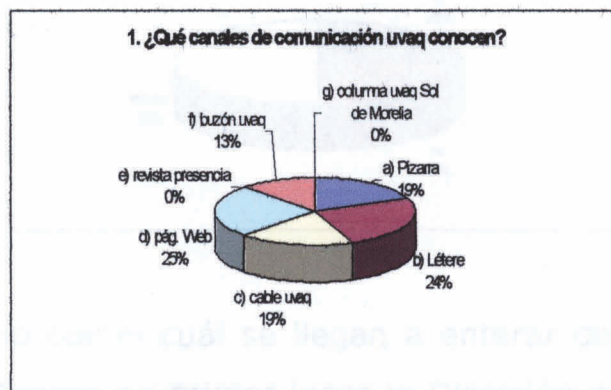
Para mejorar la comunicación entre alumnos y UVAQ los maestros encuestados propusieron aumentar la interacción entre maestros, alumnos y directivos, fomentar la sociabilidad entre toda la Institución, temas de interés enfocados a sus edades, creatividad en difusión y realiza eventos social-culturales.

Para aumentar la participación de los estudiantes en las actividades y eventos institucionales plantearon otorgar mayor participación a los estudiantes de manera que se involucren más con la Universidad, motivarlos más, coordinar los horarios de los eventos con las clases para que no coincidan y estar abiertos a recibir y aplicar las propuestas de los estudiantes.

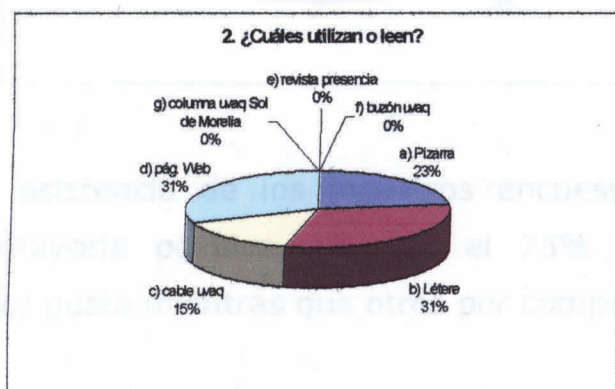
En conclusión se puede señalar que el canal más conocido y utilizado por los maestros de la Licenciatura en Derecho es el periódico Létere, consultan información en general de los diversos medios de comunicación, hace falta reforzar la difusión de eventos en los maestros, manifiestan disposición por asistir a los eventos y actividades UVAQ, así como también en la contribución de transmisión y exhortación a los estudiantes en asistir y participar en las ya mencionadas.

❖ Maestros de Comercio Interior.

Los maestros encuestados de esta licenciatura identificaron los medios de comunicación UVAQ que conocen y señalaron en primer lugar la página Web seguida del periódico Létere, la pizarra de información, cable UVAQ y el buzón de sugerencias, descartando la revista presencia y la columna UVAQ en el Sol de Morelia.



Referente a la utilización de estos, indicaron nuevamente la página Web como primer lugar al igual que el periódico Létere, seguidos de la pizarra de información y cable UVAQ, descartando el uso del buzón de sugerencias, la columna UVAQ en el Sol de Morelia y la revista presencia.

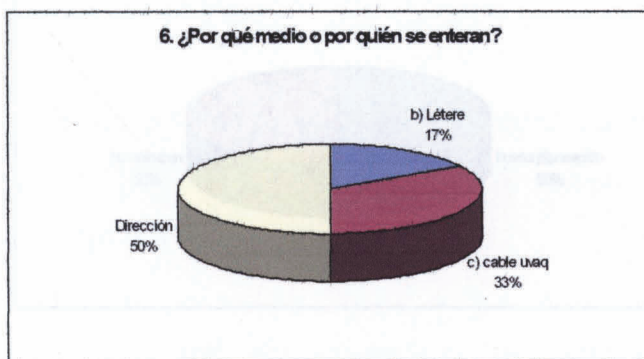


La información o sección consultada con mayor frecuencia es en su mayoría con un 75% General y el restante 25% temas de actualidad.

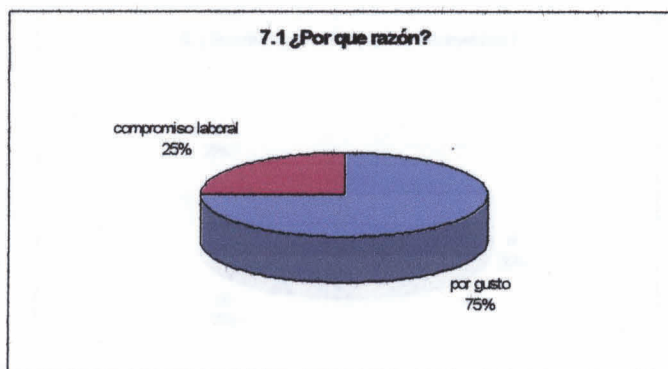
Los encuestados califican como efectivos los medios de comunicación UVAQ, sin embargo referente a los eventos y actividades institucionales no todos resultaron estar enterados con frecuencia.



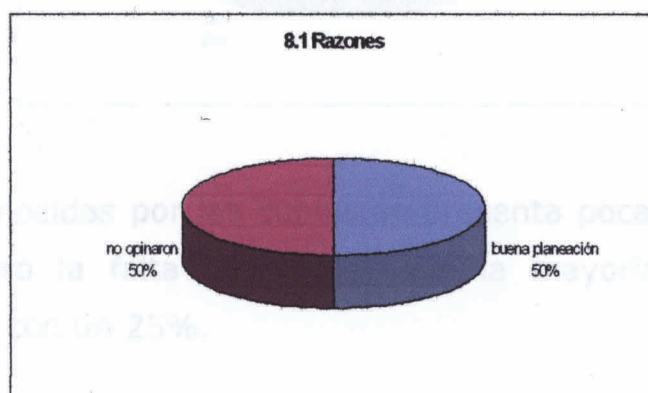
La forma o medio por el cuál se llegan a enterar de dichos eventos y actividades nombraron en primer lugar la Dirección de carrera, seguido del cable UVAQ y el periódico Létere.



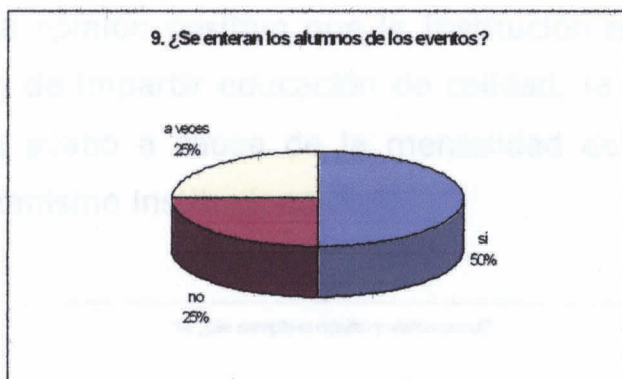
En cuanto a la asistencia de los maestros encuestado la respuesta resulto en su mayoría positiva, ya que el 75% señalo si asistir, principalmente por gusto mientras que otros por compromiso laboral.



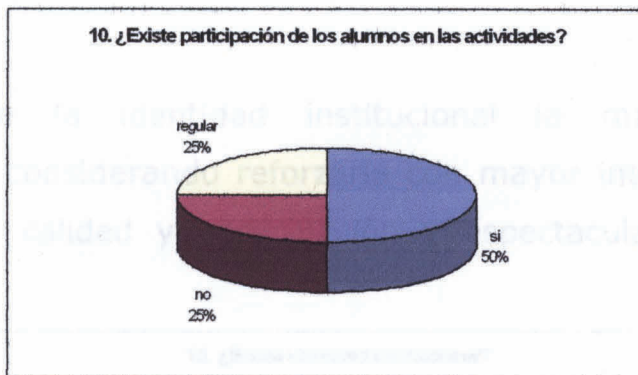
La mayoría de los encuestados (75%) consideraron de calidad los eventos y actividades realizan por la Institución por la buena planeación, sin embargo, este argumento fue compartido por la omisión de un comentario, dejando con la duda si es por no recordar el evento, por no encontrar un adjetivo o simplemente por no comprometerse, sin embargo esto no indica que hay que poner más empeño en la impresión que puedan dejar los eventos y actividades de la Institución.



Según las observaciones y comentarios realizados durante la interacción con los estudiantes, los maestros encuestados indicaron solo el 50% de los alumnos se llegan a enterar a tiempo de los eventos y actividades.



De la misma manera respondieron refiriéndose a la participación de los estudiantes.

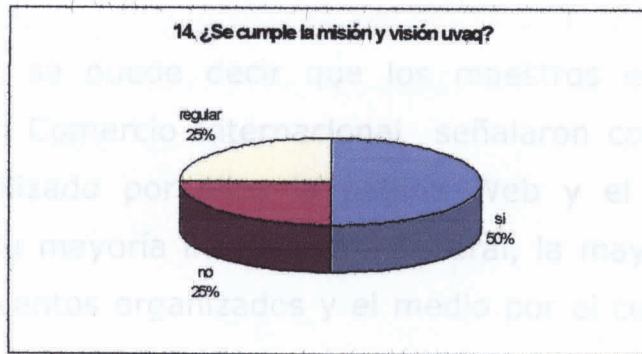


Las razones conocidas por las cuáles se presenta poca participación de estos se declaró la falta de interés con la mayoría del 75% y la desinformación con un 25%.

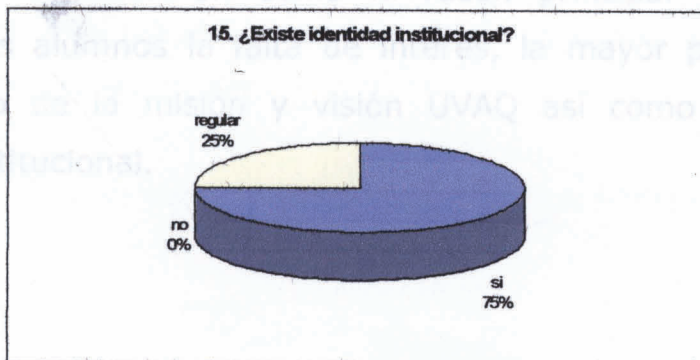
Por otro lado, el total de los maestros encuestados respondieron contribuir en la transmisión de mensajes así como alentar a la participación de los eventos y actividades UVAQ.

Sobre el cumplimiento de la misión y visión UVAQ la mitad de los encuestados opinaron que si se lleva a cabo, mientras que la otra parte señalo regular y el restante que no se esta llevando a cabo, se

argumenta en la opinión positiva que la Institución esta comprometida con ello además de impartir educación de calidad, la contraparte indicó que no se lleva a cabo a causa de la mentalidad del alumno y por la pérdida del humanismo institucional.



Y referente a la identidad institucional la mayoría respondió positivamente, considerando reforzarla con mayor interacción, eventos obligatorios de calidad y participación y espectaculares como apoyo visual.



Para mejorar la comunicación entre alumnos y la Universidad los maestros encuestados propusieron aumentar la interacción entre estudiantes, maestros y directivos, colocar un tablero de información por salón y abrir un medio de expresión más efectivo para los alumnos.

Y para aumentar la participación en los eventos y actividades se planteó otorgar mayor participación en la organización y durante los eventos, mayor motivación, temas de interés y prácticos para la carrera así como un enviar los mensajes o información por medio de un correo electrónico directo.

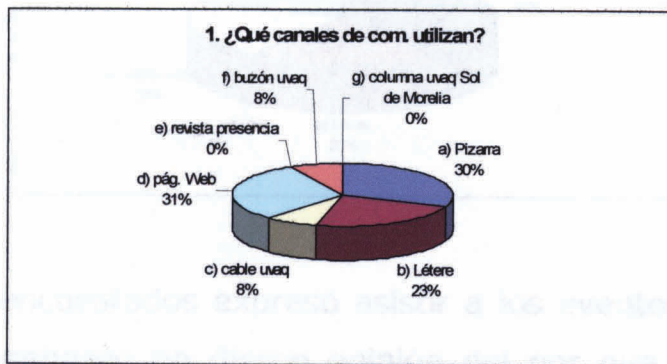
En conclusión, se puede decir que los maestros encuestados de la Licenciatura en Comercio Internacional señalaron como el medio más conocido y utilizado por ellos la página Web y el periódico Létere, consultan en su mayoría información General, la mayoría no se entera de todos los eventos organizados y el medio por el cuál se enteran con mayor frecuencia es por la Dirección de la carrera y cable UVAQ, de los eventos enterados si asisten y los consideran de calidad, consideran reforzar la difusión de los eventos y actividades, manifestaron disponibilidad en contribuir en la transmisión de los mensajes e información de la universidad así como a exhortar a la participación a los eventos, consideraron como la razón principal por la cuál no participan los alumnos la falta de interés, la mayor parte cree en el cumplimiento de la misión y visión UVAQ así como también en la identidad institucional.



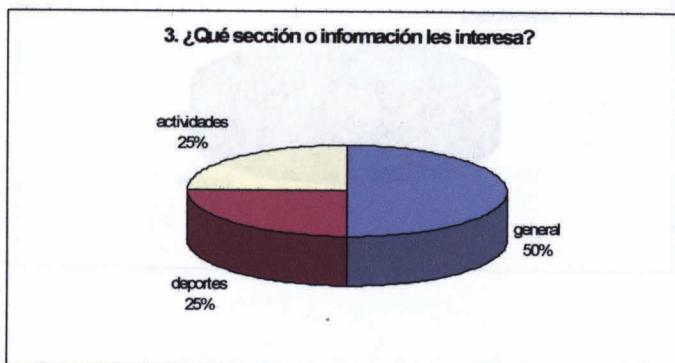
El 75% de los encuestados consideró los medios de comunicación efectivos, mientras que el 25% restante opinó que su efectividad es regular.

❖ Maestros de Ing. En Sistemas Computacionales.

Los medios de comunicación reconocidos por los maestros encuestados de esta ingeniería son en primer lugar la página Web, seguido de la pizarra de información, el periódico Létere, cable UVAQ y el buzón de sugerencias, descartando la revista presencia y la Columna UVAQ en el Sol de Morelia. En cuanto a la utilización de estos medios los porcentajes resultaron ser los mismos.

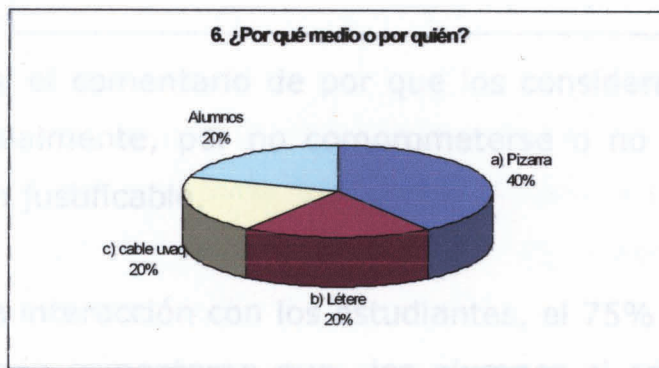


La sección o información que consultan regularmente es general, deportes y actividades UVAQ.



El 75% de los encuestados consideró los medios de comunicación efectivos, mientras que el 25% restante opinó que su efectividad es regular.

La mitad de los maestros encuestados reveló no enterarse de todos los eventos y actividades que la Institución realiza, un 25% manifestó que regularmente y el restante 25% confirmó estar enterado. El medio por el cuál se informan regularmente es por la pizarra de información, seguido del periódico Létere, cable UVAQ y por comentarios de los alumnos.



El total de los encuestados expresó asistir a los eventos que se da por enterado, sin embargo no dieron opinión del por que asisten, solo el 25% confesó que para mantenerse informado.



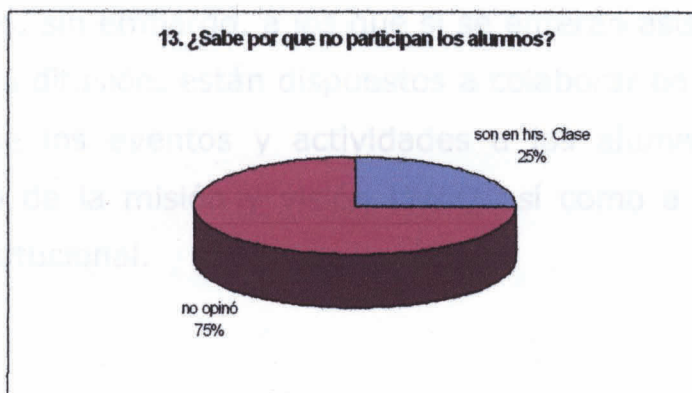
De la misma manera el total de los encuestados calificó de calidad los eventos y actividades realizadas por la Institución, argumentando ser de actualidad.



Se desconoce si el comentario de por que los consideran de calidad es por no saber realmente, por no comprometerse o no encontrar algún adjetivo o razón justificable.

De acuerdo a la interacción con los estudiantes, el 75% de los maestros de esta ingeniería comentaron que los alumnos si se enteran de los eventos, mientras que el 25% no sabe si están o no enterados. Con el mismo porcentaje afirmaron la participación de los alumnos en las actividades universitarias.

Una vez más el 75% manifestó contribuir en la transmisión de mensajes y exhortación a la participación de los eventos y actividades UVAQ a los estudiantes. La mayoría de los maestros encuestados desconoce las razones por las cuáles los alumnos no participan en las ya mencionadas.



El total de los encuestados afirma el cumplimiento de la misión y visión UVAQ, así como también la existencia de identidad institucional, sin embargo, consideraron necesario reforzar estos aspectos con actividades más acordes a la carrera, coordinar los horarios de clase con los eventos para acercar más a los estudiantes e interactuar con ellos y por último instalación de espectaculares como apoyo visual.

Para mejorar la comunicación entre alumnos y la Universidad los maestros encuestados propusieron aumentar la interacción entre los alumnos, maestros y directivos, crear nuevos canales de comunicación y de expresión para los alumnos, además de estar abiertos en la recepción de ideas, propuestas y sugerencias.

Y para aumentar la participación de los estudiantes en los eventos y actividades UVAQ se planteo realizar más actividades recreativas, mayor difusión, temas de interés aplicables a las materias y la carrera y coordinar los horarios para no interferir con las clases.

En conclusión se puede decir que los maestros de la Ingeniería en Sistemas Computacionales señalaron como los medios más conocidos y utilizados a la página Web y el periódico Létere, consultan información general, la mayoría no se entera de todos los eventos y actividades institucionales, sin embargo, a los que si se enteran asisten, consideran que hace falta difusión, están dispuestos a colaborar en la transmisión e invitación de los eventos y actividades a los alumnos, creen en el cumplimiento de la misión y visión UVAQ así como a la existencia de identidad institucional.

3.3.1 Conclusiones Maestros encuestados.

Los maestros encuestados de la Universidad Vasco de Quiroga coincidieron en señalar al periódico Létere como el medio de comunicación Institucional más conocido y más utilizado, seguido por la página Web. Los menos conocidos y utilizados resultaron ser la columna UVAQ en el Sol de Morelia y el Buzón de Sugerencias. Manifestaron haber los medios o canales de comunicación suficientes, sin embargo, comentaron que estos no son aprovechados como se debería.

La información más consultada es general, pero a pesar de esto casi la mitad de los encuestados declaró no enterarse de todos los eventos y actividades, otras de las secciones consultadas con mayor frecuencia son artículos, cursos, diplomados y becas e información de carrera. Los medios por los cuáles mayormente se enteran son por la Dirección de la carrera, el periódico Létere y el cable UVAQ. Consideraron la necesidad de reforzar la difusión y exhortar más al uso de los distintos medios de comunicación UVAQ.

La mayoría de los maestros encuestados si asisten a los eventos y actividades Universitarias, los que acuden a los eventos y actividades Institucionales lo hacen por gusto e interés y los que a veces o no asisten es por no enterarse o por coincidir con horarios de clase.

En cuanto a la calidad de estos, concordaron la mayor parte en que son de calidad por la buena organización, otros opinaron que de calidad regular y los inconformes consideraron que falta involucrar más a la gente, fortalecer la comunicación, falta logística y que la calidad varia

según quién organice el evento, a esto comentaron que si se pueden mejorar todavía más.

Los encuestados están dispuestos a cooperar y participar tanto en la difusión como a la exhortación a la participación de los eventos y actividades Universitarias siempre y cuando les mantengan informados al respecto para poder dar la información completa y a tiempo.

Basándose en la interacción que mantienen con los estudiantes consideraron que estos no participan por falta de interés en su mayoría, por falta de tiempo, ya sea por otras actividades extraescolares, coincidir con horarios de clase, por tareas o exámenes, también revelaron que por falta de motivación, desinformación y por no involucrarlos más en la organización, planeación o hasta en la misma difusión.

Unas de las fortalezas identificadas y afirmadas por la gran mayoría de los maestros encuestados es que se cumple con la misión y visión UVAQ, así como la existencia de Identidad Institucional, el restante consideró que hace falta trabajar en el aspecto de reflejar más con hechos y no con palabras, hacer conciencia a los alumnos de la importancia del conocimiento y aplicación de estos temas que forma parte de su educación Universitaria y como ser humano.

Se realizaron algunas sugerencias de parte de los maestros encuestados de las diversas Licenciaturas como es estar pendientes de las necesidades que los estudiantes demandan, motivarlos para aumentar la participación e incrementar la interacción con ellos.

(Formato de encuesta Ver Anexos)

3.4 Análisis de entrevista a los departamentos de Relaciones Públicas y Difusión e imagen.

✓ Departamento de Relaciones Públicas.

L.C.C. Ma. De los Ángeles Pérez Torres.

Este departamento tiene comunicación frecuente y directa con estudiantes, ya sea que ellos se acerquen o que directamente se acuda a ellos.

Regularmente se tenían reuniones con los representantes de grupo, pero a causa de la inasistencia de estos, se cancelaron estas reuniones.

Se considero no muy buena la comunicación con los estudiantes, ya que la comunicación en masa no da buenos resultados, falta interés por parte de los alumnos, medios o canales de comunicación existen, lo que hace falta es la participación e integración de los estudiantes.

Se manifestó atender siempre las quejas o sugerencias que los alumnos hacen, ya sea por mail o personalmente, los buzones UVAQ se revisan semanalmente. Se les avisa o da respuesta una vez solucionado el problema.

Se declaró como el medio más efectivo para la difusión de los eventos y actividades ir directamente a los salones de clase y también empieza ya a tener auge cable UVAQ.

Se coloca, difunde y revisa que la información este y sea la correcta. Los anuncios o convocatorias externas se colocan con un mes de anticipación al evento, si es por parte de la UVAQ se difunden aproximadamente con quince días de anticipación a la fecha del mencionado.

Existe un protocolo para la difusión de los eventos o actividades a realizar, deben llevar el logotipo de la universidad y ser autorizados por el personal responsable, ya sea en difusión e imagen o relaciones públicas. El diseño del anuncio queda a consideración del interesado.

No existe un orden específico o clasificación de los anuncios en la pizarra de información. (Pizarrones negros ubicados en los pasillos de los edificios UVAQ.)

Estos tienen una vigencia de una semana, en caso de ser convocatoria es de un mes.

Se confesó existir escasa participación y falta de interés por parte de los alumnos en las actividades y eventos que se realizan por parte de la universidad. Además se expresó falta de apoyo de los directores con los horarios de clase para la asistencia de los ya mencionados.

Existe apertura en la participación de los alumnos en los medios UVAQ, sin embargo, no hay constancia por su parte, se ha hablado con los directores para que les difundan y exhorten el participar en los medios UVAQ, pero la respuesta ha sido escasa.

También existe facilidad para que los estudiantes organicen eventos y dependiendo del tipo de este, se apoya con material o equipo necesario que se llegue a utilizar o necesitar.

Para llevar un control y obtener una retroalimentación acerca de los eventos y/o actividades UVAQ, se aplica una encuesta rápida a los asistentes al finalizar los mencionados.

Se expreso que los Directores deben comprometerse más en la comunicación con los alumnos, trabajar en equipo para obtener mejores resultados.

Las charlas y conferencias que realicen los alumnos, son atendidas por el departamento de relaciones públicas, e inmediatamente se trata de dar difusión.

Los medios de comunicación UVAQ más efectivos para la difusión de eventos y actividades son el radio UVAQ y el periódico Lécere.

Todos los mensajes, invitación o convocatorias son revisadas y aprobadas por los departamentos de relaciones públicas y difusión, e inmediatamente se difunden.

Los eventos anuales fijos se anuncian en el periódico Lécere y la página Web, los mensuales y semanales en la página Web, Lécere y en las páginas de información y los eventuales o no programados, en lonas, banners o volanteo de del evento.

El problema que se ha detectado en varias ocasiones es que el área organizadora de algunos eventos, no dan aviso oportuno a las

✓ Departamento de Difusión e Imagen

L.C.C Francisco Pérez Rodríguez.

La comunicación que maneja este departamento con los alumnos es directa verbal, cable UVAQ, pizarra de información, página Web, periódico Létere y jefes de grupo.

Se considera irregular la comunicación con los estudiantes, pues no están acostumbrados a leer, se tienen los medios suficientes pero no los utilizan.

Las quejas o sugerencias que realicen los alumnos, son atendidas por el departamento de relaciones públicas, e inmediatamente se trata de dar solución.

Los medios de comunicación UVAQ más efectivos para la difusión de eventos y actividades son el cable UVAQ y el periódico Létere.

Todos los mensajes, información o convocatorias son revisadas y colocadas por los departamentos de relaciones públicas y difusión e imagen.

Los eventos anuales fijos se anuncian en el periódico Létere y la página Web, los mensuales y semanales en la página Web, Létere y en las pizarras de información y los eventuales o no programados, en lonas, pizarras o el mismo día del evento.

El problema que se ha detectado en varias ocasiones es que el área u organizadores de algunos eventos, no dan aviso oportuno a las

coordinaciones correspondientes, por lo cuál a veces resulta difícil apoyarlos en la difusión del evento por el poco tiempo previo al mencionado.

El formato para la realización de los mensajes, convocatorias, avisos, etc., es de formato periodístico, si es evento institucional lo realiza el departamento de relaciones públicas en conjunto con algún becario o si es evento exclusivo de licenciatura o externo a el programa anual de la Institución queda a consideración de ellos.

El orden en que se clasifican los anuncios en los tableros o pizarras de información son: en la parte derecha se ubican los institucionales y el parte izquierda se colocan el resto.

Estos anuncios son cambiados semanalmente, pero hay ocasiones en que entregan información atrasada y se pegan al momento.

La participación de los alumnos en los eventos y actividades UVAQ es poca, en promedio se tiene registrado que solo asiste el 30% del total de la población estudiantil.

Se les da oportunidad a los estudiantes de participar en los medios de difusión UVAQ. "A los alumnos que se acerquen a requerirlo y a los alumnos en que imparto clase y en caso de requerir apoyo, se les consulta a los profesores de los talleres para que recomienden alumnos."

También se les ofrece accesibilidad para organizar eventos, solo se les pide definición del tema y objetivos, compromiso y continuidad. Por parte de la Institución se les aporta en logística.

Para obtener una retroalimentación del resultado de los eventos y/o actividades UVAQ, se aplica una encuesta rápida a los asistentes para conocer su opinión. Además el día del evento se cuenta la asistencia de la institución, ya que la responsabilidad de que estos procesos funcionen no es solo de ellos si no de todos los que integran la universidad, por lo

Como conclusión, de estos dos departamentos tanto Relaciones públicas como Difusión e imagen, se observaron varias fortalezas y algunas debilidades, como es la disposición total por atender y escuchar a los estudiantes, sin embargo falta acercamiento a ellos, pues si los alumnos no acuden a ellos la interacción es casi nula, se cuenta y se hace uso de todos los medios de comunicación UVAQ dirigiéndose a toda la comunidad universitaria incluyendo alumnos, docentes, personal administrativo, pero hace falta reforzar la creatividad y algunas secciones de manera que se pueda atraer más la atención de los alumnos e interesarse más por la información y no por las novedades o sociales de estos medios, además de insistir en el uso de estos creando una cultura de información.

Por otro lado están pendientes de cubrir y satisfacer las expectativas de los estudiantes, hace falta recibir más retroalimentación e involucrar a los estudiantes con el fin de que el contenido y las dinámicas sean más agradables y llamativas, otro punto muy importante es que a pesar de todo el esfuerzo que se ha ejercido por parte de estos departamentos, la carga de trabajo y actividades en ocasiones resultan bastas, de manera que hace falta el apoyo y trabajo en equipo de todos los compañeros de trabajo para lograr una difusión y asistencia mayor de toda la gente UVAQ.

También saben que hace falta integrar más a los estudiantes y están concientes de que existen algunas debilidades en los procesos de comunicación con los alumnos y a pesar de ello mantienen la mente abierta y están dispuestos a recibir cualquier propuesta en beneficio de la Institución, ya que la responsabilidad de que estos procesos funcionen no es solo de ellos si no de todos los que integran la universidad, por lo cuál el motivo de este diagnóstico es aprovechar todas las ideas, aportaciones, observaciones y hasta críticas para convertir esas debilidades en fortalezas y seguir creciendo como Institución Educativa Humanista.

Determinar y delegar funciones en el proceso de comunicación es otra de las acciones faltantes o aspectos incompletos, los cuáles tienen un nivel de importancia y prioridad inmediata para este departamento y para obtener mejores resultados en sus proyectos como son los eventos y actividades institucionales donde participa toda la comunidad UVAQ.

Para justificar, argumentar y especificar el cumplimiento tanto de la hipótesis como de los objetivos se desarrollaron las siguientes conclusiones:

Capítulo 4 Conclusiones Generales

Apoyándome en la información y en los datos obtenidos durante la investigación y el diagnóstico elaborado, se puede concluir que; la Hipótesis planteada es afirmativa, ya que la información que fluye entre la institución y los alumnos requiere de un refuerzo para reorganizar y optimizar este proceso de comunicación, además, se logró detectar barreras de comunicación, se descubrió falta de difusión y efectividad en los mensajes, siendo estos, consecuencia de la poca participación de los estudiantes con la Universidad.

De igual manera, los objetivos planteados fueron cumplidos; se logró diagnosticar los canales de comunicación UVAQ, se localizaron las barreras en la transmisión de mensajes, se conoció la opinión de los alumnos acerca de los medios de comunicación, se conoció también la opinión de los docentes sobre la comunicación con los alumnos, se logró descubrir por qué razones los alumnos no participan con la Institución, así como dar propuestas de mejora en la comunicación y participación de los alumnos con la Universidad.

Para justificar, argumentar y especificar el cumplimiento tanto de la Hipótesis como de los objetivos se desarrollaron las siguientes conclusiones:

Para justificar, argumentar y especificar el cumplimiento tanto de la Hipótesis como de los objetivos se desarrollaron las siguientes conclusiones:

4.1 Conclusiones Generales

Como conclusión general se pudo descubrir por medio de los distintos puntos de vista, opiniones u observaciones realizadas por Directivos, Administrativos, Maestros y Alumnos prestar más atención y darle mayor importancia a las necesidades e intereses de los estudiantes, ya que estos representan el objetivo y el fin de la institución educativa, se presentan problemas en el proceso de comunicación pues falta interacción y voluntad tanto de los alumnos como de la institución por mantener activa la participación y retroalimentación para lograr mejores resultados en desempeño y conformidad. Es decir, en ocasiones es recomendable romper las barreras de la formalidad y estructura para por medio de la coexistencia tomar en cuenta los sentimientos, actitudes, capacidades y percepciones de estos.

Una de las fortalezas encontradas es la disposición y la abierta percepción que tienen tanto el departamento de difusión cultural como el de relaciones públicas de escuchar, apoyar y ayudar a los alumnos que se acerquen a solicitarlo, sin embargo una de las barreras detectadas es que hace falta difundir más la interacción, invitar a los estudiantes de manera personal a que se acerquen con plena confianza con los administrativos y directivos para expresar lo que se requiera, también es necesario encontrar fuentes de apoyo para optimizar el trabajo de distribución de información o difusión como pueden ser los mencionados anteriormente ya que esta labor requiere de rapidez por la constante actualización y reforzamiento para la retención y asimilación de la información.

Otra fortaleza es la disposición de los docentes y directivos por colaborar con estos departamentos en la difusión de mensajes e información institucional, siendo una barrera que ha impedido esto la falta de comunicación y organización para lograrlo, pues siendo los docentes una de las personas con las cuáles mantienen mayor y mejor comunicación con los alumnos, resultaría un medio de comunicación más directo y eficiente para transmitir la información e incluso para recibir una retroalimentación inmediata.

Se reveló que la información proveniente de la dirección de carrera ya sea de eventos internos, convocatorias, o cualquier otro, tiene mayor difusión y respuesta de los alumnos, esto debido a la colaboración de secretarías, docentes y jefes de grupo llegan a transmitir de manera directa la información deseada. En cuanto a los mensajes institucionales a pesar de ser difundidos por los diversos medios de comunicación, proporcionar la información en las direcciones de carrera y avisar a algunos maestros no resulta tan efectiva como la anterior.

Por lo tanto resultaría indispensable reorganizar el sistema de comunicación y apoyo entre administrativos, directivos y docentes para lograr mayor efectividad en la transmisión de mensajes e información hacia los estudiantes universitarios.

No se cuenta con una evaluación de la efectividad o frecuencia de uso de los diversos medios o canales de comunicación institucionales, esto ayudaría a sacar provecho de los puntos fuertes y vencer las deficiencias que se vayan identificando.

Según las encuestas muestra realizadas a docentes y alumnos, el medio de comunicación UVAQ más conocido y utilizado es el Periódico Létere, en el cuál su contenido es más general y su distribución es accesible y basta, sin embargo la publicación es mensual lo que no asegura que los eventos, actividades y avisos sean retenidos durante el resto del mes por lo usuarios, especialmente por los estudiantes, es decir, pueden enterarse que se efectuó un evento que era de su interés pero no se llegaron a enterarse a tiempo y por lo tanto no pudieron asistir.

A pesar de existir diversos canales de comunicación y en diferentes formatos, publicaciones y de diverso acceso, el interés por informarse de parte de los alumnos es increíblemente bajo, lo cuál resulta ser una de las principales barreras por las cuáles impide la efectividad de los ya mencionados. Es necesario reforzar la existencia y exhortar al uso de todos los medios de comunicación UVAQ de manera que los estudiantes mantengan comunicación continua con la institución y se mantengan informados de lo que acontece en ella. Resulta increíble que de siete canales de comunicación formales (periódico Létere, pizarra de información, página Web, cable UVAQ, Revista Presencia, Columna UVAQ en Sol de Morelia y buzón de sugerencias) solo uno (periódico Létere) es conocido, utilizado y aprovechado por los alumnos.

Los encuestados calificaron a los medios de comunicación como suficientes, sin embargo, consideraron conveniente reforzar la creatividad para llamar más la atención sobre todo de los alumnos y ser más constantes en la difusión para lograr mayor retención de los mensajes, fortalecer el contenido de estos de manera que resulten más atractivo su lectura y sean de mayor interés para los lectores.

Además con todo esto, se presenta la oportunidad de aprovechar la participación de todos para minimizar la resistencia o la predominante apatía a colaborar y de esta forma reforzar la identidad institucional.

Referente a la transmisión de mensajes en la Institución, los departamentos encargados hacen uso de todos los medios de comunicación internos dirigiéndose a toda la comunidad universitaria, en caso de ser dirigido a un sector en especial lo especifican. Mientras que en la dirección se transmiten mensajes e información a los docentes y alumnos y solo hacen difusión de eventos institucionales cuando tienen la información a tiempo y a quien se acerque a preguntar, consecuentemente, la información no es transmitida a los estudiantes de manera eficaz y oportuna.

Hay que recordar y tomar en cuenta que los mensajes e información que se transmiten pueden afectar a las actitudes, moral, satisfacciones y labores de los receptores, por lo que es importante poner especial atención al contenido de los mensajes, a la información que se transmite, como se transmite y lo que se está ofreciendo, pues como ya se mencionó en capítulos anteriores se dan casos en que los mensajes que se envían en comunicaciones formales se llegan a contradecir, es decir, no resultan ser lo que se esperaba o lo que se prometió, la calidad fue baja, faltó organización, etc., y esto hace que se pierda credibilidad por los receptores y hasta rechazo e indiferencia a los próximos mensajes enviados y eventos realizados.

La clasificación de la información o los mensajes es otra cuestión elemental para el mejor funcionamiento ya que facilita la rápida detección y lectura de estos, sobre todo en las pizarras de información, pues en cada edificio existen mínimo tres carreras por lo cual la

información es basta y resulta poco atractivo, accesible y rápido consultar, buscar o leer la información que le compete a cada carrera, siendo un motivo más por el cuál se niegan o se reduce el uso de este medio por los estudiantes.

Uno de los problemas detectados es que los emisores no deben de conformarse con solo difundir los mensajes en los medios formales de difusión y esperar a que los receptores los decodifiquen, sino también tienen cierta responsabilidad de asegurarse de que el mensaje o información haya llegado y cumplido el objetivo, pues como se sabe y se confesó por parte de los encuestados, existe falta de interés y cultura de información.

Las funciones o redes de comunicación no se encuentran bien definidas en el sentido de que no se sabe concretamente quien debe informar a quien, obviamente se identifica al departamento de difusión como el coordinador de la difusión, sin embargo, en el momento de que estos transmiten la información en los distintos medios y áreas, no se sabe quien debe continuar con la difusión, por ejemplo, al llegar la información a la Dirección de alguna carrera, estos deberían informar a los maestros y alumnos, pero solo lo hacen a quienes encuentren y cuando se acuerdan, no existe un compromiso con esta tarea por darle prioridad a otras actividades siendo que ésta también es una de ellas.

Los Directores encuestados, consideraron la comunicación con los alumnos difícil, argumentando la escasa apertura e interés de estos por acercarse e informarse aún cuando se maneja la política de puertas abiertas y se avisa a jefes de grupo.

Considero que no es suficiente con avisarles un par de veces que pueden acercarse cuando quieran y confiar en que la difusión de los medios de comunicación oficiales o formales hagan todo el trabajo, recordemos que la comunicación más efectiva es la directa, y ésta debe ser aplicada para reforzar los mensajes ya transmitidos y fortalecer la confianza con los estudiantes. Por lo tanto resultaría importante restablecer las redes de comunicación para lograr un mejor flujo de comunicación.

Basándose en la comunicación descendente se pueden detectar fácilmente las barreras de comunicación, se puede identificar en que área se bloquea la información, hay que tomar en cuenta también los canales por los que se manda los mensajes, pues no hay que confiar demasiado en los métodos de difusión escritos y electrónicos, resulta más efectivo acompañarla con el contacto personal o una confirmación verbal (p/e: por teléfono) de la recepción de la información. Mantener los lazos de confianza latentes entre todos los involucrados en el proceso de comunicación de la institución es una fortaleza que nos permitirá lograr mejores resultados.

La comunicación ascendente en el proceso o flujo de comunicación se encuentra débil, esto a consecuencia de la falta de disposición e interés generalmente de los estudiantes y la falta de interacción con ellos y la institución, sin embargo, se mantiene una mayor interacción o retroalimentación con los profesores.

Si los alumnos se sienten tomados en cuenta y se atienden sus inconformidades esto les podría dar cierta confianza y motivación para permanecer en contacto o interactuar con la institución de manera

voluntaria. Recordemos que la coherencia de lo que se dice con lo que se hace es un factor determinante para establecer la confianza.

Similar es la situación de la comunicación horizontal, pues a pesar de que a varios maestros se les informa de los eventos y actividades no se tiene la disciplina o hábito por transmitir o difundir la información a los demás compañeros y alumnos. En el caso de los estudiantes la comunicación horizontal es muy interna, es decir, se queda solo en comentarios, rumores, observaciones o quejas, pero sin salir del ese círculo, siendo que estas deberían ir dirigidas una vez conjuntas a la persona o coordinación pertinente para darle solución o atender las necesidades requeridas.

Este tipo de comunicación es de suma importancia en el sentido en que de esta forma se pueden optimizar la resolución de problemas, coordinación de tareas o actividades, mayor interacción y mejor ambiente laboral.

Se revelo la existencia del rumor dentro de la institución, considerándolo como el medio por el cuál se llegan a enterar los alumnos de algunos eventos y actividades institucionales, esto puede indicar que la comunicación formal requiere mayor difusión. Además con el rumor se corre el riesgo de que los mensajes sufran alteraciones, ya que la información transmitida puede estar incompleta o errónea, disminuyendo así la credibilidad de las fuentes formales e incluso de los mismos eventos y actividades o defraudar las expectativas de los estudiantes.

Algunas de las barreras identificadas en la investigación y en el proceso de esta fueron; los mismos estudiantes, pues al transmitir las experiencias u opiniones negativas a sus compañeros acerca de los eventos Institucionales ocasionan que las expectativas y el interés por participar disminuyan. Otra es la clasificación de la información en la pizarras de información, como ya se había comentado anteriormente se mezclan anuncios o mensajes de diversas carreras lo cuál resulta poco práctico y de interés para los receptores. La coincidencia o falta de planeación de horarios es una de las principales barreras que ocasionan que los eventos y actividades no tengan la asistencia deseada.

La difusión dispersa es otra de las principales barreras de comunicación latentes, pues no existe una difusión completa en los distintos públicos o grupos, como son directores, docentes y alumnos, pues a ciertos grupos se les informa por medio de correos electrónicos y no se cuentan con todas las direcciones electrónicas, otros por medios escritos que en ocasiones se leen con retraso y otros por medio de los canales formales de comunicación que como ya se mencionó no se tiene la cultura de información o el hábito de consultarlos periódicamente. También el presupuesto o logística que se requiere no es el suficiente o el necesario, ocasionando que los asistentes pierdan el interés en los próximos eventos y actividades.

En ocasiones los temas o tópicos de los eventos no resultan llamativos para los estudiantes perdiendo de esta manera la motivación por concurrir.

Es recomendable tratar temas de interés actuales con actividades interactivas o involucrarlos en la organización de manera que se interesen por participar, además de tomar en cuenta estas actividades

como apoyo al plan de estudios de las materias de manera que sean prácticas y considerándolas como porcentaje de calificación.

El no motivar al estudiante en acudir en las actividades universitarias puede ocasionar incluso un desgaste en la identidad institucional. El mantener una comunicación abierta y directa, es decir cara a cara, es una herramienta que ayudará a evitar muchas barreras y lograr mayor efectividad en la transmisión de mensajes, mayor confianza, interacción, así como a la reducción del rumor, entre otras.

Es claro que cada individuo o persona que labora en la Institución tiene su rol designado y cumple con él, pero también es necesario que no se limiten, es decir, que no se conformen con solo hacer lo que les toca, sino ir más allá, trabajar en equipo, aportar ayuda o participación en las actividades requeridas y esto hablando desde secretarías, docentes, coordinaciones, direcciones, etc., un simple ejemplo es la difusión de los mensajes UVAQ con los alumnos.

Es preciso reforzar esa identidad Institucional que realza los valores académicos y humanos los cuáles nos destacan como gente UVAQ, con esto lograríamos cumplir los objetivos y metas Institucionales con mayor efectividad y aumentar nuevos retos para el futuro.

Recordemos que la participación es la fusión mental y emocional de las personas en situaciones de grupo, que los alienta a contribuir con los objetivos del grupo y a compartir la responsabilidad por tales objetivos.

Los encuestados manifestaron encontrar mayor asistencia cuando son eventos internos o de la carrera que Institucionales, la coincidencia de los horarios de eventos con los de clase es uno de los motivos

principales por los cuáles no participan los alumnos así como también avisar con anticipación.

La exclusión o falta de integración de algunos estudiantes por lo regular de los últimos semestres en ciertas actividades y eventos institucionales, comunitarios, entre otros, van desgastando el interés por incluirse en cualquier otro de estos, ya que al no estar involucrados se pierden ideas que pueden favorecer a una mejor organización y desarrollo, por otro lado, esto también puede ir afectando el sentido de pertenencia hacia la Universidad.

Poco a poco la falta de interés de los alumnos ha incrementado. Según la opinión de los encuestados y los departamentos entrevistados es significativo y trascendental cubrir las necesidades y expectativas de los Universitarios, motivarlos y aumentar la interacción con ellos, ya que al lograr la participación se puede aprovechar su creatividad, sus habilidades y cualquier aportación para la mejorar continúa de la logística y desarrollo de los eventos y actividades UVAQ.

La retroalimentación entre la Institución, los Directores y los Docentes no es del todo fluida y/o completa, es decir, no todos colaboran de la misma manera, unos más, otros menos, mientras que con los alumnos es esta es aún menor. Sin duda, hace falta mayor compromiso por apoyar, exhortar, y actuar por parte de todos en beneficio de una retroalimentación efectiva, la cuál le permita a la Universidad una mejora continua y captación de oportunidades a través de las necesidades y sugerencias de todos los que la comprenden, no perdamos de vista que estamos hablando de una institución el cuál actúa en este caso como un grupo, un equipo, por lo tanto la unión y el apoyo son estrategia fundamentales.

Recordemos también, que el mayor obstáculo de la Retroalimentación es la resistencia de los individuos a recibirla.

La Retroalimentación resultaría una herramienta fundamental fungiendo como medio de evaluación de la Institución y sus actividades, pues a través de la Retroalimentación se puede saber lo que se hizo bien o lo que se hizo mal y el saber como corregirlo, esto principalmente con los estudiantes.

Para poder lograr lo anterior es necesario también contar con buenas relaciones públicas, a pesar de que en este aspecto no hay observaciones pues la mayoría del personal académico como administrativo muestra disposición y buen trato, es indispensable identificar a las personas que puedan tener mayor contacto con el público al que se quiera dirigir para lograr mayor impacto, es decir, algún maestro el cuál tenga mayor interacción y confianza con los alumnos resultaría ser clave para lograr mayor efectividad e impacto en los mensajes, participación y retroalimentación con la Institución, de igual forma pasaría con alumnos que tengan facilidad de socializar con otros compañeros, en grandes ocasiones la gente del mismo nivel, rango o grupo social que invite o recomiende a utilizar, aportar o participar en algún medio, actividad o evento, tiene mayor aceptación, apoyo y credibilidad.

Hay que aprovechar el entusiasmo y disposición de los alumnos de nuevo ingreso para infiltrar los valores, misión y visión UVAQ así como la participación y confianza con esta.

También es indispensable aprender a reconocer errores o debilidades para poder convertirlas en fortalezas, así como también reconocer los esfuerzos, participación y aportación de los alumnos y no sólo de los maestros o administrativos, pues al no reconocer el esfuerzo y los triunfos de los alumnos se corre el riesgo de perder su interés y su participación a próximas actividades.

Una de las nuevas fortalezas de la Institución la cuál es y será la base de la identidad Universitaria es el himno UVAQ, el cuál sería también recomendable inculcar desde el primer momento en que los aspirantes se incorporan a la comunidad UVAQ.

Como se puede observar, los resultados de las opiniones obtenidas de los encuestados, concuerdan con la existencia de falta de apoyo en la organización, difusión de los diversos medios de comunicación, eventos y actividades Universitarias, así como la necesidad de reforzar la interacción y retroalimentación con los alumnos, tomarlos en cuenta para desarrollar distintas actividades Institucionales de acuerdo a sus áreas, actitudes y habilidades, fortaleciendo de esta manera al humanismo, visión, misión y objetivos de la Universidad Vasco de Quiroga.

El talento se tiene solo hay que aprovecharlo, la Universidad ayuda a descubrir, desarrollar y expresar las actitudes y aptitudes de los estudiantes, ¿Por qué no aprovecharlos para el progreso mismo de la Universidad, que sea un apoyo recíproco entre alumnos e institución?

Las barreras de comunicación detectadas se desarrollan de la siguiente forma:

- ✚ La información es generada directamente desde los departamentos de difusión e imagen y relaciones públicas, quienes se encargan de transmitirla primeramente a los diversos canales de comunicación UVAQ los cuáles están disponibles a todo el público, sin embargo no se sabe si estos son utilizados y aprovechados como se debieran.
- ✚ Estos mismos departamentos hacen llegar la información a los Directores de carrera por medio de memos y correo electrónico, pero no se sabe si son leídos a tiempo, si delegan funciones para actuar o difundir los mensajes requeridos a los correspondientes. Al no cumplir con esto se crea una cadena de desinformación, ya que no se informa a las secretarias, estas a su vez no lo hacen con maestros y tampoco con alumnos.
- ✚ Similar es el caso con las Secretarias, se les hace llegar la información por teléfono y por correo electrónico, pero no se sabe si apuntan los mensajes o si difunden la información y a tiempo, tanto a docentes como a alumnos, ocasionando ignorancia en información y provocando fallas en el flujo de comunicación y participación en los eventos y/o actividades realizadas.
- ✚ El proceso de comunicación con los Docentes debería ser más efectivo pues deben estar informados por el Director de carrera, por la Secretaria y por los departamentos de difusión, sin embargo los mensajes a través de correo electrónico solo se envían a los que tengan registrado su mail o dirección electrónica, se afirma

por parte de los coordinadores de difusión que la comunicación entre Directores y Docentes en este aspecto es muy escasa, por lo tanto existe desinformación entre estos, y respecto a las secretarías, estas sólo informan cuando recuerdan hacerlo y con quien tiene contacto personal, por lo que tampoco resulta muy efectivo.

El medio de comunicación más efectivo con los estudiantes podrían ser los maestros, esto por la constante interacción a causa de las horas clase, pero si en el proceso de comunicación existen fallas o barreras, difícilmente podrán colaborar en la difusión de mensajes a los estudiantes.

A los alumnos se les informa directamente a los que estén registrados por medio de correo electrónico, por lo que por este medio no se informa a todos, por los medios de comunicación formal y se debe de informar también a través de las secretarías de cada carrera y de los docentes. Sin embargo como ya se pudo observar en la grafica anterior, existe diversas barreras de comunicación las cuáles impiden que este proceso cumpla su objetivo.

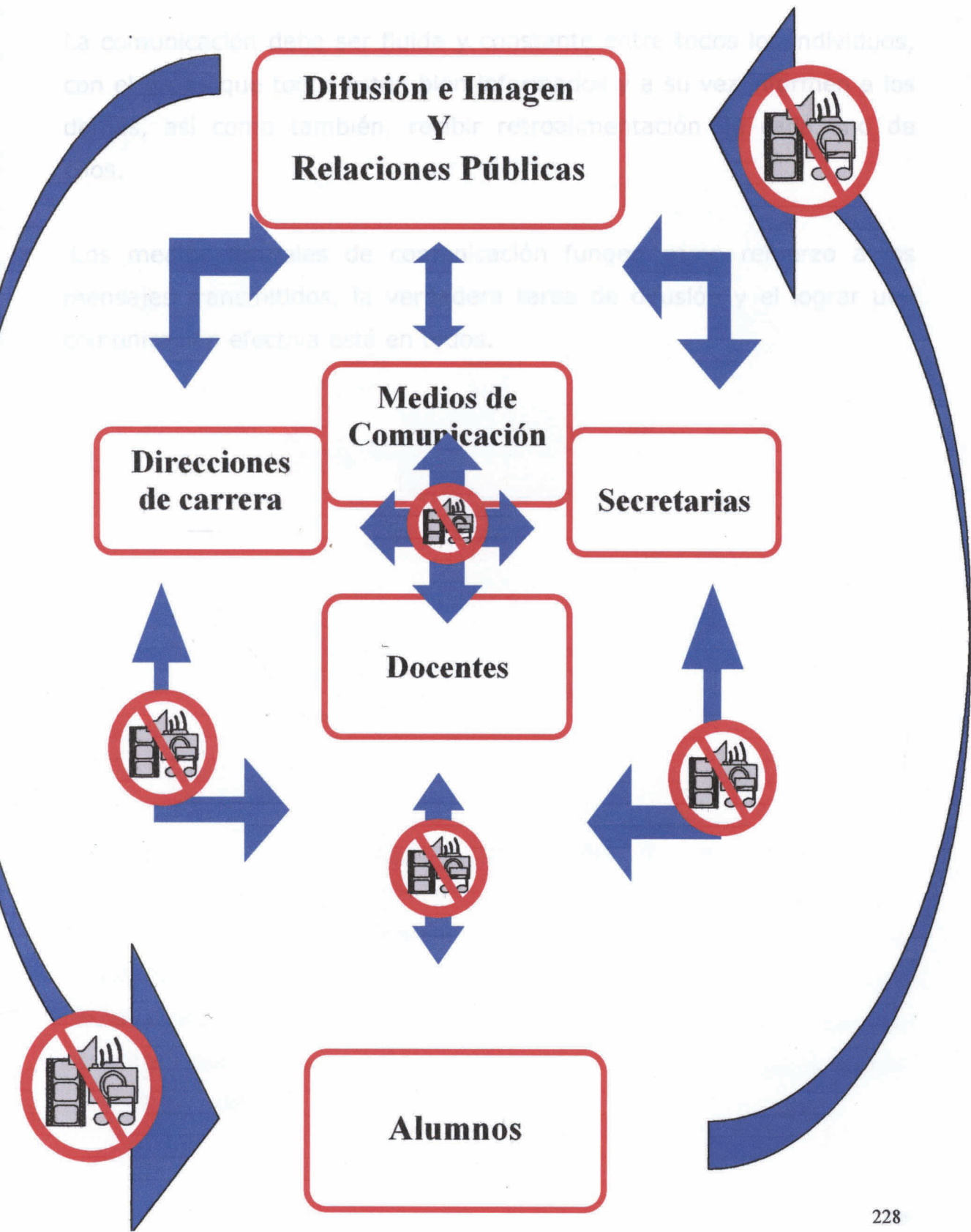
La comunicación con el restante de los departamentos y coordinaciones tanto Administrativas, Académicas y Culturales (Formación, Pastoral, Deportes, Orientación Educativa, entre otros.), necesitan más apoyo en cuanto a difusión de sus actividades y servicios como de los proyectos o eventos a realizar, ya que este aspecto se encuentra débil según manifestaron los representantes en las entrevistas y basándose en la respuesta y participación de los estudiantes.

Si la comunicación descendente empieza a fallar lógicamente la ascendente también, por lo tanto los estudiantes no estarán bien informados. Los canales de comunicación no son utilizados y aprovechados como deberían de ser por parte de los estudiantes, desperdiciando y sin excusa medios de interacción y retroalimentación con la Institución.

Por esto resulta conveniente estar alerta y en contacto permanente con los proveedores de información para evitar errores y mantener una comunicación interna efectiva, exhortar a utilizar y aprovechar mejor los canales de comunicación formal, pero no confiarse de estos medios, si no, mantener una comunicación abierta con cualquiera que se tenga contacto, pues recordemos que la comunicación verbal o directa es la más segura, además de también, reforzar el ejercicio de la retroalimentación para convertir las debilidades encontradas en oportunidades de mejora y fortaleza.

Con todo esto, se logro determinar la raíz del problema que llegó a originar todas estas barreras de comunicación y esto recae en un "problema o error de proceso", es decir, el proceso o procedimiento a seguir para el flujo de la comunicación o mensajes que provienen de los administrativos pasando por Directores y maestros no cuenta con formatos, acciones, responsabilidades y obligaciones del personal involucrado, por lo tanto, al no saber que le corresponde a cada quien en donde empieza y hasta donde termina su labor este proceso no resulta tan efectivo como debiera. Se necesitaría realizar una reevaluación de este para reestructurar dicho proceso y determinar y delegar las funciones correspondientes a cada involucrado o colaborador asegurando así una comunicación más efectiva.

Barreras en el Proceso de Comunicación directa con los Estudiantes.

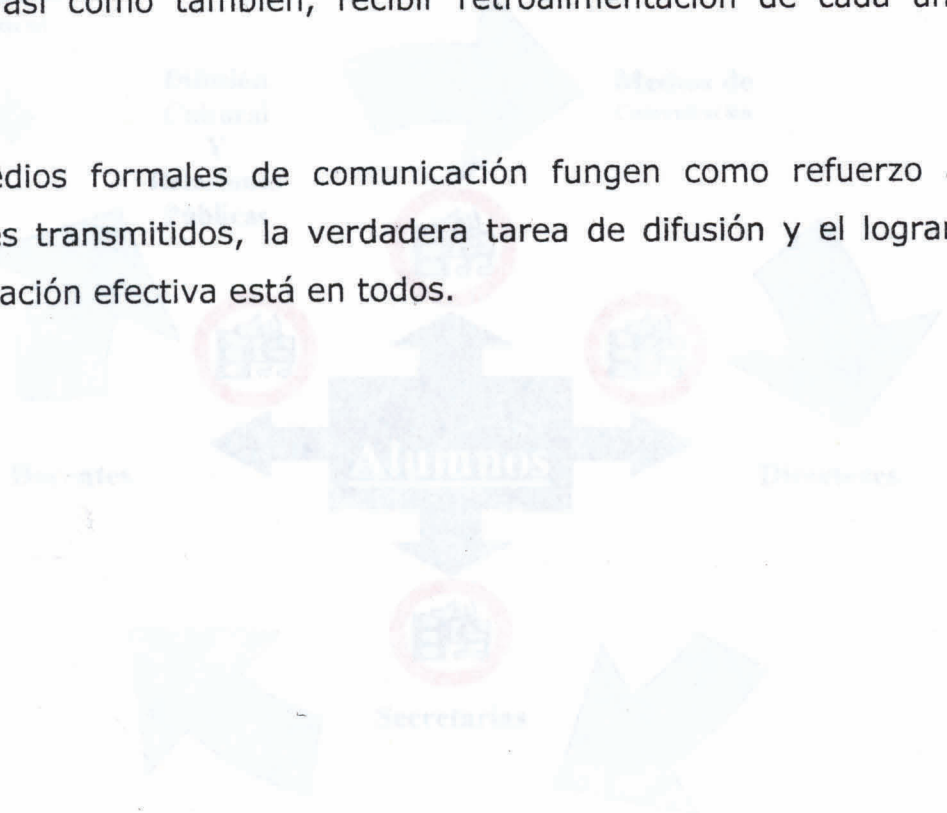


Proceso de Retroalimentación.

Al momento de implementar el proceso de retroalimentación, el personal académico, administrativo y alumnos se puede seguir el siguiente Diagrama de Flujo de retroalimentación:

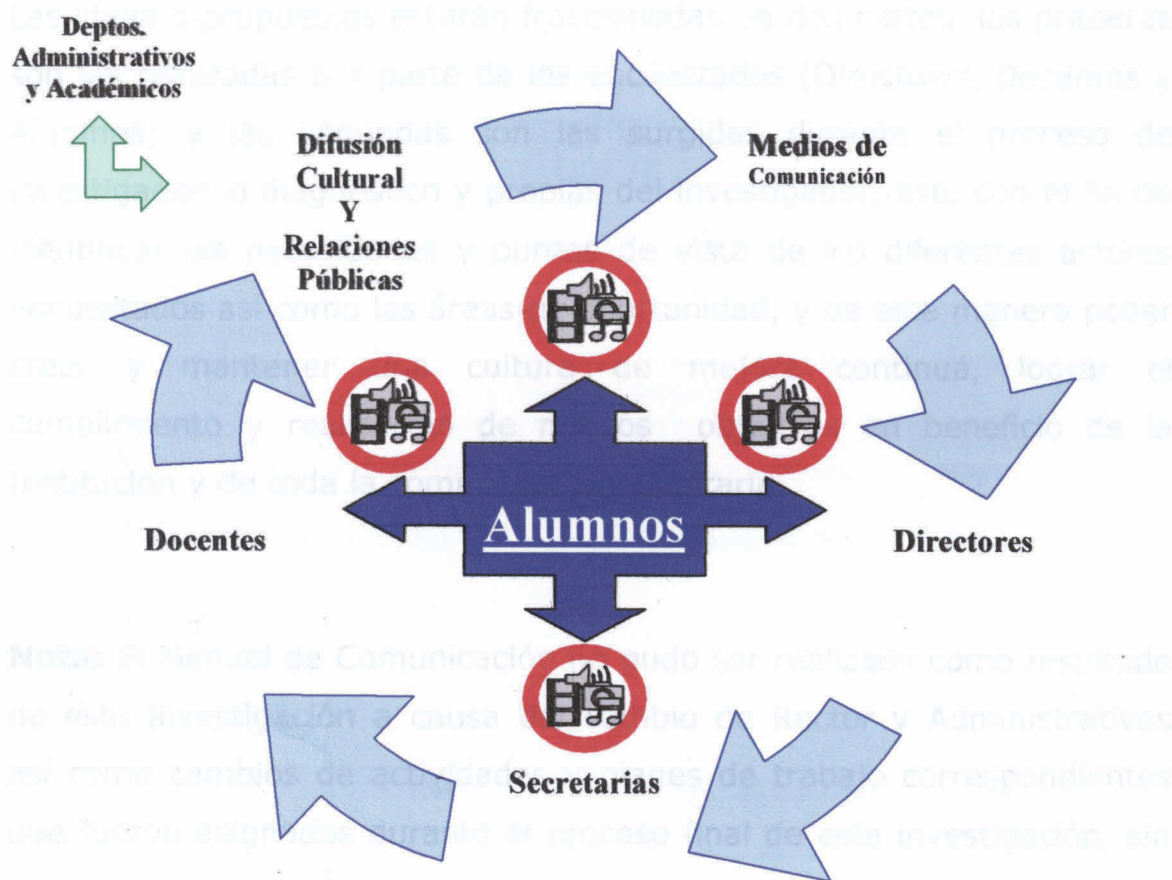
La comunicación debe ser fluida y constante entre todos los individuos, con el fin de que todos estén bien informados y a su vez informen a los demás, así como también, recibir retroalimentación de cada uno de ellos.

Los medios formales de comunicación fungen como refuerzo a los mensajes transmitidos, la verdadera tarea de difusión y el lograr una comunicación efectiva está en todos.



Ade más de realizar un Manual o Procedimiento de Comunicación en el cual sistemáticamente se designen y se estructuren las vías o medios, responsabilidades y personal involucrado con sus actividades específicas para la transmisión de información o mensajes institucionales hacia los estudiantes y también de para manera intentar cambiar, fortalecer y reorganizar la cultura organizacional de la Institución.

Para facilitar este proceso con todo el personal académico, administrativo y alumnos se puede seguir el siguiente diagrama de flujo de retroalimentación:



Además de realizar un Manual o Procedimiento de Comunicación en el cual sistemáticamente se designen y se estructuren las vías o medios, responsabilidades y personal involucrado con sus actividades específicas para la transmisión de información o mensajes institucionales hacia los estudiantes y también de esta manera intentar cambiar, determinar y reorganizar la cultura organizacional de la institución.

Capítulo 5 estas con base a los encuestados:

5.1 Propuestas

Las ideas o propuestas estarán fraccionadas en dos partes, las primeras son las realizadas por parte de los encuestados (Directivos, Docentes y Alumnos) y las segundas son las surgidas durante el proceso de investigación o diagnóstico y propias del investigador, esto con el fin de identificar las necesidades y puntos de vista de los diferentes actores encuestados así como las áreas de oportunidad, y de esta manera poder crear y mantener una cultura de mejora continua, lograr el cumplimiento y realización de nuevos objetivos en beneficio de la Institución y de toda la comunidad Universitaria.

Nota: El Manual de Comunicación no pudo ser realizado como resultado de esta investigación a causa del cambio de Rector y Administrativos así como cambios de actividades y planes de trabajo correspondientes que fueron asignados durante el proceso final de esta investigación, sin embargo recordemos que esta es un acercamiento al supuesto problema, por lo que para realizar dicho manual con mayor precisión y con las necesidades precisas se requerirá un estudio más profundo, con otros objetivos y una perspectiva diferente, quedando así como una opción o propuesta más de investigación.

5.2 Propuestas con base a los encuestados:

	Alumnos	Directivos	Docentes
Propuestas para mejorar la comunicación	Reforzar identidad institucional	Reforzar comunicación entre Dirección, Rel. Publicas y Dif. e imagen	Compromiso de Directivos y Docentes
	No ser tan estrictos y formales en la difusión.		Mayor presencia del director en aulas
	Mensajes por correo electrónico	Mantener contacto continuo con profesores, alumnos, Rel. Publicas y Difusión e imagen	Boletines informativos a todos los maestros
	Juntas con los alumnos para escuchar inquietudes y propuestas		Fomentar la sociabilidad entre toda la comunidad UVAQ
	Más tiempo en cable UVAQ	Mejorar el contenido de los medios impresos	Mensajes mas directos y constantes (usar mails)
	Reforzar la comunicación personal o directa, mayor interacción		
	Eleva creatividad en formato, diseño y difusión de mensajes		
	Clasificar la información por carreras en las pizarras o colocar pizarras por salón		
	Crear un consejo de alumnos	Crear modulo de información atendido por alumnos en cada edificio	Más eventos social culturales

5.3 Áreas de Oportunidad Surgidas en la investigación:

	Alumnos	Directivos	Docentes
Propuestas para mejorar la <u>participación</u>	Comunicación directa y mayor interacción entre Directivos, Docentes y alumnos		
	Temas de interés	Preguntar y Conocer los intereses de los estudiantes	
	Aumentar la calidad de los eventos	Reforzar la identidad e imagen institucional	Responder a su expectativas
	Eventos más interactivos, mayor práctica.	Que los eventos sean para cubrir las necesidades y proposiciones de los alumnos	Temas de interés y aplicables a la carrera
	Tomar en cuenta opiniones y propuestas	Involucrar a los estudiantes en la organización y planeación de los eventos	
	Crear más incentivos o motivación para la participación en lugar de castigos		
	Informar con mayor anticipación	Crear lugares o espacios de encuentro para los estudiantes	Informar con mayor anticipación
	Coordinar horarios de clase con los eventos para que no coincidan y no tener que perder o suspender clases		
	Dar mayor importancia a los trabajos realizados por los estudiantes, reconocer los esfuerzos y logros.	Permitir y exhortar a la participación de los alumnos en los medios UVAQ con entrevistas, artículos, temas de interés y recibir propuestas.	Lugares más acordes o adecuados para los eventos

5.3 Áreas de Oportunidad Surgidas en la investigación:

- a) En la inducción; crear conciencia y establecer el compromiso en la realización y participación de los eventos Universitarios.
- b) Asignar a un consultor, representante de grupo o semestre para estar en contacto con los compañeros estudiantes, (recibir propuestas, quejas, sugerencias, innovaciones, etc.) por carrera y que a su vez estos estén en constante comunicación con Relaciones públicas y Difusión e imagen, usando como motivación o estímulo la liberación del servicio UVAQ, dando reconocimientos, etc.
- c) Reforzar la comunicación y apoyo entre deptos. de Relaciones públicas, Difusión e imagen, Directores y Secretarías de Carreras para brindar mejor información acerca de las actividades y eventos a los alumnos con el objetivo de obtener mejor participación y mayor asistencia.
- d) Aprovechar tutorías para reforzar la identidad institucional, la integración y la participación de los estudiantes con la UVAQ.
- e) Mayor apoyo y mejor organización en las exposiciones de los trabajos o proyectos estudiantiles, donde además de estar a disposición del público se realice una presentación y explicación formal por lo propios autores de sus trabajos.

- f) Tratar más temas de interés que estén relacionados con el plan de estudio, con la finalidad de que estos eventos resulten prácticos en las materias y se puedan utilizar y aprovechar como parte de la evaluación. Así como también involucrar más a los estudiantes para la organización de estos.
- g) En caso de existir un consejo de Docentes o ya sean juntas entre Docentes y Directivos, proponer proyectos semestrales o anuales de eventos, conferencias, concursos, exposiciones y sobre todo viajes de prácticas, los cuáles se puedan integrar al plan de estudios o como evaluación académica dentro de las materias correspondientes, de manera que se pueda brindar mayor interacción, aplicación del conocimiento adquirido, un panorama más amplio de lo que pueden lograr, una educación más completa y el aprovechamiento de las cualidades tanto de cada estudiante como de los académicos, además de un plus de la formación académica de la UVAQ.
- h) Reconstruir el consejo de alumnos para que mantengan interacción y comunicación entre alumnos, directivos y administrativos, este deberá estar formado por alumnos designados de acuerdo a sus habilidades sociales. (Como motivación se puede liberar servicio UVAQ y/o algo más como incentivo). SE puede organizar un evento tipo elecciones con urnas y campañas, recurriendo al uso de la publicidad, mercadotecnia, comunicación etc, por parte de los alumnos de las carreras correspondientes como apoyo y con valor curricular o como parte de evaluación.

- i) En los medios de comunicación formales, dentro del contenido o publicación aprovechar para anunciar y reforzar su lectura y utilización.
- j) Revisión de la página Web, ya que algunos servicios como el contacto no responde correctamente y alguna información no se encuentra actualizada.
- k) Realizar en la página Web un espacio o link para cada carrera, si es posible un Chat.
- l) Crear un Suplemento en el Periódico Létere hecho por alumnos y con información obtenida por ellos.
- m) Sistema de audio y radio interna UVAQ, donde los locutores sean los mismos alumnos del consejo de alumnos de L.C.C e interesados con habilidades requeridas, así como también, aprovechar para informar en los breaks o recesos a los estudiantes.
- n) Difundir la utilización de los buzones de sugerencias para aportar ideas o sugerir temas de interés para eventos y actividades.
- o) En los buzones de sugerencias agregar formatos u hojas recicladas en todo caso para escribir la sugerencia, así como un bolígrafo fijo para su escritura. De esta manera se facilita el uso de este medio para los públicos.
- p) Apoyarse en alumnos de Diseño y Ciencias de la comunicación para la creatividad y difusión de mensajes, planeación, elaboración de eventos y actividades Institucionales.

q) Bloquear o restringir las encuestas dentro de la UVAQ, ya que saturan a los estudiantes de manera que cuando resulta necesario no muestran disposición para colaborar. Se puede controlar por medio de la Dirección, los maestros o alumnos tendrán que pedir autorización al Director correspondiente a la Licenciatura y el dictaminara si es necesario o indispensable que se ejecuten en la Institución.

r) Realizar diagnósticos o encuestas semestrales a los alumnos, donde se pueda evaluar, corregir, aumentar o reforzar los métodos de comunicación y actividades UVAQ, de manera formal tipo evento, haciendo uso de estrategias de mercadotecnia, publicidad y medios de comunicación internos realizados por alumnos y supervisados y apoyados por maestros, (Létere, radio UVAQ, TV. Carteles, etc.) Se puede tomar como evaluación o trabajo para las carreras de Diseño y Ciencias de la Comunicación, en sus áreas respectivas, dando más formalidad, creatividad e interés para los estudiantes y como retroalimentación para la Institución.

s) Otra alternativa, realizar un programa de seguimiento y evaluación de la comunicación organizacional interna, donde se establezca por periodos cuyo contenido abarque análisis FODA, resultados, conclusiones, propuestas y plan de acción.

5.4 Plan de Acción.

Se elaboró un plan de acción basado en los resultados de la investigación el cuál indica a los responsables de la ejecución, los medios o herramientas necesarias y la forma de aplicación o realización, no todas las propuestas mencionadas anteriormente fueron anexadas, ya que su procedimiento de ejecución no es necesario o resulta obvio.

PROPUESTA	RESPONSABLE	ALCANCE	APLICACIÓN Y/O MEDIOS
Compromiso de Docentes, Directivos, Secretarias y Alumnos para colaborar y cumplir con sus propias propuestas	Coordinación de Relaciones Públicas	Docentes, Directivos, Secretarias, Alumnos	Elaborar juntas semestrales para reforzar, actualizar y retroalimentar este aspecto. Reforzamiento Visual. Mensajes espontáneos por vía e-mail.

PROPUESTA	RESPONSABLE	ALCANCE	APLICACIÓN Y/O MEDIOS
<p>Actitud de servicio y confianza No burocrática.</p>	<p>Coordinación de Relaciones Públicas</p>	<p>Directivos, Secretarías, Administrativos</p>	<p>Elaborar juntas semestrales para reforzar, actualizar y retroalimentar este aspecto.</p> <p>Reforzamiento Visual.</p> <p>Mensajes espontáneos por vía e-mail.</p> <p>Fomentar la sociabilidad entre toda la UVAQ, elevando la interacción y convivencia con alumnos.</p>
<p>Creatividad en el formato o diseño de los mensajes y en la difusión de estos.</p>	<p>Directivos, Coordinación de Relaciones Públicas, Difusión e Imagen, Alumnos.</p>	<p>Comunidad UVAQ</p>	<p>Seleccionar alumnos o Realizar convocatorias para los diseños requeridos y para estrategias de difusión. Y liberar el servicio al reunir determinadas participaciones.</p>

PROPUESTA	RESPONSABLE	ALCANCE	APLICACIÓN Y/O MEDIOS
Boletín informativo, eventos y actividades.	Coordinación de Relaciones Públicas	Directivos, Secretarías, Docentes, Alumnos.	<p>Recopilar los correos electrónicos requeridos y fijar una fecha de recepción.</p> <p>En caso de que algún Docente no pudiera acceder a su correo, deberá notificar a la coordinación correspondiente, para enviarlo impreso a su Dirección de carrera.</p>
Reforzar la estructura de los canales de comunicación.	Coordinación de Relaciones Públicas, Difusión e imagen.	Comunidad UVAQ, en especial alumnos.	<p>Mejorar el contenido de los medios de comunicación impresos con nuevas secciones y nuevo formato, reforzar la creatividad.</p> <p>Colocar pizarras o tableros de información de corcho por salón.</p> <p>Categorizar la información por carreras en las pizarras de los pasillos y los demás medios impresos.</p>

PROPUESTA	RESPONSABLE	ALCANCE	APLICACIÓN Y/O MEDIOS
Mayor presencia del Director en las aulas.	Directores de Relaciones Públicas, Difusión e imagen.	Alumnos UVAQ, especial alumnos.	Programar juntas con los alumnos para escuchar sus inquietudes y aportaciones.
Reforzar la Imagen Institucional Reforzar la Identidad Institucional Regular la información por canales en los medios impresos.	Coordinación de Relaciones Públicas, Difusión e imagen. Coordinación de Relaciones Públicas, Difusión e imagen.	Comunidad UVAQ, especial alumnos. Alumnos, Docentes.	Darle mayor importancia a los eventos internos y externos que involucren la imagen y prestigio de la UVAQ, realizar ceremonias para la información de esos acontecimientos donde acuda toda la comunidad UVAQ, y no solo en los medios formales, sin embargo no dejar de hacerlo. Involucrar más en la planeación de los días comunitarios y eventos de integración a todos los alumnos sin excluir algunos.

PROPUESTA	RESPONSABLE	ALCANCE	APLICACIÓN Y/O MEDIOS
Crear un slogan más impactante de acuerdo a la misión y visión institucional que permanezca en la mente de los estudiantes.	Coordinación de Relaciones Públicas, Difusión e imagen.	Comunidad UVAQ, en especial alumnos.	Ya sea a través de algún especialista, o bien, una convocatoria abierta donde participe toda la comunidad UVAQ.
Reforzar la participación de los estudiantes y profesores en los medios de comunicación formales.	Coordinación de Relaciones Públicas, Difusión e imagen.	Alumnos, Docentes.	Con artículos, entrevistas además de los profesores a los alumnos, temas de interés que sean prácticos y aplicables durante la carrera. Elaborados o con la participación de los alumnos.
Categorizar la información por carreras en los medios impresos.	Coordinación de Relaciones Públicas, Difusión e imagen.	Alumnos, Docentes.	Distinguir o clasificar la información que pertenezca a cada carrera para facilitar su identificación y facilitar su lectura. Pizarras de información y Periódico Létere especialmente. Reforzar la creatividad y

PROPUESTA	RESPONSABLE	ALCANCE	manejar mayores temas de interés.
Crear un consejo de alumnos	Coordinación de Relaciones Públicas, Difusión e imagen.	Alumnos, Coordinación de Relaciones Públicas	Apoyarse en ideas de alumnos de Diseño y/o Ciencias de la Comunicación.

PROPUESTA	RESPONSABLE	ALCANCE	APLICACIÓN Y/O MEDIOS
Crear un modulo de información atendido por alumnos	Coordinación de Relaciones Públicas, Difusión e imagen.	Alumnos, Coordinación de Relaciones Públicas	Entrevistar a representantes potenciales y responsables para este modulo de atención información y retroalimentación tanto para los alumnos como para la institución ya que en este se les pueda dar y recibir información que sea favorable para ambos. Con esto se localizan áreas de oportunidad

PROPUESTA	RESPONSABLE	ALCANCE	APLICACIÓN Y/O MEDIOS
<p>Crear un consejo de alumnos</p>	<p>Coordinación de Relaciones Públicas, Difusión e imagen.</p>	<p>Alumnos, Institución.</p>	<p>Entrevistar a representantes potenciales, responsables y sociables con los compañeros estudiantes de manera que mantengan contacto directo recibiendo propuestas, inconformidades, sugerencias para mejorar tanto la comunicación como la participación de estos con la institución y que la institución mantenga los mejor relación con sus estudiantes.</p> <p>Con esto se localizan áreas de oportunidad.</p> <p>Por medio del consejo de alumnos recabar la información necesaria para a través de una junta con la coordinación responsable determinar y planear los eventos y actividades.</p>

PROPUESTA	RESPONSABLE	ALCANCE	APLICACIÓN Y/O MEDIOS
<p>Preguntar sobre temas de interés a los estudiantes e involucrarlos en la planeación de los eventos.</p> <p>Actividades recreativas conforme a su carrera.</p>	<p>Coordinación de Relaciones Públicas, Difusión e imagen, Consejo de alumnos, Docentes.</p>	<p>Alumnos, Institución.</p>	<p>Apoyarse en alumnos de Diseño y Comunicación para la creatividad en los mensajes y su difusión. Con esto se refuerza la participación, imagen e identidad institucional.</p> <p>Elevar la calidad de los eventos, en cuanto a invitados e infraestructura, así como formalizar más la participación de todos los involucrados, (Directivos, Maestros y Alumnos).</p> <p>Organizar los horarios de los eventos de manera que no coincidan con las clases y asegurar su participación.</p> <p>Realizar un registro en la entrada o recepción del evento para llevar la relación de los asistentes.</p>

PROPUESTA	RESPONSABLE	ALCANCE	APLICACIÓN Y/O MEDIOS
<p>Crear más incentivos Hacer uso de la motivación y no de castigos</p>	<p>Coordinación de Relaciones Públicas, Difusión e imagen, consejo de alumnos, Docentes.</p>	<p>Alumnos</p>	<p>No amenazar al estudiante en caso de no participación, utilizar la persuasión y el manejo de los beneficios que se pueden obtener.</p> <p>Buscar participaciones fuera de la Institución y los partícipes serán los alumnos destacados o los que ganen alguna convocatoria interna.</p> <p>Publicar logros de los alumnos en los medios impresos formales.</p> <p>En apoyo del consejo de alumnos, encontrar nuevas formas de incentivos o motivaciones.</p>

PROPUESTA	RESPONSABLE	ALCANCE	APLICACIÓN Y/O MEDIOS
Programa de Seguimiento y Evaluación de la comunicación interna UVAQ	Relaciones Públicas y Difusión e Imagen	Comunidad UVAQ	Formato de evaluación con aspectos a calificar, observaciones, análisis FODA, resultados, conclusiones, propuestas y plan de acción.
Elaboración de un Manual de Comunicación	Relaciones Públicas y Difusión e Imagen	Comunidad UVAQ	En coordinación con los dos departamentos encargados de la comunicación en la Institución y en apoyo con los Directores, Maestros y jefes de grupo o consejo estudiantil.

5.5 Limitaciones de la Investigación

- ❖ En algunas Direcciones de las carreras, no se tomaba con seriedad la investigación y posponían la entrevista, pedían que se dejara el formato y ellos lo llenaban.
- ❖ Algunos profesores se rehusaban a contestar las encuestas por miedo a problemas laborales.
- ❖ Los alumnos se encuentran saturados por tanta encuesta no controlada.

5.6 Generación de Nuevas Investigaciones

- + Implementar programa de reforzamiento de identidad institucional
- + Programa de desarrollo de habilidades (exposición formal y participación en la planeación, creación y creatividad en difusión de eventos de acuerdo a su área y carrera).
- + Acercamiento a los jóvenes estudiantes, concientización de participación con la UVAQ.
- + Programa de Inducción a los estudiantes de nuevo ingreso, preparación para una nueva responsabilidad como Universitario, los beneficios de la integración y participación.
- + Creación o Propuesta a un Manual o Procedimiento de Comunicación Institucional.

Encuesta Alumnos UVAQ

Nombre: _____ Sexo: _____ Edad: _____

1. ¿Qué medios de comunicación de la UVAQ conoces?
a) Periódico y diario... b) Periódico y revista... c) Cable UVAQ... d) Pág. Web... e) Revista de revista... f) Periódico UVAQ... g) Periódico UVAQ... h) Periódico de Monreña... i) Otro: _____

2. ¿Cuales de los medios? _____

3. ¿Por qué? _____

4. ¿Consideras buena la comunicación con la UVAQ? Si... No... Por qué: _____

5. ¿Te enteras de todos los eventos que se organizan en la UVAQ? Si... No... _____

6. ¿Por qué no? (Indica 1) _____

7. ¿Con qué frecuencia lees los periódicos en el periodo de estudio?
a) Una vez por semana... b) Una vez por semana... c) Dos veces por semana... _____

8. ¿Crees que los trabajos de campo son suficientes? Si... No... _____

9. ¿Crees que son efectivos? Si... No... _____

10. ¿Crees que los estudiantes no participan por:
a) falta de interés... b) por no entenderse... c) por falta de difusión... _____

11. ¿Te gustaría participar en la difusión de mensajes de la UVAQ? Si... No... _____

12. ¿Consideras oportuna la comunicación con el director y administrativos de la UVAQ?
Si... No... Por qué: _____

13. ¿Deseas apertura de comunicación con ellos? Si... No... _____

14. ¿De qué manera deseas que se abra la comunicación con la UVAQ? _____

15. ¿Crees oportuno para que los alumnos participen más en las actividades y eventos de la UVAQ? _____

Encuesta Alumnos UVAQ

Sexo _____ Carrera _____ Semestre _____ Grupo _____

1. ¿Qué medios de comunicación de la UVAQ conoces?
a) Periódico mural__ b) Periódico Létere__ c) Cable UVAQ__ d) Pág. Web__ e) Revista presencia__ f) Buzón UVAQ__ g) Columna UVAQ__ (El sol de Morelia) h) Otro _____
2. ¿Cuáles usas? (Incisos) _____
3. ¿Por qué? _____
4. ¿Consideras buena la comunicación con la UVAQ? Si__ No__ Por qué _____
5. ¿Te enteras de todos los eventos que se organizan en la UVAQ? Si__ No__
6. ¿Por que medio? (Incisos 1) _____
7. ¿Con qué frecuencia lees los anuncios en el periódico mural?
a) Diario Otro__ b) una vez por semana__ c) Dos veces' por semana__
8. ¿Crees que los medios de comunicación de la UVAQ son suficientes? Si__ No__
9. ¿Crees que son efectivos? Si__ No__
10. Crees que los estudiantes no participan por:
a) Falta de interés Otro__ b) por no enterarse__ c) por falta de difusión__
11. ¿Te gustaría participar en la difusión de mensajes de la UVAQ? Si__ No__
12. ¿Consideras necesaria la comunicación con el director y administrativos de la UVAQ?
Si__ No__ Porqué _____
13. ¿Existe apertura de comunicación con ellos? Si__ No__
14. ¿Qué propuesta darías para mejorar la comunicación en la UVAQ? _____
15. ¿Qué propondrías para que los alumnos participen más en las actividades y eventos de la UVAQ? _____

Encuesta Maestros UVAQ.

Carrera donde imparte clase _____

1. ¿Qué medios de comunicación de la UVAQ conoces?
a) Periódico mural__ b) Periódico Létere__ c) Cable UVAQ__ d) Pág. Web__ e) Revista presencia__ f) Buzón UVAQ__ g) Columna UVAQ__ (El sol de Morelia) h) Otro_____
2. ¿Cuáles utiliza o lee? _____
3. ¿Qué información o sección le interesa? _____
4. ¿Crees que estos canales son efectivos? Si ___ No ___ Regular _____
5. ¿Te enteras de todos los eventos UVAQ? Si ___ No ___ Regular _____
6. ¿Por qué medio o por quién? _____
7. ¿Acude a los eventos UVAQ? Si ___ No ___ ¿Por qué? _____
8. ¿Son de Calidad? Si ___ No ___ Razones _____
9. ¿Se enteran los alumnos de estos eventos? Si ___ No ___ No sé _____
10. ¿Existe participación de los alumnos en los eventos? Si ___ No ___ No se _____
11. ¿Contribuye en la transmisión de mensajes a los alumnos? Si ___ No ___
12. ¿Alienta a la participación de los alumnos en los eventos? Si ___ No ___
13. ¿Conoce las razones por las que no participan? _____
14. ¿Cree que se cumpla con la misión y visión UVAQ? Si ___ No ___ Por qué _____
15. ¿Cree que exista identidad institucional? Si ___ No ___ Otro _____
16. ¿Cómo mejorarla? _____
17. ¿Qué hace falta para mejorar la comunicación alumnos-UVAQ? _____
18. ¿Qué hace falta para mejorar la participación de los alumnos en eventos y actividades? _____

Entrevista Directores UVAQ.

1. A grandes rasgos, ¿Qué actividades realiza?
2. ¿Qué tipo de comunicación maneja, con quién y por qué medio?
3. ¿Qué tipo de mensajes transmite, a quién y por que medio?
4. ¿Por orden de quién transmiten los mensajes a los alumnos?
5. ¿Considera buena la comunicación con los alumnos?
6. ¿Qué tan frecuente es la comunicación con los alumnos?
7. ¿Están siempre enterados de las actividades y eventos UVAQ para los alumnos?
8. ¿Se aseguran de que los alumnos reciban los mensajes? (de que forma)
9. ¿Existe iniciativa de participación en los eventos y con la Universidad por parte de los estudiantes?
10. ¿Cree que los canales de comunicación UVAQ son suficientes?
11. ¿Cree que son efectivos?
12. ¿Qué propondría para mejorar la comunicación alumnos-UVAQ?
13. ¿Se permiten organizar eventos? (de que tipo y que requisitos)
14. ¿Se permiten participación en la difusión de mensajes o en medios de difusión?
15. En caso positivo, ¿Aportan material, herramienta u apoyo necesario para ello?
16. ¿Puede evaluarse o existe algún tipo de retroalimentación de los eventos? (si es así que cosas hacen, si falló algo, alguna aportación, etc.)
17. ¿Muestran algún tipo de medición de la eficiencia de los medios de comunicación con los alumnos? (de la manera de información, confusión de mensajes, asistencia de eventos, lecturas de periódico, radio UVAQ, etc.)

Entrevista Depto. Relaciones Públicas y Difusión e Imagen.

Objetos y artículos

1. En forma general ¿Qué funciones realizan?
2. ¿Cómo es o qué tipo de comunicación tienen dentro de la UVAQ? (por que medios, áreas o deptos).
3. ¿Tienen comunicación directa con los alumnos? (Con qué frecuencia, en que casos, por que tipo de medios).
4. ¿Cómo consideras la comunicación con los alumnos?
5. ¿Dan respuesta a las quejas o sugerencias que realizan los estudiantes? (con que frecuencia y por que medios).
6. ¿Qué medios resultan más efectivos para la difusión de los eventos y actividades?
7. ¿Quién se encarga de colocarla y/o difundirla?
8. ¿Con qué anticipación realizan la difusión?
9. ¿En qué se basan para realizar los mensajes y anuncios? (creatividad, formato)
10. ¿Cómo los clasifican? (pizarra de info.)
11. ¿Con que frecuencia cambian los anuncios, avisos o convocatorias? (semanal, mensual, etc.).
12. ¿Qué tanta participación se da en los eventos y actividades por parte de los alumnos?
13. ¿Les permiten participar en la organización o acción de los eventos?
14. ¿Les permiten organizar eventos? (de que tipo y que requisitos)
15. ¿Les permiten participación en la difusión de mensajes o en medios de difusión?
16. En caso positivo, ¿Aportan material, herramientas o apoyo necesario para ello?
17. ¿Piden opinión o existe algún tipo de retroalimentación de los eventos? (si creen que estuvo bien, si faltó algo, alguna aportación, etc.)
18. ¿Manejan algún tipo de medición de la eficiencia de los medios de comunicación con los alumnos? (de la pizarra de información, confirmación de asistencia, asistencia de eventos, lectura del periódico Létere, radio UVAQ, etc.)

Bibliografía.

Libros y artículos

- BARTOLI Annie, "Comunicación y Organización", Editorial Paidós, Argentina 1992.
- BONILLA Gutiérrez Carlos, La comunicación básica de las rrpp, Editorial Trillas, México 1997.
- DAVIS Keith, Comportamiento Humano en el Trabajo, Editorial Mc Graw Hill, México 2003.
- EGIDOS Dionisio y Lilian Páez, "Comunicación en instituciones y organizaciones: una aproximación teórico-analítica a su diversidad conceptual", en Revista Latina de Comunicación Social, número 35, de noviembre del año 2000 [extra "La comunicación social en Argentina"], La Laguna (Tenerife).
- FERNÁNDEZ Collado Carlos, "La Comunicación Humana. Ciencia Social", Editorial Mc Graw Hill, México 1988.
- RAMOS Pardo Carlos G, "La Comunicación. un punto de vista organizacional", Editorial Trillas México 1991.

- GOLDHABER M. Gerald, *Comunicación Organizacional*, Editorial Diana, México 1984.
- HARRISON Shirley, *Relaciones Públicas, Una Introducción*, Editorial Thomson, 1994.
- MARSTON, John E. *Relaciones Públicas Modernas*. México: Mc Graw-Hill Interamericana, 1981.
- MARTINEZ de Velasco Alberto, *"Comunicación Organizacional Práctica"*, Editorial Trillas, México 1997.
- MONDY R. Wayne, *"Administración de Recursos Humanos"*, Editorial Pretince Hall, México 1990.
- MURIEL María Luisa y ROTA, G. *"Comunicación Institucional"*. Editorial Ciespal, Quito, 1980.
- NEWSTROM John W y Davis Keith, *"Comportamiento Humano en el Trabajo"*. Editorial Mc Graw Hill, México 2003.
- RAMOS Padilla Carlos G, *"La Comunicación, un punto de vista organizacional"*, Editorial Trillas México 1991.

RIOS Szalay Jorge, "Relaciones Publicas; su administración en las organizaciones", Editorial Trillas, segunda edición, México 1986.

ROBINS Stephen P, "Comportamiento Organizacional Teoría y práctica". Editorial Prentice Hall, 1992.

SALCEDA Estrada Ma. De Jesús, PEÑA Miguel Paula Verónica, "Creación del Depto. De Comunicación de la universidad Latinas de América", UVAQ, Morelia Mich., Marzo 1997.

SAMPÉR, Andrés citado por Estrada Mesa, PEDRO. Algunas Nociones sobre Relaciones Públicas p55. Universidad de Antioquia. Medellín. 1964.

Internet

ÁLVAREZ Karen

Coordinadora de la Unidad de Comunicaciones de la Fundación de Estudios para la Aplicación del Derecho (FESPAD), El Salvador, 2005.

www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n32/Kalvarez.htm

ARGRYS Chris citado en los apuntes de:

Teoría de las organizaciones y comunicación organizacional, Marzo 2005.

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/teoorgapuuch.htm>

CARDONA, José María

La cultura de la comunicación interna, Marzo 2005.

http://www.areas.com/psicologia/cultura_comunicacion.htm

CIRIGLIANO Carla. Gestión de la comunicación interna en las organizaciones. Mayo 2005.

http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/rrhh/gesco_mint.htm

CORREDERA, Lidia

Sistemas de comunicación interna aplicados a la educación

Boletín Nuevas Tecnologías y Educación, Marzo 2005.

www.edebedigital.com

DE LA ORDEN Hoz Arturo.

La Evaluación Institucional, Modelo sistémico de calidad, 1994.

http://200.57.63.31/evaluacion/documentos/ev_institucional.doc

DE PABLOS Coello José Manuel

Revista Latina de Comunicación Social

Comunicación en instituciones y organizaciones: una aproximación teórico-analítica a su diversidad conceptual, Mayo 2005.

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/16egidos.htm>

ESCAT, María.

La necesidad de un Programa de Comunicación Interna, Abril 2005.
<http://winred.com/EP/articulos/management/a1221.html>

FORMANCHUK Ezequiel Alejandro.

El valor de las redes, los canales y las comunicaciones informales en la empresa. Febrero 2005.

www.sht.com.ar/archivo/temas/comunicaciones_informales.htm

ITOIZ Carolina.

Introducción a las Relaciones Públicas, Febrero 2005.

itoizcaro@latinmail.com

<http://www.rppnet.com.ar/intrrpp.htm>

MENDIZÁBAL Lucía.

Reglas de oro para una comunicación efectiva, Febrero 2005.

www.gestiópolis.com/canales/gerencial/articulos/59/reglas/reglasdeoro.com.htm

MUÑIZ González Rafael

La Comunicación Interna, Febrero 2005.

www.marketing-xxi.com/rafael

La comunicación interna, una asignatura pendiente, Febrero 2005.

<http://www.rrhhmagazine.com/servicios/noticias/not000727.htm>

VAZQUEZ Arteaga Manuel

LOPEZ Carlos. La Comunicación Organizacional en México. Enero 2005.

Como crear equipos que realmente funcionen. Mayo 2005.

<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/19/mngmnteam.htm>

ZYLBERDYK Yanira

Desarrollo de la comunicación interna, Abril 2005.

<http://www.expansionyempleo.com/edicion/noticia/0,2458,174264,00.htm>

ZUÑIGA Bernal Arturo

SAYAGO Leonardo Enrique. La Comunicación Organizacional en las Relaciones Humanas, Camino hacia la Productividad.

Investigación en Comunicación Organizacional, Febrero 2005.

www.deguate.com/info/centros/gerencia/rmh/camu.htm
E-mail: fxfoxito@hotmail.com.

Comunicador Social Organizacional con Énfasis en Educación.

Universidad Autónoma de Bucaramanga. UNAB, Colombia

Página Web Universidad Vasco de Quiroga

http://www.UVAQ.edu.mx/serv_comunitarios.php

VALDEZ Rosa

Desarrollo y Comunicación Organizacionales, Abril 2005.

rosavaldez@prodigy.net.mx

VAZQUEZ Arteaga Manuel

Una Década de la Comunicación Organizacional en México. Enero 2005.
www.razonypalabra.org.mx/supesp/decada.htm.

ZYLBERDYK Yanina

Desarrollo de la comunicación Interna, Enero 2005.

<http://www.gestiopolis.com/canales/derrhh/articulos/56/dci.htm>

ZUÑIGA Bernal Arturo

La Comunicación Organizacional en las Relaciones Humanas, Camino hacia la Productividad.

www.dequate.com/infocentros/gerencia/rrhh/comu.htm