

# **Estudio comparativo sobre la imagen y el posicionamiento de la Universidad Autónoma de Baja California a través de la vinculación en los años 1999 y 2008.**

**M.C. Irma Rivera Garibaldi**

**Académico de tiempo completo de la Facultad de Ciencias de la UABC.**

[irivera@uabc.edu.mx](mailto:irivera@uabc.edu.mx)

**Dr. José Luis Arcos Vega**

**Investigador de tiempo completo en el Instituto de Ingeniería de la UABC**

[arcos@uabc.edu.mx](mailto:arcos@uabc.edu.mx)

**Universidad Autónoma de Baja California (UABC)**

**Ave. Obregón y Julián Carrillo s/n**

**Colonia Nueva, C.P. 21100**

**Mexicali, Baja California**

## **Resumen:**

En este trabajo se presentan los datos de un estudio comparativo sobre la imagen, el posicionamiento y las acciones de vinculación de la Universidad autónoma de Baja California (UABC), ante los diversos sectores de la sociedad. En él se describen, analizan y comparan los resultados de dos estudios con objetivos similares realizados por la Universidad en los años de 1999 y 2008. Ambos estudios contaron con la participación de grupos internos y externos a la UABC. En 1999 se auscultó la opinión de 49 miembros de la institución y de 47 líderes de opinión pertenecientes a la sociedad bajacaliforniana. En el 2008, se logró la participación de 42 integrantes de la universidad y 57 líderes de opinión del sector externo y áreas de impacto definidas por el INEGI. Los resultados obtenidos reflejan la percepción que los diversos sectores de la sociedad a partir de recuperar y contrastar las opiniones de los participantes en los años 1999 y 2008,

en torno a las acciones de vinculación y sus impactos en el posicionamiento e imagen institucional, ya que éstos factores facilitan el trabajo de investigación en la atención y solución de problemas sociales y productivos; así como apoyan la inserción de los egresados en el campo laboral, y amplían la capacidad institucional para cumplir labores de preservación y difusión de la cultura.

Por la importancia de lo antes mencionado, esta investigación nos dio la oportunidad de establecer acciones y programas que esperamos nos conduzcan a un nuevo posicionamiento de la Universidad por medio de iniciativas organizadas que determinen el papel de la vinculación como instrumento que potencie y favorezca una sinergia hacia el interior de la institución con las funciones sustantivas, y al exterior, con los diferentes sectores de la sociedad, lo cual nos llevaría a propiciar un mayor conocimiento de las actividades universitarias y favorecer el aprecio y la valoración de sus atributos por parte

de la sociedad, lo que reducirá la brecha entre la percepción de la sociedad y la realidad institucional.

**Palabras clave: Vinculación, Imagen, Posicionamiento e Institución educativa**

## **INTRODUCCIÓN:**

El papel que la universidad debe cumplir en la solución de problemas sociales ha sido un tema abordado en los últimos años por diversas instituciones a través de innumerables foros, el consenso por lo general ha reconocido su importancia y trascendencia para el desarrollo universal, ejemplo de ello es la declaración vertida por los países participantes en la Conferencia Mundial sobre Educación Superior celebrada en la sede de la UNESCO en París en 1998, quienes coincidieron en señalar, y así lo establecieron en la Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI: visión y acción, que la educación superior es uno de los pilares fundamentales de los derechos humanos, la democracia, el desarrollo sostenible y la paz, expusieron además la necesidad de garantizar su accesibilidad, así como su coordinación y cooperación en los distintos sectores, y en particular, entre los niveles educativos, otorgándole a la comunidad universitaria la función de aportar su contribución a la solución de aquellos problemas que afecten el bienestar de sus comunidades y naciones (UNESCO, 1998).

México no queda al margen de los cambios constantes de esta nueva era y por consecuencia, de las exigencias y demandas de una educación acorde con las necesidades actuales, situación que la Secretaría de Educación Pública en el Programa Sectorial de Educación 2007-2012, reconoció al expresar que “En la sociedad del conocimiento, la competitividad de los países depende, en buena medida, de la fortaleza de sus sistemas educativos y de su capacidad de generar y aplicar nuevos conocimientos”(SEP, 2007 p.10).

Continúa diciendo “México debe hacer de la educación, la ciencia y la tecnología los puntales de su desarrollo. En ellas está la solución de los más acuciantes problemas nacionales; de ellas depende el incremento de la calidad de vida de la población” (SEP, 2007, p.10) .

La Universidad Autónoma de Baja California se caracteriza por ser una institución educativa que visualiza su acción como búsqueda y construcción permanente de respuesta a los diversos retos que se le presentan, por ello, en 1998 inició la implementación de un nuevo modelo educativo con una estructura curricular flexible, basado en competencias profesionales, alternativa que permitía romper el esquema rígido de los estudios profesionales y posibilitaba la formación interdisciplinaria del estudiante así como su vinculación estrecha con el entorno social y profesional, dando origen a la innovación del proceso educativo de la institución.

Por su parte Alcántar y Arcos (2009), señalan que la UABC propone un modelo educativo flexible, innovador y propositivo, centrado en el alumno, mismo que comprende la formación de profesionistas con las habilidades, capacidades, actitudes y valores necesarios para actuar en los diversos campos disciplinarios. Continúan afirmando que las actividades de vinculación están orientadas a crear un sistema multidireccional e integrador entre la Universidad y su entorno que apoye la investigación, docencia y extensión universitaria, a través de acciones de generación y aplicación del conocimiento, transferencia de tecnología, asesoría, capacitación, servicios comunitarios, entre otros.

Desde este enfoque y a fin de fortalecer la vinculación entre los programas educativos que ofrece y los diferentes sectores donde se insertan sus egresados, la UABC ha procurado orientar los contenidos curriculares de los planes de estudio hacia la atención de las demandas del mercado laboral y generar convenios que faciliten la participación de los alumnos en la realización de estancias profesionales, proyectos de vinculación con valor en créditos, servicio social profesional, prácticas profesionales, entre otras acciones.

En el año de 1999, con el propósito de establecer las directrices que permitieran impulsar acciones efectivas de vinculación acordes con las necesidades de los diferentes sectores de Baja California, la UABC realizó un diagnóstico a nivel institucional sobre la situación e impacto que este rubro tenía en esa época. Como resultado del estudio, de acuerdo con lo señalado por Alcántar, Arcos y Mungaray (2006, pp. 18-19), se concluyó que era necesario atender varios aspectos que se plantearon en el Plan de Desarrollo Institucional de la Universidad Autónoma de Baja California (1999-2000):

Incrementar la interacción con el sector productivo mediante el establecimientos de convenios, fomentar las modalidades educativas vinculadas con el mercado laboral; obtener financiamiento a través de proyectos que den respuesta a la problemática regional; generar líneas de investigación con la participación del sector productivo y social; lograr una mayor pertinencia de los programas de posgrado con el sector productivo; aumentar la oferta de servicios para cada uno de los sectores; revisar la normatividad; ampliar y diversificar los servicios de educación continua; procurar una mayor difusión y promoción de los logros institucionales; estimular la incorporación del servicio social y prácticas académicas con los diferentes sectores; y ubicar patrocinadores para actividades académicas, culturales y deportivas, entre otros (Alcantar et al. 2006, pp. 18-19).

Continúan diciendo que el estudio pretendió aportar nuevas estrategias y mecanismos que caractericen atributos adicionales a los que tradicionalmente se les ha adjudicado a la vinculación, como son los relativos a la imagen y posicionamiento de la universidad con su entorno, para ser utilizadas como referentes en la mejora continua de los procesos administrativos de las instituciones de educación superior (IES).

Por su parte, la Universidad Autónoma de Baja California en su Plan de Desarrollo 2007-2010 plantea como política institucional el *mejoramiento de la vinculación con la comunidad* con el fin de intensificar las relaciones con la sociedad a la que sirve.

*Para ello, es necesario que la institución esté en contacto permanente con su entorno para apoyar a los sectores que así lo requieran, ya sea productivo, gubernamental o social. En este sentido, esta política busca mantener y consolidar los vínculos de la UABC con la comunidad -egresados, benefactores o la sociedad en general-, a través de acciones de educación continua, prestación de servicios, convenios de colaboración, así como también mediante aquellas actividades con las cuales la Universidad manifiesta reciprocidad y solidaridad social con su entorno, o bien por conducto de aquellas que constituyen un medio para interactuar con la sociedad y para diversificar la gestión de fondos extraordinarios en apoyo a las tareas universitarias, como las que lleva a cabo el Patronato Universitario y la Fundación UABC (UABC,2007, pp. 113-114).*

Considerando lo anterior y sobre todo con el propósito de verificar los avances que en materia de vinculación como factor de imagen y posicionamiento en su entorno social y productivo ha logrado la UABC, se promovió en 2008 la realización de un estudio que permitiera comparar el diagnóstico efectuado en 1999, el cual pretendía entre otros aspectos “aportar estrategias y mecanismos novedosos que caractericen atributos adicionales a los que tradicionalmente se adjudican a la vinculación, como los relativos a la imagen y posicionamiento de la universidad en su entorno, para ser utilizadas como referentes en la mejora continua de los procesos administrativos de las IES” (Alcántar y Arcos, 2009).

El presente artículo compara los resultados del estudio de 1999 y el realizado en 2008 que tuvo como objetivo el de diagnosticar las acciones de vinculación que impactan en la imagen y posicionamiento interno y externo de la Universidad Autónoma de Baja California, determinar las fortalezas y oportunidades actuales de la institución y contar con información cualitativa que permita a sus dirigentes diseñar estrategias que incrementen la efectividad institucional, considerada como la capacidad de la institución para hacer que su misión se convierta en una realidad palpable y para alcanzar su visión.

El artículo presenta se integra por cuatro apartados, en el primero se exponen diferentes concepciones sobre los términos relacionados con el estudio, específicamente los de vinculación, posicionamiento e imagen institucional. Los siguientes apartados se relacionan, con la metodología del estudio, los resultados obtenidos y por último se plantean las conclusiones a considerar a fin de implementar acciones que conduzcan a la UABC a lograr una vinculación efectiva y eficiente con los diversos sectores.

## **VINCULACIÓN, POSICIONAMIENTO E IMAGEN INSTITUCIONAL**

A continuación se plantean diferentes consideraciones sobre los conceptos relacionados con el presente estudio.

### **1. CONCEPTO DE VINCULACIÓN**

La vinculación de las instituciones de educación superior en los sectores público y privado de acuerdo a lo expuesto por Sánchez-Castañeda y Juárez (2003) puede considerarse como una actividad con un alto potencial para generar beneficios para ambas partes. La participación de las instituciones académicas en esta tarea no sólo debe entenderse como un mecanismo adicional para financiar labores de investigación. La colaboración de la universidad debe entenderse como una parte fundamental de su compromiso con la sociedad en su conjunto. Se trata no sólo de educar a la sociedad sino de proveerla con los conocimientos necesarios para afrontar los problemas de la vida cotidiana.

La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES,2000), establece que la concepción más generalizada de la vinculación consiste en relacionarla preferentemente con la empresa o el sector productivo, dejando de lado el amplio espectro de las posibilidades que representa el sector social. Esta tendencia a relacionar la vinculación casi de manera exclusiva con la industria y demás áreas del sector productivo se debe a que actualmente los sectores educativo y productivo son el motor del desarrollo económico y social. Por lo tanto, una vinculación efectiva entre ambos, sustentada en políticas de cambio organizacional y búsqueda de pertinencia en los conocimientos y el desarrollo de habilidades, es clave para el desarrollo integral y sustentable del país. Por ello mismo, es necesario que la vinculación sea concebida como la relación integral de las IES con la sociedad, de manera que todas las áreas del conocimiento que cultivan las IES aporten algo a la segunda.

Señala Alamilla Betancourt (2007), en la actualidad el fenómeno de la globalización exige, con mayor rigidez a las instituciones de educación superior los estándares de calidad, competitividad e integración con el sector productivo; considera además que un factor determinante en las nuevas relaciones entre universidad e industria no es estrictamente por la innovación tecnológica que se genera, sino por el cambio sustancial en las estrategias y actitudes del sector industrial que manifiesta una mayor disposición de llevar sus demandas a los centros de educación superior y por la necesidad que tienen las universidades de diversificar sus fuentes de financiamiento para la formación de recursos humanos, el desarrollo de la investigación científica y tecnológica y el desarrollo de la infraestructura institucional.

La vinculación universidad-sociedad es un mecanismo y estrategia imprescindible para lograr la superación de la educación, pues ella genera, mediante sus proyectos de enlace, conocimientos y experiencias nuevas que deben y pueden ser aprovechadas para la actualización continua de los planes de estudio y las asignaturas académicas (Alcantar et al. 2006). Al mismo tiempo, continúan afirmando estos autores, la vinculación genera la necesidad de que las estructuras institucionales se cambien y se modernicen, dado que una institución educativa tiene que crear instancias para planear y operar vínculos, implementar sistemas administrativos ágiles y procesos de presupuestación flexibles, involucrar miembros del sector productivo en la planeación educativa y en la planeación y operación de la vinculación, así como introducir políticas en el campo de recursos humanos que reconozcan a las actividades de vinculación como un elemento para la promoción académica, todo ello para responder de manera efectiva a los requerimientos de la buena administración de los convenios, contratos y proyectos de enlace.

Este cambio significa además el establecimiento de un nuevo contrato social entre la academia y la sociedad, el cual requiere de un amplio y fuerte apoyo gubernamental, de acuerdo con el papel que se le ha asignado a la investigación en el nuevo modelo económico. La adopción de este nuevo contrato y su traducción e instrumentación variará, obviamente, de una institución a otra y dependerá en gran medida de la respuesta y el sostén de las políticas nacionales e internacionales.

## **IMAGEN INSTITUCIONAL Y POSICIONAMIENTO**

De acuerdo a lo expresado por Alonso y Bonilla (2007), “No se puede hablar de imagen institucional sin definir primero la imagen pública, que no es otra cosa que la percepción dominante que una colectividad establece respecto de un actor, institución o referente cultural, con base en las impresiones y la información pública que recibe”. Estos autores afirman además que de esto “se desprende que la imagen institucional comprende el conjunto de acciones comunicativas que debe realizar una organización para expresar su identidad y fincar una positiva reputación pública”.

El desarrollo de una adecuada y positiva imagen institucional comprende la articulación de relaciones públicas, investigación, publicidad corporativa así como de estrategias para enfrentar el desastre noticioso o alguna situación de crisis. (Alonso y Bonilla, 2007).

Citando a diferentes autores Alcántar et al. (2006), hacen un análisis de las definiciones sobre el concepto de imagen y señalan que para Moliner (1999), la imagen es la percepción interna y externa de la institución y su quehacer, por su parte Álvarez (2000), la define como el criterio que se hace una persona de su entorno y Gordo (1999), la interpreta como la serie de percepciones que grabadas en la memoria, pueden influir en las preferencias y decisiones del ser humano; el recuerdo que se forma a partir de una experiencia determinada, y que será evocado cada vez que dicha situación sea referida.

En los últimos años según lo expuesto por (Durán y Fernández, sf), la imagen de las universidades ha cobrado una importancia fundamental y se ha convertido en uno de los factores primordiales para la consecución de sus objetivos institucionales. Una imagen positiva es necesaria para captar alumnos, para establecer proyectos de investigación, desarrollar una adecuada programación cultural y, en definitiva, para afianzar lazos de colaboración con el entorno. Esa imagen, por tanto, no puede ser fruto del azar, sino que ha de responder a los trabajos planificados y organizados de los responsables de comunicación de las universidades.

Una imagen positiva, favorece el posicionamiento de las instituciones en el entorno, el lograr una buena posición depende en buena medida de las relaciones y de la efectividad de las acciones que se generan hacia el exterior (Gallo, 2000). El autor considera que el posicionamiento será entendido como la ubicación de la institución, producto, servicio o concepto en un contexto determinado con la sociedad, y que lo fija el mercado de acuerdo con el uso que le da.

En cuanto al posicionamiento Alcántar y Arcos (2009), afirman que es un concepto ligado a los de imagen y asociación, excepto que implica un marco contextual referente a la competencia con otros productos o servicios. Así, posicionamiento es el espacio o nicho en la mente del cliente o del público, meta que tiene una connotación de perdurabilidad.

## **MÉTODOLÓGIA Y RESULTADOS DEL ESTUDIO.**

A fin de evaluar los avances en materia de imagen y posicionamiento institucional resultantes de las acciones de vinculación que la UABC ha generado, se realizó en el año de 2008 un estudio comparativo con el diagnóstico efectuado en 1999, procurando utilizar técnicas y métodos similares que permitieran obtener resultados cualitativos y cuantitativos que hicieran posible la comparación de ambos diagnósticos.

El diagnóstico cualitativo se realizó mediante la técnica denominada grupo de enfoque definida por Rodríguez-Andino et al. (2006), como “una técnica cualitativa que consiste en 90 a 120 minutos de discusión con un grupo limitado de personas que reúnen ciertas características comunes para su selección y son guiados por un moderador quien conduce la sesión con base a una guía de moderación. Esta técnica permite a través de las discusiones y opiniones conocer cómo piensan los participantes respecto a un asunto o tema determinado.

Esta información es obtenida a través de las preguntas abiertas donde los que responden pueden seleccionar la forma de hacerlo y de la observación de los participantes durante la

discusión del grupo. Estos grupos presentan un medio natural donde los participantes están influenciados mutuamente, tal y como sucede en la vida real. (Hernández y Coello, 2002 p.97).

En el caso del presente estudio y a fin de obtener datos que permitiera realizar un análisis comparativo de los resultados obtenidos en el diagnóstico organizacional efectuado en 1999, además de las sesiones plenarias donde se solicitó la opinión de los participantes sobre la percepción, prestigio, liderazgo, calidad académica, investigación, internacionalización y las acciones de vinculación y extensión de la UABC con su entorno, se aplicó un cuestionario de manera individual a través del cual se obtuvo información sobre el posicionamiento de la universidad con relación a otras instituciones educativas así como la opinión de los participantes alusiva a las acciones de vinculación impulsadas por la UABC.

Para el diagnóstico organizacional realizado en 1999 y 2008 se contó con la participación de expertos externos integrantes del Grupo Andere, S.C., quienes moderaron los grupos de enfoque para la evaluación cualitativa y aplicaron los cuestionarios para obtener los resultados cuantitativos.

En 1999 el diagnóstico cualitativo consistió en reuniones de sondeo bajo la metodología de grupos de enfoque (focus group) en 6 sesiones de entrevistas grupales estructuradas, tres con participantes externos y tres con miembros de la comunidad universitaria, con un total de 49 representantes de los diferentes sectores integrados por empresarios, organismos públicos y sociales así como 47 del sector universitario. Los grupos de enfoque se efectuaron en las localidades de Ensenada, Tijuana y Mexicali.

A fin de realizar las comparaciones pertinentes y cotejar los avances de las variables evaluadas, el estudio de 2008 se implementó bajo las mismas características y condiciones que las expuestas anteriormente. El grupo del sector interno estuvo integrado por 41 representantes de la UABC, y el externo por 57 líderes de opinión de los diferentes sectores y áreas de impacto definidas por el INEGI. Se efectuaron seis sesiones de entrevistas grupales en los municipios de Mexicali, Tijuana y Ensenada y para las sesiones plenarias se elaboraron guías específicas para el sector externo e interno.

La definición de las variables consideradas se establecieron de acuerdo al modelo de vinculación de la UABC. (ver Tabla 1).

Tabla I. Variables consideradas en el diagnóstico

<b>VINCULACIÓN</b>	<b>IMAGEN INSTITUCIONAL</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Acciones de vinculación desde el currículum</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Servicio social</li> <li>■ Proyectos de vinculación con valor en créditos</li> <li>■ Prácticas profesionales</li> </ul> </li> <li>▶ <b>Oferta de servicios</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Calidad académica</b></li> <li>▶ <b>Prestigio y liderazgo</b></li> <li>▶ <b>Internacionalización</b></li> </ul>

Para el análisis cuantitativo se utilizó un cuestionario aplicado de manera individual. El cuestionario destinado al grupo externo se diseñó integrado reactivos cerrados, abiertos y de ordenación, los primeros fueron construidos con base en la escala de Likert que “mide actitudes o predisposiciones individuales en contextos sociales particulares... se construye en función de una serie de ítems que reflejan una actitud positiva o negativa acerca de un estímulo o referente. Cada ítem está estructurado con cinco alternativas de respuesta” (Ávila,1998). De acuerdo a lo definido por Ávila (1998), la escala de Likert también se conoce como lo como escala sumada debido a que la puntuación de cada unidad de análisis se obtiene mediante la sumatoria de las respuestas obtenidas en cada ítem.

En cuanto a las preguntas abiertas tuvieron el propósito de lograr la opinión libre de los participantes, asimismo se incluyó un reactivo diseñado a través de la escala de ordenación o de “clasificación directa, donde se pide al sujeto que ordene las palabras o conceptos de mayor a menor agrado” (Murillo, sf. p. 10). El cuestionario utilizado para el sector interno incluyó solo este tipo de reactivos.

Los criterios de valoración para el análisis cuantitativo del cuestionario se establecieron en rangos de porcentaje y sus criterios de interpretación abarcan desde el un nivel excelente hasta muy bajo. La escala de valor utilizada fue:

Tabla II. Escala de valores

Criterio de valoración	% de respuesta
Excelente	80 – 100
Bueno	60 – 79
Regular	40 – 59
Insatisfactorio	20 – 39
Malo	0 – 19

## **ANALISIS DE RESULTADOS:**

A continuación se presenta el análisis de los resultados obtenidos en las reuniones de grupos de enfoque y el cuestionario aplicado como parte del estudio, con el fin de conocer la opinión del sector externo y los integrantes de la comunidad universitaria en relación con las acciones de vinculación, el posicionamiento e imagen, que tiene la institución en la comunidad universitaria y el sector externo.

## **IMAGEN, PRESTIGIO Y LIDERAZGO**

La imagen, prestigio y liderazgo se presenta como una fortaleza de la UABC. En relación con los resultados del diagnóstico de 1999, se percibe una mejora en la imagen y prestigio de la universidad como institución educativa.

### **Calidad académica**

Los resultados obtenidos en los grupos de enfoque son similares en los tres municipios donde se realizaron, la opinión expresada por los participantes de los sectores interno y externo, coinciden en señalar que la calidad académica se ha visto incrementada debido a la acreditación de los

programas educativos, a que los egresados de la UABC tienen en general una buena preparación técnica de su formación profesional, el personal docente está más capacitado e incluso es reconocida como una de las mejores instituciones a nivel nacional con la posibilidad de competir a nivel internacional en algunas áreas, sin embargo, también expresan la necesidad de que la universidad proporcione a los alumnos una formación más integral que contemple aspectos como liderazgo, actitud emprendedora, toma de riesgo y decisiones, creatividad, autoestima, valores, el manejo de otros idiomas, especialmente el inglés, entre otros. Asimismo, se requiere el desarrollo de competencias que le faciliten su inserción en los mercados laboral.

Los participantes comentaron que en el área docente, es necesario mejorar la práctica del profesor como facilitador del aprendizaje así como el ejercicio en el campo laboral para el logro de las competencias. Algunos participantes del sector externo de Mexicali opinaron que “La nueva tecnología que están utilizando las empresas en el entorno, los maestros no la conocen”, los participantes del grupo de Ensenada consideraron que “los maestros de tiempo completo están más en la teoría que en la práctica, les falta experiencia en la realidad. En relación con los egresados el grupo de Tijuana manifestó que “hay una brecha entre los conocimientos básicos de los ingenieros egresados y los que requiere la industria en general”.

Los resultados cuantitativos obtenidos a través del cuestionario aplicado al sector interno, no reflejan la opinión manifestada de manera verbal por los participantes en las sesiones plenarias, donde expresaron comentarios como: “la UABC, está bien comparada con otras instituciones” y “las revistas colocan a la UABC, en primeros lugares, y están de acuerdo”, entre otros comentarios similares. En el cuestionario individual se solicitó a los participantes asignaran a diversas IES un lugar de acuerdo a su importancia y calidad académica, como resultado de esta comparación, la UABC se posicionó en el tercer lugar, posición que guardaba durante el estudio realizado en 1999. Sin embargo, en este diagnóstico el comportamiento en la respuesta fue más homogéneo, con respecto a los lugares que guardan las instituciones de los tres primeros lugares. (Figura 2).

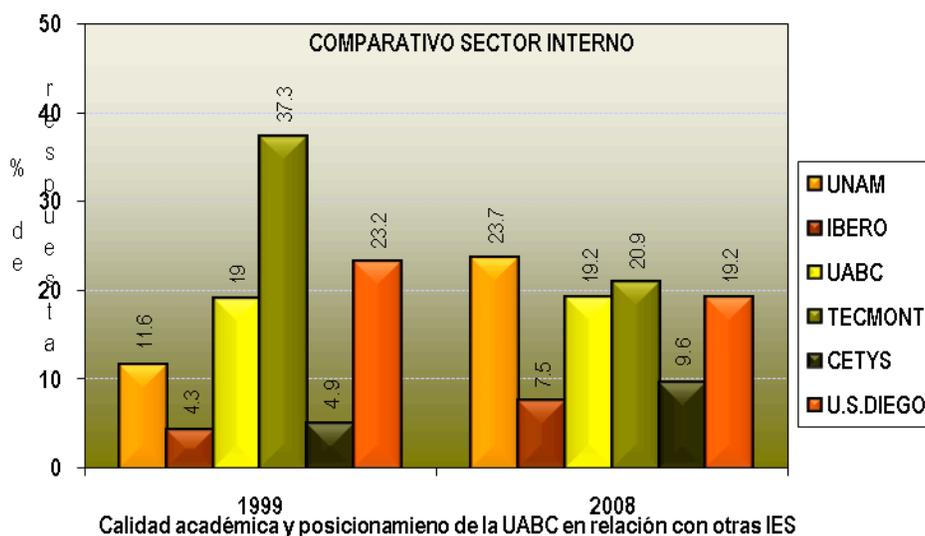


Figura 1. Percepción de la calidad académica de la UABC en relación con otras IES.

En el sector externo, se observa un comportamiento similar, la UABC ocupa nuevamente el tercer lugar en relación con el resto de las instituciones valoradas, sin embargo en el contexto de las universidades públicas, se observa una preferencia de este sector por la UABC. (Figura 3).

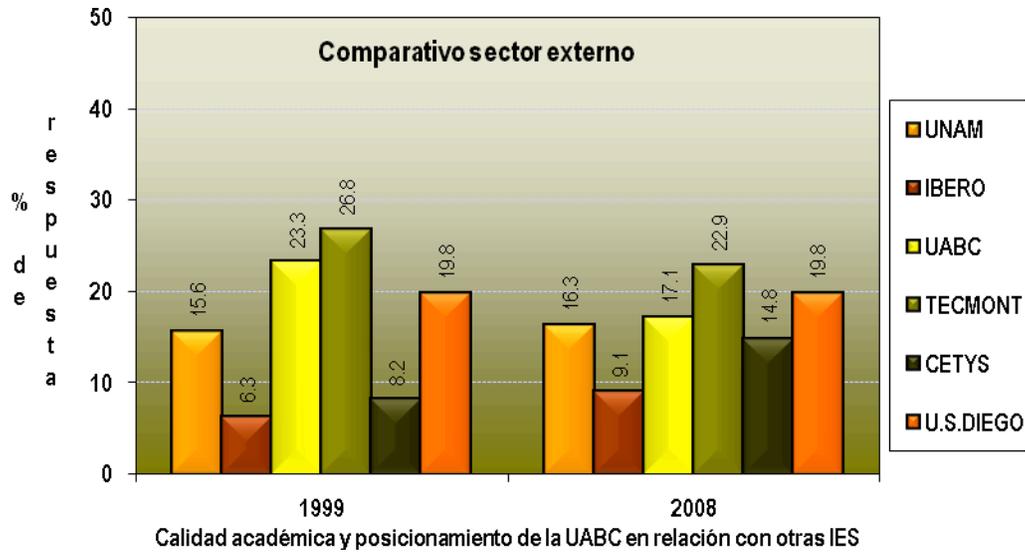


Figura 2. Percepción de la calidad académica de la UABC en relación con otras IES.

## VINCULACIÓN

De los resultados del diagnóstico de 1999, se consideró la necesidad de mejorar la vinculación con los diferentes sectores, este mismo rubro en 2008 presenta un avance importante en los sectores internos y externos, sobresaliendo en el área geográfica de Mexicali.

El análisis detallado nos indica que en el caso del sector interno, las áreas gubernamental y social presentan un nivel de opinión favorable, que se hace patente al lograr el 79 y 74 % respectivamente (Figura 4).

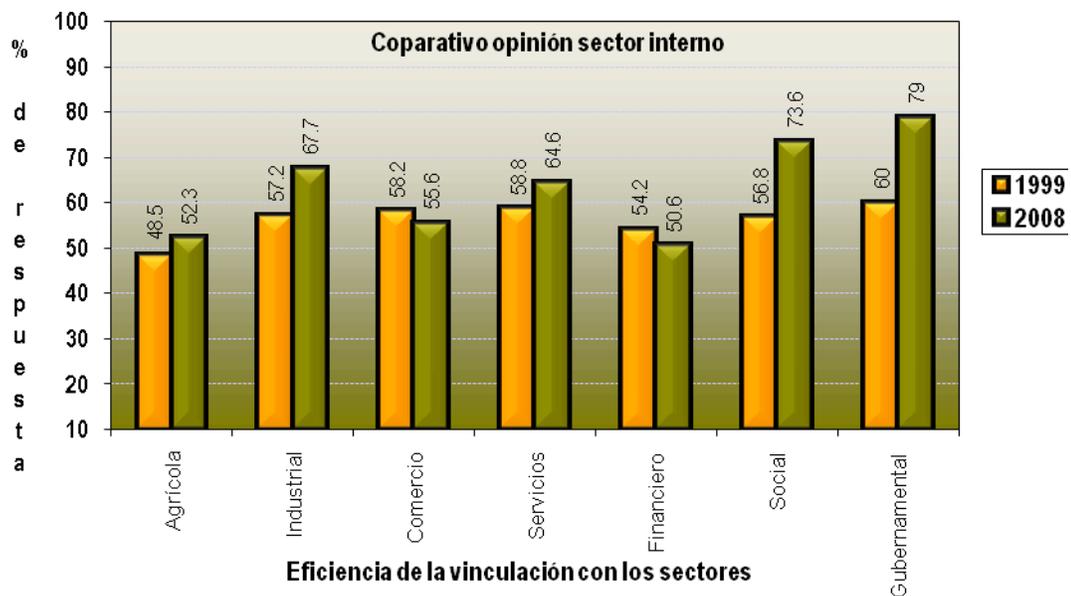


Figura 3. Percepción de la vinculación con los diferentes sectores.

En cuanto al grupo externo, los resultados globales indican que mejoró su percepción sobre la UABC, al mostrar un incremento en la efectividad de la vinculación con los sectores agrícola, industrial, gubernamental y en el social que aumentó hasta un 78.1 %. En los de comercio y servicios se mantuvo estable, sin embargo el sector financiero experimentó una disminución que lo ubica en un 46.9 % lo que significa que este grupo considera la vinculación de la UABC con esta área, como regular. (Figura 7)

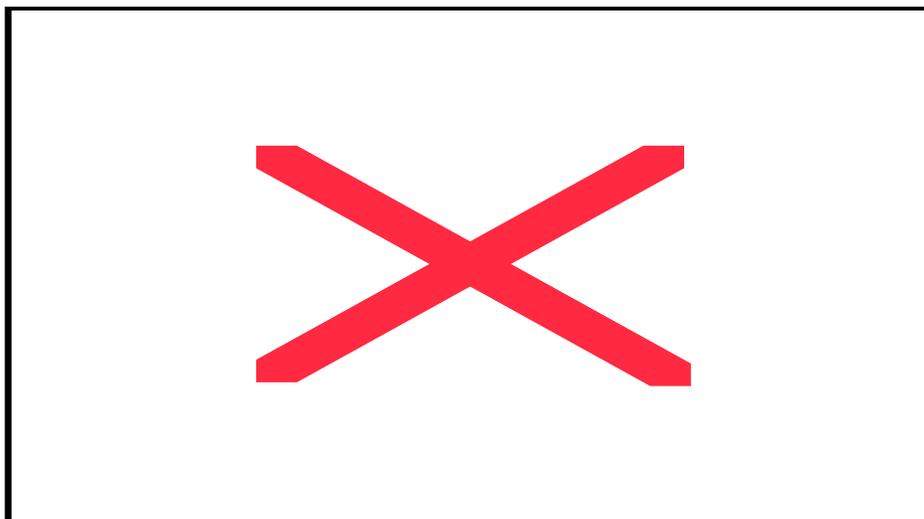


Figura 4. Percepción de la vinculación con los diferentes sectores

## **INVESTIGACIÓN**

### **FORTALEZAS**

En todos los grupos de enfoque se menciona que la Investigación ha avanzado con mejoras concretas en algunos rubros, se le reconoce su papel preponderante en el incremento a la calidad académica, existiendo un aumento importante en los apoyos financieros destinados a este rubro. Los encuestados tanto en los grupos internos como externos manifestaron que la investigación en la UABC “va creciendo paulatinamente, pero hay áreas con muy buen nivel”, afirman además que “los proyectos de investigación tienen renombre a nivel nacional e incluso internacional”, un aspecto importante fue el reconocimiento de que “la UABC participa con la comunidad a través de los investigadores”. En general los resultados obtenidos en el presente estudio permiten observar un incremento favorable en la percepción de este rubro en relación con los obtenidos en el diagnóstico de 1999.

Sin embargo, no hay una percepción homogénea ya que, en los resultados se observa un reconocimiento sobresaliente para algunas áreas como las ciencias del mar, ingeniería, economía y ciencias sociales. Asimismo, los participantes consideran que los investigadores manifiestan mayor interés por publicar los resultados de las investigaciones que la aplicación en beneficio de la sociedad, por lo tanto se generan un número reducido de patentes y mejoras tecnológicas.

## INTERNALIZACIÓN, MOVILIDAD ACADÉMICA Y ESTUDIANTIL

La mayoría de los encuestados tanto del sector externo e interno, opinan que las acciones realizadas hasta ahora son positivas, la mayoría de los encuestados afirman que “es buena, positiva y en crecimiento, tomando en cuenta las limitaciones financieras, sin embargo se requiere ofrecer una mayor difusión entre la comunidad universitaria de los programas para que se fortalezca la participación de estudiantes y académicos.

Los participantes de los grupos de enfoque reconocen que el aspecto de internacionalización es incipiente pero tiene un potencial importante y viable de desarrollo, es importante impulsar acciones tendientes a fortalecer el manejo de otros idiomas, así como establecer un mayor número de convenios externos y programas internos que potencien la posibilidad del intercambio.

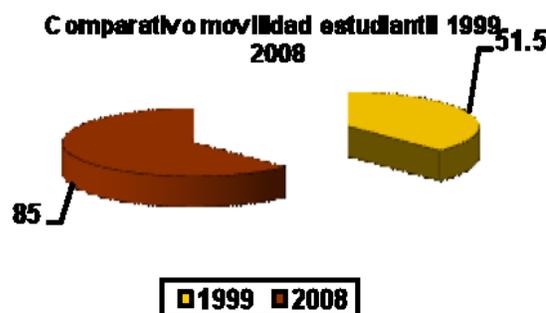


Figura 5. Percepción de la movilidad académica y estudiantil, comparativo 1999 - 2008

### ACCIONES REALIZADAS EN BASE A LAS RECOMENDACIONES

#### Vinculación

- Se estableció un programa de investigación, a través de una convocatoria interna, a fin de generar proyectos de investigación pertinentes que realmente den respuesta en tiempo y forma a problemáticas regionales, así como fortalecer los Comités de Vinculación definiendo sus funciones y centrando su actividad, en la colaboración con las unidades académicas para incrementar las acciones en esta área con los diferentes sectores de la sociedad.
- Cuidar que las personas encargadas de la vinculación en cada escuela, facultad y Campus, tengan un perfil altamente orientado a las relaciones con los organismos externos e internos
- Asegurar que la certificación de procesos esté enfocada a la mejora consistente de la calidad y no solo en la documentación rutinaria, esto permitirá atender de manera eficiente y expedita las diversas acciones de vinculación como proyectos de investigación, participación de estudiantes en programas que atiendan necesidades reales del entorno, coadyuvar a la solución de problemáticas que por sus características puedan atenderse en la UABC.
- Propiciar experiencias de aprendizaje que incluyan la solución de casos basados en problemas reales de la práctica profesional donde el alumno aplique las competencias profesionales de manera integral.

- ▶ Generar un programa de formación docente que habilite al personal académico en el diseño de programas y estrategias de aprendizaje por competencias y su aplicación en la actividad docente, propiciando las acciones de vinculación desde el currículum.
- ▶ Se estableció el Centro de Desarrollo de Transferencia de Tecnología, con módulos informativos de servicio por campus, que facilite los trámites a los usuarios de los programas de vinculación, también cuenta con una incubadora de alta tecnología y apoya en la búsqueda de financiamiento, así mismo se cuenta con Oficinas de Gestión de la Propiedad Intelectual que asesora en la elaboración de solicitudes de transferencias tecnológicas, convenios, registro de patentes y marcas, entre otros.

### **Imagen y Posicionamiento Institucional**

- ▶ Fortalecer los programas de difusión de las acciones que realiza la UABC, y de los logros obtenidos como producto de su quehacer así como generar de manera permanente acciones que coadyuven a la solución de problemas que afecten su entorno.
- ▶ Se fortaleció en los programas educativos a través de unidades de aprendizaje y estrategias encaminadas a fortalecer la autoestima, la actitud emprendedora, creatividad, innovación, trabajo colaborativo, que favorezcan al estudiante el desarrollo de actitudes y valores que faciliten su inserción en mercado laboral.
- ▶ Continuar con los procesos de acreditación de los programas educativos y la certificación de laboratorios, servicios y procesos, analizando las áreas de oportunidad hacia la internacionalización.
- ▶ Impulsar la participación de los estudiantes en programas de estudio de otros idiomas, principalmente el idioma inglés, diseñando en cada unidad académica mecanismos que favorezcan la integración de los alumnos a estas actividades.

### **CONCLUSIONES:**

#### **Vinculación:**

- ▶ En general, mejoró la percepción sobre la vinculación que realiza la UABC, tanto entre el sector interno como externo, aunque la valoración de las acciones de vinculación es más positiva entre el sector interno que en el externo a la UABC, lo que denota que existe un sesgo, debido quizá a que los participantes son precisamente miembros de la UABC.
- ▶ En cuanto a la percepción del sector externo se percibe una disminución en el grado de satisfacción de la vinculación que la UABC, tiene con los sectores financiero y social, el primero disminuyó del 57.1 % obtenido en 1999 al 46.9 % en 2008, en cuanto al sector social el decremento fue del 62.6 % al 58 %.

- ▶ Aún cuando la universidad ha logrado importantes avances en las acciones de vinculación, con respecto al diagnóstico realizado en 1999, los resultados exponen la necesidad de incrementar programas de vinculación e investigación.
- ▶ En algunas áreas se requiere fortalecer los comités de vinculación, la educación continua y la atención de egresados, ya que presentan una disminución en la percepción favorable de los participantes. En 1999 el diagnóstico determinó que estas acciones tenían entre un 55 a 65 % de aceptación, mientras que en el estudio realizado en 2008 presentaron un decremento en promedio del 60 al 42 %.

### **Imagen y Posicionamiento Institucional:**

- ▶ En términos generales los participantes de los grupos de enfoque coincidieron en señalar que la UABC, es “una institución líder en la región”, “es una institución moderna y en constante crecimiento, exitosa, con prestigio social y reconocida socialmente”. Sin embargo, el consenso consideró que es necesario incrementar sus relaciones con los diferentes sectores para fortalecer los programas educativos y la formación humanista de los alumnos.
- ▶ Por otra parte, los resultados obtenidos en el cuestionario tanto en el sector interno como externo, presentan una diferencia sobre la opinión vertida en los grupos de enfoque. En los resultados de la encuesta individual, donde la UABC mantiene su posición de tercer lugar en relación con las IES valoradas, tanto en el estudio realizado en 1999 como en el diagnóstico de 2008. En el diagnóstico realizado en 1999, el sector interno posicionó a la UABC en el tercer lugar con un 17 % de aceptación, porcentaje que mantuvo en el diagnóstico de 2009. Por su parte el sector externo le otorgó en 1999 un 23.3 % de aprobación, porcentaje que disminuyó a 17.1 % en 2008, sin embargo, este decremento no afectó en la posición que guarda la UABC, con respecto a las otras IES consideradas.

### **BIBLIOGRAFÍA**

Alamilla, M. (2007). Vinculación con el sector productivo. Ponencia. Consultada el 15 de febrero de 2009 en <http://sige.seyc.gob.mx/piqroo/Archivos/Vinculación-con-elSector-Productivo.doc.>

Alcántar, V. M. y Arcos, J. L. (2004). La vinculación como instrumento de imagen y posicionamiento de las instituciones de educación superior. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 6 (1). Consultado el 26 de febrero de 2009 en: <http://redie.uabc.mx/vol6no1/contenido-enriquez.html>

Alcántar, V. M. y Arcos, J. L. (2009). La vinculación como factor de imagen y posicionamiento de la Universidad Autónoma de Baja California, México, en su entorno social y productivo. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 11 (1). Consultado el 25 de octubre de 2009 en: <http://redie.uabc.mx/vol11no1/contenido-alcantar2.html>

Alcántar, V. M., Arcos, J. L. y Mungaray L.A. (2006). “Vinculación y Posicionamiento de la Universidad Autónoma de Baja California con su entorno social y productivo”. México: Asociación Nacional de Universidades de Educación Superior - Universidad Autónoma de Baja California.

Alonso, M. y Bonilla, C. (2007). “*Relaciones Públicas*”. México 2007: EDAMEX

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. (2000). *“La educación superior en el siglo XXI. Líneas estratégicas de desarrollo”*. México. Autor

Ávila B. H.L. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación* Edición electrónica. Texto completo en [www.eumed.net/libros/2006c/203/](http://www.eumed.net/libros/2006c/203/). Consultado el 12 de marzo de 2008

Durán, A y Fernández, F. (2009) *Los Manuales de Gestión de la Imagen y la Comunicación en las Universidades: El Camino hacia una necesaria planificación*. Universitat Jaume I, España

Gould B. G. (2002), *“La Administración de la Vinculación --- Como hacer qué”*. México: SEP – IPN.

Grupo Andere, S.C. (2008). Reporte de Reuniones de Focus Group. Manuscrito no publicado.

Hernández, R. A. y Coello, S. (2002). *El paradigma cuantitativo de la investigación científica*. P. 96 Editorial Universitaria EDUNIV. La Habana.

Rodríguez-Andino, M. et al. (2007). Aplicación de las técnicas análisis del campo de fuerzas y Focus group al estudio de las limitaciones y potencialidades para la aplicación de las TIC en la Universidad de Camagüey. Artículo aceptado para publicar en una revista mexicana. Disponible en formato digital (febrero 2007).

Rodríguez, M. et al. (2006). Aplicación de las técnicas de análisis del campo de fuerzas y Focus Group al estudio de las limitaciones y potencialidades para la aplicación de las TIC en la Universidad de Camagüey. *Revista Cubana de Educación Superior*, vol. 26. Cuba.

Sánchez-Castañeda, A., Caballero J. José A. (2003). *“La vinculación en las instituciones de educación superior y en las universidades: Autonomía y sociedad”*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas - UNAM. Recuperado el 25 de febrero de 2009 de <http://www.bibliojuridica.org/libros/>

Secretaría de Educación Pública (2007), Programa Sectorial de Educación. Autor.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (1998), *“La educación superior en el siglo XXI: Visión y acción”*, Editado UNESCO, Francia.

Universidad Autónoma de Baja California (1999), Plan de Desarrollo Institucional 1999-2004. Autor

Universidad Autónoma de Baja California (2007). *Plan de Desarrollo Institucional 2007-2011*. Autor.