

# La vinculación y la imagen como instrumentos del posicionamiento de la Universidad Autónoma de Baja California

Irma Rivera Garibaldi  
José Luis Arcos Vega\*

## Resumen

En este trabajo se presenta un análisis comparativo sobre las acciones de vinculación y sus impactos en el posicionamiento e imagen de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) a partir de los resultados de dos estudios realizados en 1999 y 2008. Ambos estudios buscaron conocer las opiniones de los diversos actores de la sociedad en torno a estas temáticas: en 1999 se auscultó la opinión de 49 miembros de la institución y de 47 líderes de opinión pertenecientes a la sociedad bajacaliforniana; en 2008 se logró la participación de 42 integrantes de la universidad y 57 líderes de opinión del sector externo y áreas de impacto definidas, según el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2005). Los resultados del comparativo señalan que existen avances y retrocesos en las opiniones recuperadas en uno y otro estudio; así, las recomendaciones propuestas buscarán aportar elementos para el fortalecimiento de las acciones de vinculación que proyecten una imagen institucional sólida y de calidad, logrando el posicionamiento regional, nacional e internacional.

## Abstract

This paper presents a comparative analysis on liaison actions and their impact in the positioning and the image of the Universidad Autónoma de Baja California (UABC) derived from the result of two studies conducted in the years 1999 and 2008. Both studies sought the views of the various society actors around these issues. The 1999 study surveyed the opinion of 49 of the institution members and 47 of opinion leaders of the Baja California's society. In 2008, it drew the participation of 42 members of the university and 57 opinion leaders in the external sector and of impact areas, as stated by INEGI (2005). The comparative results indicate that there has been progress and setbacks in the opinions recovered in both studies, the proposed recommendations seek to provide elements for the strengthening of future liaison actions in order to project a strong and high quality institutional image thus achieving a desirable regional, national and international positioning.

## Palabras clave/ Keywords:

Vinculación, imagen, posicionamiento, evaluación, Universidad Autónoma de Baja California / Liaison, image, positioning, evaluation, Universidad Autónoma de Baja California.

---

\* Profesores investigadores de la Universidad Autónoma de Baja California. Irma Rivera Garibaldi. Correo Electrónico: [irivera@uabc.edu.mx](mailto:irivera@uabc.edu.mx); José Luis Arcos Vega. Correo electrónico: [arcos@uabc.edu.mx](mailto:arcos@uabc.edu.mx)

## **Introducción**

El papel que las universidades deben cumplir en la solución de los problemas sociales se viene discutiendo desde hace algunos años. Muchas son las posturas institucionales al respecto; 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 Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en París en 1998, cuyos representantes 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 (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 1998).

México no ha quedado 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 (SEP) reconoció, en el Programa Sectorial de Educación 2007-2012, 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”. Asimismo se plantea: “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” (Secretaría de Educación Pública, 2007: 10).

La Universidad Autónoma de Baja California (UABC) es 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.

El Modelo Educativo se sustenta en el planteamiento de la flexibilización curricular y competencias profesionales como alternativas viables, consistentes y apropiadas para disminuir la distancia entre formación profesional y ejercicio profesional, entre teoría y práctica y entre conocimiento y habilidad; es pertinente y de calidad, y su eje principal es el estudiante: basado “en la teoría constructivista y cognoscitivista toma en cuenta el desarrollo psicosocial del individuo, rompe con el carácter rígido de los programas educativos tradicionales, posibilita la interdisciplina, la corresponsabilidad entre alumno y maestros por el aprendizaje y la conformación de perfiles alternos” (Rivera, I. y R. Mattar, 2002).

Por su parte, Víctor Manuel Alcántar y José Luis Arcos (2009) señalan que la UABC propone un modelo educativo flexible, innovador y propositivo, centrado en el alumno, comprendiendo la formación de profesionistas con las habilidades, capacidades, actitudes y valores necesarios para actuar en los diversos campos disciplinarios. Dichos autores afirman 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.

Considerando la importancia de verificar los avances que ha logrado la UABC en materia de vinculación como factor de imagen y posicionamiento en su entorno social y productivo, 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, V. y J. Arcos, 2009).

En el presente artículo se expone un análisis comparativo sobre las acciones de vinculación y sus impactos en el posicionamiento e imagen de la UABC a partir de los resultados de los estudios de 1999 y 2008. Ambos tenían como objetivo diagnosticar las acciones de vinculación que impactaran en la imagen y posicionamiento interno y externo de la UABC, determinar en su momento las fortalezas y oportunidades de la institución, y contar con información cualitativa que permitiera a sus dirigentes diseñar estrategias que incrementaran 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 presente 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 y los resultados obtenidos; por último, se plantean las conclusiones a considerar a fin de implementar acciones que conduzcan a la UABC a una vinculación efectiva y eficiente con los diversos sectores.

## **Antecedentes**

Los elementos que se exponen buscan contextualizar, en las universidades, el sustento de las acciones de vinculación y sus implicaciones en el posicionamiento e imagen institucional en su entorno. La vinculación de las instituciones de educación superior en los sectores público y privado, de acuerdo a lo expuesto por Alfredo Sánchez-Castañeda y José Antonio Caballero (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 (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, hoy en día, 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 instituciones de educación superior (IES) con la sociedad, de manera que todas las áreas del conocimiento que cultivan las IES aporten algo a la segunda. Señala Marisol Alamilla (2007) que, 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 surge 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, así como 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.

Autores como Nydia María Castillo y Julio Rodríguez (2008), consideran que la vinculación de la academia con la empresa es un proceso en el que se debe tomar en cuenta la dinámica social que las rodea y el complejo contexto internacional de la actualidad, en el que la innovación aparece como elemento fundamental para desarrollar competencias y crear nuevos esquemas de competitividad. Ese proceso exige a la academia que se asiente sobre sus nuevos modelos en materia de calidad y de relaciones estructurales con el medio del que nace y se nutre.

Cuando se habla de vinculación entre academia e industria, no se hace referencia tan sólo a las relaciones que se generen mediante la transferencia de resultados de investigaciones y de desarrollos científicos y tecnológicos, incluyendo su incorporación en bienes de capital y de servicios, ya que se debe incluir también el intercambio de personal y de servicios entre ambos actores sociales (Castillo, N. y J. Rodríguez, 2008).

Así, la vinculación de las IES con los sectores productivos contribuye positivamente en la formación y actualización de alumnos y académicos; en la solución de problemas a nivel local, regional y nacional; en la formación pedagógica de la planta docente; en la innovación y mejora de los procesos que tienen lugar en ambas partes, así como en la inserción efectiva en la vida cultural y comunitaria (Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, 2000).

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 (Alcántar, V., J. Arcos y A. Mungaray, 2006). Al mismo tiempo, y de acuerdo a 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.

### **La vinculación como eje integrador de las funciones sustantivas**

La vinculación de las IES con los sectores social y productivo es una de las grandes estrategias para responder a estos retos en la medida en que les permite atender lo que requieren estos sectores, retroalimentar sus funciones académicas en cuanto a la calidad y pertinencia, y obtener recursos adicionales para apoyar en las necesidades de presupuesto. En las IES públicas aparecen nuevos esquemas que antes no se explotaban como los sectores exigen, tales como el fomento de mecanismos de cooperación, coordinación, consulta, promoción, imagen institucional y participación social, que impactan en el posicionamiento de las IES (Alcántar, V. y J. Arcos, 2004).

La vinculación puede convertirse en un instrumento eficaz de promoción de las IES al establecer una interacción de conocimiento mutuo con los sectores con el fin de que la percepción de su imagen vaya acorde con su realidad.

Sin embargo, es necesario reconocer la importancia de la vinculación, ya que tradicionalmente las universidades organizan sus actividades en tres funciones sustantivas: la docencia, la investigación y la extensión. La necesidad de ampliar este horizonte de funciones con la vinculación se expresa por primera vez en el informe de labores de 1984 de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), cuando se planteó la posibilidad de entender la vinculación como una nueva función y no como parte de la extensión universitaria. A partir de entonces, este concepto pareció adquirir más amplitud. Ahora se le considera un eje estructurador de la planeación académica, esto es, que las

funciones de docencia e investigación universitarias encuentran mecanismos y formas de articulación de manera más estrecha y efectiva con la sociedad y la economía, salvando el carácter asistencial que hasta antes prevalecía (Campos, G. y G. Sánchez, 2005).

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.

### **Definición de vinculación por la UABC**

Guillermo Campos y Germán Sánchez (2005) exponen que la vinculación es “una función que permite a las universidades realinear sus objetivos y visiones a futuro, sin dejar de tener los pies sobre la tierra ni de reconocerse como una parte más de la sociedad”. Apuntan que las ayuda a identificarse como instituciones interesadas en participar en la solución de las problemáticas que enfrentan los ciudadanos de las regiones en las cuales están localizadas o de la sociedad en general.

Como lo menciona Giacomo Gould, la vinculación se entiende como el proceso integral que articula las funciones sustantivas de docencia, investigación, y extensión de la cultura y los servicios de las IES para su interacción eficaz y eficiente con el entorno socioeconómico, mediante el desarrollo de acciones y proyectos de beneficio mutuo que contribuyan a su posicionamiento y reconocimiento social. Mediante estos proyectos y acciones, las funciones sustantivas de las IES adquieren contenido y pertinencia, relacionándose con el trabajo profesional actual, así como relevancia y presencia frente a la sociedad (Gould, G., 2002:32).

Hoy en día, la vinculación es percibida como un proceso donde las actividades académicas y el quehacer de la sociedad en su conjunto se interrelacionan de manera



permanente, aportando no sólo conocimientos y soluciones a problemas sociales, presentes y futuros, sino también orientando, retroalimentando y enriqueciendo programas de formación de recursos humanos e investigación científica, así como de desarrollo tecnológico y cultural. De esta manera, la vinculación puede ser reconocida como una estrategia que permita a la institución fortalecer sus procesos de desarrollo académico, así como la calidad de sus servicios (Alcántar, V., J. Arcos y A. Mungaray, 2006).

Con este enfoque, Víctor Manuel Alcántar, José Luis Arcos y Alejandro Mungaray (2006) señalan que la UABC define la vinculación como la política que se orienta a crear un sistema multidireccional e integrador entre la universidad y su medio para propiciar el flujo constante de productos y servicios académicos, científicos y culturales. Lo anterior con la finalidad de atender equilibradamente desde la difusión cultural hasta los servicios de apoyo y, de esta manera, cumplir con el compromiso social que la UABC tiene con su entorno, a la vez que se beneficia de las instancias y procesos con los que se vincula. El establecimiento de dicho sistema debe partir de un marco de acción dinámico y flexible que atienda a los principios de equidad, relevancia y pertinencia, en la búsqueda de un desarrollo sustentable.

### **Imagen institucional y posicionamiento**

De acuerdo a lo expresado por Manuel Alonso y Carlos 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”. 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, M. y C. Bonilla, 2007).

Citando a diferentes autores, Víctor Manuel Alcántar, José Luis Arcos y Alejandro Mungaray (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, en otras palabras, 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 María Ángeles Durán y Francisco José Fernández (2009), 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, 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.

Dentro del ámbito universitario, la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) Unidad Xochimilco, en el Plan de Desarrollo Institucional 2007-2012 ha planteado que si bien la imagen puede interpretarse de diferentes maneras, una forma especialmente importante para abordar este asunto, en el ámbito de las funciones y desarrollo de la institución, es considerarla como la capacidad para establecer vínculos viables y reconocidos con el medio externo, con base en las competencias que se han logrado construir en el interior de la universidad (Universidad Autónoma Metropolitana, 2007). Asimismo, señala que “la imagen puede llegar a facilitar el impacto del trabajo de investigación en la atención y solución de problemas sociales; facilitar la inserción de los egresados en el campo laboral, y ampliar la capacidad institucional para cumplir labores de preservación y difusión de la cultura”.

La UAM Unidad Xochimilco considera que el fortalecimiento de la imagen institucional tiene una relación estrecha con la necesidad de crear una cultura de identidad y pertenencia de los integrantes de la comunidad universitaria, por lo que la institución tiene un compromiso de compartir con la comunidad sus objetivos, aspiraciones y conductas, a fin de que “la cultura de pertenencia evolucione a una estructura simbólica que identifique a los miembros de la comunidad” (2007: 8).

Una imagen positiva favorece el posicionamiento de las instituciones en el entorno; 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, G., 2000). Para este autor, 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, Víctor Manuel Alcántar y José Luis 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.

## **Metodología**

Se realizó una investigación exploratoria-descriptiva, no experimental, basada en la evaluación iluminativa, la cual se fundamenta en una metodología cualitativa de corte transversal flexible de observación del contexto a investigar; se apoya, además, en los aspectos más significativos del sujeto de estudio, así como en la emisión de juicios de valor y propuestas de utilidad centradas en los objetivos (Monedero, J., 1998: 69).

Como sustento para la instrumentación y aplicación de la evaluación, se identificaron los elementos que interactúan principalmente en el caso de estudio, que es la UABC, es decir, estudiantes, egresados, académicos y administrativos, así como el sector productivo,

gobierno y población general, a partir de su relación con las categorías de imagen institucional y vinculación que impactan en el posicionamiento de la institución.

De esta forma, se diseñaron dos cuestionarios a partir de un estudio exploratorio de entrevista grupal, para lo cual se contó con la participación de expertos en materia de psicología, educación, sociología y administración (Grupo Andere, 2008). La integración se hizo por sector:

- Sector interno: alumnos, egresados académicos y personal administrativo y de servicios.
- Sector externo: población general, gobierno y sector productivo.

Este estudio tiene la finalidad de evaluar los avances en materia de imagen y posicionamiento institucional, así como el impacto de las acciones de vinculación que la UABC ha generado en los últimos diez años; con este objetivo se realizó en 2008 un estudio comparativo con el diagnóstico efectuado en 1999, en el cual se procuró utilizar técnicas y métodos similares que permitieran obtener resultados que hicieran posible la comparación de ambos diagnósticos, con la finalidad de establecer acciones de vinculación de mayor pertinencia para lograr, a su vez, una vinculación efectiva y eficiente con los diversos sectores y una mejor imagen y posicionamiento institucional.

En 1999, el diagnóstico cualitativo consistió en reuniones de sondeo bajo la metodología de grupos de enfoque en seis 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 de la comunidad universitaria. Las sesiones con los grupos se efectuaron en las ciudades de Ensenada, Tijuana y Mexicali, ya que la UABC tiene presencia en todo el estado de Baja California través de sus tres campus universitarios. A fin de realizar las comparaciones pertinentes y cotejar los avances de las variables evaluadas, el estudio de 2008 se implementó con 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 externos. 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 información se obtuvo a través de preguntas abiertas donde los participantes podían seleccionar los temas en los que deseaban expresar su opinión, así como de la observación del grupo durante el proceso de discusión. Estos grupos presentan un medio natural donde los integrantes están influidos mutuamente, tal y como sucede en la vida real (Hernández, R. y Z. Coello, 2002: 97).

En las mismas sesiones se aplicaron los cuestionarios de manera individual, a través de los cuales se obtuvo información escrita 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 y la oferta de servicios impulsadas por la UABC. Los criterios de valoración para el análisis cualitativo de los cuestionarios se establecieron en rangos de porcentaje y sus criterios de interpretación abarcan desde un nivel excelente, de 80 a 100 por ciento; pasando por bueno, de 60 a 79 por ciento; regular, de 40 a 59 por ciento; hasta insatisfactorio, de 20 a 39 por ciento; y malo, de 0 a 19 por ciento.

Para los diagnósticos organizacionales realizados en 1999 y 2008 se contó con la participación de expertos externos integrantes del Grupo Andere, SC, quienes moderaron los grupos de enfoque y aplicaron los cuestionarios para obtener los resultados de la evaluación.

Con propósitos comparativos, para seleccionar los sectores económicos se tomaron en cuenta las áreas de impacto definidas por la INEGI y representadas a nivel estatal, hacia las cuales la UABC destina sus acciones de vinculación.

Finalmente, los resultados se organizaron con el fin de agrupar las variables ‘imagen institucional’ y ‘vinculación’, integradas a su vez por las variables operativas ‘prestigio y liderazgo’, ‘calidad académica’, ‘internacionalización’, ‘oferta de servicios a la comunidad’, ‘acciones de vinculación’ e ‘investigación’, con impacto en ambos sectores:

Imagen institucional:

- Prestigio y liderazgo.
- Calidad académica.
- Internacionalización.

Vinculación:

- Oferta de servicios a la comunidad.
- Acciones de vinculación.
- Investigación.

## **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, a fin de conocer la opinión del sector externo y los integrantes de la comunidad universitaria en relación con la imagen institucional y la vinculación que impactan en el posicionamiento de la UABC en su entorno.

### **Imagen institucional**

Enseguida se describen las variables que conforman la imagen institucional.

Imagen, prestigio y liderazgo

Los resultados del diagnóstico de 1999 exponen una opinión dividida de los universitarios y del sector externo en lo relativo a los esfuerzos de la universidad por la búsqueda de la solución a los diferentes problemas que afectan a la población del estado. Tanto en la

encuesta interna como en la externa, los participantes señalaron que la UABC hacía una difusión suficiente del desempeño de los universitarios, pero faltaba un buen programa que integrara todas las funciones de la UABC. Se reconocía la calidad de algunos programas educativos, pero se desconocía si había un programa estratégico para evaluar el avance institucional en este rubro.

En 2008, la imagen, prestigio y liderazgo se presentan como fortalezas de la UABC; tanto los grupos internos como externos perciben una mejora de la universidad como institución educativa; y reconocen los avances que ha tenido la institución en la transparencia y rendición de cuentas, sobre todo en lo que respecta a su manejo financiero, al ser auditada tanto interna como externamente.

También se observa como excelente el avance que ha tenido la institución en asegurar la calidad de sus programas educativos, ya que 90 por ciento de la matrícula se encuentra inscrita en programas acreditados por su buena calidad, evaluados por organismos externos como el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior (COPAES) y los Comités Interinstitucionales de Evaluación de la Educación Superior (CIEES), colocándola entre las primeras universidades reconocidas por su calidad en el país. Asimismo, se manifestó un reconocimiento al incremento en la certificación de los laboratorios y servicios de la institución; en este rubro los grupos recomendaron la necesidad de asegurar que la certificación de procesos esté enfocada a la mejora consistente de la calidad —atención, servicio, eficiencia y eficacia—, y no sólo en cumplir con el llenado de formularios y mantenimiento de la documentación que exigen tales procesos. Igualmente, se considera que la UABC, en tanto líder de opinión en la comunidad, debe incrementar las acciones que impulsen el desarrollo social y la competitividad de la región. También se reconoce por ambos grupos el avance en el diseño de programas de difusión que dan cuenta a la sociedad de los logros institucionales y los programas estratégicos de la misma.

Calidad académica

Los resultados obtenidos en los grupos de enfoque son similares en los tres municipios, Ensenada, Mexicali y Tijuana. 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 formación profesional, el personal docente está más capacitado e incluso que aquella 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.

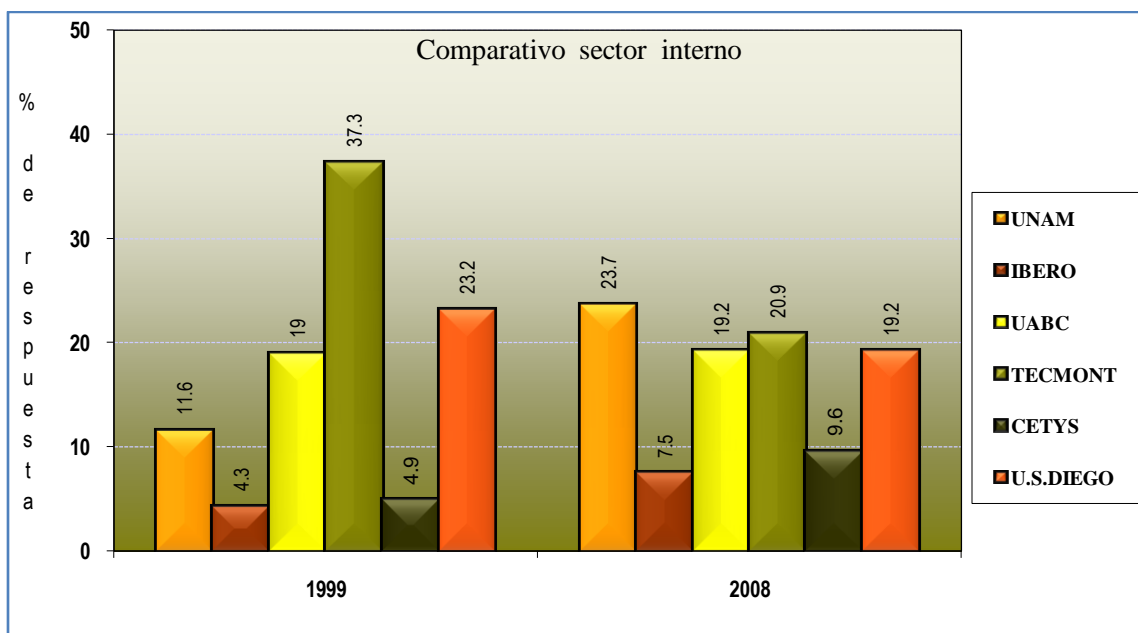
Los participantes comentaron que en el área docente, es necesario mejorar la práctica del profesor como facilitador del aprendizaje, así como el ejercicio en el campo laboral para el logro de las competencias. Algunos participantes del sector externo de Mexicali opinaron que “las nuevas tecnologías que utilizan las empresas en el entorno son poco conocidas por los maestros”, 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, se manifestó que “hay una brecha entre los conocimientos básicos de los ingenieros egresados y los que requiere la industria en general”.

Los resultados 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 estamos de acuerdo”, entre otros comentarios similares. En el cuestionario individual se solicitó a los participantes que 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, nivel que ocupaba durante el estudio realizado en 1999. No obstante, en este diagnóstico el



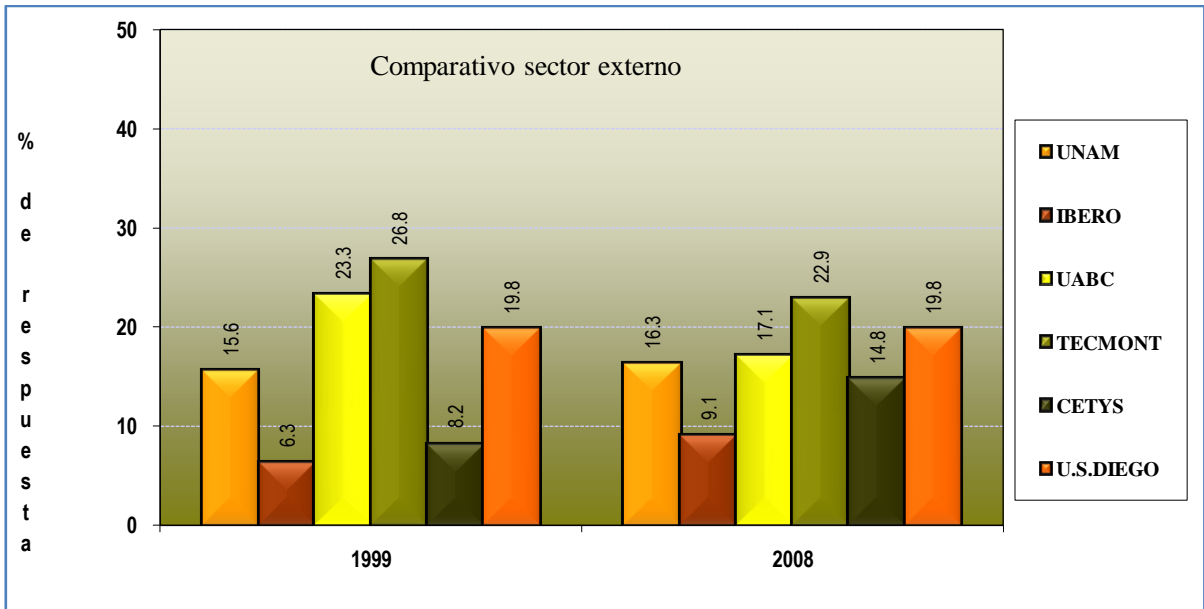
comportamiento en la respuesta fue más homogéneo con respecto a los lugares que tenían las instituciones de los tres primeros lugares (ver figura 1).

**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 (ver figura 2).

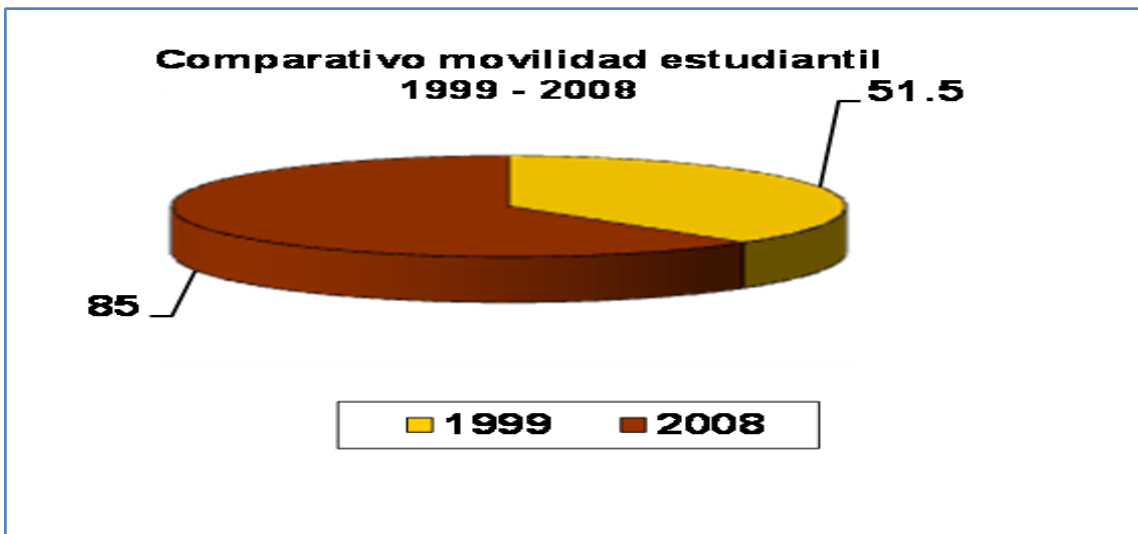
**Figura 2. Percepción de la calidad académica de la UABC en relación con otras IES**



### Internacionalización, movilidad académica y estudiantil

La mayoría de los encuestados, tanto del sector externo e interno, opinan que las acciones realizadas hasta ahora son positivas, al grado de que el segmento pasó de un reconocimiento suficiente a un excelente, como se muestra en la (ver figura 3). 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.

**Figura 3. Percepción de la movilidad académica y estudiantil, comparativo 1999-2008**



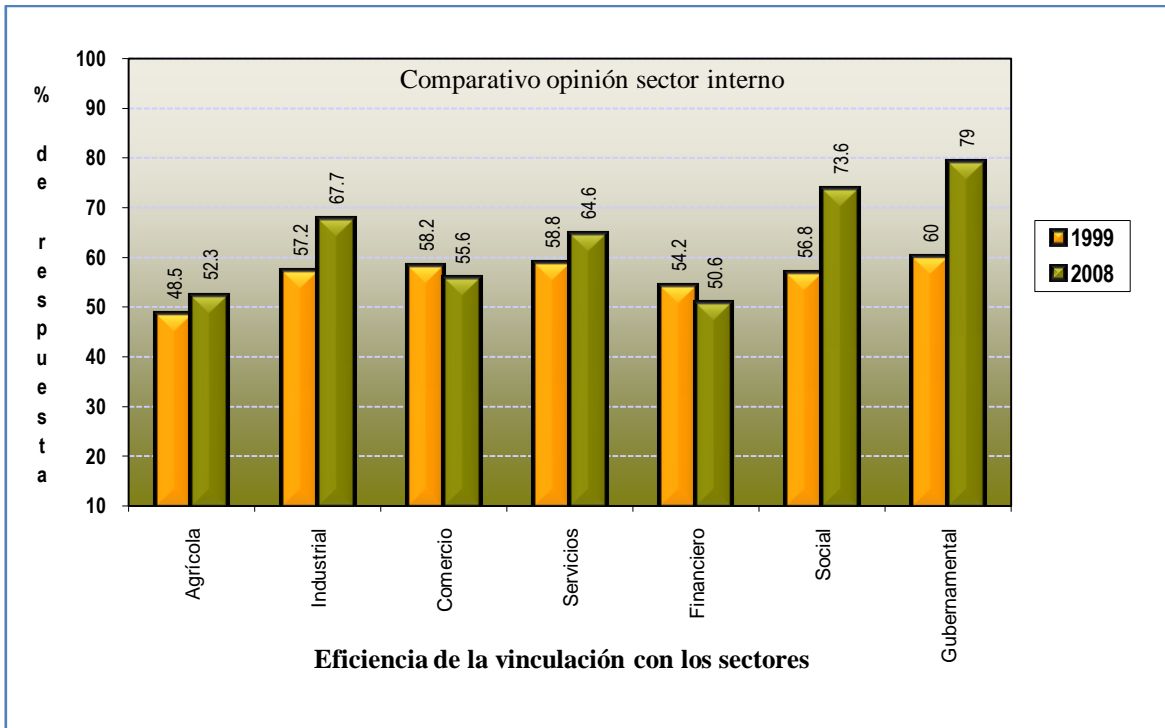
Los participantes de los grupos de enfoque reconocen que el aspecto de internacionalización es incipiente, pero tiene un potencial importante y viable de desarrollo; que es importante impulsar acciones tendientes a fortalecer el manejo de otros idiomas, principalmente el inglés, así como establecer un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

## **Vinculación**

### Oferta de servicios a la comunidad

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. 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 79 y 74 por ciento, respectivamente; asimismo, se observa un avance significativo en el área industrial y de servicios al transitar la opinión de regular a buena (ver figura 4).

**Figura 4. Percepción de la vinculación con los diferentes sectores**



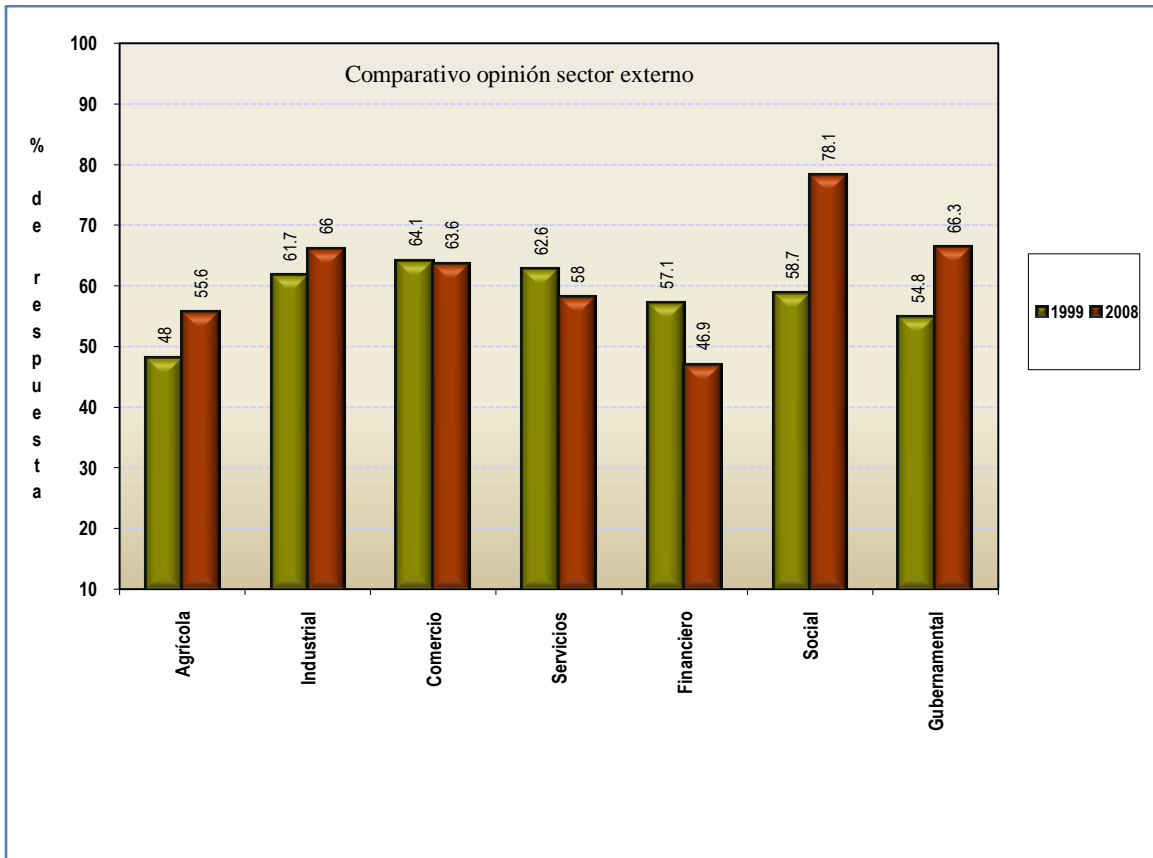
Si bien a nivel estatal la percepción sobre la vinculación que la UABC mantiene con los diferentes sectores es favorable, e incluso con la mayoría de éstos se ha incrementado con respecto al estudio realizado en 1999, en el presente diagnóstico el análisis por municipio demuestra que dicha percepción es variable. En el municipio de Mexicali, la apreciación de su eficiencia ha experimentado una mejora importante con todos los sectores; mas en relación con el diagnóstico de 1999, en municipios como Tijuana se ha visto disminuida en las áreas de comercio, servicios y financiera; sólo presenta una opinión favorable en el sector social y gubernamental. En el caso de Ensenada, en la actualidad el impacto del sector agrícola se ubicó en un nivel de 34.4 por ciento, considerado como insatisfactorio, así como el comercio y el sector financiero presentan una disminución en la percepción del impacto; en contraste, en el sector social y gubernamental pasó de bueno y excelente respectivamente (ver tabla 1).

**Tabla 1. Comparación de la percepción del sector interno de la vinculación por municipio con los diferentes sectores**

| Años<br>Porcentaje por<br>municipios           | 1999     |         |          | 2008     |         |          |
|--|----------|---------|----------|----------|---------|----------|
|  | Mexicali | Tijuana | Ensenada | Mexicali | Tijuana | Ensenada |
| <u>Vinculación con los siguientes sectores</u> |          |         |          |          |         |          |
| Agrícola                                       | 58.7     | 39.8    | 47.1     | 80.4     | 42.1    | 34.4     |
| Industrial                                     | 54.8     | 61.2    | 55.6     | 83.9     | 62.5    | 54.7     |
| Comercio                                       | 58.1     | 59.0    | 57.4     | 71.4     | 46.9    | 48.4     |
| Servicios                                      | 60.1     | 63.0    | 56.8     | 73.2     | 54.7    | 65.6     |
| Financiero                                     | 55.1     | 56.3    | 51.1     | 64.3     | 40.6    | 46.9     |
| Social   | 61.8     | 54.3    | 54.2     | 78.6     | 62.5    | 79.7     |
| Gubernamental                                  | 60.1     | 63.0    | 56.8     | 83.9     | 71.9    | 81.3     |

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 y gubernamental, y en el social, que aumentó hasta 78.1 por ciento. En los de comercio y servicios se mantuvo estable, si bien el sector financiero experimentó una disminución que lo ubica en 46.9 por ciento, lo que significa que este grupo considera la vinculación de la UABC con esta área como regular (ver figura 5).

**Figura 5. Percepción de la vinculación con los diferentes sectores**



Por otra parte, en los resultados por municipio se denota una apreciación diferenciada sobre la vinculación que la UABC tiene en la actualidad con los diferentes sectores. En relación con el diagnóstico realizado en 1999, los municipios de Tijuana y Ensenada presentaron avances importantes y positivos. En Tijuana se muestra un avance en los sectores de servicios, financieros, social y gubernamental; sin embargo, en el sector industrial y de comercio se presenta una apreciación a la baja, por lo que es importante establecer estrategias que incrementen la vinculación en estas áreas, ya que son de gran impacto en el desarrollo de la economía local. En el municipio de Ensenada se reconoce un incremento en los sectores agrícola, industrial, gubernamental y social; este último tuvo un aumento de 100 por ciento de opiniones favorables, lo que significa que la vinculación con el área social es excelente. En contraste, en el rubro financiero se hace evidente la necesidad de incrementar acciones que fortalezcan las relaciones de este sector con la

UABC, sobre todo en los campus Ensenada, que alcanza valores de insatisfactorio (ver tabla 2).

**Tabla 2. Comparación de la percepción del sector externo de la vinculación por municipio con los diferentes sectores**

| Años<br>Porcentaje por<br>municipios           | 1999     |         |          | 2008     |         |          |
|--|----------|---------|----------|----------|---------|----------|
|  | Mexicali | Tijuana | Ensenada | Mexicali | Tijuana | Ensenada |
| <u>Vinculación con los siguientes sectores</u> |          |         |          |          |         |          |
| Agrícola                                       | 55.4     | 45.6    | 42.9     | 41.7     | 50.0    | 75.0     |
| Industrial                                     | 64.5     | 62.8    | 57.9     | 67.3     | 55.6    | 75.0     |
| Comercio                                       | 61.7     | 68.1    | 62.4     | 57.4     | 66.7    | 66.7     |
| Servicios                                      | 61.8     | 62.7    | 55.4     | 55.0     | 75.0    | 43.7     |
| Financiero                                     | 58.8     | 54.5    | 54.4     | 40.6     | 75.0    | 25.0     |
| Social   | 62.4     | 57.2    | 56.4     | 53.1     | 81.3    | 100.0    |
| Gubernamental                                  | 56.8     | 54.5    | 53.1     | 42.5     | 81.3    | 75.0     |

A pesar que el municipio de Mexicali se identifica con el sector agrícola y cuenta con dos unidades académicas relacionadas con esta área, los resultados demuestran un decremento en la percepción de las personas encuestadas. Esta misma situación se manifiesta en los sectores de comercio, servicios y social; en cuanto a los sectores financiero y gubernamental, se ubican en el nivel más bajo de la escala regular. En este municipio sólo se reconoce un pequeño avance en la vinculación con el sector industrial, que contrasta con el municipio de Tijuana, el cual logra un incremento del nivel satisfactorio al excelente. Al comparar los resultados de las opiniones de los grupos externo e interno expresadas en el municipio de Mexicali, la apreciación del impacto de la vinculación con los diferentes sectores presenta una gran disparidad, ya que en el sector interno el incremento en la apreciación es significativo (ver tabla 2).

Acciones de vinculación

En relación con las acciones de vinculación como los comités de vinculación, servicio social, práctica profesional, educación continua, brigadas comunitarias, atención a egresados y vinculación con valor en créditos, en contraste con el diagnóstico realizado en 1999 todas presentan en el sector interno una mejoría importante, particularmente en el municipio de Mexicali. Es notoria la disminución en el área de educación continua, donde bajó hasta 42 por ciento en Tijuana y 51 por ciento en Ensenada, lo que significa que la opinión de los encuestados llegó a un rango de regular; y en el aspecto de atención a egresados sufrió una disminución que permite alertar sobre la necesidad de incrementar acciones para atender esa deficiencia en ambos municipios. La evaluación interna de los proyectos de vinculación con valor en créditos está en el rango de una puntuación buena en todos los municipios (ver tabla 3).

**Tabla 3. Comparación de la percepción de las acciones de vinculación por municipio del sector interno.**

| Años<br>Porcentaje por<br>municipios          | 1999     |         |          | 2008     |         |          |
|---|----------|---------|----------|----------|---------|----------|
|   | Mexicali | Tijuana | Ensenada | Mexicali | Tijuana | Ensenada |
| Acciones de vinculación                       |          |         |          |          |         |          |
| Comités de vinculación                        | 62.1     | 62.9    | 73.2     | 75.0     | 43.7    | 40.4     |
| Servicio social                               | 58.1     | 62.1    | 62.4     | 87.5     | 62.5    | 78.6     |
| Prácticas profesionales                       | 60.1     | 59.0    | 62.3     | 89.3     | 59.4    | 73.2     |
| Educación Continua                            | 60.0     | 63.4    | 68.7     | 78.3     | 42.2    | 50.6     |
| Brigadas comunitarias                         | 57.9     | 59.0    | 52.1     | 78.6     | 62.5    | 69.6     |
| Atención a egresados                          | 54.1     | 54.4    | 55.9     | 64.3     | 48.4    | 50.1     |
| Proyecto de vinculación con valor en créditos |          |         |          | 75.0     | 64.1    | 67.8     |



En las acciones de vinculación, la valoración del sector externo no tuvo una variación significativa con respecto al diagnóstico anterior, inclusive se percibe una disminución en la opinión favorable de los participantes, sobre todo en los comités de vinculación, servicio social y educación continua, a excepción de Ensenada en esta última. El porcentaje más bajo lo ocupan las brigadas comunitarias y atención a egresados, y aunque los proyectos de vinculación con valor en créditos se encuentran en el rango de satisfactorios para los municipios de Tijuana y Mexicali, son insatisfactorios para Ensenada, lo que hace importante impulsar un programa de seguimiento más efectivo, lo mismo que la educación continua, en el municipio de Tijuana (ver tabla 4).

**Tabla 4. Comparación de la percepción de las acciones de vinculación**

| Años<br>Porcentaje por<br>municipios           | 1999     |         |          | 2008     |         |          |
|--|----------|---------|----------|----------|---------|----------|
|  | Mexicali | Tijuana | Ensenada | Mexicali | Tijuana | Ensenada |
| Acciones de vinculación                        |          |         |          |          |         |          |
| Comités de vinculación                         | 70.6     | 62.6    | 78.8     | 65.3     | 60.9    | 55.0     |
| Servicio social                                | 73.6     | 68.3    | 71.6     | 65.9     | 56.7    | 60.0     |
| Prácticas profesionales                        | 72.0     | 56.5    | 65.0     | 70.8     | 62.5    | 62.5     |
| Educación continua                             | 69.3     | 55.9    | 60.7     | 69.4     | 50.0    | 69.4     |
| Brigadas comunitarias                          | 70.4     | 57.4    | 63.1     | 52.9     | 35.3    | 41.7     |
| Atención a egresados                           | 63.8     | 56.7    | 61.0     | 33.3     | 41.2    | 47.5     |
| Proyectos de vinculación con valor en créditos |          |         |          | 45.6     | 39.1    | 25.0     |

## Investigación

En todos los grupos de enfoque se menciona que la investigación ha avanzado con mejoras concretas en algunos rubros; se reconoce su papel preponderante en el incremento a la calidad académica y 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: hay áreas con muy buen nivel competitivo a nivel nacional e internacional”; afirman también 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 se observa un reconocimiento sobresaliente para algunas áreas como las ciencias del mar, ingeniería y economía. 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 genera un número reducido de patentes y mejoras tecnológicas.

## Conclusiones

### Imagen institucional

En términos generales, los participantes de los grupos de enfoque coincidieron, en 2008, en señalar que la UABC es “una institución líder en la región”, “es una institución moderna y en constante crecimiento, exitosa, de prestigio 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. En el estudio de 1999, los grupos externos manifestaron que “la universidad debe llevar el

liderazgo en la sociedad; que necesita ejercer el papel de líder de opinión en asuntos importantes para la comunidad, y que en este momento no lo está haciendo” (Alcántar, V. y J. Arcos, 2009: 202)

En el diagnóstico de 1999, el sector interno posicionó a la UABC en el tercer lugar con 17 por ciento de aceptación, porcentaje que mantuvo en el diagnóstico de 2008. Por su parte, el sector externo le otorgó en 1999, 23.3 por ciento de aprobación, porcentaje que disminuyó a 17.1 por ciento en 2008, decremento que no afectó en la posición que guarda la UABC con respecto a las otras IES consideradas. Esto nos indica que debemos fortalecer los programas de difusión, involucrando a todos los actores de la comunidad universitaria y poniendo énfasis en los proyectos de impacto social y los que incrementan la competitividad regional para lograr un mejor posicionamiento en la sociedad bajacaliforniana.

## 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 a que los participantes son precisamente miembros de la UABC.

En los resultados del grupo interno se deduce que es necesario que los municipios de Tijuana y Ensenada incrementen la vinculación con los sectores financieros, ya que existe una disminución en la percepción favorable sobre este rubro. Están conscientes de que debido a las condiciones que impone la globalización, los egresados deben de tener una mejor formación en esta área del conocimiento; asimismo, la iniciativa privada ha solicitado a nuestra institución estudios financieros que permitan posicionar a Baja California como un buen destino para que más empresas se instalen en la localidad.

De acuerdo a la opinión del grupo interno, en Ensenada se requiere fortalecer la vinculación con el sector agrícola, ya que en el diagnóstico realizado en 1999 obtuvo 47.9

por ciento de respuestas favorables, mientras que en el de 2008 disminuyó a 34.4 por ciento. Se percibe una mayor necesidad de interacción con este sector que ha crecido en la localidad utilizando alta tecnología para favorecer la exportación de sus productos, por lo tanto, esperan una mayor vinculación de las nuevas carreras que se han generado en el campus Ensenada, como Bioingeniería, Ciencias Agrícolas, Biotecnología y Medio Ambiente, así como de algunas áreas del programa educativo de Biología, como genética, biología molecular, cultivo de tejidos vegetales, entre otras. A diferencia de este grupo, la opinión del sector externo sobre este rubro presentó un incremento importante al pasar de 42.9 por ciento obtenido en 1999, a 75 por ciento en 2008, lo que nos indica que se incrementó de regular a buena.

En cuanto a la percepción del sector externo, se observa una disminución en el grado de satisfacción de la vinculación que la UABC tiene con los sectores financiero y social en el municipio de Mexicali: el primero disminuyó de 57.1 por ciento obtenido en 1999, a 46.9 por ciento en 2008; en cuanto al sector social, el decremento fue de 62.6 a 58 por ciento. Por los cambios que ha impuesto la globalización en los diferentes sectores, es necesario que los egresados de las áreas financieras tengan una formación como asesores, que puedan prever y anticiparse a los cambios; también demandan un mayor número de investigaciones que ayuden a posicionar a los diferentes municipios de Baja California según su vocación, para incrementar su competitividad regional e internacional. Respecto al impacto en el sector social, es importante establecer una campaña de difusión de las actividades que en este sector realiza la universidad en Mexicali, ya que es el único municipio que disminuyó la percepción de aprobación en este rubro, a pesar de que se cuenta con más estudiantes que realizan actividades para favorecer el desarrollo social. Habrá que revisar también el tipo de programas a implementar; se requiere resolver la problemática en forma interdisciplinaria, buscando beneficiar de manera integral a la sociedad. No hay que descuidar este rubro, ya que es el más importante para lograr un mejor posicionamiento debido al papel que tiene la universidad en la sociedad.

En términos generales, los resultados obtenidos en el presente estudio denotan un incremento favorable en la percepción de las acciones de vinculación, tanto a nivel general

como en cada uno de los municipios; empero, demuestran además la necesidad de ofrecer mayor atención en algunas áreas, como es el caso de los comités de vinculación en Tijuana y Ensenada. Es importante que las unidades académicas asuman un papel más activo en la interacción con los diferentes sectores, tomando en cuenta la opinión de los comités de vinculación a fin de incrementar el impacto de las acciones de vinculación diseñadas en los programas educativos, como: prácticas profesionales, proyectos de vinculación con valor en créditos, así como asesorías e investigaciones que resuelvan problemáticas locales y regionales, como lo marca la Reforma Universitaria. La universidad debe considerar también la generación de espacios físicos para favorecer la comunicación con los diferentes sectores y que éstos puedan canalizar las necesidades a las unidades académicas para que las acciones de vinculación no se vean dispersas.

En Tijuana y Ensenada se requiere fortalecer la educación continua y la atención de egresados, ya que estas áreas presentaron una disminución en la percepción favorable de los participantes. En 1999, el diagnóstico determinó que estas acciones tenían entre 55 a 65 por ciento de aceptación, mientras que en el estudio realizado en 2008 presentaron un decremento en promedio de 60 a 42 por ciento. Aquí también se nota el impacto de los cambios organizacionales al pasar estas actividades de vinculación a las unidades académicas, las que en esta etapa han estado muy orientadas a consolidar la calidad de sus programas educativos, descuidando las referidas acciones. Si bien los egresados deben estar muy relacionados con su escuela o facultad, se debe cultivar este acercamiento al proporcionar información y servicios en forma continua para lograr una mayor pertenencia hacia su alma máter.

## **Recomendaciones**

### Imagen institucional

- Fortalecer el programa de imagen institucional para orientar, articular y difundir los resultados de acciones que impacten en los diferentes sectores de la sociedad.

- Incluir en los programas educativos 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, y analizar las áreas de oportunidad hacia la internacionalización.
- Fortalecer el programa de difusión de los logros de la investigación generada en la universidad, dando a conocer los resultados e impactos en la sociedad.
- Impulsar la participación de los estudiantes en programas de estudio de otros idiomas, principalmente el inglés, y diseñar en cada unidad académica mecanismos que favorezcan la integración de los alumnos a estas actividades.

### Posicionamiento

- En la actualidad, la UABC, ha logrado un lugar importante dentro de la sociedad que la sustenta; empero, es importante fortalecer los programas de difusión de las acciones que realiza 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.
- Al fortalecer las acciones de vinculación y proyectar una imagen institucional sólida y de calidad, se propiciará un mayor posicionamiento de la UABC con su entorno.

### Vinculación

- Es importante incrementar las acciones de vinculación con el sector externo y establecer convenios de colaboración, ya que los encuestados opinan que es necesario “ser más receptivos y proactivos en la generación de propuestas tendientes a satisfacer problemáticas actuales”.
- Es fundamental que la UABC mantenga una estrecha relación con su entorno a fin de generar líneas de investigación, proyectos o impulsar acciones pertinentes que realmente den respuesta, en tiempo y forma, a la problemática de la sociedad que sea de su competencia, y favorecer el desarrollo de tecnologías que incrementen la competitividad y las actividades de extensión universitaria que propicien el desarrollo social.
- Definir y centrar las funciones y actividades de los comités de vinculación a fin de fortalecer la colaboración con las unidades académicas e incrementar las acciones en esta área con los diferentes sectores de la sociedad.
- Las instituciones educativas se ven fortalecidas en la medida que son capaces de ofrecer programas educativos pertinentes a través de la retroalimentación que propicia la vinculación con los diferentes sectores. Si bien a la fecha la UABC ha incrementado su cobertura y diversificado su oferta educativa, es necesario mantener un contacto estrecho con los diferentes sectores, pues al ser éstos los destinatarios de los profesionales que egresa la universidad, son por lo tanto el medio ideal para sustentar la actualización de los programas de estudio e implementar aquellos que de acuerdo a los requerimientos del entorno sea necesario generar. Debemos evaluar el impacto de nuestros egresados, incrementar su empleabilidad, su espíritu emprendedor y creativo. También debemos evaluar las acciones de vinculación que realizamos, desde el diseño de los programas educativos, como: servicio social, prácticas profesionales, proyectos de vinculación con valor en créditos, entre otros.
- 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. Se debe generar una verdadera red de apoyo a estas actividades, como lo marca la Reforma Universitaria. Para lograrlo, es necesario un programa de formación de agentes de vinculación en cada uno de los campus, establecer indicadores

de seguimiento y evaluación a través de las escuelas y facultades, departamentos y las coordinaciones, a fin de que todo el sistema este bien informado sobre los avances o problemáticas, así como los apoyos necesarios para lograr éxito en estas acciones de vinculación que apoyan la formación integral de nuestros estudiantes e incrementan la pertinencia de la comunidad universitaria y el posicionamiento social de la universidad.

- Asegurarse que la certificación de procesos esté enfocada a la mejora consistente de la calidad y no sólo a la documentación rutinaria; se puede apoyar a las unidades académicas con el diseño de sistemas que les permita llevar un registro al día del avance de sus indicadores, lo que facilitará a sus académicos atender de manera eficiente las diversas acciones de vinculación.
  
- Retroalimentar los programas educativos a través de la vinculación con los diferentes sectores para incrementar su pertinencia y equidad.
  
- 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, con la finalidad de incrementar las acciones de vinculación desde el diseño de los programas educativos.
  
- Establecer módulos informativos y de servicio por campus que faciliten a los usuarios de los programas de vinculación la realización de trámites, solicitudes, transferencias tecnológicas, convenios, registro de patentes y marcas, entre otros.



- Revisar los procesos de atención a los sectores externos a fin de ofrecer una respuesta en tiempo y forma que propicie la confianza de la comunidad e incremente el liderazgo de la institución.

## **Bibliografía**

Alamilla Betancourt, Marisol, 2007, “Vinculación con el sector productivo”, ponencia.

Disponible en: <http://sige.seyc.gob.mx/piqroo/Archivos/Vinculación-con-elSector-Productivo.doc>. (recuperado el 15/02/ 09).

Alcántar, Víctor Manuel y José Luis Arcos Vega, 2004, “La vinculación como instrumento de imagen y posicionamiento de las instituciones de educación superior”, *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 6 (1).

Disponible en: <http://redie.uabc.mx/vol6no1/> (recuperado el 26/02/09).

Alcántar, Víctor Manuel y José Luis Arcos Vega, 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).

Disponible en: <http://redie.uabc.mx/vol11no1/contenido-alcantar2.html> (recuperado el 25/10/09).

Alcántar, Víctor Manuel, José Luis Arcos Vega y Alejandro Mungaray Lagarda, 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, Manuel y Carlos Bonilla, 2007, *Relaciones Públicas*, México, EDAMEX

Álvarez, Yamel, 2000, *Imagen Corporativa, teoría y práctica desde un enfoque psicológico*, La Habana, Cuba, Instituto Cubano del Libro-Editorial de Ciencias Sociales.

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, 2000, *La educación superior en el siglo XXI. Líneas estratégicas de desarrollo*, México, ANUIES.

Campos Ríos, Guillermo y Germán Sánchez Daza, 2005, “La vinculación universitaria: Ese oscuro objeto del deseo”, *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 7 (2).

Disponible en: <http://redie.uabc.mx/vol7no2/contenido-campos.html> (recuperado el 26/02/09).

Castillo Pérez, Nydia María y Julio Rodríguez Anido, 2008, “Ciencia, tecnología y vinculación con la academia”, ponencia, Tercer Congreso Estatal, Segundo Nacional y Primero Internacional de Sistemas de Innovación para la Competitividad: Transferencia del Conocimiento y la Tecnología: Reto en la Economía Basada en el Conocimiento, Guanajuato, pp. 54-65.

Disponible en:

[http://octi.guanajuato.gob.mx/sinnco/formulario/MT/MT2008/MT9/SESION1/MT9\\_CASTILLO\\_RODRIGUEZ.pdf](http://octi.guanajuato.gob.mx/sinnco/formulario/MT/MT2008/MT9/SESION1/MT9_CASTILLO_RODRIGUEZ.pdf) (recuperado el 16/09/11).

Durán, María Ángeles y Francisco José Fernández, 2009, *Los Manuales de Gestión de la Imagen y la Comunicación en las Universidades: El Camino hacia una necesaria planificación*, España, Universitat Jaume I.

Gallo Carvajal, Gloria, 2000, *Posicionamiento: el caso latinoamericano*, Colombia, McGraw-Hill.

Gordoa, Víctor Manuel, 1999, *El Poder de la Imagen Pública*, México, EDAMEX.

Gould Bei, Giacomo, 2002, *La administración de la vinculación. Como hacer qué*, México, Secretaría de Educación Pública/Instituto Politécnico Nacional.

Grupo Andere, SC, 2008, *Reporte de Reuniones de Focus Group*, manuscrito no publicado.

Hernández, Rolando Alfredo y Zayda Coello González, 2002, *El paradigma cuantitativo de la investigación científica*, La Habana, Editorial Universitaria EDUNIV.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, 2005, *Conteo de Población y Vivienda 2005*, México, INEGI.

Molier, María, 1999, *Diccionario del uso del español*, Segunda edición, Madrid, Gredos.

Monedero Moya, Juan José, 1998, *Bases teóricas de la evaluación educativa*, México, Aljibe.

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

Rivera Garibaldi, Irma y Rosa Elva Mattar López, 2002, “El modelo educativo y curricular de la Universidad Autónoma de Baja California - Experiencia institucional”, ponencia

presentada en el Tercer Congreso Nacional y Segundo Internacional Retos y Expectativas de la Universidad, México.

Sánchez-Castañeda, Alfredo y José Antonio Caballero, 2003, *La vinculación en las instituciones de educación superior y en las universidades: Autonomía y sociedad*, México, Instituto de Investigaciones Jurídicas-Universidad Nacional Autónoma de México.

Disponible en: <http://www.bibliojuridica.org/libros/> (recuperado el 25/02/090).

Secretaría de Educación Pública, *Programa Sectorial de Educación*, 2007, México, SEP.

Universidad Autónoma de Baja California, 1999, *Plan de Desarrollo Institucional 1999-2004*, México.

Universidad Autónoma de Baja California, 2007, *Plan de Desarrollo Institucional 2007-2011*, México.

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, 2007, *Plan de Desarrollo Institucional 2007-2012*. Disponible en:  
<http://www.xoc.uam.mx/plandesarrollo07/eje5.htm> (recuperado el 25/01/09).