



Estrategia de Comunicación que Visibiliza el Impacto del Área de Gestión de la Calidad en una
Universidad de Educación Superior Pública

Stephania Vasquez Pantoja

Jonathan Hoyos Carmona

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

21 de Octubre de 2024

Estrategia de Comunicación que Visibiliza el Impacto del Área de Gestión de la Calidad en la
Universidad de Educación Superior Pública

Stephania Vasquez Pantoja
Jonathan Hoyos Carmona

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia de
Proyectos

Asesor(a)
Dr. Sergio Andrés Zabala Vargas
Doctor en Tecnología Educativa

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Rectoría Virtual
Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

21 de Octubre de 2024

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO.....	3
Lista de tablas	6
Lista de imágenes.....	7
Resumen.....	8
Introducción	10
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1. Descripción del problema	12
1.2. La pregunta de investigación	14
1.3. Los objetivos de investigación.....	14
1.3.1. Objetivo general	14
1.3.2. Objetivos específicos.....	15
1.4. Justificación de la investigación	15
2. MARCO DE REFERENCIA.....	17
2.1. Marco de Estado del Arte	17
2.2. Marco Teórico.....	22
2.3. Marco normativo.....	25
3. METODOLOGÍA.....	28
3.1. Enfoque y alcance de la investigación	28
3.2. Población y muestra.....	29
3.2.1. Definición de la población	29

3.3.	Instrumento(s).....	29
3.3.1.	Métodos y Herramientas de Análisis	31
3.4.	Descripción de procedimientos.....	32
3.4.1.	Gestión de Calidad.....	33
3.4.2.	Comunicación Institucional.....	34
3.4.3.	Normativas y Políticas Institucionales	34
3.4.4.	Visibilidad y Alcance de la Gestión de la Calidad.....	35
3.4.5.	Innovaciones en Estrategias de Comunicación	36
3.4.6.	Proceso General de Limpieza.....	36
3.4.7.	Proceso de Análisis y Codificación en Atlas.ti	40
3.5.	Herramientas para el Análisis de la Información.....	42
3.5.1.	Atlas.ti	42
3.6.	Consideraciones éticas del proyecto	44
4.	HIPÓTESIS	46
4.1.	Las Variables	47
4.1.1.	Variables Independientes	47
4.1.2.	Variables Dependientes.....	48
4.2.	Planteamiento de la Hipótesis.....	49
5.	RESULTADOS POR OBJETIVOS ESPECÍFICOS	50
5.1.	Objetivo 1: Investigar y Analizar las Mejores Prácticas en Comunicación de la Gestión de Calidad en Entornos Similares.....	50

5.2. Objetivo 2. Desarrollar Una Propuesta De Una Estrategia De Comunicación Que Resalte De Manera Clara Y Convincente El Impacto De La Gestión De Calidad En Los Procesos Institucionales.....	64
5.2.1. Objetivos de la Estrategia.....	65
5.2.2. Estrategias y Recomendaciones Clave.....	66
5.2.2.1. Mejorar los Canales de Comunicación Interna	66
5.2.2.2. Aprovechar las Plataformas Digitales para la Visibilidad	67
5.2.2.3. Reforzar la Identidad Institucional y el Compromiso con Calidad	69
5.2.2.4. Participación Externa y Reconocimiento	70
5.2.3. Objetivo 3. Establecer mecanismos de seguimiento y evaluación para medir el impacto continuo de la estrategia de comunicación en la percepción y el reconocimiento del Área de Gestión de la Calidad en la Universidad.	70
5.2.3.1. Mecanismos de Evaluación y Seguimiento Propuestos	74
5.3. Discusión.....	78
6. CONCLUSIONES.....	80
REFERENCIAS	83

Lista de tablas

Tabla 1. Análisis Detallado de Documentos y Temas Principales (Fuente propia) 39

Tabla 2. Tabla Frecuencia de Palabras 58

Lista de imágenes

<i>Imagen 1. Captura 1 Software Atlas.ti.....</i>	<i>52</i>
<i>Imagen 2. Captura 2 Software Atlas.ti.....</i>	<i>53</i>
<i>Imagen 3. Captura 3 Software Atlas.ti.....</i>	<i>53</i>
<i>Imagen 4. Captura 4 Software Atlas.ti.....</i>	<i>54</i>
<i>Imagen 5. Captura 5 Software Atlas.ti.....</i>	<i>54</i>
<i>Imagen 6. Captura 6 Software Atlas.ti.....</i>	<i>55</i>
<i>Imagen 7. Captura 7 Software Atlas.ti.....</i>	<i>56</i>
<i>Imagen 8. Captura 8 Software Atlas.ti.....</i>	<i>56</i>
<i>Imagen 9. Captura 9 Software Atlas.ti.....</i>	<i>57</i>

Resumen

La presente investigación aborda la falta de una estrategia de comunicación efectiva que visibilice el impacto del Área de Gestión de la Calidad en una Universidad de Educación Superior Pública. La ausencia de una adecuada comunicación de los logros y esfuerzos de esta área puede afectar el reconocimiento institucional y el apoyo de las partes interesadas, lo que, a su vez, puede repercutir negativamente en la eficiencia y la competitividad de la Universidad. Para resolver este problema, se diseñó una estrategia de comunicación enfocada en mejorar la visibilidad de la gestión de calidad, tomando como base un análisis documental de mejores prácticas en instituciones de educación superior a nivel nacional e internacional.

Se empleó una metodología cualitativa, con un enfoque exploratorio y un análisis de documentos institucionales. A partir de la revisión de estrategias comunicacionales y normativas aplicadas en universidades públicas similares, se identificaron las tácticas más efectivas para ser adaptadas al contexto de una Universidad de Educación Superior Pública.

Los resultados muestran que la implementación de una estrategia de comunicación clara y bien estructurada no solo mejora la percepción de la gestión de calidad, sino que también fortalece el respaldo institucional hacia esta área. Asimismo, la investigación destaca la importancia de la transparencia y la rendición de cuentas como factores clave para fomentar una cultura organizacional orientada hacia la mejora continua.

En conclusión, la propuesta desarrollada contribuirá a visibilizar el impacto de la gestión de calidad en una Universidad de Educación Superior Pública, generando beneficios tanto en la eficiencia institucional como en la percepción de las partes interesadas.

Palabras clave: gestión de calidad, comunicación institucional, educación superior, Universidad de Educación Superior Pública, procesos institucionales.

Introducción

La Universidad de Educación Superior Pública se ha destacado como una de las principales instituciones de educación superior en Colombia, reconocida por su excelencia académica, sus contribuciones a la investigación y su impacto en el desarrollo socioeconómico regional y nacional. Dentro de este contexto, la Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional juega un papel fundamental al liderar la planificación estratégica y la proyección institucional de la universidad. Asimismo, el Área de Gestión de la Calidad, adscrita a esta oficina, es responsable de supervisar y mejorar los procesos institucionales, garantizando su eficiencia y efectividad para satisfacer a todas las partes interesadas (Universidad del Valle, 2022).

No obstante, a pesar de los esfuerzos en mejorar los procesos institucionales, la falta de una estrategia de comunicación efectiva ha impedido que tanto la comunidad interna como externa reconozca adecuadamente el valor y el impacto de las actividades de esta área. Según Lazzati (2014), una comunicación institucional bien estructurada es esencial para asegurar el reconocimiento de los logros internos, lo que a su vez facilita la asignación de recursos y el apoyo a nivel organizacional.

Para abordar este problema, es esencial diseñar una estrategia de comunicación que destaque el impacto positivo de la gestión de calidad en los procesos institucionales. Esto requiere un análisis detallado de la cultura organizacional (Díaz, 2021), así como la exploración de mejores prácticas en comunicación de la gestión de calidad en entornos similares (Restrepo Carvajal & Ramos Sierra, 2020).

En este sentido, se plantea la necesidad de desarrollar una estrategia de comunicación que visibilice de manera clara y convincente el impacto de la gestión de calidad en los procesos

institucionales de la Universidad de Educación Superior Pública. Esta estrategia debe estar orientada a mejorar la percepción y el reconocimiento del Área de Gestión de la Calidad, promoviendo la participación y el compromiso de todas las partes interesadas en la mejora continua de los procesos.

El presente trabajo está estructurado en seis capítulos. En el Capítulo 1, se plantea el problema de investigación, que aborda la falta de visibilidad de la gestión de calidad en la universidad. El Capítulo 2 presenta el marco de referencia, en el que se incluyen los antecedentes, el marco teórico y el marco normativo que sustentan la investigación. En el Capítulo 3, se detalla la metodología empleada, con un enfoque cualitativo basado en el análisis documental. El Capítulo 4 desarrolla la hipótesis de la investigación. En el Capítulo 5, se presentan los resultados obtenidos, y finalmente, en el Capítulo 6, se exponen las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

En las instituciones de educación superior, la gestión de la calidad es un pilar fundamental para garantizar la eficiencia y efectividad de los procesos académicos y administrativos. A nivel internacional, se ha demostrado que una adecuada gestión de calidad contribuye significativamente a la mejora continua, la competitividad institucional y la satisfacción de las partes interesadas, como estudiantes, profesores y personal administrativo (García & García, 2019). Sin embargo, a pesar de los avances en la implementación de sistemas de calidad, muchas universidades enfrentan dificultades para comunicar de manera efectiva los resultados de su gestión de calidad, lo que repercute en un bajo reconocimiento institucional y en la falta de apoyo tanto interno como externo (Pérez & Sánchez, 2020).

En el contexto colombiano, las universidades públicas, que representan una parte importante del sistema de educación superior, también enfrentan este desafío. La falta de visibilidad de las áreas responsables de la gestión de calidad puede afectar el respaldo de la comunidad universitaria y de los organismos externos, limitando los recursos y la capacidad de ejecución de las estrategias de mejora institucional (González & Martínez, 2018). En este sentido, es esencial que las universidades diseñen y ejecuten estrategias de comunicación efectivas que resalten los logros y avances en la gestión de calidad, y que involucren activamente a todas las partes interesadas en estos procesos.

Particularmente, la Universidad de Educación Superior Pública es una institución de educación superior líder en la región, reconocida por su compromiso con la excelencia académica, la investigación de vanguardia y la contribución al desarrollo socioeconómico de la

región y el país. Por otra parte, la Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional “es un órgano consultivo de carácter técnico adscrito a la Rectoría de la Universidad, encargado de liderar la planeación y proyección institucional, orientar y coordinar los planes, programas y proyectos de acuerdo con las prioridades que definen su desarrollo y la mejor utilización de sus recursos, para el logro de una ventaja competitiva sostenible en el largo plazo. Así mismo es responsable de sentar las bases para la evaluación y el control de la gestión en el marco de una cultura de calidad total y mejoramiento continuo de procesos” Acuerdo 018 de junio 11 de 2015.

En este contexto, el Área de Gestión de la Calidad adscrita a la Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional tiene la responsabilidad de supervisar y mejorar los procesos institucionales, asegurando su alineación con los objetivos estratégicos de la universidad. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos realizados, la falta de una estrategia de comunicación clara ha impedido que tanto la comunidad universitaria como los actores externos valoren plenamente el impacto positivo que esta área tiene sobre la optimización de los procesos institucionales. Esto se traduce en una baja visibilidad de las acciones de mejora continua, lo que puede generar una percepción limitada del valor agregado que la gestión de calidad aporta a la universidad (Universidad del Valle, 2022).

La falta de visibilidad puede ser perjudicial para la universidad, ya que puede afectar el apoyo, los recursos y el reconocimiento. Esto, a su vez, puede dificultar el progreso y la eficacia general en el cumplimiento de los objetivos institucionales. Por lo tanto, es necesario implementar una estrategia de comunicación efectiva que resalte de manera clara y convincente cómo el impacto de la gestión de calidad contribuye a mejorar continuamente los procesos en la Universidad de Educación Superior Pública.

El problema de investigación se centra en identificar y proponer una estrategia de comunicación que permita visibilizar el impacto de la gestión de calidad en la adecuada ejecución de los procesos. Esta estrategia deberá ser lo suficientemente sólida como para involucrar a todas las partes interesadas relevantes, tanto internas como externas, y transmitir de manera efectiva el valor agregado que aporta esta área para alcanzar los objetivos institucionales.

Para abordar este problema de investigación, se requerirá una investigación exhaustiva que comprenda un análisis detallado de la cultura organizacional de la Universidad de Educación Superior Pública, así como también un estudio de las mejores prácticas en comunicación de la gestión de calidad en entornos similares. Además, será necesario desarrollar una estrategia piloto de comunicación como propuesta.

1.2. La pregunta de investigación

¿Cómo una estrategia de comunicación puede mejorar la efectividad con la que se transmite el impacto de la gestión de calidad a los procesos institucionales en la Universidad de Educación Superior Pública?

1.3. Los objetivos de investigación

1.3.1. Objetivo general

Diseñar una estrategia de comunicación efectiva que visibilice el impacto positivo del Área de Gestión de la Calidad en los procesos institucionales de la Universidad de Educación Superior Pública, con el fin de mejorar el reconocimiento y el apoyo tanto interno como externo.

1.3.2. Objetivos específicos

- Investigar y analizar las mejores prácticas en comunicación de la gestión de calidad en entornos similares al de la Universidad de Educación Superior Pública.
- Desarrollar una propuesta de una estrategia de comunicación que resalte de manera clara y convincente el impacto de la gestión de calidad en los procesos institucionales.
- Establecer mecanismos de seguimiento y evaluación para medir el impacto continuo de la estrategia de comunicación en la percepción y el reconocimiento del Área de Gestión de la Calidad en la Universidad.

1.4. Justificación de la investigación

La justificación del proyecto se respalda mediante evidencia académica que resalta la importancia de una estrategia de comunicación efectiva para visibilizar el impacto de la gestión de calidad en una institución educativa. La gestión de la calidad en las instituciones de educación superior es fundamental para garantizar la eficiencia y efectividad de los procesos académicos, administrativos y de servicios, lo que repercute en la competitividad institucional y la satisfacción de sus partes interesadas. En este contexto, una adecuada comunicación sobre los logros y avances en gestión de calidad es clave para visibilizar el impacto de estos esfuerzos y asegurar el apoyo de la comunidad universitaria y de los actores externos (García & García, 2019).

El Área de Gestión de la Calidad de la Universidad de Educación Superior Pública, adscrita a la Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional, tiene como misión mejorar continuamente los procesos institucionales. Sin embargo, la falta de una estrategia de comunicación clara y efectiva ha limitado el reconocimiento del impacto positivo que este esfuerzo tiene en la optimización de dichos procesos. Esto no solo afecta la percepción de la comunidad universitaria sobre la importancia de la gestión de calidad, sino que también puede repercutir en la asignación de recursos y en la sostenibilidad de las iniciativas de mejora continua (Pérez & Sánchez, 2020).

Una comunicación efectiva sobre la gestión de calidad puede contribuir a fomentar una cultura organizacional orientada hacia la calidad y la mejora continua en todos los niveles de la Universidad. Al promover la transparencia y la rendición de cuentas en los procesos, se crearía un ambiente propicio para la innovación y la excelencia académica.

Los resultados de esta investigación no solo beneficiarían a la Universidad de Educación Superior Pública, sino que también podrían ser compartidos con otras instituciones educativas que enfrentan desafíos similares en la gestión de calidad. Al publicar y difundir los hallazgos y la estrategia desarrollada, se estaría contribuyendo al avance del conocimiento en el campo de la gestión educativa.

En conclusión, la implementación de una estrategia de comunicación que visibilice el impacto del Área de Gestión de la Calidad en la Universidad de Educación Superior Pública no solo es necesaria para mejorar la eficiencia y la reputación institucional, sino que también puede generar beneficios tangibles para la comunidad universitaria en su conjunto. Los resultados de esta investigación podrían servir como referencia para otras instituciones interesadas en mejorar sus prácticas de gestión de calidad.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Marco de Estado del Arte

El estado del arte de esta investigación se basa en una revisión exhaustiva de la literatura científica y de estudios recientes sobre estrategias de comunicación y gestión de la calidad en instituciones de educación superior. La ecuación de búsqueda utilizada incluyó términos como "comunicación institucional", "gestión de la calidad", "estrategias de visibilidad", y "educación superior", aplicados en bases de datos académicas como Google Scholar y Universidad de Educación Superior Pública. Se estableció una temporalidad de revisión de 7 a 10 años, a fin de garantizar que los estudios seleccionados reflejaran las tendencias y enfoques más actuales en el ámbito de la comunicación organizacional y la gestión de la calidad en el contexto universitario.

A continuación, se presentan los trabajos más relevantes que aportan al desarrollo de esta investigación:

En primer lugar, Simons, López y Martínez (2017), en su trabajo "Transparencia y rendición de cuentas en la gestión de calidad", destacan la importancia crucial de la transparencia en la comunicación de los procesos de gestión de calidad. Argumentan que una comunicación transparente no solo fortalece la confianza de las partes interesadas —como estudiantes, docentes, personal administrativo y sociedad en general—, sino que también facilita la colaboración y el compromiso de estos actores con las iniciativas de calidad de la institución. Subrayan que la rendición de cuentas debe ser un pilar fundamental en las estrategias comunicativas, permitiendo a la universidad demostrar su responsabilidad y compromiso con la excelencia educativa.

Continuando con esta línea, González y Martínez (2018), en "Casos de éxito en la implementación de estrategias de comunicación en universidades", presentan un análisis detallado de varias instituciones que han logrado visibilizar eficazmente sus áreas de gestión de calidad. A través de estudios de caso, ilustran cómo estas universidades implementaron estrategias de comunicación innovadoras y adaptadas a sus contextos específicos, logrando así mejorar significativamente su reputación institucional. Destacan iniciativas como campañas de comunicación multicanal, uso estratégico de las redes sociales y eventos participativos que involucraron a la comunidad universitaria y a las partes interesadas externas, fortaleciendo las relaciones y el reconocimiento de sus esfuerzos en calidad.

Por su parte, Hernández, Pérez y Ramírez (2018), en su estudio "Estrategias de comunicación interna y externa para promover una cultura organizacional orientada hacia la calidad en la educación superior", enfatizan la importancia de una comunicación interna efectiva para el éxito de las iniciativas de gestión de calidad. Señalan que involucrar a todos los miembros de la institución —desde el personal administrativo hasta el cuerpo docente y los estudiantes— es esencial para construir una cultura de calidad sólida y sostenible. Además, destacan que la coherencia y claridad en los mensajes transmitidos externamente son fundamentales para proyectar una imagen institucional alineada con los valores y objetivos de calidad, lo que a su vez refuerza la confianza y el compromiso de la sociedad con la universidad.

En esta misma línea, Lozano (2019), en su investigación "La comunicación efectiva en las organizaciones educativas: Influencia en la percepción institucional", explora cómo una comunicación estratégica y bien gestionada puede transformar positivamente la percepción que la comunidad universitaria y el público en general tienen de las áreas administrativas, incluyendo la gestión de calidad. Lozano subraya que utilizar canales adecuados y mensajes claros que

resalten el impacto y los beneficios de las iniciativas de calidad es clave para lograr un mayor reconocimiento y apoyo. Además, destaca que una comunicación efectiva contribuye a fortalecer el sentido de pertenencia y compromiso de los miembros de la institución.

Asimismo, García y García (2019), en "La gestión de calidad en la educación superior: un enfoque estratégico", ofrecen una visión integral de cómo la implementación de sistemas de gestión de calidad puede mejorar significativamente la eficiencia institucional y la satisfacción de los usuarios, es decir, los estudiantes. Analizan diferentes modelos y enfoques estratégicos que permiten a las universidades no solo cumplir con estándares de calidad, sino también comunicar eficazmente sus logros y avances en esta materia. Destacan que una gestión de calidad exitosa debe ir acompañada de estrategias de comunicación que difundan estos logros, fortaleciendo así la competitividad y posicionamiento de la institución en el ámbito educativo.

Avanzando hacia las tendencias actuales, Pérez y Sánchez (2020), en "Comunicación institucional en el ámbito universitario: estrategias y desafíos", analizan los retos que enfrentan las universidades en la gestión de su imagen y reputación en un entorno cada vez más digital y competitivo. Señalan que una estrategia de comunicación bien planificada puede influir positivamente en la percepción y reconocimiento de las áreas y procesos institucionales, incluyendo la gestión de calidad. Abordan además desafíos como la saturación informativa, la necesidad de adaptación a nuevas plataformas digitales y la importancia de mantener mensajes coherentes y alineados con la identidad institucional.

Por otro lado, Restrepo Carvajal y Ramos Sierra (2020), en su trabajo "La presencia de un modelo de gobernanza en la gestión estratégica de proyectos", exploran cómo las estrategias de comunicación son fundamentales en la gestión de calidad de los proyectos institucionales. Su

investigación se centra en la gobernanza como un marco que permite estructurar de manera eficaz las estrategias de comunicación, asegurando que los proyectos de calidad sean comprendidos, apoyados y valorados por todos los actores involucrados. Destacan que una buena gobernanza facilita la transparencia, la rendición de cuentas y la participación activa de la comunidad universitaria.

Ampliando el panorama, Barnett (2018), en "The Coming of the Ecological Learner", propone una transformación de las universidades hacia la formación de "aprendices ecológicos", capaces de navegar y adaptarse en múltiples ecosistemas de conocimiento y aprendizaje. Aunque su enfoque es más amplio y filosófico, resalta la importancia de adaptar las estrategias de comunicación para abordar las complejidades y desafíos de la educación superior moderna. Barnett enfatiza que una comunicación efectiva es esencial para integrar los diversos contextos y ecosistemas en los que operan las instituciones educativas, promoviendo así una gestión de calidad más holística y contextualizada.

En el contexto de la innovación educativa, Kalman (2019), en "Innovación universitaria: Notas sobre lo académico, lo escrito y el giro digital", analiza el impacto de las tecnologías digitales en las prácticas comunicativas de las instituciones educativas. Subraya la necesidad de transformar estas prácticas para mejorar la percepción institucional y fomentar un aprendizaje más colaborativo y centrado en el estudiante. Kalman argumenta que la adopción de herramientas digitales en la comunicación institucional puede potenciar la visibilidad de las iniciativas de calidad y facilitar una mayor interacción y participación de la comunidad universitaria.

Del mismo modo, Cebrián (2020), en "Tecnologías emergentes para la formación del conocimiento científico y la evaluación de su aprendizaje", explora cómo las herramientas tecnológicas pueden ser utilizadas para mejorar la gestión de la calidad educativa. Destaca que la implementación de estrategias de comunicación apoyadas en tecnologías emergentes, como plataformas digitales y aplicaciones interactivas, puede fortalecer la visibilidad y comprensión de las iniciativas de calidad. Cebrián enfatiza que estas tecnologías no solo facilitan la difusión de información, sino que también promueven una cultura de calidad más dinámica y participativa.

Finalmente, Gairín (2020), en "Gestionar la complejidad e impulsar la mejora en la universidad", aborda los desafíos que enfrentan las instituciones de educación superior en un entorno complejo y en constante cambio. Señala que una gestión eficaz de la comunicación es clave para afrontar estos retos, ya que permite coordinar esfuerzos, alinear objetivos y fomentar una cultura de mejora continua. Gairín destaca la importancia de desarrollar estrategias de comunicación que consideren tanto la comunicación interna —para fortalecer el compromiso y la colaboración entre los miembros de la institución— como la externa —para mejorar la imagen y reputación institucional ante la sociedad.

Además, Lizartza Martín y Pillado Arbide (2020), en "Mondragon Team Academy: El rol de la universidad en los ecosistemas de emprendimiento", presentan un modelo innovador donde la comunicación juega un papel fundamental en la promoción de la calidad educativa y el emprendimiento. Describen cómo la implementación de estrategias de comunicación enfocadas en el trabajo en equipo y el liderazgo ha permitido a su institución mejorar la percepción institucional y fomentar una cultura de calidad orientada al emprendimiento y la innovación.

Estos estudios, en conjunto, evidencian que una estrategia de comunicación bien diseñada y ejecutada es esencial para visibilizar los esfuerzos y logros de las áreas de gestión de calidad en las instituciones de educación superior. La comunicación efectiva no solo mejora la percepción institucional y fortalece las relaciones con las partes interesadas, sino que también impulsa una cultura organizacional orientada hacia la mejora continua y el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

La relevancia de este marco de antecedentes para la presente investigación radica en que proporciona una base sólida y actualizada para desarrollar una estrategia de comunicación que visibilice el impacto del Área de Gestión de la Calidad en la Universidad de Educación Superior Pública. Esta estrategia debe adaptarse a las características y necesidades específicas de la universidad, considerando las mejores prácticas identificadas en otras instituciones similares y las tendencias actuales en comunicación y gestión de calidad. De este modo, se busca no solo mejorar la percepción y reconocimiento de la gestión de calidad, sino también contribuir al fortalecimiento de una cultura institucional comprometida con la excelencia y la mejora continua.

2.2. Marco Teórico

El marco teórico de esta investigación se construye sobre los conceptos clave relacionados con la gestión de calidad, la comunicación institucional y su impacto en las instituciones de educación superior. Estos conceptos proporcionan el sustento teórico necesario para desarrollar una estrategia de comunicación que visibilice el impacto del Área de Gestión de la Calidad en la Universidad de Educación Superior Pública. A continuación, se definen los principales conceptos utilizados en este estudio:

Gestión de calidad en la educación superior

La gestión de calidad en las instituciones de educación superior se refiere al conjunto de prácticas, procedimientos y políticas implementadas para garantizar la mejora continua en los procesos académicos, administrativos y de servicios (García & García, 2019). Este enfoque busca asegurar que las universidades cumplan con los estándares de calidad exigidos por los entes reguladores, al tiempo que incrementa la satisfacción de las partes interesadas (estudiantes, profesores, personal administrativo). Según Lozano (2019), una gestión de calidad eficaz no solo optimiza los recursos institucionales, sino que también contribuye a mejorar la reputación y competitividad de la institución en el ámbito educativo.

Comunicación institucional

La comunicación institucional se define como el conjunto de estrategias y acciones encaminadas a difundir los valores, logros y actividades de una organización a sus diferentes públicos, tanto internos como externos (Pérez & Sánchez, 2020). En el contexto universitario, la comunicación institucional tiene un papel esencial en la construcción de una imagen corporativa sólida, así como en el fortalecimiento de las relaciones con la comunidad universitaria y la sociedad en general. Según Lazzati (2014), una comunicación clara y coherente sobre los logros institucionales es fundamental para generar apoyo y confianza entre las partes interesadas.

Estrategias de visibilidad

Las estrategias de visibilidad hacen referencia a las tácticas diseñadas para aumentar el reconocimiento y la percepción positiva de una organización, tanto dentro como fuera de la institución (González & Martínez, 2018). En el contexto de la gestión de calidad, estas

estrategias son fundamentales para asegurar que los avances y logros alcanzados en la mejora de los procesos sean percibidos y valorados adecuadamente por la comunidad universitaria y los actores externos. Lozano (2019) sugiere que las estrategias de visibilidad deben ser integrales, abarcando desde la divulgación de información hasta la participación activa de los stakeholders en las iniciativas de calidad.

Cultura organizacional orientada hacia la calidad

La cultura organizacional se refiere al conjunto de valores, creencias, normas y comportamientos que caracterizan a una organización (Díaz, 2021). En una institución de educación superior, una cultura organizacional orientada hacia la calidad es aquella que promueve la mejora continua y la eficiencia en todos los niveles de la institución. Hernández et al. (2018) destacan que la comunicación interna y externa juega un papel crucial en el fortalecimiento de esta cultura, ya que una comunicación efectiva sobre los esfuerzos en gestión de calidad fomenta la participación activa de todos los miembros de la comunidad universitaria y refuerza su compromiso con los objetivos institucionales.

Transparencia y rendición de cuentas en la gestión de calidad

Simons et al. (2017) señalan que la transparencia y la rendición de cuentas son componentes esenciales de una gestión de calidad efectiva. La transparencia implica que los procesos, decisiones y resultados de la gestión de calidad sean accesibles y comprensibles para todas las partes interesadas, lo que fomenta la confianza y el apoyo hacia las iniciativas de mejora continua. La rendición de cuentas, por su parte, se refiere a la obligación de los gestores de calidad de informar y justificar sus acciones y decisiones. Según Simons et al. (2017), una comunicación transparente sobre los avances y logros en la gestión de calidad no solo fortalece

la confianza institucional, sino que también promueve una mayor colaboración y participación de los diferentes actores.

Mejores prácticas en la comunicación de la gestión de calidad

Restrepo Carvajal y Ramos Sierra (2020) sugieren que las mejores prácticas en la comunicación de la gestión de calidad incluyen la implementación de canales de comunicación claros, accesibles y consistentes, así como la difusión oportuna de información relevante. Estos autores destacan que las universidades que han implementado con éxito estrategias de comunicación en la gestión de calidad han logrado mejorar su imagen institucional y han recibido un mayor respaldo de las partes interesadas. Además, proponen que la adaptación de estas mejores prácticas al contexto particular de cada institución es fundamental para garantizar su efectividad.

2.3. Marco normativo

El marco legal de la presente investigación se sustenta en las normativas nacionales e institucionales que regulan la gestión de calidad y la comunicación en las instituciones de educación superior, particularmente en Colombia y la Universidad de Educación Superior Pública. A continuación, se detallan los principales documentos normativos que enmarcan la implementación de estrategias de comunicación y gestión de calidad en estas instituciones.

Ley 30 de 1992

Esta ley es el principal marco normativo que regula la educación superior en Colombia.

Establece las directrices para la creación, organización y funcionamiento de las instituciones de educación superior en el país. En su artículo 5, se resalta la importancia de la autonomía

universitaria, lo que permite a las universidades diseñar y ejecutar políticas y procedimientos que promuevan la calidad en sus procesos. Asimismo, esta ley promueve la autoevaluación y la mejora continua como elementos fundamentales para asegurar la calidad de la educación superior en Colombia (Congreso de Colombia, 1992).

Ley 87 de 1993 - Estatuto Anticorrupción

Esta ley establece la obligatoriedad de implementar sistemas de control interno en todas las entidades públicas, incluidas las universidades públicas colombianas, con el fin de asegurar la eficiencia, transparencia y mejora continua de sus procesos. Dentro de este marco, la gestión de calidad en las universidades debe incluir mecanismos de control que promuevan la rendición de cuentas y la transparencia en todas sus acciones. En este contexto, la comunicación institucional adquiere un papel crucial para informar a las partes interesadas sobre los avances en la gestión de calidad y asegurar que la comunidad universitaria y otros actores externos puedan participar en estos procesos (Congreso de Colombia, 1993).

Acuerdo No. 003 del 2003 del Consejo Superior de la Universidad del Valle

Este acuerdo establece los lineamientos generales para la comunicación institucional en la Universidad de Educación Superior Pública. En él, se define la política de comunicación de la universidad, que tiene como objetivo fortalecer los procesos académicos, administrativos y de proyección social a través de una estrategia comunicativa eficiente. Además, se destacan principios fundamentales como la transparencia, la defensa de lo público y el fomento del diálogo interno y externo, los cuales guían la implementación de cualquier estrategia de comunicación en la universidad. Este acuerdo es clave para el desarrollo de una estrategia de comunicación efectiva que visibilice el impacto del Área de Gestión de la Calidad (Universidad del Valle, 2003).

Acuerdo No. 018 del 2015 del Consejo Superior de la Universidad del Valle

Este acuerdo reorganiza la Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional y establece su responsabilidad en la supervisión y mejora continua de los procesos institucionales. Dentro de esta oficina, el Área de Gestión de la Calidad tiene como función principal garantizar la implementación de un sistema de calidad que contribuya al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la universidad. Este marco normativo refuerza la importancia de la calidad en todos los procesos institucionales y señala la necesidad de contar con una estrategia de comunicación que asegure que los esfuerzos en esta área sean reconocidos y valorados (Universidad del Valle, 2015).

Norma Técnica Colombiana NTC-ISO 9001:2015

La NTC-ISO 9001:2015 es una norma internacional que especifica los requisitos para un sistema de gestión de calidad eficaz. Aunque no es de carácter obligatorio, muchas universidades en Colombia, incluida la Universidad del Valle, la adoptan como un estándar para garantizar la mejora continua en sus procesos. Esta norma establece la importancia de la comunicación efectiva como un componente esencial para el éxito de la gestión de calidad, ya que permite a las partes interesadas entender el impacto y los beneficios de los sistemas de calidad implementados. La implementación de esta norma en la Universidad de Educación Superior Pública refuerza la necesidad de desarrollar estrategias de comunicación que permitan visibilizar los logros y avances en la gestión de calidad (Norma Técnica Colombiana, 2015).

Decreto 1075 de 2015 - Decreto Único Reglamentario del Sector Educación

Este decreto regula aspectos fundamentales de la educación superior en Colombia, incluyendo la evaluación y acreditación de programas académicos e instituciones. El decreto refuerza la importancia de la autoevaluación y mejora continua como criterios esenciales para asegurar la

calidad en la educación superior. En el marco de este decreto, la comunicación de los logros y avances en la gestión de calidad se convierte en un componente esencial para promover la rendición de cuentas y la transparencia en las universidades (Presidente de la Republica Colombiana, 2015).

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque y alcance de la investigación

El proyecto de investigación adoptará un enfoque cualitativo, ya que busca explorar en profundidad la percepción y el impacto de la gestión de calidad dentro de la Universidad de Educación Superior Pública, así como identificar y desarrollar una estrategia de comunicación efectiva. Según Hernández, Fernández y Baptista (2016), el enfoque cualitativo es adecuado cuando se pretende comprender fenómenos complejos desde una perspectiva holística y contextual. Este enfoque se centra en la comprensión de las experiencias, percepciones y prácticas de los participantes, lo que permitirá una exploración detallada y rica de los procesos de comunicación y su influencia en la percepción institucional. La investigación se basará en la recopilación de datos cualitativos mediante técnicas de análisis documental, con el fin de obtener una visión profunda sobre la gestión de calidad y sus necesidades comunicativas. La característica principal de este enfoque es su capacidad para captar la complejidad y el contexto específico de la Universidad de Educación Superior Pública, lo que facilitará el diseño de una estrategia de comunicación adaptada a sus necesidades y particularidades. Además, permitirá una evaluación continua y una adaptación dinámica de la estrategia propuesta, en función de los hallazgos emergentes durante el proceso investigativo.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Definición de la población

La población objeto de estudio en esta investigación está constituida por las 32 universidades públicas en Colombia, que representan el 40% de las universidades oficiales en el país. Estas universidades públicas están distribuidas en diversas regiones y contextos, lo que proporciona una muestra representativa de las instituciones de educación superior en el sector público colombiano. La elección de esta población responde a la necesidad de analizar cómo la gestión de calidad es comunicada y percibida en un entorno institucional similar al de la Universidad de Educación Superior Pública, permitiendo una comparación y adaptación relevante de la estrategia de comunicación propuesta. El enfoque cualitativo de la investigación se centrará en la recopilación de datos a través de técnicas de análisis documental, lo que implica la revisión de documentos institucionales, informes de gestión de calidad, políticas de comunicación, y estrategias previas en estas universidades. Esta metodología permitirá un examen exhaustivo de cómo se ha abordado la comunicación de la gestión de calidad en un contexto institucional similar y proporcionará una base sólida para el desarrollo de una estrategia adaptada a la Universidad de Educación Superior Pública. La población seleccionada ofrece un marco de referencia amplio y diverso para identificar prácticas efectivas y áreas de mejora en la comunicación institucional en el ámbito de la educación superior pública en Colombia.

3.3. Instrumento(s)

Para llevar a cabo el estudio propuesto, se emplearán una herramienta de recolección de información: el análisis documental.

Análisis Documental:

Objetivo: El objetivo del análisis documental es recopilar y examinar documentos institucionales relevantes para obtener información detallada sobre la gestión de calidad y la comunicación institucional en la Universidad de Educación Superior Pública. Esta herramienta permitirá identificar prácticas actuales, evaluar la eficacia de las políticas implementadas, y comprender cómo se comunica la gestión de calidad dentro de la institución.

Estructura: El análisis documental se estructurará en dos fases principales:

Revisión de Documentos: Se revisarán y recopilarán documentos clave, incluyendo:

- Planes estratégicos de la Universidad de Educación Superior Pública.
- Informes de gestión de calidad.
- Políticas institucionales relacionadas con la calidad y comunicación.
- Comunicados oficiales y otros documentos relevantes.

Análisis y Clasificación: Los documentos serán analizados y clasificados según su contenido temático y relevancia para el estudio.

Categorías:

- Gestión de Calidad: Documentos que detallen los procesos, prácticas y estándares de gestión de calidad implementados.
- Comunicación Institucional: Políticas, estrategias y prácticas comunicativas relacionadas con la gestión de calidad y la comunicación interna y externa.

- Políticas y Normativas: Documentos que establezcan directrices y normativas institucionales para la gestión de calidad y comunicación.

Variables:

- Eficacia de las Políticas: Cómo las políticas de gestión de calidad se implementan y su impacto en la mejora de los procesos.
- Coherencia en la Comunicación: La consistencia y claridad en la comunicación sobre la gestión de calidad, tanto en términos de contenido como de formato.
- Reconocimiento y Visibilidad: La forma en que se reconoce y visibiliza la gestión de calidad en los documentos revisados.

Formato:

El análisis documental se llevará a cabo utilizando tanto documentos físicos como digitales. Los documentos físicos serán revisados en los archivos institucionales, mientras que los documentos digitales serán accesibles a través de repositorios electrónicos y sistemas de gestión documental de la universidad. Se empleará un formato mixto para asegurar una cobertura completa y exhaustiva de la información disponible. El análisis se documentará utilizando herramientas digitales para facilitar la clasificación, codificación y análisis de los datos recopilados.

3.3.1. Métodos y Herramientas de Análisis

En este apartado se describirán los enfoques y las técnicas que se emplearán para analizar los datos cualitativos recopilados a lo largo de la investigación. Dado que el estudio se basa en

un enfoque cualitativo, se utilizará el análisis documental como método principal, lo que permitirá examinar en profundidad los documentos institucionales relevantes para identificar patrones, tendencias y relaciones clave en la gestión de calidad y la comunicación institucional. Este análisis buscará interpretar el contenido de manera crítica, proporcionando una visión detallada sobre cómo las políticas y estrategias de comunicación han sido implementadas y percibidas en la Universidad de Educación Superior Pública. Las herramientas utilizadas estarán orientadas a facilitar la organización, categorización y evaluación de la información recolectada, con el fin de obtener conclusiones válidas y fundamentadas.

Análisis de Contenido de Documentos:

Método: Se realizará un análisis de contenido de los documentos recopilados durante el análisis documental. Este método implica la identificación y categorización de temas, patrones y tendencias dentro de los documentos para extraer conclusiones significativas.

Herramientas: Se utilizarán técnicas de análisis cualitativo como la codificación abierta y axial para examinar y organizar la información contenida en los documentos. Además, se emplearán herramientas de software cualitativo como Atlas.ti para facilitar el proceso de análisis y la identificación de patrones temáticos.

3.4. Descripción de procedimientos

El análisis documental en esta investigación tiene como objetivo recopilar información clave sobre la gestión de calidad y la comunicación institucional en la Universidad de Educación Superior Pública, a través de documentos oficiales, políticas, informes y otros recursos

relevantes. A continuación, se describen las principales categorías de datos que se obtendrán, su origen, los métodos de recopilación, y el proceso de preparación y limpieza de los datos para garantizar su relevancia y precisión.

3.4.1. Gestión de Calidad

Origen: Los datos sobre la gestión de calidad provendrán de documentos institucionales como:

- Planes estratégicos de la universidad.
- Informes de gestión emitidos por el Área de Gestión de la Calidad.
- Políticas de aseguramiento de la calidad.
- Auditorías internas y externas.

Recopilación: La información se obtuvo a partir de la revisión exhaustiva de documentos físicos y digitales disponibles en los archivos institucionales, bases de datos de la universidad, y plataformas administrativas internas. Se buscaron elementos clave que describan los procedimientos, políticas, estándares de calidad implementados, y resultados alcanzados en el área de gestión de calidad.

Preparación y limpieza: Se llevó a cabo un proceso de filtrado para eliminar duplicados y versiones anteriores de los documentos. Se aseguró que la información está actualizada y que las métricas y resultados reflejan la realidad actual de la universidad. En caso de información fragmentada, se consolidarán los datos para proporcionar una visión clara y coherente.

3.4.2. Comunicación Institucional

Origen: Los datos relacionados con la comunicación institucional se derivarán de:

- Comunicados oficiales emitidos por la universidad.
- Boletines informativos internos y externos.
- Estrategias de divulgación y material promocional.
- Redes sociales y plataformas de comunicación interna.

Recopilación: Los datos se obtuvieron a través del análisis de publicaciones institucionales, tanto físicas como digitales, y de la revisión de comunicados en los medios oficiales de la universidad, como el sitio web institucional y plataformas digitales (intranet, redes sociales). Se hizo énfasis en cómo la universidad comunica sus iniciativas de gestión de calidad y la percepción que se genera en la comunidad universitaria.

Preparación y limpieza: Se seleccionó los documentos más recientes y se descartaron aquellos que no tienen relevancia directa con la comunicación de los procesos de calidad. La información redundante o contradictoria se filtró, y los datos se organizan cronológicamente para realizar un análisis más coherente de la evolución de la estrategia de comunicación.

3.4.3. Normativas y Políticas Institucionales

Origen: Los documentos normativos incluyen:

- Políticas y reglamentos institucionales relacionados con la gestión de calidad.
- El Acuerdo No. 003 del Consejo Superior de la Universidad, entre otras directrices relevantes.

Recopilación: Se llevó a cabo una revisión detallada de las normativas vigentes en la Universidad de Educación Superior Pública para identificar las pautas y lineamientos que rigen tanto la gestión de calidad como las estrategias de comunicación institucional. Estos documentos se consultaron a través de los archivos institucionales y las bases normativas de la universidad.

Preparación y limpieza: Se verificó la vigencia de los documentos y su coherencia con las prácticas actuales. Aquellas normativas que no estén en uso o hayan sido reemplazadas por versiones actualizadas serán eliminadas. Se realizará una categorización por temáticas clave para facilitar el análisis.

3.4.4. Visibilidad y Alcance de la Gestión de la Calidad

Origen: Publicaciones académicas, estudios previos sobre la visibilidad de áreas de gestión de calidad en instituciones de educación superior, y ejemplos de mejores prácticas en otras universidades públicas.

Recopilación: Se revisaron investigaciones publicadas y artículos académicos que tratan sobre la visibilidad del área de gestión de calidad en instituciones similares. Se compararon estos ejemplos con los hallazgos documentales en la Universidad de Educación Superior Pública para identificar patrones y oportunidades de mejora.

Preparación y limpieza: Se validó la pertinencia de los estudios seleccionados en relación con el contexto de la Universidad de Educación Superior Pública, descartando aquellos casos de estudio que no se alinean con la realidad institucional.

3.4.5. Innovaciones en Estrategias de Comunicación

Origen: Proyectos innovadores y estudios sobre nuevas tendencias de comunicación en instituciones educativas.

Recopilación: Los datos sobre innovaciones en comunicación institucional se recopilaron de publicaciones recientes sobre estrategias de comunicación en universidades. Se exploraron documentos que detallan enfoques innovadores para mejorar la comunicación de la gestión de calidad y su impacto.

Preparación y limpieza: Se seleccionó documentos que son aplicables al contexto institucional de la Universidad de Educación Superior Pública, garantizando que las estrategias propuestas se puedan adaptar a la realidad institucional y al marco normativo vigente.

3.4.6. Proceso General de Limpieza

Selección: Se seleccionaron los documentos más relevantes, actuales y específicos para los temas de gestión de calidad y comunicación institucional.

Eliminación: Se eliminaron documentos obsoletos, duplicados o aquellos que no aportaron información significativa para la investigación.

Organización: Los documentos se clasificaron en categorías temáticas para facilitar el análisis comparativo y la identificación de patrones relevantes.

Validación: Se llevó a cabo una triangulación de fuentes para garantizar que los datos recopilados sean consistentes y reflejen con precisión la situación actual de la universidad.

Este proceso garantizo que los datos obtenidos sean completos, relevantes y confiables, proporcionando una base sólida para el análisis en profundidad de las estrategias de comunicación y la gestión de calidad en la Universidad de Educación Superior Pública.

A continuación, se anexa la tabla de datos sintetizada de los documentos seleccionados:

ANÁLISIS DETALLADO DE DOCUMENTOS Y TEMAS PRINCIPALES				
No.	Nombre del Documento	Autores y Fecha	Síntesis del Documento	Temas Principales
1	Acuerdo No. 003 Univalle	Consejo Superior Univalle (2010)	Define las políticas y estrategias de comunicación institucional de la Universidad de Educación Superior Pública, orientadas al fortalecimiento de la misión y la proyección social.	Políticas comunicacionales, gestión institucional, proyección social.
2	Estrategias de Comunicación para la Implementación y Difusión de Políticas	Silvia Ordóñez (2012)	Analiza cómo las universidades en Quito utilizan estrategias de comunicación para difundir políticas de responsabilidad social. Provee recomendaciones para fortalecer la comunicación interna y externa en este contexto.	Responsabilidad social, estrategias comunicativas, políticas institucionales.
3	Estrategias de Comunicación Organizacional Caso Universidad Francisco De Paula Santander	Carvajalino y Guevara (2013)	Analiza las estrategias comunicacionales de la Universidad Francisco de Paula Santander para mejorar la visibilidad institucional y fortalecer el vínculo con su comunidad. Identifica canales internos y externos como fundamentales para el posicionamiento institucional.	Estrategias de comunicación, visibilidad institucional, comunicación interna y externa.
4	Estrategias de Comunicación para la Implementación y Difusión de Políticas de RSU	Ordóñez (2013)	Estudia las estrategias de comunicación empleadas en universidades de Quito para difundir políticas de Responsabilidad Social Universitaria (RSU). Resalta el uso de campañas internas y la alineación con los valores institucionales.	Comunicación estratégica, RSU, alineación institucional.
5	Caracterización de la Cultura Organizacional de Univalle	Andrea Mosquera Guerrero (2014)	Explora la cultura organizacional en la Universidad de Educación Superior Pública, enfocándose en la relación entre la certificación de calidad y el comportamiento del personal. Propone la integración de la cultura organizacional con los procesos de calidad.	Cultura organizacional, certificación de calidad, cambio institucional.
6	Comunicación Interna en el Entorno Digital de la Universidad de Ibagué	Espinosa Osorio (2014)	Evalúa cómo las herramientas digitales mejoran la comunicación interna y fomentan la participación de los actores institucionales. Resalta la importancia de redes sociales e intranet en la difusión de información.	Comunicación interna, TIC, redes sociales, participación.

7	Estudio Comparativo de la Gestión de la Comunicación Interna en Universidades Públicas	Aristizábal Valencia (2015)	Compara prácticas de comunicación interna en universidades públicas acreditadas. Destaca la importancia de la coherencia comunicativa y la participación activa en los procesos de calidad.	Comunicación interna, acreditación, calidad educativa.
8	Gestión de la Comunicación en Universidades Públicas Españolas	Simancas-González y García-López (2017)	Analiza cómo la comunicación estratégica influye en la gestión universitaria en España. Propone que la integración de canales internos y externos es fundamental para la visibilidad institucional.	Comunicación institucional, gestión universitaria, estrategias integradas.
9	Cultura Organizacional en los Trabajadores Administrativos de la Fundación Universidad de Educación Superior Pública Sede Pacífico	Julián Cardona y Ledesma (2017)	Evalúa la cultura organizacional entre los trabajadores administrativos, subrayando la importancia del sentido de pertenencia y la motivación en los procesos de calidad.	Cultura organizacional, motivación, compromiso institucional.
10	Cultura Organizacional: Una Puesta al Día	Sebastián Gabini (2017)	Revisa las teorías actuales sobre cultura organizacional, destacando la importancia de la coherencia entre comunicación y cultura para alcanzar los objetivos institucionales.	Cultura organizacional, alineación estratégica, comportamiento institucional.
11	La Gestión de la Comunicación Interna y el Clima Organizacional en el Sector Público	Héctor Charry Condor (2018)	Estudia cómo la comunicación interna impacta el clima organizacional en el sector público. Resalta la bidireccionalidad y la transparencia como factores clave para el éxito institucional.	Comunicación interna, clima organizacional, sector público.
12	Análisis de Estrategias de Marketing Relacional en Educación Superior	Gómez-Bayona et al. (2020)	Evalúa el marketing relacional en universidades de Colombia y España, mostrando cómo este enfoque fortalece la comunicación interna y el compromiso con la calidad institucional.	Marketing relacional, comunicación interna, compromiso institucional.
13	Metodología para Evaluar la Comunicación Universitaria en Redes Sociales	Segura-Mariño (2020)	Desarrolla una metodología para evaluar la efectividad de la comunicación institucional en Facebook y Twitter. Resalta la importancia del engagement como indicador clave.	Redes sociales, comunicación institucional, engagement.
14	Estrategia de Comunicación Científica en la Web 2.0	Mayorga et al. (2021)	Propone el uso de plataformas de la Web 2.0 para mejorar la divulgación científica en universidades. Destaca el papel de las herramientas digitales en la interacción con la comunidad académica.	Comunicación científica, Web 2.0, divulgación.
15	Incidencia de la Comunicación Interna en la Identidad Institucional del Docente	Jiménez Peñarreta et al. (2021)	Examina cómo la comunicación interna fortalece la identidad institucional en docentes, fomentando la participación y la cohesión organizacional.	Comunicación interna, identidad institucional, participación.
16	Effective Communication in Higher Education	Naib Singh (2022)	Analiza los factores que determinan la comunicación efectiva en instituciones de educación superior, resaltando la importancia de la claridad, la retroalimentación y la coherencia.	Comunicación efectiva, educación superior, retroalimentación.

17	Análisis de las Estrategias Comunicacionales Enfocadas en la Divulgación Científica	Farinango Ichau (2023)	Evalúa las estrategias comunicacionales para la divulgación científica en universidades, destacando el uso de herramientas digitales para ampliar el impacto institucional.	Divulgación científica, estrategias comunicacionales, impacto institucional.
18	Tendencias que Marcan el Camino de la Comunicación Interna en Universidades de Ecuador	Mónica Abendaño (2023)	Identifica las tendencias actuales en comunicación interna en universidades ecuatorianas, resaltando la digitalización y la participación activa como elementos esenciales.	Comunicación interna, digitalización, participación.

Tabla 1. Análisis Detallado de Documentos y Temas Principales (Fuente propia)

En el desarrollo de la monografía titulada "Estrategia de comunicación que visibiliza el impacto del Área de Gestión de la Calidad en la Universidad de Educación Superior Pública", se llevó a cabo una revisión documental exhaustiva que permitió profundizar en la dinámica de la gestión de calidad y su visibilidad a través de estrategias de comunicación institucional. Este proceso se desarrolló mediante varias etapas rigurosamente diseñadas para garantizar la selección de información precisa, relevante y actualizada, con el objetivo de identificar los elementos fundamentales para optimizar la visibilidad y efectividad de los procesos de calidad institucional.

En primer lugar, se emprendió una búsqueda integral que incluyó tanto archivos físicos como bases de datos digitales de la Universidad de Educación Superior Pública. Esta búsqueda implicó la recopilación de documentos vinculados a los temas de interés, tales como planes estratégicos, informes de gestión, normativas institucionales, comunicados oficiales y estudios académicos. Cada uno de estos documentos aborda distintos aspectos de la gestión de calidad y la comunicación institucional, proporcionando una amplia perspectiva de los esfuerzos y desafíos enfrentados por la universidad en su búsqueda de excelencia académica. Esta etapa inicial produjo un volumen considerable de datos, por lo que fue necesario aplicar un proceso de

filtrado riguroso para eliminar documentos duplicados, información irrelevante y aquellos archivos que carecían de vigencia o relevancia contextual.

Posteriormente, se llevó a cabo un proceso de depuración más profundo, que consistió en la revisión y evaluación detallada de cada uno de los documentos seleccionados preliminarmente. En esta fase, se prioriza la pertinencia y actualidad de la información en relación con el contexto específico de la Universidad de Educación Superior Pública. Para ello, se aplicaron criterios estrictos para determinar qué documentos ofrecían una contribución significativa al análisis de la estrategia de comunicación y la gestión de calidad. De esta manera, se logró una selección final de 18 documentos considerados representativos de las principales fuentes de información en la temática abordada, con el potencial de proporcionar un análisis exhaustivo y fundamentado sobre la situación institucional.

Finalmente, los documentos seleccionados se clasificaron en cinco categorías temáticas principales: Gestión de Calidad, Comunicación Institucional, Normativas y Políticas Institucionales, Visibilidad y Alcance de la Gestión de la Calidad, e Innovaciones en Estrategias de Comunicación. Esta clasificación permitió una mejor organización y estructuración de la información, lo cual facilitó la integración de los hallazgos en el análisis general de la investigación. Esta categorización temática proporcionó una estructura coherente y sólida para llevar a cabo un análisis cualitativo profundo, orientado a entender las complejidades de la comunicación institucional y su efecto en la gestión de calidad.

3.4.7. Proceso de Análisis y Codificación en Atlas.ti

Cada uno de los 18 documentos seleccionados fue objeto de un análisis detallado con el fin de identificar los temas principales y patrones que pudieran contribuir al desarrollo de un

análisis cualitativo robusto y significativo. Este análisis involucró una revisión minuciosa y sistemática de cada documento, con el propósito de extraer conceptos clave, enfoques relevantes y relaciones significativas entre los diferentes aspectos tratados. Los temas identificados se codificaron utilizando el software Atlas.ti, lo cual permitirá estructurar de manera ordenada y coherente el conocimiento recopilado.

El proceso de codificación en Atlas.ti incluirá la asignación de códigos temáticos a los datos, permitiendo identificar tanto patrones comunes como variaciones en los enfoques de comunicación y gestión de calidad. Este enfoque sistemático no solo facilitará la organización eficaz de la información, sino que también proporcionará una base empírica sólida para interpretar los hallazgos en relación con el impacto de las estrategias de comunicación en la gestión de calidad. Asimismo, permitirá la generación de redes de códigos que representan las interrelaciones entre los distintos elementos, favoreciendo una comprensión holística e integral del fenómeno estudiado.

Este proceso de análisis se espera que arroje conclusiones fundamentadas sobre cómo una estrategia de comunicación bien diseñada puede potenciar la visibilidad y efectividad del área de gestión de calidad, alineándose con los objetivos institucionales de mejora continua, transparencia y compromiso con la comunidad universitaria. El enfoque propuesto permitirá identificar no solo las mejores prácticas actuales, sino también posibles áreas de mejora, proporcionando una hoja de ruta estratégica para la implementación de políticas comunicacionales que contribuyan significativamente al fortalecimiento del área de gestión de calidad y al logro de una mayor coherencia institucional.

El análisis también posibilitará la identificación de oportunidades para mejorar la participación de los actores internos de la universidad, fomentando una comunicación bidireccional y transparente que apoye la alineación de los objetivos de calidad con las expectativas de la comunidad. De esta manera, se contribuirá al desarrollo de un modelo de comunicación institucional que no solo visibilice los logros en términos de calidad, sino que también promueva una cultura organizacional de mejora continua, participación y transparencia.

3.5. Herramientas para el Análisis de la Información

Dado que el enfoque metodológico de esta investigación es cualitativo, se utilizarán herramientas especializadas para el tratamiento y análisis de datos no estructurados provenientes del análisis documental. A continuación, se describe la herramienta Atlas.ti que se va a emplear para este proyecto:

3.5.1. Atlas.ti

Atlas.ti es otra herramienta potente de análisis cualitativo de datos, enfocada en la organización, codificación, y análisis de grandes volúmenes de información no estructurada. Al igual que NVivo, está diseñado para gestionar documentos textuales, imágenes, audios, videos y otros formatos, permitiendo un análisis profundo de los datos (Atlas.ti, 2023).

Características clave:

- **Codificación flexible:** Atlas.ti permite una codificación abierta, axial y selectiva de los datos, lo que ayuda a los investigadores a construir y refinar sus categorías de análisis a lo largo del proceso de investigación (Atlas.ti, 2023).

Diseño Metodológico y Herramientas Utilizadas

Para abordar la falta de visibilidad del Área de Gestión de la Calidad en la Universidad de Educación Superior Pública, se empleó un enfoque cualitativo, con un análisis de documentos institucionales y normativas aplicadas en universidades similares. La herramienta de software Atlas.ti fue utilizada para realizar la codificación, análisis temático y visualización de relaciones entre los datos recolectados. Los datos se dividieron en categorías con base en los objetivos específicos planteados y se codificaron siguiendo un proceso de codificación abierta, axial y selectiva. La finalidad de este análisis fue extraer patrones y estrategias que permitan diseñar una propuesta efectiva de comunicación.

Métodos de Análisis Utilizados

- **Codificación Abierta:** Se comenzó con la codificación abierta, identificando conceptos y temas recurrentes dentro de los documentos revisados. Se utilizaron códigos como Mejores Prácticas Comunicación Calidad, Herramientas Comunicación Propuesta, y Evaluación Impacto Comunicacional.
- **Codificación Axial:** Posteriormente, se conectaron los diferentes conceptos emergentes, agrupándolos en categorías amplias como Estrategias Comunicación e Impacto Gestión Calidad. Esta etapa permitió identificar relaciones entre las distintas estrategias de comunicación y su impacto potencial en la visibilidad institucional.
- **Codificación Selectiva:** Finalmente, se realizó una codificación selectiva para identificar los conceptos clave y su importancia relativa.

- **Análisis de redes:** Ofrece la posibilidad de crear redes que visualizan las relaciones entre conceptos, documentos, y códigos. Estas redes son particularmente útiles para explorar la interconexión entre los diferentes aspectos de la gestión de calidad y la comunicación institucional (Atlas.ti, 2023).
- **Análisis colaborativo:** Permite a los equipos de investigación trabajar de manera colaborativa en el análisis, compartiendo proyectos y comparando los resultados de manera integrada (Atlas.ti, 2023).
- **Análisis multimedia:** Atlas.ti facilita el análisis de datos multimedia, lo cual puede ser útil si la investigación incorpora contenido audiovisual o imágenes como parte de los documentos institucionales a analizar (Atlas.ti, 2023).

Aplicación en este estudio: Atlas.ti permitirá la gestión y análisis de los documentos textuales, especialmente en lo relacionado con la codificación temática de los datos cualitativos. Sus capacidades de visualización de redes serán valiosas para identificar las relaciones entre las normativas, políticas institucionales y estrategias de comunicación de la Universidad de Educación Superior Pública. Además, su flexibilidad para el análisis multimedia permitirá integrar de forma más visual los resultados del análisis documental.

3.6. Consideraciones éticas del proyecto

En este proyecto, las consideraciones éticas se centran en garantizar la transparencia, la protección de la integridad de los datos y el respeto por las fuentes de información. Dado que se trata de un estudio cualitativo basado en el análisis documental de documentos públicos y oficiales de la Universidad de Educación Superior Pública, el riesgo asociado es mínimo. Sin embargo, es fundamental asegurar que todos los documentos utilizados en el análisis sean de

acceso público, evitando la manipulación o distorsión de la información. Además, el uso de herramienta Atlas.ti debe realizarse con un enfoque ético, asegurando que el tratamiento de los datos se haga de manera responsable, sin alterar el contenido ni las interpretaciones originales de los documentos. En todo momento, se respetará la propiedad intelectual de los autores de los textos analizados, citando de manera adecuada las fuentes y reconociendo el trabajo previo.

La investigación no involucrará la recopilación de datos personales ni la intervención en individuos, por lo que no representa riesgos a la privacidad ni requiere consentimiento informado. No obstante, el proyecto deberá adherirse a los principios éticos generales de la investigación científica, tales como la objetividad, la integridad y la transparencia en la difusión de resultados, para asegurar la validez y la confiabilidad del estudio.

4. HIPÓTESIS

Una hipótesis es una suposición o conjetura que se propone para explicar un fenómeno o hecho que aún no se ha comprobado. Es una respuesta a una pregunta de investigación, considerada como la más satisfactoria teniendo en cuenta el estado del conocimiento y los vacíos detectados. La hipótesis también se puede definir como una predicción o explicación provisional que relaciona dos o más variables entre sí, planteando una pregunta y prediciendo lo que podría suceder.

En el contexto de la investigación "Estrategia de Comunicación que Visibiliza el Impacto del Área de Gestión de la Calidad en una Universidad de Educación Superior Pública", se propone la siguiente hipótesis:

Hipótesis: La implementación de una estrategia de comunicación efectiva visibilizará de manera significativa el impacto del Área de Gestión de la Calidad, mejorando el reconocimiento institucional y el apoyo de la comunidad interna y externa en una universidad de educación superior pública.

Esta hipótesis plantea que una comunicación institucional bien diseñada, basada en la transparencia y la consistencia, puede fortalecer la visibilidad y la percepción de la gestión de calidad, contribuyendo al compromiso y apoyo de todos los actores involucrados (Lazzati, 2014; Pérez & Sánchez, 2020). Además, se considera que al establecer una estrategia de comunicación sólida, los procesos de calidad se vuelven más visibles para todos los actores relevantes, mejorando la comprensión y el apoyo a las acciones del área de calidad (González & Martínez, 2018).

4.1. Las Variables

La hipótesis presentada se basa en la relación entre dos tipos de variables: la variable independiente y la variable dependiente. Las variables en este estudio describen aspectos fundamentales que fluctúan y se relacionan para dar lugar a los resultados esperados.

4.1.1. Variables Independientes

La variable independiente en esta investigación es la **estrategia de comunicación efectiva**. Esta se refiere al conjunto de acciones y tácticas planificadas para mejorar la visibilidad del Área de Gestión de la Calidad, utilizando tanto canales internos como externos (Kotler & Fox, 1995; Espinosa Osorio, 2014). La estrategia de comunicación abarca el uso de plataformas digitales, campañas de divulgación, boletines informativos y otros mecanismos para transmitir de manera clara y convincente los logros y esfuerzos del área de calidad en la universidad. Se busca que la información llegue a toda la comunidad universitaria y a los actores externos de manera accesible y atractiva, incrementando así el reconocimiento de esta área (Restrepo Carvajal & Ramos Sierra, 2020).

Dentro de la estrategia de comunicación efectiva se incluyen elementos como:

Plataformas digitales: Utilización de redes sociales, sitios web y aplicaciones para divulgar información sobre los avances y logros del Área de Gestión de la Calidad (Kaplan & Haenlein, 2010).

Campañas internas y externas: Diseño de campañas informativas que involucren a estudiantes, docentes y personal administrativo, resaltando la importancia de la calidad en los procesos institucionales (Hernández et al., 2018).

Comunicación visual y material gráfico: Uso de infografías, videos y otros materiales visuales para comunicar de manera efectiva los logros y objetivos del área (García & García, 2019).

4.1.2. Variables Dependientes

La variable dependiente es el **reconocimiento institucional y el apoyo a la gestión de calidad**. Esta variable se refiere a la percepción y el nivel de respaldo que la comunidad universitaria y los actores externos ofrecen al Área de Gestión de la Calidad, medido a través del reconocimiento de los logros, la participación en las actividades y el apoyo a los procesos de mejora continua (García & García, 2019; González & Martínez, 2018). Se espera que una mayor visibilidad del trabajo del área de calidad incremente el compromiso y el valor percibido de sus esfuerzos, lo cual se reflejará en una mayor eficiencia y satisfacción general de las partes interesadas.

El reconocimiento institucional se mide a través de indicadores como:

Nivel de participación: Cantidad de personas que participan activamente en actividades y eventos relacionados con la gestión de calidad.

Percepción positiva: Opiniones y evaluaciones de la comunidad universitaria sobre la importancia y los logros del Área de Gestión de la Calidad.

Apoyo tangible: Recursos asignados y decisiones estratégicas tomadas en favor de la mejora continua y la gestión de calidad (Simons et al., 2017).

4.2. Planteamiento de la Hipótesis

La hipótesis se plantea de manera proposicional, afirmando que la implementación de una estrategia de comunicación efectiva tiene un impacto positivo sobre el reconocimiento del Área de Gestión de la Calidad en la universidad. Esta hipótesis se deriva del planteamiento del problema, la revisión literaria y las mejores prácticas observadas en instituciones de educación superior similares (Hernández et al., 2018).

La hipótesis propuesta es empíricamente comprobable, ya que se pueden desarrollar estudios cualitativos que midan la percepción de los actores involucrados antes y después de la implementación de la estrategia de comunicación (Simons et al., 2017). El método para comprobar la hipótesis incluye:

Análisis de indicadores de participación: Comparación de los niveles de participación en actividades del Área de Gestión de la Calidad antes y después de la implementación de la estrategia (González & Martínez, 2018).

Los resultados de la investigación podrán aportar evidencia empírica que valide o refute la hipótesis, contribuyendo a un mejor entendimiento del papel de la comunicación en la gestión de calidad dentro del contexto universitario. Independientemente de que los resultados confirmen o no la hipótesis, el valor del estudio radica en la generación de conocimiento sobre cómo mejorar la efectividad comunicacional y el reconocimiento institucional en la educación superior (Lozano, 2019).

5. RESULTADOS POR OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Introducción al Análisis de Resultados

El objetivo general de la investigación fue diseñar una estrategia de comunicación efectiva para mejorar la visibilidad del Área de Gestión de la Calidad en la Universidad de Educación Superior Pública. Los objetivos específicos guían el análisis en tres áreas fundamentales: analizar las mejores prácticas, desarrollar una propuesta de estrategia, y establecer mecanismos de seguimiento y evaluación. A continuación, se presentan los resultados del análisis documental realizado con Atlas.ti para cada uno de los objetivos.

5.1. Objetivo 1: Investigar y Analizar las Mejores Prácticas en Comunicación de la Gestión de Calidad en Entornos Similares

Una vez finalizada la selección de los documentos relevantes para la investigación, se inició la fase de alistamiento previo, un paso crucial que tuvo como objetivo principal garantizar una estructura uniforme y coherente de todos los archivos recopilados. Este alistamiento es fundamental para asegurar que el proceso de análisis posterior se realice de manera eficiente y sin contratiempos. Según Creswell (2013), la preparación y organización de los datos son etapas esenciales en la investigación cualitativa para garantizar la calidad y confiabilidad de los resultados.

Para lograr esta uniformidad, se estableció un protocolo detallado que incluía varios pasos meticulosamente planificados. En primer lugar, todos los documentos fueron descargados y convertidos al formato PDF. La elección del formato PDF no fue arbitraria; este formato es ampliamente reconocido por su estabilidad y consistencia en la presentación de contenido,

independientemente del dispositivo o software utilizado para visualizarlo (Adobe Systems, 2020). Al convertir los documentos a PDF, se garantizó que el formato, las fuentes y las imágenes se mantuvieran intactos, evitando discrepancias que pudieran surgir de diferentes formatos de origen como DOCX, PPTX o incluso formatos de texto plano.

A continuación, se implementó un esquema de nombramiento ordenado y sistemático para cada archivo. Este esquema incluyó elementos clave como el año de publicación, el título abreviado del documento y los nombres de los autores principales. Según Gibbs (2018), una nomenclatura clara y consistente facilita la gestión de los datos y evita confusiones durante el análisis. Por ejemplo, un documento podría nombrarse "5. Estrategias De Comunicación Organizacional Caso Universidad Francisco De Paula Santander- Carvajalino Y Guevara 2013". Este método de nombramiento no solo facilitó la identificación rápida y precisa de cada documento, sino que también permitió una clasificación cronológica de más antiguo a más nuevo que es útil para analizar la evolución de ciertos temas a lo largo del tiempo.

La organización estructurada de los archivos desempeñó un papel esencial en la eficiencia del acceso a la información. Al evitar confusiones y duplicaciones, se ahorró tiempo y se minimizó el riesgo de errores durante el proceso de análisis (Merriam & Tisdell, 2016). Además, esta uniformidad en el formato y el nombramiento de los archivos fue un factor clave que facilitó la integración fluida de los documentos en el software de análisis cualitativo, en este caso, Atlas.ti.

Con los documentos debidamente alistados y organizados, se procedió a la revisión y selección del software Atlas.ti como la herramienta principal para el análisis cualitativo de la información. Atlas.ti fue elegido por sus capacidades robustas en el manejo de grandes

volúmenes de datos cualitativos y por sus funciones avanzadas de codificación y categorización (Friese, 2019). Antes de la migración de los documentos, se realizó una evaluación exhaustiva de las funcionalidades del software, asegurando que se ajustaba a las necesidades específicas de la investigación y que permitiría una exploración profunda de los datos.

Una vez decidido el uso de Atlas.ti, se procedió a la migración de los 17 documentos a la plataforma. Este paso marcó el inicio de la fase de codificación y categorización de los datos, estableciendo las bases para un análisis más formal y meticuloso. Durante la importación de los documentos, se verificó que todos los archivos se cargaran correctamente y que el software reconociera adecuadamente el texto y las características de cada documento (Silver & Lewins, 2014).

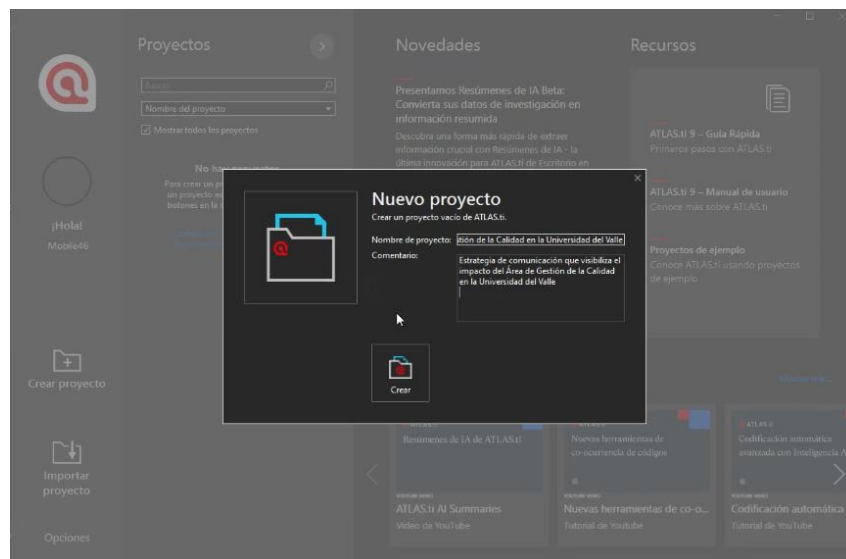


Imagen 1. Captura 1 Software Atlas.ti

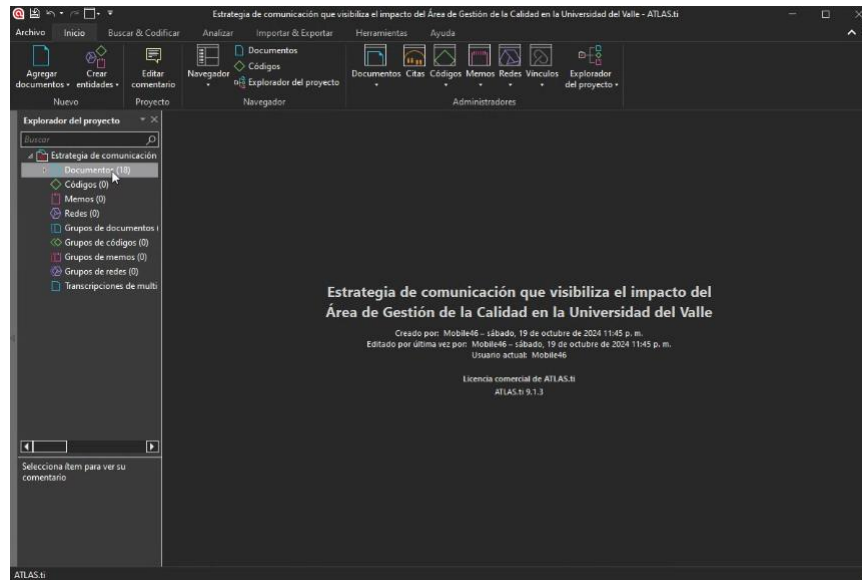


Imagen 2. Captura 2 Software Atlas.ti

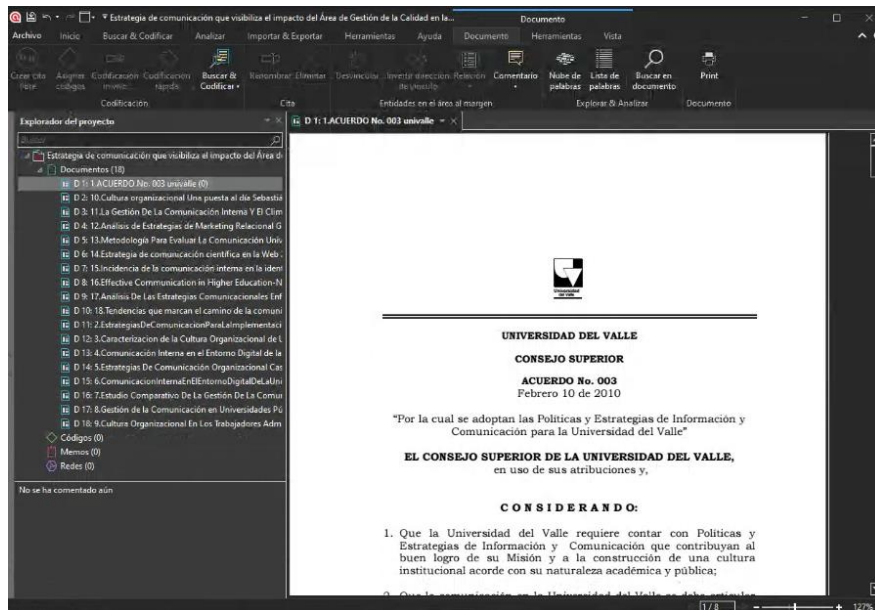


Imagen 3. Captura 3 Software Atlas.ti

En el entorno de Atlas.ti, se llevó a cabo la creación de categorías, subcategorías y códigos, basados en un análisis preliminar de los contenidos de los documentos. Este proceso comenzó con una lectura exploratoria para identificar los temas principales y recurrentes que emergían de los textos. Las categorías se desarrollaron en función de estos temas clave, que incluían áreas como gestión de calidad, comunicación institucional, cultura organizacional e

innovación en estrategias de comunicación, entre otras. Según Saldaña (2016), la codificación es un proceso fundamental en el análisis cualitativo que permite organizar y dar sentido a los datos.

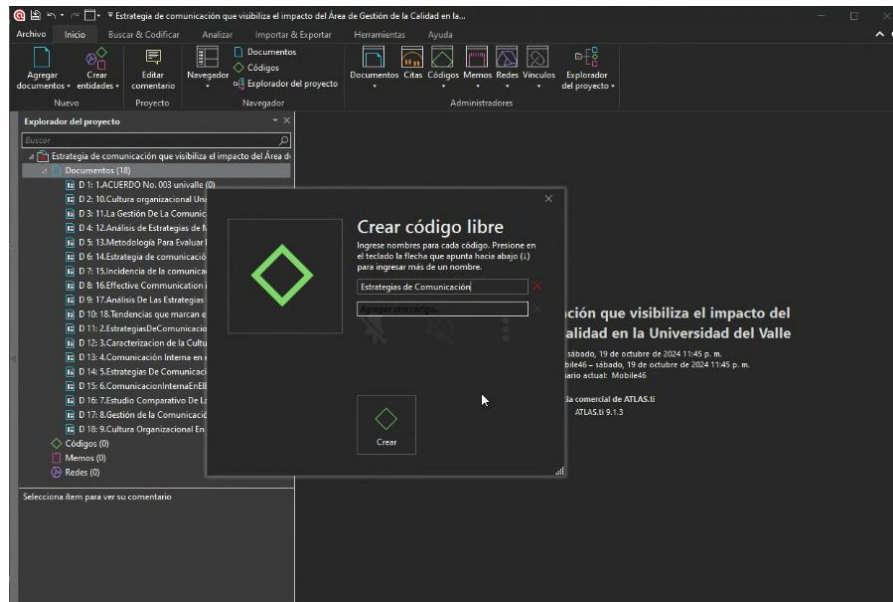


Imagen 4. Captura 4 Software Atlas.ti

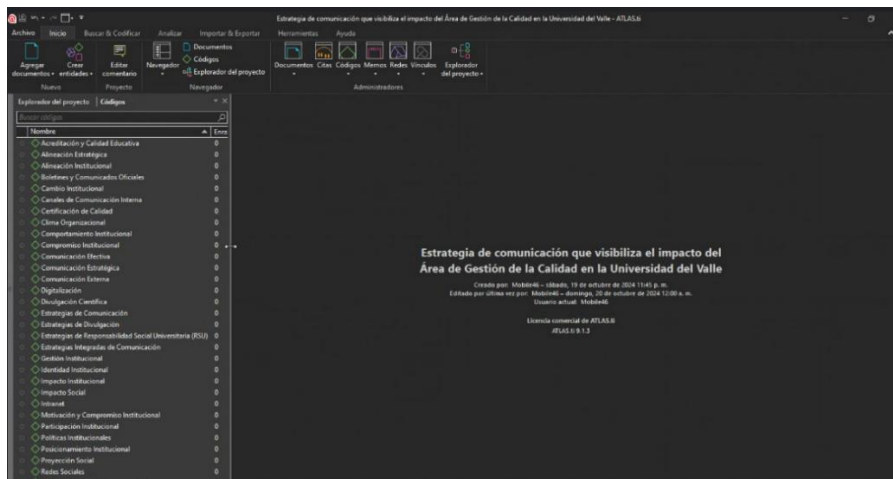


Imagen 5. Captura 5 Software Atlas.ti

Las subcategorías y los códigos se definieron de manera detallada para capturar matices y aspectos específicos dentro de cada categoría principal. Por ejemplo, dentro de la categoría de gestión de calidad, se crearon subcategorías como evaluación continua, certificación y mejora de

procesos. Los códigos asociados a estas subcategorías permitieron etiquetar fragmentos de texto que abordaban temas específicos, facilitando así una organización estructurada del contenido (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014).

Este proceso de codificación fue iterativo y reflexivo. A medida que se avanzaba en la lectura y análisis de los documentos, se podían identificar nuevos temas o reconsiderar la pertinencia de ciertas categorías. La flexibilidad de Atlas.ti permitió ajustar y refinar las categorías y códigos en función de las necesidades emergentes de la investigación (Friese, 2019).

Posteriormente, se ejecutó la búsqueda y relación de los códigos con sus respectivas categorías. Esta etapa implicó una revisión minuciosa de los fragmentos de los documentos, asignando cada uno de ellos a los códigos previamente establecidos. La asignación precisa de estos fragmentos fue crucial para garantizar que los datos fueran representativos y que las relaciones entre los conceptos clave fueran claramente identificadas (Guest, MacQueen, & Namey, 2012).

A continuación, se anexa imágenes de captura del uso del software Atlas.ti:

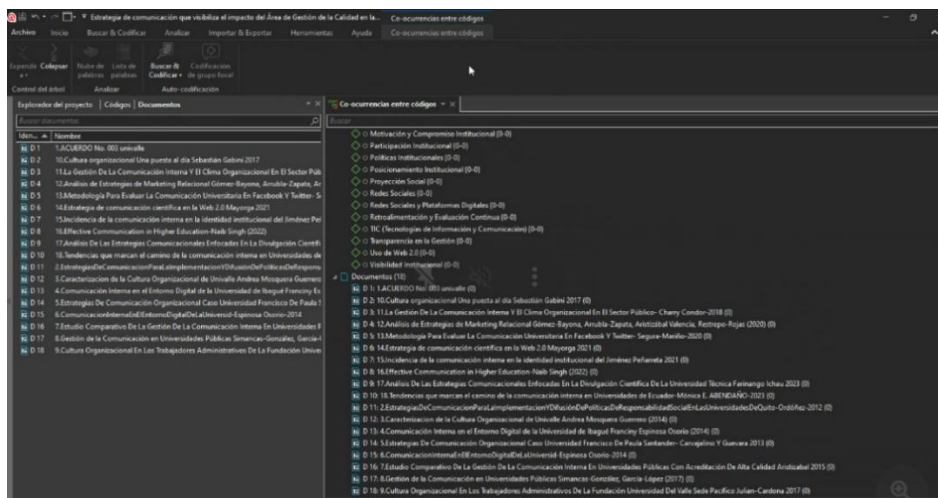


Imagen 6. Captura 6 Software Atlas.ti

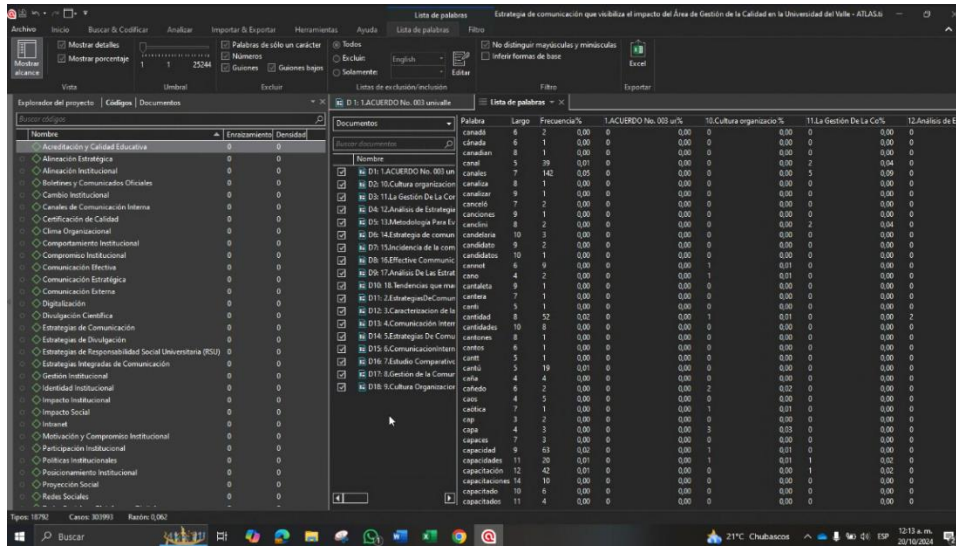


Imagen 7. Captura 7 Software Atlas.ti

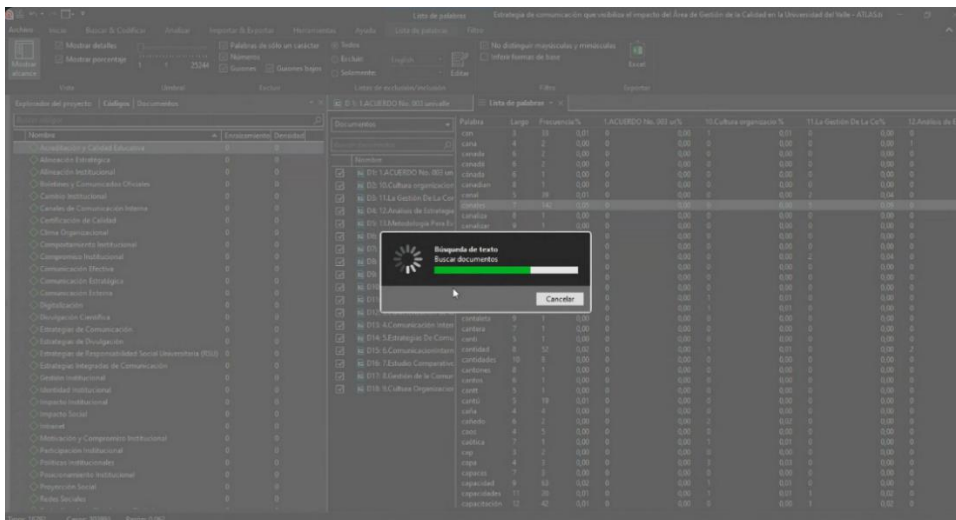


Imagen 8. Captura 8 Software Atlas.ti

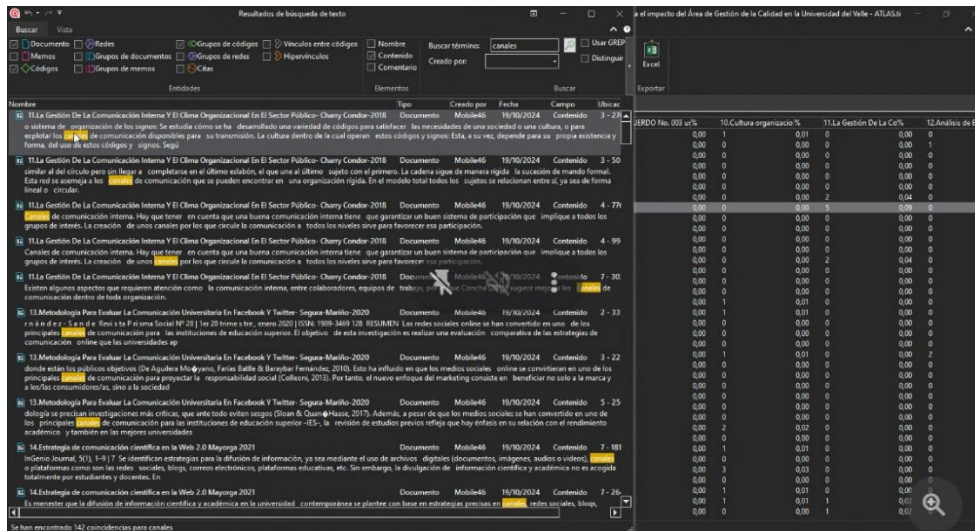


Imagen 9. Captura 9 Software Atlas.ti

Al finalizar la codificación, se generaron las frecuencias de aparición de los códigos, lo que proporcionó una perspectiva cuantitativa del análisis cualitativo realizado. Este paso fue esencial para identificar cuáles eran los temas más predominantes y cuáles tenían menor presencia en los documentos analizados. Las frecuencias permitieron priorizar los temas más relevantes y detectar áreas que podrían requerir una atención adicional (Vaismoradi, Turunen, & Bondas, 2013).

La exportación de un archivo en formato Excel con la frecuencia y el porcentaje de uso de cada código facilitó un análisis más detallado y estructurado. Esta herramienta permitió organizar y presentar los datos de manera clara, ofreciendo tablas y gráficos que ilustraban la prevalencia de los diferentes temas en los documentos. Además, este archivo sirvió como soporte para realizar comparaciones entre documentos y detectar patrones o tendencias generales.

A continuación, se anexa tabla “Tabla Frecuencia de Palabras” exportada de los resultados arrojados por el software Atlas.ti:

TABLA FRECUENCIA DE PALABRAS																		
Palabra	1	10	11	12	13	14	15	16	17	2	3	4	5	6	7	8	9	Total
alineación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	2
calidad	1	2	4	11	13	0	9	17	2	4	956	7	10	5	89	3	41	1174
cambio	0	5	1	1	3	0	1	7	6	3	27	2	1	1	8	1	14	81
canales	0	0	5	0	3	2	1	54	3	3	3	15	17	2	27	7	0	142
certificación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	364	0	0	0	0	0	2	366
compromiso	0	12	2	3	2	0	6	2	5	0	63	0	1	0	9	0	19	124
comunicación	25	1	101	6	50	25	158	217	119	123	101	268	201	81	725	173	15	2389
comunicaciones	5	0	2	0	0	1	3	1	2	2	25	3	13	6	177	0	1	241
continua	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	20	0	0	0	4	0	1	29
digitales	0	0	0	3	4	7	0	25	3	3	0	2	10	21	8	1	1	88
divulgación	7	0	0	0	0	22	0	345	0	0	8	0	0	0	7	3	1	393
estrategia	2	1	2	7	3	9	0	14	4	11	14	0	13	0	37	3	2	122
estrategias	19	0	2	38	23	11	4	60	9	12	86	11	32	2	15	4	6	334
estratégicas	0	0	1	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	2	5	0	1	14
evaluación	0	2	0	0	7	0	7	4	0	11	40	5	3	0	86	5	24	194
gestión	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	7
impacto	2	5	2	3	2	1	3	46	3	7	40	0	8	1	5	1	3	132
institución	8	2	7	7	0	1	20	40	3	10	118	20	18	18	58	7	14	351
institucional	6	0	1	0	13	1	49	49	8	8	119	0	12	27	69	10	10	382
institucionales	2	3	1	0	3	3	9	17	5	1	44	1	5	0	10	6	5	115
institucionalizadas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
integradas	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	48	0	0	0	0	0	0	50
marketing	0	3	1	158	11	1	0	0	2	7	1	0	1	0	0	8	1	194
motivación	0	0	4	1	0	0	5	1	0	0	8	4	6	0	4	0	2	35
organizacional	1	105	78	4	1	0	40	11	8	3	346	17	55	2	35	0	131	837
plataformas	0	0	0	1	4	5	0	9	0	0	0	0	12	1	0	0	0	32
política	3	0	1	0	0	0	0	13	0	2	37	1	7	1	31	2	4	102
políticas	9	1	0	0	0	0	10	12	2	11	30	6	1	0	73	1	20	176
posicionamiento	0	1	1	0	0	0	0	0	0	6	2	0	7	0	1	1	1	20
redes	0	0	0	4	43	42	0	141	2	33	4	0	11	6	5	9	1	301
retroalimentación	0	0	2	1	0	0	1	0	0	5	6	0	1	0	1	0	1	18
social	5	12	4	3	50	6	5	47	2	98	132	9	43	6	24	11	35	492
sociales	0	4	0	9	55	45	5	143	6	55	139	1	19	13	21	13	16	544
tecnologías	1	0	0	0	0	0	0	14	1	6	9	0	2	7	7	2	6	55
transparencia	0	0	0	0	1	0	1	1	0	4	1	1	0	0	2	3	4	18
visibilidad	1	0	0	1	0	16	0	28	0	1	0	0	0	0	5	4	0	56

Tabla 2. Tabla Frecuencia de Palabras

Este análisis tuvo como objetivo identificar la prevalencia de palabras clave específicas que se relacionan con las categorías y subcategorías que guiaron la codificación en Atlas.ti para la monografía titulada "Estrategia de comunicación que visibiliza el impacto del Área de Gestión

de la Calidad en la Universidad de Educación Superior Pública". A través de este proceso, se buscó comprender en profundidad cómo se abordan y representan estos temas en la literatura existente y cómo se pueden aplicar estos hallazgos para mejorar las prácticas de comunicación y gestión de calidad en la universidad.

A continuación, se detalla cómo las frecuencias de las palabras clave se relacionan con cada una de las categorías, identificando la relevancia de estos conceptos dentro de los documentos analizados:

Estrategias de Comunicación Institucional

Estrategias (334), estrategia (122), estratégicas (14): Las palabras relacionadas con "estrategia" tienen una presencia significativa en los documentos, lo que demuestra un enfoque fuerte en el diseño y la implementación de estrategias de comunicación efectivas. De acuerdo con Cornelissen (2020), las estrategias de comunicación son fundamentales para alinear los mensajes institucionales con los objetivos organizacionales y para influir en la percepción de los stakeholders. Las frecuencias más altas de estas palabras se encuentran en documentos como "Metodología Para Evaluar la Comunicación Universitaria En Facebook Y Twitter" y "Estrategias de Comunicación Organizacional Caso Universidad Francisco De Paula Santander". Esto indica una tendencia a planificar y estructurar estrategias para mejorar la visibilidad y la efectividad de la comunicación institucional.

Alineación (2): La baja frecuencia del término "alineación" muestra que hay un margen de mejora en términos de cómo se alinean las estrategias de comunicación con los objetivos institucionales. Según Argenti, Howell y Beck (2005), la alineación estratégica es crucial para garantizar que las iniciativas de comunicación apoyen directamente las metas de la organización.

Gestión de Calidad

Calidad (1174), evaluación (194), certificación (366), continua (29): El término "calidad" es uno de los más frecuentes en los documentos, subrayando la centralidad del concepto de calidad en la gestión universitaria. Según Deming (1986), la gestión de la calidad es esencial para mejorar continuamente los procesos y satisfacer las expectativas de los stakeholders. La alta frecuencia indica un enfoque en mantener y mejorar los estándares de calidad en todas las áreas de la institución. La presencia significativa de "evaluación" y "certificación" destaca la importancia de estas actividades para asegurar una calidad continua y demostrar el cumplimiento de estándares reconocidos (ISO, 2015).

Transparencia (18): La baja frecuencia del término "transparencia" sugiere que este es un aspecto que podría recibir mayor énfasis dentro de las políticas de gestión de calidad. Según Tapscott y Ticoll (2003), la transparencia es fundamental para generar confianza y legitimidad en las organizaciones.

Cultura Organizacional y Compromiso Institucional

Organizacional (837), motivación (35), compromiso (124), cambio (81): La palabra "organizacional" tiene una frecuencia particularmente alta, lo que muestra que el aspecto organizacional es central para la gestión institucional. Schein (2010) destaca que la cultura organizacional influye significativamente en el comportamiento de los miembros de la organización y en su capacidad para adaptarse al cambio. Los términos motivación y compromiso tienen frecuencias más bajas, lo cual indica que estas áreas podrían requerir un

mayor enfoque para fomentar una cultura organizacional sólida que apoye la gestión de calidad (Meyer & Allen, 1991).

Cambio (81): La frecuencia de "cambio" destaca la importancia de la transformación institucional y la necesidad de adaptarse a nuevos contextos y desafíos. Kotter (1996) señala que gestionar el cambio es esencial para mantener la relevancia y competitividad en entornos dinámicos.

Comunicación y Canales Institucionales

Comunicación (2389), canales (142), comunicaciones (241), plataformas (32), digitales (88), redes (301): La palabra "comunicación" es, sin duda, la más frecuente, lo que evidencia el enfoque primordial en el análisis de la comunicación institucional y su papel en la visibilidad de la gestión de calidad. Según Kaplan y Haenlein (2010), los canales de comunicación digitales, como las redes sociales, son herramientas clave para transmitir información y facilitar la interacción con la comunidad universitaria.

Retroalimentación (18): La baja frecuencia de "retroalimentación" podría ser una señal de que la bidireccionalidad de la comunicación debe fortalecerse. Según Men y Tsai (2014), la retroalimentación es esencial para construir relaciones sólidas y fomentar la participación activa de los stakeholders.

Innovación en Estrategias de Comunicación

Divulgación (393), tecnologías (55), digitales (88), plataformas (32): La palabra "divulgación" tiene una frecuencia considerable, lo que muestra que la divulgación de información, particularmente científica, es un elemento esencial dentro de las estrategias de

comunicación. De acuerdo con García-Avilés (2015), la innovación en el uso de tecnologías digitales es clave para mejorar la efectividad de las estrategias de comunicación.

Redes sociales (544), social (492): La alta frecuencia de estos términos subraya la importancia de las redes sociales como un canal vital para la comunicación y la estrategia institucional. Según Kietzmann, Hermkens, McCarthy y Silvestre (2011), las redes sociales ofrecen oportunidades únicas para interactuar con los públicos y construir comunidades en línea.

Marketing y Posicionamiento Institucional

Marketing (194), posicionamiento (20): Aunque la palabra "marketing" tiene una buena presencia, el término "posicionamiento" muestra una frecuencia más baja. Esto podría sugerir que se necesita un mayor enfoque en el posicionamiento estratégico de la Universidad de Educación Superior Pública. Según Kotler y Fox (1995), el marketing en la educación superior es esencial para atraer y retener estudiantes, así como para fortalecer la imagen institucional.

Impacto (132), social (492): Estos términos reflejan la necesidad de medir y comunicar de manera efectiva el impacto social de las estrategias implementadas. Comunicar el impacto social fortalece la reputación institucional y puede atraer colaboraciones y recursos adicionales (Mohr, Webb, & Harris, 2001).

Políticas y Evaluación Institucional

Política (102), políticas (176), institucional (382), institucionales (115), institucionalizadas (1): Las palabras "política" e "institucional" tienen una presencia considerable, indicando que las directrices institucionales juegan un papel relevante en el proceso de gestión de calidad. La baja frecuencia de "institucionalizadas" sugiere que algunas

prácticas y políticas todavía no están completamente integradas dentro de la cultura organizacional. Según Scott (2013), la institucionalización de políticas es crucial para asegurar su sostenibilidad y eficacia.

Evaluación (194): Este término aparece con frecuencia, lo cual indica que la evaluación es un componente esencial para asegurar la efectividad de las políticas y estrategias. Según Scriven (1991), la evaluación permite identificar fortalezas y áreas de mejora, contribuyendo al desarrollo organizacional.

En resumen, el análisis de las frecuencias de palabras clave en los documentos seleccionados revela tendencias y áreas clave que son centrales para la monografía "Estrategia de comunicación que visibiliza el impacto del Área de Gestión de la Calidad en la Universidad de Educación Superior Pública". Se observa un fuerte énfasis en la comunicación y la gestión de calidad, así como en la necesidad de innovar y adaptar las estrategias de comunicación a los nuevos contextos digitales.

La alta frecuencia de términos relacionados con la comunicación institucional y las redes sociales indica una consciencia de la importancia de estos canales para mejorar la visibilidad y el impacto de las acciones de la universidad. Sin embargo, también se identifican áreas que podrían fortalecerse, como la alineación de las estrategias de comunicación con los objetivos institucionales, el fomento de la motivación y el compromiso dentro de la cultura organizacional, y la mayor incorporación de la retroalimentación como elemento clave en la comunicación bidireccional.

Además, el análisis sugiere que hay oportunidades para mejorar el posicionamiento estratégico de la Universidad de Educación Superior Pública a través de un uso más enfocado de

estrategias de marketing y una comunicación más efectiva del impacto social de sus iniciativas. La baja frecuencia de términos como "transparencia" y "alineación" señala áreas donde la universidad puede fortalecer sus políticas y prácticas para lograr una gestión de calidad más integral.

Finalmente, la utilización de herramientas como Atlas.ti ha permitido realizar un análisis detallado y estructurado de los documentos, facilitando la identificación de patrones y relaciones entre los diferentes temas. Este enfoque metodológico ha sido fundamental para comprender en profundidad cómo se abordan los conceptos clave en la literatura y cómo pueden aplicarse estos conocimientos para mejorar las estrategias de comunicación y gestión de calidad en la Universidad de Educación Superior Pública.

5.2. Objetivo 2. Desarrollar Una Propuesta De Una Estrategia De Comunicación Que Resalte De Manera Clara Y Convincente El Impacto De La Gestión De Calidad En Los Procesos Institucionales.

La estrategia propuesta aquí pretende garantizar que todos los miembros de la universidad, desde los estudiantes hasta el personal administrativo y los profesores, comprendan cómo las iniciativas de calidad impactan positivamente sus experiencias.

Una buena comunicación sobre las actividades de gestión de la calidad puede ser una poderosa herramienta para impulsar la confianza y el compromiso de los miembros de la comunidad universitaria. Según Espinosa Osorio (2014), la comunicación interna efectiva fomenta la cohesión y el compromiso del personal, lo cual es esencial para la implementación exitosa de las estrategias de calidad. Además, Farinango (2023) resalta cómo una comunicación clara y transparente mejora la percepción y el involucramiento de todos los actores clave en los procesos de calidad. Con una estructura de comunicación eficiente, los resultados obtenidos por

el Área de Gestión de la Calidad podrán ser un motor de motivación para fomentar la excelencia académica y administrativa. Según Charry Condor (2018), una comunicación interna efectiva mejora el clima organizacional, lo cual resulta en un mayor compromiso del personal con los objetivos institucionales. De igual forma, Aristizábal Valencia (2015) destaca que la coherencia en la comunicación sobre los procesos de calidad facilita una participación activa, aumentando la motivación y la percepción positiva de los actores involucrados. Este enfoque permitirá consolidar una cultura de calidad y de mejora continua que abarque todas las áreas de la universidad.

5.2.1. Objetivos de la Estrategia

El objetivo principal de esta estrategia es desarrollar una comunicación efectiva que:

- Aumente la visibilidad y el reconocimiento de los esfuerzos de calidad dentro de la universidad, destacando cómo impactan el desarrollo institucional.
- Involucre a estudiantes, profesores, personal administrativo, egresados y al público en general de una manera efectiva, promoviendo la participación activa en las iniciativas de mejora de la calidad.
- Posicione al Área de Gestión de la Calidad como una pieza clave en el éxito institucional, resaltando su importancia en la consecución de los objetivos estratégicos de la universidad.
- Fomente una cultura organizacional orientada hacia la excelencia y la mejora continua, asegurando que todos los actores comprendan y valoren la importancia de la calidad en cada proceso.

5.2.2. Estrategias y Recomendaciones Clave

5.2.2.1. Mejorar los Canales de Comunicación Interna

- Implementar un Enfoque Multicanal: Utilizar los canales de comunicación disponibles en la universidad (como boletines y correos electrónicos) para distribuir información sobre los logros y avances en gestión de calidad. Esto incluirá actualizaciones sobre los hitos alcanzados, mejoras implementadas y los impactos en la comunidad universitaria.

Para asegurar que la información sea accesible y entendible para todos, se debe adaptar el lenguaje y el formato del contenido a las audiencias específicas. Por ejemplo, infografías simples y visuales pueden ser muy efectivas para los estudiantes, mientras que informes más detallados pueden dirigirse al personal administrativo. Según Espinosa Osorio (2014), la adaptación del contenido a las necesidades de la audiencia es fundamental para garantizar la efectividad de la comunicación interna y fomentar una mejor comprensión de los mensajes entre los distintos actores institucionales.

- Involucrar al Personal Docente y Administrativo a través de Talleres y Seminarios: Realizar sesiones regulares para informar al personal docente y administrativo sobre las iniciativas de calidad, destacando su relevancia e impacto. Esto fomentará un mayor apoyo interno y comprensión de los objetivos de calidad. Los talleres también servirán como un espacio para que los docentes y administrativos hagan preguntas y compartan sus experiencias, ayudando a

consolidar el conocimiento de la gestión de calidad como un proceso colaborativo. Por ejemplo, se podrían abordar temas como 'Cómo las mejoras en la calidad impactan el desempeño académico' o 'Estrategias para la implementación de prácticas de mejora continua en las unidades administrativas'. Esto permitirá que los participantes comprendan la relevancia de las iniciativas y cómo se pueden aplicar en sus respectivos ámbitos de trabajo.

- **Crear un Ciclo de Retroalimentación para la Mejora Continua:** Desarrollar un mecanismo de retroalimentación que permita a los actores interesados opinar sobre las iniciativas de calidad. Esto podría incluir encuestas y sesiones interactivas, asegurando que las estrategias de comunicación estén alineadas con las expectativas y necesidades de la comunidad. Además, se recomienda hacer públicos los resultados de la retroalimentación y las acciones que se tomen con base en ella, para que la comunidad pueda ver cómo sus aportes generan cambios reales.

5.2.2.2. Aprovechar las Plataformas Digitales para la Visibilidad

- **Fortalecer la Presencia en Redes Sociales:** Utilizar redes sociales como Facebook, Instagram, LinkedIn y Twitter para compartir contenido visual atractivo, como infografías y videos cortos, que expliquen los procesos de calidad y celebren los logros. Esto ayudará a llegar a una audiencia más amplia, incluidos estudiantes y el público general. Según Farinango (2023), el uso de redes sociales permite aumentar significativamente la visibilidad de las iniciativas institucionales, mejorando la percepción y el compromiso de la comunidad. Además, Espinosa

Osorio (2014) resalta la importancia de la adaptación del contenido a los distintos públicos para garantizar la efectividad del mensaje.

Las plataformas sociales también se pueden utilizar para crear un sentido de comunidad y pertenencia. Algunas estrategias específicas incluyen la realización de encuestas y concursos interactivos que inviten a los estudiantes y demás miembros de la comunidad a participar activamente, así como la creación de debates y foros en línea donde puedan compartir sus opiniones y experiencias sobre las iniciativas de calidad. Incluir testimonios de estudiantes y profesores, así como publicaciones interactivas que inviten a la comunidad a compartir sus opiniones sobre las iniciativas de calidad, contribuirá a una mayor participación.

- **Desarrollar un Micrositio Dedicado a la Gestión de la Calidad:** Crear una sección específica en el sitio web de la universidad que proporcione información detallada sobre la gestión de calidad, incluyendo su misión, iniciativas clave y casos de éxito. Este micrositio también serviría como un repositorio de recursos e informes, promoviendo la transparencia. Según Farinango (2023), la creación de un espacio dedicado en línea facilita el acceso a la información y contribuye a la transparencia institucional. Además, Espinosa Osorio (2014) destaca la importancia de proporcionar recursos accesibles para mejorar la comprensión y el involucramiento de la comunidad universitaria. Podría incluir una sección de preguntas frecuentes y recursos descargables para aquellos interesados en conocer más sobre los procesos de calidad y sus resultados.
- **Campañas en Vídeo:** Producir videos breves con testimonios de estudiantes, docentes y egresados para mostrar cómo las iniciativas de gestión de calidad han

mejorado su experiencia. Resaltar mejoras tangibles, como instalaciones mejoradas, procesos administrativos más eficientes y acreditaciones académicas. Según Farinango (2023), el uso de testimonios en formato audiovisual contribuye a mejorar la percepción de los procesos institucionales al hacerlo más cercano a la comunidad. Además, Espinosa Osorio (2014) destaca que los videos explicativos permiten transmitir información compleja de manera sencilla y accesible para todos los públicos. Se recomienda realizar una serie de videos que expliquen paso a paso los principales proyectos de mejora de calidad, utilizando un lenguaje claro y amigable para todos los públicos.

5.2.2.3. Reforzar la Identidad Institucional y el Compromiso con Calidad

- **Desarrollar una Narrativa de Marca para las Iniciativas de Calidad:** Crear una historia coherente sobre el compromiso de la universidad con la calidad, que pueda ser utilizada de manera consistente en todos los materiales de comunicación. Esta narrativa debe mostrar cómo la gestión de calidad está alineada con la misión de la universidad de alcanzar la excelencia académica. Incluir historias de éxito individuales ayudará a humanizar las iniciativas de calidad, haciendo que la narrativa sea más cercana y accesible.
- **Consistencia Visual en las Comunicaciones:** Crear una marca visual consistente para todas las comunicaciones relacionadas con la calidad, que incluya un logotipo y un eslogan como "Compromiso con la Excelencia, Progreso Visible". Esto ayudará a reforzar la importancia de la gestión de calidad a través de diferentes medios. Según Farinango (2023), la coherencia visual contribuye

significativamente a la percepción positiva de los procesos institucionales, ya que refuerza el mensaje de calidad y compromiso en cada punto de contacto con la audiencia. Se deben establecer guías de estilo claras para asegurar que los materiales de comunicación mantengan una estética homogénea y profesional.

5.2.2.4. Participación Externa y Reconocimiento

- **Mostrar los Logros a Través de Canales Públicos:** Compartir los logros y certificaciones de calidad a través de medios de comunicación locales, boletines comunitarios y el sitio web público de la universidad. Esto mejorará la credibilidad de la universidad y puede atraer nuevas colaboraciones. Según Simancas-González y García-López (2017), la visibilidad de los logros institucionales a través de canales públicos refuerza la reputación y el prestigio de la universidad. Además, Farinango (2023) destaca que la participación en ferias educativas y eventos públicos no solo resalta los logros en gestión de calidad, sino que también fomenta el establecimiento de relaciones estratégicas que pueden atraer futuros estudiantes y socios.

5.2.3. Objetivo 3. Establecer mecanismos de seguimiento y evaluación para medir el impacto continuo de la estrategia de comunicación en la percepción y el reconocimiento del Área de Gestión de la Calidad en la Universidad.

Establecer Métricas de Éxito: La definición de indicadores clave de rendimiento es fundamental para evaluar la efectividad de la estrategia de comunicación en el Área de Gestión de la Calidad. Estos indicadores deben incluir métricas cuantitativas, tales como el tráfico al sitio web institucional, el alcance de las publicaciones en redes sociales y la retroalimentación

recibida de la comunidad universitaria. Asimismo, deben contemplarse indicadores cualitativos, como la percepción de los estudiantes y el personal académico respecto a la calidad institucional. La evaluación combinada de estos elementos permitirá una visión más robusta del impacto de las iniciativas. Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2018) destacan la importancia del uso simultáneo de indicadores cualitativos y cuantitativos para garantizar un análisis integral de los resultados y ajustar las estrategias en función de los datos obtenidos. Además, estudios como el de Espinosa Osorio (2014) resaltan que la implementación de métricas cualitativas y cuantitativas favorece una comprensión más profunda del impacto de las estrategias de comunicación en el ámbito académico.

Para llevar a cabo una evaluación efectiva, se deben definir los siguientes indicadores específicos:

- **Tráfico del Micrositio de Gestión de Calidad:** Se evaluará la cantidad de visitas, páginas vistas y el tiempo promedio de permanencia en el micrositio. Estos datos permitirán analizar el interés de la comunidad y la efectividad de las campañas de difusión. Espinosa Osorio (2014) señala que un análisis detallado del tráfico web en instituciones educativas permite identificar patrones de interés y participación de la comunidad, lo cual es fundamental para ajustar las estrategias de comunicación. Es recomendable desglosar estos datos según segmentos de audiencia, tales como estudiantes, docentes y personal administrativo, con el propósito de identificar patrones de comportamiento y ajustar las estrategias de manera específica.
- **Interacción en Redes Sociales:** El análisis del alcance, impresiones y nivel de interacción de las publicaciones (incluyendo “me gusta”, comentarios y

compartidos) es esencial para medir el nivel de involucramiento de la comunidad. Es importante evaluar las métricas de "engagement" por tipo de contenido, con el fin de determinar cuáles publicaciones generan mayor participación y, por ende, adaptar la estrategia de contenidos. Además, se recomienda analizar cualitativamente los comentarios, para identificar percepciones positivas y áreas de mejora. Farinango Ichau (2023) destaca que el uso de redes sociales es un mecanismo clave para mejorar la visibilidad institucional y el compromiso de los actores clave, mientras que Espinosa Osorio (2014) muestra cómo la interacción en redes incrementa significativamente la percepción positiva de las actividades institucionales.

- **Participación en Talleres y Seminarios:** Se monitoreará el número de asistentes y su nivel de participación en las actividades organizadas por el Área de Gestión de la Calidad. Para evaluar la calidad de la participación, se deben medir la cantidad de preguntas realizadas y el nivel de discusión generado durante los eventos. Además, se aplicarán encuestas post-evento para medir la satisfacción y percepción de los asistentes.
- **Encuestas de Percepción y Conocimiento:** La realización periódica de encuestas de percepción entre estudiantes, personal administrativo y profesores permitirá conocer el nivel de conocimiento sobre las iniciativas de calidad y su impacto. Comparar los resultados en distintos períodos ayudará a identificar cambios en la percepción y posibles áreas de mejora. Es aconsejable segmentar los resultados por demografía y rol dentro de la universidad para obtener una visión más precisa de las expectativas de cada grupo. Aristizábal (2015) muestra cómo la aplicación

de encuestas de percepción en el contexto universitario contribuye significativamente a identificar puntos débiles en la comunicación institucional y a ajustar estrategias para mejorar el compromiso y la comprensión de los procesos de calidad.

- **Retroalimentación de la Comunidad:** La evaluación del número y tipo de comentarios recibidos a través de encuestas, grupos focales y otros canales de retroalimentación permitirá detectar necesidades no cubiertas y ajustar la estrategia. La retroalimentación debe sistematizarse para identificar patrones y tendencias, y los hallazgos comunicarse al equipo directivo para facilitar la toma de decisiones informadas.
- **Mejora Continua Basada en la Retroalimentación:** La retroalimentación es un componente esencial para la mejora continua. Las encuestas periódicas servirán para medir el conocimiento y la comprensión de las iniciativas de calidad en la comunidad universitaria. Los resultados deben ser revisados en reuniones trimestrales, en las que se tomarán decisiones informadas para realizar ajustes necesarios a la estrategia. Bernal Torres (2022) subraya que la mejora continua depende de la capacidad de adaptar las estrategias con base en la retroalimentación recibida de los actores involucrados. Adicionalmente, es crucial documentar las modificaciones y evaluar la efectividad de estos cambios en ciclos posteriores de evaluación.

5.2.3.1. Mecanismos de Evaluación y Seguimiento Propuestos

- **Reuniones Trimestrales de Evaluación:** Convocar reuniones trimestrales con el equipo del Área de Gestión de la Calidad, el equipo de comunicaciones y representantes de la comunidad universitaria para evaluar el progreso de la estrategia y discutir los ajustes necesarios. Estas reuniones también deben incluir la presentación de logros alcanzados y áreas de oportunidad, lo cual motivará a los actores clave y reforzará el compromiso con las iniciativas de calidad.
- **Informes de Progreso Semestrales:** Elaborar informes semestrales que consoliden tanto las métricas cuantitativas como las cualitativas. Estos informes deben incluir análisis de tendencias, identificación de logros y áreas que requieran ajustes, así como recomendaciones para futuras acciones. Además, estos informes deben ser compartidos con la comunidad universitaria para asegurar la transparencia y fomentar una cultura de comunicación abierta y participativa. La divulgación de estos resultados puede motivar a los actores involucrados a comprometerse más activamente en el proceso de mejora continua.
- **Grupos Focales:** La realización de grupos focales con estudiantes, profesores y personal administrativo permitirá obtener retroalimentación cualitativa y detallada sobre la efectividad de las estrategias de comunicación. Estos grupos proporcionarán una perspectiva más profunda sobre aspectos que no pueden capturarse únicamente mediante encuestas. Según Charry Condor (2018), los grupos focales son una herramienta efectiva para explorar percepciones y experiencias de los actores clave, proporcionando información cualitativa rica y detallada que facilita ajustes precisos en las estrategias de comunicación. Se

recomienda realizar grupos focales separados para estudiantes, personal administrativo y docentes, ya que cada grupo posee diferentes perspectivas y expectativas con respecto a las iniciativas de calidad, lo cual enriquecerá el proceso de retroalimentación.

- **Triangulación de Datos:** Para garantizar una visión holística y precisa de la efectividad de la estrategia de comunicación, se debe utilizar una combinación de métodos cuantitativos (indicadores de redes sociales, encuestas) y cualitativos (grupos focales, entrevistas). La triangulación de datos permitirá validar los hallazgos y asegurar que las conclusiones sean coherentes y reflejen la realidad desde diferentes perspectivas. Además, se recomienda considerar la integración de datos longitudinales, lo cual permitirá comparar la evolución de las métricas en el tiempo y detectar cambios significativos.
- **Benchmarking:** Comparar las métricas de desempeño con las de otras universidades similares ayudará a identificar mejores prácticas y oportunidades de mejora. Esto permitirá ajustar las estrategias tomando como referencia los estándares del sector. Asimismo, se recomienda realizar estudios de caso de instituciones que hayan logrado éxitos notables en la gestión de calidad, con el fin de identificar acciones exitosas que puedan ser adaptadas al contexto de la Universidad de Educación Superior Pública.

Estos mecanismos de evaluación permitirán hacer un seguimiento constante del progreso de la estrategia de comunicación, facilitando la adaptación dinámica de las acciones para maximizar el impacto en la percepción y reconocimiento del Área de Gestión de la Calidad dentro de la Universidad de Educación Superior Pública. La implementación de estos

mecanismos garantizará que la estrategia sea efectiva y se mantenga alineada con los objetivos institucionales, promoviendo una cultura de excelencia y mejora continua. Además, es esencial que todos los actores involucrados en la implementación de la estrategia participen activamente en los procesos de evaluación y seguimiento, fomentando así un sentido de corresponsabilidad y compromiso colectivo con los resultados. Este enfoque colaborativo asegurará que la estrategia de comunicación evolucione de manera coherente y esté siempre orientada hacia la consecución de los objetivos de calidad institucional.

Para desarrollar una estrategia de comunicación que visibilice el impacto del Área de Gestión de la Calidad en los procesos institucionales de la Universidad de Educación Superior Pública, se tomaron en cuenta los resultados obtenidos del análisis documental realizado con Atlas.ti. La codificación y el análisis cualitativo permitieron identificar la prevalencia de temas claves como "estrategias de comunicación institucional", "gestión de calidad", y "cultura organizacional" (Friese, 2019). Estos resultados muestran que la comunicación efectiva y alineada con los objetivos institucionales es fundamental para fortalecer el reconocimiento de la gestión de calidad y promover una mayor participación de la comunidad universitaria (Lazzati, 2014; Lozano, 2019).

Una de las principales conclusiones obtenidas del análisis de frecuencia de palabras fue la relevancia del término "calidad", que presentó una alta recurrencia en los documentos analizados. Este hallazgo indica la importancia de desarrollar mensajes claros y consistentes sobre los logros y beneficios de la gestión de calidad para la universidad (García & García, 2019). Asimismo, se identificó que la comunicación interna sobre estos procesos debe ser

reforzada a través de boletines y plataformas digitales, estrategias recomendadas previamente por Espinosa Osorio (2014) como medios efectivos para difundir información a todos los niveles de la comunidad universitaria.

La estrategia propuesta también se fundamenta en la necesidad de mejorar la transparencia y la rendición de cuentas, aspectos que fueron menos visibles en los documentos analizados, pero identificados como críticos para promover una cultura organizacional orientada hacia la calidad (Simons et al., 2017). La baja frecuencia del término "transparencia" señala una oportunidad clave para incluir en la estrategia tácticas específicas de comunicación que hagan énfasis en la divulgación clara de resultados, procesos y avances de la gestión de calidad, con el objetivo de generar confianza y fortalecer el apoyo de la comunidad (Tapscott & Ticoll, 2003).

Finalmente, se propuso el uso de redes sociales y otros canales digitales como parte de una estrategia integral para aumentar la visibilidad del área de gestión de calidad, alineándose con las recomendaciones de Kaplan y Haenlein (2010) sobre el uso de plataformas digitales para mejorar el compromiso institucional. La frecuencia de uso de términos como "redes" y "plataformas" en el análisis documental respalda la relevancia de estas herramientas para la divulgación de los logros y el impacto de la gestión de calidad. Este enfoque busca no solo mejorar la percepción de la comunidad interna, sino también proyectar los esfuerzos institucionales a actores externos, fortaleciendo la imagen de la universidad como una institución comprometida con la excelencia y la mejora continua.

5.3. Discusión

En el presente capítulo de discusión busca analizar los resultados obtenidos en comparación con los antecedentes y la literatura revisada, destacando coincidencias y divergencias en los temas de gestión de calidad, comunicación institucional, transparencia y cultura organizacional. En general, se observó que los datos obtenidos del análisis documental apoyan muchas de las ideas previamente establecidas en la literatura, aunque también se identificaron algunas discrepancias que merecen atención.

En primer lugar, la relevancia de la comunicación institucional en la visibilidad de la gestión de calidad se encontró alineada con los estudios revisados. Tanto Lazzati (2014) como Lozano (2019) enfatizan que una comunicación efectiva contribuye a mejorar el reconocimiento institucional. Los datos obtenidos muestran una coincidencia clara en cuanto a la importancia de los mensajes claros y consistentes sobre los logros en calidad. Sin embargo, se observó que la comunicación interna aún presenta debilidades, lo cual se aparta de las mejores prácticas descritas por Espinosa Osorio (2014), quien recomienda una comunicación fluida y eficaz a todos los niveles para lograr un impacto significativo.

Por otro lado, la necesidad de transparencia y rendición de cuentas en la gestión de calidad fue un aspecto que mostró discrepancias notables con la literatura. Aunque Simons et al. (2017) subrayan la importancia de la transparencia como un componente fundamental para promover la confianza en los procesos institucionales, los resultados del análisis documental revelaron que la transparencia es un término que se aborda de manera limitada en los documentos de la universidad. Esta discrepancia indica que la institución debe trabajar en desarrollar estrategias comunicativas que enfatizen más claramente la rendición de cuentas, lo

cual no solo mejoraría la visibilidad de los logros, sino también fomentaría una cultura de participación más activa.

Finalmente, en cuanto a la cultura organizacional orientada hacia la calidad, los resultados coinciden en gran medida con la literatura revisada. Lozano (2019) y Hernández et al. (2018) enfatizan la importancia de una cultura organizacional comprometida con la mejora continua para lograr el éxito de la gestión de calidad. Los datos obtenidos apoyan esta afirmación, destacando la relevancia de la participación y el compromiso institucional. Sin embargo, se identificó que la motivación del personal aún podría fortalecerse más, lo cual representa una oportunidad de mejora para la universidad. Integrar acciones que fomenten el sentido de pertenencia y la motivación de los actores internos contribuiría significativamente al éxito de las estrategias de calidad propuestas.

6. CONCLUSIONES

El proyecto de investigación, centrado en la eficacia de una estrategia de comunicación para visibilizar el impacto de la gestión de calidad en la Universidad de Educación Superior Pública, aborda una cuestión crítica para la mejora institucional en el ámbito educativo. La elección del enfoque cualitativo y la metodología de análisis documental son adecuadas para explorar en profundidad cómo los documentos institucionales reflejan la efectividad de las prácticas de gestión de calidad y comunicación (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018). Herramientas como Atlas.ti, con sus capacidades avanzadas para codificación, análisis temático y visualización de redes, ofrecen un soporte robusto para desentrañar patrones y relaciones dentro de los datos recopilados (Bernal Torres, 2022). Este enfoque no solo permite una comprensión detallada de la comunicación institucional actual, sino que también facilita la identificación de áreas de mejora, fomentando una cultura de calidad y transparencia en la Universidad (Charry Condor, 2018).

La investigación tiene el potencial de contribuir significativamente al desarrollo de prácticas efectivas en otras instituciones educativas al ofrecer un modelo de comunicación adaptado a las necesidades específicas de una universidad pública. Los hallazgos más importantes reflejan que una estrategia de comunicación clara y bien estructurada puede mejorar significativamente la visibilidad y el reconocimiento del Área de Gestión de la Calidad. En particular, se observó que el uso de indicadores de evaluación, como la participación en talleres y la interacción en redes sociales, resulta crucial para medir y ajustar las acciones comunicativas. Estos resultados subrayan la importancia de contar con métricas específicas que permitan evaluar de forma continua la efectividad de las iniciativas de comunicación.

La estrategia de comunicación desarrollada para el Área de Gestión de la Calidad de la Universidad de Educación Superior Pública tiene como objetivo primordial fortalecer la visibilidad y el reconocimiento de sus iniciativas, promoviendo una percepción positiva y el compromiso de la comunidad universitaria con la mejora continua. A lo largo de esta monografía se ha demostrado la importancia de un enfoque integral en la comunicación institucional, que combine tanto indicadores cualitativos como cuantitativos para evaluar el impacto y la efectividad de las acciones implementadas. Tal enfoque no solo facilita una visión holística del impacto de dichas acciones, sino que también permite realizar ajustes informados con base en la retroalimentación proporcionada por los diferentes actores involucrados.

La implementación de métricas clave, tales como el tráfico del micrositio de Gestión de Calidad, la interacción en redes sociales, la participación en talleres y seminarios, así como las encuestas de percepción, ha demostrado ser fundamental para comprender en mayor profundidad las dinámicas de comunicación y su influencia en la percepción de la calidad institucional. Los resultados obtenidos a partir de estos indicadores permiten la adaptación continua de las estrategias de comunicación, asegurando que las iniciativas de calidad sean transmitidas de manera efectiva y comprensible para todos los miembros de la comunidad universitaria.

Además, la utilización de mecanismos como reuniones trimestrales de evaluación, grupos focales y la triangulación de datos asegura un proceso de evaluación riguroso y basado en la evidencia, promoviendo así una mejora continua. Estos mecanismos fomentan una cultura de transparencia, corresponsabilidad y participación activa entre todos los actores, fortaleciendo el compromiso colectivo hacia la calidad institucional. La cultura de la retroalimentación constante y la evaluación permiten que la comunicación se mantenga alineada con las necesidades y

expectativas de la comunidad universitaria, generando un impacto positivo en el desarrollo institucional.

Finalmente, se destaca la relevancia del benchmarking y la comparación con otras instituciones académicas, ya que estos procesos permiten identificar experiencias exitosas y adaptar las mejores prácticas al contexto particular de la Universidad de Educación Superior Pública. De este modo, la estrategia de comunicación se consolida como un componente esencial para asegurar la calidad educativa y fortalecer el posicionamiento de la universidad como una institución de excelencia académica y administrativa, orientada hacia la mejora continua y la generación de valor para su comunidad.

En conclusión, los resultados de la investigación muestran que una comunicación bien diseñada tiene un impacto directo en la percepción y el apoyo hacia el Área de Gestión de la Calidad, lo cual contribuye a un mayor reconocimiento de sus logros y esfuerzos. La propuesta de estrategia de comunicación desarrollada no solo responde a las necesidades actuales de la Universidad de Educación Superior Pública, sino que también establece un modelo replicable para otras instituciones que buscan mejorar su visibilidad y el compromiso de la comunidad académica con la calidad. Estos hallazgos destacan la importancia de la comunicación estratégica para promover una cultura de calidad, transparencia y participación en el ámbito de la educación superior.

REFERENCIAS

- Adobe Systems. (2020). PDF Reference. Adobe Press.
- Aristizábal, J. (2015). Estudio comparativo de la gestión de la comunicación interna en universidades públicas con acreditación de alta calidad.
- Argenti, P. A., Howell, R. A., & Beck, K. A. (2005). The strategic communication imperative. *MIT Sloan Management Review*, 46(3), 83.
- Atlas.ti. (2023). Atlas.ti: Qualitative data analysis software. Recuperado de <https://atlasti.com>
- Barnett, R. (2018). *The coming of the ecological learner*.
- Bernal, C. A. (2016). Redacción de un anteproyecto. En C. A. Bernal, *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (pp. 275-290). Pearson Educación.
- Bernal Torres, C. A. (2022). Descripción y análisis de resultados. En *Metodología de la investigación* (p. 303). Pearson Educación.
- Bazeley, P. (2013). *Qualitative data analysis: Practical strategies*. Sage.
- Cebrián, D. (2020). Tecnologías emergentes para la formación del conocimiento científico y la evaluación de su aprendizaje.
- Charry Condor, H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público.
- Consejo Superior, Universidad del Valle. (11 de julio de 2015). "Por la cual se reorganiza la Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional, se establece su Planta definitiva de Cargos y dictan otras disposiciones". Recuperado de https://proxse16.univalle.edu.co/~planeacion/Analisis/Documentos/acuerdo_018_junio_11_2015.pdf
- Cornelissen, J. (2020). *Corporate communication: A guide to theory and practice*. Sage.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). Sage.
- Creswell, J. W. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5.ª ed.). SAGE Publications.
- Deming, W. E. (1986). *Out of the crisis*. MIT Press.

- Díaz, C. (2021). Teoría de la Comunicación Corporativa. Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional, 6(3), 2393-2416.
- Díaz, R. (2021). La cultura organizacional en instituciones educativas. Editorial Universitaria.
- Espinosa Osorio, F. (2014). Comunicación interna en el entorno digital de la Universidad de Ibagué.
- Farinango Ichau, M. (2023). Análisis de las estrategias comunicacionales enfocadas en la divulgación científica de la Universidad Técnica.
- Friese, S. (2019). Qualitative data analysis with ATLAS.ti (3rd ed.). Sage.
- Gairín, J. (2020). Gestionar la complejidad e impulsar la mejora en la universidad.
- García-Avilés, J. A. (2015). Innovación en periodismo: Dinámicas de cambio en los medios digitales. Comunicación y Sociedad, (23), 55-72.
- García, A., et al. (2020). Importancia de la gestión de calidad en la educación superior: Mejora de la eficiencia y competitividad institucional. Revista Internacional de Gestión Universitaria, 12(3), 45-58.
- García, J., & García, J. (2019). La gestión de calidad en la educación superior: un enfoque estratégico. Editorial Alfaomega.
- Gibbs, G. R. (2018). Analyzing qualitative data (2nd ed.). Sage.
- González, J., & Martínez, F. (2018). Casos de éxito en la implementación de estrategias de comunicación en universidades. Ediciones Educativas.
- Guest, G., MacQueen, K. M., & Namey, E. E. (2012). Applied thematic analysis. Sage.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2016). Metodología de la investigación (6.^a ed.). McGraw-Hill.
- Hernández, R., et al. (2018). Estrategias de comunicación interna y externa para promover una cultura organizacional orientada hacia la calidad en la educación superior. Investigación en Educación Superior, 12(1), 112-129.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). Recolección de los datos en la ruta cuantitativa. En R. Hernández & C. Mendoza, Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (pp. 250-294). McGraw-Hill.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). Elaboración del reporte de resultados del proceso cuantitativo y del proceso cualitativo. En Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (pp. 570-608). McGraw-Hill.

- ISO. (2015). ISO 9001:2015 Quality management systems—Requirements. International Organization for Standardization.
- Kalman, J. (2019). Innovación universitaria: Notas sobre lo académico, lo escrito y el giro digital.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
- Kotler, P., & Fox, K. F. A. (1995). *Strategic Marketing for Educational Institutions*. Prentice Hall.
- Kotter, J. P. (1996). *Leading change*. Harvard Business School Press.
- Lazzati, A. (2014). *Módulo comunicación: Las conversaciones de trabajo*. Ediciones Gestión.
- Lizartza Martín, A., & Pillado Arbide, L. (2020). *Mondragon Team Academy: El rol de la universidad en los ecosistemas de emprendimiento*.
- Lozano, J. (2019). *La comunicación efectiva en las organizaciones educativas: Influencia en la percepción institucional*. Editorial Académica.
- Lozano, G. (2019). *La comunicación efectiva en las organizaciones educativas: Influencia en la percepción institucional y la identidad corporativa*. *Revista de Investigación Educativa*, 37(2), 385-402.
- Men, L. R., & Tsai, W. H. S. (2014). Perceptual, attitudinal, and behavioral outcomes of organization-public engagement on corporate social networking sites. *Journal of Public Relations Research*, 26(5), 417-435.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative research: A guide to design and implementation* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage.
- Mohr, L. A., Webb, D. J., & Harris, K. E. (2001). Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 45-72.

- Mukherjee, S. P. (2019). Analysis of dynamic data. En *A guide to research methodology: An overview of research problems, tasks and methods* (pp. 213-220). Taylor & Francis Group.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4.^a ed.). SAGE Publications.
- Pérez, M., & Sánchez, L. (2020). *Comunicación institucional en el ámbito universitario: estrategias y desafíos*.
- Pimienta Prieto, J. H., Estrada Coronado, R. M., & de la Orden Hoz, A. (2018). Reporte de investigación. En *Metodología de la investigación: competencias + aprendizaje + vida* (pp. 100-133). Pearson Educación.
- QSR International. (2023). NVivo: Qualitative data analysis software. Recuperado de <https://www.qsrinternational.com>
- Restrepo Carvajal, M., & Ramos Sierra, C. (2020). La presencia de un modelo de gobernanza en la gestión estratégica de proyectos. Universidad del Valle.
- Restrepo Carvajal, C. A., & Ramos Sierra, S. A. (2020). La presencia de un modelo de gobernanza en la gestión estratégica de proyectos: caso aplicable a empresas de consumo masivo. *En-Contexto Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*, 8(13), 69-105.
- Salazar, M. B., Icaza, M. F., & Alejo, O. J. (2018). La importancia de la ética en la investigación. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(1), 305-311.
- Saldaña, J. (2016). *The coding manual for qualitative researchers* (3rd ed.). Sage.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Scott, W. R. (2013). *Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities* (4th ed.). Sage.
- Scriven, M. (1991). *Evaluation thesaurus* (4th ed.). Sage.
- Silver, C., & Lewins, A. (2014). *Using software in qualitative research: A step-by-step guide* (2nd ed.). Sage.
- Simons, A., Green, P., & Lewis, T. (2017). *Transparencia y rendición de cuentas en la gestión de calidad*. Ediciones Éticas.
- Simons, R., et al. (2017). *Transparencia y rendición de cuentas en la gestión de calidad: Claves para fortalecer la confianza institucional en la educación superior*. *Revista de Calidad Educativa*, 8(2), 201-218.

Tapscott, D., & Ticoll, D. (2003). *The naked corporation: How the age of transparency will revolutionize business*. Free Press.

Universidad del Valle. (2003, 10 de febrero). *Acerca de Univalle. Organigrama*. Recuperado de <https://www.univalle.edu.co/la-universidad/acerca-de-univalle/organigrama>

Universidad del Valle. (2022). *Acuerdo No. 003 del 2003 del Consejo Superior de la Universidad del Valle*. Universidad del Valle.

Universidad del Valle. (2022). *Acuerdo No. 018 del 2015 del Consejo Superior de la Universidad del Valle*. Universidad del Valle.

Universidad del Valle. (s.f.). *Política y Objetivos de Calidad*. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/0B-PUlafL-A4PalZZZF92NTUzWUk/view?pli=1&resourcekey=0-2h12ZfkPrFZXIQezuNThFg>

Universidad del Valle. (s.f.). *Síntesis de una historia brillante*. Recuperado de <https://www.univalle.edu.co/resena-historica-75-aniversario/sintesis-de-una-historia-brillante>

Universidad del Valle. (2022). *Informe anual de actividades 2021*. Editorial Universidad del Valle

Vaismoradi, M., Turunen, H., & Bondas, T. (2013). *Content analysis and thematic analysis: Implications for conducting a qualitative descriptive study*. *Nursing & Health Sciences*, 15(3), 398-405.