



UNIVERSIDAD DE PIURA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Propuesta de un plan de comunicación para alinear y difundir los objetivos institucionales del centro Vida Universitaria en la Universidad de Piura

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de
Licenciado en Comunicación

Carolina Elizabeth Cáceres López

Revisor:
Dra. Susana Terrones Juárez

Piura, febrero de 2020



Resumen Analítico-Informativo

Propuesta de un plan de comunicación para alinear y difundir los objetivos institucionales del centro Vida Universitaria en la Universidad de Piura.

Carolina Elizabeth Cáceres López.

Revisor(es): Dra. Susana Terrones Juárez.

Trabajo de Suficiencia Profesional.

Licenciado en Comunicación.

Universidad de Piura. Facultad de Comunicación.

Piura, febrero de 2020

Palabras claves: Vida Universitaria / universidad / comunicación corporativa / alineamiento estratégico / extracurricular / educación superior

Introducción: La oficina de Vida Universitaria de la Universidad de Piura es la encargada de promover las actividades extracurriculares entre los estudiantes. Se ha detectado, a partir de una investigación a los directores de estudios de las facultades de pregrado, que existe desconocimiento sobre los objetivos formativos de este centro, razón por la cual, este trabajo propone un plan de comunicación que ayude a difundir sus objetivos y, de ese modo, mejorar el alineamiento con los planes corporativos de la institución.

Metodología: Se ha realizado una revisión bibliográfica sobre la identidad y fines de la Universidad de Piura. También se ha empleado la técnica de la entrevista en profundidad, para conocer la percepción de los directores de estudio sobre el trabajo que realiza Vida Universitaria. Se ha establecido una muestra y se ha elaborado un cuestionario estructurado a partir de las siguientes variables de análisis: valoración de las actividades extracurriculares, valoración de la formación extracurricular, conocimiento de la misión de Vida Universitaria, percepción del estilo de trabajo de Vida Universitaria, percepción de los objetivos de Vida Universitaria, Percepción sobre el alineamiento entre Vida Universitaria y la Universidad de Piura.

Resultados: Es necesario plantear un plan de comunicación que ayude a la difusión de los objetivos del centro Vida Universitaria, para alinear su trabajo a la misión y visión de la Universidad de Piura. La investigación demostró, también, que se debe mejorar el relacionamiento con los directores de estudio de las diferentes facultades de pregrado.

Conclusiones: PRIMERA: El centro Vida Universitaria debe alinear su comunicación a los objetivos que persigue la Universidad de Piura. Las actividades extracurriculares tienen naturaleza formativa y deben buscar el desarrollo integral de la comunidad universitaria. SEGUNDA: El trabajo de Vida Universitaria tiene una percepción favorable, pero debe implementarse un plan de comunicación que conecte con las expectativas corporativas de la Universidad. TERCERA: Un plan de comunicación basado en líderes de opinión ayudará a que los estudiantes comprueben que las actividades extracurriculares ayudan a ser mejor profesional.

Fecha de elaboración del resumen: 05 de febrero de 2020

Analytical-Informative Summary

Propuesta de un plan de comunicación para alinear y difundir los objetivos institucionales del centro Vida Universitaria en la Universidad de Piura.

Carolina Elizabeth Cáceres López.

Revisor(es): Dra. Susana Terrones Juárez.

Licenciado en Comunicación

Universidad de Piura. Facultad de Comunicación.

Piura, febrero de 2020

Keywords: University Life / University / Corporate Communication / Strategic Alignment / Extracurricular / Higher Education

Introduction: The Vida Universitaria office of the University of Piura is the one responsible for promoting extracurricular activities among students. It has been found, during this study, that there is a lack of understanding among the directors of studies of the undergraduate faculties about the curricular objectives of this Center, which constitutes the justification for this study to propose a communication plan able to help disseminate knowledge about the Center's objectives and, by doing so, improve the alignment with the institutions' corporate plans.

Methodology: A bibliographic revision has been carried out on the identity and objectives of the University of Piura. The technique of in-depth interviewing has also been used to understand the perception of the study directors about the work that Vida Universitaria does. A sample has been set out and a structured questionnaire has been prepared from the following analysis variables: assessment of extracurricular activities, assessment of extracurricular studies, comprehension of the mission of Vida Universitaria, perception of the working style of Vida Universitaria, perception of the objectives of Vida Universitaria, perception about alignment between Vida Universitaria and the University of Piura.

Results: It is necessary to propose a communication plan that helps to disseminate the objectives of the Vida Universitaria Center, to align its work to the mission and vision of the University of Piura. This research has also shown that the relationship with study directors of the different undergraduate faculties should be improved.

Conclusions: FIRST: The Vida Universitaria Center must align its communication to the objectives pursued by the University of Piura. Extracurricular activities are educational by nature and should seek the full development of the university community. SECOND: The work of Vida Universitaria has a favorable perception, but a communication plan connected with the corporate expectations of the University must be implemented. THIRD: A communication plan based on Opinion Leaders will help students understand that extracurricular activities can help them become better professionals.

Summary date: February 5th, 2019

Tabla de contenido

Introducción.....	1
I. Antecedentes, historia y contexto de la organización	3
II. Actores y problemática en el campo de la comunicación.....	11
III. Estrategia de Comunicación	17
1. Eje central de la estrategia	17
2. Objetivo principal	18
3. Objetivos secundarios	18
IV. Plan de acción.....	19
1. Nueva versión de texto para web	19
2. Plan de reuniones para hacer explícita la identidad.....	20
3. Plan de contenidos	21
4. Sugerencia operativa.....	22
5. Bocetos de gráficas	23
V. Evaluación de la toma de decisiones	27
Conclusiones	29
Referencias bibliográficas.....	31
Anexos	33
Anexo 1 Preguntas de entrevista en profundidad.....	35
Apéndices	39
Apéndice 1 Informe de desempeño profesional	41
i. Presentación	41
ii. Desarrollo Profesional	41
iii. Reflexiones finales.....	42
iv. Certificación.....	43



Lista de imágenes

Imagen 1	Evaluación de la Universidad de Piura según el Ranking de América Economía 2019.	4
Imagen 2	Organigrama de Vida Universitaria, que se recoge en el acuerdo de Consejo Superior de la Universidad de Piura.	5





Lista de cuadros

Cuadro 1	Resumen de los resultados.....	14
----------	--------------------------------	----





Introducción

La unidad corporativa implica que las instituciones, en todas sus dependencias, transmitan sus fines y objetivos a sus públicos de interés. Si no se trabaja por una adecuada transmisión de la identidad se podría generar una percepción errónea de la misión y la visión, lo cual, a la larga, sería un atentado a la cultura organizacional. Por ello, el alineamiento no solo es una estrategia de gestión y de comunicación, sino que se convierte en pilar fundamental para mantener la coherencia de las empresas en su relación con sus públicos, tanto internos como externos, tal y como lo afirma Gonzáles (2013).

En este Trabajo de Suficiencia Profesional (TSP) se propone un plan de comunicación para contribuir con el alineamiento entre la Universidad de Piura y el centro Vida Universitaria. La Universidad de Piura es una institución de educación superior que procura, a través de la excelencia académica, formar buenos profesionales, partiendo del desarrollo de virtudes que repercutan positivamente en la sociedad. Por ello, su eslogan es “mejores personas, mejores profesionales”: su objetivo formativo no solo es aumentar el conocimiento sino servir a los demás. Por su parte, Vida Universitaria es una dependencia que se encarga de promover las actividades extracurriculares entre los estudiantes, contribuyendo con espacios que les permitan enriquecer sus intereses personales, a través del arte, la música, el deporte y las actividades de voluntariado.

Aunque a primera vista existe una relación directa entre lo que busca la Universidad de Piura y Vida Universitaria, mi experiencia como trabajadora de este centro me llevó a realizar una investigación cualitativa para comprobar si es que los objetivos propuestos habían sido asumidos por quiénes son los principales aliados para fomentar la participación en las actividades deportivas, artísticas y de voluntario: los directores de estudio de las facultades. Junto a ello, se ha realizado una revisión bibliográfica sobre la identidad de la Universidad y los fines que persigue la formación extracurricular.

La técnica empleada fue la entrevista en profundidad y, a través de un cuestionario estructurado, se analizaron las siguientes variables: valoración de las actividades extracurriculares, valoración de la formación extracurricular, conocimiento de la misión de Vida Universitaria, percepción del estilo de trabajo de Vida Universitaria, percepción de los objetivos de Vida Universitaria, Percepción sobre el alineamiento entre Vida Universitaria y la Universidad de Piura.

A partir de los resultados de investigación, se detectó que existe desconocimiento de los objetivos de Vida Universitaria por parte de los directores de estudio, razón por la cual, este trabajo propone un plan de comunicación para alinear y difundir los objetivos institucionales de Vida Universitaria con la misión de la Universidad de Piura.



I. Antecedentes, historia y contexto de la organización

La Universidad de Piura (UDEP) es una organización sin fines de lucro fundada en Piura el 12 de junio de 1968 mediante Ley N° 17040. Inició sus actividades en 1969 promovida por la Asociación para el Desarrollo de la Enseñanza Universitaria (ADEU) como una universidad de inspiración cristiana, fruto de la iniciativa de San Josemaría Escrivá de Balaguer, con el objetivo de elevar la calidad de vida de Piura y del Perú. Desde su nacimiento promovió, en libertad, formación espiritual a cargo de la Prelatura del Opus Dei.

En agosto de 1979 fundó la Escuela de Alta Dirección – PAD y después de 24 años de crecimiento sostenido, en el 2003, inicio sus actividades en su sede de Lima. Actualmente cuenta con 14 carreras profesionales y 7 facultades en el pregrado, y una nutrida oferta académica de posgrado y extensión en sus dos campus.

Como todas las Universidades peruanas, se encuentra bajo la supervisión de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU) y su funcionamiento se rige por la Ley Universitaria (N° 30220). El 26 de enero de 2017 obtuvo el licenciamiento institucional, demostrando que cumple con los estándares de calidad que la educación superior requiere en el país.

En el 2019 la Universidad de Piura cumplió 50 años de vida institucional, y entre sus múltiples proyectos para el futuro se encuentran: mejorar el relacionamiento con sus egresados, mejorar la infraestructura de la biblioteca central y seguir creciendo en las sedes de Piura y Lima. Todo esto, sin descuidar la constante formación de profesores con máster y doctorados, en las mejores universidades del país y el extranjero.

Su trayectoria académica se ve reflejada también en los reconocimientos que ha recibido a lo largo de los años, no solo por su posicionamiento –mejores personas, mejores profesionales– sino también porque los rankins nacionales dan cuenta del trabajo que realiza. Por ejemplo, en el año 2019, el Ranking de América Economía ubicó a la Universidad de Piura como la séptima mejor del país (AméricaEconomía Intelligence, 2019). Y según el ranking de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU), la Universidad de Piura se ubica en el puesto número 9 a nivel nacional (Blanco, 2019).



Imagen 1. Evaluación de la Universidad de Piura según el Ranking de América Economía 2019.

Fuente. AméricaEconomía Intelligence (2009)

Pero la Universidad de Piura, como institución de Educación Superior, no solo se explica desde sus méritos académicos, sino desde su identidad. Como Universidad, siguiendo las palabras del profesor Leonardo Polo, se trata de “una comunidad de personas que incrementan el saber, integrando, de modo interdisciplinar, las ciencias del espíritu y las ciencias de la naturaleza al servicio de la sociedad” (Polo, 1996, p 40). Y si miramos su ideario, destacaremos que es una “institución de inspiración cristiana que impulsa y divulga la investigación científica en todos los campos, comenzando por los vinculados directamente con la promoción de la calidad de vida de la comunidad regional, nacional e internacional (Ideario UDEP, I.4.)

La Universidad de Piura es fundada por un Santo de la Iglesia Católica y eso, desde luego, marca su identidad. El 11 de abril de 1968 San Josemaría recibió en Roma a los promotores de la Universidad de Piura y, desde sus inicios, se buscó “una labor universitaria y de promoción humana” (González, 2009, p. 9). Por ello, está “abierta a todo aquel que por vocación y condiciones intelectuales deseara seguir estudios superiores, en donde la condición económica no fuera un factor de exclusión” (Romero; Abruña, 2009, p. 16).

Tanto la finalidad universitaria, como el ideario, marcan los pilares sobre los cuáles se construyen todas las actividades institucionales de la Universidad de Piura. Y los centros que de ella dependen, en principio, deben estar alineados a lo que se espera de la institución.

En este Trabajo de Suficiencia Profesional se abordará el papel que desempeña el centro de Vida Universitaria, y se desarrollará una propuesta de alineamiento y difusión de su oferta

formativa extracurricular, en sintonía con los objetivos que espera la Universidad de Piura alcanzar.

Vida Universitaria es un centro cuyo trabajo es coordinado y supervisado por la Dirección de Estudios de la Universidad de Piura. Nació en el año 2013, por iniciativa del Consejo Superior, con el objetivo unificar la formación integral que la institución promueve a través del impulso de las actividades extracurriculares. En su constitución oficial, de fecha del 18 de noviembre, se estableció como un órgano de apoyo a la Dirección de Estudios (junto con el voluntariado), teniendo a su cargo las siguientes dependencias: a) deporte y esparcimiento, b) actividades culturales y extracurriculares, y c) calidad de servicios. A continuación, se puede ver la estructura inicial de este centro:

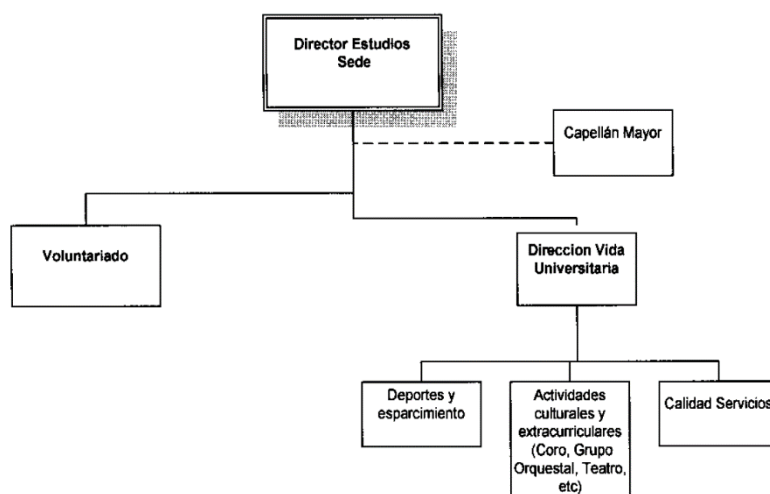


Imagen 2. Organigrama de Vida Universitaria, que se recoge en el acuerdo de Consejo Superior de la Universidad de Piura.

Fuente. Acuerdo interno CS 2375/13

Tal y como se puede evidenciar en el organigrama de trabajo, se aprecia que el objetivo es conglomerar las distintas actividades extracurriculares y complementarias que, hasta antes de 2013, se venían desarrollando en la Universidad, pero que no estaban centralizadas bajo una misma dirección. Hasta antes del 2013, por lo menos de modo administrativo, la Universidad promovía diferentes actividades extracurriculares, pero éstas dependían directamente de las Facultades. A pesar de que había el ánimo de coordinar con la Dirección de Estudios, eran los centros académicos quienes tenían a cargo la gestión de las iniciativas extracurriculares de los alumnos.

Lo que sí estaba directamente coordinado por la Dirección de Estudios era el Coro Universitario, el Grupo Orquestal, los equipos deportivos, el elenco de teatro, así como una serie de talleres artísticos que se ofertaban como cursos libres a los alumnos y que tenían un valor en créditos académicos. Pero, a pesar de ello, la gestión de estos grupos no respondía a una visión corporativa planificada: se mostraban ya sea como una actividad académica (cursos con créditos), o como elencos y equipos que representaban a la universidad (Coro, Grupo Orquestal, selección de fútbol, etc.). Bajo este enfoque, se trataba de una oferta restrictiva, a la cual podían acceder los alumnos que tuvieran las condiciones corales, musicales o deportivas, o quienes quisieran obtener créditos que contribuyeran al avance de su plan de estudios.

Con el nacimiento de Vida Universitaria hay un paso significativo para ordenar todas estas actividades, y junto a ello, gestionar una oportunidad: ampliar la oferta formativa extracurricular y que, a su vez, sea atractiva para la mayor cantidad de alumnos de la Universidad de Piura.

El trabajo de Vida Universitaria se estructura en base a tres programas o ejes: Arte y Cultura, Voluntariado y Sociedad, y Deporte y Salud. Es a partir de estos tres pilares que se estructuran todas las actividades que promueve este centro. Así, el trabajo que desarrolla Vida Universitaria se resume en lo siguiente:

a) Elencos:

Coro, Big Band, Danzas Folclóricas, Orquesta Sinfónica.

b) Talleres:

Básquet femenino, Básquet masculino, Vóley Femenino, Tenis de mesa, Fútbol, Guitarra, Cultura China, Cajón peruano, Danza, Apreciación musical, Diseño Gráfico, Teatro, Natación, y Taekwondo.

c) Proyectos de voluntariado:

- UNIVAS PROYECTO CHAPAIRÁ Y MOLINO: proyecto de ayuda social a los niños de escasos recursos de los poblados de Chapairá y el Molino; en el 2019 participaron 130 voluntarios y se beneficiaron 150 niños.
- PROYECTO HUELLITAS VERDE: programa de concientización ambiental en la I.E.P. Divino Niño Jesús; en el 2019 participaron 100 voluntarios.

- GRUPO CIMA: grupo de formación en Ciencias del Medio Ambiente, realiza una serie de actividades con la finalidad de concienciar acerca de la problemática ambiental. En el año 2019, por ejemplo, promovieron el evento Trash Challenge donde, junto a universitarios de otras casas de estudios, tuvieron una jornada de limpieza del río Piura, mejorando el paisaje de la rivera.
- MINKA PIRU: voluntariado profesional universitario enfocado en la difusión de la educación y la cultura. Aborda una temática variada, desde reforzamiento de la educación básica escolar para niños de comunidades vulnerables, campañas medioambientales, talleres de liderazgo para universitarios, etc. En el 2019 realizaron actividades en el AA.HH. Cuatro de Octubre y en la Villa Kurt Beer.

d) Eventos y capacitaciones¹:

En el 2019 se realizaron, por ejemplo:

- La capacitación Relaciones sin fronteras (en alianza con la empresa Itaca), donde alumnos que participan en los programas de voluntariado recibieron charlas sobre liderazgo y trabajo en equipo.
- También se realizó un Foro Ambiental, para dar a conocer los proyectos de CIMA que, en alianza con otras instituciones, realiza a nivel local y regional.
- En junio se organizó la conferencia Imagen y Marca Personal, a cargo de la docente Tiny Ramírez, con el objetivo de formar a los estudiantes en el sentido que tiene el buen vestir y la proyección social que genera el buen gusto.
- Balconazo de Oro, conmemorando el primer día de clases del 22/04/1969
- CRECIENDO POR UN SUEÑO: en alianza con Backus, 450 bodegueras de Piura fueron capacitadas por 49 voluntarios de la UDEP para empoderarlas como empresarias.
- SEMANA UNIVAS: en esta semana se realiza el reclutamiento de voluntarios, se sensibiliza a la comunidad universitaria y se recaudan fondos para las actividades de voluntariado.
- YO DONANTE: campaña de donación de sangre; en el 2019 se recogieron 80 unidades de sangre de 40 voluntarios.

¹ Se tomó como referencia los eventos y capacitaciones más destacadas del año 2019.

- Eco Reto: prueba que consiste en correr 8 kilómetros dentro del campus universitaria, con el objetivo de promover el deporte y dar a conocer el valor ecológico del bosque seco que alberga la Universidad.
- Liga UDEP: este evento tuvo una participación de 389 personas. Se inscribieron equipos de fútbol 8, equipos de básquet y vóley mixto.

Tal y como se puede ver, con apenas 6 años de creado, el centro Vida Universitaria gestiona una serie de actividades extracurriculares que inciden directamente en el proceso formativo de los alumnos, no a nivel competencias técnicas, sino en el desarrollo de habilidades blandas y la adquisición de hábitos como la disciplina, la tolerancia y el trabajo en equipo. En este sentido, por su propia naturaleza, este tipo de actividades suman a los objetivos formativos de la Universidad y, en principio, toda su planificación debería estar orientada a la formación integral de la comunidad de estudiantes.

Para comprender la importancia de la formación integral a través de las actividades complementarias y extracurriculares, resultará necesario revisar qué dice el espíritu fundacional de la Universidad al respecto.

Si revisamos la historia, se comprueba que el espíritu extracurricular está desde el nacimiento de la Universidad y se puede evidenciar en el perfil de los primeros profesores: “José Ramón de Dolarea era abogado de profesión y poeta por vocación; Javier Cheesman, políglota y lingüista de lujo; César Pacheco Vélez, historiador prestigioso y un gran conversador; Ramón Mugica, físico y uno de más reconocidos oceanógrafos del Perú; Miguel Samper, exigente y riguroso, estrenaba sus mejores años de ingeniero (...)” (Romero; Abruña, p. 23-24).

Bien podemos afirmar que la finalidad de la Universidad, y de Vida Universitaria, no pueden estar desconectadas, en tanto forman parte de la misma institución. A razón de este argumento, es clarificador lo que San Josemaría, fundador y primer Gran Canciller de la Universidad, pensaba sobre esta institución de educación superior:

“La Universidad no vive de espaldas a ninguna incertidumbre, a ninguna inquietud, a ninguna necesidad de los hombres. No es misión suya ofrecer soluciones inmediatas. Pero a estudiar con profundidad científica los problemas, remueve también los corazones, espolea la pasividad, despierta fuerzas que dormitan, y forma ciudadanos dispuestos a construir una sociedad más justa. Contribuye así con su labor universal a quitar barreras que dificultan el entendimiento mutuo de los hombres, a aligerar el miedo frente a un futuro incierto, a promover con el amor a

la verdad, a la justicia y a la libertad la paz verdadera y la concordia de los espíritus y las naciones” (Escrivá, 1972, p. 98)².

Si pensamos estas palabras, vemos que el reto formativo supone que los estudiantes estén al servicio de los demás. Es cierto que el punto de partida es el conocimiento de su campo científico o carrera profesional, pero, finalmente, se espera de los universitarios estén dispuestos, voluntariamente, a servir a los demás y trabajar por una sociedad más justa. Así de claro es el objetivo institucional de la Universidad de Piura.

Este particular enfoque requiere, como punto de partida, que se tenga una visión integral del desarrollo profesional y que se mire más allá de la dominante tecnocracia, donde se piensa que solo el conocimiento técnico tiene valor. En este sentido, será importante impulsar actividades que no solo lleven a la adquisición de conocimiento, sino a mejorar el trato virtuoso de unos y otros. Así, lo propio de la Universidad, según Romera (2009), será propiciar un sentido de la acción, donde se mire no solo el qué sino el por qué y para qué de lo que se hace. Esto ayudará a que el Universitario se plantee el sentido de su esfuerzo profesional.

Actualmente, este enfoque se hace más necesario en una sociedad del ‘éxito, donde se “empuja reductivamente al joven profesional a consumir egoístamente los beneficios alcanzados con sus estudios; comprendemos, más bien, que hemos de formar hombres y mujeres solidarios capaces de innovar en generosa ayuda al prójimo: la excelencia humana no puede ser narcisista” (Romero; Abruña, 2009, p. 36).

Por ello, es relevante pensar que “los universitarios necesitan ser responsables, con una sana inquietud por los problemas de los demás y un espíritu cultivado que les lleve a enfrentarse a estos problemas a fin de procurar encontrar la mejor solución” (Romero; Abruña, 2009, p. 35).

En un contexto donde solo importa el resultado medible, afirma Romera (2009), la sociedad olvida que el cómo hacer las cosas también es importante³. Pero el ser humano no solo puede vivir de lo técnico, sino también de la solidaridad y la honestidad; el hombre “también subsiste en cuanto ser humano a la familia, a las amistades, el trato con los colegas,

² Discurso del 7 de octubre de 1972 en la ceremonia de investidura de doctores honoris causa en la Universidad de Navarra.

³ En el actual contexto universitario, donde predomina el afán por la técnica, “la visión integral se sustituye por una multiplicidad de discursos especializados pero inconexos (...) La ausencia de un horizonte de comprensión que nos permita ubicarnos y orientarse en la existencia, expone al peligro del utilitarismo, es decir, de adoptar como criterio principal para tomar decisiones la diferencia y el criterio cuantitativo de las diferentes opciones” (Romera, 2009, p. 66).

en una palabra, a las relaciones humanas, y estos ámbitos trascienden lo técnico” (Romera, 2009, p. 23).

Por ello, la formación universitaria va más allá de la formación profesional. Al respecto, resulta aclaradora la opinión de Álvaro Del Portillo, segundo Gran Canciller de la Universidad de Piura: “La universidad no debe limitar su misión a procurar a los alumnos una formación que les habilite para ejercitar después una determinada tarea profesional. Ha de procurar también una educación más general, dirigida a que el estudiante adquiriera aquellas convicciones y actitudes que le han de servir para orientar su conducta individual y social” (Del Portillo, 1993, p. 25).

En este sentido, se debe comprender que “un verdadero profesional no es competente únicamente en el sentido cognitivo sino deben ser capaces de tener una integración social con su medio, permitiendo utilizar algo de lo aprendido académicamente para beneficio y mejoras del nivel de vida de la sociedad” (Chávez; Martínez, 2017, p. 125-126).

Estas palabras nos demuestran que la formación profesional es importante, pero que ésta resulta incompleta sino se generan espacios de convivencia donde los estudiantes pongan en práctica aspectos de su vida que van más allá de los estudios. Así, las actividades extracurriculares se convierten en una oportunidad formativa: mejoran el relacionamiento con los demás⁴, impulsan la donación generosa del tiempo sin la recompensa de una calificación, y ayudan a la práctica de virtudes a través del deporte, la música y las expresiones artísticas. Como bien se puede ver, la formación extracurricular no solo es perfectamente compatible con la vida académica, sino que se convierte en una necesidad que sintoniza con los objetivos institucionales de la educación superior.

⁴ Así, la universidad, dentro de sus objetivos pretende “ser a la vez una comunidad de saberes (*universitas scientiarum*) y una comunidad de personas (*universitas magistrum et scholarium*)” (Del Portillo, 1993, p. 19).

II. Actores y problemática en el campo de la comunicación

Como hemos visto en el punto anterior, las actividades extracurriculares, y la existencia de una oficina como Vida Universitaria, guardan perfecta coherencia con la propuesta formativa de una Universidad, y en concreto, con la Universidad de Piura. Por ello, es razonable que desde el Consejo Superior de la Universidad (rector, vicerrectores, directora de estudios y gerencia general) se haya impulsado la creación de dicha oficina, así como el respaldo a las iniciativas que se han detallado en las páginas anteriores.

Aunque teóricamente es clara la relación entre la finalidad institucional de la Universidad y la oficina de Vida Universitaria, ésta no puede quedar en un contexto tácito. Resulta necesario profesionalizar dicha relación y hacerla pública, explicitándola en todos los puntos de contacto que tiene la Vida Universitaria con los distintos públicos: alumnos, profesores, directivos, personal administrativo.

Si se revisa la Web de Vida Universitaria podemos encontrar el siguiente mensaje:

“En Vida Universitaria tienes el apoyo necesario para desarrollar al máximo tus intereses y habilidades, complementando tu formación académica y haciendo que vivas intensamente tu paso por la universidad. En nuestro campus encontrarás un ambiente apropiado para las actividades deportivas, artísticas, culturales o de voluntariado; en las cuales podrás participar o enriquecer poniendo nuevas iniciativas” (Universidad de Piura, s.f. Consultado el 16 de diciembre, 2019).

En estas líneas podemos ver que la oficina de Vida Universitaria ofrece un impulso a las actividades extracurriculares, pero pone el énfasis en que las iniciativas vienen de los propios estudiantes, y que ello repercutirá en una mejor vivencia universitaria. Aunque, en efecto, es responsabilidad de esta oficina apoyar las iniciativas de los alumnos, se requiere mostrar, explícitamente, cómo esto contribuye a la formación completa de alguien que se acerca a la Universidad para alcanzar una profesión.

En otras palabras, esto supondría trabajar el concepto de que vivir la universidad –en serio– es complementar el buen desempeño académico: no solo es buen estudiante el que estudia, sino el que estudiando puede experimentar el darse a los demás en el arte, la música, el deporte y el voluntariado.

Es importante que la oficina de Vida Universitaria sea la que encause las iniciativas de los alumnos, pero orientándolos a los objetivos de la Universidad. De alguna manera, Vida Universitaria también es responsable de salvaguardar que los alumnos alcancen el equilibrio

entre logro académico y gusto por lo extracurricular. Esto se hace más notorio, cuando comprobamos que la búsqueda de la excelencia académica es un pilar fundamental en la academia. Así, por ejemplo, el fundador de la Universidad, San Josemaría, en el punto 32 de Camino señala “el que pueda ser sabio no le perdonamos que no lo sea”. Y agrega Mons. Del Portillo (1993, p. 19): “Es un claro estímulo dirigido a los intelectuales para prepararse, con la debida formación científica, al apostolado de la inteligencia”.

Los presupuestos alcanzados hasta ahora son una aproximación teórica al “deber ser” de la oficina Vida Universitaria, en base a fuentes bibliográficas y a un análisis de la poca información que existe en la Web. Sin embargo, los que trabajan en esta dependencia tienen la intuición de que son poco comprendidos por sus principales aliados: los directores de estudio de las facultades de la Universidad de Piura.

Los directores de estudio son una bisagra importante en el trabajo de Vida Universitaria: canalizan la información entre los alumnos de las distintas facultades, dan opinión sobre la pertinencia de las actividades extracurriculares, y son los responsables de velar por el óptimo desarrollo universitario de la comunidad estudiantil. A ellos les compete, en gran medida, impulsar la vivencia del plan de trabajo diseñado por Vida Universitaria.

Por este motivo, se ha realizado una investigación entre los directores de estudio, para conocer, en la percepción de ellos, la valoración del trabajo de Vida Universitaria y, de este modo, averiguar si este centro contribuye con los objetivos formativos de la Universidad de Piura. Las opiniones de los directores de estudio es un insumo estratégico para plantear un plan de comunicación que contribuya con el alineamiento estratégico de los objetivos del este centro.

A continuación, se presenta la ficha técnica de las entrevistas en profundidad – metodología cualitativa–, que tuvieron como objetivo diagnosticar la imagen que proyecta Vida Universitaria y el modo cómo es percibido el arduo trabajo realizado hasta el momento:

Ficha técnica del estudio realizado a los directores de estudio de la Universidad de Piura

- Técnica: método cualitativo.
- Herramienta: entrevista en profundidad.
- Universo: directores y directoras de Estudios de las Facultades de la Universidad de Piura.
- Dinámica:

#	Fecha	Entrevistado	Descripción
1	10/12/2019	Dra. Susana Terrones Juárez	Facultad de Comunicación
2	10/12/2019	Mgtr. Diana Ramos Icanaqué	Facultad de Educación
3	13/12/2019	Mgtr. María Jesús Farfán Manrique	Facultad de CC.EE.EE
4	16/12/2019	Dr. Ronald Vílchez Chinchayán	Facultad de Derecho
5	17/12/2019	Dra. Ruth Rosas Navarro	Facultad Humanidades

- Condición de muestra: directores y directoras de estudio que coordinan con la oficina de vida universitaria actividades la difusión y promoción de las actividades extracurriculares en la Universidad de Piura.
- Recolección de datos: mediante cuestionario elaborado *ad hoc* para esta investigación.
- Variables de análisis:
 - a) Valoración de las actividades extracurricular en la formación universitaria.
 - b) Valoración de la formación extracurricular en el perfil del egresado.
 - c) Sobre la creación de una oficina que centralice las actividades extracurriculares.
 - d) Conocimiento de la misión de una oficina de vida universitaria.
 - e) Percepción del estilo de trabajo de vida universitaria.
 - f) Percepción de los objetivos alcanzados por vida universitaria.
 - g) Percepción sobre el alineamiento entre la formación extracurricular y los objetivos institucionales de la UDEP.

A continuación, se presenta un cuadro resumen de los resultados obtenidos, tomando en cuenta a la muestra entrevistadas, así como a las variables de análisis:

Cuadro 1. Resumen de los resultados

Muestra/ variables	Valoración de actividades extracurriculares	Formación extracurricular del egresado	Sobre oficina que centralice lo extracurricular	Conocimiento de misión de VU	Sobre estilo de trabajo de VU	Percepción de objetivos alcanzados por VU	Alineamiento entre VI y Universidad
Susana Terrones	Ayudan a desarrollar habilidades blandas y el espíritu de servicio, pero debe cuidarse lo académico. Esto contribuye a tener profesionales más completos, con conocimiento técnico, pero también con una mayor formación humana.	Ayudan a descubrir otros talentos de egresados y a cambiar de actividad.	Antes las actividades de VU eran dispersas, pero se ve que ahora hay un plan. Pero deberían trabajar más de la mano con las facultades.	Considera que es desarrollar habilidades blandas al servicio de los demás.	Trabajan más ordenados que al principio, pero deberían ir de la mano más con las direcciones de estudio	Ayuda a los alumnos a desarrollar habilidades blandas, pero se debe cuidar la selección de participantes, quienes no deben descuidar lo académico. Deben comunicar sus objetivos.	En principio hay alineamiento entre VU y la Universidad, pero se debe hacer el respectivo seguimiento para que lo extracurricular no desvirtúa la vida académica.
Diana Ramos	Las actividades extracurriculares son parte de la identidad de la Universidad desde su nacimiento, y ayuda a una formación integral de alguien que no solo debe estudiar.	Depende de perfil profesional de cada Facultad, pero todas las actividades complementarias redundan en la formación profesional.	En los últimos años se ha visto un trabajo más sistematizado, pero sí es bueno que haya una oficina que centralice lo extracurricular.	No se conoce explícitamente sus fines, aunque se percibe un trabajo más ordenado.	Se debe profesionalizar el trabajo de los encargados, y cuidar que no se promueva la dispersión de intereses entre los alumnos.	Aunque ayudan con los objetivos formativos, no está claro en propósito en todas las actividades que realiza. Habría que ponerlo por escrito.	Se entiende que las actividades están muy alineadas como Universidad, pero no todas las facultades participan como deberían en las actividades de VU.
Maria Jesús Farfán	Despiertan las habilidades blandas y el trabajo en equipo de los futuros profesionales, algo que es muy valorado por las empresas.	No está muy claro en el perfil del egresado de Empresas, pero puede ayudar a formar el criterio para tomar mejores decisiones.	Por temas logísticos es muy bueno que se centralicen las actividades extracurriculares en VU.	Desconoce la existencia de un plan de trabajo que manifieste los objetivos. Si conoce con claridad lo que hace el coro.	Se trata de una oficina que saca adelante actividades extracurriculares y el deporte.	Manifiesta no conocer los objetivos de Vida Universitaria, pero cree que busca sacar adelante lo mejor del alumno en la parte no académica.	Se entiende que existe alineamiento entre la Universidad y VU, pero no la logra explicar. Lo intuye.

Muestra/ variables	Valoración de actividades extracurriculares	Formación extracurricular del egresado	Sobre oficina que centralice lo extracurricular	Conocimiento de misión de VU	Sobre estilo de trabajo de VU	Percepción de objetivos alcanzados por VU	Alineamiento entre VI y Universidad
Ronald Vílchez	Si estas actividades no están orientadas a ser un complemento de la formación académica, refuerzan la idea de que hay cosas que se pueden conseguir con poco esfuerzo. Si no están bien pensadas, pueden ser contraproducentes. Ayudan a conocer a personas de otras carreras y enriquecen la formación.	Son actividades que ayudan a conseguir un egresado que sabe administrar mejor su tiempo, pero para ello se debe conocerse a personas que son referentes en lo académico y extraacadémico.	Es positivo el hecho de exista un órgano que centralice estas actividades, pero se debe trabajar de la mano con las direcciones de estudios, para incluir también seminarios profesionales.	Desconoce la misión de Vida Universitaria. Sabe que hay entusiasmo, pasión, pero no conoce la finalidad que persigue el centro.	Empieza a percibirse como un órgano de apoyo, pero debe coordinarse su trabajo con las direcciones de estudio, y mejorar la comunicación de lo que busca.	Manifiesta desconocer los objetivos de Vida Universitaria. Pero demanda mayor cercanía para que se tomen en cuentas las actividades propias que promueve su Facultad a nivel extracurricular.	Está encaminada la relación entre los objetivos de la Universidad y Vida Universitaria, pero se debe seguir creciendo.
Ruth Rosas	Es finalidad de la Universidad no solo promover el conocimiento sino la formación integral, y en ese punto las actividades extracurriculares cumplen un rol importante.	Contribuyen a formar un profesional multifacético. Quien no aprovecha las actividades extracurriculares está en desventaja frente a quienes sí.	Es positivo que exista un área que centralice las actividades extracurriculares; las facultades están desbordadas de trabajo.	Vida Universitaria tiene como misión complementar la formación académica del alumno.	Supone que cumple con sus objetivos, pero los directores de estudio no se involucran con VU, salgo para requerimientos puntuales.	Manifiesta no conocer los objetivos planteados por VU. Lo que sí conoce son las actividades, que aportan a la formación integral. Demanda mayor comunicación.	Existe alineamiento entre los objetivos de VU y la Universidad de Piura. VU hace un buen trabajo, pero se debe meter más cabeza en comunicación.
Conclusiones de variables	Percepción positiva de las actividades extracurriculares en la Universidad. Bien cuidadas son un complemento que desarrolla habilidades blandas en los alumnos.	Percepción positiva de las actividades extracurriculares en el perfil del egresado. Mejora la administración del tiempo y contribuye con la toma de decisiones.	Existe un consenso favorable en la existencia de una oficina que centralice la gestión de las actividades extracurriculares.	Hay una aproximación teórica de la misión de VU, pero no un conocimiento claro. Si destacan que está mejorando.	Se percibe a VU como un centro que mejora su trabajo, pero que debe coordinar más con las direcciones de estudio.	Se percibe que los objetivos concretos no son conocidos y que, por ello, se debe trabajar en mejorar la comunicación.	Se percibe, a nivel de intuición, que los objetivos de VU están en sintonía con la Universidad, pero debe trabajarse en comunicar mejor.

Fuente. Elaboración propia.

Tal y como se puede ver en los resultados obtenidos, hay una serie de aspectos positivos que son reconocidos por los directores de estudio: las actividades extracurriculares mejoran el perfil de los alumnos y egresados, forman parte de una política de formación integral que promueve la Universidad de Piura, y es muy favorable que exista una oficina que centralice este tipo de actividades. Sin embargo, el diagnóstico también arroja una conclusión relevante: no hay consenso entre los objetivos que persigue Vida Universitaria y todos consideran que se debe mejorar la comunicación.

En el diagnóstico también se destaca una preocupación común entre los directores de estudio: el velar porque las actividades extracurriculares realmente contribuyan con la formación integral de los estudiantes. Esto supone, desde luego, un reto importante para la oficina de Vida Universitaria pues, como se señaló antes, dentro de sus objetivos está el velar porque la vida académica de los estudiantes no se vea afectada. A fin de cuentas, hay un punto en común entre lo que las actividades extracurriculares buscan y la vida académica: que todo lo aprendido esté al servicio de los demás; es aquí donde se confluye un objetivo compartido. Así, es importante resaltar que “uno de los puntos más válidos y aplicados en las instituciones educativas es contribuir con el aprendizaje, es decir esos conocimientos adquiridos en las aulas por parte de los estudiantes, entregarlos a las personas” (Chávez; Martínez, 2017, p. 127).

En una propuesta de plan de comunicación que logre alinear los objetivos y la difusión de las actividades de Vida Universitaria, deben participar tanto los miembros de la oficina, la Dirección de Estudios de la Universidad de Piura, y los directores de estudio de las facultades. A continuación, se propondrá una estrategia que mejore el trabajo que viene desarrollando Vida Universitaria, y que ayude a clarificar y alinear sus objetivos frente a los directores de estudio y la comunidad universitaria en general.

El alineamiento de todas las acciones de comunicación, desde la identidad de la organización, es uno de los pilares de la reputación corporativa. Así lo entiende Alloza (2012, p. 32), cuando afirma que “la marca corporativa es la plataforma de acción para expresar y comunicar esos compromisos o promesas de marca que después la organización deberá cumplir”.

III. Estrategia de comunicación

Después de mostrar el diagnóstico de la opinión de los directores de estudios de la Universidad de Piura, vemos que resulta necesario proponer un plan de comunicación que tome como punto de partida el alineamiento de los objetivos –y actividades– de Vida Universitaria, en relación con la misión, visión y carácter identitario de la Universidad de Piura. Tal y como se ha visto en el diagnóstico, hay un punto de partida favorable: la buena recepción de las actividades extracurriculares en general, razón por la cual, la estrategia de comunicación girará en base al discurso, más no supondrá un cambio en la naturaleza de las actividades. Junto a ello, se sugerirán algunos ajustes a la gestión operativa que permita alinear el trabajo con la formación integral que pretende la Universidad.

1. Eje central de la estrategia

Difundir una serie de mensajes, a través de múltiples canales informativos, que giren alrededor del siguiente concepto:

Vida Universitaria: para vivir la universidad en serio

Este concepto, que tendrá múltiples aplicaciones creativas, será clave porque, tal y como está formulado, logra algo que hasta ahora no estaba explicitado, a pesar de que se vive: que el trabajo de Vida Universitaria no es secundario ni alternativo, sino que se mimetiza con la misión de la Universidad. Esto es formar personas íntegras que, a través de los estudios, sirvan a la sociedad. Así, el buen universitario no solo estudia, sino que, a través de sus estudios, sirve a los demás.

Por ello, la Universidad no espera que sus alumnos solo se muevan por una calificación (motivación extrínseca), sino que desea que trabajen para conseguir objetivos de motivaciones intrínsecas y trascendentes, es decir, que sean capaces de realizar actividades que los hagan mejores personas a ellos mismos y que, a la vez, experimenten la sensación de servir a los demás como parte de su formación. Las calificaciones son importantes, pero un alumno que únicamente mira las calificaciones, sin mirar a los demás, a su alrededor, puede ser una persona muy lista, pero egoísta. Experimentar la donación –donar tiempo, esfuerzo, constancia– sin esperar un estímulo externo (una nota), es una forma de enseñar a servir.

De este modo, el concepto expuesto reconoce que Vida Universitaria es un centro dinamizador de la cultura universitaria y la formación integral desde el ámbito extracurricular, propia de la identidad corporativa. Esto está en sintonía con la afirmación de Mayol (2010, p.

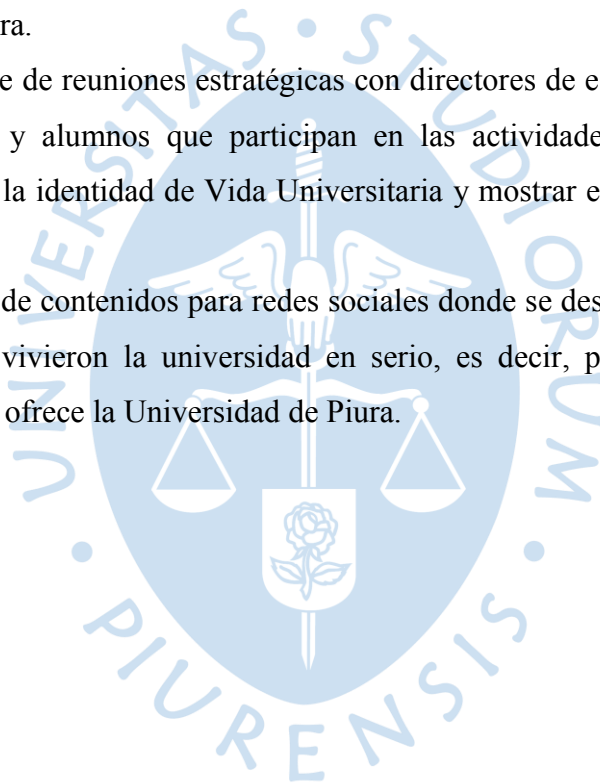
511), para quien la “identidad es la forma manifiesta, visible, concreta, de la cultura corporativa”.

2. Objetivo principal

- Explicitar el mensaje *Vida Universitaria: para vivir la universidad en serio* como soporte de comunicación en todos los mensajes que hagan referencia a la finalidad y objetivos de este centro, en busca de un posicionamiento más claro que el actual.

3. Objetivos secundarios

- Redefinir la información que sobre Vida Universitaria se encuentra en la Web de la Universidad de Piura.
- Establecer una serie de reuniones estratégicas con directores de estudio, Dircom, alumnos recién ingresantes y alumnos que participan en las actividades extracurriculares, que permitan clarificar la identidad de Vida Universitaria y mostrar el nuevo posicionamiento planteado.
- Establecer un plan de contenidos para redes sociales donde se destaquen historias exitosas de egresados que vivieron la universidad en serio, es decir, participando de la oferta extracurricular que ofrece la Universidad de Piura.



IV. Plan de acción

1. Nueva versión de texto para web

Actualmente, la web muestra la siguiente información:



Imagen 3: Información sobre la identidad de Vida Universitaria,

Fuente. Extraída de <http://udep.edu.pe/vidauniversitaria/>

Se propone incluir:

Vida Universitaria es el centro que promueve la formación integral de los estudiantes a través de la vivencia de actividades culturales, la práctica del deporte y la participación en proyectos de voluntariado, con el objetivo de que vivas intensamente tu paso por la Universidad.

Atrévete a ser un universitario completo, participando en actividades que te permitirán desplegar, junto con los estudios, tu potencialidad personal y social, y ponerla al servicio de los demás. A través de la interacción con estudiantes de todas las facultades, experimentarás una vida universitaria plena, siendo capaz de compartir con el mundo no solo tu conocimiento, sino el trabajo bien hecho en actividades que te enriquecen personalmente.

Como se puede ver en el texto propuesto, hay algunas ideas clave que se destacan y que forman parte de la identidad de la Universidad de Piura:

- Formación integral: complementariedad entre vida académica y vida extracurricular
- Servicio
- Trabajo bien hecho

2. Plan de reuniones para explicar la identidad de Vida Universitaria

Plan de reuniones para explicar el posicionamiento esperado de Vida Universitaria				
Reunión con:	Objetivo	Mes	Producto	Indicador de resultado
Director de Estudios	Proponer a la directora de estudios de la Universidad el explicitar la identidad de Vida Universitaria.	Julio	Presentación en PPT de la propuesta en base al diagnóstico realizado a los directores de estudio en el 2019.	Aprobación de un plan de trabajo, con fechas, que incluya reuniones con grupos de interés y la difusión de un plan de contenidos por redes sociales.
Directores de estudio de Facultad	Exponer la estrategia de comunicación de Vida Universitaria para conocimiento de los directivos.	Agosto	Presentación en PPT de nuevo posicionamiento esperado y del plan de contenidos diseñado por Vida Universitaria.	Inclusión de los directores de estudio en el plan de trabajo para difundir la identidad de Vida Universitaria.
DirCom	Exponer a la Dirección de Comunicación la estrategia diseñada por Vida Universitaria para dar a conocer su identidad.	Agosto	Presentación en PPT de nuevo posicionamiento esperado y del plan de contenidos diseñado por Vida Universitaria.	Asesoría de la Dirección de Comunicación para alinear la identidad gráfica y perfilar las ejecuciones creativas del plan de contenidos, respetando los lenguajes de cada plataforma digital.
Alumnos de primer año	Exponer las actividades de Vida Universitaria, incluyendo la redefinición de la identidad del centro.	Setiembre	Presentación en PPT de las actividades que promueve Vida Universitaria, destacando que son un modo de vivir la universidad en serio.	Número de asistentes a las presentaciones y encuesta de satisfacción.

Alumnos que participan de las actividades de Vida Universitaria	Exponer las actividades de Vida Universitaria, incluyendo la redefinición de la identidad del centro.	Setiembre	Presentación en PPT de las actividades que promueve Vida Universitaria, destacando que son un modo de vivir la universidad en serio.	Número de asistentes a las presentaciones y encuesta de satisfacción.
---	---	-----------	--	---

3. Plan de contenidos

En el plan de contenidos se apostará por mostrar historias de egresados que alcanzaron el éxito profesional pero que a la vez vivieron plenamente la universidad, participando de las actividades extracurriculares que promueve Vida Universitaria. Esto incluye a egresados que participaron tanto de los elencos, como los talleres y los proyectos de voluntariado. También, se incluirán ejecuciones creativas, de *branding* del centro, para destacar el posicionamiento que se espera en la comunidad universitaria.

- Videos cortos para Facebook:

- Se destacarán historias de egresados, desde su centro de trabajo, que brinden testimonio de cómo su participación en actividades extracurriculares les ayudó a ser mejores profesionales. El video terminará con la frase: Vida Universitaria: vive la universidad en serio. Duración: 30 segundos.
- Se trabajarán videos informativos, con lógica corporativa, sobre las actividades que actualmente promueve Vida Universitaria, con la participación de la directora de estudios, la jefa del centro o los responsables de las actividades. En todos los casos, el guion deberá incluir el siguiente enfoque: Vida Universitaria, para quienes quieren vivir la Universidad en serio. Duración 30 segundos.

- Videos cortos para Instagram:

- Con la misma información de las entrevistas realizadas a los egresados, se trabajarán videos de 10 segundos para difundir en Instagram. El enfoque se mantiene.
- Con la misma información de los videos informativos, con lógica corporativa, se trabajarán videos de 10 segundos para difundir en Instagram. El enfoque se mantiene.

- Entrevistas para web UDEP y Revista Amigos:
 - Con la información recabada para los videos de egresados, se trabajarán entrevistas para difundir en la WEB, destacando el aporte de las actividades extracurriculares a la formación integral de los profesionales. Luego, este material tendría una media página en la revista institucional Amigos.
- Gráficas para Facebook e Instagram:
 - Las imágenes obtenidas a los egresados exitosos servirán para trabajar gráficas que serán difundidas en Facebook e Instagram, con el objetivo de mostrar que las actividades extracurriculares repercuten directamente en el desarrollo profesional de quienes se forman en la Universidad de Piura.

Plan de contenidos			
Plataforma	Descripción	Duración/extensión	Mes
Facebook	Video testimonial de un egresado exitoso, destacando la idea que para vivir “en serio” la Universidad se debe estudiar y participar en actividades que enriquezcan a la persona.	30 segundos	octubre
Instagram	Adaptación del video testimonial de Facebook a la narrativa de la plataforma Instagram, con el mismo mensaje.	10 segundos	octubre
Web	Entrevista a egresado exitoso, contando como su participación en actividades extracurriculares le ayudó en su crecimiento profesional.	4 párrafos	noviembre
Revista amigos	La entrevista que se publicó en web deberá ser replicada en la Revista Amigos, en coordinación con Dircom.	Media página	diciembre

4. Sugerencia operativa:

Es importante que quienes estén a cargo de los talleres, elencos, grupos de voluntarios, tengan alineados los objetivos institucionales de Vida Universitaria, y de la Universidad, para que el esfuerzo no caiga en la simple espontaneidad de los estudiantes. La oficina de Vida Universitaria es una gestora, canalizadora de iniciativas, pero sin perder de vista sus objetivos institucionales y su contribución a la formación integral de los estudiantes universitarios.

5. Boceto de gráficas

A continuación, se presenta, a modo de ejemplo⁵, del concepto de las gráficas:



Juan Seminario
ABOGADO

Sin descuidar mis calificaciones participé en el coro universitario. No era un hobby, era un modo de aprender a organizar mis estudios y ser feliz con la música.

A

Actualmente es Diplomático del Perú destacado en Canadá.

B

Egresado de la Facultad de Derecho de la Universidad de Piura

📍 123, ciudad - país

☎ 000 1234 567 89

✉ www.ejemplo.com



⁵ Las imágenes son referenciales y no corresponden a egresados que pertenezcan a las carreras indicadas. Importa, para este caso, el concepto que se intenta transmitir.



Marisol Pardo

PUBLICISTA

Participar como voluntaria durante mi etapa universitaria me sirvió para darme cuenta que si queremos un cambio social, uno mismo tiene que empezar a dar el ejemplo.

A

Actualmente es
ejecutiva de cuentas en
JWT Perú

B

Egresado de la
Facultad de Comunicación
de la Universidad de Piura

📍 123, ciudad - país

☎ 000 1234 567 89

✉ www.ejemplo.com





UNIVERSIDAD
DE PIURA



Jairo Morales

Arquitecto

Formar parte de la Selección de Natación de la UDEP me sirvió bastante para aprender a administrar mi tiempo de manera correcta.

A

Actualmente trabaja como arquitecto en GYM Ingeniería y Construcción

B

Egresado de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de Piura

📍 123, ciudad - país

☎ 000 1234 567 89

✉ www.ejemplo.com





UNIVERSIDAD
DE PIURA



Carlos Agurto

GESTOR CULTURAL

Conocer las necesidades de los demás me motivó a esforzarme en mi carrera. Tenemos el privilegio de estudiar y debemos ponerlo al servicio de los demás.

A

Actualmente es el gerente del Museo Nacional de Perú

B

Egresado de la Facultad de Historia y Gestión Cultural de la Universidad de Piura

📍 123, ciudad - país

☎ 000 1234 567 89

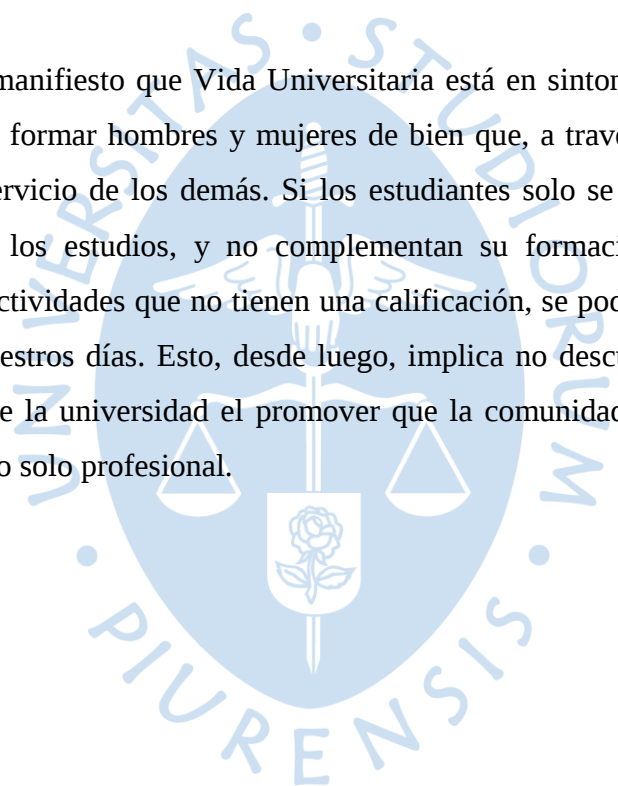
✉ www.ejemplo.com



V. Evaluación de la toma de decisiones

La implementación del plan de alineamiento y posterior difusión de la identidad de Vida Universitaria, permitirá a los estudiantes comprender el valor formativo de las actividades extracurriculares. A la vez, será una ayuda importante para articular el trabajo de este centro con la misión de los directores de estudios de las distintas facultades. Si retomamos el diagnóstico de este trabajo –donde se comprobó el valor de las actividades extracurriculares, pero se evidenció desconocimiento de los objetivos del centro– resulta fundamental hacer explícita la identidad de Vida Universitaria, tanto a nivel de relacionamiento con las autoridades, como en los medios informativos que emplea la institución para llegar a los alumnos.

Este trabajo deja manifiesto que Vida Universitaria está en sintonía con la apuesta de la Universidad de Piura: formar hombres y mujeres de bien que, a través de su trabajo, den lo mejor de sí para el servicio de los demás. Si los estudiantes solo se preocupan por el éxito personal a través de los estudios, y no complementan su formación con la experiencia generosa de realizar actividades que no tienen una calificación, se podría estar contribuyendo con el egoísmo de nuestros días. Esto, desde luego, implica no descuidar los estudios, pero está en la identidad de la universidad el promover que la comunidad universitaria tenga un desarrollo integral y no solo profesional.





Conclusiones

Primera. La Universidad, como institución de educación superior, tiene dentro de su finalidad la formación integral de los alumnos. En este sentido, todos los centros que la conforman están llamados a contribuir con este objetivo institucional, y deben alinear su trabajo, contribuyendo con la unidad corporativa de la institución. El centro Vida Universitaria, encargado de la promoción de las actividades extracurriculares, tiene esta responsabilidad, razón por la cual, es necesario que se evalúe si sus mensajes reflejan la idea de que el universitario completo no solo estudia, sino que se da tiempo para compartir la vida académica con intereses artísticos, deportivos y de voluntariado, como muestra de una actitud de servicio a los demás.

Segunda. En el diagnóstico de percepción realizado a los directores de estudio de la Universidad de Piura, se evidenció que valoran la importancia de la formación a través de las actividades extracurriculares, pero echan en falta una mejor difusión de los objetivos que persigue el centro Vida Universitaria. Perciben que el actual trabajo es bueno, pero reclaman una mejor comunicación. Esperan que se destaque el plan formativo que da sentido al área.

Tercera. La implementación de un plan de alineamiento entre la Universidad de Piura y el centro Vida Universitaria debe implicar una relación de identidad. Tal y como se puede comprobar en este trabajo, el alineamiento estratégico debe tomar en cuenta lo que piensan los públicos, pero siempre en relación con la identidad y fines de las instituciones. La tarea del comunicador no es maquillar la realidad para que el público esté contento, sino que, entendiendo las percepciones del público, se puedan transmitir de modo correcto los propósitos institucionales. Esto se ha pretendido con el plan de comunicación propuesto, donde se intenta que los universitarios se beneficien de una formación extracurricular que repercutirá en su crecimiento personal y profesional.

Cuarta. El plan de comunicación propuesto en este Trabajo de Suficiencia Profesional parte de experiencias exitosas de egresados que han compaginado su vida académica con la participación en actividades extracurriculares. La estrategia es el empleo de líderes de opinión que sirvan de ejemplo a los actuales estudiantes de la Universidad de Piura. El concepto creativo de la propuesta es *Vida Universitaria: vive la universidad en serio*. El objetivo es difundir que el mundo quiere buenos profesionales, pero también personas íntegras que estén dispuestas a servir a los demás, participando de actividades que no necesariamente tienen una calificación como recompensa.



Referencias bibliográficas

- ALLOZA, A (2012). Reflexiones sobre la comunicación necesaria. En *Revista de Estrategias. Tendencias e innovación en Comunicación*, 3, pp. 27-47.
- AMERICA ECONOMÍA INTELLIGENCE (2019). Conozca los resultados de ranking de las mejores universidades de Perú 2019. Lima, Perú. Recuperado de: <https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/conozca-los-resultados-de-ranking-de-las-mejores-universidades-de-peru-2019>
- BLANCO, M (2019). Rankia.pe. Lima, Perú. Recuperado de: <https://www.rankia.pe/blog/mejores-universidades-escuelas-peru/4169595-sunedu-ranking-universidades-2019>
- CHÁVEZ, A.; MOLINA, M. (2017). “El voluntariado universitario como compromiso con la sociedad”, En *Innova Research Journal*, Vol.2, nº4, pp. 125-131.
- DEL PORTILLO, A. (1993). “La Universidad en el pensamiento y acción apostólica de Mons. Josemaría Escrivá”. En *Josemaría Escrivá de Balaguer y la Universidad*. Pamplona: Euns, pp. 13-39.
- ESCRVÁ DE BALAGUER (1993). “La Universidad ante cualquier necesidad de los hombres (Pamplona 7.X.72)”. En *Josemaría Escrivá de Balaguer y la Universidad*. Pamplona: Euns, pp. 95-102.
- GONZÁLES, S. (2013). La reputación como ventaja competitiva sostenible. En *Cuaderno 45. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, pp. 203-211.
- GONZÁLES, L. (2009). “Prologo”. En Romero, D.; Abruña, A. *El mayor acto de fe en el Perú*. Colección Algarrobo, 54. Piura: Universidad de Piura, pp. 7-9.
- MAYOL, D. (2010) Identidad e imagen en Justo Villafañe. En *Signo y Pensamiento*. Vol. 29, 57, pp. 506-519.
- POLO, L. (1996). “El profesor universitario”. En *El profesor universitario*. Piura: Universidad de Piura.
- ROMERA, L. (2009). La actualidad del pensamiento cristiano. Piura: Universidad de Piura.
- ROMERO, D.; ABRUÑA, A. (2009). *El mayor acto de fe en el Perú*. Colección Algarrobo, 54. Piura: Universidad de Piura.
- UNIVERSIDAD DE PIURA (s.f.). Ideario. Piura: Universidad de Piura.
- UNIVERSIDAD DE PIURA (s.f.). Vida Universitaria. Consultado el 16 de diciembre de 2019. <http://udep.edu.pe/vidauniversitaria/>



Anexos





Anexo 1

Preguntas de entrevista en profundidad

1. VALORACIÓN DE LAS ACTIVIDADES EXTRACURRICULAR EN LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA

- a) En el perfil de profesional que demanda actualmente la sociedad, ¿qué opinión le merece que las universidades promuevan actividades extracurriculares y deportivas? ¿Realmente son formativas o responden más a una tendencia lúdica para hacer más “amable” la vida al estudiante?
- b) Con independencia de lo que me ha comentado, ¿cree que las actividades extracurriculares pueden desvirtuar el objetivo primordial que es la formación de buenos profesionales? Digamos que podrían distraer al alumno en su carrera.
- c) En el contexto universitario, y a razón de lo que ha comentado ¿cómo definiría una actividad extracurricular?

2. VALORACIÓN DE LA FORMACIÓN EXTRACURRICULAR EN EL PERFIL DEL EGRESADO DE LA UNIVERSIDAD DE PIURA.

- d) Ya entrando concretamente en el contexto de la Universidad de Piura, ¿en qué cree que aportan las actividades extracurriculares en los perfiles de los egresados?
- e) Con independencia de lo que me acaba de comentar, ¿un egresado que no participó en actividades extracurriculares está en desventaja frente a alguien que sí vivió este tipo de actividades? (talleres, coro, deportes, etc.)
- f) Entrando a valorar el plano de la gestión, ¿cómo valoraría el modo en que la Universidad de Piura saca adelante las actividades extracurriculares? ¿Considera que hay un plan estratégico de trabajo detrás?, ¿cómo lo percibe?

3. SOBRE LA CREACIÓN DE UNA OFICINA QUE CENTRALICE LAS ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES EN LA UNIVERSIDAD

- g) Desde hace algunos años la Universidad viene centralizando lo extracurricular en un mismo centro, ¿qué opinión le merece este cambio desde lo que ha visto?
- h) ¿Considera importante la creación de una oficina que centralice el trabajo extracurricular o este debería ser de responsabilidad de cada Facultad? ¿Por qué?
- i) Desde su percepción, ¿la Universidad ha mostrado preocupación por las actividades extracurriculares en los últimos 10 años? ¿En qué casos?

4. CONOCIMIENTO DE LA MISIÓN DE UNA OFICINA DE VIDA UNIVERSITARIA

- j) ¿Cuándo escucha el nombre de oficina de Vida Universitaria que es lo primero que se le viene a la mente? ¿Por qué?
- k) Si tuviera que definir la misión de Vida Universitaria, ¿cómo lo haría y por qué?
- l) Por lo visto hasta este momento, ¿cree que Vida Universitaria viene cumpliendo con una función formativa desde el ámbito extracurricular?

5. PERCEPCIÓN DEL ESTILO DE TRABAJO DE VIDA UNIVERSITARIA

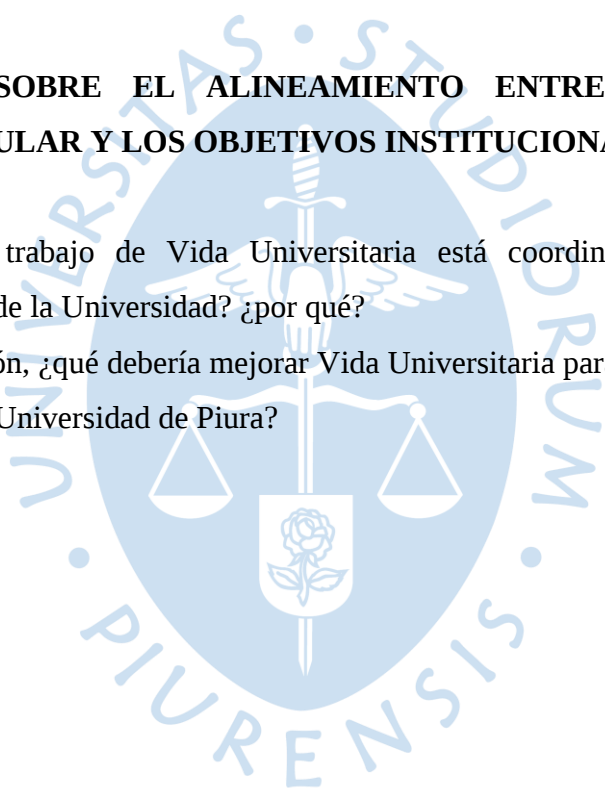
- m) Por el trabajo realizado hasta el momento, ¿considera que Vida Universitaria viene trabajando por los objetivos formativos en el ámbito extracurricular?
- n) ¿Qué cree que hace bien y qué cree que podría mejorar?
- o) ¿Usted como director de estudios se siente involucrado en las actividades de Vida Universitaria?

6. PERCEPCIÓN DE LOS OBJETIVOS ALCANZADOS POR VIDA UNIVERSITARIA

- p) ¿Podría mencionar, con ejemplos concretos, si es que la actual gestión de Vida Universitaria aporta a la formación integral del alumno?
- q) ¿Qué objetivo es el que más destacaría de la actual gestión de Vida Universitaria?
- r) Desde su punto de vista, ¿cuáles son las actividades, de las promovidas por Vida Universitaria, que más contribuyen a la formación integral de los alumnos?
- s) ¿Qué recomendación daría para mejorar en el cumplimiento de los objetivos de Vida Universitaria?

7. PERCEPCIÓN SOBRE EL ALINEAMIENTO ENTRE LA FORMACIÓN EXTRACURRICULAR Y LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES DE LA UDEP

- t) ¿Cree que el trabajo de Vida Universitaria está coordinado con los objetivos institucionales de la Universidad? ¿por qué?
- u) Desde su opinión, ¿qué debería mejorar Vida Universitaria para alinear su trabajo a los objetivos de la Universidad de Piura?





Apéndices





Apéndice 1

Informe de desempeño profesional

i. Presentación:

Desde los inicios de la carrera siempre tuve claro que quería dedicarme a la rama de la Comunicación Corporativa. Es por esto que en los últimos años de carrera postule y fue aceptada en la Mención de Comunicaciones de Marketing. Mi personalidad extrovertida ayudó a que desarrolle más habilidades dentro del ámbito profesional, guiada de mis profesores y jefes.

Desarrollé la capacidad de organizar y realizar varias actividades y eventos en simultáneo; esta capacidad se desarrolló de la mano con la capacidad de negociación. El tener que coordinar varias cosas en simultáneo potencio mi sentido de responsabilidad: para poder cumplir con todos los encargos; orden: para que nada importante quede en el aire y todo este en el lugar adecuado; puntualidad: para poder cumplir con los plazos propuestos.

Además de las mencionadas, también potencié la capacidad de escucha y el trabajo en equipo, ya que en las actividades que desarrollo es vital la coordinación con diferentes áreas.

ii. Desarrollo Profesional:

Realicé mis prácticas profesionales en la Oficina de Alumni de la Universidad de Piura. Aquí trabajé varios proyectos para retomar el contacto con los egresados. El primer proyecto en el que trabajé fue la creación de la base de datos de los egresados, para lo que tenía que contactar a Alumnis claves de promociones para ubicar a los demás. También trabajé de la mano de las Facultades para empezar a brindar Talks de actualización profesional; estos tuvieron buena acogida y se pudo llegar a más Alumnis.

Otro proyecto fue la realización del Reencuentro de los 45 años de la Universidad de Piura, este se realizó con el objetivo de retomar el contacto con más egresados y afianzar el vínculo con su alma mater.

También participé en el desarrollo del Boletín de Alumni. Este boletín se enviaba trimestralmente a los egresados por correo electrónico. El contenido era sobre noticias relevantes de la Universidad y sobre las próximas actividades a las que estaban invitados.

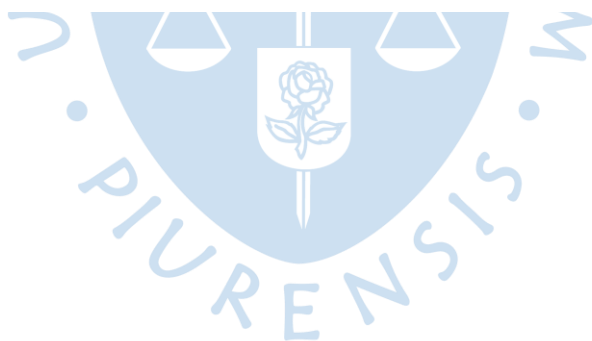
Después fui contratada por la Universidad de Piura para desarrollar el cargo de Coordinadora del Coro Universitario. El proyecto más destacado durante este periodo fue la realización del Festival Internacional Universitario de Coros, donde participaron coros de Chile, Colombia, Ecuador, Arequipa, Lima y Piura. Para la realización de este festival se negoció con varias empresas privadas y estatales.

Al terminar este periodo pasé a trabajar al área de Vida Universitaria, en donde en un inicio recibí el encargo de coordinar el coro y la big band, elencos de la Universidad.

Actualmente me desempeño como Coordinadora de Arte y Cultura, teniendo a cargo elencos, talleres y todas las actividades e iniciativas relacionadas al arte y la cultura. Los proyectos destacados que he ejecutado son la creación del elenco de Danzas y el de la primera Orquesta Sinfónica de universitarios del norte del país.

iii. Reflexiones Finales:

- Por lo expuesto en el punto A y B se puede apreciar que he realizado un aprendizaje – continuo– intelectual y de habilidades blandas.
- También se ve que al pasar el tiempo recibo más responsabilidades por parte de mis jefes.



iv. Certificación


**UNIVERSIDAD
DE PIURA**

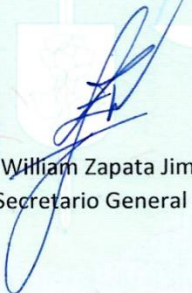
SG-0551-15 - d73

El **Secretario General de la Universidad de Piura** deja **CONSTANCIA** que la Srta. **CAROLINA ELIZABETH CACERES LOPEZ**, identificada con DNI 47461820, realizó prácticas Profesionales en la **OFICINA ALUMNI** de esta Casa de Estudios, del 05 de enero al 31 de marzo de 2015 lo que equivale a un total de 480 horas.

La Srta. CACERES LOPEZ realizó las siguientes funciones: Gestionar la actualización constante de la base de datos, dirige el trabajo de los alumnos que realizan apoyo estudiantil, sigue la campaña de actualización de base de datos y maneja las herramientas necesarias para la actualización de datos, visita a empresas en busca de graduados, diseña y gestiona los contenidos del Boletín Alumni, publica información orientada a graduados en las redes sociales y coordina con los centros culturales artículos y/o actividades de interés para los graduados.

Se expide la presente a solicitud de la interesada para los fines que estime convenientes.

Piura, 14 de diciembre de 2015



Mgtr. William Zapata Jiménez
Secretario General

ce. azul pro e.i.r.l.



CONSTANCIA DE TRABAJO

Por el presente yo, Mgtr. Mercedes Fujihara Fujimaki con D.N.I. 02824195, en mi calidad de Gerente de Gestión y Desarrollo del Talento Humano de la Universidad de Piura con R.U.C. No. 20172627421, dejo constancia de lo siguiente:

La Srta. Carolina Elizabeth Cáceres López, identificada con DNI No. 47461820, labora en nuestra institución desde el 01 de junio del 2016 hasta la actualidad en calidad de COORDINADOR DE ELENOS UDEP de la UNIVERSIDAD DE PIURA.

Cabe añadir que todas las tareas asignadas hasta la fecha han sido desarrolladas con responsabilidad y eficiencia.

Se expide la presente certificación en la ciudad de Piura, con fecha 04 de febrero de 2020, para los fines que el interesado considere convenientes.



MGTR. MERCEDES FUJIHARA FUJIMAKI
GERENTE GDTH