

**DISEÑO DEL DEPARTAMENTO DE TELEVISION DE LA UNIVERSIDAD
COOPERATIVA DE COLOMBIA – SECCIONAL BOGOTÁ**

LILIANA ESPERANZA ZULUAGA TRUJILLO

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

GRUPO II

BOGOTA

2005

**DISEÑO DEL DEPARTAMENTO DE TELEVISION DE LA UNIVERSIDAD
COOPERATIVA DE COLOMBIA – SECCIONAL BOGOTÁ**

LILIANA ESPERANZA ZULUAGA TRUJILLO

Trabajo de Grado

Tutor:

WILLIAN G. DELGADO MUNEVAR

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

GRUPO II

BOGOTA

2005

NOTA DE ACEPTACIÓN

Presidencia del Jurado

Jurado

Bogotá, _____ de 2005

CONTENIDO

INTRODUCCION	7
1. UBICACIÓN DELPROBLEMA A INVESTIGAR	8
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
1.2 FORMULACION DE OBJETIVOS	10
1.2.1 Objetivo General	10
1.2.2 Objetivos específicos	10
1.3 DELIMITACION DELTEMA	11
1.4 JUSTIFICACION DELPROBLEMA	13
2. MARCOS DE REFERENCIA Y SISTEMA DE HIPOTESIS	15
2.1 MARCOS DE REFERENCIA	15
2.1.1 Marco Teórico	15
2.1.2 Marco Conceptual	18
2.1.3 Marco Institucional	20
2.1.4 Marco Histórico	21

2.1.5 Marco Técnico	22
2.2 HIPOTESIS	23
3. DISEÑO METODOLOGICO BASICO	23
3.1 Población Y Muestra	23
3.2 Técnicas E Instrumentos Para La Recolección de la información	24
3.3 Técnicas E Instrumentos Para El Análisis de da Información	24
3.4 DEFINICION DEL TIPO DE ESTUDIO	25
4 DISCUSIÓN Y RESULTADOS	26
5 ANÁLISIS DOFA	31
6. Aspectos Administrativos Actuales	34
7. Departamento de Televisión – Diseño Propuesta	35
7.1 ORGANIGRAMA	38
7.2 Manuales de Funciones	39
7.3 Matrices de Procedimientos	

BIBLIOGRAFIA	42
ANEXOS	43

INTRODUCCION

La “Universidad” vista como escenario de pensamiento y producción de conocimiento, es también un lugar en el que la Administración juega un papel fundamental. Hoy por hoy, cuando las entidades de educación superior están cada vez más sujetas a procesos de acreditación por parte de los entes gubernamentales, lo que significa la verificación y establecimiento de estándares de calidad, se requiere que los modelos administrativos contribuyan de manera eficaz al cumplimiento y desarrollo de los propósitos y principios filosóficos expresados en la Misión y Visión de las universidades.

El Diseño del Departamento de Televisión de la Universidad Cooperativa de Colombia Seccional Bogotá, supone evaluar el concepto “Administración de Televisión” que se viene aplicando hasta el momento, dado que la implementación del Plan Estratégico Nacional 2001-2006 favorece el surgimiento de una nueva dinámica de aprendizaje institucional.

El objeto de la Televisión en la Universidad Cooperativa de Colombia Seccional Bogotá es exclusivamente la prestación de servicios, y se hace necesario el diseño de un Departamento y su respectivo modelo administrativo, con el fin de establecer los componentes para que esta área que se puede considerar estratégica, contribuya al desarrollo del Plan Estratégico Nacional.

Se busca generar las condiciones administrativas que permitan avanzar de lo que hoy se plantea “prestación de servicios”, hacia la consolidación de un área más comprometida con la proyección de la Universidad.

1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA A INVESTIGAR

1.1 Planteamiento del Problema

La Universidad Cooperativa de Colombia Seccional Bogotá no cuenta hoy con un Departamento de Televisión.

Actualmente las actividades se limitan a grabación de eventos internos, retransmisión de los mismos en espacios como las cafeterías y áreas de servicio al cliente, asistencia técnica para algunos eventos académicos, así como la prestación de servicios de producción y posproducción de audiovisuales.

No existe un criterio claro para la prestación de estos servicios, es decir no se tiene nada por escrito, matriz de procedimientos, flujograma, manual de procesos y funciones, ni organigrama. La Coordinadora del Departamento de Comunicaciones, a pesar de que es Comunicadora Social, no tiene la experiencia ni la formación en la producción y realización de televisión ni en sus formas de administración. De la misma manera durante su gestión no hay vinculaciones previas al desarrollo de la televisión ni existen investigaciones, artículos especializados ni algún otro aporte que pudiera dar cuenta de esto.

Desde Abril de 2.003 se contrata un profesional de la televisión y comunicación para el manejo de esta área dentro del Departamento con el fin de vincular la Universidad a los canales públicos, esto hace reconsiderar el criterio administrativo de Televisión que se venía manejando hasta entonces. No obstante esta área de

Televisión sigue dependiendo administrativamente de las decisiones de la Coordinadora sin tener en cuenta las nuevas necesidades.

El diseño del Departamento de Televisión permitirá que se establezcan las bases para la proyección de la Universidad hacia la comunidad a través de este medio.

Se hace necesario establecer la noción sobre Televisión y administración de televisión que maneja la Directora del Departamento de Comunicaciones de la Universidad Cooperativa de Colombia Seccional Bogotá. De la misma manera es fundamental identificar los perfiles profesionales que hoy están establecidos para el área, de manera que sea posible identificar la correspondencia entre los propósitos y las acciones del Departamento. También se requiere evaluar el conocimiento que maneja la directora del Departamento de Comunicaciones acerca del Proyecto Educativo Institucional y particularmente sobre el propósito en el área que este PEI le plantea.

Y finalmente que otras dependencias determinan el funcionamiento del Departamento de Comunicaciones para el desarrollo del área de Televisión, tanto en la noción académica como en la noción presupuestal y de Gestión Financiera.

Es determinante establecer el impacto hoy del área de Televisión en los estudiantes de Comunicación de la Universidad Cooperativa de Colombia y el impacto que existe hoy en los funcionarios administrativos vinculados a los desarrollos académicos (Rector, Coordinadores de programa, Decanos etc). Los resultados serán parámetros para la gestión que ha de realizarse en el modelo administrativo de Televisión.

1.2. Formulación De Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Diseñar el Departamento de Televisión de la Universidad Cooperativa de Colombia – Seccional Bogotá.

1.2.2 Objetivos Específicos

Elaborar el organigrama y sus respectivas funciones que contemplen las diferentes variables que han de tenerse en cuenta para el desarrollo del Departamento.

Identificar nociones presupuestales, administrativas, Recurso humano; así como la pertinencia y oportunidad de los planes y proyectos dentro del Proyecto Educativo

Elaborar matriz DOFA – Debilidades, oportunidades, fortalezas, amenazas, sobre el estado actual del área de Televisión.

1.3 Delimitación Del Tema

A partir del Plan Estratégico Nacional (PEN) determinado, para el periodo 2.001 – 2.006, por la Universidad Cooperativa de Colombia; se establecen las políticas y programas a desarrollar; la premisa del PEN es “Movilización por la Excelencia” y dentro de los objetivos se encuentra el de la **Vinculación Universidad y Contexto** Para “articular efectivamente la universidad con su entorno participando en redes nacionales e internacionales de cooperación académica, investigativa y de gestión.”

Teniendo en cuenta que dentro de los objetivos específicos del PEN se determina la tarea de *“Fortalecer la vinculación de la universidad con los sectores privado, público y solidario; Internacionalizar la Universidad Cooperativa de Colombia y Posicionar la imagen de los servicios y productos que ofrece la universidad”* se encuentra una oportunidad en el desarrollo de la televisión para que esta se convierta en vehículo de transmisión de información, pero también en fuente de información para la consolidación de la imagen y la promoción de los estándares de calidad que se manejan actualmente. Así mismo el PEN contempla el programa *“Tecnologías de Información y Comunicación para la Gestión Universitaria”* cuyo objetivo general es *“Implementar desarrollos académicos y administrativos apoyados en tecnologías de información y comunicación”*. Para que este planteamiento pueda contar con un recurso importante en la televisión es necesario que se consolide un Departamento especializado, el de Televisión, que este al tanto de las novedades y metodologías que forman parte del medio y que a su vez este determinado por las decisiones de profesionales del área y no como funciona actualmente; donde intervienen criterios de funcionarios administrativos que

desconocen los manejos específicos para el desarrollo de la televisión y sus formas administrativas.

En la seccional Bogotá, Avenida Caracas No. 37-20, el área de Televisión del Departamento de Comunicaciones es un área netamente operativa, por lo tanto convertir esta Área en un Departamento y consecuentemente vincularla al Plan Estratégico Nacional trazado para el periodo 2.001 – 2.006, supone que se evalúen componentes como:

Sistema Operativo (Organigramas, Manuales de procesos, Flujogramas, Matrices de procedimientos).

Área Financiera (Presupuesto y Gestión Financiera).

Área Comercial (Mercadeo).

Recurso Humano (Perfiles profesionales, técnicos, tecnologías).

Desarrollo y Tecnología (Equipos, Software).

La Directora del departamento de comunicaciones de la Universidad Cooperativa de Colombia de la seccional Bogotá, puede ser considerada un obstáculo debido a que tiene 10 años en el cargo y el hecho de no presentar hoy una propuesta al Plan Estratégico Nacional significa que el análisis al Modelo Administrativo de Televisión va a cuestionar su gestión, a lo cual considero habrá resistencias para facilitar la información que se requiere.

Como contingencia se plantea acudir a otras instancias que permitan verificar la información recibida por ella tal como funcionarios del departamento, memorias escritas, evaluaciones de Gestión presentadas a las instancias superiores (Rectoría y Planeación).

1.4 Justificación Del Problema

El hecho que el Area de Televisión de la Universidad Cooperativa de Colombia, es considerada netamente operativa, es decir que su objeto es exclusivamente la prestación de servicios; hace necesario el diseño de un Departamento de Televisión en Universidad Cooperativa de Colombia Seccional Bogotá, con el fin de generar las condiciones necesarias para que el área tenga posibilidad de contribuir al desarrollo del Plan Estratégico Nacional a través de la Televisión.

La necesidad de cambio y el mejoramiento debe movilizar la conciencia y las mentes hacia nuevos modelos de pensamiento creativo, practicas, estructuras y tecnologías, para ello es indispensable determinar la relación que existe entre la Coordinadora del Departamento de Comunicaciones con los empleados, cuales son los perfiles que se deben tener en cuenta para trabajar en el mencionado Departamento, cual es el proyecto de Televisión que pretende la Coordinadora del Departamento de Comunicaciones, entre otras. Realizar Revisiones Documentales es también de suma importancia ya que permitirá establecer que herramientas y procedimientos están formalmente establecidos como, Flujograma, Organigrama etc. Elaborar una matriz DOFA – Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas y por ultimo considerar un estudio de mercado por medio de encuestas y estadísticas que permitan identificar el reconocimiento del área de Televisión como un concepto de conocimiento e investigación permanente.

La implementación de nuevos procedimientos como manuales, matrices, flujogramas, organigramas, permitirán concretar la nueva visión que la Universidad tiene para sus áreas o departamentos según lo planteado en el Plan Estratégico Nacional (PEN 2.001 – 2.006)

2. MARCOS DE REFERENCIA Y SISTEMAS DE HIPOTESIS

2.1. Marcos de Referencia

2.1.1 Marco Teórico

Con la implementación de los sistemas de acreditación a las Universidades, y sus diferentes programas, en los últimos años, nuevos retos y propósitos han tenido que ser adoptados en las diferentes áreas.

Un componente importante, en el que hace énfasis la normatividad que hoy evalúa los procesos administrativos y académicos en las instituciones de educación superior, son los estándares de calidad. De ahí que áreas que normalmente han cumplido funciones netamente operativas hayan tenido que replantear sus objetivos y girar hacia el compromiso académico.

Esta situación hace necesario replantear los principios administrativos que hoy determinan las decisiones del área de Televisión del Departamento de Comunicaciones de la Universidad Cooperativa de Colombia. El marco general para el desarrollo de una televisión educativa desde la Universidad se encuentra contenido en el Proyecto Nacional de Cultura y Educación a través de los Medios Masivos de Comunicación. Estrategia discutida, consultada y concertada durante 16 meses por más de 107 organizaciones del sector público, privado y expertos independientes, que se consolida en Marzo del año 2000. El objetivo General del Proyecto Nacional de Cultura y Educación a través de los Medios Masivos de Comunicación es *“Apoyar el desarrollo de la educación, contribuir a la superación de la crisis de convivencia social y promover los valores culturales y ambientales de Colombia, mediante la vinculación amplia y participativa de la comunidad y los*

medios masivos de comunicación". De esta manera se plantea como uno de los objetivos específicos "3- Fortalecer la **vinculación de la universidad a la solución de problemas colombianos y contribuir al desarrollo de la comunicación y las nuevas tecnologías en la educación**". Hoy por hoy cuando el Ministerio de Educación y el Ministerio de Comunicaciones se refieren a la Televisión Educativa se remiten al PROCEN como referencia y punto de partida para que las universidades lo tengan en cuenta en el desarrollo de propuestas hacia los medios masivos. Las convocatorias actuales para las entidades de educación superior que promueve el Min. de Comunicaciones conjuntamente con el Min. de Educación establecen unos estándares de calidad que suponen que para que una Institución pueda acceder a estos espacios debe ser competitiva en términos de los productos televisivos que propone y desarrolla. El diseño del Departamento de Televisión de la Universidad Cooperativa de Colombia – Seccional Bogotá supone establecer los parámetros administrativos que han de controlar las diferentes variables para el desarrollo de una televisión de calidad, pero determinada por principios diferentes al los del mercado.

Si la teoría administrativa de la primera mitad del siglo pasado (enfoque clásico, teoría del proceso administrativo y relaciones humanas) concibió a la organización como un sistema cerrado, hoy es posible pensar la organización con un concepto de organización abierta, esto es, un sistema en continuo intercambio de energía, información y recursos con el ambiente que le rodea. La nueva tecnología, junto con la globalización de la economía, requirió no sólo de la introducción de nuevos sistemas de organización de la producción y el trabajo, sino también de nuevos enfoques para la administración y el mercadeo.

El área de Televisión del Departamento de Comunicaciones de la Universidad Cooperativa de Colombia, pese a que incorpora nociones de administración y organización, se encuentra lejos de posibilitar desarrollos más allá del criterio operativo. Su dirección no es especializada y sus decisiones son producto de la

Intuición de quienes han asumido como la suya la responsabilidad de “administrar” el área, en este caso la Directora del Departamento de Comunicaciones.

Las necesidades se plantean en 2 sentidos, en el desarrollo mismo de procesos y categorías asociadas directamente a la administración y por otra parte en la necesidad de reconocer los procesos propios del hacer televisivo que permitan planteamientos más conscientes y direccionen los esfuerzos profesionales a propósito de sus especializaciones.

Para el caso de esta investigación es fundamental establecer la relación de cada uno de los componentes del área, su funcionalidad dentro de la organización, la correspondencia de estos con los propósitos planteados y con los nuevos retos, las carencias del área y demás factores intervinientes para la articulación con las políticas generales de la Universidad.

Se entiende el sistema como “Un conjunto organizado de elementos que interactúan entre si o son independientes, formando un todo complejo, identificable y distinto. Por elementos de un sistema se entienden no solo sus componentes físicos sino las funciones que estos realizan.

Esta noción permite aproximarnos al objeto de estudio y a su vez a la especificidad del área y sus propósitos. Se plantea una mirada al modelo administrativo actual, pero que a su vez supone dimensionarlo en función de que se establezcan nuevos compromisos; el papel de cada uno de sus componentes se establece como parámetro de la observación.

Definitivamente no es lo mismo la noción administrativa para el desarrollo de un área cuyo objetivo es netamente operativo, es decir que sus indicadores de gestión son fundamentalmente cuantitativos; a pensar en el desarrollo de un área vinculada a

una noción académica cuyos indicadores son primordialmente cualitativos, de la misma manera el reto también está en pensar un modelo de Departamento de Televisión cuyo principio fundamental no será la sostenibilidad a partir de la acumulación de capitales económicos sino a partir de la gestión administrativa, como bien lo plantea el PROCEN *“la labor se centra en la búsqueda de soluciones para los problemas de los colombianos”*.

Este es entonces el momento en que surge la necesidad de un Departamento, el momento en el que se reconceptualiza el área con el fin de superar la noción operativa para dar paso a un compromiso académico con la Institución, a través de la Televisión y a su vez dar respuesta a preguntas nacionales.

Es importante hacer esta precisión porque la prioridad del Departamento no está en mejorar servicios o procesos existentes sino que va más allá; pretende potencializar los recursos actuales en función de nuevas tareas, el desarrollo de la televisión educativa.

2.1.2 Marco conceptual

AREA: Dependencia funcional del Departamento de Comunicaciones de la UCC.

DEPARTAMENTO: Una de las secciones en las que se encuentra dividida administrativa y académicamente la UCC.

EDICION: Proceso consecuente a la producción de Televisión en el que se articulan los diferentes elementos audiovisuales para la construcción del relato Televisivo.

ELEMENTOS DE UN SISTEMA: Se entiende no solo sus componentes físicos sino las funciones que estos realizan.

FUNCIONES: Tareas que realiza una persona en determinada labor.

OPERATIVO: Concepto que remite al desarrollo de funciones vinculadas a la producción y la edición de Televisión.

POLITICAS: Parámetros y herramientas que establece cualquier organización de acuerdo a las funciones que cumplen las diferentes áreas y departamentos con el fin de cumplir sus objetivos.

PRODUCCION: Proceso para el desarrollo de la Televisión en el que se generan registros audiovisuales.

Relaciones: Las relaciones son los enlaces que vinculan entre sí a los objetos o subsistemas que componen a un sistema complejo.

SISTEMA: Conjunto organizado de elementos que interactúan entre si o son interdependientes, formando un todo complejo, identificable y distinto.

VARIABLE: Cada sistema y subsistema contiene un proceso interno que se desarrolla sobre la base de la acción, interacción y reacción de distintos elementos que deben necesariamente conocerse.

Dado que dicho proceso es dinámico, suele denominarse como variable, a cada elemento que compone o existe dentro de los sistemas y subsistemas.

2.1.3 Marco Institucional

Por iniciativa de los dirigentes Cooperativos Carlos Uribe Garzón y Rymel Serrano Uribe se promovió la constitución del Instituto M. Coady, en honor al celebre Cooperativista Canadiense Monseñor Coady. Luego cambio su nombre por el de Instituto de Economía Social y Cooperativismo, Indesco, que en 1.970 paso a ser institución auxiliar del Cooperativismo de segundo grado, de entidades como Uconal, Coopdesarrollo, Ascoop y Financiacoop.

Con el fin de adecuar su estatuto orgánico a la legislación educativa, en 1.983, la Universidad Cooperativa Indesco denominada así en el año de 1.974, cambia su nombre por el de Universidad Cooperativa de Colombia.

Su misión, ser una institución de educación superior, de propiedad social, que por su origen y organización pertenecen al sector de la economía solidaria.

Son sus propósitos fundamentales: la formación de profesionales con criterios políticos, creativos, y solidarios que contribuyan al desarrollo armónico de la sociedad; la investigación, vinculada a la docencia como aporte a la solución de problemas científicos y sociales; y la extensión orientada al servicio publico y al vinculo efectivo con el sector productivo.

La visión plantea ser una institución multicampus, reconocida por la calidad de sus servicios educativos, investigativos y de extensión a la comunidad. Particularmente el Departamento de Comunicaciones no tiene una misión y visión adoptadas. Hoy el objetivo del área de Televisión del Departamento de Comunicaciones es “prestar un servicio optimo y eficiente en los procesos de grabación, edición y copiado de materiales audiovisuales”.

2.1.4 Marco Histórico

La Universidad Cooperativa de Colombia Asumió como tarea incursionar en el área de televisión a partir de 1997, cuando se desarrollo en la ciudad de Medellín el convenio interinstitucional que dio lugar a la creación de “Canal U”. Esta participación a determinado una incursión en la disciplina de producción y realización de programas para espacios de señal abierta, es decir que no constituyen cobros por inscripción, mediados por principios como la información y la promoción de diferentes miradas documentales sobre el que hacer universitario y su papel en algunos desarrollos de la sociedad. Para el caso específico de la ciudad de Bogotá, el área de Televisión se establece en el mismo periodo bajo el nombre de “Gamma Televisión” identidad correspondiente a la dependencia que nace en Medellín. Durante 6 años el área de Televisión en Bogotá se dedicó a realizar un seguimiento a la agenda académica e institucional, así como a recopilar diferentes documentales y programas de interés general emitidos por canales de difusión pública, que luego eran retransmitidos en espacios de las sedes de la Universidad Cooperativa.

En junio de 2003 se asume la tarea de vincular la Seccional Bogotá de la Universidad Cooperativa de Colombia al contexto de los medios públicos de Televisión, es así como se inicia la realización de un programa de televisión a través de Canal Capital, en formato magazín periodístico de opinión. Proceso en el cual también surge el propósito, por parte del realizador del programa, de vincular el área de Televisión de la Universidad Cooperativa a los propósitos del PEN, y al sistema nacional de televisión.

2.1.5 Marco Técnico

El primer paso par la elaboración de programas de televisión es la documentación y definición de las ideas y temáticas que darán origen a los guiones y libretos para ser realizados en los siguientes momentos:

La televisión maneja 3 etapas en su proceso de realización, la primera consiste en la preproducción, la segunda es la etapa de producción y la tercera consiste en el montaje.

Pero superando esta idea simple del producto o programa televisivo es necesario tener en cuenta que la televisión forma parte de una disciplina más amplia que es la comunicación, donde se definen las políticas del hacer de la televisión y los demás formatos por los cuales circula la información.

Tener en cuenta esta aclaración nos permitirá entender cual es el carácter de un Departamento de Televisión, ya que no se trata de documentarse sobre temas para realizar programas sino que el propósito va más allá; consiste en reflexionar sobre la pertinencia, oportunidad y función social o pedagógica que han de cumplir los programas producidos. En últimas se trata de definir que tipo de televisión y cual será su objeto dentro del desarrollo social.

2.2 Hipótesis

El diseño del Departamento de Televisión permite vincular a la Universidad Cooperativa de Colombia a la Televisión Pública y a los medios masivos a la vez que aporta en la consolidación del Plan Estratégico Nacional determinado para el periodo 2001 - 2006.

3. DISEÑO METODOLOGICO BASICO

3.1 Población Y Muestra

Para el caso del presente estudio se han determinado diferentes poblaciones así: Por una parte están los funcionarios del departamento y los funcionarios de los departamentos administrativos y facultades que intervienen o afectan de alguna manera el objeto de estudio, distribuidos de la siguiente manera: directivos 5, administrativos 15, técnicos 2, operativos 13, docentes y usuarios administrativos del área 25; para un total de 60 funcionarios.

Por otra parte están los usuarios externos del Área de Televisión, se ha tenido en cuenta los alumnos matriculados en la carrera de comunicación social de los semestres segundo al sexto, (90) quienes son usuarios cautivos del área ya que parte de los desarrollos académicos están directamente vinculados a las actividades de servicios del área; para el caso de alumnos de las demás facultades que acuden esporádicamente se ha tenido en cuenta beneficiarios de los servicios prestados durante los últimos dos semestres (30), al igual que a clientes externos que no presentan ningún vínculo con la institución; esta población asciende a 100 usuarios.

Por cuanto el universo es pequeño se puede abarcar en su totalidad, este sistema garantiza que el estudio se más confiable.

3.2 Técnicas e Instrumentos Para La Recolección De La Información

Dado que el proceso se divide en dos partes fundamentales las técnicas e instrumentos están diferenciados según sea el caso así: La elaboración de la matriz DOFA (**Pág. 31 Tabla 4 Análisis DOFA**) supone la realización de un Diagnostico al Modelo Administrativo de televisión del Departamento de Comunicaciones de la Universidad Cooperativa de Colombia, y la información primaria surgirá a través de la aplicación de encuestas estructuradas personalizadas y entrevistas protocolarias formalizadas **anexos 1, 2, 3.**

También se han de tener en cuenta como información secundaria los informes de Gestión producidos por el área y el departamento para verificar, mediante la aplicación de una ficha de observación directa, el estado actual del área frente a lo encontrado en las fuentes de información primaria; de igual manera es importante la compilación de información contenida en el Plan Estratégico Nacional del Proyecto Educativo Institucional ya que ésta permitirá establecer un referente para analizar en el futuro los datos que surgan del trabajo de campo. **Anexos tabla 1, 2, 3.**

3.3 Técnicas e Instrumentos Para El Análisis De La Información

Inicialmente los datos e informaciones que surgan de las encuestas estructuradas personalizadas y entrevistas protocolarias formalizadas serán tabuladas, codificadas, registradas y posteriormente confrontadas con las informaciones documentales existentes, así se determinarán aquellos datos que puedan ser extraídos de informes de Gestión anteriores, esto con el fin de establecer el comportamiento de las diferentes variables que se van a tener en cuenta. Así mismo las nociones que exprese el Plan Estratégico Nacional frente al área; permitirán una aproximación al estado real del área y del Departamento (en el sentido administrativo, presupuestal y de recurso humano) para el cumplimiento de los nuevos propósitos y dar el paso al

establecimiento del Departamento de Televisión de la Universidad Cooperativa de Colombia - Seccional Bogotá.

3.4 Definición Tipo de Estudio

El tipo de estudio es descriptivo, dado que en el se mencionan las circunstancias, características y las necesidades para el Departamento, específicamente en el área de Televisión.

Esto permitirá la elaboración de una matriz Dofa la cual marcará los derroteros administrativos.

Supone esta investigación un método deductivo para el diseño del modelo administrativo para el Departamento de Televisión de la Universidad Cooperativa de Colombia, en la medida que la información generada por las encuestas estructuradas personalizadas y entrevistas protocolarias formalizadas debe ser cotejada para determinar comportamientos que reflejen el estado de un todo; así mismo y teniendo en cuenta, como se ha planteado anteriormente, que no solamente observaremos el estado del arte del modelo administrativo de Televisión del Departamento de Comunicaciones de la Universidad Cooperativa de Colombia sino que esta mirada se hará en función de un nuevo criterio y diseño sobre el sobre el área.

4. DISCUSIÓN Y RESULTADOS

La necesidad de cumplir con los nuevos propósitos que plantea el Concejo Nacional de Acreditación (CNA), y específicamente lo referente al desarrollo de la Televisión, ha motivado en la Universidad Cooperativa de Colombia un replanteamiento de las políticas con el fin de generar formas administrativas que permitan desarrollos académicos en áreas que hasta el momento sólo cumplen funciones operativas.

En el Diagnóstico al Modelo Administrativo de Televisión actual se determinó que actualmente no se cumple con los parámetros necesarios para el desarrollo del área de televisión si se pretende vincularla a los medios públicos en condiciones competitivas.

El punto de partida ha sido el análisis de la situación actual del modelo administrativo de televisión de la Universidad Cooperativa de Colombia y la ficha de observación directa al modelo administrativo se realiza para identificar las actividades básicas, situación que se resume de la información contenida en la tabla según **anexo 5 Ficha de Observación Tabla 1, 2 y 3.**

Al observar las principales Fortalezas y Debilidades, con su respectivo impacto, de la capacidad Directiva del Área y el Departamento se encontró que no hay un proyecto definido para el área, este aspecto forma parte de las debilidades del área, el plan estratégico que rige en la Universidad es el establecido para el año 2001 – 2006 el cual comporta los parámetros del CNA para el desarrollo de estándares de calidad; de este Plan Estratégico Nacional (PNA) la Dirección del Departamento no ha adoptado ningún plan de acción concreto para llevarlo a cabo. Así mismo frente a la toma de decisiones este aspecto se encuentra en el segundo aspecto de mayor debilidad; las decisiones del área se toman intuitivamente por la dirección del Departamento de Comunicaciones y se ha observado que algunos productos y procedimientos están determinados por la dirección administrativa de la Universidad, tal es el caso de los criterios de selección de personal calificado para el desarrollo de las actividades de Televisión, este factor se convierte en debilidad de impacto alto dado que el Director Administrativo es Ingeniero Sanitario y desconoce los procesos de televisión y sus requerimientos profesionales.

Como fortalezas se determina que existen mecanismos de evaluación sobre la gestión de los funcionarios pero su impacto en general es bajo, dado que si bien se encontraron los formatos que dan cuenta del ejercicio de evaluación no se encontró ningún tipo de proceso que permitiera reconsiderar las acciones ni tomar medidas para el mejoramiento continuo y el avance del área.

El otro aspecto que se plantea como debilidad es la identidad institucional, dado que en la planeación general se resaltan nuevos propósitos para cada Área y Departamento pero en la práctica, y pese a dar cuenta en la entrevista del conocimiento de los aspectos generales del PEN 2001 – 2006, la Directora del

Departamento como responsable del desarrollo del área de televisión no ha implementado ningún plan de acción.

A partir de las condiciones anteriores se aplicó la siguiente ficha de observación con el fin de profundizar en las condiciones administrativas que determinan las decisiones del área y ver su impacto en los clientes y dependencias que son usuarios, características que se resumen en la tabla 2 referentes al recurso humano ver **anexo 4 tabla 2**. Se resalta el conocimiento del PEN por parte de la Directora del Departamento y la correspondencia de las actividades con los cargos determinados para el área, pero su impacto no es alto en la medida que los nuevos propósitos requieren medidas frente a los planteamientos del PEN y estas no se reflejan en las decisiones y planes actuales para el área.

Por el contrario la falta de formación profesional de la Directora en televisión y aunado a la ausencia de un profesional en el área se constituye en debilidad de alto impacto, Los perfiles profesionales que determinan el área de televisión no permiten dar respuesta a las necesidades que plantea el Plan estratégico Nacional. La encuesta aplicada al cliente interno, estudiantes y usuarios funcionarios y facultades de la Universidad, arrojó como resultado que el área de Televisión y el Departamento de Comunicaciones no son referente de trabajo en áreas de televisión pública desarrollada profesionalmente, las variables que consideraron la categoría excelente y bueno fueron reconocidas por dos personas de la muestra

poblacional. De manera que en este aspecto se considera una debilidad y de alto impacto en la medida que los propósitos del Departamento de Planeación son la vinculación de las diferentes áreas al ejercicio académico y al contexto.

Para tener una visión más amplia del desarrollo del área y el departamento se realizó la ficha de observación 3 en que se establecen parámetros y acciones que se puedan estar dando en el contexto general del área de televisión a nivel del Departamento Nacional de Comunicaciones; comportamiento que se resume en la tabla 3 contenida en el **anexo 4**. Mediante la ficha de observación se determinó que existen fortalezas en el intercambio de productos y experiencias, aunque no presenta un impacto alto en el desarrollo del área es un elemento que hay que tener en cuenta dado que se toma como referencia la Dirección Nacional de Comunicaciones que cuenta con una infraestructura de producción de televisión consolidada y una experiencia en la realización de programas para medios públicos, en la actualidad son socios de Canal U de Medellín. El intercambio de experiencias tiene que ver con el suministro de registros y algunas piezas audiovisuales que se distribuyen para difusión, no hay como tal una reflexión sobre dichos productos y los procesos de realización que permita retroalimentar y ayudar a construir formas administrativas para el desarrollo del área.

Sin lugar a dudas las condiciones que plantea el área representan un verdadero reto para la institución que ha formulado en su PEN 2001 – 2006 el mejoramiento continuo y el fortalecimiento de su capacidad y actividad en la Comunicación.

5. ANÁLISIS DOFA

Tabla No. 4. DOFA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Superar la noción operativa • Vinculación Universidad y contexto • Desarrollo de la Televisión para la Educación a través de los medios masivos de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nociones presupuestales que implican nuevas contrataciones. • Antecedentes en Televisión que no determinan una cultura hacia el ejercicio profesional del área.
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia en el Plan Estratégico Nacional de los criterios que deben llevar el área hacia nuevos desarrollos • Pertenencia al Sector Cooperativo y Solidario ya que plantea un panorama amplio de intervención social a través de la televisión. • Existencia de una productora de Televisión en Medellín. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de Perfiles profesionales en el área de Televisión y el Departamento de Comunicaciones. • Falta un Organigrama para el desarrollo de los nuevos propósitos del área. • Ausencia de formas administrativas para el seguimiento y control de las actividades que se desarrollan.

Una vez realizado el seguimiento al estado actual del objeto de investigación se puede manifestar lo siguiente:

1. Frente al objeto actual del área:

Prestación de servicios AUDIOVISUALES (Producción audiovisual, Post Producción, Realización y Logística de Sonido y Medios Audiovisuales).

La producción audiovisual se limita a la destinación de equipos mínimos para el cubrimiento de actividades que forman parte de la agenda académica e institucional, pero no están dentro de un Proyecto de Comunicación en el cual esta información que se recoge se sistematiza, analiza y retroalimenta los procesos educativos de la institución.

La postproducción recoge parte de las actividades y las reproduce en escenarios internos como cafeterías y espacios de atención a clientes externos ocasionales, el criterio es fundamentalmente reflejar la agenda institucional; no existen propósitos académicos.

En cuanto a la realización, es decir a la labor de investigación y dirección audiovisual, se encontró una experiencia en medios públicos registrada en Bogotá pero sin continuidad, lo que determina que no forma parte de una política de servicios consolidada.

La logística de sonido es la principal actividad del área dado que la cobertura se representa en un 60% de los servicios prestados por el área en los registros del departamento.

2. De los Recursos Técnicos

Infraestructura Técnica

Las condiciones técnicas del área no son acordes a la oferta de servicios. En cuanto a los servicios de producción (grabación audiovisual) se cuenta con una cámara de video pero no existe un equipo de luces y sonido que permita hacer eficiente el rendimiento del mismo. Para la post producción se cuenta con una sala de edición no lineal, no obstante en la sala no existe el recurso técnico que permita el tratamiento de sonido en condiciones adecuadas lo que limita los recursos necesarios para el desarrollo de los procesos de edición de audiovisuales. De la misma manera las labores que implicarían los procesos de realización

dirección y producción requieren de un computador y un área destinada para tal efecto y como tal ese espacio no ha sido destinado. Por último se analizó las condiciones técnicas en las que se prestan los servicios de sonido utilizados para las actividades institucionales y se encontró que presentan falencias en cuanto al suministro de accesorios necesarios. Si bien se cuenta con equipos en buenas condiciones las extensiones de sonido y los micrófonos no tienen un mantenimiento adecuado y presentan fallas constantes en su uso.

3. Apoyo académico

Se circunscribe el apoyo académico solamente al suministro de equipos audiovisuales.

4. Recurso Humano

El Área de Televisión depende del Departamento de comunicaciones que se encuentra bajo la dirección de una comunicadora social; su conocimiento de los procesos de televisión es muy general y como tal no plantea un proyecto que responda a los requerimientos del Plan Estratégico Nacional en el cual el área se vincule a los desarrollos académicos ni tampoco al contexto de los medios públicos de televisión. Aunque es claro que los perfiles profesionales son insuficientes para los propósitos de la institución, no hay mecanismos para evaluar y tomar medidas al respecto.

6. Aspectos Administrativos Actuales

Manuales de Funciones

Los cargos que se encuentran determinados para el área son 2, un camarógrafo editor y un asistente VTR (que en este caso cumple con las funciones de instalar sonido para eventos institucionales) Adicionalmente existe un manual de funciones elaborado para un profesional de la Televisión pero que hoy en día no forma parte de la planta de personal y a quien se le da el encargo del diseño, gestión y desarrollo de proyectos para televisión. Según los registros este manual fue establecido a propósito de la vinculación de un profesional de televisión que desarrollo el único evento de televisión en medios públicos “Giro en U” en Canal Capital. Posteriormente a este proyecto se desvinculó y no fue reemplazado por un par profesional Para el caso del manual de funciones del camarógrafo se determina que “este funcionario tiene a su cargo la edición de audiovisuales y el registro de eventos en video. Además de apoyar al Departamento en todas las actividades que se le requiera”

Hay mecanismos establecidos para el desarrollo de algunas actividades, como es el caso de la movilización de equipos pero no existen matrices elaboradas que den cuenta del funcionamiento general del área.

7. Departamento de Televisión – Diseño Propuesta

Se precisa establecer en el organigrama del área responsabilidades para su funcionamiento bien delimitadas, de manera que las decisiones presupuestales, los planes de acción y las políticas académicas y operativas se determinen por profesionales especializados en cada área y en respuesta a los propósitos del PEN 2001 - 2006.

Como lo refleja el análisis DOFA el área de televisión de la Universidad Cooperativa de Colombia forma parte de los criterios de desarrollo académico que prevé el Departamento de Planeación Nacional, este elemento se constituye en la fortaleza importante dado que es la tarea dar el paso de la noción netamente operativa que se viene manejando para la consolidación y vinculación del área en desarrollos profesionales de la Televisión.

Para estos propósitos el primer paso tiene que ver con la reconceptualización del área, lo que implica definir sus tareas y quienes estarán a cargo de ejecutarlas; Partimos de que es necesario entonces elaborar un nuevo organigrama en el cual se determinen los perfiles profesionales y las condiciones en las que han de relacionar con las líneas generales de desarrollo que plantea la Universidad.

Para la transición del área de televisión en la que deje de ser netamente operativa y se posibiliten desarrollos profesionales propios de un departamento de televisión se recomienda:

Al observar en la ficha numero 1 el aspecto de autonomía y toma de decisiones, que presenta una debilidad de alto impacto, dado que no existe un profesional del área y que las decisiones dependen de funcionarios no especializados, se recomienda dentro del proceso de reconceptualización del área generar formas administrativas que permitan a un especialista desarrollar un plan de acción hacia los nuevos propósitos de la Universidad.

Para esto es preciso atenerse a los parámetros que hoy están establecidos en el desarrollo de los procesos profesionales en televisión

Como acto siguiente es necesario contratar un profesional de la Televisión que tenga un perfil para el desarrollo de procesos de investigación y educación, a quien se le encomiende la formulación de un plan de acción y el establecimiento del modelo de producción a desarrollar.

Proveer al nuevo Departamento de Televisión de los recursos técnicos y administrativos para el desarrollo de las funciones que se le determinen.

Se recomienda vincular las **metodologías** de producción de Televisión desarrolladas por las diferentes seccionales y las correspondientes a los centros de investigación consolidados en la Universidad Cooperativa para el análisis de condiciones del área de televisión con el fin de establecer los parámetros que determinarán el cumplimiento de los objetivos establecidos en el PEN.

Hoy la necesidad de inversión se centra en la contratación de personal idóneo para la proyección del área. Capaz de establecer las necesidades y metodologías de trabajo en función de los desarrollos académicos que supone la adopción del plan estratégico de Universidad Cooperativa establecido para el periodo 2001 – 2006 y consecuentemente avanzar en el desarrollo de la Televisión Educativa.

7.1 ORGANIGRAMA

De esta manera el organigrama quedará determinado así:

*Comité Académico para el desarrollo de la Investigación y Formulación de Proyectos conformado por:

Director de Departamento

Jefe de Producción

Director de Fotografía

Director de Post Producción

Representante del Concejo Académico de la Universidad

Dirección de Planeación Nacional

Dirección Departamento de Comunicaciones

*Director de Departamento

*Jefe de Producción

*Director de Fotografía (Profesional vinculado a la Facultad)

*Productor ejecutivo

*Director de Post Producción

*Camarógrafo

*Sonidista

*Asistentes de Producción (Pasantías de la facultad de Comunicación Social)

*Editor

7.2 Manuales de Funciones

Comité Académico

Determina las políticas de la Institución para la proyección de la Universidad a través de la Televisión.

Define las líneas de Investigación a Desarrollar para la formulación de Planes y Proyectos.

Preside el Departamento de Televisión hasta la conformación del Centro de Investigaciones sobre Televisión Educativa, el Banco de Proyectos y el Observatorio de Medios audiovisuales.

Director de Departamento

Responsable del diseño del Banco de proyectos, el cual debe proyectarse hacia la consolidación de un centro de investigaciones que genere las estrategias para avanzar en el desarrollo de la Televisión Educativa y la forma de vincular a la Universidad Cooperativa con el Contexto Social a través de los medios masivos de comunicación.

Jefe de Producción

Encargado de articular las diferentes áreas específicas del quehacer televisivo con los procesos académicos que se desarrollen al interior de la Facultad de Comunicación Social, a partir de los desarrollos tecnológicos más actuales y pertinentes.

Responsable de los procesos de Gestión encaminados a la consecución de recursos para la realización de los proyectos formulados.

Responsable de administrar las diferentes metodologías para la presentación de proyectos ante las entidades que licitan para espacios públicos de difusión de Televisión de difusión

Director de Fotografía (Profesional vinculado a la Facultad)

Responsable de los procesos de diseño y realización de fotografía para televisión.

Productor ejecutivo

Encargado de la coordinación del trabajo de campo que requieran las producciones planteadas para el Departamento de Televisión.

Responsable de la elaboración de presupuestos para todos los procesos de realización a cargo del Departamento.

Director de Post Producción (Profesional vinculado a la Facultad de Comunicación Social)

Determina los criterios que se han de desarrollar en la post producción de Televisión.

Coordina el manejo y destinación de la infraestructura de televisión.

Actualiza la información sobre novedades tecnológicas y presenta permanentemente sugerencias para las innovaciones pertinentes de implementar.

Editor

Operador de los sistemas de Edición, graficación, sonido en estudio y copiado

Camarógrafo

Operador de la Unidad de Producción

Sonidista

Responsable de las unidades de producción de sonido en campo.

Asistentes de Producción (Pasantías de la facultad de Comunicación Social)

Se encuentran a disposición de las funciones que se les determine desde la dirección de producción.

BIBLIOGRAFIA

MENDEZ A., Carlos E. Segunda Edición, Metodología. Bogotá D.C., Mc Graw Hill, 1997. 170p.

TAMAYO Y TAMAYO, Mario, El Proceso de la Investigación Científica. México, D.F., Limusa S.A., 2001. 440p.

MANTILLA, Samuel Alberto, Control Interno. Bogotá D.C. ECOE Ediciones, 1997. 321p.

MENDEZ A., Carlos E. Tercera Edición, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación.

CISNEROS, Roger. Informe de gestión Facultad de Comunicaciones. Bogotá 2002

ANEXOS

Entrevista Realizada a la Directora del Departamento de la Universidad Cooperativa de Colombia Seccional Bogotá

Anexo 1

Objetivo

Determinar los mecanismos administrativos y perfiles profesionales que determinan el funcionamiento del área de televisión

¿Cuál es su formación profesional?

Soy Comunicadora Social y especialista en Periodismo

¿Ha estado vinculada a la producción y realización de televisión?

En el aspecto periodístico si, con el programa “Giro en U” que se realizaba desde la Universidad y que fue dirigido por un productor y director de Televisión que se contrató. Ya lo que tiene que ver con videos internos se coordina con el camarógrafo editor de la Universidad y lo apoya Gama Televisión desde Medellín.

¿Cuántos profesionales tiene el área?

En este momento trabaja un técnico en periodismo que hace las funciones de Camarógrafo editor y él tiene un asistente para las funciones de VTR.

¿En que consisten los servicios de televisión que presta el área?

Se hacen grabaciones y edición de videos para los alumnos y algunos clientes que vienen a pedir copias o edición de videos.

¿Quién cumple las funciones de productor de Televisión en el área?

Pues en este momento no hay nadie contratado, esperamos que se planteen nuevos proyectos y entonces se contratará de acuerdo a la necesidad.

¿En que consiste el Plan Estratégico Nacional?

El Plan Estratégico Nacional son las directrices que ha formulado el consejo académico de la universidad y allí están contenidas las políticas, valores y programas institucionales.

¿A parte de los procesos de investigación requeridos para la obtención de títulos profesionales Forma o ha sido parte de Centros de Investigación o ha desarrollado investigación en Comunicaciones o Televisión por su cuenta? En caso afirmativo indicar cuales.

No ninguna hasta el momento.

Encuesta 1.

Objetivo: Identificar el nivel de conocimiento y aceptación que sobre los servicios del área de televisión tienen los funcionarios y estudiantes de la Universidad Cooperativa de Colombia Seccional Bogotá

ANEXO 2

ENCUESTA A PERSONAL ADMINISTRATIVO Y POBLACIÓN ESTUDIANTIL DE LA UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA CLIENTE INTERNO

FECHA: _____

ÁREA / FACULTAD _____

La presente encuesta tiene por objeto identificar que tanto conoce usted de los servicios que presta el área de Televisión del Departamento de Comunicaciones y como los califica.

1. La labor de promoción de los servicios que presta el área de televisión es:

- a. Excelente (Identifico los 4 servicios que presta el área)
- b. Bueno (Identifico 3 de los servicios)
- c. Aceptable (Identifico 2 de los servicios)
- d. Deficiente (Identifico 1 o ninguno de los servicios)

2. ¿Cómo califica los servicios, en términos de infraestructura?

- a. **Excelente** (*Se encuentran los equipos necesarios, su estado técnico es bueno y la tecnología es actual*)
- b. **Bueno** (*Los equipos son suficientes, buen estado técnico pero deben actualizarse*)
- c. **Aceptable** (*No hay equipos suficientes para la demanda total de servicios*)
- d. **Deficiente** (*Los equipos son insuficientes, desactualizados y generalmente falla el funcionamiento técnico*)

3. ¿Son eficientes los servicios en término de apoyo académico?

- a. **Excelente** (*Los servicios responden a las necesidades académicas*)

- b. **Bueno** *(Los servicios complementan parte de las actividades que se requieren)*
 - c. **Aceptable** *(El apoyo es mínimo a los requerimientos académicos)*
 - d. **Deficiente** *(Los servicios que se prestan no responden a las necesidades de apoyo académico)*
4. ¿El área cuenta con funcionarios idóneos para la prestación de servicios?
- a. **Excelente** *(El personal es profesionalmente calificado y suficiente para cada servicio que se presta)*
 - b. **Bueno** *(El personal no es calificado profesionalmente pero su desempeño es adecuado)*
 - c. **Aceptable** *(El personal es calificado, su desempeño es adecuado pero no hay personal suficiente)*
 - d. **Deficiente** *(El personal no es calificado profesionalmente, su desempeño no es adecuado y no hay personal suficiente)*
5. ¿Contribuye el área de Televisión y el Departamento de Comunicaciones al avance de la investigación?
- a. **Excelente** *(Se investiga periódica y disciplinariamente)*
 - b. **Bueno** *(El área cuenta con investigaciones previas que determinan los planes de acción que hoy se desarrollan)*
 - c. **Aceptable** *(No se investiga pero hay vínculos y apoyo con áreas y centros de investigación)*
 - d. **Deficiente** *(No existe ningún vinculo con actividades de investigación)*

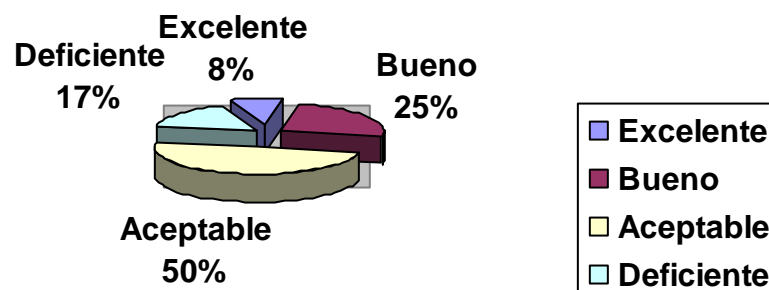
Tabulación y análisis

Cuadro No. 1 Tabulación Pregunta No. 1

1. ¿La labor de promoción de los servicios que presta el área de televisión es?

Variables		Frecuencia Absoluta		Frecuencia Relativa	Frecuencia Total
Excelente	5	Excelente	5	8%	60 MODA Aceptable 30
Bueno	15	Bueno	15	25%	
Aceptable	30	Aceptable	30	50%	
Deficiente	10	Deficiente	10	17%	
TOTAL	60	60		100%	

Gráfica No. 1 Pregunta No. __1__



En el reconocimiento de los servicios que presta el área de Televisión sobresale la variable aceptable lo que indica que no es claro para la mayoría de funcionarios la oferta de servicios actuales. Producción audiovisual, Post Producción, Realización y Logística de Sonido y Medios Audiovisuales.

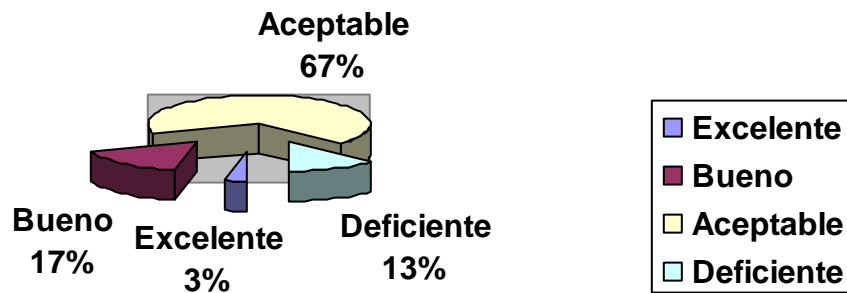
2¿Cómo califica los servicios, en términos de infraestructura?

Tabulación y análisis

Cuadro No. 2 Tabulación Pregunta No. 2

Variables		Frecuencia Absoluta		Frecuencia Relativa	Frecuencia Total
Excelente	2	Excelente	2	3%	60
Bueno	10	Bueno	10	17%	
Aceptable	40	Aceptable	40	67%	MODA
Deficiente	8	Deficiente	8	13%	Aceptable 40
TOTAL					

Gráfica No. _2_ Pregunta No. __2_



Teniendo en cuenta los parámetros establecidos en la pregunta los encuestados calificaron mayoritariamente que en la institución faltan equipos para suplir la oferta de servicios. Esta información será cotejada con la observación directa y las demandas registradas en el Departamento de Comunicaciones.

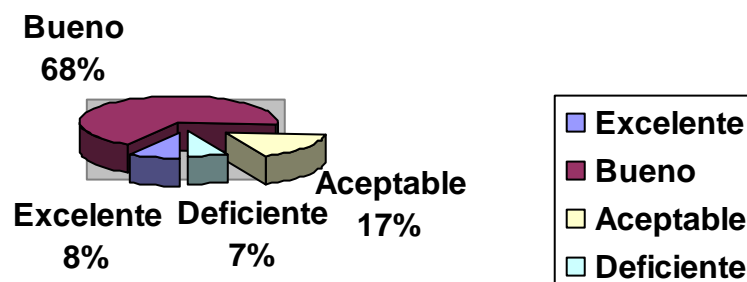
3 ¿Son eficientes los servicios en término de apoyo académico?

Tabulación y análisis

Cuadro No. 3 Tabulación Pregunta No. 3

Variables		Frecuencia Absoluta		Frecuencia Relativa	Frecuencia Total
Excelente	6	Excelente	6	8%	MODA Bueno 40
Bueno	40	Bueno	40	68%	
Aceptable	10	Aceptable	10	17%	
Deficiente	4	Deficiente	4	7%	
TOTAL					

Gráfica No 3 Pregunta No. 3



Pese a los resultados sobre los requerimientos en equipos el 68% de la población, encuestada como aplicación piloto del instrumento de encuesta, considera que el apoyo a las actividades académicas es bueno, en la medida que se hace como complemento a algunas actividades académicas.

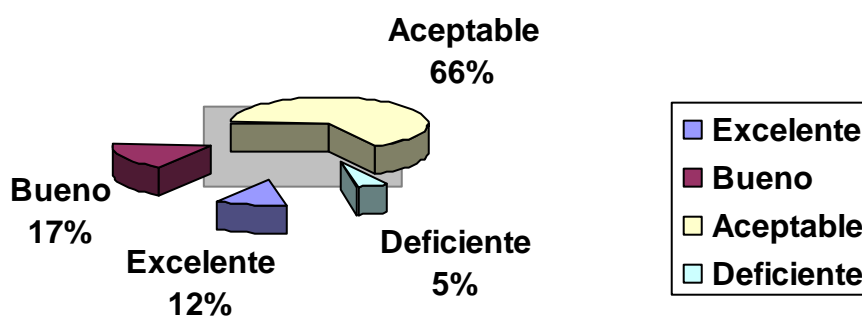
4. ¿el área cuenta con funcionarios idóneos para la prestación de servicios?

Tabulación y análisis

Cuadro No. 4 Tabulación Pregunta No. 4

Variables		Frecuencia Absoluta		Frecuencia Relativa	Frecuencia Total
Excelente	7	Excelente	7	12%	MODA Aceptable 40
Bueno	10	Bueno	10	17%	
Aceptable	40	Aceptable	40	66%	
Deficiente	3	Deficiente	3	5%	
TOTAL					

Gráfica No. 4 Pregunta No. 4



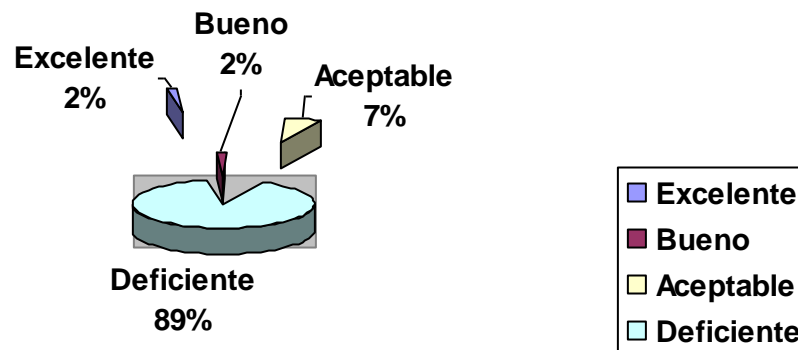
La evaluación de aceptable remite a la noción de que faltan funcionarios para suplir las necesidades de la universidad, esta variable determina un desempeño adecuado para la oferta actual de servicios.

5. ¿Contribuye el área de Televisión al avance de la investigación?
Tabulación y análisis

Cuadro No. 5 Tabulación Pregunta No. 5

Variables		Frecuencia Absoluta		Frecuencia Relativa	Frecuencia Total
Excelente	1	Excelente	1	2%	60
Bueno	1	Bueno	1	2%	
Aceptable	4	Aceptable	4	7%	MODA
Deficiente	55	Deficiente	55	89%	Deficiente 55
TOTAL					

Gráfica No. 5 Pregunta No. 5



Definitivamente los referentes frente a los procesos de investigación a los cuales se ha vinculado el área de televisión y el Departamento de Comunicaciones es mínimo, los encuestados determinan que no hay vinculación alguna, los casos en los cuales se indica un grado de aceptabilidad son mínimos y será necesario acceder al resto de la población muestra para observar el comportamiento de las variables y establecer de que manera se esta validando la participación del Área y el Departamento de Comunicaciones en el desarrollo de la investigación.

ANEXO 3

ENCUESTA A USUARIOS DE LOS SERVICIOS DEL ÁREA DE TELEVISIÓN NO VINCULADOS A LA UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA CLIENTE EXTERNO

FECHA: _____

La presente encuesta tiene por objeto identificar el reconocimiento de los servicios que presta el área de Televisión del Departamento de Comunicaciones y como los califica.

1. ¿La promoción de los servicios que presta el área es adecuada?
 - a. Excelente (Identifico los 4 servicios que presta el área)
 - b. Bueno (Identifico 3 de los servicios)
 - c. Aceptable (Identifico 2 de los servicios)
 - e. Deficiente (Identifico 1 o ninguno de los servicios)

2. ¿Encuentra los equipos necesarios para sus requerimientos?
 - a. **Excelente** (*Se encuentran los equipos necesarios, su estado técnico es bueno y la tecnología es actual*)
 - b. **Bueno** (*Los equipos son suficientes, buen estado técnico pero deben actualizarse*)
 - c. **Aceptable** (*No hay equipos suficientes para la demanda total de servicios*)
 - d. **Deficiente** (*Los equipos son insuficientes, desactualizados y generalmente falla el funcionamiento técnico*)

3. ¿El personal esta calificado para la prestación de los servicios de los que es usuario?
 - a. **Excelente** (*El personal es profesionalmente calificado y suficiente para cada servicio que se presta*)
 - b. **Bueno** (*El personal no es calificado profesionalmente pero su desempeño es adecuado*)

- c. **Aceptable** (*El personal es calificado, su desempeño es adecuado pero no hay personal suficiente*)
- d. **Deficiente** (*El personal no es calificado profesionalmente, su desempeño no es adecuado y no hay personal suficiente*)

4. ¿Recibe aportes para el desarrollo de las actividades que contrata con el área en términos de conceptos que mejoren el propósito de sus trabajos?

- a. **Excelente** (*Los recursos y funcionarios responden a las necesidades*)
- b. **Bueno** (*Los recursos y funcionarios complementan parte de las actividades que se requieren*)
- c. **Aceptable** (*El apoyo es mínimo a los requerimientos*)
- d. **Deficiente** (*Los servicios que se prestan no responden a las necesidades*)

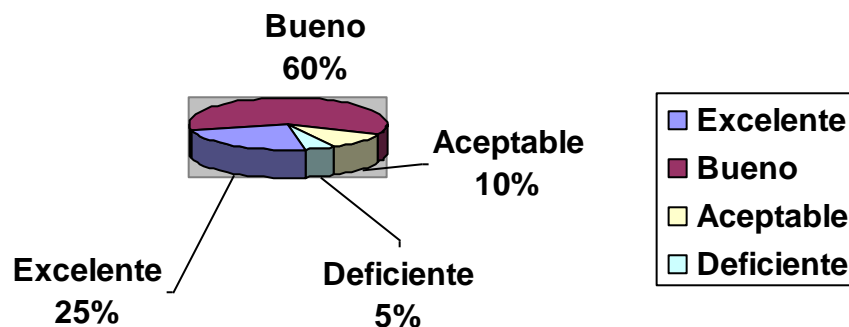
5. ¿Contratar servicios con el área de televisión de la Universidad representa beneficios en términos Técnicos en comparación con las productoras comerciales?

- a. **Excelente** (*La infraestructura técnica es superior*)
- b. **Bueno** (*La infraestructura técnica es equivalente a la oferta comercial*)
- c. **Aceptable** (*La infraestructura Técnica es inferior pero se asume por costos*)
- d. **Deficiente** (*La infraestructura Técnica es deficiente pero se asume para requerimientos no profesionales*)

Tabulación y análisis

1. ¿La promoción de los servicios que presta el área es adecuada?

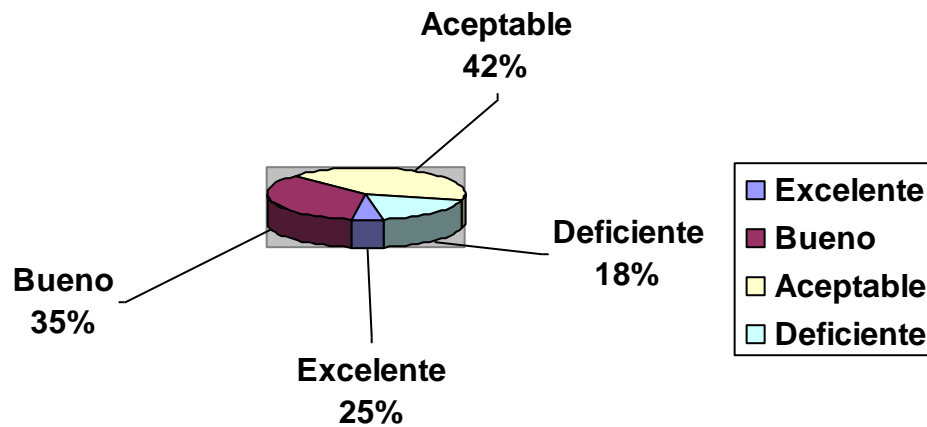
VARIABLES		FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA TOTAL
Excelente	25	Excelente	25	25 %	30
Bueno	60	Bueno	60	60%	
Aceptable	10	Aceptable	10	10 %	MODA
Deficiente	5	Deficiente	5	5 %	Bueno 60
TOTAL	100	100		100 %	



Determina esta encuesta que 3 de los 4 servicios que presta el área son reconocidos, recordar que la mayoría de la población son estudiantes que han sido usuarios en condiciones de ejercicios de clase nos permite ver que se trata de los 3 servicios técnicos que se promueven y por lo tanto son estos lo que se diferencian.

2. ¿Encuentra los equipos necesarios para sus requerimientos?

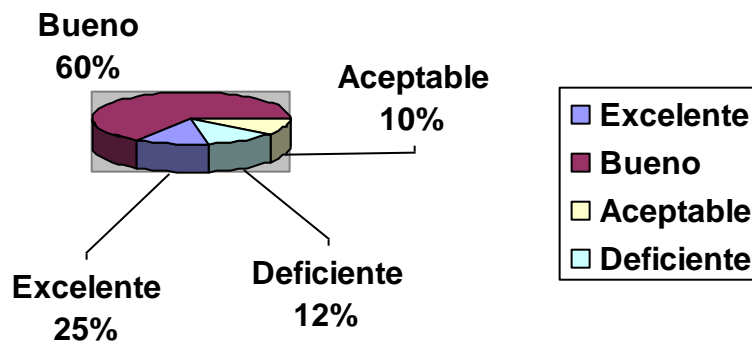
VARIABLES		FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA TOTAL
Excelente	5	Excelente	5	5 %	30
Bueno	35	Bueno	35	35%	
Aceptable	42	Aceptable	42	42 %	MODA
Deficiente	18	Deficiente	18	18 %	Aceptable 42
TOTAL	100	100		100 %	



El que la moda sea aceptable establece que no hay conformidad con los equipos para el nivel de demanda que tiene el área

3. ¿El personal esta calificado para la prestación de los servicios de los que es usuario?

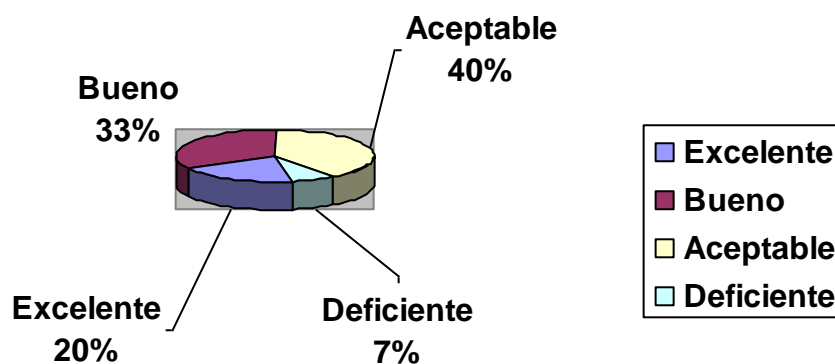
VARIABLES		FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA TOTAL
Excelente	12	Excelente	12	12 %	30
Bueno	66	Bueno	66	66%	
Aceptable	10	Aceptable	10	10 %	MODA
Deficiente	12	Deficiente	12	12 %	Bueno 66
TOTAL	100	100		100 %	



La aprobación del recurso humano nos remite al parámetro de la pregunta 1 y es que se prestan servicios técnicos que no suponen un grado especial de calificación profesional.

4. ¿Recibe aportes para el desarrollo de las actividades que contrata con el área en términos de conceptos e infraestructura que mejoren el propósito de sus trabajos?

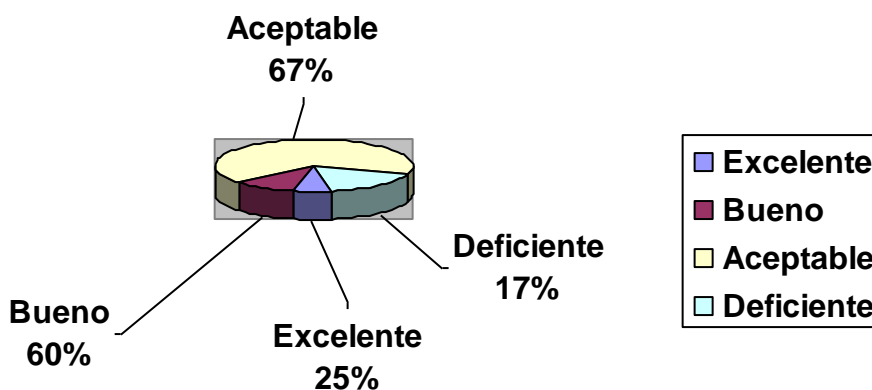
VARIABLES		FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA TOTAL
Excelente	20	Excelente	20	20 %	30
Bueno	33	Bueno	33	33%	
Aceptable	40	Aceptable	40	40 %	MODA
Deficiente	7	Deficiente	7	7 %	Aceptable 40
TOTAL	100	100		100 %	



El cuadro determina que una aceptabilidad en el aporte que significa limitación de recursos y criterios profesionales en la prestación de los servicios.

5. ¿Contratar servicios con el área de televisión de la Universidad representa beneficios en términos Técnicos en comparación con las productoras comerciales?

VARIABLES		FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA TOTAL
Excelente	6	Excelente	6	6 %	30
Bueno	10	Bueno	14	14%	
Aceptable	67	Aceptable	67	67 %	MODA
Deficiente	17	Deficiente	17	17 %	Aceptable 67
TOTAL	100	100		100 %	



Es preciso tener en cuenta que la categoría aceptable indica que no representa ventajas técnicas contratar con la Universidad y que solamente representa un beneficio económico, lo cual no se puede tener en cuenta como fortaleza dado que lo que manifiestan los encuestados es que no es competitiva la infraestructura con relación a la oferta comercial externa.

ANEXO 4 FICHAS DE OBSERVACIÓN DIRECTA

Tabla 1 Dirección del Departamento

DIRECCION DEL DEPARTAMENTO	Fortaleza			Debilidad			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
1. Niveles de Comunicación Departamento y área de TV			X					X	
2. Plan estratégico del área y Departamento				X			X		
3. Mecanismos de Coordinación						X		X	
4. Seguimiento a las actividades y Procesos del área			X					X	
5. Mecanismos de evaluación sobre la gestión y desempeño.		X							X
6. Autonomía del Área y toma de decisiones.				X			X		
7. Identidad Institucional				X			X		
8. Competencias Administrativas de la Dirección del Departamento					X		X		

Tabla 2 Recurso Humano

FICHA DE OBSERVACION									
INFLUENCIA	Fortaleza			Debilidad			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
• La Directora del Departamento de Comunicaciones tiene la experiencia y la formación en la producción y realización de Televisión?				X			X		
• Se ajustan los perfiles profesionales, que hoy trabajan en el Departamento, a los nuevos propósitos del área de Televisión?				X			X		
• La directora del Departamento de Comunicaciones reconoce los procesos de producción de Televisión?					X		X		
• La directora del Departamento de Comunicaciones conoce el PEN		X							X
• La directora del Departamento de Comunicaciones tiene experiencia en desarrollos de investigación en el área de Televisión?				X					X
• Las funciones establecidas para cada cargo corresponden a las acciones que se ejecutan?		X						X	
• Los estudiantes de comunicación califican el área de televisión con un desempeño eficiente?			X					X	
• Los estudiantes de comunicación asocian las actividades del área de televisión al desarrollo de la investigación?				X				X	
• Según el concepto de los funcionarios usuarios				X			X		

las condiciones actuales del área permiten proyectarla hacia la investigación?									

Tabla 3. Referencia Institucional

ACCIONES COORDINADAS PARA EL DESARROLLO DEL PEN	Fortaleza			Debilidad			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
1. Reconocimiento del Plan de Acción de la Dirección Nacional de Comunicaciones para el área de TV					X			X	
2. Intercambio de Experiencias y productos		X						X	
3. Unidad de Criterios para la prestación de servicios					X			X	
4. Plan De acción coordinado					X			X	