

 **Impacto Científico**

Revista arbitrada venezolana
del Núcleo LUZ-Costa Oriental del Lago
ISSN: 1836-5042 ~ Depósito legal pp 200602ZU2811
Vol. 9 N° 2, 2014, pp. 318 - 332

Difusión del conocimiento en universidades por medio de estrategias de estudios a distancia

Adriana Díaz Portillo

URBE-Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín
adriana.diaz@urbe.edu

Resumen

El objetivo principal de la investigación fue analizar la difusión del conocimiento en universidades por medio de estrategias de estudios a distancia, para ello se sustentó en autores como: Sánchez (2007), Salinas (2004), Moran y Myringer (2001), entre otros. Por tal razón, se presenta una investigación dirigida a entender las estrategias de estudios a distancia en las universidades. El proceso metodológico utilizado define este trabajo investigativo con un enfoque cualitativo, de manera que se está en presencia de una investigación de tipo documental, descriptiva. Como conclusión se obtuvo que, las universidades no poseen suficiente manejo de estrategias de estudios a distancia para implementarlas en la difusión del conocimiento de cada facultad o escuela, mostrando un interés en la utilización de tecnologías duras solo por tecnicismo hacia la planificación de estrategias de negocios; para lo cual se recomienda realizar en las coordinaciones de las universidades un grupo multidisciplinario de profesionales para identificar en cada facultad o escuela de las universidades las estrategias de estudios a distancia utilizadas en los procesos diarios, para fortalecer los niveles de negociación y alianzas con otras instituciones y empresas.

Palabras clave: estrategias de estudios a distancia, difusión, conocimiento.

Knowledge Diffusion in Universities Through Distance Education Strategies

Abstract

The main objective of the research was to analyze the diffusion of knowledge in universities through distance learning strategies. The study was supported by the work of authors such as Sánchez (2007), Salinas (2004), Moran and Myringer (2001), among others. The research aimed to understand distance learning strategies in universities. The methodology has a qualita-

tive approach that is documentary and descriptive. Conclusions were that universities do not have sufficient handling of distance learning strategies to implement them in disseminating knowledge from each school, showing interest in the use of hard technologies only in favor of technicality toward planning business strategies. Therefore, the study recommends creating a multidisciplinary group of professionals in the coordination at the universities to identify in each university school the distance learning strategies used in daily processes, in order to strengthen the levels of negotiation and alliances with other institutions and enterprises.

Keywords: distance learning strategies, dissemination, knowledge.

Introducción

Las instituciones de educación superior, están experimentado un cambio de cierta importancia en el conjunto del sistema educativo de la sociedad actual, con ello traen el desplazamiento de los procesos de formación desde los entornos convencionales hasta otros ámbitos; así como la atención a las demandas generalizadas de que los estudiantes reciban las competencias necesarias para el aprendizaje continuo; comercialización del conocimiento, que genera simultáneamente oportunidades para nuevos mercados y competencias en el sector, entre otros.

En este sentido, el ámbito de aprendizaje varía de forma vertiginosa, según Salinas (2004), pues las tradicionales instituciones de educación superior, ya sean presenciales o a distancia, tienen que reajustar sus sistemas de distribución y comunicación. Por ello, las Universidades pasan de ser el centro de la estrella de comunicación educativa a constituir simples nodos de un entramado de redes entre las que el alumno-usuario se mueve en unas coordenadas más flexibles, y que se ha denominado ciberespacio.

Por otra parte, los cambios en estas coordenadas espacio-temporales traen consigo la aparición de nuevas organizaciones de enseñanza, que se constituyen como consorcios o redes de instituciones y cuyos sistemas de enseñanza se caracterizan por la modularidad como por la interconexión. Todo ello exige a las instituciones de educación superior una flexibilización de sus procedimientos y de su estructura administrativa.

Al respecto, Moran y Myringer (2001) expresan que para adaptarse a modalidades de formación alternativas más acordes con las necesidades que esta nueva sociedad presenta, se requiere la existencia de ofertas on-line y de cursos en Internet, o los proyectos experimentales de algunos profesores y/o departamentos, no presuponen una universidad más flexible. Por ello, el autor Bierly (2000) expresa que la aparición del desarrollo de una emergente sociedad de la información como del conocimiento, hace necesario tanto el análisis como la evaluación de las necesidades de los usuarios, reflejando la sobreoferta de información, del entorno tecnológico, y de los recursos disponibles para que las unidades de información sean capaces de ofrecer un servicio dinámico, adaptado a los requerimientos reales de búsqueda de conocimiento.

Cuando se presentan oportunidades donde la gestión del conocimiento, la innovación tecnológica y el uso adecuado de las TIC'S se manejan de manera conjunta, se han logrado mejores resultados en términos de generación de patrimonio y de empleo, son aquellos casos en los que se han introducido estos partiendo de una visión estratégica e integrada, que tenía en cuenta los cambios que una innovación tecnológica implicaba en la organización del trabajo, en la formación del capital humano, y en las relaciones de la empresa o de la institución con el exterior.

Fundamentación teórica

Este punto hace referencia a aspectos importantes que representan el soporte teórico del trabajo de investigación. En este sentido, se presentan dos puntos los cuales fortalecen la indagación, selección, estudio como análisis de los contenidos; es decir son los elementos que representan todo el cuerpo de categorías que explican y sustentan científicamente el trabajo.

Ahora bien el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación (TIC'S), han generado una serie de ventajas en relación con la información como con su acceso, estos cambios han producidos en las últimas décadas impactos de forma significativa en la Educación Superior cuyo desarrollo está sustentado en las estrategias de estudios a distancia que son pocas evidenciadas al igual que los avances tecnológicos que ofrecen y que son necesarios para mejorar los estándares de calidad de vida en muchos sentidos; en cualquier disciplina u ocupación están surgiendo constantemente nuevas formas para asumir la resolución de problemas

Para el autor Didriksson (2000), las estrategias de estudios a distancia son políticas que la universidad sigue para el desarrollo y el uso de la tecnología. Debido al poder del cambio tecnológico para influir en la estructura del sector industrial y la ventaja competitiva, la estrategia tecnológica es un componente fundamental de la estrategia competitiva de las universidades.

En este sentido, expresa Sánchez (2007) que el concepto de estrategia tecnológica es más amplio que el de investigación y desarrollo (I+D) tradicional. Comprende no sólo la I+D de nuevos productos y procesos, sino que su acción se debe extender a todas las funciones o subsistemas de la empresa o ámbito universitario en estudio. Por tanto, la estrategia tecnológica es el proceso de adopción y ejecución de decisiones sobre las políticas, estrategias, planes y acciones relacionadas con la creación, difusión y uso de la tecnología.

Por otra parte, las estrategias de estudios a distancia, según Libretti (1999), son aquellas con potencial para un impacto significativo en la empresa durante los próximos tres años. Y esto, debido a factores como el alto potencial disruptivo, la necesidad de inversiones o el riesgo que supondría una adopción tardía, o dicho de otro modo, actividades que debería programar cualquier empresa u organización

según una planificación estratégica de sus recursos tecnológicos y, diría que, en el contexto actual de la web 2.0, de marketing y socialización.

La investigación que se presenta se inclina por la conceptualización de Sánchez (2007), por ser la enmarcada bajo el enfoque de las posibilidades de solución universitarias que se pueden tener con la formulación de estrategias de estudios a distancia, además de la presencia continua de la utilización de las tecnologías como medio de difusión del conocimiento.

Al respecto, una estrategia de tecnología considera los cambios por los cuales atraviesa una organización tanto interna como externa junto con las oportunidades potenciales disponibles a esta. Las oportunidades de tecnología pueden incluir formas de usar la tecnología para ganar una ventaja competitiva, para reducir costos, aumentar ingresos, entre otros. Las oportunidades de tecnología se sopesan contra las fortalezas y debilidades del entorno de tecnología actual, tanto tecnológica como organizacional para establecer la estrategia de tecnología que se adoptará.

En este contexto, una estrategia de tecnología planificada conscientemente despliega las directrices generales que se seguirán en el desarrollo de directrices, así como en la arquitectura de tecnología necesaria para alcanzar la estrategia como los proyectos específicos para implementar la arquitectura y las oportunidades de Tecnología. Según Sánchez (2007), la estrategia también presenta el grado de cambio requerido en la organización de Tecnología visión de Tecnología, estilo, estructura, capacidades y competencias del recurso humano, habilidades, procesos que serán necesarios para lograr la estrategia.

Razones para el desarrollo de estrategias de estudios a distancia

Las razones para que una empresa o cualquier institución de educación superior desarrollen estrategias de estudios a distancia dependerán según Sánchez (2007) de las posibilidades de asimilación, adopción y adaptación de tecnologías, sin embargo existen razones generales que incluyen:

- Nuevo Liderazgo - Un nuevo Presidente, Vicepresidente Financiero o Vicepresidente de Información desea contar con un mapa del camino a seguir.
- Brecha de Desempeño - Se reconoce, generalmente por parte de la Dirección del negocio, que el desempeño de la tecnología requiere mejoramiento.
- Cambio Tecnológico - La empresa requiere de una nueva arquitectura para acomodar el crecimiento de nuevas tecnologías.
- Cambio Organizacional - La función de Tecnología requiere un cambio debido a una reorganización, una fusión o una reducción.

Al respecto, las tendencias en tecnología pueden ser amenazas u oportunidades, dependiendo en si son incorporadas exitosamente en los trabajos diarios con

conocimiento pleno de su uso, es decir, si los trabajadores poseen el conocimiento necesario para implementar soluciones a través del uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC). Por ello, se necesita identificar el camino (guía) al futuro de las tecnologías principales, así como las tecnologías emergentes que podrían afectar la visión en el futuro y las tecnologías no relacionadas que podrían posiblemente crear productos sustitutos en los procesos de enseñanzas aprendizaje haciendo valer una manera eficiente y eficaz de difundir el conocimiento.

En este sentido, las grandes tecnologías disruptivas según Cuervo (2009), afectan a muchas universidades y su relación con las industrias, tanto directa como indirectamente, ya que hoy en día el Internet es una gran tecnología disruptiva que afecta la competitividad de casi todas las empresas por ser un recurso implícito en la solución de problemas diarios, por ello, deben ser consideradas en la condición del límites tecnológicos, ya que se requiere entender que la entrada del Internet ha causado en casi todas las empresas y universidades indicadores para reconsiderar todos los procesos en función de aplicaciones de estudios a distancia tanto en la enseñanza como en el aprendizaje de soluciones.

Ventajas de estrategias de estudios a distancia

Se debe estudiar básicamente la evolución del entorno según Cuervo (2009). Se requiere de la búsqueda de sectores en los cuales se presentan oportunidades y analizar el estado de nuestras tecnologías y aquellas que se prevén como sustitutas. A su vez se requiere buscar nuevas tecnologías que puedan aumentar la rentabilidad. Finalmente, es muy importante mantener una estrecha relación entre la estrategia tecnológica y la de toda la empresa. A la hora de realizar un estudio para establecer una Estrategia Tecnológica, se deben valorar dos visiones diferenciadas:

Análisis Externo: Se trata de analizar cuál es el estado del arte en ese momento. Esto se puede llevar a cabo mediante la información proveniente de las reglas internacionales de comercio y patentes, tendencias del mercado nacional e internacional de bienes, tendencias científicas y de estudios a distancia. Dicho en otras palabras, consiste en evaluar las oportunidades y las amenazas existentes. Aquí juega un papel importante la vigilancia tecnológica.

Análisis Interno: Se pretende con éste evaluar el contenido tecnológico de todas las actividades de la cadena de valor de la empresa, para poder así detectar los puntos fuertes y débiles de ésta frente a los competidores. Se realiza a su vez un inventario de los recursos tecnológicos de la empresa, de su patrimonio tecnológico, así como la evaluación de su potencial. Esto es a lo que se denomina como auditoría tecnológica.

Tipos de estrategias de estudios a distancia

Se encuentran tipos de estrategias de estudios a distancia según Sánchez (2007), las cuales refieren a:

Estrategias competitivas:

Actualmente la competencia internacional obliga a las universidades e industrias a elaborar una estrategia tecnológica que les permita aprovechar todos los posibles beneficios que implica la globalización por lo que las universidades y empresas que han logrado sobrevivir después de la apertura del mercado se han visto en la necesidad de diseñar nuevas estrategias (Ferraro, 1999).

De acuerdo con el concepto de estrategia, la estrategia tecnológica debe integrar las metas de estudios a distancia de la empresa y establecer las acciones a realizar. Porter (1999) señala que la estrategia tecnológica es el enfoque de una universidad o empresa para el desarrollo y uso de la tecnología. Es un elemento de la estrategia competitiva general y debe estar de acuerdo con las otras actividades de valor. En este sentido, reconocer que cada una de las actividades de valor que se realiza en una universidad emplea una tecnología, ya sean conocimientos, procedimientos o la tecnología dentro del equipo de proceso, por lo que cada empresa cuenta con un gran número de tecnologías. De aquí que la tecnología ocupe un lugar privilegiado como fuente potencial para el desarrollo de ventajas competitivas en la empresa (Porter, 1999).

Por otro lado, Sánchez (2007) expresa que las estrategias competitivas representan un papel fundamental en el impulso de la obtención de beneficios de las universidades y empresas en el sector que quieren determinar cómo alianzas para la producción de procesos como de productos, por lo cual se requieren alcanzar por parte de estas organizaciones estrategias para lograr una ventaja sobre sus rivales, estas son:

Estrategia de liderazgo de costo: consiste en suministrar a precios solidarios servicios y espacios competitivos que hacen que la empresa o universidad explote su potencial de posibilidades.

Estrategias de diferenciación: consiste en suministrar un producto o servicio único, de manera que el individuo se incline por la selección por superar esta el costo de la diferencia.

Estrategias de enfoques: consiste en suministrar un producto o servicio a un segmento del mercado más limitado denominado nicho.

Estrategias proactiva:

Las estrategias de estudios a distancia requieren, según Porter (1999), formularse del marco conceptual de la misión y visión de la institución o empresa, para que cada miembro del equipo de trabajo sepa dónde dirigir los esfuerzos, apoyándo-

se en una política dinámica en investigación y desarrollo cuyo objeto principal introducir nuevos productos como servicios, así como de procesos hacia el liderazgo exclusivo de sectores. En este sentido, esta estrategia apunta a obtener una posición permanente de liderazgo tecnológico. Éste es un objetivo donde todos los esfuerzos van concentrados a lograrlo, inyectado por el mejor presupuesto destinado a la investigación y desarrollo como para la difusión de conocimiento.

Estrategias reactivas:

Las estrategias reactivas se apoyan en mantener el liderazgo competitivo mediante mejoras radicales en procesos y servicios así como mejoras incrementales en productos, que permitan aumentar la facilidad de uso, la calidad y la fiabilidad de los sistemas a la vez que reducen los costos de producción. Con la utilización de este tipo de estrategias se distingue que las universidades que la utilizan se encuentran en continua innovación con la creencia según Baldwin y Childs (1999), que estas valen la pena para copiarse y distribuirse bajo una gran capacidad de I+D, aunque existan acuerdos de licencias y knowhow (saber cómo).

Niveles de estrategias de estudios a distancia

Si una organización produce un sólo producto o servicio, sus gerentes podrían desarrollar un plan estratégico único que abarcara todas sus actividades. Las empresas y universidades requieren una amplia variedad de productos que van lo básico utilizado hasta la innovación de servicios y procesos. Cada uno de estos negocios casi siempre exige una estrategia separada. Como resultado, distinguiremos entre estrategias a nivel corporativo, de negocio y funcional.

Nivel estratégico (corporativa)

Se encuentran en empresas o universidades que posean diversificación, consiste según Drucker (2004) en determinar las actuaciones necesarias que hay que emprender para obtener una ventaja competitiva mediante la selección y dirección de una combinación de negocios. En este sentido, la estrategia conlleva a las iniciativas de administrar la cartera de proyectos y negocios, así como a apoyar las actualizaciones de los diferentes negocios, a capturar sinergias entre centros de investigación, a obtener recursos corporativos necesarios y distribuidos entre los negocios.

Nivel de negocio

Este nivel define, según Sánchez (2007), cómo crear y reforzar la competitividad a largo plazo del negocio. Para ello requiere centrarse en determinar el alcance, responder a los cambios del entorno, lograr que las funciones proporcionen sinergias y apoyen la estrategia de negocio y por último desplegar los recursos necesarios para el logro de capacidades.

Para Ansoff (2000), a este nivel se trata de determinar cómo desarrollar lo mejor posible la actividad o actividades correspondientes a la unidad estratégica, es de-

cir, en un entorno competitivo, ¿cómo debemos competir en cada uno de nuestros negocios? Para la organización pequeña con una sola línea de negocio, o la organización grande que no se ha diversificado en diferentes productos o mercados, la estrategia a nivel de negocios es generalmente la misma.

Cuando una organización está en varios negocios diferentes, la planificación puede facilitarse al crear unidades de negocio estratégicas. Una unidad estratégica de negocio (UEN) representa un negocio único o un grupo de negocios relacionados, es decir, es un conjunto de actividades o negocios homogéneos desde un punto de vista estratégico para el cual es posible formular una estrategia común y a su vez diferente de la estrategia adecuada para otras actividades y/o unidades estratégicas.

La estrategia de cada unidad es en sí autónoma, si bien no independiente de las de las demás unidades estratégicas puesto que se integran en la estrategia de la empresa. Cada UEN tendrá su propia misión distintiva y competidores diferentes. Esto le permite a la UEN tener una estrategia independiente de los otros negocios de la organización mayor.

Nivel funcional

La estrategia a nivel funcional según Ansoff (2000), busca responder a la pregunta: ¿cómo podemos apoyar la estrategia a nivel de negocios? Para las organizaciones que cuentan con departamentos funcionales tradicionales como producción, marketing, recursos humanos, investigación y desarrollo y finanzas, estas estrategias deben apoyar la estrategia a nivel de negocios. A este tercer y último nivel la cuestión es cómo utilizar y aplicar los recursos y habilidades dentro de cada área funcional existente en cada actividad o cada unidad estratégica, a fin de maximizar la productividad de dichos recursos.

Para Sánchez (2007), es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para desplegar los recursos de un departamento concreto. Debe apoyar y reforzar la estrategia de negocio para apalancar la ventaja competitiva. Incluso, requiere complementar y ser coherente con el resto de estrategias funcionales y crear sinergias intra-departamentales

Tipos de tecnologías

En la actualidad, entender cuál es el rol de los tipos de tecnologías de información entorno a la difusión del conocimiento, según Sleight, (2000), es la pieza clave para no cometer un error de concepto. Este error radica en oportunidades en concebir la implantación del conocimiento como una tarea de las tecnologías de información. Es importante comprender que las tecnologías de información proveen el marco, pero no el contenido.

En este sentido, antes de seleccionar y clasificar las diversas tecnologías de información para la difusión del conocimiento, es necesario según Ruggles (1997), entender el significado de lo llamado herramientas del conocimiento o software de la

administración del conocimiento. Este autor concibe este concepto como el software o herramienta que apoya y da soporte a las aplicaciones, actividades o acciones como la de generación, codificación y transferencia del conocimiento.

Asimismo, se observa que procesos o actividades de generación como el de codificación del conocimiento y selección adecuada de una tecnología de información serían fundamentales en los objetivos finales en este caso de investigación, por ser la razón de evidenciar la importancia del mismo en el contexto universitario no.

En el mismo contexto, el proceso de selección de las tecnologías de información tiene por objeto encontrar aquellas que integren y cubran de forma más específica los puntos focales de la difusión del conocimiento. Para esto se toman en cuenta dos bases importantes: primero, existe un mercado con gran cantidad de tecnologías de información de diversas características por lo que la clasificación está sujeta a la identificación de aspectos que generen valor en los modelos de creación como difusión del conocimiento. Segundo, se requiere tomar en cuenta clasificaciones en estudios y artículos de anteriores autores, como antecedentes que avalen el estudio.

Por tanto, para clasificar los tipos de tecnologías inmersas en la difusión de conocimiento se encuentran diferentes posiciones de autores tales como Jiménez (2011), para el cual existen tecnologías según su diferenciación en el uso y los resultados que se arrojan, por ello se describe a continuación, algunos tipos de tecnologías, estas son:

Tecnologías clave

Se basan según Jiménez (2011), en los grandes descubrimientos científicos que aparecen en intervalos irregulares... (La energía eléctrica, la maquina a vapor, el motor de explosión, la química del petróleo, o más recientemente, los circuitos integrados, los microprocesadores, y la biogenética y recientemente la nanotecnología). En este sentido, la informática, las telecomunicaciones, la robótica, los nuevos materiales, los láser, la biotecnología, la nanotecnología, etc. La emergencia de las nuevas tecnologías revoluciona todas las actividades económicas como sociales.

Tecnologías alternativas

La mayor parte de las tecnologías alternativas, según Jiménez (2011), han nacido de las críticas formuladas en contra de los efectos indeseables del sistema industrial (la contaminación, el despilfarro, los problemas de salud de los trabajadores) entre otros.

Por otra parte, para el autor Ruiz (2009) las tecnologías de difusión de conocimiento van más allá del simple uso del internet, las mismas requieren de un conocimiento para su utilización en las áreas que se desean desarrollar bajo la fluidez de formas de estudios a distancia de difusión, por ello las divide en:

- Tecnología blanda: el término engloba a los conocimientos de planificación, administración y comercialización, dejando de lado al saber técnico al respec-

to. Se denomina blanda ya que hace referencia a información no tangible, en contraposición con la tecnología dura, que sí lo es tangible.

- Tecnología dura: término que se utiliza para designar a los saberse exclusivamente técnicos, aplicados a la producción de maquinarias, productos, materiales, entre otros.

En posición sobre el tema, el autor Ferreros (2009), cataloga las tecnologías de difusión de conocimiento de igual manera en: tecnologías blandas, enfatizando que son aquellas en las que su producto no es objeto tangible, las mismas pretenden mejorar el funcionamiento de las instituciones u organizaciones para el cumplimiento de sus objetivos. Dichas organizaciones pueden ser empresas industriales, comerciales o de servicios o instituciones educativas, con o sin fines de lucro.

Al respecto, el mismo autor marca que entre las ramas de la tecnología llamadas blandas se destaca la educación (en lo que respecta al proceso de enseñanza), la organización, la administración, la contabilidad como las operaciones, la logística de producción, el marketing, la estadística, la psicología de las relaciones humanas y del trabajo, así como el desarrollo de software.

En este sentido, este tipo de tecnología, afirma Ferreros (2009), se funda en su mayoría en las bases de ciencias blandas como la psicología, la economía y la administración, esto no quiere decir que no se tengan en cuenta las demás sí que no es tan común; aunque se puede dar un caso como el desarrollo de software en el cual se requiere más de ciencias duras que de ciencia blandas.

Seguidamente, Ferreros (2009) suele llamar tecnologías duras a aquellas que se basan principalmente en el conocimiento de las ciencias duras, como la física y la química, esto sin dejar de lado las demás ciencias. La otra cosa que las diferencia es que en este caso el producto tecnológico es un objeto tangible a diferencia de la tecnología blanda.

Metodología

La metodología aplicada para la determinación del tipo de investigación como su diseño, también contiene la sistematización desde el orden científico, es decir se describen las técnicas e instrumentos aplicados para la medición del comportamiento de las variables, la delimitación de la población, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, la validez como la confiabilidad del instrumento, el tratamiento estadístico de los datos, y el procedimiento de la investigación, se presenta a continuación:

El propósito de la presente investigación fue analizar las estrategias de estudios a distancia para la difusión del conocimiento en las universidades y con ello indagar en las creaciones existentes en diferentes áreas que apoyen a las comunidades universitarias. Del mismo modo, dadas las características que anteceden a este capítulo se considera de carácter descriptivo, debido a que el mismo se orientará a reco-

lectar información relacionada con el estado real de las personas, y fenómenos tal cual como se presentan en el contexto de las universidades, por lo tanto, la investigación se enmarcó dentro de una investigación tipo descriptiva.

En este sentido, Hernández y col. (2010) señalan que la investigación que busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, es una investigación descriptiva. Según estos autores, en un estudio descriptivo se seleccionan una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga.

El termino diseño se refiere al plan o materia concebida para obtener información que se desea. Méndez (2006) plantea el que diseño es definido como el plan o estrategias que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación. Según Sabino (2007), el diseño de la investigación es un esquema general del trabajo necesario para comprobar la hipótesis o en general medir variable. El diseño para la investigación que se presenta es de tipo no experimental, según Hernández y otros (2010), ya que la misma se ha basado en observar situaciones o fenómenos ya existentes en las universidades, los cuales no han sido provocados ni manipulados intencionalmente por la investigadora.

Resultados de la investigación

Los resultados de esta innovación se realizan bajo el enfoque de la observación de teorías sobre estrategias de estudios a distancia en las universidades. En este aspecto, se realizan contrastación con antecedentes y diferentes teorías. Para identificar los tipos de estrategias de estudios a distancia para la difusión del conocimiento en las universidades. Se considera la teoría de Porter (1999) quien señala que la estrategia tecnológica es el enfoque de una universidad o empresa para el desarrollo y uso de la tecnología, es un elemento de la estrategia competitiva general y debe estar de acuerdo con las otras actividades de valor.

En este sentido se afianza el tema por el autor Cuervo (2009), el cual dice que se requiere de la búsqueda de sectores en los cuales se presentan oportunidades y analizar el estado de nuestras tecnologías y aquellas que se prevén como sustitutas. A su vez se requiere buscar nuevas tecnologías que puedan aumentar la rentabilidad. Finalmente, es muy importante mantener una estrecha relación entre la estrategia tecnológica y la de toda la empresa.

Para describir los niveles de estrategias de estudios a distancia para la difusión del conocimiento en las universidades, Cera (2010) apoya a la importancia de utilizar herramientas de estudios a distancia que se conozcan y apliquen al interior de cada empresa o universidad. En este sentido, Drucker (2004) considera que los niveles de estrategias a determinar en las actuaciones necesarias de una universidad o empresa hay que emprenderlas para obtener una ventaja competitiva mediante la selección y dirección de una combinación de negocios. Asimismo, Sánchez (2007) consi-

dera que el nivel a desarrollar con vista futurística siempre será el de negocio, porque este es donde se crea y refuerza la competitividad a largo plazo del negocio.

Por lo anterior dicho, se requiere centrarse en determinar el alcance, responder a los cambios del entorno, lograr que las funciones proporcionen sinergias y apoyen la estrategia de negocio y por último desplegar los recursos necesarios para el logro de capacidades. Por otro lado, en cuanto los tipos de tecnologías para la difusión del conocimiento en las universidades, se considera la teoría de Jiménez (2011), en los grandes descubrimientos científicos que aparecen en intervalos irregulares de la ciencia y la tecnología como apoyo a la gestión del conocimiento.

En este sentido, Ruggles (1997) expresa que antes de seleccionar y clasificar las diversas tecnologías de información para la difusión del conocimiento, es necesario entender el significado de lo llamado herramientas del conocimiento o software de la administración del conocimiento. Este autor concibe este concepto como el software o herramienta que apoya y da soporte a las aplicaciones, actividades o acciones como la de generación, codificación y transferencia del conocimiento.

Por lo que, la investigación se inclina por lo señalado por Ferreros (2009), ya que él mismo cataloga las tecnologías de difusión de conocimiento de igual manera en: tecnologías blandas, enfatizando que son aquellas en las que su producto no es objeto tangible, las mismas pretenden mejorar el funcionamiento de las instituciones u organizaciones para el cumplimiento de sus objetivos.

Estrategias de estudios a distancia para la difusión del conocimiento en las universidades

Las estrategias de estudios a distancia es punto focal en las universidades, por lo que se hace de interés proporcionar lineamientos que sirvan de guía en un comienzo de particularidades de estudios a distancia.

Objetivo

Proporcionar sugerencias como acciones para la difusión del conocimiento en las universidades, a través de estrategias de estudios a distancia como fortalezas.

Estrategia 1

Realizar programas de capacitación hacia las actividades de transferencia tecnológica que los coordinadores pueden ejecutar para mejorar la competitividad.

Acción: crear espacios que permitan el aprendizaje de la negociación tecnológica como modelo sostenible y sustentable en las coordinaciones de cada facultad. Fortalecer la selección, de tecnología por medio de contrataciones de personal externo que permita el estudio exhaustivo de las diferentes estrategias de estudios a distancia que se pueden aplicar. Todo bajo un tiempo de ejecución de 2 meses.

Estrategia 2

Identificar os tipos de niveles de estrategias de estudios a distancia aplicables a cada coordinación formando un todo con la misión y visión de la universidad.

Acción: evaluar el nivel de estrategia para adaptarla a las necesidades de la producción de investigaciones de cada coordinación, en conformidad a los planes administrativos de la ciencia y tecnología necesarios para alcanzar los objetivos propuestos hacia la competitividad.

Estrategia 3

Crear un equipo de difusión-transferencia de tecnología que enlace las diferentes universidades y sus coordinaciones.

Acción: para la puesta en práctica se necesita de 2 meses, para crear un equipo que combine las capacidades, experiencia y metodologías de un equipo multidisciplinar formado por expertos en transferencia y en comunicación.

Estrategia 4

Proporcionar guías de apoyo basadas en herramientas de estudios a distancia para las coordinaciones educativas.

Acción: establecer un alto nivel de compromiso de cada integrante para la puesta en marcha de la aplicación de la guía mostrando así mejoras de procesos por el desarrollo de nuevas habilidades y experiencias de gestión de estudios a distancia adquiridas. Se requiere de un líder con conocimientos tecnológicos como de aplicación de herramientas de estudios a distancia firmes sobre la usabilidad de los equipos para fortalecer las estrategias de estudios a distancia elegidas. Todo en un tiempo concebido para cumplir la acción de dos (02) meses.

Estrategia 5

Promover y difundir a gerentes, coordinadores como empleados, guías de soluciones de estudios a distancia para gestionar el conocimiento.

Acción: Realizar un folleto o guía digital que proporcione detalles sobre mecanismos digitales que promueven o difunden el conocimiento en las universidades como parte de un todo, impregnando el fortalecimiento de alternativas de solución. Se requiere de 2 meses para su ejecución.

Consideraciones finales

Se concluye que existe como fortaleza el tipo de estrategia tecnológica de baja intensidad en las coordinaciones objetos de estudio en esta investigación. Por lo que no es de gran importancia para algunos sujetos encuestados el enfoque de una universidad para el desarrollo y uso de la tecnología. De igual forma se concluye que las

estrategias proactiva y reactiva son las menos utilizadas por las coordinaciones estudiadas, representando una debilidad. Al respecto, Baldwin y Childs (1999) señalan que la utilización de este tipo de estrategias se distingue que las universidades que la utilizan se encuentran en continua innovación con la creencia. Por lo que se observó que el 70,83% de los encuestados consideran que esto afecta a la competitividad.

De igual forma el nivel estratégico es utilizado por las coordinaciones para las iniciativas de administrar la cartera de proyectos y negocios, así como para apoyar las actualizaciones de los diferentes negocios, así también para capturar sinergias entre centros de investigación, a obtener recursos corporativos necesarios y distribuidos entre los negocios. Por ello, representa una fortaleza dentro de las universidades aunque con poca eficacia se manejan poco a poco los resultados, los indicadores nivel de negocio y funcional representan la debilidad ya que al no responder a los cambios del entorno, las coordinaciones no logran que las funciones proporcionen sinergias y apoyen la estrategia de negocio, presentándose pocas alianzas con empresas y otras instituciones.

Así mismo se concluye que el tipo de tecnología más utilizada es la dura, por lo que en las coordinaciones de estudios de las universidades, no le dan suficiente valor a las tecnologías blandas. la investigación se inclina por los tipos de tecnologías para la difusión de conocimientos que presenta Ferreros (2009), ya que el mismo proporciona un punto de vista holístico sobre el que hacer con la tecnología dependiendo el área de acción utilizada y el producto que se requiere conseguir.

Como conclusión general, las universidades no poseen suficiente manejo de estrategias de estudios a distancia para implementarlas en la difusión del conocimiento de cada facultad o escuela, mostrando un interés en la utilización de tecnologías duras solo pro tecnicismo hacia la planificación de estrategias de negocios.

Referencias bibliográficas

- Ansoff, L. (2000). Modelos de planeación estratégica de negocio. Mac-Graw Hill. Madrid. España.
- Baldwin, K. y Childs, L. (1999). Universal neonatal hearing screening moving from evidence to practice. EEUU. New York.
- Cera, W. (2010). Desarrollo de Organizaciones Inteligentes. Universidad Pública de Antioquia. Colombia.
- Cuervo, J. (2009). Tecnología disruptivas en el ámbito educativo universitario. Mac-Graw Hill. Madrid. España.
- Didriksson, A. (2000). La universidad de la innovación, una estrategia de transformación para la construcción de universidades del futuro. Caracas: UNESCO.
- Drucker, P. (2004). **Gerencia para el Futuro**. Grupo Editorial Norma. México.
- Ferraro, T. (1999). **La universidad como máquina de educar. Tres escritos sobre un proyecto de la modernidad**. Editorial Paidós. Buenos Aires. Argentina.

- Ferreros, M. (2009). **Aprender a gestionar el cambio**. Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona. España.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). **Metodología de la Investigación**. Mc Graw-Hill Interamericana, S.A. México.
- Jiménez, A. (2011). **Tecnología y ciencia en la producción de competitividad**. Primera Edición, Prince Hall. México.
- Libretti, V. (1999). Un modelo de unidad de vinculación universidad-empresa: FUNDES-USB. **Revista Espacios** Vol. 20.
- Méndez, C. (2006). **Metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación**. Mc Graw-Hill Interamericana, S.A. México.
- Morán, L. y Myringer, B. (2001). Flexible learning and university change. En: **K. Harry (ed.). Higher Education Through Open and Distance Learning** (pág. 57-72). Londres: Routledge.
- Porter, A. (1999). The technological dimension of competitive strategy, JAI Press. New York.
- Ruggles, R. (1997). Knowledge Management Tools. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Ruiz, A. (2009). Tecnologías según el uso. Mac Graw Hill, Madrid. España.
- Sabino, C. (2007). **El proceso de investigación**. Editorial Panapo. Caracas, Venezuela.
- Salinas, A. (2004). Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria. **Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)**. [Artículo en línea]. UOC. Vol. 1, N° 1.
- Sánchez, E. (2007). **Estrategias de innovación**. Thompson Editores. Madrid España.
- Sleight, P. (2000). **Las Tecnologías de la Información**. Editorial Grijalbo. México.