

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY

CAMPUS EUGENIO GARZA SADA



SEGUIMIENTO DE LOS EGRESADOS DE LA CARRERA DE
COMUNICACION DEL CAMPUS ESTADO DE MEXICO COMO
ELEMENTO DE AYUDA PARA OBTENER INFORMACION
CONFIABLE QUE PERMITA UNA EVALUACION CURRICULAR
DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
PLAN 80' Y 85'

T E S I S

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OPTAR
AL TITULO DE MASTER EN EDUCACION CON
ESPECIALIDAD EN COMUNICACION**

AUTOR: DOLORES ANGELES RICAÑO

ASESOR: CARLOS LUNA CORTES

MONTERREY, N. L. FEBRERO DE 1995

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY

CAMPUS EUGENIO GARZA SADA

SEGUIMIENTO DE LOS EGRESADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACION
DEL CAMPUS ESTADO DE MEXICO COMO ELEMENTO DE AYUDA PARA
OBTENER INFORMACION CONFIABLE QUE PERMITA UNA EVALUACION
CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
PLAN 80' Y 85'

Tesis presentada como requisito parcial para optar al título de
Master en Educación con especialidad en Comunicación

Autor: Dolores Angeles Ricaño

Asesor: Carlos Luna Cortés

Monterrey, N.L. febrero de 1995.

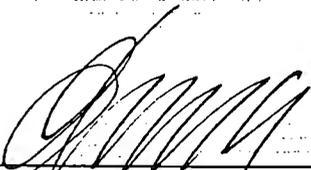


CONSTANCIA DE EXAMEN PARA LA OBTENCION DE GRADO ACADEMICO

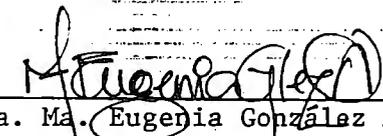
Los suscritos, miembros del jurado calificador del examen de grado sustentado hoy por Dolores Angeles Ricaño

en opción al grado académico de Maestra en Educación con especialidad en Comunicación

hacemos constar que el sustentante resultó aprobada por unanimidad.


Dr. Carlos E. Luna Cortés


Dra. Ma. Luisa Martín Pérez


Mtra. Ma. Eugenia González Alafita

Hago constar que, de acuerdo con documentos contenidos en el expediente del sustentante, éste ha cumplido con los requisitos de graduación establecidos en el Reglamento Académico de los Programas de Graduados expedido por el Senado Académico.

Director de Servicios Escolares
ING. REYNALDO MENDOZA FRANCO

Expídase el grado académico mencionado, con fecha 2 de Junio de 1995.

Rector del Campus
DR. JOSE TREVIÑO ABREGO

Director de la División Académica
M.C. DORA ESTHELA RODRIGUEZ FLORES

Monterrey, N. L., a 10. de Abril de 1995.

RECONOCIMIENTOS

Con profundo agradecimiento a mis padres Ernesto y Clementina por el completo apoyo que desde siempre me han brindado.

Un sincero reconocimiento a:

Octavio Islas,

Oscar Morales y

Carlos de la Guardia por su ayuda desinteresada.

A mi asesor Carlos Luna, que con sus atinados lineamientos, logró darme los elementos necesarios para la culminación del presente trabajo.

RESUMEN

" Uno de los problemas fundamentales de las instituciones educativas...al no realizar seguimiento de sus egresados -es que carecen de una información esencial para revisar y transformar sus diseños y prácticas profesionales "

Raúl Fuentes

Asumiendo esta necesidad en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del Campus Estado de México, se decide realizar una investigación de los egresados de las primeras 10 generaciones, plan 80' y 85'.

La información se obtuvo utilizando como instrumento de recolección de datos un cuestionario de 45 preguntas, en su mayoría abiertas por la nula información que al momento se tenía al respecto. Los cuestionarios fueron entregados en el domicilio o lugar de trabajo de los egresados y recogidos después de un tiempo en el mismo lugar.

Se procesaron los datos en el paquete estadístico SPSS sacando frecuencias, medias y algunos cruces de información.

Los resultados mostraron que los egresados de la carrera trabajan en empresas privadas desempeñándose en áreas relacionadas con la publicidad, las relaciones públicas, los recursos humanos, las ventas, la administración y la docencia. Muy pocos lo hacen específicamente en producción de medios, y menos en Comunicación Organizacional, aunque declaran que ésta última es un área de oportunidad en el campo de trabajo que ha ayudado en gran forma a su desarrollo profesional.

Reconocen las habilidades, valores y características de trabajo que el ITESM les inculca como muy buenas, mencionando principalmente el trabajo bajo presión y el alto nivel de exigencia.

Centran su desarrollo profesional en el mundo económico empresarial, descartando generalmente el crecimiento académico.

Anotan de manera crítica las deficiencias académicas vividas en el transcurso de la carrera, dando pautas específicas de acción al respecto.

Finalmente se recomiendan dos aspectos básicos:

- 1) Formalizar, a través de la Dirección de Carrera y la Dirección de Departamento, un curso de inducción y de seguimiento de los estudiantes paralelo a su carga académica, con la finalidad de asegurar el conocimiento claro de la especialidad en Comunicación Organizacional.
- 2) Mantener un seguimiento continuo de los egresados a partir de 1993.
- 3) Introducir Mercadotecnia y Publicidad, además de un Seminario de Administración de la Comunicación en la currícula.

INTRODUCCION

La necesidad de obtener información confiable para evaluar los planes de estudio 80' y 85', lleva a realización de la presente investigación.

Esta tiene como objetivo el conocer las principales actividades que los egresados realizan en su vida profesional, su trayectoria laboral, la evaluación de su formación académica y la imagen que ellos tienen de la institución, de la carrera en general y de la especialidad en Comunicación Organizacional.

La carrera inicia en el ITESM Campus Monterrey en 1971, como parte de su programa de expansión, el Sistema decide abrirla a partir de 1984 en el Campus Estado de México. Actualmente se imparte en siete Campus más de forma completa.

Hasta el momento de iniciada la investigación, no existía un esfuerzo sistemático y documentado de este tipo. En 1988, como parte de los requisitos necesarios para la revisión curricular que el ITESM realiza cada cinco años en sus planes de estudio, se solicitó a los Directores de Carrera de los diferentes Campus encuestar a por lo menos 30 jóvenes egresados de la carrera. De este seguimiento no se tiene información documentada, las encuestas se mandaron a Monterrey para su procesamiento y no se recibió otra respuesta que

no fuera el plan de estudios con su nuevo perfil, campo de trabajo justificación etc.

La investigación se realiza tomando en cuenta únicamente las generaciones de graduados entre mayo de 1988 (primera generación) y diciembre de 1992 (décima generación). El universo de jóvenes asciende a 226. Al término de la presente investigación el número de graduados asciende a 441.

El cuerpo del presente reporte se conforma por una parte de antecedentes que permiten acercarse a la problemática planteada, una segunda parte en la cuál se describe un marco de referencia sobre la situación de las universidades y la carrera de Comunicación en México, el surgimiento y crecimiento del Sistema ITESM y finalmente del Campus Estado de México.

En una tercera parte se presenta la metodología utilizada en el levantamiento de datos, la definición de variables y finalmente el procesamiento de datos; la siguiente parte natural es la presentación y análisis de los resultados obtenidos y finalmente las conclusiones y recomendaciones.

El trabajo ha sido un reto, pero la información de él obtenida da mucha luz para trabajar de forma más efectiva en la evaluación constante del plan actual (90') y del plan que entra en función a partir de agosto de 1995.

INDICE GENERAL

APROBACION	ii
RECONOCIMIENTOS.....	iii
RESUMEN	iv
INTRODUCCION	vi
INDICE GENERAL	viii
LISTA DE TABLAS	x
LISTA DE GRAFICAS	xi
1. PRESENTACION DEL PROBLEMA	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Definición del problema	4
1.3 Delimitaciones	5
2. MARCO DE REFERENCIA	7
2.1 La Universidad	7
2.2 Profesiones	13
2.3 Educación Superior en México	16
2.4 La carrera de Comunicación en México	22
2.5 El Sistema ITESM	31
2.6 Campus Estado de México	37
3. ESTRATEGIA METODOLOGICA	44
3.1 Universo y unidad de análisis	45
3.2 Técnica e instrumento	46
3.3 Trabajo de campo	47
3.4 Definición de variables	49
3.5 Medición de variables	59
3.6 Procesamiento de datos	65
4. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS	66
4.1 Datos Generales	66
4.2 Actividades académicas	71
4.3 Trayectoria laboral	77

4.4 Formación profesional	90
4.5 Campo de trabajo y conciencia social	91
4.6 Características de la institución y del egresado	106
5. CONCLUSIONES	117
6. CONSIDERACIONES FINALES Y RECOMENDACIONES	132
7. APENDICES	134
7.1 Apéndice A	134
7.2 Apéndice B.....	137
7.3 Apéndice C.....	139
7.4 Apéndice D.....	141
7.5 Apéndice E	148
8. BIBLIOGRAFIA	160
9. VITAE	164

INDICE DE TABLAS

TABLA	PAG
1 Plan de estudios y generación.....	70
2 Instituciones en donde se han realizado estudios de posgrado.....	72
3 Estudios de diplomado	74
4 Otro tipo de estudios	74
5 Número de empleos	77
6 Carácter de la institución	79
7 Tipo de actividad de la institución	80
8 Ramo de la empresa	81
9 Sueldo actual	86
10 Actividades realizadas	88
11 Cursos de capacitación	92
12 Visión sobre la utilidad de la orientación centrada en Comunicación Organizacional	98

INDICE DE GRAFICAS

GRAFICA	PAG
1 Preparatoria de origen	68
2 Razones de ingreso al ITESM	69
3 Estudios de posgrado	71
4 Cruce de estudios de posgrado (eje Y) con lugar de trabajo (eje X)	73
5 Pertenencia a asociaciones	75
6 Conocimiento de otro idioma	76
7 Tiempo de ubicación en el campo laboral	78
8 Puesto que ocupa	82
9 Cruce puesto/personal que le reporta	83
10 Permanencia en el trabajo	84
11 Puesto que ocupa el jefe inmediato	85
12 Número de personal a su mando	88
13 Relaciones dentro de la empresa	89
14 Relaciones fuera de la empresa	90
15 Aspectos útiles en el desarrollo profesional	94

	PAG.
16 Aspectos no útiles en el desarrollo profesional .	96
17 Apreciación sobre la carrera	98
18 Areas con mejores perspectivas de desarrollo ...	100
19 Areas con peores perspectivas de desarrollo ...	102
20 Principales problemas que aquejan a México ..	103
21 Problemas más graves de comunicación en México	105
22 Responsabilidad social del comunicador profesional	106
23 Instalaciones físicas del Campus	107
24 Condiciones académicas	108
25 Opinión sobre la disciplina, el orden y promoción de valores éticos y sociales	110
26 Características de los egresados	111
27 Perfil comparativo de las características egresado/ ITESM	114

1 PRESENTACION DEL PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES

En 1943, como respuesta a una serie de necesidades de los grupos industriales de Monterrey, nace el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), ofreciendo carreras en el área de ingeniería. Su misión se ha ido acoplando a la situación del entorno; desde hace 10 años se define como *“graduar profesionales con niveles de excelencia en el área de su especialidad”*.

En 1971 el Instituto decide abrir la carrera de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, que para entonces ya se impartía en otras seis universidades de la República Mexicana. En la actualidad, además de Monterrey, la carrera se ofrece en 7 Campus más del Sistema de forma completa: Veracruz, Chiapas, Estado de México, Ciudad de México, Morelos, Querétaro, Toluca y únicamente el primer semestre en el Campus Tampico.

A 8 años de haberse creado y estando en pleno proceso de crecimiento físico y académico, aparece en el Campus Estado de México la carrera de Ciencias de la Comunicación. Los primeros alumnos fueron transferencias de otras universidades; la primera generación se gradúa en mayo de 1988.

Hasta la fecha han salido del Campus catorce generaciones de estudiantes (441 egresados) de dos planes de estudio diferentes: el iniciado en agosto de 1980, llamado plan 80' y el iniciado en agosto de 1985, denominado a su vez, plan 85', de los cuales no se tiene seguimiento alguno.

La Licenciatura nace con un enfoque Organizacional que la distingue de las otras Universidades que ofrecen la carrera. Tanto el plan 80' como el plan 85' sustentan su postura en una serie de materias dentro del plan pertenecientes a las áreas organizacional y administrativa.

Se mencionan el plan 80' y el 85' debido a una política general del Sistema ITESM, que pide revisar los planes de estudios cada 5 años con la idea de actualizar su validez y ratificar su pertinencia. Sobre esta base, a principios de 1989, el Campus Monterrey pide a los directores de Carrera * de Comunicación de los diferentes Campus, realizar una serie de encuestas y entrevistas a empleadores y egresados de la carrera, con el fin de fundamentar la creación del plan 90'. Esta labor se realizó, aun cuando no se pudo contactar a todos los egresados, además de que la información recabada en esa ocasión no se guardó en ningún archivo.

* El director de carrera es el encargado de mantener el seguimiento académico de los alumnos.

En agosto de 1990 se implementa el llamado plan 90', con una serie de deficiencias teóricas en su currícula, que lo alejan de forma alarmante de su tendencia organizacional. Debido a esta situación se están realizando diversos proyectos entre los cuales "el seguimiento de egresados" es uno de los principales.

El director de Carrera, como parte de su trabajo, debe realizar una revisión constante del plan de estudios en vigencia, de la implementación del mismo en el aula y de su efectividad terminal. Para medir este último punto es necesario tener información de las actividades que los egresados realizan en su vida profesional, grados de satisfacción alcanzados en su trabajo, trayectoria laboral y evaluación sobre su formación académica, entre otras.

Se busca finalmente cumplir con estos requisitos y tener información válida que ayude a la revisión del curriculum y facilite la creación de un plan 95' más cercano a la realidad social. Los datos recabados permitirán, además de dar información objetiva a los aspirantes de la licenciatura, la creación de un archivo utilizable en un sinnúmero de labores académicas y extra académicas, como: manejo de contenidos en los programas, adecuación de escuelas prácticas, evaluación de planes de estudio, orientación adecuada a los estudiantes próximos a graduarse, etc.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Queda claro que la falta de información confiable sobre lo que sucede con los alumnos que han culminado la carrera de Comunicación en el Campus, limita la eficiencia de respuesta en el proceso de captación de alumnado, al no poder responder certeramente sobre las posibilidades de empleo al egresar de la misma; impide también la evaluación del curriculum, por no saber el grado de efectividad logrado en los alumnos; deja un hueco muy grande al momento de querer fundamentar la creación de una nueva currícula, para el caso, el plan 95', y finalmente se pierde un riquísimo banco de información en cuanto a la evaluación que los egresados hacen de la Institución.

De aquí se deriva la siguiente pregunta de investigación:

¿Qué actividad o actividades profesionales realizan los egresados de la carrera de Licenciado en Ciencias de la Comunicación del ITESM Campus Estado de México?

De esta pregunta principal se desprenden las siguientes interrogantes secundarias:

¿Cuál es la opinión que los egresados tienen sobre su formación profesional en los años de estudio?

¿Qué formación académica han tenido después de haberse titulado?

¿Cuál ha sido su trayectoria laboral desde el momento de su graduación?

¿Cuáles son las condiciones contractuales imperantes en los trabajos que desempeñan los egresados ?

¿Cómo ubican los egresados el sentido social de la profesión?

En base a estas preguntas se realiza a continuación una revisión del estado de la cuestión en México, centrado en conocimientos de la Universidad, las Profesiones y el comportamiento histórico de la Carrera de Comunicación.

1.3 DELIMITACIONES

Tomando en cuenta la definición del problema, el marco de referencia se centrará en la situación predominante en México con respecto a la carrera de Comunicación, culminando la revisión con la descripción del estado de la carrera en el Tecnológico a través del tiempo.

La investigación se realiza tomando únicamente a las generaciones egresadas entre mayo de 1988 y diciembre de

1992, que incluyen profesionistas que cursaron el plan 80' y el plan 85' dentro del ITESM Campus Estado de México. El número de egresados que conforman el universo es de 226.

2 MARCO DE REFERENCIA

2.1 LA UNIVERSIDAD

El manejo de la educación superior en la actualidad dista mucho de la educación que a través de la Universidad se daba en la época medieval. La reunión de individuos empeñados en la búsqueda de la verdad, la reunión de "estudiantes y maestros... para dialogar sobre el conocimiento, fuera en su transmisión, fuera en su descubrimiento o impugnación" (Escandón p56), se ha convertido en una transmisión unilateral de conocimientos en gran parte de las Universidades actuales, en "un afán de acumular indiscriminadamente conocimientos ...a... corto plazo" (Ardavin p25).

Algunas de las consecuencias generadas por esta situación se han dejado sentir desde hace más de 40 años. La crisis que presenta la educación superior en la actualidad ha sido motivo de estudio por muchos investigadores, quienes han detectado una serie de fenómenos que han impactado a la educación de diferentes formas.

La masificación, los problemas de financiamiento, " ...los propósitos de la enseñanza superior en relación con las necesidades de las sociedades y de los individuos" (Najman

p27) , las relaciones entre la universidad y la sociedad, y lo tradicionalista de la educación en relación con el mundo cambiante, han provocado entre otras cosas, que se pierda la individualidad de los estudiantes, y que la realidad social esté cada día más alejada de las aulas.

Una pregunta interesante en este punto es: ¿qué tanto las universidades responden a las necesidades de la sociedad a la que pertenecen, a su desarrollo económico y social?, la respuesta a esto no es sencilla, existe una larga lista de factores que intervienen en ello.

Si tomáramos en cuenta la definición que Carlos Escandón hace sobre la educación,

"el proceso social que fomenta en la persona humana, agente de su propio desarrollo, la actuación de sus potencialidades para lograr su más completa realización" (Escandón p 55)

estaríamos hablando necesariamente de un sujeto libre, activo y responsable del proceso.

Sin embargo, la extrema especialización, la existencia de currículums no adaptados a la sociedad cambiante, la idea de lo teórico en contraposición con lo práctico, y "las expectativas sociales que (los estudios universitarios) suscitan, son responsables de frustración debido a la mediocridad de los

estudios y a su divorcio con el entorno..."(Ardavin p27), impiden en cierto grado la libre actuación del individuo.

Se agrega a esto el hecho de que en la actualidad existe una larga serie de instituciones de educación superior que se han dado en llamar universidades, y sin embargo no cumplen con su "dimensión cultural, su contribución a la promoción y el cultivo de los valores nacionales y su inserción en el acervo universal"(Ardavin p31), se olvidan de la investigación como elemento distintivo de la actividad universitaria. Escandón afirma al respecto, que la universidad debe verse como "... la institución de educación superior que tiene como finalidad la creación y transmisión de la cultura universal objetiva..."(Escandón p 56)

La educación, debe tener como finalidad "el conocer" como cultivo del hombre, para servicio y plenitud de él mismo y de las sociedades en donde reside. El reconocimiento, engrandecimiento y transmisión de los valores y principios culturales; un "diálogo sistemático con los sectores significativos" y la interacción con la sociedad en la que está inmersa, deberían ser elementos importantes al definir la misión de cualquier Universidad.

De lo anterior, Carlos Escandón deduce tres funciones del quehacer universitario: docencia, investigación y difusión,

"las cuáles funcionarán en beneficio de la sociedad mediante la formación de profesionistas, investigadores y profesores, la investigación y transmisión del conocimiento y el cuestionamiento crítico de los problemas y estructuras sociales para presentar alternativas de solución razonadas y razonables." (Escandón p58)

Enrique Cárdenas Sánchez define, bajo la misma línea que Escandón, a la docencia, investigación y difusión como elementos claves de la misión de la universidad como:

a)Docencia: transmisión de conocimientos que son fundamentales para formar y capacitar ciudadanos que contribuyan a resolver la problemática de la sociedad...

b)Investigación: creación de nuevo conocimiento, de nuevas técnicas, de nuevas y mejores formas de ver el mundo y transformarlo.

c)Difusión general del conocimiento: acceso a amplios grupos de la sociedad a los resultados y hallazgos de la búsqueda de nuevo conocimiento realizada a través de la docencia e investigación, mediante publicaciones, consultoría y educación continua." (ITAM p 35)

En la generalización que se ha hecho del concepto de universidad en muchas de las nuevas instituciones de educación superior, se ha dejado a un lado la investigación y la difusión.

Esto genera uno de los problemas claves de la educación, y es precisamente la carencia de un cuestionamiento crítico del

profesorado y por ende del alumnado que sale a formar parte de la fuerza laboral de la sociedad.

Las escuelas públicas se han centrado en la teoría y la investigación, dejando a un lado, a veces por falta de recursos económicos, la relación con la sociedad económicamente activa. Por su lado, las escuelas privadas se dedican a la práctica alejándose casi por completo de la investigación, restándole frecuentemente importancia a lo teórico. (Aguilar Villanueva p 21)

Bajo esta perspectiva, Carlos Escandón considera que la universidad de ninguna manera debería aceptar el reduccionismo de la super especialidad tecnológica tan socorrida en las universidades privadas, y tampoco se debe orientar exclusivamente "por criterios de demanda mercantil o productiva" (Ardavín p28). En contraposición dice, se deberían de "unir las humanidades y la tecnología para el desarrollo integral del hombre..."(Escandón p59) lo cual se convierte en enorme reto de la educación superior.

Es importante sin embargo tomar en cuenta que dentro de la educación superior existen dos tipos de instituciones, las universidades y los tecnológicos; estando las primeras encargadas de las humanidades y las ciencias principalmente y los segundos orientados a la ciencia aplicada.

A continuación se enumeran algunas aseveraciones que resultan de gran utilidad para el entendimiento de lo anteriormente dicho:

1.- La universidad es una de las instituciones sociales más antiguas de la civilización occidental. Actualmente es un elemento clave de la vida social. Además el objetivo central de la universidad es contribuir a satisfacer las necesidades presentes y futuras del hombre y de la sociedad, tanto en el ámbito material como espiritual.

2.- La universidad se sirve de diversos medios para cumplir este objetivo general:

- a) Docencia
- b) Investigación
- c) Difusión general del conocimiento.

3.-Para cumplir estas funciones centrales es necesario que se llenen varios requisitos, los cuales constituyen características importantes de la universidad:

- a) Elitismo. Es importante que sólo aquellos estudiantes con mayor potencial intelectual y de decisión para participar activamente en la vida social lleguen a la educación superior.
- b) Buenos apoyos: Se refiere a una infraestructura suficiente para el desempeño de su labor educativa. (Esta infraestructura deberá ser debidamente adecuada al tipo de conocimiento que se desea transmitir).

c) Buen profesorado

d) Universalidad

e) Vinculación con el medio: se busca dar solución a las necesidades materiales y espirituales.

Así entendida la misión de la universidad, a través del desglose de sus funciones y requerimientos, se pasa a esclarecer un segundo concepto, el concepto de profesión.

2.2 PROFESIONES

Como una consecuencia del nacimiento del capitalismo, aparecen las profesiones, respondiendo a una división cada vez más especializada del trabajo.

Las relaciones entre política, economía y sociedad se volvieron más complejas. Para entenderlas, la educación puso a su servicio los estudios profesionales, cuyas funciones son :

- "a) la reproducción de la fuerza de trabajo requerida por el modo de producción;
- b) la selección; y
- c) la conformación en los profesionales de una ideología adecuada al funcionamiento del sistema social" .(Latapí p8 1986)

Para este fin, la universidad se convierte en el instrumento por el cual las profesiones logran legitimar el

conocimiento, otorgar un status elevado a los profesionistas y controlar el acceso a la educación superior.

El proceso de institucionalización de las profesiones se encuentra enmarcado en cinco etapas, definidas por Wilensky como:

- La consolidación de un grupo ocupacional en torno a un conjunto particular de problemas.

- La constitución de un conjunto de conocimientos propios no referidos totalmente a la práctica manual, y que suponen un cierto grado de autonomía y de colaboración con otros campos profesionales ya existentes.

- El establecimiento de procesos de instrucción y selección en la perspectiva de definir la función ocupacional.

- La formación de un colectivo o asociación profesional para el establecimiento de modelos y normas dentro de la ocupación y de los respectivos sistemas de relaciones con otros grupos profesionales similares.

- El logro del reconocimiento público de la profesión, así como el mecanismo legal que regula el acceso a ella y a las formas de ejercerla.

(Pacheco Teresa p29)

En la actualidad, la complejidad de las diferentes sociedades ha provocado la proliferación indiscriminada de profesiones, y por lo tanto una gran dificultad en la definición de los campos de trabajo en cada una de ellas. Se han

especializado tanto que finalmente los egresados ven limitado su campo de acción en la sociedad.

“...En el contexto de la sociedad moderna el predominio del modelo corporativo se instaura a partir de las restricciones ocupacionales del mercado como figura alternativa para la readecuación de la demanda de servicios profesionales. De ahí que el crecimiento cuantitativo del número de profesiones traerá como consecuencia que un mayor número de ellas no cuente con una clara definición de su papel tanto en el campo del conocimiento como en el de la acción; se llega incluso a considerar que esta situación responde a un momento de crisis de un determinado campo profesional“. (Diaz Barriga p55)

Así mismo, el sistema productivo se ve en serios problemas para poder dar cabida al gran contingente de egresados que año con año sale de las aulas.

Esto se revierte en el aumento del desempleo y el subempleo profesional. Los que logran insertarse en el sistema productivo tienen que soportar en ocasiones condiciones laborales por abajo de lo que en otro tiempo se ofrecía.

Los que no logran la inserción, deben permanecer un tiempo desempleados, o en su caso subempleados.

Esta situación que, como hemos visto, depende de diversos fenómenos sociales y económicos, se ha dado por adjudicar a las instituciones educativas, por lo que se evalúa la calidad en relación con la ocupación. Si un alto porcentaje de egresados obtiene trabajo, la institución es buena, si no lo obtiene, la institución falla. Se hace patente a los ojos de los críticos la desvinculación universidad /sistema-productivo.

Sin embargo, la capacidad de ocupación del sistema productivo no depende sólo de que existan las plazas necesarias, involucra también una serie de factores manejados tanto por "...el mercado de trabajo como por las instancias encargadas de su formación"(Díaz Barriga p45).

Finalmente " la universidad no puede orientarse exclusivamente por criterios de demanda mercantil o productiva... sin embargo las debería tomar en cuenta..." (Ardavín p28)

2.3 EDUCACION SUPERIOR EN MEXICO

Evidentemente la universidad en México no está libre de estos fenómenos críticos de la educación. El desarrollo histórico que ha tenido hace recordar algunas de las circunstancias que la llevaron a ello.

La universidad llega a México en la época de la colonia, gracias a las gestiones que Don Antonio de Mendoza había realizado. En 1521, Carlos V funda la Real y Pontificia Universidad de México, otorgándole los mismos privilegios de los que gozaba la Universidad de Salamanca.

Hasta 1930 la educación superior era vista, según comenta Eleuterio Zamanillo, como "un adorno enciclopedista poco práctico para la vida cotidiana y de corte eminentemente intelectual" (Bojalil p43).

En la época cardenista el interés por la educación superior sufre un fuerte impulso, la creencia entonces en torno a la universidad fue "que la educación superior...era...el mejor vehículo de movilidad social"(Bojalil p44), a través de ella se podía llegar a desempeñar en el acelerado proceso de industrialización y desarrollo tecnológico en el México de 1936. Esta última idea se arraigó en el sexenio de Miguel Alemán.

La primera institución educativa de carácter privado a nivel superior fue la Universidad Autónoma de Guadalajara, y en 1943, a instancias de un grupo de industriales, se funda el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). En la década de los 50's México vive un nuevo auge en la educación superior y en sólo 10 años se crean las universidades de trece estados de la República, entre ellos: Chihuahua, Estado de México, Morelos, Querétaro, etc.

Sin embargo, a raíz de una serie de acontecimientos, entre ellos los movimientos estudiantiles de 1968, se rompe la cadena "educación superior/movilidad social/empleo" (Bojalil p46). Algunos de los fenómenos que explican esta ruptura, según Eleuterio Zamanillo, son:

a) El crecimiento demográfico y disparidades regionales..., la presión social de tener la oportunidad para incorporarse a la "élite" y a las profesiones han significado un crecimiento explosivo de la matrícula en condiciones de escaso o nulo control de calidad académica de los alumnos y de los procesos de formación institucional. ...la sobreespecialización... -a veces obligada por el afán de estar a la moda en materia de conocimientos científicos y tecnológicos internacionales- parece haber significado la producción de profesionales para quienes no hay cabida en la estructura actual del mercado de empleo.

b) Institucionalización del ejercicio profesional.

c) Indebida articulación de la educación superior con las necesidades sociales. (Bojalil pp 46-48)

Para la década de los 70's nos dice Angeles Valle, la sociedad orilla a la educación superior a una crisis de identidad y legitimidad, debido a la demanda de profesionales de alto nivel para enfrentar el desarrollo económico y la competitividad internacional del país, lo que provoca el crecimiento indiscriminado de la matrícula sin, como dijimos

antes, una estructura definida. Se agregan además a la matrícula universitaria los sectores medios de la sociedad.

De 1981 a 1986, la contracción económica del país provoca un desfase entre la oferta y la demanda de egresados, disminuyendo la segunda como consecuencia de esto la educación superior sufre una devaluación.

Esta década se caracterizó también por el casi nulo crecimiento de instituciones del sistema público de educación superior en contraste con el claro aumento de su población estudiantil; y por la ampliación de centros en el sector privado, con ellos la capacidad instalada para atender a mayor número de estudiantes.

Raúl Fuentes comenta sobre el escaso crecimiento de las escuelas públicas en contraste con el alto crecimiento de las escuelas privadas. Albergando las primeras a la mayor parte del alumnado y las segundas a un grupo minoritario de estudiantes.

Es importante no olvidar que las universidades públicas dependen de los recursos que el gobierno destina para el efecto y que finalmente en raras ocasiones pueden contar con otras fuentes de ayuda económica, mientras que las instituciones privadas viven del capital privado y de las colegiaturas del alumnado.

Esto lleva a que la selección estudiantil utilice diferentes caminos en unas y en otras, concentrando generalmente a las clases media y baja en las primeras y a las clases media-alta y alta en las segundas.

Las universidades privadas requieren, por su estructura, mantener el equilibrio económico, satisfacer a través de sus egresados las necesidades de los empresarios que les brindan financiamiento y responder a la necesidades de una cultura capitalista. Estas deben formar a los grupos que tomarán las decisiones, esto es a los administradores, gestores etc. mientras que las universidades públicas se dice forman a los grupos intermedios de la fuerza laboral.

Para 1990 el número de las instituciones privadas, según datos proporcionados por Francisco Paoli, ascendía a 212, y la matrícula en el ciclo escolar 1991-1992 alcanza la cifra de 226, 012 que representa el 19% del total de matriculados a nivel nacional (datos básicos de la educación superior, SEP-ANUIES,p.18) (Paoli p38). En la misma nota menciona a la Universidad Iberoamericana (UIA) y al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey como las instituciones privadas más destacadas, las cuáles han establecido verdaderos centros universitarios. La primera con 6 planteles y la segunda con 26.

Hoy por hoy, reitera el presidente Salinas de Gortari en su discurso de inauguración a la 25a. sesión ordinaria de la Asamblea General de la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior (ANUIES), que en la "educación reside uno de los principales apoyos estratégicos para el futuro del país" (Lizarraga p36). En dicha asamblea, Carlos Pall Figueroa manifestó que "son dos los problemas que aún subsiten en el sistema de educación superior: los bajos salarios y la calidad de la educación.

Frente al TLC, Antonio Rivera Flores marca la urgencia de plantear una reforma educativa, a través de la cual se reorganice la educación y se vuelva competitiva, para lo cual se hace necesaria una autoevaluación de los problemas que ha enfrentado históricamente y de los que enfrenta en la actualidad. Un sistema educativo aislado, quedará fuera de la vida política, económica y social de México.

A continuación se enlistan algunos datos sobre la matrícula y el gasto público dedicado a la educación superior:

El presidente Salinas informó que el presupuesto destinado a la educación superior por el gobierno federal en 1993, fue de N\$ 10,403 millones, un 60% más, en términos reales, a lo invertido en 1988, y un 14% más que en 1992. También dijo que el Fondo para modernizar la educación

superior contaría con 347 millones de nuevos pesos. (Lizarraga p 36)

Período	Población estudiantil	Porcentaje de crecimiento
1970-1971	271,275	
1975-1976	542,695	50.02%
1978*	820,600	33.87%
1982*	1,074,601	23.64%
1991-1992**	1,201,849	11.00%

* Incluye normal superior e instituciones para capacitar profesores e instituciones de educación superior (principalmente universidades) (Pescador p89)

** (Paoli p38)

Nota: El promedio anual de crecimiento de la educación superior entre 1964 y 1982 fue de 13.1%(Pescador p88)

2.4 LA CARRERA DE COMUNICACION EN MEXICO

La tesis de licenciatura presentada por Abel Castro muestra un resumen del origen de la comunicación en el que deja ver sus más antiguos antecedentes en el Washington College, hoy Washington University, en Estados Unidos, en el año de 1869. El interés inicial estaba centrado en el área del periodismo, por lo que para el período de 1873 a 1930 ya se habían creado 30 cursos de periodismo en nueve universidades de ese país. Por la misma época, en Europa se despierta igual interés por el área periodística, en las Universidades de Basilea en 1884, Heildelberg en 1897 y Leipzig en 1916.

Es hasta 1935 cuando aparecen en América Latina las primeras escuelas de periodismo.(Castro p47).

México, como respuesta a los fenómenos comunicativos desatados por la aparición de los medios masivos a nivel mundial, busca la creación de centros educativos para formar profesionistas con la capacidad de analizar y participar en la producción de comunicación.

El primero de ellos es la escuela de periodismo Carlos Septién García, que abre sus puertas al público en 1949, seguida por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México en 1951 y la Universidad Veracruzana tres años después.

La aparición de la carrera sucede de manera simultánea con las industrias de la información y la propaganda. Más tarde se incluyen tareas desprendidas de la producción cinematográfica, radiofónica y televisiva. Asimismo la tendencia hacia una sociedad informatizada, insistía en la creación de un campo especializado de estudio.

Por estas razones, el área de periodismo pronto fue rebasada e integrada a la profesión una larga serie de nuevos conocimientos. Eleodoro Jiménez agrega que

"la CIESPAL actuó como un organismo para implantar la nueva ciencia de la comunicación en

todo el continente. Su objetivo, como el mismo CIESPAL señaló, fue el de llenar el vacío existente entre las escuelas de periodismo y el "boom" de los medios electrónicos. "(citado por Luna p47)

Se crea entonces una serie de facultades de comunicación que buscan estructurar, a través de diferentes planes de estudios, un área de trabajo que *ya existía en la sociedad*. Esta situación no fue tomada en cuenta, y los "licenciados" se convirtieron en intrusos del área laboral dedicada a la producción de medios. Se pensó que ellos (los medios) serían un campo natural para los egresados.

Jiménez plantea que la enseñanza de la comunicación, pasa por cuatro etapas :

"1940-1950: primeras carreras de periodismo caracterizadas por el "ensayismo literario" de la época

1950-1960: introducción del periodismo en las universidades y superación del ensayismo anterior mediante la adopción del método científico.

Década de los setenta: aparición de la carrera de comunicación en varias universidades

Época actual: proliferación de las escuelas de comunicación con un claro predominio del sector privado ." (citado por Luna p48)

El mayor auge de crecimiento de las escuelas de comunicación se dio en la década de los 70's, que se

caracterizó por la apertura de facultades de comunicación por parte del sector público. En esta década el ITESM abre la carrera en Monterrey.

Ya para 1980 se cuenta con 34 escuelas de comunicación, situación que provoca una real preocupación por el destino de los egresados de estas. Sin embargo esta preocupación no impidió que siguiera el crecimiento y en 1988 el número de escuelas había aumentado a 82. Este crecimiento se dio básicamente en el sector privado.

A la fecha existen más de 40 versiones diferentes del título de la carrera de Comunicación ofrecida por estas escuelas.

Raúl Fuentes informa que en 1991, la carrera de comunicación se había convertido en una de las diez carreras más demandadas, junto con las de Médico Cirujano, Ing. Industrial, Ing. Civil y Arquitectura, entre otras. (según datos proporcionados por la ANUIES) (En Lozano p. 101)

Un problema más fue el hecho de que se crearon tantas currículums como licenciaturas existían, muchas veces no enfocados a satisfacer necesidades específicas de la sociedad. Los planes de estudio de muchas facultades mostraban una visión reduccionista, centrando su campo de acción en los

medios de comunicación, y bajo el servicio de sectores sociales y económicos muy definidos.

Raúl Fuentes caracteriza seis diferentes posturas adoptadas por las Universidades que imparten la carrera de Comunicación:

1) Asumen y justifican la atención a estas necesidades del sistema, la mayor parte de las veces con base en una concepción reduccionista del ajuste al mercado de trabajo.

2) Asumen implícitamente la misma postura pero declaran una orientación transformadora del sistema con base en una formación "humanista" que incide sobre el contenido y la forma de los mensajes.

3) Ignoran toda implicación ideológico-política y consideran a la carrera como un programa neutral de adiestramiento técnico-cultural, cuya dimensión ética concierne sólo al individuo que se capacita.

4) Amplían el campo de acción profesional hacia otros ámbitos no masivos relacionados con las mismas funciones económico políticas, como el de la comunicación interna y externa de las organizaciones públicas y privadas.

5) Rechazan la validez y legitimidad de tales necesidades y declaran como orientación el análisis crítico y una elaboración teórico/práctica que opongan alternativas a las prácticas imperantes en la sociedad.

6) Diversifican, desde la ampliación conceptual del objeto de estudio o desde la orientación hacia ámbitos de acción no tradicionales, el campo de

competencia de la profesión. (Fuentes p 53 1991)

En general, las escuelas de comunicación carecen de suficientes recursos económicos para operar. Además, debido a la acelerada expansión de su enseñanza, gran parte del personal académico está poco capacitado.

"...uno de los problemas centrales en la enseñanza de la comunicación en México radica en la desarticulación de los elementos que conforman su objeto académico."(Luna p126)

Los programas mantienen un desequilibrio entre la teoría y la práctica. Las escuelas públicas refuerzan en general los contenidos teóricos, y apoyan la investigación.

Por su parte, las escuelas privadas centran su atención en los contenidos técnicos. En ocasiones llegan a dejar tan de lado la teoría que los egresados resultan vagamente calificados, con perfil más de técnicos que de licenciados. La formación que reciben carece de sentido crítico.

Andión dice al respecto que "..Los profesionales de la comunicación deberán asumir el papel de mediadores que integren y orienten la acción política, económica, cultural e ideológica propia del espacio social en que se inscriben." (Andión p42)

En relación a la realización de estudios estructurados con la labor profesional de los comunicadores, se han encontrado muy pocos esfuerzos al respecto.

Raúl Fuentes comenta que:

“ Esto refleja uno de los problemas fundamentales de las instituciones educativas: al no realizar seguimiento de sus egresados, carecen de una información esencial para revisar y transformar sus diseños y prácticas profesionales” . (Fuentes p61 1991)

No hay evaluación de resultados, y por lo tanto resulta muy difícil planear la actividad educativa. Por otro lado, no existe la posibilidad de solventar la inquietud de los estudiantes sobre su futuro como profesionistas. Esta desorientación se da también entre los mismos egresados.

Día con día, una legión de egresados de comunicación, se lanzan al mercado laboral con el propósito de ejercer su muy particular concepto de la profesión. Como resultado de investigaciones realizadas por Rojas Zamorano comenta Carlos Luna, la mayor parte de los egresados se encuentran laborando en los sectores secundario y terciario, ubicándose generalmente en el ámbito laboral relacionado directamente con la clase social a la que pertenecen. Los egresados de escuelas públicas trabajan en instituciones públicas y los

egresados de instituciones privadas lo hacen en el sector empresarial, a lo que Fuentes dice que:

"...las prácticas profesionales de los comunicadores sociales se pueden sintetizar en tres campos:

a) Prácticas de producción de mensajes: operaciones de recolección, procesamiento y transmisión de datos de productos. Estas son determinadas por la evaluación de tecnologías de información.

b) Prácticas institucionales: planifican, organizan, ejecutan y evalúan campañas de comunicación de diversos tipos empleando diferentes medios.

c) Prácticas de educación: se encuentra vinculado con mayor claridad a los valores democráticos, humanistas y comunicacionales. (citado por Luna p68)

La preocupación por el acelerado crecimiento de las escuelas de comunicación, y por lo tanto del número de egresados, motivó a Raúl Fuentes a proponer tres variantes para que las escuelas de Comunicación preparen a verdaderos comunicólogos:

"1.- Orientación académica: el estudiante aprende a investigar para la articulación de teorías, de las que extrae nuevos problemas de investigación...

2.- Orientación al diseño de comunicación: el estudiante aprende a investigar para la articulación de teorías de las cuales extrae conclusiones aplicables a la práctica, estrategias y tácticas...

3.- Orientación profesional: el estudiante aprende a investigar para fundamentar una práctica, que una vez realizada y evaluada le permite extraer conclusiones teórico-prácticas."(citado por Luna p66)

Actualmente los empresarios buscan más que conocimientos específicos, habilidades de expresión, liderazgo, creatividad, trabajo en equipo y calidad, entre otras.

Finalmente, la carencia de un seguimiento de egresados, comenta Raúl Fuentes, impide la planificación y orientación de currículums adecuadas a las necesidades sociales. Esta carencia impide que los egresados se ubiquen en el contexto laboral y centren su responsabilidad social.

Agrega, ..." un análisis de las condiciones en que los egresados se incorporan al ejercicio profesional es una fuente imprescindible de información que debería fundamentar el perfil del comunicador y orientar el diseño curricular...las demandas sociales también deben ser analizadas..." (Fuentes pp 60-61 1991)

2.5 EL SISTEMA ITESM

El 14 de julio de 1943, con 350 alumnos matriculados, un grupo de empresarios constituyó en la ciudad de Monterrey una Asociación Civil, sin finalidades de lucro, denominada “Enseñanza e Investigación Superior”, con el propósito principal de operar una Institución particular de enseñanza del más alto nivel académico.

El ITESM inicia sus labores con cuatro divisiones: Escuela Preparatoria, Escuela de Estudios Contables, Escuela de Ingeniería y Escuela de Técnicos. La Escuela de Estudios Contables titulaba en Contador Público y Contador Privado; en la Escuela de Ingeniería se obtenía el grado de Ingeniero Industrial Administrador, Ingeniero Electricista, Ingeniero Industrial Mecánico e Ingeniero Industrial Químico.

Es a partir de enero de 1951 que los títulos y estudios del ITESM son acreditados por la Souther Association of Colleges and Schools, de E.U.A. (SACS), de esta forma el Tec se convertía en la primera escuela fuera de los Estados Unidos reconocida por esa Asociación.

El 24 de julio de 1952, según Decreto Presidencial, el ITESM pasa a formar parte del Sistema Educativo Nacional bajo el estatuto de Escuela Libre Universitaria. Se encuentra clasificado dentro del estatuto de reconocimiento de validez

oficial de estudios otorgado por la Secretaría de Educación Pública, logrando un trato especial de quasiautonomía.

Sus principios se centran en una actividad exclusivamente académica, cuya misión es la de formar profesionales y posgraduados con niveles de excelencia en el campo de su especialidad; profesa la libertad académica (en investigación, cátedra y expresión) siempre y cuando no se atente contra los principios de la Institución; reconoce el derecho de asociación y respeta el derecho de sus estudiantes a expresarse libremente fuera del Instituto siempre que lo hagan en carácter personal. (Apéndice A)

En 1964 el ITESM incursiona por primera vez en el campo de enseñanza por televisión, al poner en operación un sistema de circuito cerrado e impartir cursos ya anteriormente probados por la Universidad de Texas. En 1965 se anunció que se extendería la programación a la educación primaria de algunas escuelas de la ciudad, utilizando un circuito abierto y contando para ello con la estación de televisión local XET-TV. Finalmente, en 1965 el proyecto dejó de funcionar por falta de fondos.

En 1982 es adquirida la primera estación terrena con el objetivo de recibir la señal televisiva a través del satélite.

A partir del 2 de enero de 1985, el doctor Rafael Rangel Sostamann es nombrado Rector del sistema ITESM, cubriendo el puesto de quien habría sido rector por 25 años, Ing. Fernando García Roel, que se separa del cargo por jubilación. En ese mismo año es aprobado el documento de la Misión del sistema:

"Formar profesionales y posgraduados, con niveles de excelencia en el campo de su especialidad."

En 1986, como resultado de la reunión de Consejeros, se toma la decisión de que a partir de los planes de estudio que entrarían en vigor en 1990, el 20% de los cursos impartidos se dedicarían a desarrollar en los graduados la creatividad, el liderazgo, el espíritu emprendedor y el compromiso social con la comunidad, así como el impulso para una buena expresión oral y escrita.

El 14 de agosto de 1987 se inaugura la primera red de telecomunicaciones vía satélite, enlazando 9 ciudades de la República Mexicana a través del satélite Morelos. La inauguración se llevó a cabo en el Campus Estado de México.

En 1988 se definen metas de preparación para el profesorado del ITESM. Se espera que todos los profesores que imparten clases a nivel profesional cuenten con el grado mínimo de maestría, y por lo menos el 25% de los cursos terminales por profesores con nivel de doctorado.

En 1989 inicia la transmisión vía satélite de la maestría en Educación con distintas especialidades. Así mismo, en 1990 se abren por el mismo sistema la Maestría en Administración y en Computación.

Actualmente es un sistema educativo multicampus, único en Latinoamérica por su extensión y complejidad. Está conformado por 26 recintos universitarios ubicados en 25 ciudades mexicanas, en donde se entrelaza la actividad de alrededor de 4,607 profesores y 68,406 alumnos.

Ofrece 32 carreras profesionales, 28 maestrías y 6 doctorados.

La Rectoría del Sistema ITESM preside toda la operación del Instituto, pero para lograr una cierta autonomía en las comunidades académicas, se han creado 5 rectorías de zona:

Rectoría del Campus Monterrey

Rectoría del Campus Eugenio Garza Sada

Campus Guaymas

Rectoría de la Zona Norte

Campus Ciudad Juárez

Campus Chihuahua

Campus Laguna

Campus Saltillo

Campus Tampico
Campus Zacatecas
Rectoría de la Zona Centro
Campus Hidalgo
Campus Irapuato
Campus León
Campus Querétaro
Campus San Luis Potosí
Campus Toluca
Rectoría de la Zona Sur
Campus Central de Veracruz
Campus Ciudad de México
Campus Chiapas
Campus Estado de México
Campus Morelos
Rectoría de la Zona del Pacífico
Campus Ciudad Obregón
Campus Colima
Campus Guadalajara
Campus Mazatlán
Campus Sinaloa
Campus Sonora Norte

Las áreas prioritarias del Sistema ITESM a nivel profesional son las siguientes:

1. Ingeniería- Administración.

2. Computación-Sistemas de Información
3. Administración
4. Ciencias alimentarias.

y los proyectos prioritarios son:

1. Desarrollo de profesores
2. Programas de investigación:
 - biotecnológica
 - estudios estratégicos
 - manufactura
 - materiales.
3. Educación a distancia
4. Nuevas tecnologías para la enseñanza.
 - telecomunicaciones
 - enlaces electrónicos
 - multimedios

Es importante anotar en este punto que la Ciencia de la Comunicación no está definida como un área prioritaria del Sistema, sin embargo, mantiene una población realmente numerosa y se invierte una gran cantidad de dinero en laboratorios y materiales.

En julio de 1971, se aprueba la apertura de la carrera de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

2.6 CAMPUS ESTADO DE MEXICO

En agosto de 1976, con 320 alumnos, abre sus puertas al público el Campus Estado de México del Sistema ITESM, que en poco tiempo se convierte en el segundo más grande del Sistema.

El Campus se crea en un terreno cedido en el Km.3,5 de la carretera al Lago de Guadalupe en el municipio de Atizapán de Zaragoza. Este terreno había sido hasta entonces un tiradero de basura. El fundador del mismo es el ahora Rector de la Zona Sur, Dr. Cesar Morales.

Las prioridades académicas del Campus son:

- a).Mejoramiento continuo de la formación de profesionales en las áreas siguientes:
 - *Ingeniería - administración
 - *Administración
 - *y Sistemas de información
- b) Desarrollo de programas de posgrado, en los que la investigación debe ser elemento básico...
- c) Mejoramiento continuo de la enseñanza media superior...
- d)El desarrollo de programas para ejecutivos de alto nivel.
- e)Desarrollo de programas de educación continua para la actualización de profesionales.

- f) El desarrollo del Programa de Tecnología Avanzada para la Producción.
- g) El fortalecimiento de las áreas académicas de apoyo... (ITESM principios... p29)

Inicia sus labores con tres edificios, los llamados Aulas I y II, y una cafetería. A 18 años de haberse formado el Campus cuenta con siete Aulas, un gimnasio, dos cafeterías, dos edificios administrativos, un salón de Congresos, un auditorio y un Centro de Competitividad Internacional.

A partir de 8 de agosto de 1989 se inicia la transmisión de clases vía satélite, adquiriendo para ello una estación de transmisión terrena.

El Campus ofrece las siguientes carreras:

En la División de Ingeniería y Ciencias:

- Ingeniero en Sistemas Computacionales
- Ingeniero en Sistemas Electrónicos
- Ingeniero en Electrónica y Comunicaciones
- Ingeniero Mecánico Administrador
- Ingeniero Mecánico Electricista
- Ingeniero Industrial y de Sistemas
- Licenciado en Sistemas Computacionales

Tronco común:

- Ingeniero Civil
- Ingeniero Electricista Administrador
- Ingeniero Físico Industrial

Ingeniero Químico Administrador
Ingeniero Químico y de Sistemas

En la División de Administración y Ciencias Sociales

Licenciado en Administración de Empresas

Licenciado en Mercadotecnia

Licenciado en Economía

Contador Público

Licenciado en Psicología Organizacional

Licenciado en Comercio Internacional

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Tronco común :

Licenciado en Administración Financiera

División de Graduados e Investigación

Maestría en Administración

Maestría en Ciencias Computacionales y Sistemas
de Información

Maestría en Sistemas de Manufactura

Desde marzo de 1993, el Campus establece como marco de referencia para regir sus acciones el documento denominado "Clase Mundial Siglo XXI". Dicho documento contiene la misión del Campus, prioridades académicas, visión para el siglo XXI, valores, principios de trabajo, estrategias y metas.

Con estas instalaciones y políticas de acción, el Campus da servicio actualmente a 9,961 alumnos de los cuales 6,663, pertenecen a la profesional, 1,013 al área de maestrías y 2,285 en preparatoria.

Cuenta para ello con una planta de 171 profesores a nivel profesional, el 90% de ellos con nivel de maestría y un 8% con nivel de doctorado.

A 8 años de haberse inaugurado el Campus abre la carrera de Ciencias de la Comunicación, instaurando en principio el plan 80' y a partir de agosto de 1985 se trabaja el plan 85'. La carrera inicia con 60 alumnos y desde entonces la matrícula sufre un acelerado crecimiento hasta el semestre de agosto de 1990, después de este período tiende a mantener una población constante de entre 415 y 450 alumnos, con muy baja fluctuación.

Para ser admitidos, los alumnos son sometidos a un examen de admisión que según reportes del departamento de admisiones, tiene entre los aspirantes a la carrera un puntaje promedio de 1238 en la prueba de aptitud académica de "College Board de Puerto Rico"

Al crearse la carrera, es el departamento académico del área de administración quien se hace cargo de la impartición de los cursos; fue hasta enero de 1987 cuando se crea el

Departamento de Comunicación y Humanidades con 6 profesores de tiempo completo.

Cuando inicia, los laboratorios de fotografía, televisión, radio y cine se instalaron en aulas de clases, y en octubre de 1989 se inaugura el proyecto denominado Centro de Medios que se encuentra en área física especialmente destinada a él, en donde existen dos islas de edición de video, una de edición de cine, dos cabinas de audio análogo, dos cabinas de audio digital, tres laboratorios de fotografía y un estudio de grabación. Dentro del Centro se encuentra una sala de proyección, y una sala de producción. La inversión en equipo e instalaciones asciende aproximadamente a 2 millones de dólares.

Regresando a la parte académica, el enfoque de la carrera, como se dijo anteriormente, está centrado en la Comunicación Organizacional tanto en el plan 80' como en el 85'. A continuación se presenta un ligero análisis de los planes de estudio que cursaron los egresados motivo de esta investigación.

El plan 80' que se diseñó cuando aún el Campus no impartía la carrera, tiene dentro de su currícula un 20.8% (10), de materias en el área de administración y comunicación organizacional avalando ésta especialidad; un 16.6% (6) de materias sobre teorías de comunicación y lingüística; el 25%

(12) dedicado a conocimientos generales; 18.75% (9) en materia de producción de medios ; 2.08% (1) en el área metodológica y 4.16% (2) claramente instrumentales el resto son optativas. Anexo el plan 80' de la carrera. (Apéndice B)

En el plan 85' existen materias de apoyo a los medios, pero el mayor énfasis está encaminado a la administración institucional de la información y a la comunicación organizacional. Este enfoque está sustentado en 7 materias, 12% del total, sobre teorías administrativas y teorías de organización, además de cursos terminales sobre el manejo de imagen organizacional, el uso de medios en la organización y el diagnóstico de la comunicación institucional.

De las 29 materias de comunicación que maneja el programa en el plan 85", el 51.72% (15) esta centrado en el área teórico-metodológica y solo el 27.58% (8) son básicamente instrumentales. El 20.68% (6) restante radica en la frontera de lo técnico-metodológico. Esta situación nos permite ver que la parte teórica está suficientemente respaldada. El resto de las materias son los denominados tópicos (espacios creados para contextualizar la carrera) y materias generales a todos los alumnos del ITESM. Anexo el plan 85' de la carrera. (Apéndice C)

Actualmente la carrera cuenta con 417 alumnos de tiempo completo, una planta de 11 profesores de tiempo

completo con nivel de maestría, 5 asistentes a la docencia, 4 profesores de tiempo parcial denominados auxiliares (este número varía cada semestre) y 2 profesores cuya labor principal es administrativa y se denominan auxiliares planta.

Una vez enmarcado el estudio en el contexto histórico y situándolo en la realidad actual, se describe la metodología utilizada en la recolección de datos.

3 ESTRATEGIA METODOLOGICA

La necesidad de tener información certera sobre la actividad profesional de los egresados de la carrera de comunicación del ITESM CEM, es el origen del presente estudio descriptivo (investigación de campo) cuya pregunta de investigación está redactada en los siguientes términos:

“ Qué actividad o actividades profesionales realizan los egresados de la carrera de Licenciado en Ciencias de la Comunicación del ITESM Campus Estado de México?”

El estudio descriptivo permite según Rojas Soriano "... obtener un panorama más preciso de la magnitud del problema o situación, jerarquizar los problemas, derivar elementos de juicio para estructurar políticas o estrategias operativas..." (Soriano p59) por lo que el tipo de investigación elegido dará la información requerida para solucionar la pregunta de investigación.

Lo que se busca con el estudio es diagnosticar la pertinencia del programa de estudios en relación a las actividades profesionales que realizan o han realizado los egresados. Hay que recordar que la carrera se abre en 1984, y que desde entonces no se ha hecho un esfuerzo estructurado de este tipo.

El diagnóstico será un elemento importante en el momento de trabajar la revisión del plan de estudios de la carrera que entrará en vigor en agosto de 1995. La revisión se realiza cada cinco años en todas las carreras del Instituto.

3.1 UNIVERSO Y UNIDAD DE ANALISIS

La unidad de análisis es el egresado de la carrera de comunicación. El universo está formado por las primeras diez generaciones que representan un total de 226 graduados. De estos, 52 cursaron el plan 80' y 174 el plan 85'.

Por el tamaño de la muestra se pensó hacer en principio un censo, por lo que no existiría un método específico de muestreo, pero rápidamente se dejó ver la dificultad de contactar a todos los egresados y se decidió tomar una muestra que resultara representativa para los fines de la investigación.

Por la dificultad planteada fue muy difícil realizar un muestreo diferente del tipo no aleatorio o empírico. Por lo que se manejó la modalidad de muestreo errático. "...llamado también circunstancial y sin norma, simplemente se toman los casos que se tienen a mano..." (Ander Egg p186)

Tomada esta decisión, se obtuvo a través de la Dirección de Escolar del Campus, un listado de los egresados por generación que

contenía además del nombre, la dirección y el teléfono de cada uno de los egresados.

El primer trabajo a realizar fue el de poner al día los datos, para lo cual colaboraron algunos alumnos de la carrera de comunicación a través del teléfono. En el proceso salieron a la luz una serie de dificultades que ratificaron el hecho de ser casi imposible realizar un censo. Se encontró que algunos exalumnos se habían mudado de ciudad, otros se habían cambiado de domicilio e incluso uno de ellos había muerto.

Con los datos confirmados se hizo una segunda lista. Se pensó invitar a todos los contactados a su "alma mater", se preparó el evento, pero como las confirmaciones fueron pocas, se tomó la decisión de reestructurar la muestra a la modalidad de muestreo errático. Se trabajó bajo esta modalidad y se procedió a la recolección de datos.

3.2 TECNICA E INSTRUMENTO

La técnica aplicada es la encuesta utilizando un cuestionario como instrumento de la misma. Se trabajó así por la facilidad que representa el poder recabar información sin tener que estar presente en la solución de todos y cada uno de los cuestionarios; implica también la posibilidad de hacerlos de manera simultánea. Otra ventaja, según C.Selltiz, (p271) es la mayor confianza que logra el encuestado gracias al anonimato.

El cuestionario se organizó en 6 variables básicas que requirieron de 34 preguntas abiertas, 7 cerradas y 4 de opción múltiple. Se diseñó de esta forma debido a la poca o casi nula información que hasta el momento se ha tenido sobre la actividad de los egresados. Se pensó con la clara idea de dar todas las posibilidades al informante para verter sus opiniones, actitudes, conductas, hechos etc. sobre su actividad profesional. Las preguntas abiertas permiten mayor información para lograr mejores elementos de juicio al generar las sugerencias y conclusiones del trabajo.

Finalmente, después de varias revisiones el cuestionario quedó conformado con un total de 45 preguntas, (Apéndice 4) con un 20% de ellas del tipo pre-codificado y el otro 80% post-codificado.

3.3 TRABAJO DE CAMPO

Como se explicó anteriormente, el primer paso fue identificar el universo a investigar a través de los listados proporcionados por la Unidad de Registro y Certificación del Campus. Con los listados en la mano, se procedió a rectificar los datos de cada uno de los integrantes. En este proceso participaron por lo menos cuatro alumnos de la carrera de comunicación, que cubrían sus horas de trabajo como becados del Instituto.

Actualizada la lista se procedió a llamar a los egresados con la idea inicial de reunirlos en el Tecnológico y de esa manera aplicar los más posibles en el menor tiempo. La respuesta fue muy pobre; llegaron únicamente 20 jóvenes de muy diferentes generaciones, pero con una excelente disposición para apoyar el estudio.

En vista de la poca respuesta y de la dificultad que representaba el lograr la convocatoria de un número significativo de egresados, se decidió cambiar de táctica. Después de evaluar la situación, se determinó que si los comunicólogos no asistían al ITESM, se iban a tener que contactar en su casa particular o lugar de trabajo.

Se llamó a todos los egresados que conformaban la lista para concertar una cita que permitiera a los encuestadores explicar el objetivo del cuestionario, y hacer la entrega del mismo. Se esperaba que en esa misma cita quedara definida la fecha de devolución del instrumento nuevamente en las puertas de su hogar o trabajo.

No se tuvo gran éxito, pero de esta forma se lograron recabar 67 cuestionarios, que representan casi un 30% del total del universo.

La recaudación de datos se llevó casi 4 meses, y durante ese tiempo, se aplicó el cuestionario a cada ex-alumno que por algún motivo se aparecía en el Instituto.

3.4 DEFINICION DE VARIABLES

De las siguientes preguntas de la investigación:

“Cuál es la opinión que los egresados tienen sobre su formación profesional en los años de estudio?”

“ Qué formación académica han tenido después de haberse titulado?”

“Cuál ha sido su trayectoria laboral desde el momento de su graduación?”

“ Cuáles son las condiciones contractuales imperantes en los trabajos que desempeñan de los egresados ”?

“ Cómo ubican los egresados el sentido social de la profesión “?

se desprenden las seis variables básicas sobre las que está estructurado el cuestionario:

- 1) Datos generales
- 2) Actividades Académicas
- 3) Trayectoria laboral
- 4) Formación profesional
- 5) Campo de trabajo

6) Características de la institución y del egresado

1) Datos generales

Este apartado busca determinar información del encuestado sobre su condición civil, empresa dónde trabaja (si es que trabaja), antecedentes de estudios antes de la carrera y datos sobre su generación y plan de estudios. Tiene como objetivo dar información sobre el porcentaje de mujeres y de hombres que están empleados, si es que las mujeres casadas están trabajando, edades promedio, puestos que desempeñan en la empresa o institución, y si cursaron el plan 80' o el plan 85' de la carrera de comunicación.

El saber de la preparatoria que vienen sirve para corroborar el nivel socioeconómico y académico de los alumnos al ingresar al Instituto.

Aun cuando esta información no responde a la pregunta principal de la investigación, sí nos da datos importantes que permiten contextualizar la situación de cada uno de los integrantes de la muestra.

Las preguntas sobre el domicilio particular y el del trabajo, así como los teléfonos de los mismos, permitirán confirmar alguna información que debido a lo abierto de las preguntas no hubiese quedado clara.

Las preguntas que se generaron para obtener esta información son:

- Nombre
- Edad
- Sexo
- Estado Civil
- Lugar de nacimiento
- Domicilio
- Teléfono
- ¿ Trabaja actualmente?
- Empresa donde trabaja
- Dirección
- Teléfono del lugar de trabajo
- Puesto que desempeña
- Escuela donde estudió la preparatoria
- ¿Por que ingresó al ITESM?
- Fecha de graduación
- Plan de estudios cursado.

2) Actividades Académicas

Con esta variable se pretende medir si el egresado ha realizado estudios de posgrado, si tiene manejo de otro idioma además del español y si pertenece a alguna asociación profesional y/o académica.

En este apartado se mide la pregunta secundaria sobre la formación académica que los egresados han tenido después de haberse titulado. Es de gran interés para la investigación el evaluar la información que se pueda desprender de cruzar el puesto y algunas condiciones contractuales con los estudios de posgrado, el manejo del idioma inglés como una segunda lengua y el interés que se muestre por pertenecer a algún tipo de asociación profesional y/o académica.

Las preguntas que se desprenden de esta variable son:

- Describe cronológicamente los estudios realizados después de la licenciatura.
- ¿Pertenece a alguna asociación?
- Anota qué idioma(s), además del español conoces.

3) Trayectoria Laboral

Esta variable fue un tanto difícil de plantear. El hacerlo de forma cerrada resultaba limitante, por lo que se decidió dejar una sola pregunta abierta en relación a su trayectoria laboral, y preguntas cerradas que nos permitieran información sobre su trabajo actual.

La pregunta abierta especifica el tipo de información que se requiere: actividad principal, puesto, fecha de inicio y término, sueldo inicial y final, etc.

Se busca conocer la trayectoria laboral y las condiciones contractuales que el egresado ha vivido a partir de que termina la carrera.

Es de interés para la investigación conocer las condiciones contractuales en las que se desempeña el profesional, el número de personas que le reportan según el organigrama de la institución, el sueldo, el puesto que ocupa, las actividades que realiza y la capacitación que requirió para poder realizar de forma adecuada su trabajo.

Los datos de la empresa y del jefe inmediato son para contextualizar las respuestas y para obtener información sobre el tipo de empresa que contrata a los comunicólogos, y si estos están trabajando en empresas de comunicación o en departamentos del área.

Las preguntas que se utilizaron para medir la variable son:

- Si has tenido más de un empleo, anota en orden cronológico los trabajos en los cuales has laborado; responde sobre los siguientes puntos:

Nombre de la empresa; actividad principal que realizaste; puesto; fecha de inicio y término; sueldo inicial y final y como ó a través de quien contactaste dicho trabajo.

- Sobre tu empleo actual:

- Empresa para la que trabajas
- Ramo de dicha empresa

- Mi puesto actual es
- Tiempo que llevas en el puesto actual
- El puesto de tu jefe inmediato o a quien le reportas es
- Tu sueldo actual
- Describe con precisión la actividad que realizas en tu trabajo
- Con quién te relacionas dentro y fuera de la institución?
- Personal que te reporta
- Número de personal que te reporta

4) Formación profesional

Las variables que miden este aspecto se refieren a los elementos importantes de la formación profesional que más han servido en el desarrollo profesional del egresado, los que menos han servido o, en su extremo, no lo han hecho, las características que valoran de los profesores que más ayudaron a su formación y finalmente se cuestiona sobre algunos aspectos de la Institución.

Esta parte es clave en la revisión del plan, pues generalmente no se cambia el 100% del curriculum, sino que se realizan modificaciones significativas en las áreas que se cree no son las indicadas o en las que será importante reforzar, así como áreas de innovación en la carrera.

La información que de aquí se obtenga será elemento importante para la toma de decisiones en cuanto a la revisión curricular. Así mismo la información permite evaluar aspectos

diversos, físicos y humanos del ITESM que tienen que ver con la administración de la carrera.

La especialización en Comunicación Organizacional es un punto álgido en la revisión, pues se trabaja en la pertinencia de ésta dentro de la sociedad actual.

Las preguntas planteadas para este fin son:

- Qué actividades de capacitación fueron necesarias para el desarrollo de tus habilidades profesionales
- Cinco aspectos de tu formación profesional que han servido en tu desarrollo laboral.
- Cinco aspectos de tu formación profesional que no han sido útiles en tu desarrollo laboral.
- Di el nombre de tres profesores que fueron trascendentes en tu formación profesional. Qué hicieron para lograr dicha formación?
- Aspectos acerca del ITESM:
 - Instalaciones físicas
 - Laboratorios
 - Plan de estudios
 - Planta de profesores
 - Métodos didácticos
 - Exigencia académica
 - Orden y disciplina
 - Promoción de valores éticos y sociales.

- Características propias de los egresados del ITESM en comparación con las características de egresados de otras universidades.
- Ha ayudado en tu desarrollo profesional la formación de Comunicación Organizacional que ofrece el ITESM
- Recomendarías la carrera?
- Cuál es tu apreciación de lo que recibiste en la carrera?

5) Campo de trabajo:

Esta variable cubre básicamente los puntos de vista de los egresados en relación con las perspectivas de desarrollo del comunicólogo, los problemas que aquejan al país, los problemas de comunicación del mismo y la responsabilidad social del comunicador.

El conocimiento del tipo de conciencia social y profesional del egresado y de la visión que tiene sobre la situación nacional y la responsabilidad que se adjudica en relación a su campo de estudio es un factor interesante a valorar en relación a lo que la Institución fomenta o dice fomentar en este aspecto.

Las preguntas de aquí derivadas son:

- Áreas de comunicación con mejores perspectivas de desarrollo personal, profesional y económico.
- Áreas de la comunicación con peores perspectivas de desarrollo personal, profesional y económico.

- En tu opinión cuáles son los problemas más graves que aquejan al país.
- En tu opinión cuáles son los problemas más graves de comunicación en el país.
- Cuál es, en tu opinión, la responsabilidad social de un comunicador profesional.

6) Características de la institución y del egresado

A través de una larga lista de características se busca identificar lo que el egresado declara ser en contraste con lo que declara que fomenta la Institución.

Dentro de las características que el ITESM busca reforzar en todos sus alumnos a partir del plan 95', se encuentran el liderazgo, la creatividad, el ser emprendedor, el espíritu crítico y el aprecio por los valores culturales y sociales entre otros. La lista que se incluye en el cuestionario presenta estos valores y más, con la idea de evaluar su pertinencia en la formación profesional de nuestros egresados.

Lo que se espera obtener es un perfil comparativo de cada uno de ellos, observando las similitudes y diferencias que arrojen las respuestas al respecto.

La pregunta que responde a esta variable es:

- Indica el grado en que las siguientes características te describen a ti como persona en el lado izquierda, y el lado derecho las que a tu parecer son fomentadas por el ITESM.

Líder

Analítico

Creativo

Leal

Inteligente

Diplomático

Ético

Paciente

Conservador

Organizado

Exigente

Tomador de riesgos

De amplio criterio

Positivo

Con empuje

Emprendedor

Espíritu crítico

Activo

Flexible

Innovador

Negociador

Consecuente

Dinámico

Honrado

Comprometido con el entorno

Aprecio por los valores culturales y sociales.

3.5 MEDICION DE VARIABLES

Modelo rector de variables que fundamenta las preguntas del cuestionario:

Pregunta de investigación:

¿Qué actividad o actividades profesionales realizan los egresados de la licenciatura en comunicación del ITESM, Campus Estado de México?

VARIABLE	PREGUNTA.	
	1.- Nombre.	Pregunta abierta (control).
Edad.	2.- Edad.	Pregunta abierta.
Sexo.	3.- Sexo.	Pregunta cerrada (dos opciones).
Estado civil	4.- Estado civil	Pregunta cerrada (cuatro opciones)
Lugar de nacimiento.	5.- Lugar de nacimiento.	Pregunta abierta.
Domicilio.	6.- Domicilio.	Pregunta abierta.
	7.- Teléfono.	Pregunta abierta (Control).
Ocupación.	8.- ¿Trabajas actualmente?	Pregunta cerrada (dos opciones).
Nombre de la empresa en la que trabaja.	9.- Empresa donde trabajas	Pregunta abierta.
	10.- Dirección.	Pregunta abierta (control).
	11.- Teléfono.	Pregunta abierta (control).
Nivel.	12.- Puesto que desempeñas.	Pregunta abierta.
Escuela en la que realizó los estudios correspondientes a la educación media superior.	13.- ¿En qué escuela cursaste la preparatoria?	Pregunta abierta.

VARIABLE	PREGUNTA	
Razones por las que ingresó al ITESM-CEM.	14.- ¿Por qué ingresaste a estudiar al ITESM CEM?	Pregunta abierta.
Generación de la que procede.	15.- Fecha de tu graduación	Pregunta cerrada (10 opciones).
Plan de estudios que le correspondió.	16.- ¿Qué plan de estudios cursaste?	Pregunta cerrada (2 opciones).
Tipo de estudios realizados al concluir la licenciatura.	17.- Describe cronológicamente los estudios realizados después de la licenciatura.	Pregunta abierta.
Participación en asociaciones académicas o profesionales.	18.- ¿Pertenece a alguna asociación?	Pregunta abierta.
Dominio de otras lenguas.	19.- Anota qué idiomas conoces además del español.	Pregunta abierta.
Antecedentes laborales: nombre de la empresa, actividades realizadas, puesto, fecha de inicio y de término sueldo inicial, final y forma en la que consiguió el trabajo.	20.- Si has tenido más de un empleo, anota en orden cronológico los trabajos en los cuales has laborado, responde sobre los siguientes puntos: Nombre de la empresa, actividad principal que realizaste, puesto, fecha de inicio y término, sueldo inicial y final, y cómo o, a través de quién contactaste dicho trabajo.	Pregunta abierta.

VARIABLE	PREGUNTA	
Empresa en la que labora actualmente	21.-Empresa para la que trabajo.	Pregunta abierta.
Ramo de la empresa.	22.- Ramo de dicha empresa.	Pregunta abierta.
Puesto que desempeña.	23.- Mi puesto actual es.	Pregunta abierta.
Antigüedad.	24.- Tiempo que llevo en mi puesto actual.	Pregunta abierta.
Rango del jefe	25.- El puesto del jefe inmediato a quien reporta es:	Pregunta abierta.
Salario.	26.- Mi sueldo actual.	Pregunta abierta.
Actividades realizadas en la empresa.	27.- Describe con toda precisión la actividad que realizas en tu trabajo.	Pregunta abierta.
Relaciones laborales.	28.- Con quién te relacionas dentro y fuera de la institución.	Pregunta abierta.
Personal que le reporta.	29.- En mi área ¿cuánto con personal que me reporta.	Pregunta abierta.
Número de personas que le reportan.	30.- ¿Cuál es el número de personal que me reporta?	Pregunta abierta.
Necesidades de capacitación.	31.- ¿Qué actividades de capacitación fueron necesarias para el desarrollo de tus habilidades profesionales?	Pregunta abierta.

VARIABLE	PREGUNTA	
Aplicabilidad de los conocimientos obtenidos en los estudios de licenciatura.	32.- Anota en orden de importancia cinco aspectos de tu formación profesional (conocimientos o actividades obtenidos durante el estudio de tu carrera) que han servido en tu desarrollo laboral.	Pregunta abierta.
Aplicabilidad de los conocimientos obtenidos durante la realización de los estudios correspondientes a la licenciatura.	33.- Anota en orden de importancia 5 aspectos de tu formación profesional (conocimientos o actividades obtenidos durante el estudio de tu carrera) que han sido útiles en tu desarrollo laboral.	Pregunta abierta.
Profesores que fueron determinantes en la formación profesional.	34.- Anota el nombre de 3 profesores que fueron trascendentes en tu formación profesional.	Pregunta abierta.
Evaluación de los recursos del ITESM-CEM: instalaciones, laboratorios, plan de estudios, planta de profesores, métodos didácticos, exigencia académica, orden y disciplina, promoción de valores éticos y sociales.	35.- Responde en una escala del 1 al 5 sobre los siguientes aspectos: instalaciones, laboratorios, plan de estudios, planta de profesores, métodos didácticos, exigencia académica, orden y disciplina, promoción de valores éticos y sociales.	Pregunta cerrada

VARIABLE	PREGUNTA	
Cualidades que reconoce y que lo distinguen de los egresados de otras universidades.	36.- ¿Cuáles crees que son las características de los egresados del ITESM en comparación con los egresados de otras universidades	Pregunta abierta.
Relevancia que ha tendido en su desempeño profesional el particular énfasis en Comunicación Organizacional del ITESM	37.- La formación en Comunicación Organizacional que ITESM da a la carrera ¿ha ayudado en tu desarrollo profesional?	Pregunta abierta.
Grado de satisfacción con respecto de los estudios realizados en el ITESM CEM	38.- ¿Recomendarías esta carrera a familiares y/o amigos?	Pregunta cerrada (3 opciones)
Grado de satisfacción con respecto de los estudios realizados en el ITESM CEM	39.- De acuerdo con tu experiencia ¿cuál es apreciación sobre lo que recibiste en la carrera?	Pregunta abierta.
Perspectiva de las áreas que presentan las mejores posibilidades de desarrollo personal profesional y económico.	40.- ¿Cuáles son, en tu opinión, las áreas de de comunicación con mejores perspectivas de desarrollo personal, profesional y económico?	Pregunta abierta.
Perspectiva de las áreas que presentan las peores posibilidades de desarrollo personal, profesional y económico.	41.- ¿Cuáles son, en tu opinión, las áreas de de la comunicación/ peores perspectivas de desarrollo personal, profesional y económico?	Pregunta abierta

VARIABLE	PREGUNTA.	
Reconocimiento de los principales problemas de la nación.	42.- ¿Cuáles son en tu opinión los problemas más graves que aquejan al país?	Pregunta abierta.
Reconocimiento de los principales problemas en el ámbito de la comunicación país?	43.- ¿Cuáles son en tu opinión los problemas más graves de comunicación en el nacional.	Pregunta abierta.
Reconocimiento de las responsabilidades sociales del comunicólogo.	44.- ¿Cómo definirías la responsabilidad social de un comunicador profesional?	Pregunta abierta.
Atributos personales y atributos fomentados por el ITESM-CEM: liderazgo, análisis, creatividad, lealtad, inteligencia, diplomacia, ética, paciencia, organización, exigencia, criterio, emprendedor, capacidad crítica, flexibilidad, innovación, negociación, dinamismo, honradez, compromiso.	45.- Indica el grado en que las siguientes características te describen a ti como persona en el lado izquierdo, y el lado derecho las que a tu parecer son fomentadas por el ITESM-CEM.	Pregunta cerrada.

3.6 PROCESAMIENTO DE DATOS

Una vez levantada la información, se procesó para poder hacer uso de ella.

Debido a que un gran porcentaje de las preguntas se diseñó de forma abierta, el primer paso del proceso fue cerrarlas estableciendo categorías de acuerdo al criterio de clasificación utilizado en cada una de las respuestas. Después de cerrarlas se incluyeron en un manual de codificación (Apéndice 5) que permitió el manejo de la información a través de un programa estadístico.

Este manual quedó finalmente definido por 56 variables, siendo la última subdividida en 26 respuestas con 2 opciones cada una de ellas. Se utilizó un Programa Estadístico para las Ciencias Sociales denominado SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

Se sacaron frecuencias, porcentajes, porcentajes válidos y la media obtenida en algunos casos.

Una vez procesados los datos, se presentan los resultados haciendo un análisis basado en las seis variables básicas del estudio.

4 PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS

Una vez descrita la metodología, se procederá a presentar los resultados obtenidos de la información recaba. Para hacerlo se ha organizado la presentación en seis grandes apartados que se desprenden de las variables básicas del estudio:

- Datos generales
- Actividades académicas
- Trayectoria laboral
- Formación profesional
- Campo de trabajo
- Características de la institución y del egresado

La presentación se lleva a cabo realizando simultáneamente la descripción de los resultados y el análisis de los mismos. Para ilustrar, se han trabajado algunas gráficas y tablas de frecuencias que ayudan al entendimiento de la problemática planteada.

4.1 DATOS GENERALES

En este apartado se muestra el perfil demográfico del egresado. La edad, estado civil, sexo, situación actual de trabajo, educación media y profesional, son los tópicos principales a tratar.

4.1.1 Datos demográficos

De los 67 encuestados, la media de edad fue de 25.1 años, lo que muestra una población sumamente joven como para poder concluir acerca de una larga trayectoria laboral. Únicamente 16 (24%) egresados de la muestra declaran tener entre 27 y 33 años, esta última es la mayor edad reportada.

En congruencia con las características históricas de población mostradas en la carrera a nivel nacional, la muestra se vio finalmente conformada por 42 (62.7%) mujeres y 25 (37.3%) hombres.

En cuanto al comportamiento de la variable relacionada con el estado civil, el 86.6% (58 egresados), declaran estar solteros; 10.4% (7 egresados) casados y un 3% (2 egresados) divorciados. Estos resultados parecen deberse a la media de edad, hay que recordar la carrera en el ITESM CEM es muy joven, así como sus egresados.

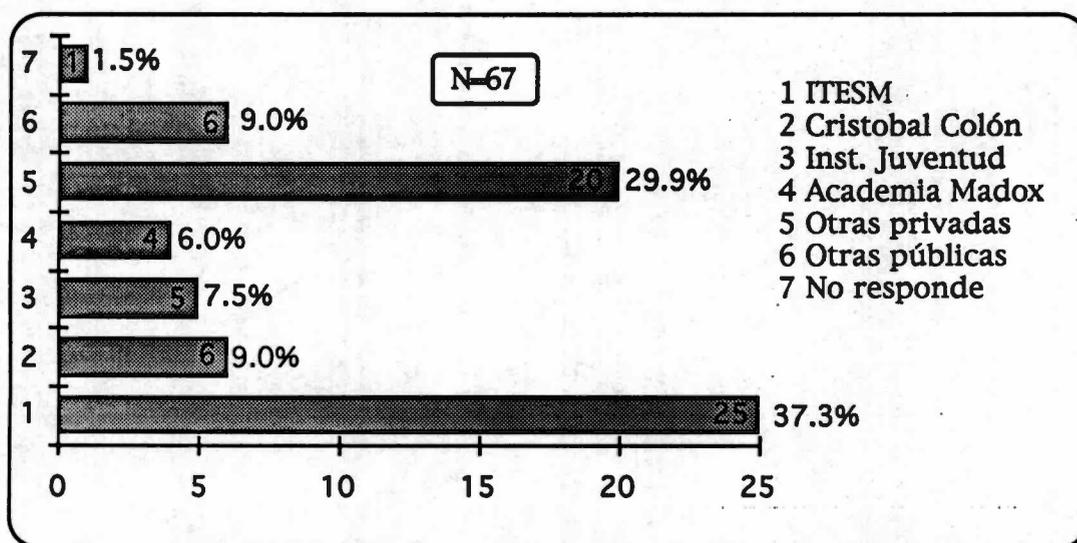
4.1.2 Estudios a nivel medio y decisión de estudios profesionales

Aquí es importante detectar la existencia de preparatorias "surtidoras" de alumnos a la carrera, e identificar además de las causas que lo llevaron a estudiar en el ITESM, la generación y el plan de estudios de los cuales son egresados.

El primer dato referente a la preparatoria de origen muestra que el mismo Instituto provee en un alto porcentaje (25 de los 67

encuestados, que representan un 37.3%) de alumnos a la carrera de Comunicación. Otros 15 miembros de la muestra que equivalen al 22.5% del total, provienen de tres escuelas privadas reconocidas de la zona, si agregamos 20 (29.9%) más que provienen de escuelas privadas diversas, tenemos un porcentaje acumulado del 90.9% (60 egresados) que estudió la preparatoria en escuelas privadas. Unicamente el 9.0% (6 egresados), declaran provenir de escuelas públicas (ver gráfica 1). Esto es predecible, ya que las características económicas de la escuela no permiten el acceso de estudiantes con bajo nivel económico.

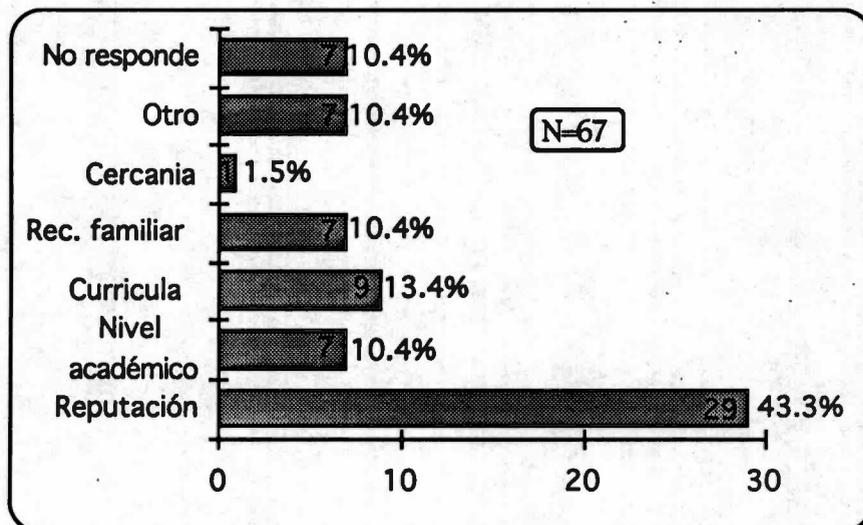
Gráfica 1 "Preparatoria de origen"



En relación al por qué eligen el ITESM para la realización de sus estudios profesionales se encontró que el 43.3% (29 de los 67 encuestados) lo hizo debido a la reputación que el Instituto ha

logrado a través de los años, 7 jóvenes más que representan un 10.4% de la muestra lo hicieron por el nivel académico y el plan de estudios fue móvil únicamente para un 13.4% (9 de 67 encuestados) del total. Otros 8 (11.9%) encuestados respondieron que se habían inscrito debido a recomendaciones familiares o a la cercanía del Instituto. Un 20.8% no responde o mencionó otro tipo de causa (ver gráfica 2):

Gráfica 2 " Razones de ingreso al ITESM"



Se observa por lo tanto que el plan de estudios no fue el principal motivo para que los egresados de la muestra ingresaran al ITESM, sino la reputación y el nivel académico que mantiene el mismo lo que atrajo a los jóvenes.

Como se dijo en la descripción del universo, el 23% (52 egresados) lo conforman jóvenes que cursaron el plan 80 y el otro 77.99% (174 egresados) los que cursaron el plan 85'.

La muestra finalmente quedó integrada por 15 (22.4%) egresados del plan 80' y 52 (77.6%) del plan 85', situación que contribuye a la pertinencia de la población encuestada. En cuanto a la población por generaciones, esta se distribuye de la siguiente forma (Tabla 1):

Tabla 1 " Plan de estudios y generación"

Plan	Generación	Frecuencia	Porcentaje
80'	Mayo de 1988	5	7.5%
80'	Dic. de 1988	7	10.4%
80'	Mayo de 1989	1	1.5%
80'	Dic. de 1989	2	3.0%
85'	Dic. de 1989	2	3.0%
85'	Mayo de 1990	7	10.4%
85'	Dic. de 1990	13	19.4%
85'	Mayo de 1991	9	13.4%
85'	Dic. de 1991	8	11.9%
85'	Mayo de 1992	8	11.9%
85'	Dic. de 1992	<u>3</u>	<u>7.5%</u>
	Total	67	100%

Las generaciones que egresaron en 1989, y la que egresó en diciembre del 92, tuvieron entre 1 y 4 representantes únicamente; el resto, a excepción de la generación de diciembre de 1990, están más equitativamente representadas.

4.2 ACTIVIDADES ACADÉMICAS

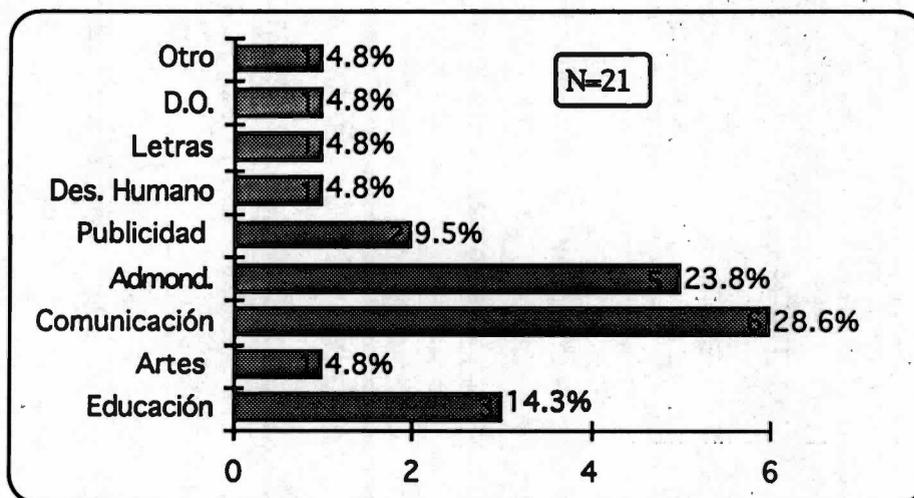
Los resultados obtenidos con esta variable básica están relacionados con el rumbo de los intereses académicos y profesionales que han tenido los egresados de la carrera de Comunicación. No solo ha sido interesante conocer si lo han hecho, sino también en donde se ha centrado el interés de su preparación.

4.2.1 Estudios de posgrado

De los 67 egresados que conformaron la muestra, únicamente 21 (31.3%) han realizado estudios de posgrado, el resto (46 del total que representan el 68.7% de la muestra) no lo han hecho.

Las maestrías estudiadas son (ver gráfica 3):

Gráfica 3 "Estudios de posgrado"



Queda claro que la maestría en Administración y la maestría en Comunicación han sido las preferidas por los egresados. El 52.4%

(11 de 21)de los que declaran haber estudiado un posgrado, lo han realizado en dichas áreas.

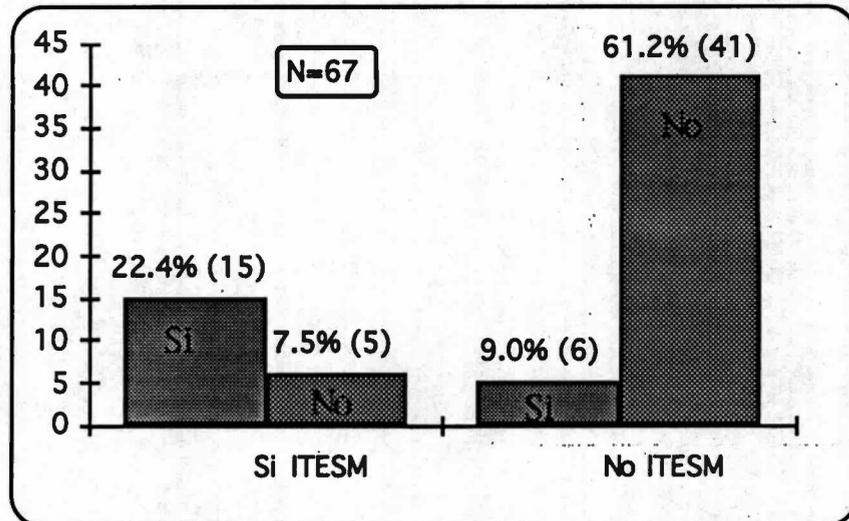
Los estudios se han realizado en su mayoría en el ITESM CEM 52.3% (11), otro 28.5% (6) lo han hecho en instituciones privadas de la ciudad de México, entre las que se encuentran el Centro Avanzado de Comunicación (CADEC) y la Universidad Iberoamericana; únicamente 1 (4.76%) persona declara haber estudiado en el extranjero -Universidad de Wisconsin Stout- y 3 (14.28%) más en universidades públicas (tabla 2):

Tabla 2 "Instituciones en donde se han realizado estudios de posgrado"

Institución	N = 21	
	Frecuencia	Porcentaje
ITESM	11	52.38%
CADEC	3	14.28%
Iberoamericana	3	14.28%
U. Wisconsin-Stout	1	4.76%
Otras públicas	<u>3</u>	<u>14.28%</u>
Total	21	99.98%

Aquí es importante hacer dos reflexiones: la primera resulta de cruzar el porcentaje de egresados que dicen haber estudiado un posgrado con los que declaran trabajar en el ITESM (gráfica 4):

Gráfica 4 "Cruce de estudios de posgrado (eje Y) con lugar de trabajo (eje X)"



El 71.4% (15) de los egresados que ha estudiado maestría declara trabajar en el ITESM, situación por demás esperada ya que la Institución, a partir de 1988, inició un programa de capacitación para sus profesores, con el objeto de que el 100% de ellos obtuviera el grado de maestría. El otro 28.6% (6) de los egresados que han estudiado trabajan en otro tipo de institución o empresa.

Este dato refleja en cierto grado que la motivación de continuar una preparación académica resulta del hecho de trabajar en una institución educativa.

Un punto más de reflexión es que ninguno de los encuestados ha iniciado o realizado estudios de doctorado.

4.2.2 Otros estudios

Además de los estudios de posgrado, los egresados han realizado diplomados y otros estudios complementarios, los que declaran haberlo hecho son (tabla 3):

Tabla 3: "Estudios de diplomado"

N= 67		
Estudios	Frecuencia	Porcentaje
Diplomados	7	10,4%
No diplomados	<u>60</u>	<u>89,6%</u>
Total	67	100,0%

Los diplomados fueron realizados en Publicidad, Periodismo, Mercadotecnia , Microcomputación administrativa y Comercialización estratégica. Es claro por lo tanto que muy pocos se han preocupado por realizar estudios a nivel de diplomado.

En cuanto a otro tipo de estudios complementarios, respondieron que han cursado (tabla 4):

Tabla 4: "Otro tipo de estudios"

N= 22		
Otros cursos	Frecuencia	Porcentaje
Idiomas	10	45.5%
Computación	2	9.1%
Taller de redacción	2	9.1%
Producción publicitaria	1	4.5%
Otros	<u>7</u>	<u>31.8%</u>
Total	22	100.0%

Estos resultados reflejan que el 32.83% (22) de la muestra ha realizado otros estudios, en su mayoría en el perfeccionamiento del idioma inglés, y algunas habilidades en computación y redacción. El otro 67.16%, los 45 restantes, no declaran haber realizado estudios complementarios.

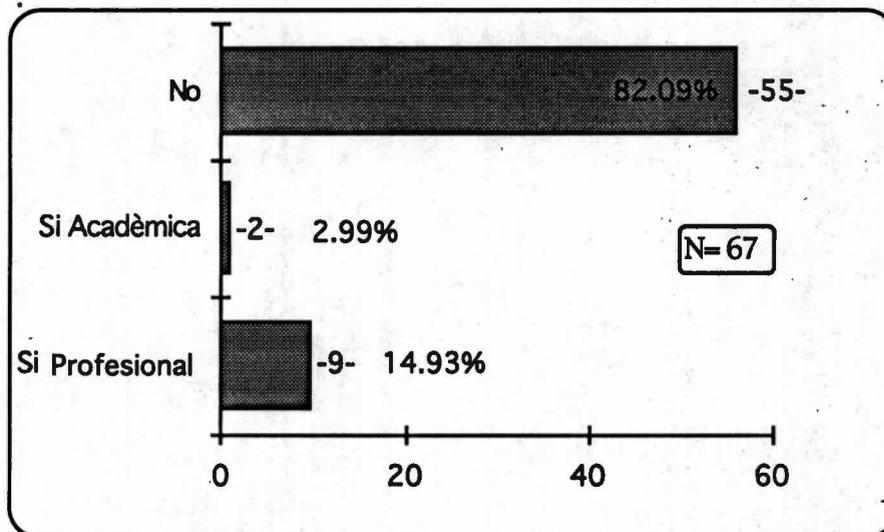
Se nota nuevamente que la realización de estudios no ha sido de interés relevante para los egresados encuestados de la carrera de comunicación.

4.2.3 Pertenencia a asociaciones

Los egresados que declaran pertenecer a asociaciones (11 del total de 67) , están afiliados en un 81.8% (9) a asociaciones profesionales y el otro 18.2% (2) lo está a asociaciones académicas.

Esto refuerza el hecho de que la academia no es el interés primordial de los egresados del ITESM CEM, centran básicamente su formación profesional en conocimientos prácticos, de la vida económica y empresarial.

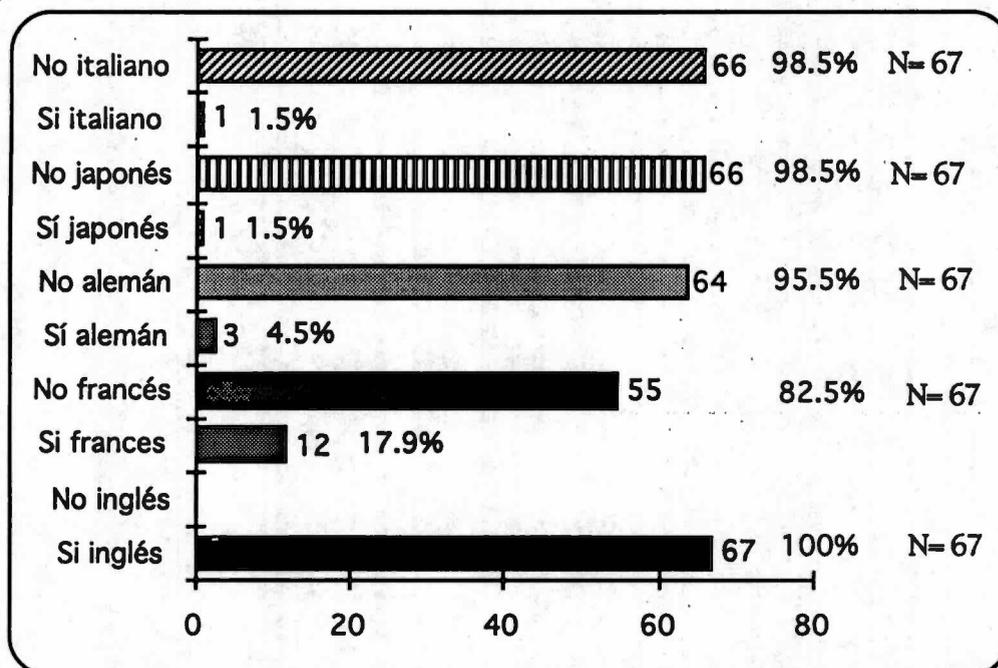
Gráfica 5 " Pertenencia a asociaciones"



4.2.4 Conocimiento de otro idioma

El 100% de los egresados declara conocer el idioma inglés, de ellos únicamente 12 (17.9%) de los 67 dicen conocer el francés, 3 (4.5%) del total de la muestra conoce el alemán, y únicamente 1(1.5%) declara conocer el japonés, y el otro 1.5% del total, italiano (ver gráfica 6):

Gráfica 6: "Conocimiento de otro idioma"



Es evidente que el dominio del idioma inglés es una de las mayores preocupaciones en la formación de los egresados.

El análisis de estos resultados demuestra que los egresados del ITESM CEM están interesados en pertenecer a asociaciones profesionales y en el conocimiento del idioma inglés, que finalmente los perfila como profesionales más competitivos. Pocos son los que han emprendido estudios de posgrado, y ninguno ha

iniciado estudios de doctorado. Queda claro que la academia no es el fin último de los egresados de la carrera de comunicación.

4.3 TRAYECTORIA LABORAL

Este apartado, junto con la formación profesional, resulta ser un elemento clave de la investigación. Partimos de la siguiente pregunta base: " ¿Qué actividad o actividades profesionales realizan los egresados de la carrera ...de comunicación...?", a lo que el universo encuestado respondió lo siguiente:

4.3.1 Empleos anteriores:

Aun cuando la muestra tiene una media de edad de 25 años, un alto porcentaje de egresados responde haber tenido más de un trabajo. El 61.2% (41) de la muestra dice ha participado en más de un empleo, el otro 38.8% (26) lo ha hecho únicamente en un empleo o declara no haber trabajado.

La distribución de la muestra en relación al número de empleos es la siguiente (tabla 5):

Tabla 5 "Número de empleos"

Número de empleos	Frecuencias	Porcentajes
Dos	17	25.4%
Tres	17	25.4%
Cuatro	6	9.0%
Cinco o más	1	1.5%
Ninguno	2	3.0%
Uno	<u>24</u>	<u>35.8%</u>
Total	67	100.0%

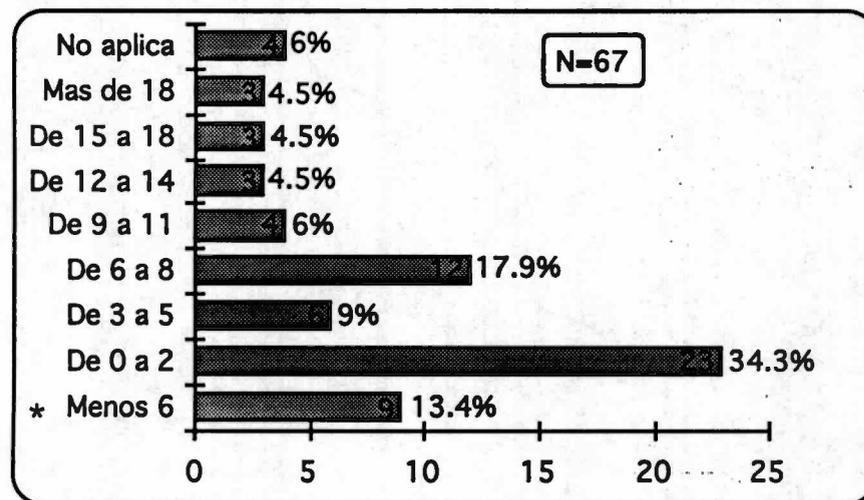
Con esta tabla podemos ver que el 35.8% (24) de los encuestados declara haber tenido únicamente un trabajo;

significativo resulta sin embargo que más del 50% declara haber estado en dos o tres empleos desde su graduación.

El 10.5% dice haber trabajado en 4 ó 5 diferentes empresas o instituciones, lo que demuestra un alto grado de movilidad tomando en cuenta el tiempo promedio de egreso, según los datos 2 años.

Otro aspecto importante en cuanto a la trayectoria laboral es el tiempo promedio que los egresados tardan en encontrar su primer empleo. Esta variable se midió manejando diferentes rangos (gráfica 7):

Gráfica 7 " Tiempo de ubicación en el campo laboral"



* Nota. El indicador (eje Y) está dado en meses.

El tiempo promedio que el egresado tarda en encontrar su primer empleo es entre 2 meses y 8 meses, siendo el tiempo más frecuente establecido entre 0 y 2 meses, donde se encuentra el 34.3% (23) de los jóvenes encuestados.

De alguna forma estos datos desmienten el hecho de que el alumno de comunicación del ITESM tarda en general más de un año en encontrar empleo.

4.3.2 Trabajo actual

En este apartado se describen los lugares de trabajo, condiciones laborales y principales actividades de desempeño. La información aquí presentada, comparada con el perfil que el ITESM define ayuda a aclarar la pertinencia del plan de estudios.

4.3.2.1 Lugar de trabajo

Los resultados obtenidos en este punto se relacionan con la situación actual de trabajo, tipo de empresa y ramo de la misma.

De los 67 encuestados, 56 (83.6%) declaran estar trabajando y 11 (16.4%) se encuentran sin empleo. Además, por el tipo de muestreo que se realizó, del total de la muestra que declaran trabajar, 20 (35.7%) lo hacen en el ITESM, y los otros 35 (64.28%) en un lugar diferente. Se encontró que las instituciones en que trabajan son en su mayoría de carácter privado:

Tabla 6: "Carácter de la institución"

Tipo de institución	Frecuencia	Porcentaje
Pública	4	7.1%
Privada	<u>52</u>	<u>92.9%</u>
Total	56	100.0%

Como menciona Raúl Fuentes , los egresados de las escuelas privadas pasan generalmente a formar parte de las empresas privadas que los requieren con más asiduidad que a los egresados de escuelas públicas.

Unicamente el (4) 7.1% trabaja en el gobierno, uno de los cuáles esta ahí por ser su madre un funcionario público.

Las instituciones en su mayoría dedican su actividad principal a ofrecer algún tipo de servicio, las menos están declaradas como de transformación o comerciales:

Tabla 7 "Tipo de actividad de la institución"

Tipo de actividad	Frecuencia	Porcentaje
Transformación	4	7.1%
Servicios	49	87.5%
Comercial	<u>3</u>	<u>5.4%</u>
Total	56	100.0%

Por el tipo de profesión no resulta novedoso el resultado anterior. Sin embargo, por la especialidad en comunicación organizacional que maneja el ITESM, se esperaría mayor número de egresados en empresas de transformación o comerciales cubriendo los puestos de un departamento de comunicación.

En cuanto al ramo de la empresa, resultó que 14 (25%) de los 56 egresados que declaran estar trabajando lo hacen en empresas que se dedican a la comunicación como actividad principal,

únicamente 1 (1.8%), lo hace en empresas dedicadas a la publicidad, el resto 41 (73.2%) trabajan en empresas con objetivos varios (ver tabla 8):

Tabla 8: "Ramo de la empresa"

Ramo de la empresa	Frecuencia	Porcentaje
Comunicación	14	25.0%
Publicidad	1	1.8%
Otra	<u>41</u>	<u>73.2%</u>
Total	55	100%

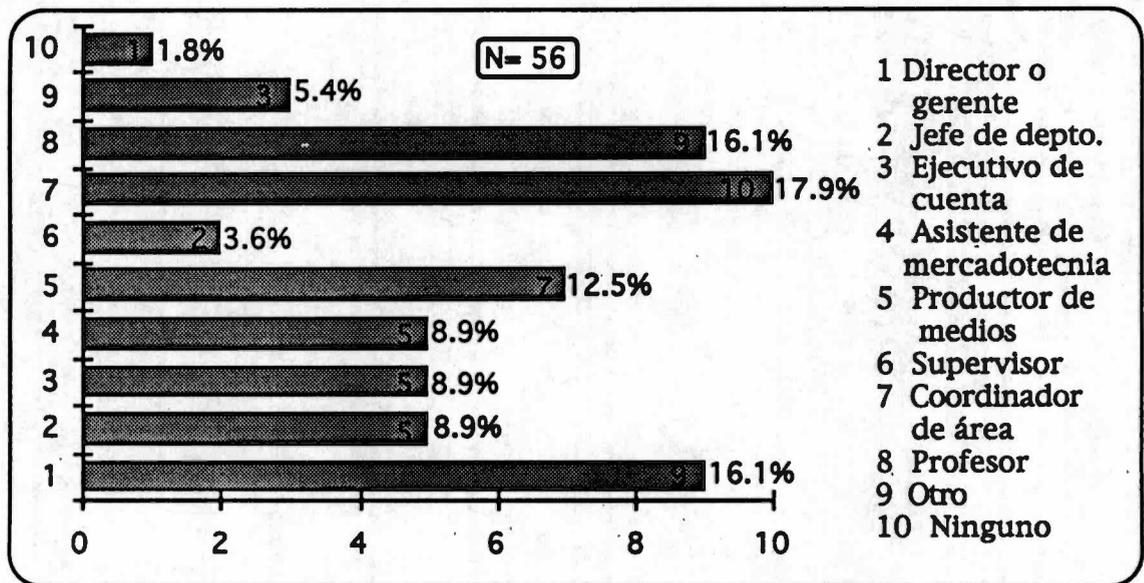
Queda claro que solo una cuarta parte de los egresados trabajan en empresas que se dedican a la comunicación. Este tipo de empresas generalmente se centran en la producción o posproducción de video comercial o empresarial.

4.3.2.2 Condiciones de trabajo

Una vez ubicada la actividad principal de las empresas mencionadas, se continúa con la presentación y análisis de las condiciones generales de trabajo. Aquí es importante identificar el puesto, sueldo y personal que está a cargo del profesional de comunicación, así como las diferentes situaciones laborales que generan información sobre la condición contractual que en general viven los egresados.

El primer punto a tratar es el referente al puesto que declaran tener, este se clasifica de la siguiente forma:

Gráfica 8: " Puesto que ocupa "



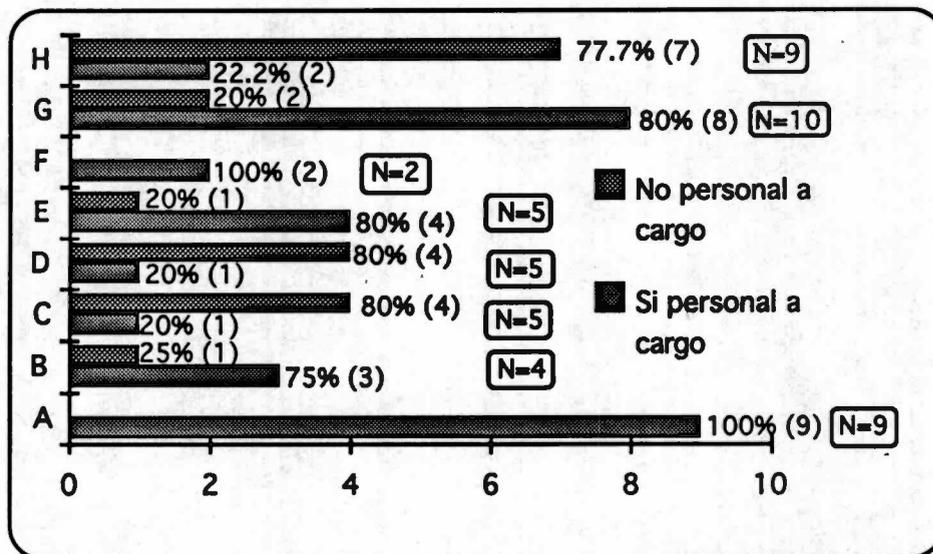
El puesto en el cual declaran estar ubicados se representa en la gráfica 8. Lo importante aquí es tomar en cuenta que, dependiendo del tamaño de la empresa, su giro y el significado que le den a los diferentes puestos de dirección, gerencia o supervisor de área es el tipo de estatus que tienen.

Un 16.1% declara ocupar un puesto de director o gerente, otro porcentaje igual lo hace ocupando el puesto de profesor y un 17.9% más lo hace como coordinador de área. El 12.5% trabaja como productor de medios y el 8.9% como asistente de mercadotecnia.

En general los puestos que declaran ocupar se encuentran en niveles esperados por la Institución, sin olvidar por supuesto la salvedad mencionada.

Para tener una mejor idea del nivel que los encuestados declaran tener, se realiza el cruce de la variable "puesto" con la variable " tiene personal que le reporta ". Las respuestas son las siguientes (ver gráfica 9):

Gráfica 9 " Cruce puesto/personal que le reporta"



Códigos del eje Y:

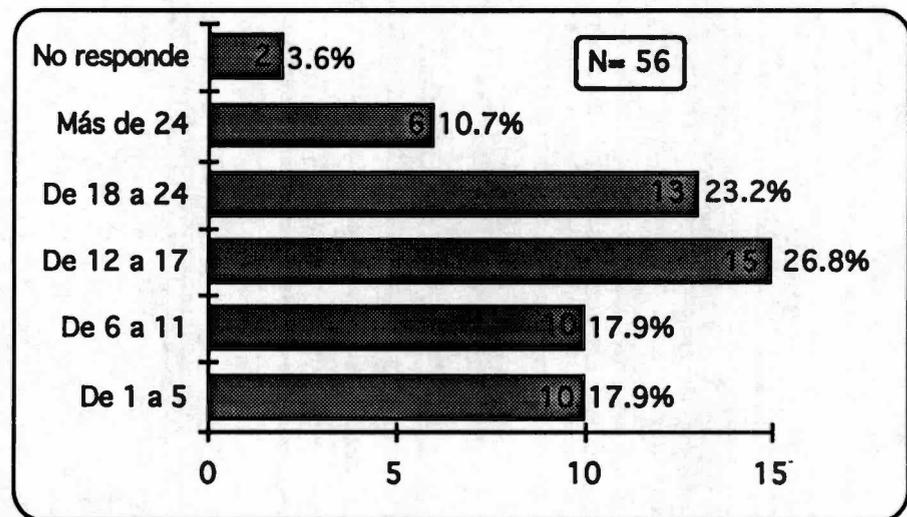
- A Director o gerente
- B Jefe de departamento
- C Ejecutivo de cuenta
- D Asistente de mercadotecnia
- E Productor de medios
- F Supervisor
- G Coordinador de área
- H Profesor

Los resultados muestran que los que ocupan puesto de director o gerente declaran todos tener personal a su cargo, así mismo el 80% (4) de los que trabajan en producción de medios y 80% (8) de los coordinadores de área también declaran tener personal a su cargo.

En cuanto al tiempo de permanencia en el trabajo actual, los resultados no dan una tendencia marcada, están dispersos entre un mes y dos años de permanencia en el trabajo actual. Los cuatro primeros rangos tienen una población de entre 10 y 15 egresados. Los restantes 6 profesionales declaran tener más de dos años de antigüedad en el trabajo.

Pudiera pensarse que el tiempo de egreso de la carrera pueda tener relación directa con la permanencia en el trabajo. Los resultados se ven claramente en la gráfica 10:

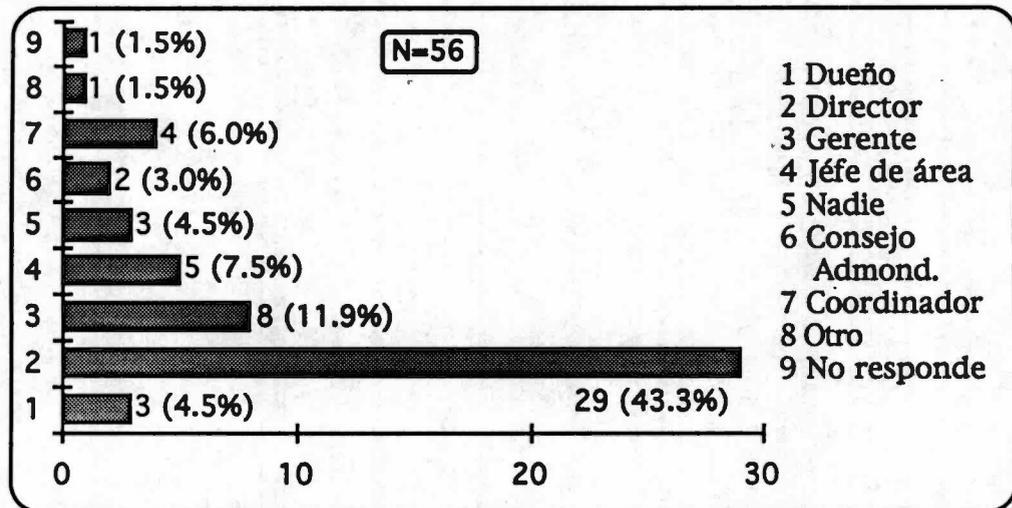
Gráfica 10 "Permanencia en el trabajo"



Nota: Los rangos (eje Y) están representados en número de meses.

Los puestos que ocupan los jefes inmediatos de los jóvenes de la muestra son los siguientes:

Gráfica 11 " Puesto que ocupa el jefe inmediato"



El 43.3% (29) de los encuestados respondió que su jefe inmediato tiene puesto de director, el 11.9% (8) declara que depende de un gerente; 3 (11.9%) dicen que su jefe inmediato es el dueño y únicamente 3 (11.9%) dicen ser su propio jefe esto es, no depende de nadie.

Estos resultados dejan un 66.1% de los egresados dependiendo de un nivel directivo o gerencial que, para el tiempo promedio de egreso, sería lo esperado por el ITESM.

En cuanto al sueldo promedio que reciben, los datos arrojan las cantidades siguientes, manejadas en rangos de N\$ 1,500 cada uno, iniciando de N\$1,000 (mil nuevos pesos), y terminando con el mayor sueldo reportado. La siguiente tabla muestra las frecuencias obtenidas:

Tabla 9 " Sueldo actual"

N=56

Rango de sueldo en nuevos pesos	Frecuencia	Porcentaje
De 1,000 a 2,500	11	19.64%
De 2,501 a 4,000	24	42.85%
De 4,001 a 5,500	6	10.71%
De 5,501 a 7,000	5	8.92%
De 7,001 a 8,500	0	
De 8,501 a 10,000	1	1.78%
No responde	4	7.14%
Variable	<u>5</u>	<u>8.92%</u>
Total	56	100.00%

El rango de sueldo más frecuente (24 -42.85%-) es el que se encuentra entre N\$ 2,500 y N\$4,000 nuevos pesos; el sueldo siguiente según la frecuencia es de N\$ 1,000 y N\$2,500 nuevos pesos, entre estos dos rangos se encuentran más del 60% de los egresados. En estos, solamente 2 jóvenes declaran ganar menos de N\$2,000 nuevos pesos.

Seis (10.7%) de los integrantes de la muestra declaran devengar un sueldo entre los N\$4,001 y N\$5,500 y otros 5 (8.92%) un sueldo entre los N\$5,501 y los N\$7,000 nuevos pesos. Únicamente 1 (1.78%) de ellos declara un sueldo entre los N\$8,501 y los N\$10,000 nuevos pesos. La mayoría se encuentra ganando más de N\$2,000 nuevos pesos.

Un problema que el ITESM reconoce en sus egresados se relaciona con las pretensiones de sueldo y puesto con los que ellos salen al campo laboral una vez que han terminado la carrera.

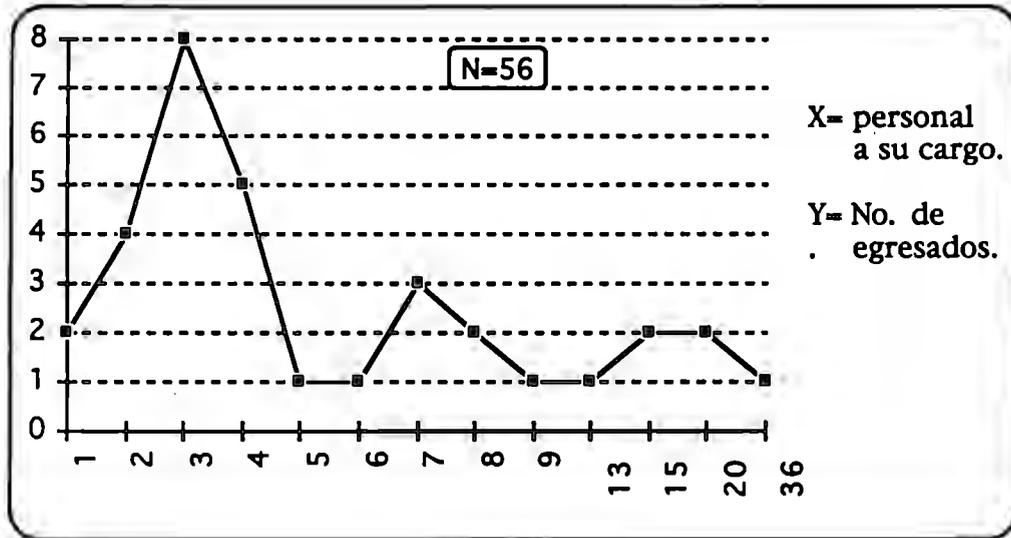
Haciendo un análisis de esto, se ha llegado a la conclusión de que la ideología relacionada con la capacidad de liderazgo, el espíritu emprendedor y específicamente la idea de que al salir formen parte de las filas de mando y no de los niveles medios, provocan en el egresado estas expectativas.

Un aspecto importante relacionado con las condiciones laborales es el referente a la cantidad de personal que el egresado tiene a su mando. De los 56 egresados que declaran estar trabajando, 32 (48.5%) responden tener personal a su cargo el resto no lo tienen.

Al responder sobre el número de personas que dependen de ellos, aparece una dispersión muy alta. Declaran desde 1 hasta 36 trabajadores. El 24.2% (8) declara tener a su mando 3 personas, el otro 75.8% se encuentra muy disperso (ver gráfica 11).

Generalmente en las organizaciones el número de personal a cargo tiene que ver con el estatus del trabajador, aún cuando en este caso los datos pueden ser engañosos, ya que un supervisor de área puede reportar poco personal a su cargo pero encontrarse trabajando en una empresa con gran fuerza económica, o suceder el caso contrario.

Gráfica 12" Número de personal a su mando"



4.3.2.3 Actividades realizadas

Las actividades que realizan los egresados son:

Tabla 10" Actividades realizadas "

N=56

Actividades	Frecuencia	Porcentajes
Ventas	3	5.35%
Relaciones públicas	8	14.28%%
Publicidad	3	5.35%
Redacción	4	7.14%
Producción de video	6	10.71%
Comunicación organizacional	4	7.14%
Profesor	8	14.28%
Otros	3	5.35%
Recursos Humanos	3	5.35%
Administradores	12	21.42%
No responde	<u>2</u>	<u>3.57%</u>
Total	56	100%

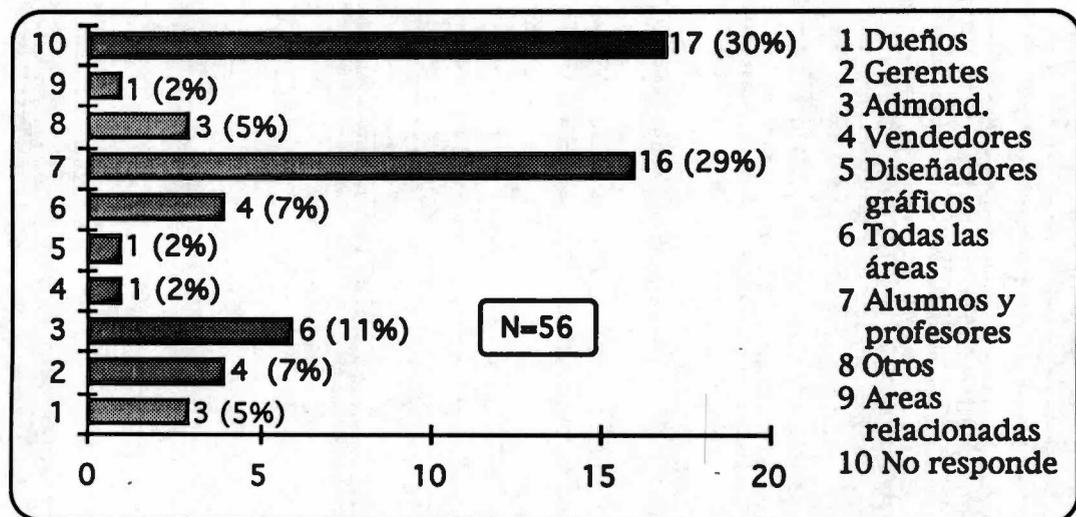
Del total de la muestra, únicamente el 7.1% (4) responde trabajar en el área de comunicación organizacional, otro 26.77% (15) lo hace en administración y recursos humanos. El 19.63% (11) hace actividades de publicidad y relaciones públicas.

Seis (10.71%) de ellos trabajan en producción de video y 3 (5.35%) más en ventas.

Es preocupante darse cuenta del bajo porcentaje de alumnos que trabajan directamente en la comunicación organizacional; por otro lado el 19.63% (11 encuestados) lo hacen en áreas de relaciones públicas y publicidad.

Conocer el personal con el que se relacionan dentro y fuera de la empresa permite detectar el nivel medio que mantienen dentro del organigrama:

Gráfica 13 "Relaciones dentro de la empresa"

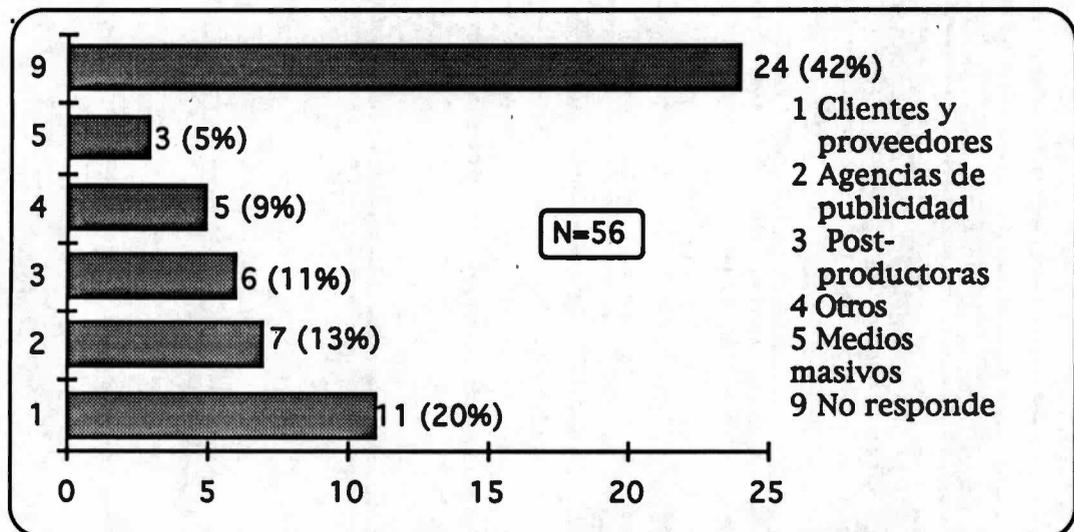


A no ser por los que trabajan en el ITESM, que declaran tener relación con profesores y alumnos, el resto responde tener

relaciones con muy diferentes personas. La respuesta es muy dispersa.

Las personas con quienes se relacionan los trabajadores fuera de la empresa son:

Gráfica 14 "Relaciones fuera de la empresa"



El más alto porcentaje de los que respondieron se relacionan con clientes y proveedores, lo que confirma el trabajo que como administradores hacen la mayor parte de ellos.

4.4 FORMACION PROFESIONAL

Esta variable ha tenido como fin el determinar los conocimientos de la carrera que más han servido en el desarrollo profesional del encuestado. Además se determinaron los conocimientos que tuvieron que adquirir durante su vida laboral para ser más competitivos.

Los conocimientos o materias que menos sirvieron dan elementos para determinar, además de la pertinencia de los mismos, las tendencias de desarrollo de los egresados.

Se sabe que la especialización en el área de Comunicación Organizacional generalmente no es el principal motivo para que los alumnos ingresen a la carrera en el ITESM, por lo que saber su opinión al respecto da pautas muy importantes que permitirán tomar decisiones sobre los procesos de inducción necesarios para los nuevos alumnos.

4.4.1 Desarrollo profesional

El conocimiento necesario para el desarrollo profesional es el centro de este apartado, así como los conocimientos que los egresados ven como no útiles.

4.4.1.1 Actividades de capacitación

Los jóvenes describen como los conocimientos necesarios para el desarrollo de su labor profesional el diseño computacional, el inglés, la administración y la publicidad entre otros. Sin embargo muchos de ellos se han podido desarrollar sin tener que tomar cursos de capacitación.

Las frecuencias de cursos de capacitación que ellos tuvieron que cursar con la idea de convertirse en profesionales más competitivos son las siguientes:

Tabla 11 "Cursos de Capacitación"

N= 47

Cursos	Frecuencias	Porcentajes
Diseño por computadora	12	25.5%
Inglés	1	2.1%
Economía y finanzas	1	2.1%
Administración	8	17.0%
Publicidad	5	10.6%
Otros	7	14.9%
Ninguno	6	12.8%
Habilidades docentes	<u>7</u>	<u>14.9%</u>
Total	47	100.0%

Resulta irónico que siendo la institución un tecnológico reconocido nacionalmente por encontrarse a la vanguardia educativa de las nuevas tecnologías, entre ellas los sistemas computacionales, sea este un aspecto que los egresados (12 -25.5%-) declaren no dominar. Sin embargo, al hacer una revisión del curriculum queda claro que los conocimientos de computación que reciben los estudiantes de comunicación, están relacionados únicamente con el uso de paquetes para diagramado y procesadores de palabras.

Un aspecto también importante para los egresados es profundizar en lo referente a conocimientos de administración, 8 (11.9%) de los que responden haber realizado cursos de capacitación lo han hecho en esta área.

Inglés, economía y finanzas son los cursos menos requeridos para el tipo de actividad que realizan. Ciertamente el conocimiento del inglés es algo superado por el 100% de los encuestados, aun cuando no fuera en el total de los casos de dominio total.

4.4.1.2 Aspectos útiles y aspectos poco útiles de la carrera según la óptica de los egresados.

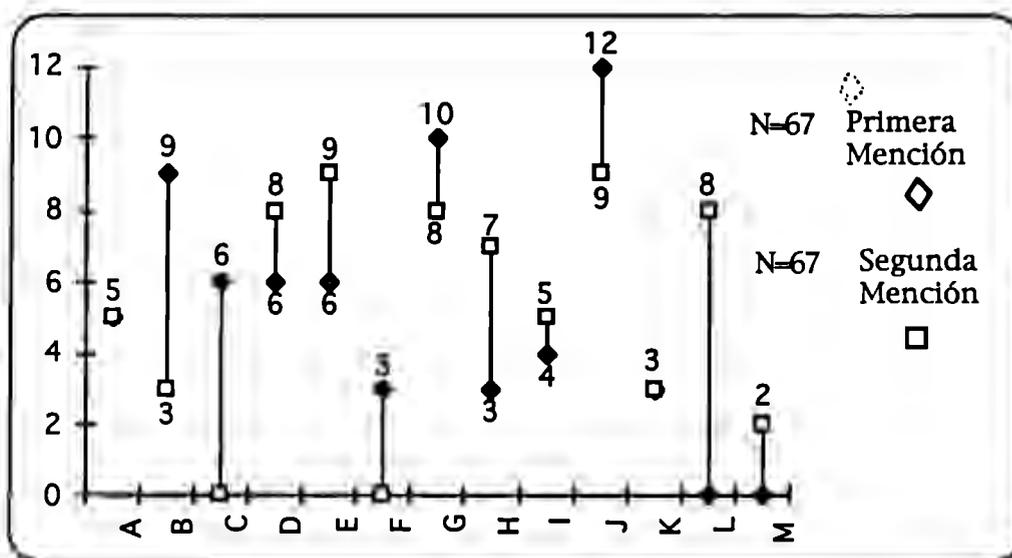
Este aspecto se midió preguntando en orden de importancia los elementos que ayudaron más a la formación profesional de los ex-alumnos, de igual manera se cuestionó sobre los aspectos que menos ayudaron o simplemente no ayudaron en su desarrollo.

Para poder analizarlos se creó una gráfica comparativa entre las primeras y las segundas respuestas (gráficas 14 y 15).

El primer análisis se hace tomando en cuenta los aspectos que son considerados como los que han sido más útiles en el desarrollo profesional del egresado, entre los que se encuentran además conocimientos específicos, características de las condiciones de trabajo a las cuáles se ven sometidos durante la carrera.

Para poder comentar sobre ellos se muestran los resultados (gráfica 15):

Gráfica 15" Aspectos útiles en el desarrollo profesional"



Códigos de la gráfica 15

Primera
mención

Segunda
mención

Categoría	Descripción	Primera mención	Segunda mención
A	Imagen corporativa	7.5%	7.5%
B	Trabajo bajo presión	13.4%	4.5%
C	Habilidades escritas y orales	9.0%	
D	Publicidad y mercadotecnia	9.0%	11.9%
E	Disciplina y responsabilidad	9.0%	13.4%
F	Computación	4.5%	
G	Comunicación organizacional	14.9%	11.9%
H	Grupos pequeños	4.5%	10.4%
I	No responde	6.0%	7.5%
J	Materias teórico/culturales	17.9%	13.4%
K	Otras	4.5%	4.5%
L	Producción de medios		11.9%
M	Calidad		3.0%
Total		100.0%	100.0%

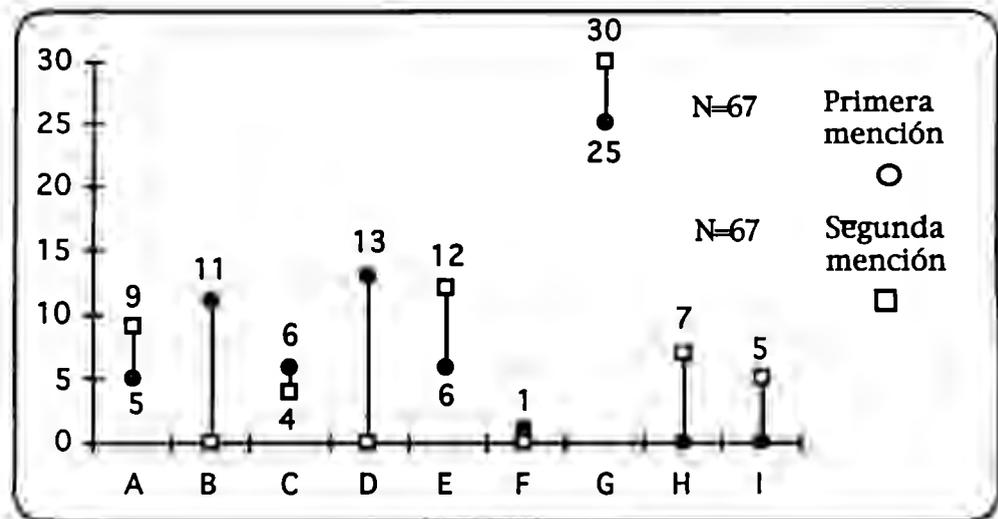
Los conocimientos declarados como los más útiles son los obtenidos en las materias "teórico/culturales" (12 -17.9%-) y en segundo lugar mencionan el área relacionada con "comunicación organizacional" (10 -14.9%-). En tercer lugar los egresados (13.4% porcentaje representado por 9 jóvenes) reconocen la situación de "trabajo bajo presión" a la que se ven sometidos generalmente en el Instituto como un elemento importante de su desarrollo. Este aspecto ha sido reconocido través de los años no solo por los egresados, sino también por los empleadores.

En una segunda mención, los egresados anotan nuevamente a las materias de contenido "teórico/culturales" y a la "disciplina" como conocimientos y habilidades primordiales, siguiendo a su percepción las materias relacionadas con la "comunicación organizacional" y la "publicidad". En un tercer momento se refieren al trabajo en equipo, o como es conocida en los planes de estudios revisados *grupos pequeños*.

Estos resultados confirman que la formación cultural y la especialidad en comunicación organizacional son importantes para los egresados, aun cuando la mayoría de ellos no trabajen en el área organizacional.

En cuanto a los aspectos que no han sido útiles según la perspectiva de los encuestados se mencionan en primer y segundo término son los siguientes (gráfica 16):

Gráfica 16 " Aspectos no útiles en el desarrollo profesional"



Códigos de la gráfica 16	Primera mención	Segunda mención
A Matemáticas y estadística	7.5%	13.4%
B Teorías de la comunicación	16.4%	
C Literatura y Humanidades	9.0%	6.0%
D Producción de medios	19.4%	
E Otros	9.0%	17.9%
F Periodismo	1.5%	
G No respondió	37.3%	44.8%
H Producción de radio		10.4%
I Contabilidad		7.5%
Total	100.0%	100.0%

La producción de algunos medios con excepción del video, las teorías de comunicación y los conocimientos de matemáticas, estadística y contabilidad son algunos de los elementos que los egresados declaran han servido menos o, al extremo, no han servido en su desarrollo profesional.

Estos resultados son novedosos en cuanto a medios se refiere, pues se piensa que son los principales móviles para que el alumno estudie la carrera.

En cuanto a las materias de teoría de comunicación pone en alerta la revisión de la forma en que son impartidas y presentadas a los alumnos, pues deberían ser elementos claves de su formación.

Los conocimientos de matemáticas, estadística y contabilidad siempre han mostrado problema en los alumnos; los mayores índices de reprobación se encuentran en ellas, además de que los recién ingresados a la carrera declaran muchas veces que la escogieron por ser una licenciatura que tiene pocas matemáticas en su currícula.

4.4.2 Percepción sobre la formación en el área de Comunicación Organizacional.

Es importante conocer la visión general que los egresados tienen acerca de lo que la carrera les ofreció en relación al área de especialidad centrada en la comunicación organizacional.

Los resultados muestran que para la mayor parte de los egresados la especialidad si ha ayudado en su desarrollo:

Tabla 12 "Visión sobre la utilidad de la orientación centrada en comunicación organizacional"

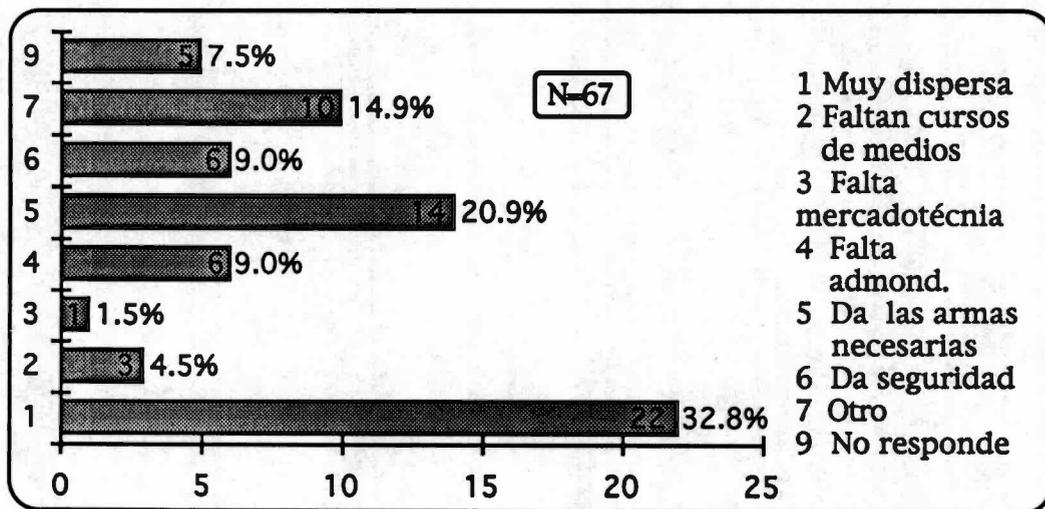
N=67

Ha ayudado?	Frecuencia	Porcentaje
Si	51	76.1%
No	12	17.9%
No responde	<u>4</u>	<u>6.0%</u>
Total	67	100%

Los números son suficientemente elocuentes, aun cuando el 17.9% es un porcentaje alto de alumnos que declaran no haber recibido beneficio de esta formación.

La apreciación general de la carrera se centra en una serie de elementos que quedan pobres o que faltan en el plan de estudios y son descritos por los egresados como (ver gráfica 17):

Gráfica 17 "Apreciación sobre la carrera"



Resulta preocupante ver que el 32.8% (22) de los egresados opina que la carrera es dispersa y que hay poca especialización. Tomando en cuenta el análisis curricular del plan 80' y 85' se puede pensar que esta dispersión se deba a que la carrera define terminales en medios y en comunicación organizacional, aclarando que el conocimiento de los medios está enfocado a su uso en las organizaciones.

4.5 CAMPO DE TRABAJO Y CONCIENCIA SOCIAL

Este punto refleja la opinión de los egresados sobre las áreas con mejores perspectivas de desarrollo para el comunicólogo; también deja ver la idea que tienen sobre la problemática del país y de la comunicación en la actualidad.

Estos aspectos permiten conocer el tipo de conciencia social que desarrollan en relación a su nivel económico, profesional y social.

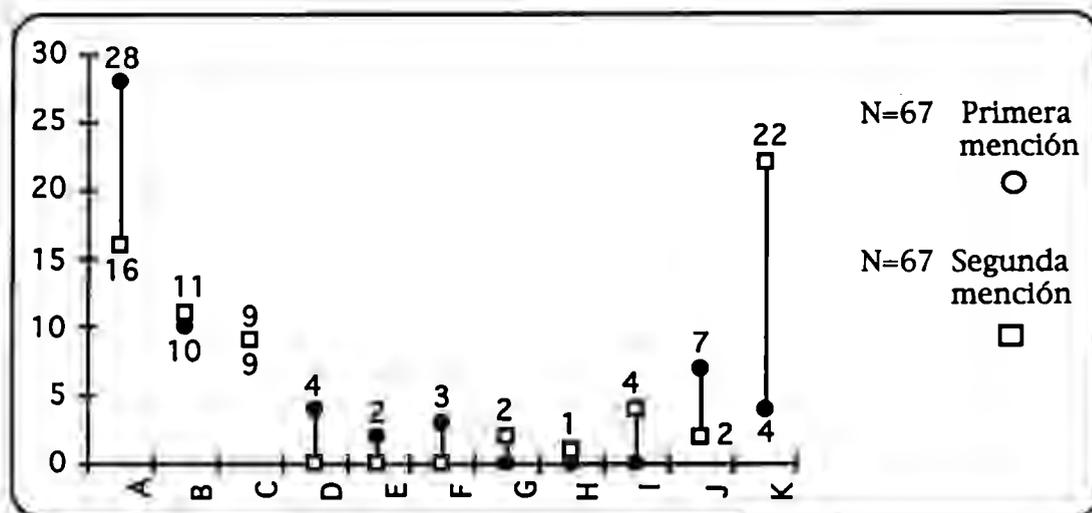
4.5.1 Perspectivas de desarrollo

Se presentan aquí las áreas de oportunidad que según la visión de los egresados ofrece la carrera. No se dejan afuera, sin embargo las áreas que tienen una función contraria, esto es, que a los ojos de los egresados juegan el papel opuesto.

Las áreas de mejores perspectivas se presentan de igual forma que se presentaron los resultados del punto 4.1.2,

comparando en una misma gráfica la primera y la segunda mención de los mismos:

Gráfica 18 "Áreas con mejores perspectivas de desarrollo"



Códigos de la gráfica 18:		Primera mención	Segunda mención
A	Imagen y comunicación organizacional	41.8%	23.9%
B	Publicidad y mercadotecnia	14.9%	16.4%
C	Producción de medios	13.4%	13.4%
D	Consultoría	6.0%	
E	Multimedia	3.0%	
F	Recursos humanos	4.5%	
G	Relaciones públicas		3.0%
H	Periodismo		1.5%
I	Producción editorial		6.0%
J	Otros	10.4%	3.0%
K	No responde	<u>6.0%</u>	<u>32.8%</u>
Total		100.0%	100.0%

Las áreas con mejores perspectivas de desarrollo a los ojos de los egresados son las centradas en teoría de la imagen y

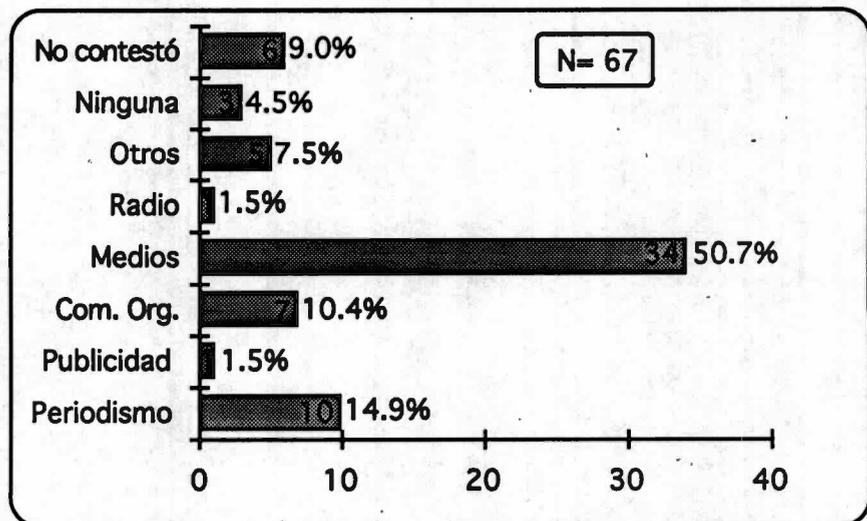
conocimientos sobre comunicación organizacional y en segundo término las relacionadas con aspectos de publicidad y mercadotecnia, teniendo entre las dos 44 y 21 menciones respectivamente.

La producción de medios logró 9 (13.4%) menciones en la primera respuesta y otras 9 (13.4%) en la segunda. El resto de las áreas mencionadas presentan baja frecuencia de respuestas.

Estos datos confirman la pertinencia de la especialidad a los ojos de los egresados, pero marca claramente la oportunidad que las áreas de publicidad y mercadotecnia ofrecen, y que como se ve en los planes 80" y 85" (apéndice B y C) no son suficientemente trabajadas a lo largo de currícula.

En cuanto a las áreas con peores perspectivas de desarrollo a los ojos de los jóvenes encuestados, la más nombrada es la referente a la producción de medios 34 (50.7%). Es importante notar que durante la carrera la producción es una de las prácticas a las cuáles los alumnos se entregan con mayor gusto. Se refieren a ella a lo largo de la carrera como un área importante de interés, no solo de estudio sino también de trabajo profesional. Sin embargo, a la vista de estos resultados no representan áreas reales de desarrollo.

Gráfica 19 " Áreas con peores perspectivas de desarrollo"



Si se unen los indicadores de "periodismo", "radio" y "medios", el porcentaje acumulado resulta en un 67.1% (45) de los encuestados que declaran a los medios como el área con las peores perspectivas de desarrollo.

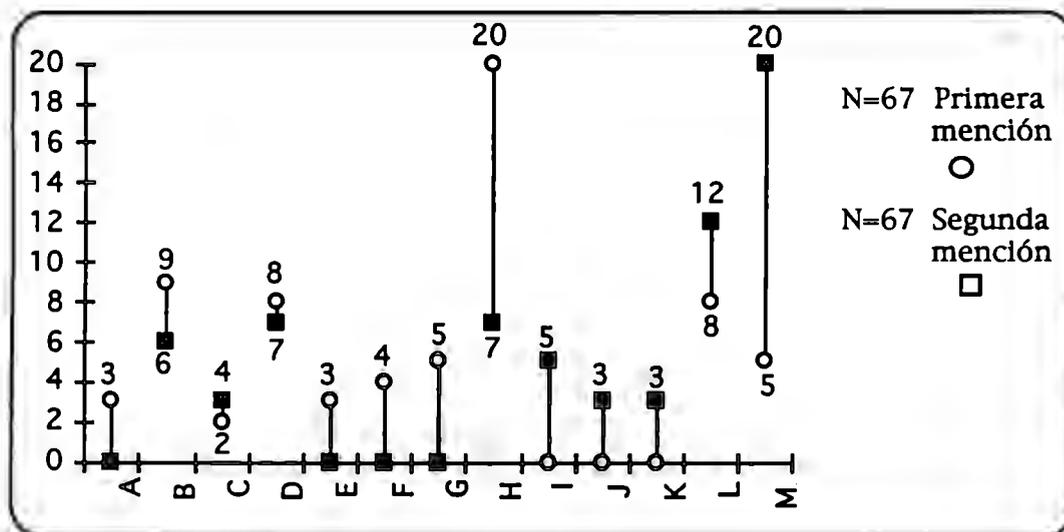
Comunicación organizacional y publicidad son áreas mencionadas únicamente 8 (11.9%) veces, resultado congruente con los datos obtenidos en las áreas con mejores perspectivas de desarrollo.

4.5.2 Conciencia Social

La opinión que los egresados tienen sobre la problemática social y de comunicación en el país es importante, ya que de alguna forma refleja elementos de conciencia social que la institución y la clase social a la que pertenecen les ha inculcado.

En cuanto a los problemas que aquejan al país, los comunicólogos responden que (ver gráfica. 20):

Gráfica 20 " Principales problemas que aquejan a México"



Códigos de la gráfica 20	Primera mención	Segunda mención
A Falta de profesionalismo	4.5%	
B Falta de educación	13.4%	9.0%
C Contaminación	3.0%	6.0%
D Desempleo	11.9%	10.4%
E Pobreza	4.5%	
F Desinformación	6.0%	
G Corrupción	7.5%	
H Economía	29.9%	10.4%
I Mediocridad		7.5%
J Inseguridad pública		4.5%
K Sociales		4.5%
L Otros	11.9%	17.9%
M No responde	<u>7.5%</u>	<u>29.9%</u>
Total	100.0%	100.0%

Los más grandes problemas que aquejan al país según opinión de los encuestados se centran en el "aspecto económico", la "falta de educación" y el "desempleo". El porcentaje acumulado entre ellos en la primera mención es de 55.2% (37) y en la segunda de 29.8% (20).

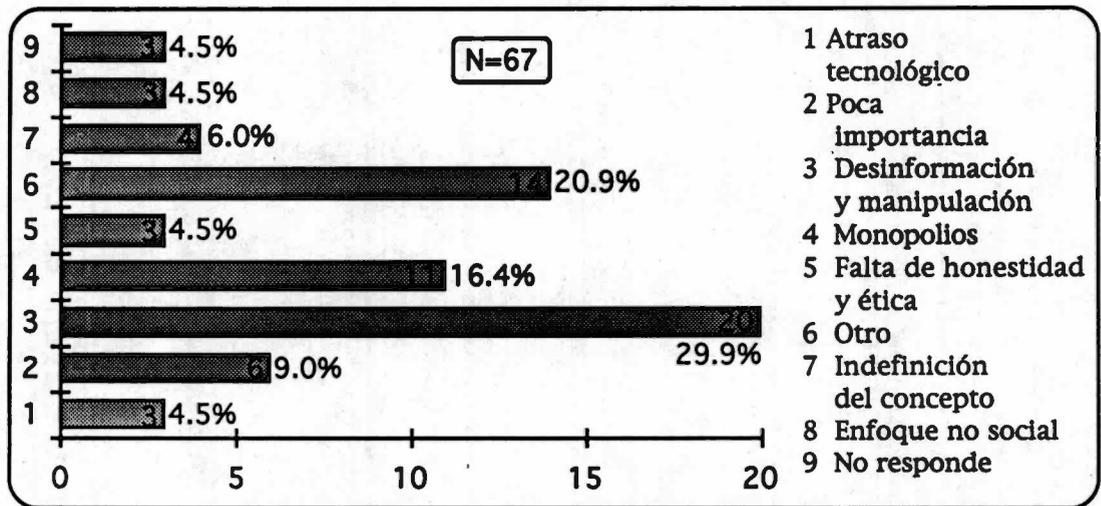
La pobreza es uno de los dos elementos menos mencionados, puede pensarse que su preocupación en este aspecto se refleja en los indicadores arriba mencionados, pero debe tomarse en cuenta el hecho de que la pobreza como tal únicamente aparece en dos ocasiones nombrada.

Puede pensarse que esta forma de ver al país se deba al estrato social de procedencia y a la característica privada de la institución. El otro aspecto que casi no es nombrado es el relacionado con el profesionalismo.

En lo que respecta a los problemas más graves de comunicación que aquejan al país, la opinión de los egresados se centra en elementos de desinformación, manipulación y monopolios existentes. Mencionan también el grave problema que representa el darle tan poca importancia a la comunicación por sí misma.

Las respuestas se dieron de la siguiente forma (gráfica 21):

Gráfica 21 " Problemas más graves de comunicación en México"

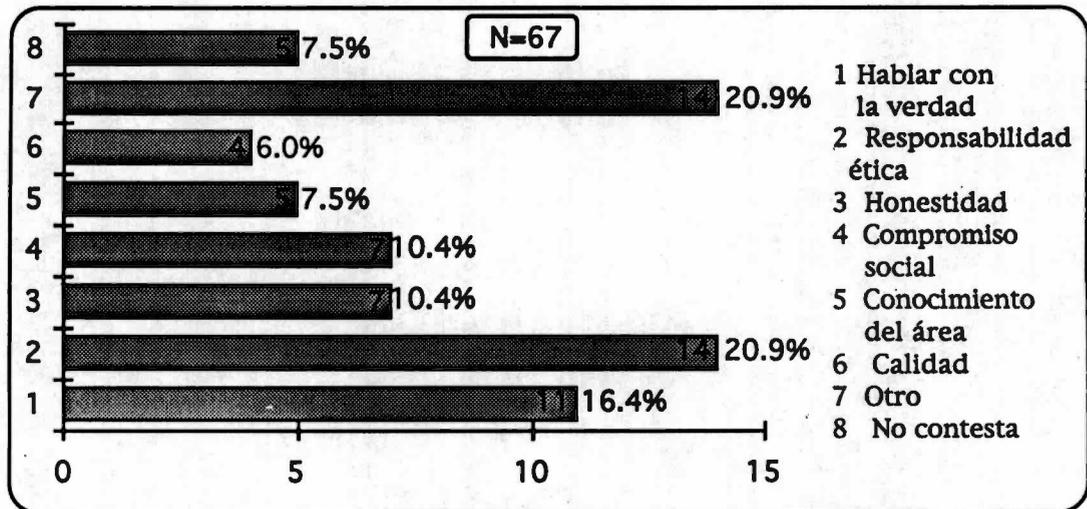


El 29.9% (20) de los egresados opinan que la desinformación y manipulación son los principales problemas que aquejan al país; a un 16.4% les parece que los monopolios creados son así mismo conflictivos en México.

Aun cuando poco mencionados, el atraso tecnológico en el que se encuentran grandes sectores del país les preocupa, así como también les preocupa la falta de honestidad y ética con la que se maneja la comunicación.

Como último punto de esta variable relacionada con la conciencia social de los egresados, se les cuestionó acerca de la forma en que definen la responsabilidad social de un comunicador profesional, a lo que respondieron lo siguiente (gráfica 22):

Gráfica 22 "Responsabilidad social del comunicador profesional"



Parece ser que los principales puntos de preocupación en cuanto a la responsabilidad que el comunicólogo tiene a nivel profesional son en opinión de la muestra encuestada, la verdad, la responsabilidad, la honestidad y la ética al ejercer la profesión.

4.6 CARACTERÍSTICAS DE LA INSTITUCION Y DEL EGRESADO

Conocer la imagen que los egresados se llevan acerca de la institución, las características con las cuáles se describen, y las que piensan son fomentadas por la misma son elementos importantes a tratar en este apartado. Estos aspectos dan información sobre elementos que en la actualidad preocupan de sobremanera al ITESM y a los empleadores.

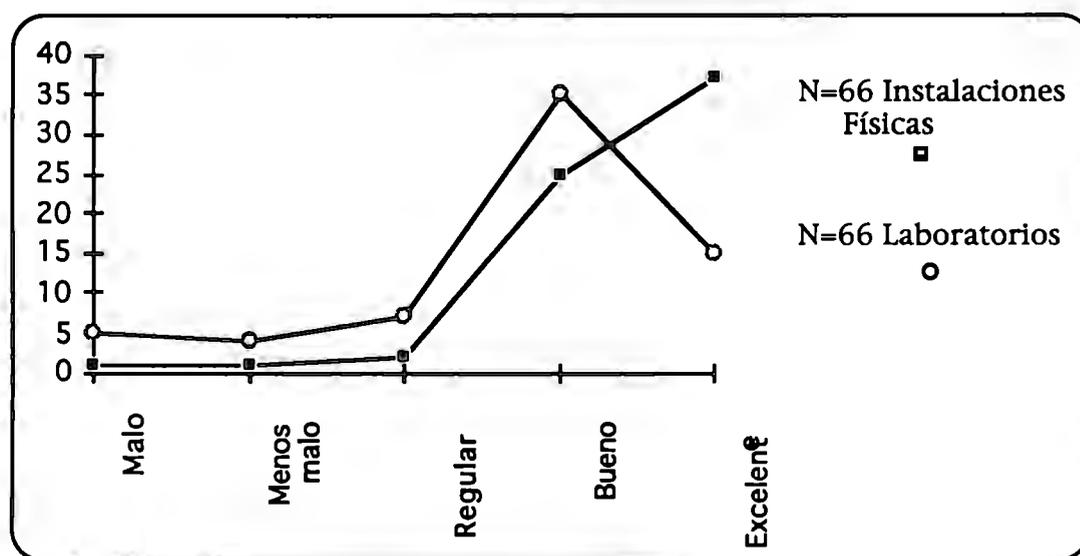
4.6.1 Aspectos del ITESM

Este apartado se divide en tres puntos básicos: el referente a instalaciones físicas, el relacionado con aspectos académicos y

una primera impresión acerca de la calidad de los valores aportados por la institución.

En cuanto a las instalaciones físicas, se cuestionó sobre ellas en general, y en particular por las condiciones de los laboratorio de medios. Las respuestas al respecto se mostraron de la siguiente forma:

Gráfica 23 "Instalaciones físicas del Campus"



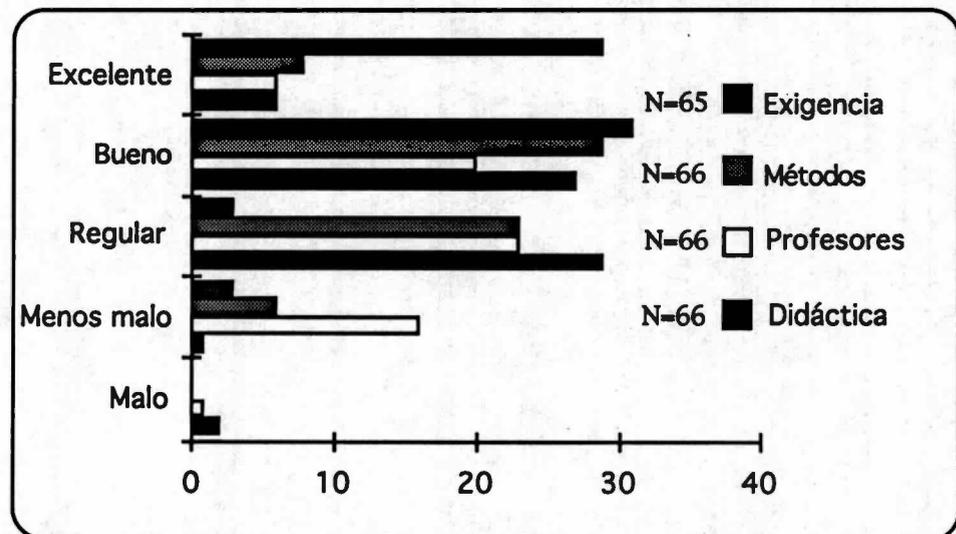
El 55.2% (37) de los egresados opina que las instalaciones físicas son excelentes, un 37.3% (25) opinan que se encuentran en buenas condiciones lo que deja un porcentaje acumulado del 92.5% de exalumnos que tienen en un buen concepto el estado de las instalaciones.

Estos resultados eran predecibles, ya que el TEC. pone mucho cuidado, además de dinero, en mantenerse a la vanguardia tecnológica. A ello se agrega la preocupación extrema de mantener en excelentes condiciones las instalaciones.

En cuanto a los elementos académicos se cuestionó sobre la calidad del plan de estudios, de la planta de profesores, los métodos didácticos y por último la exigencia académica. Las opiniones se encuentran entre el nivel excelente hasta el nivel malo.

La media de las respuestas se encuentra de la siguiente forma:

Gráfica 24 " Condiciones académicas"



Las frecuencias y porcentajes de donde sale la gráfica 23 se presentan en la siguiente matriz:

	Plan	Profesores	Didáctica	Exigencia	Total
Malo	2 3.1%	1 1.5%	0	0	3 1.1%
Menos malo	1 1.5%	16 24.2%	6 9.1%	3 4.5%	26 9.8%
Regular	29 44.6%	23 34.8%	23 34.8%	3 4.5%	78 29.6%
Bueno	27 41.5%	20 30.3%	29 43.9%	31 47.0%	107 40.6%
Excelente	6 9.2%	6 9.1%	8 12.1%	29 43.9%	49 18.6%
Total	65 100.0%	66 100.0%	66 100.0%	66 100.0%	263 100.0%

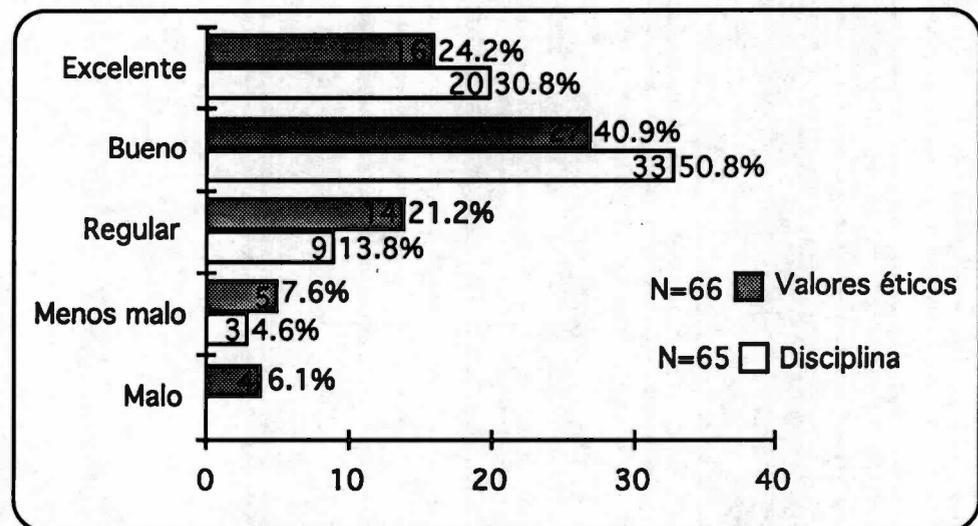
Se reconoce claramente que la exigencia es tomada como un valor agregado muy bien calificado por los egresados. No así en el caso de profesores, plan de estudios y métodos didácticos. Estos son vistos entre buenos y regulares, para los estándares de la institución estos resultados son sumamente bajos.

Sería importante mencionar que entre enero de 1991 y diciembre de 1992 el departamento de comunicación vivió una crisis de poder, ya que cambió en tres ocasiones de jefe de departamento de forma abrupta.

Sin embargo es de preocuparse que sea tan bajo el número de alumnos que tienen una opinión de "excelente" sobre los aspectos académicos del Campus.

Finalmente evaluaron el orden, la disciplina y la promoción de valores éticos y sociales, sobre los que responden que:

Gráfica 25 " Opinión sobre la disciplina, el orden y promoción de valores éticos y sociales"



En cuanto a los valores éticos y sociales que el ITESM inculca en sus alumnos, las opiniones son entre buenas y excelentes, asimismo en lo referente al orden y disciplina que se les impone. Los porcentajes acumulados son de 81.6% y de 65.1% respectivamente.

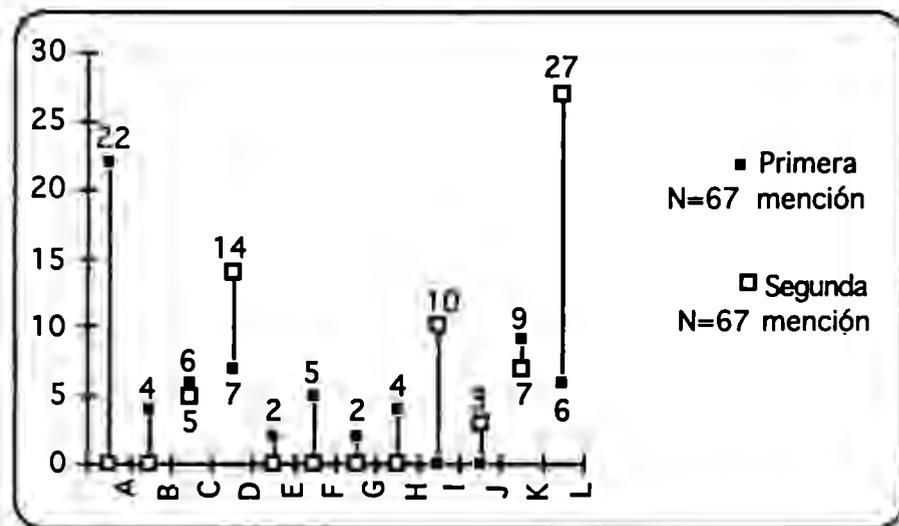
Un aspecto por demás interesante que se ha venido perfilando a lo largo de la investigación, son las características

propias de los egresados, según su opinión. Se manejan en dos niveles: las llamadas primera y segunda mención.

Los puntos más característicos vuelven a centrarse en las habilidades y capacidades que el ITESM desarrolla en sus alumnos, más que en los conocimientos específicos de la carrera.

Las respuestas se distribuyen de la siguiente forma:

Gráfica 26 "Características de los egresados"



Códigos de la gráfica 26	Primera mención	Segunda mención
A Trabajo bajo presión	52.8%	
B Imagen, prestigio	6.0%	
C Emprendedor	9.0%	7.5%
D Responsabilidad	10.4%	20.9%
E Ética	3.0%	
F Liderazgo	7.5%	
G Disciplina	5.0%	
H Triunfadores	6.0%	
I Calidad		14.7%

J Nivel académico		4.5%
K Otro	13.4%	10.4%
L No responde	<u>9.0%</u>	<u>41.8%</u>
Total	100%	100%

Se confirma que el trabajo bajo presión (22 egresados que forman un 52.8% de la muestra) y la responsabilidad (21 menciones en total) son las características de mayor peso en los egresados. Se menciona también el espíritu emprendedor(11 menciones en total) y el liderazgo, nombrado en 5 ocasiones (7.5/%) dentro de la primera lista, este último dato representa un bajo porcentaje para los estándares del ITESM.

Actualmente el ITESM hace esfuerzos notables por elevar estas dos últimas características en las formación de sus profesionales.

Finalmente el 44.8% (30) de los egresados recomendarían sin reservas la carrera de comunicación, el 6.0% (4) no lo haría y un 47.8% (32) lo haría con reservas. Un egresado (1.5%) prefirió no responder a la pregunta.

Estos resultados dejan un gran reto a las autoridades para continuar con las características que apoyan el desarrollo de los egresados por un lado, pero por el otro, un compromiso fuerte de continuar trabajando en la parte académica del departamento.

4.6.2 Características comparativas del egresado con las fomentadas por el ITESM.

La forma en que el egresado se describe tiene generalmente que ver con el tipo de formación que el ITESM ofrece; el cómo esto es identificado por los ex-a-tecs, es un indicador que permite medir la pertinencia de los valores inculcados por la Institución.

La respuesta deja ver que los perfiles obtenidos de los egresados y del ITESM en contados casos son diferentes, pero aun en estos pocos casos la distancia es menor a 2 intervalos.

A través del nivel de medición ordinal de la variable, se maneja una larga lista de características encontrando el perfil de los alumnos en relación con el perfil de la institución. La forma en la cual se presentó la pregunta fue la siguiente:

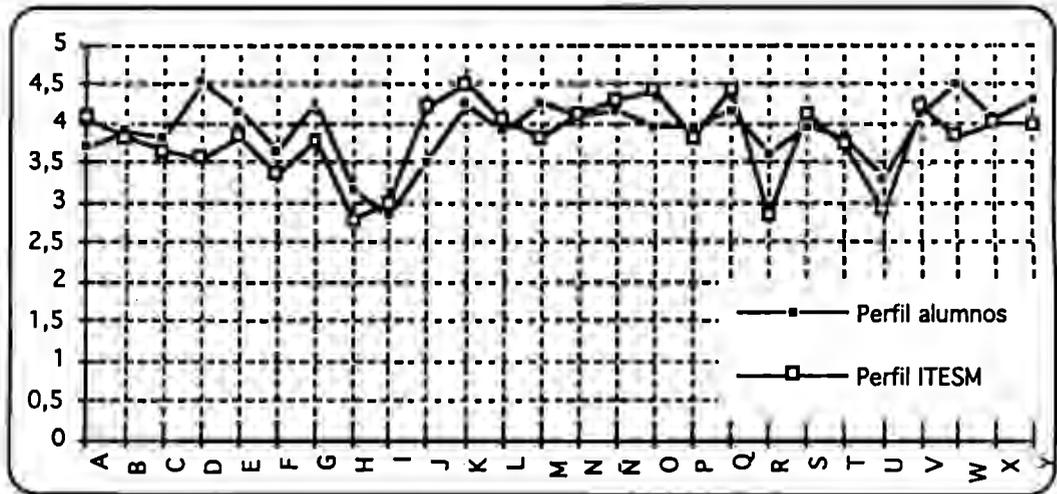
"Grado en que las siguientes características te describen a ti como persona y las que a tu parecer son fomentadas por el ITESM."

El eje Y de la siguiente gráfica de resultados representa los intervalos de medición, y el eje X las características que fueron cuestionadas a los egresados.

Para poder comentar sobre el perfil resultante, se presenta a continuación la gráfica 27:

Gráfica 27 " Perfil comparativo de características :
Egresado/ITESM"

N=26 /26



En donde el eje Y tiene los siguientes valores:

Nada					Mucho
1	2	3	4	5	

Y el eje X :

- | | | | |
|---|--------------------|---|---|
| A | Líder | O | Emprendedor |
| B | Analítico | P | Espíritu crítico |
| C | Creativo | Q | Activo |
| D | Leal | R | Flexible |
| E | Inteligente | S | Innovador |
| F | Diplomático | T | Negociador |
| G | Ético | U | Consecuente |
| H | Paciente | V | Dinámico |
| I | Conservador | W | Honrado |
| J | Organizado | X | Comprometido con el entorno |
| K | Exigente | Y | Aprecio por los valores culturales y sociales |
| L | Tomador de riesgos | | |
| M | De amplio criterio | | |
| N | Positivo | | |
| Ñ | Con empuje | | |

Los dos perfiles muestran una muy similar identificación con las características arriba mencionadas. El perfil del egresado que se dibuja en el gráfico es muy similar al perfil que el describe en relación al ITESM; los dos se encuentran situados entre los valores 4.5 y 3.

Son tres los aspectos que más difieren entre uno y otro, el primero es el referente a la "lealtad". El ex-alumno se describe con mayor lealtad que el Instituto. Se identifica también como más dinámico y flexible. Y se siente menos organizado que el ITESM.

De las 26 características que se midieron, 10 (38.46%) se cruzan en el mismo vértice, situación que permite ver como el egresado se identifica mucho con las características que se le atribuyen al ITESM. De las características en las cuáles se definen como iguales, destacan: el ser analítico, conservador, tomador de riesgos, positivo, negociador, comprometido con el entorno entre otros.

Resulta interesante saber que se definen igual de conservadores que la Institución, se pensaría sin ver los números, que los jóvenes se vieran menos conservadores.

Con esta variable, se terminan de analizar y presentar los resultados obtenidos en la investigación, y de ellos se derivan las conclusiones del trabajo.

5 CONCLUSIONES

Parece oportuno terminar el trabajo realizado con una serie de conclusiones relacionadas con las preguntas básicas de la investigación, iniciando con la información general y terminando con las características de la Institución y de los egresados según la óptica de estos últimos, pasando por las variables relacionadas con las actividades académicas, la trayectoria laboral, la formación profesional y el campo de trabajo.

1. Una primera conclusión se refiere a que una gran cantidad (por lo menos dos tercios) de los jóvenes que egresan de la carrera de Comunicación en el ITESM CEM son mujeres, las cuáles al momento de la investigación declaran un promedio de edad de 25 años; en su mayoría solteras.

El 90% estudiaron en la preparatoria del TEC y en escuelas privadas que se encuentran en la zona Metropolitana de la Ciudad de México, generalmente en los Municipios del Estado de México que colindan con el Instituto.

Los jóvenes declaran que el principal motivo por el que decidieron ingresar al Campus fue la reputación que el ITESM como sistema ha logrado a través de los años. Este resultado confirma el hecho de que la universidad además de legitimar a las profesiones otorga un elevado estatus a los profesionistas. Acceden al Instituto

no por que el plan de estudios satisfaga sus intereses en cuanto al conocimiento de la Comunicación, sino por que obtener un título del ITESM les abrirá (según opinión de académicos y padres de familia) más puertas en el mercado laboral.

Del total de encuestados, una quinta parte estudió el plan 80' y el resto el plan 85', situación que está directamente relacionada con la fecha en la cual la carrera abre sus puertas al público. En base a la investigación realizada sobre la trayectoria del Campus, se sabe que es en agosto de 1984 cuando la carrera inicia sus labores con un total de 60 alumnos, el plan 85' está a un año de implantarse, y sólo logran ingresar 2 generaciones al plan 80'.

Por lo anterior se concluye que la población de egresados del Campus es realmente joven, con cuatro años de experiencia el que más, y una corta carrera profesional.

2. En cuanto a las actividades académicas que han desempeñado después de su graduación, es clara su inclinación en la búsqueda del desarrollo de ciertas habilidades específicas que los vuelvan más competitivos en el mundo laboral, dejando a un lado el crecimiento puramente académico.

Se vislumbra por lo mismo poco interés de los egresados en participar en actividades académicas después de terminada la carrera, actitud que resulta muchas de las veces por que la Institución, como tecnológico que es, no inculca el gusto por la

investigación, centra su educación en la práctica y en la relación con el campo de trabajo. Se vincula al alumno con el medio empresarial y productivo, no con el académico. El ITESM, como tecnológico deja a un lado la parte de investigación, que como comentan Enrique Cárdenas y Escandón Domínguez es un elemento clave de la misión de cualquier universidad.

Lo anterior se corrobora con los resultados que arrojó el instrumento de recolección de datos, donde el 82% de los egresados no pertenecen a ningún tipo de asociación, y únicamente un 3% se encuentra en asociaciones académicas. Si a esto aunamos el hecho de que sólo un 31.3% realizó estudios de posgrado, el 10.4% cursó diplomados y un 32.8% otro tipo de estudios (10 de los cuáles lo hicieron en inglés) la situación se vuelve más definitiva pues los datos no son excluyentes.

El ITESM maneja en sus *Principios* la necesidad de dedicarse a la investigación como apoyo a los programas de posgrado, pero no lo toma como una prioridad a nivel de profesional.

Es congruente entonces que ninguno de los graduados haya realizado estudios de doctorado, que muy pocos de ellos lo hayan hecho a nivel de maestría y que además su interés de asociación sea en actividades profesionales y no académicas.

El ser competitivo se vuelve si es un elemento básico para su desarrollo, saben que el dominio del idioma inglés les ayuda a esto

y aún cuando la mayor parte de las veces lo han aprendido en las escuelas particulares de las cuáles provienen, los resultados muestran su interés constante en el perfeccionamiento del mismo. Todos declaran tener conocimiento del idioma, con un manejo medio de 80% a 90% en lectura y expresión verbal.

Cómo se describe en el marco de referencia, las escuelas privadas tienden a la práctica olvidándose frecuentemente de la investigación. Escandón es muy inquisitivo en este aspecto, diciendo que la universidad no debería aceptar el reduccionismo de la super especialidad tecnológica, ni orientarse "por criterios de demanda mercantil o productiva".

Cabría preguntarse en este punto, ¿el Tecnológico debe funcionar bajo las premisas que rigen a la universidad? No, su base es el estudio de las ciencias aplicadas, y los egresados lo confirman.

3. La trayectoria laboral continua dando datos al respecto, al mostrar que el 92.9% de los egresados trabajan en empresas privadas, confirmando que éstas requieren generalmente en sus filas a profesionistas de instituciones educativas privadas. Se confirma el hecho de que las instituciones educativas privadas, por su estructura, buscan mantener el equilibrio económico y satisfacer, a través de los egresados, las necesidades de la cultura capitalista. Zamorano afirma que "la ubicación en los espacios laborales se relaciona... con el carácter de la institución educativa

de egreso y con la propia extracción de clase del egresado".(citado por Luna p65)

Sin embargo, la situación económica imperante en el país y algunos otros fenómenos, mencionados por que Eleuterio Zamanillo entre los que destacan "el crecimiento demográfico... la presión social de tener la oportunidad para incorporarse a la "élite" (tan buscada por los egresados del ITESM)... la sobreespecialización...- a veces obligada por el afán de estar a la moda en materia de conocimientos científicos y tecnológicos internacionales... parece haber significado la producción de profesionales para quienes no hay cabida en la estructura actual del mercado de empleo..."(citado por Bojalil pp 46-48).

En este aspecto los resultados en principio son halagadores, ya que el 83.5% de los encuestados declaran estar trabajando. Sin embargo, el 35.7% lo hace en el ITESM, que finalmente es su alma mater y podría dejar pie a pensar que ha sido la falta de otras oportunidades la que los obligó regresar a ella. La muestra se reduce entonces a menos del 50% trabajando en otra institución diferente del tec.

Sin embargo no se debiera concluir, sin más investigación al respecto, el hecho de que los egresados que trabajan en el ITESM lo hagan por la reflexión que Enrique Sánchez Ruiz realiza: "...los mediocres van al desempleo y subempleo o cambian de campo de trabajo. El peor de los casos, que ocurre con cierta frecuencia en

nuestro país, es que éstos últimos, para evadir el desempleo, se incorporen a la universidad que los acepta por la misma falta de personal..."(citado por Luna p61)

La situación planteada es preocupante tanto por la institución como por los egresados. Sin embargo pudiera pensarse que algunos de los egresados decidieron incorporarse al ITESM por otro tipo de circunstancias.

Sea cual fuere su lugar de trabajo, el grado de movilidad laboral que reportan los comunicólogos comparado con el tiempo que tienen de egreso, (al momento de hacer el cuestionario el más antiguo tenía 4 años de haber egresado) es al parecer alto. El 50% de ellos declaran haber tenido entre 2 y 3 empleos, y el 35.8% de los que trabajan declaran haber estado en un solo trabajo.

Las causas pueden ser muchas, por lo que si no se tienen entrevistas individuales y un seguimiento constante de ellas, resultará siempre difícil hacer una conclusión definitiva al respecto.

Se concluye como halagador el hecho de que el 73.7% no ha tardado más de 8 meses en encontrar su primer empleo. El punto es especialmente importante de observar ya que, existe la tendencia de medir la eficiencia y calidad de la carrera y de la institución en relación al número de egresados que trabajan; el ITESM toma en

cuenta incluso el salario promedio que reciben los egresados para evaluar la efectividad académica.

Otro punto importante de mencionar se refiere a que el 87.5% de los trabajadores, desempeñan sus actividades en instituciones que dedican su esfuerzo laboral a prestar servicios y sólo una cuarta parte de ellos lo hacen en empresas que tienen como función principal la comunicación.

Los resultados son entendibles, pero se esperaría que los egresados con una especialidad en Comunicación Organizacional tuvieran cabida en cualquier tipo de empresa, llámese de transformación , comercial o de servicios, pues la formación que se les brinda tiene como fin el desarrollo de capacidades comunicativas que permita su desempeño en cualquier departamento que realice las funciones de comunicación en una empresa.

Las condiciones contractuales son en general satisfactorias según los estándares de la Institución (ITESM); una cuarta parte de los egresados (25%) dice ocupar puestos de dirección o de gerencia, - no olvidemos que la ubicación real del puesto depende de una serie de factores, no todos ellos conocidos a través del cuestionario, y que un puesto de director puede variar enormemente entre una institución y otra- otro 31.6% declara trabajar como coordinador de área, supervisor o jefe de departamento, y sólo el 12.5% en la producción de medios. Otra gran concentración (casi un 18%) la

encontramos en el área de mercadotecnia, más el 16% que declaran dedicarse a la enseñanza.

Sin embargo más del 60% tiene un sueldo abajo de los N\$4,000.00 y un poco menos de la mitad dice tener personal a su cargo. Se puede pensar, que el lograr insertarse en el sistema productivo, obliga en ocasiones a soportar condiciones laborales abajo de lo esperado por un egresado del ITESM.

Mucho se ha dicho que el Tec. prepara a las líneas de alto mando de las empresas, y podría decirse que, según lo que respondieron, algunos ya llegaron y otros están en camino.

Se confirma nuevamente el hecho de que las universidades privadas requieren mantener el equilibrio económico logrando satisfacer con los egresados las necesidades de los industriales que los apoyan y que finalmente responden a una estructura capitalista. Buscan formar a los grupos que tomarán las decisiones, a los administradores y gestores empresariales.

Resulta importante comentar en este punto que la postura de los egresados se ve muchas veces exagerada en cuanto a las pretensiones que tienen al salir de la carrera, y que ello les ha provocado en más de una ocasión el perder una buena oportunidad de empleo.

El problema básico parece centrarse en el hecho de que muy pocos trabajan haciendo actividades de comunicación organizacional. Únicamente 4 de los 56 egresados lo hacen de manera directa. Las actividades principales a las que se dedican están dispersas entre las ventas, las relaciones públicas, la publicidad, los recursos humanos, una gran concentración en la administración y el profesorado.

Las respuestas son muy claras, únicamente el 10.7% (6) trabaja directamente en la producción de medios y un 7.1% (4) en comunicación organizacional. En este punto es importante traer a colación lo comentado por Carlos Luna referente a la legión de egresados de comunicación que se lanzan al mercado laboral con el propósito de ejercer su muy particular concepto de la profesión.

4. Es importante ligar estas conclusiones con lo obtenido en relación a la formación profesional, ya que los datos resultan contradictorios respecto a lo que los alumnos detectan como conocimientos útiles e importantes.

Un alto porcentaje de egresados opina que las áreas de conocimiento que más le ayudaron son, además de las teórico/culturales, las relacionadas con la especialidad en comunicación organizacional, de la que piensan en general que si les ha servido, aún cuando no trabajen directamente en ella.

El ITESM como se dijo en su momento, mantiene una línea clara hacia el estudio de la comunicación organizacional. A este respecto Raúl Fuentes plantea que, entre las posturas adoptadas por las universidades que imparten la carrera de comunicación, la ampliación hacia "...el campo de acción profesional... en ...ámbitos no masivos relacionados con las mismas funciones económico-políticas, como el de la comunicación interna y externa de las organizaciones públicas y privadas..." representa un rico espacio laboral para los comunicólogos.

Las respuestas al respecto, aunque entendibles, permiten un espacio de reflexión por el hecho de que durante la carrera, el principal motivador es la producción de medios, además de que generalmente al entrevistar a los jóvenes de primer ingreso expresan su interés por los medios como punto clave para estudiar la carrera. Ahora, ya egresados la mayoría responde que, la producción de medios, es de los conocimientos que menos ayudaron a su formación profesional y lo confirman al responder sobre la apreciación general que tienen de la carrera, pues sólo tres de los encuestados dijeron que hacían falta en la currícula cursos sobre la enseñanza de los mismos.

Sin embargo piensan que la carrera es muy dispersa y que se requiere mayor énfasis en las áreas de mercadotecnia y publicidad, situación entendible, ya que este campo laboral ha representado buenas oportunidades de trabajo para quienes lograron insertarse en él.

La conclusión obligada es que los egresados no ven, o no aprenden a, un área de oportunidad en la Comunicación Organizacional y por lo tanto no saben transmitir el concepto, beneficio, etc. a los empleadores que los entrevistan. Buscan la administración, las relaciones públicas, la publicidad y las ventas como opciones. Y no es que estas actividades no tengan que ver con la Comunicación Organizacional, sino que la limitan y muchas veces la trasgiversan.

Resulta que los conocimientos que les fueron más útiles y que ven con mejores perspectivas de desarrollo son los de comunicación e imagen organizacional, que se imparten en un 20.8% de las materias de la carrera, aunque durante esta muestran generalmente preferencia por la producción de medios.

Es claro que no se ha sabido transmitir a los jóvenes estudiantes la especialidad que ofrece la Institución y el área de oportunidad que existe en el mercado de trabajo.

Están interesados en un desarrollo profesional no académico buscando el refuerzo de una serie de habilidades que reconocen como excelentes en el ITESM: exigencia, responsabilidad (reforzada a través del trabajo bajo presión), disciplina, liderazgo etc.

El ITESM las define como cualidades y las marca como parte explícita de sus principios de trabajo.

5. De forma congruente, al opinar sobre las áreas con mejores perspectivas de desarrollo para el comunicador ponen en primer término a la Comunicación Organizacional y a la Imagen Organizacional, en segundo puesto colocan la Publicidad y Mercadotecnia y hasta un tercer puesto a los Medios de Comunicación.

Se puede concluir por lo tanto que el egresado entiende la especialidad como área de oportunidad, pero que no le es fácil insertarse en este campo de trabajo. Podría pensarse, por experiencia, que en principio el área no les es atractiva y dedican su mayor esfuerzo durante la carrera a los medios, dejando a un lado la formación organizacional. Este es seguramente uno de los talones de Aquiles que se tendrán que trabajar en adelante con los estudiantes de todos los semestres.

La conciencia social en cuanto a los principales problemas de México que expresan los comunicólogos del ITESM Campus Estado de México, está centrada en la problemática económica del país, el desempleo y en la falta de educación. Estas respuestas tienen que ver con el estrato económico del que provienen y con la naturaleza privada de la Institución, entre otros aspectos.

La pobreza como tal se menciona muy poco, aunque podría pensarse que las problemáticas planteadas la incluyen de alguna forma.

Con respecto a la comunicación, el mayor problema lo centran en la desinformación y manipulación; se puede pensar que la inquietud por conocer la verdad y la libertad son móviles fuertes en los jóvenes, sin que esto le quite peso a la problemática planteada.

La verdad, la responsabilidad, la honestidad y la ética al ejercer la profesión, son también aspectos de gran preocupación para los comunicólogos del ITESM.

6. Finalmente el desarrollo de ciertas características y habilidades que el Instituto fomenta en sus estudiantes, es muy reconocido tanto por los egresados como por los empleadores. Entre las habilidades que los egresados reconocen en un primer acercamiento al tema se encuentran el trabajo bajo presión, la disciplina y responsabilidad, las habilidades de expresión escrita y oral entre otras.

El plan 95 tiene como parte muy importante de su curricula desarrollar de forma más estructurada una larga serie de características que se manejan como elementos distintivos que funcionaran como un valor agregado que el Instituto ofrece a sus alumnos. Sin embargo hay que estar en alerta para evitar que se sacrifiquen elementos didácticos o académicos por mantenerlas.

En cuanto a la imagen que el egresado tiene de la Institución en relación a sus instalaciones, condiciones académicas, disciplina y valores, la respuesta es alarmante.

Se expresan muy bien de las instalaciones físicas y laboratorios, de los niveles de exigencia que les impone el Instituto, pero encuentran entre buenos y regulares los métodos de enseñanza y el plan de estudios, así como el nivel de los profesores.

Es importante contextualizar esta conclusión, ya que en los años de estudio de los egresados que formaron parte de la muestra, la carrera estaba en formación o sufriendo una crisis administrativa, con una gran movilidad de profesores e incluso de administrativos.

Sin embargo desde el 92 a la fecha la planta de profesores ha logrado estabilizarse, teniendo los 11 profesores de planta nivel de maestría o doctorado con un interés muy claro en la academia situación que ha reforzado enormemente la parte teórica de la currícula.

Los egresados dicen que recomendarían la carrera plenamente y con reservas en porcentajes similares del 45%. Al momento de definir un perfil propio del ex-atec en comparación a un perfil del ITESM, los resultados son asombrosamente similares.

Se puede concluir que lo otorgado por la Institución en cuanto a valores, disciplina , habilidades y características de trabajo son siempre elementos apreciados por el egresado, y que el problema básico (y sobre todo preocupante) se centra en la parte académica.

El problema está planteado. El reto es claro y las posibilidades de enfrentarlo muchas, pero resulta básico mantener un seguimiento continuo de los egresados de la carrera de comunicación del Campus Estado de México.

6 CONSIDERACIONES GENERALES Y RECOMENDACIONES

La información obtenida de este trabajo ha dado las primeras pautas para la evaluación de la curricula. Se han identificado elementos claves sobre los que hay que discutir, ahondar en su estudio y sobre todo actuar.

Se presenta como básico el hacer explícito para los jóvenes estudiantes la tendencia organizacional de la carrera. Como obvio ha causado ceguera, se ha pensado que por ser esta la orientación del Sistema los alumnos la identifican de forma natural, no ha sido así.

Se confirma el hecho de que la mayoría de los egresados trabajan en empresas privadas bajo condiciones laborales no muy lejanas a lo esperado por el Instituto.

Se recomienda tomar acción más específica en los procesos de inducción de los nuevos estudiantes, pues ellos empiezan a tener conocimiento del área de especialidad hasta el cuarto o quinto semestre de la carrera. Los resultados dejan ver que ya fuera de la misma se dan cuenta que los elementos de mayor utilidad en su desarrollo distan de ser los medios masivos.

Es claro que no se ha sabido transmitir a los jóvenes estudiantes la especialidad que ofrece la Institución y el área de oportunidad que existe en el mercado de trabajo.

Otro aspecto es tomar conciencia de las expectativas que se le despiertan a los alumnos en cuanto a las condiciones laborales que encontrarán como recién egresados, buscando con esto evitar frustraciones al centrarlos en la realidad del mercado de trabajo hoy en día.

Hay que tomar en cuenta el hecho de otorgar el justo valor a las situaciones disciplinarias y condiciones de trabajo manteniendo un énfasis especial a la parte académica.

La última consideración, está directamente relacionada con la intención de la investigación, y se refiere a la continuidad que debe darse a este trabajo. Su validez está relacionada de forma muy directa con el seguimiento de la misma a través del tiempo.

APENDICE A

PRINCIPIOS DEL ITESM

"1. ...es una institución particular sin fines de lucro, de finalidades exclusivamente académicas, independiente y ajena a partidarios políticos, ideológicos y religiosos.

2. ...está integrado por su consejo, sus rectores, sus vicerrectores, sus directores, su cuerpo docente, su alumnado y sus funcionarios y empleados.

3. ...tiene como misión fundamental formar profesionales y posgraduados, con niveles de excelencia en el campo de su especialidad.

Además, ...mediante programas específicos y políticas educativas, propicia en sus estudiantes el desarrollo de las cualidades siguientes:

- * el espíritu emprendedor e innovador;**
- * la vocación de líderes comprometidos con el desarrollo de las comunidades;**
- * la honradez;**
- * el respeto a la dignidad de la persona humana y a sus deberes y derechos inherentes, tales como el derecho a la verdad, a la libertad y a la seguridad jurídica;**
- * y el aprecio por los valores culturales, históricos y sociales de la comunidad y del país.**

Para realizar su misión fundamental, el Sistema ITESM también

- * se dedica a la investigación como apoyo a los programas de posgrado;**

- * desarrolla programas de educación continua para la actualización de los conocimientos de los profesionales y para ejecutivos de alto nivel;
- * e imparte Enseñanza Media Superior para tener niveles óptimos en los programas profesionales.

Para el logro del nivel de excelencia y calidad buscado, el Sistema ITESM adopta la filosofía del mejoramiento continuo.

4. ...el Sistema ITESM está abierto a todo estudiante sin distinción de raza, credo, ideología o posición social. Sólo los requisitos de capacidad y el compromiso de cumplir los reglamentos del Instituto, son factores limitativos en su política de admisión y de selección de alumnos, y necesarios para mantener el alto nivel académico que la institución pretende.

5. El gobierno del Sistema ITESM es atribución de su consejo, de sus rectores, vicerrectores y directores, y de su cuerpo docente, de acuerdo con el Estatuto General del Sistema ITESM.

6. ...profesa la libertad académica. Entiende por ella:

- * la libertad de investigación...y la correlativa libertad para publicar...
- * la libertad de cátedra...sin más límite que la sujeción a los planes y programas de estudio vigentes...y el respeto a los valores...(con el) compromiso de no utilizar la cátedra como medio de proselitismo político o religioso...
- * la libertad de expresión...siempre que al ejercer responsablemente este derecho manifieste con

claridad que se expresa individualmente y no lo hace ni como componente ni a nombre de áquel.

7. -considera-...la necesidad de que cada uno de sus profesores amplíe y profundice sus conocimientos y afirme su vocación académica...-para lo cual el Sistema deberá-procurar con máxima diligencia los medios para que puedan alcanzar tales objetivos.

8. ...reconoce el derecho de asociación...siempre que sus actividades y los respectivos estatutos no contraríen los principios ni las finalidades de la institución.

9. Ideal del Sistema ITESM es asimismo la participación responsable de sus estudiantes tanto en la búsqueda de su propio perfeccionamiento como en la del mejoramiento de la institución....

10. El Sistema ITESM reconoce y respeta el derecho de sus estudiantes a sustentar fuera del Instituto sus propios puntos de vista, como persona y como ciudadanos, sobre cualquier problema ajeno a la institución, siempre que lo haga con carácter personal y no como miembros del Instituto o de sus organismos estudiantiles" (Principios, Misión y Organización del Sistema ITESM pp 9-14)

APENDICE B

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION PLAN 80

MATERIA	NOMBRE DE LA MATERIA	SEM.	C-L-U
H	Redacción en Español	0	3 0 8
H	Comp. Lectura en Inglés	0	3 0 8
Co	Comunicación Oral	1	3 0 8
Co	Teoría de la Comunicación I	1	3 0 8
Ma	Matem. Aplic. Ciencias Soc.	1	3 0 8
Or	T. de Administración I	1	3 0 8
Rh	Sociología	1	3 0 8
Rh	Psicología	1	3 0 8
Cf	Int. a la Contabilidad	2	3 0 8
Co	T. de la Comunicación II	2	3 0 8
Co	Métodos de la Inv.	2	3 0 8
Ec	Temas Econ. Contemp.	2	3 0 8
Ma	Estadística aplic, C.S.	2	3 0 8
Or	Teoría de Admond. II	2	3 0 8
Co	Comunicación Gráfica	3	3 0 8
Co	Medios de comunic. I	3	3 0 8
H	Hist. Arte Contemporáneo	3	3 0 8
H	Estructura de la lengua	3	3 0 8
Rh	Admond. Recur. Humanos	3	3 0 8
Si	Computación aplic. a C.S.	3	3 0 8
Co	Medios de comunic II	4	3 0 8
Co	Laboratorio I	4	3 0 8
H	Semántica	4	3 0 8
H	Semiótica	4	3 0 8
Mt	Mercadotécnica	4	3 0 8
Rh	Comportamiento en la Org.	4	3 0 8
Co	Medios de comunic. III	5	3 0 8
Co	Laboratorio II	5	3 0 8

H	Historia del Pensamiento	5	3 0 8
H	Lit. Universal Contemp..	5	3 0 8
H	Redacción avanzada	5	3 0 8
Mt	Análisis de mercados	5	3 0 8
Co	Guón medios comunic.	6	3 0 8
Co	Comunicación en grupos	6	3 0 8
Co	Opinión Pública	6	3 0 8
Co	Laboratorio III	6	3 0 8
H	Lit. Esp. Contemporánea	6	3 0 8
Op	Optativa profesional I	6	3 0 8
Co	Producción audiovisual	7	3 0 8
Co	Comunicación organizacional	7	3 0 8
Co	Imagen Organizacional	7	3 0 8
H	Lit. Hispanoamericana Cont.	7	3 0 8
Oc	Optativa cultural I	7	3 0 8
Op	Optativa profesional II	7	3 0 8
Co	Sem. Com. Orgnizacional	8	3 0 8
Co	Sem. Imagen Organizacional	8	3 0 8
Co	Laboratorio IV	8	3 0 8
Oc	Optativa cultural II	8	3 0 8
Op	Optativa profesional III	8	3 0 8
Op	Optativa profesional IV	8	3 0 8

APENDICE C

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION PLAN 85

MATERIA	NOMBRE DE LA MATERIA	SEM.	C-L-U
H	Redacción en Español	0	3 0 8
H	Comp. Lectura Inglés	0	3 0 8
Co	Teoría de comunicación I	1	3 0 8
Co	Métodología de la Inv. I	1	3 0 8
Ma	Mate. para Ciencias Sociales	1	3 0 8
Or	Administración I	1	3 0 8
Rh	Psicología	1	3 0 8
Si	Computación para las C.S.	1	3 0 8
Cf	Contabilidad	2	3 0 8
Co	Teoría de comunicación II	2	3 0 8
Ec	Economía I	2	3 0 8
Ma	Estadística para las C.S.	2	3 0 8
Or	Administración II	2	3 0 8
Rh	Sociología	2	3 0 8
Co	Comunicación gráfica	3	3 0 8
Co	Medios de comunic. I	3	3 0 8
Co	Métodos de Inv. II	3	3 0 8
H	Estructura de la Lengua I	3	3 0 8
H	Redacción Avanzada	3	3 0 8
Rh	Administración Rec. Hum.	3	3 0 8
Co	Expresión Oral	4	3 0 8
Co	Medios Comunicación II	4	3 0 8
Co	Guión para medios	4	3 0 8
H	Análisis del pens. univer.	4	3 0 8
H	Estructura de la Lengua II	4	3 0 8
Mt	Mercadotecnia I	4	3 0 8
Co	Teoría de la Comunic. III	5	3 0 8

Co	Medios Comunic. III	5	3 0 8
Co	Opinión Pública	5	3 0 8
H	Análisis del pens. mexicano	5	3 0 8
H	Estructura de la Lengua III	5	3 0 8
Mt	Investig. de mercados	5	3 0 8
Co	Medios de Comunic. IV	6	3 0 8
Co	Medios de Comunic. V	6	3 0 8
Co	Comunicación Intercultural	6	3 0 8
Co	Tópicos Comunicación I	6	3 0 8
H	Literatura Universal Cont.	6	3 0 8
Mt	Publicidad I	6	3 0 8
Co	Medios Comunic. VI	7	3 0 8
Co	Comunic. Organizacional	7	3 0 8
Co	Imagen Organizacional	7	3 0 8
Co	Persuasión y Cambio	7	3 0 8
Co	Tópicos Comunicación II	7	3 0 8
H	Lit. Hispanoamericana Cont.	7	3 0 8
Co	Medios Comunic. VII	8	3 0 8
Co	Sem. de Com. Organizacional	8	3 0 8
Co	Sem. imagen Organizacional	8	3 0 8
Co	Tópicos Comunic. III	8	3 0 8
H	Lit. Mexicana Cont.	8	3 0 8
H	Humanidades I	8	3 0 8
Co	Medios Comunic. VIII	9	3 0 8
Co	Apreciación cinematográf.	9	3 0 8
Co	Edición de Revistas	9	3 0 8
Co	Tópicos Comuni. IV	9	3 0 8
D	Der. aplic. a la Comunicación	9	3 0 8
H	Humanidades II	9	3 0 8

APENDICE D

SEGUIMIENTO CRONOLOGICO DE EGRESADOS DE LA CARRERA DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION DEL ITESM

La presente encuesta tiene como fin el conocer cuál ha sido el desarrollo profesional de los alumnos egresados de la carrera de Licenciado en Ciencias de la Comunicación del Campus Estado de México. Los resultados obtenidos nos permitirán tomar acciones en la preparación del nuevo plan de estudios y fortalecer relaciones con las empresas. Agradezco de antemano tu colaboración.

DATOS GENERALES

- 1.- Nombre: _____
- 2.- Edad: _____ años
- 3.- Sexo: F () M ()
- 4.- Estado Civil: Soltero () Casado () Separado () Divorciado ()
- 5.- Lugar de nacimiento _____
- 6.- Domicilio: _____
- 7.- Teléfono: _____
- 8.- Trabajas actualmente? SI _____ NO _____ (pasa a la pregunta 13)
- 9.- Empresa donde trabajas: _____
- 10.- Dirección : _____
- 11.- Teléfono: _____
- 12.- Puesto que desempeñas: _____
- 13.- En que escuela cursaste la preparatoria? _____
- 14.- Porqué ingresaste a estudiar al ITESM Campus Estado de México? _____
- 15.- Fecha de tu graduación:
- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| () Mayo de 1988 | () Diciembre de 1990 |
| () Diciembre de 1988 | () Mayo de 1991 |
| () Mayo de 1989 | () Diciembre de 1991 |
| () Diciembre de 1989 | () Mayo de 1992 |
| () Mayo de 1990 | () Diciembre de 1992 |

16.- ¿ Qué plan de estudios cursaste ?

- () Plan 80
() Plan 85

ACTIVIDADES ACADEMICAS

17.- Describe cronológicamente los estudios realizados después de la Licenciatura:

Título o Grado	Institución	Fecha de Inicio	Fecha de término (si continúas estudiando deja en blanco esta columna)
Posgrado	_____	_____	_____
	_____	_____	_____
	_____	_____	_____
	_____	_____	_____
Otros estudios	_____	_____	_____
	_____	_____	_____
	_____	_____	_____
	_____	_____	_____

18.- ¿ Pertenece a alguna asociación?
 SI _____ Dí cuál(es) NO _____

Profesional	Académica
_____	_____
_____	_____
_____	_____

19.- Anota que Idiomas, además del español conoces:

Idioma	% Lectura	% Comprensión	% Conversación
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

TRAYECTORIA LABORAL

20.- Si has tenido más de un empleo, anota en orden cronológico los trabajos en los cuáles has laborado, responde sobre los siguientes puntos:

Nombre de la empresa, actividad principal que realizaste, puesto, fecha de inicio y término, sueldo inicial y final y como o a través de quien contactaste dicho trabajo;

si no has tenido más de un empleo, pasa a la pregunta 21.

Las siguientes preguntas se refieren a tu trabajo actual, por favor anota los datos correspondientes:

21.- Empresa para la que trabajo: _____

22.- Ramo de dicha empresa: _____

23.- Mi puesto actual es: _____

24.- Tiempo que llevo en mi puesto actual: _____ años

25.- El puesto de mi jefe inmediato o a quien le reporto es: _____

26.- Mi sueldo actual :N\$ _____ (en números cerrados)

27.- Describe en forma detallada la actividad que realizas en tu trabajo:

28.- Con quien te relacionas dentro y fuera de la Institución:

29.- En mi área ¿cuento con personal que me reporta?

SI _____ NO _____

30.- Si la respuesta es SI, ¿cuál es el número de personal que me reporta?

31.- Qué actividades de capacitación fueron necesarias para el desarrollo de tus habilidades profesionales?

FORMACION PROFESIONAL

32.- Anota en orden de importancia cinco aspectos de tu formación profesional (conocimientos o actividades obtenidos durante el estudio de tu carrera) que han servido en tu desarrollo laboral:

33.- Anota en orden de importancia 5 aspectos de tu formación profesional (conocimientos o actividades obtenidos durante el estudio de tu carrera) que no han servido en tu desarrollo laboral:

34.- Anota el nombre de 3 profesores que te hayan impactado durante tu época de estudiante. Explica brevemente qué fue lo que ellos hicieron para lograr el impacto. (pueden ser aspectos positivos o negativos)

35.- Responde en una escala del 1 al 5 sobre los siguientes aspectos del ITESM Campus Estado de México:

	Malo			Excelente	
	1	2	3	4	5
Instalaciones físicas	1	2	3	4	5
Laboratorios	1	2	3	4	5
Plan de estudios	1	2	3	4	5
Planta de profesores	1	2	3	4	5
Métodos didácticos	1	2	3	4	5
Exigencia académica	1	2	3	4	5
Orden y disciplina	1	2	3	4	5
Promoción de valores éticos y sociales	1	2	3	4	5

Responde detalladamente las siguientes preguntas:

36.- ¿Cuáles crees que son las características propias de los egresados del ITESM en comparación con egresados de otras Universidades?

37.- La formación en Comunicación Organizacional que pretende el ITESM ¿ ha ayudado en tu desarrollo profesional?

SI _____ ¿Cómo? _____

NO _____ ¿Porqué? _____

38.- Recomendarías esta carrera a familiares y o amigos?

SI _____ NO _____ CON RESERVAS _____

39- De acuerdo con tu experiencia ¿cuál es tu apreciación sobre lo que recibiste en la carrera?

CAMPO DE TRABAJO

40.- ¿Cuáles son en tu opinión las áreas de la comunicación con mejores perspectivas de desarrollo personal, profesional y económico?

41.- ¿Cuáles son en tu opinión las áreas de la comunicación con peores perspectivas de desarrollo personal, profesional y económico?

42.- ¿Cuáles son en tu opinión los problemas más graves que aquejan al país?

43.- ¿Cuáles son en tu opinión los problemas más graves de comunicación en el país?

44.- ¿Cómo definirías la responsabilidad social de un comunicador profesional?

45.- Indica el grado en que las siguientes características te describen a tí como persona en el lado izquierdo, y el lado derecho las que a tu parecer son fomentadas por el ITESM CEM.

Tú eres

Nada Mucho
1 2 3 4 5

El ITESM fomenta

Nada Moderadamente Extremadamente
1 2 3 4 5

- Líder
- Analítico
- Creativo
- Leal
- Inteligente
- Diplomático
- Ético
- Paciente
- Conservador
- Organizado
- Exigente
- Tomador de riesgos
- De amplio criterio
- Positivo
- Con empuje
- Emprendedor
- Espíritu crítico
- Activo
- Flexible
- Innovador
- Negociador
- Consecuente
- Dinámico
- Honrado
- Comprometido con el entorno
- Aprecio por los valores culturales y sociales

APÉNDICE E

MANUAL DE CODIFICACION

- | | | |
|---------------------------------------|--|----------------------------|
| 1.- Edad | La que indique | 9) No contestó |
| 2.- Sexo | 1) Femenino | 2) Masculino |
| 3.- Estado civil | 1) Soltero
3) Separado | 2) Casado
4) Divorciado |
| 4.- Trabajas actualmente | 1) Sí | 2) No |
| 5.- Trabajas en el ITESM CEM | 1) Sí | 2) No |
| 6.- La institución donde trabajas es: | 1) Pública
99) No aplica | 2) Privada |
| 7.- El ramo de la empresa es: | 1) Comunicación
2) Publicidad
3) Otra
99) No aplica | |
| 8.- La empresa donde trabajas es: | 1) De transformación
2) De servicios
3) Comercial
4) Otra
99) No aplica | |
| 9.- Puesto que desempeñas: | 1) Director o gerente
2) Jefe de departamento
3) Ejecutivo de cuenta
4) Asistente de mercadotecnia
5) Productor de medios
6) Supervisor
7) Coordinador de área
8) Profesor
9) Otro
10) Ninguno
99) No aplica | |

- 8) Maestría en Desarrollo Organizacional
- 9) Otro
- 10) No contestó
- 99) No aplica

17.- Qué tipo de diplomado?

- 1) En Publicidad
- 2) En mercadotecnia
- 3) En periodismo
- 4) En Microcomputación admón..
- 5) En comercialización estratégica
- 6) Otro
- 99) No aplica

18.-En dónde realizaste tus estudios de posgrado?

- 1) ITESM
- 2) CADEC
- 3) Universidad Iberoamericana
- 4) U. of. Wisconsin-Stout
- 5) Otras univ. públicas nal.
- 6) Otras univ. privadas nal.
- 99) No aplica

19.- Has realizado otros estudios complementarios?

- 1) Si
- 2) No
- 3) No contesta

20.- Qué estudios realizaste?

- 1) Idiomas
- 2) Computación
- 3) Talleres de redacción
- 4) Producción publicitaria
- 5) Otros
- 6) No contesta
- 99) No aplica

21.-En dónde realizaste tus estudios?

- 1) ITESM
- 2) Otras instituciones
- 3) Fuera del país
- 4) No contestó
- 99) No aplica

22.- Pertenece a alguna asociación?

- 1) Sí
- 2) No

29.- Tiempo que tardaste en encontrar tu primer empleo

- 1) De cero a menos 6 meses
- 2) De cero a 2 meses
- 3) De 3 meses a 5 meses
- 4) De 6 meses a 8 meses
- 5) De 9 meses a 11 meses
- 6) De 12 meses a 14 meses
- 7) De 15 meses a 18 meses
- 8) Más de 18 meses
- 9) No contesta

30.- Tiempo que llevo en mi puesto actual

- 1) De uno a 5 meses
- 2) De 6 meses a 11 meses
- 3) De 12 a 17 meses
- 4) De 18 a 24 meses
- 5) Más de 24 meses
- 9) No responde
- 99) No aplica

31.- Mi jefe inmediato es?

- 1) Dueño
- 2) Director
- 3) Gerente
- 4) Jefe de área
- 5) Nadie (Yo mismo)
- 6) Consejo administrativo
- 7) Coordinadora del Centro de medios
- 9) No responde
- 99) No aplica

32.- Mi sueldo actual es:

- 1) De 1,000 a 2,500
- 2) De 2,501 a 4,000
- 3) De 4,001 a 5,500
- 4) De 5,501 a 7,000
- 5) De 7,001 a 8,500
- 6) De 8,501 a 10,000
- 7) No respondió
- 8) Variable

38.- Qué actividades de capacitación fueron necesarias para el desarrollo de tus habilidades profesionales?

- 1) Diseño por computadoras
- 2) Inglés
- 3) Economía y finanzas
- 4) Administración
- 5) Publicidad
- 6) Otros
- 7) Ninguno
- 8) Habilidades docentes
- 9) No contestó

39.- Aspectos de tu desarrollo profesional que han servido principalmente en tu trabajo:

- 1) Imagen corporativa
- 2) Trabajo bajo presión
- 3) Habilidades escritas y orales
- 4) Publicidad y mercadotecnia
- 5) Disciplina y responsabilidad
- 6) Computación
- 7) Com. organizacional
- 8) Grupos pequeños
- 9) No contestó
- 10) Materias teórico,culturales
- 11) Otros

40.- Aspectos de tu desarrollo profesional que han servido en segundo término en tu trabajo:

- 1) Publicidad y mercadotecnia
- 2) Responsabilidad
- 3) Trabajo bajo presión
- 4) Producción de medios
- 5) Com. Organizacional
- 6) Imagen organizacional
- 7) Calidad
- 8) Trabajo en equipo
- 9) No contestó

- 10) Materias teóricas y culturales
- 11) Otros

41.- Anota los principales aspectos que no han sido útiles en tu desarrollo profesional:

- 1) Matemáticas y estadística
- 2) Teorías de comunicación
- 3) Literatura y humanidades
- 4) Producción de medios
- 5) Otros
- 6) Periodismo
- 9) No respondió

42.- Anota los aspectos que en segundo término no han sido útiles en tu desarrollo profesional:

- 1) Producción de radio
- 2) Humanidades y literatura
- 3) Matemáticas y estadística
- 4) Contabilidad
- 5)Otros
- 9) No responde

43.1- Las instalaciones físicas del ITESM son a tu parecer:

- 1) Malas
- 2) Menos malas
- 3) Regulares
- 4) Buenas
- 5) Excelentes

43.2- Los laboratorios del ITESM son a tu parecer:

- 1) Malos
- 2) Menos malos
- 3) Regulares
- 4) Buenos
- 5) Excelentes

43.3- El plan de estudios del ITESM son a tu parecer:

- 1) Malo
- 2) Menos malo
- 3) Regular

- 4) Bueno
- 5) Excelente

43.4- La planta de profesores del ITESM es a tu parecer:

- 1) Mala
- 2) Menos mala
- 3) Regular
- 4) Buena
- 5) Excelente

43.5- Los métodos didácticos del ITESM son a tu parecer:

- 1) Malos
- 2) Menos malos
- 3) Regulares
- 4) Buenos
- 5) Excelentes

43.6- La exigencia académica del ITESM es a tu parecer:

- 1) Mala
- 2) Menos mala
- 3) Regular
- 4) Buena
- 5) Excelentes

43.7- El orden y disciplina del ITESM es a tu parecer:

- 1) Malas
- 2) Menos malas
- 3) Regulares
- 4) Buenas
- 5) Excelentes

43.8- La promoción de valores éticos y sociales del ITESM es a tu parecer:

- 1) Mala
- 2) Menos mala
- 3) Regulares
- 4) Buena
- 5) Excelentes

44.-Anota las que, según tú, son las principales características propias de los egresados del TEC.

- 1) Trabajo bajo presión
- 2) Imagen, prestigio

- 3) Emprendedor
- 4) Responsabilidad
- 5) Ética
- 6) Liderazgo
- 7) Disciplina
- 8) Otros
- 9) No contestó
- 10) Triunfadores

45.- Anota las que, según tú, son las segundas características propias de los egresados del TEC.

- 1) Calidad
- 2) Responsabilidad
- 3) Nivel académico
- 4) Emprendedores
- 5) Otros
- 9) No contestó

46.- Ha ayudado a tu desarrollo profesional la formación de comunicación organizacional?

- 1) Si
- 2) No
- 9) no responde

47.- Recomendarías la carrera?

- 1) Si
- 2) No
- 3) con reservas
- 9) No responde

48.-Cuál es tu apreciación sobre lo que recibiste en la carrera?

- 1) Muy dispersa, falta especialización
- 2) Faltan cursos de medios
- 3) Falta mercadotecnia
- 4) Faltan conocimientos en administración
- 5) Da suficientes armas
- 6) Da mucha seguridad
- 7) Otros
- 9) No contestó

49.- Cuáles son en tu opinión las principales áreas con mejores perspectivas de desarrollo:

- 1) Imagen y comunicación organizacional

- 2) Publicidad y mercadotecnia
- 3) Producción de medios
- 4) Consultoría
- 5) Multimedia
- 6) Recursos Humanos
- 7) Otros
- 9) No contestó

50.- Cuáles son en tu opinión las áreas que en segunda posición tienen mejores perspectivas de desarrollo?

- 1) Mercadotecnia y publicidad
- 2) Imagen y Com. Organizacional
- 3) Producción de medios
- 4) Relaciones públicas
- 5) Periodismo
- 6) Producción Editorial
- 7) Otros
- 9) No contestó

51.- Cuáles son en tu opinión las áreas que tienen peores perspectivas de desarrollo?

- 1) Periodismo
- 3) Publicidad
- 4) Comunicación organizacional
- 5) Los medios
- 6) Radio
- 7) Otros
- 8) Ninguna
- 9) No contestó

52.- Cuáles son en tu opinión los principales problemas que aquejan al país?

- 1) Falta de profesionalismo
- 2) Falta de educación
- 3) Contaminación
- 4) Desempleo
- 5) Pobreza
- 6) Desinformación
- 7) Corrupción
- 8) Económica
- 9) No contestó
- 10) Otro

53.- Cuáles son en tu opinión los segundos problemas más graves que aquejan al país?

- 1) Mediocridad
- 2) Desempleo
- 3) Inseguridad pública
- 4) Ignorancia
- 5) Ambientales
- 6) Recesión económica
- 7) Otros
- 8) Sociales
- 9) No contestó

54.- Cuáles son en tu opinión los problemas más graves de comunicación en el país?

- 1) Atraso tecnológico
- 2) Poca importancia a la comunicación
- 3) Desinformación y manipulación
- 4) Monopolios
- 5) Falta de honestidad y ética
- 6) Otro
- 7) Indefinición del concepto
- 8) Enfoque no social
- 9) No contestó

55.- Cómo definirías la responsabilidad social de un comunicador profesional?

- 1) Hablar con la verdad
- 2) Responsabilidad y ética al comunicar
- 3) Honestidad
- 4) Compromiso con el entorno
- 5) Gran conocimiento del área que se maneja
- 6) Trabajo con calidad
- 7) Otro
- 9) No contestó

7 BIBLIOGRAFIA

ANDER EGG, Ezequiel. *Técnicas de Investigación Social*. 22 Ed. El Ateneo S.A. de C.V. México 1991.

ANDION, Mauricio. *Las profesiones en México Seminario interdisciplinario del Programa de Superación Académica*. Compilador. Núm. UAM Unidad Xochimilco 2 de junio de 1989.

ARDAVIN, Migoni Bernardo. *Reflexiones sobre la educación superior. La Misión de la Universidad*. ITAM 1990

BOJALIL, Jaber Luis Felipe y Lechuga Solis Graciela. *Las Profesiones en México. Seminario Interdisciplinario del Programa de Superación Académica*. Compiladores. UAM Xochimilco. 14 y 15 de noviembre de 1988. México 1989.

CASTRO, Bojorquez Abel. *Critica de la formación del profesional de la Comunicación en México y una propuesta alternativa*. Tesis. Universidad Iberoamericana. México 1983.

DIAZ BARRIGA, Angel y Pacheco Méndez Teresa. *Cinco Aproximaciones al Estudio de las Profesiones*. Cuadernos del CESU "21" UNAM México 1990.

DIAZ, Barriga. *La profesión ¿ un referente en la construcción curricular?* copias.

ELIZONDO , Ricardo. *El Tecnológico de Monterrey: Relación de 50 años.* Vicerrectoría Académica del Sistema ITESM. 1er. edición 1993. Monterrey N.L. México

ESCANDON, Domínguez Carlos. *La Misión de la Universidad en México como parte del Sistema Educativo. LA MISIÓN DE LA UNIVERSIDAD.* ITAM 1990

FUENTES, Navarro Raúl. *Diseño Curricular para las Escuelas de Comunicación.* Ed. Trillas México 1991.

ITESM. *Principios, Misión y Organización del Sistema Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.* Rectoría del Sistema ITESM 1986.

ITESM Campus Estado de México. *Decimosexto Informe Anual.* Más de 365 datos de 1993 en el ITESM 50 Aniversario.

ITESM Campus Estado de México. *Clase Mundial Siglo XXI* México marzo de 1993.

LATAPI, Pablo y Guillermo Villaseñor. *Profesiones y Sociedad.* Textos Escogidos Núm. 11 Mayo de 1986. ITESO, Comisión para el Fomento Editorial Guadalajara Jal. México.

- LATAPI, Pablo. *Profesiones y Sociedad: Un marco teórico para su estudio. Revista Latinoamericana de Estudios Educativos* México, Vol.XII No. 4 1982, pp 59-74
- LIZARRAGA, Rebeca. "Continua el gobierno como el principal sosteneconómico de las Universidades Públicas: CSG". *El Financiero* . México D.F. 28 de abril de 1993. p36
- LOZANO, José Carlos. Editor *Anuario de Investigación de la Comunicación*. CONEICC México 1994.
- LUNA, Cortés Carlos. *La formación profesional de comunicadores en México: Revisión Documental*. ITESO Guadalajara. Abril 1991.
- NAJMAN, Dragoljub. *Proceso a la Universidad*. Cap.1 Análisis Crítico de la Enseñanza Superior. Barcelona España. Noguer 1977
- PESCADOR, José Angel. *Poder Político y Educación en México*. UTEHA, México 1985.
- PAOLI, Bolio Francisco. " Educación Superior. Inicio de la recuperación" *El Financiero* México D.F. 17 de junio de 1993. p38
- PAOLI, Bolio José Francisco. "Educación Superior: Instituciones privadas". *El Financiero*. 3 de Junio de 1993. p34

RIVERA, Flores Antonio. *La educación Superior y el Tratado Trilateral de Libre Comercio México. Estados Unidos y Canadá.*(copias)

SELLTIZ,C. y Jahoda M. *Métodos de Investigación en las relaciones sociales.* Ed. Rialp, S.A. Séptima edición. Madrid 1965.

SORIANO, Rojas Raúl. *Guía para realizar INVESTIGACIONES SOCIALES* Ed. Plaza y Valdéz. México septiembre de 1994.

VITAE

Dolores Angeles Ricaño, nacida en México Distrito Federal, el 31 de enero de 1958. Obtiene el título de Licenciada en Ciencias de la Comunidad en 1980, siendo egresada del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Monterrey. Trabajó en el Corporativo de Cervecería Cuauhtemoc los 2 años siguientes a su graduación, en un programa para Jubilados; en los años posteriores colaboró en la Comisión del Papaloapan como asistente del Subdirector de Administración y Finanzas en Cd. Alemán Veracruz; como encargada del proyecto "Promotora de Servicios de Salud" en San Salvador, el Salvador C.A.; y como profesora de tiempo parcial en la Universidad Matías Delgado para la carrera de Comunicación en San Salvador, el Salvador C.A.. A partir de 1987 pasa a formar parte de la planta de profesores del ITESM Campus Estado de México y en 1990 se hace cargo de la dirección de la Carrera de Comunicación. Actualmente es directora del Departamento de Comunicación del mismo Campus.

Dirección permanente:

Francisco Jiménez #1

Circuito Circunvalación Oriente Cd. Satélite

Naucalpan de Juárez Edo. Mex.

México