

Seguimiento de egresados de la escuela de ciencias de la comunicación, del instituto campechano, Campeche, México

María Candelaria Quen-Vargas

Instituto Campeche, Calle 10 #357 Col. Centro.

C.P. 24000, Campeche, Campeche, México.

Autor para la correspondencia: qvmmary@hotmail.com

Recepción: 22 agosto 2018

Aprobado: 05 febrero 2019

Resumen

La Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC) del Instituto Campechano (IC) con 32 años de fundación no cuenta con un programa de “Seguimiento de Egresados”, el cual es de suma importancia para cualquier institución, al brindar un panorama de viabilidad del plan de estudios.

Este programa busca identificar las áreas laborales en las que se encuentran trabajando los egresados de la ECC. El objetivo de la investigación es identificar las áreas laborales donde se encuentran los egresados, así como identificar el número de egresados que están titulados y determinar cuántos egresados están en proceso de titulación.

Este estudio es cuantitativo, descriptivo no experimental. El instrumento utilizado fue proporcionado por la Universidad Autónoma de Chihuahua el cual consta de 41 ítems. La duración de la recopilación de datos fue de 136 días del 27 de mayo al 9 de octubre del 2016. Se obtuvieron un total de 272 visitas, de las cuales solo el 19.5% finalizó en su totalidad la encuesta. La edad promedio de los encuestados fue de 22 a 34 años, de estos el 30.2% son titulados, el 69.8% no son titulados, el 52.3% trabaja en el sector público, el 36.4% en el sector privado y el 11.4% como profesional independiente. Además, entre estos el 74.9% trabaja en alguna rama de la carrera de comunicación, mientras que el 25% no tiene relación con su carrera.

Con base en lo anterior se puede señalar que los alumnos trabajan en algún sector público o privado ejerciendo algo que compete a su carrera, sin embargo, muy pocos de los egresados tienen una cultura emprendedora para crear sus propias fuentes de trabajo.

Palabras clave: Satisfacción y formación académica, Desempeño profesional, Actualización.

Abstract

The School of Sciences Communication (ECC) of the Instituto Campechano (IC), with 32 years of foundation, does not have a “Graduate Tracking” program, which is very important for any institution, since it provides a feasibility panorama of the Curriculum.

This program seeks to identify the work areas in which graduates of the ECC are working. The objective of the research is to identify the work areas where the graduates are, as well as to identify the number of graduates who are graduates and to determine how many graduates are in the process of qualification.

This study is quantitative, descriptive, not experimental. The instrument used was provided by the Autonomous University of Chihuahua, which consists of 41 items. The duration of the data collection was 136 days from May 27 to October 9, 2016. A total of 272 visits were obtained, of which only 19.5% completed the survey in its entirety. The average age of the respondents was from 22 to 34 years, of these 30.2% are graduates, 69.8% are not graduates, 52.3% work in the public sector, 36.4% in the private sector and 11.4% as a professional Independent. In addition, among these 74.9% work in some branch of the communication career, while 25% have no relationship with their career.

Based on the above it can be noted that students work in a public or private sector exercising something that is relevant to their career, however, very few of the graduates have an entrepreneurial culture to create their own sources of work.

Keywords: Satisfaction and academic training, Professional performance, Upgrade.

Introducción

La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior de la República Mexicana A.C. (ANUIES), es una Asociación no gubernamental, de carácter plural, la cual incorpora a las principales instituciones de educación superior del país. Esta asociación ha colaborado en el diseño de programas, planes y políticas nacionales, así como en la creación de organismos orientados al desarrollo de la educación superior mexicana, el cual utiliza el programa de seguimiento de estudiantes como herramienta de estudio para evaluar la calidad educativa y el impacto que estos tienen en su vida laboral, con el fin de retroalimentar los programas educativos de las instituciones de nivel superior e impulsa la creación de organismos especializados para el mejoramiento de la calidad educativa.

Por ello, varias universidades a nivel internacional utilizan esta herramienta para mejorar el sistema educativo, entre ellas la Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina para el seguimiento de egresados como herramienta de evaluación y retroalimentación (Medina, 2005). Por su parte, la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional del Litoral, en Argentina, hizo un reconocimiento de los estudios de seguimiento de egresados, ya que constituyen una estrategia de investigación evaluativa de las instituciones de educación superior (IES) y permiten indagar sobre el impacto de la formación en los procesos de inserción y desarrollo profesional y personal de sus egresados (Zandomeni de Juárez y Chignoli, 2008).

La Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC) del Instituto Campechano (IC) con 32 años de fundación, cuenta con 27 generaciones egresadas en esta rama. En sus inicios el ECC pertenecía al Instituto Literario de Estudios Superiores de Campeche (ILESC), ofertando la Licenciatura en Periodismo y Ciencias de la Comunicación, posteriormente en 1986 es incorporada al IC. En toda su historia la escuela no ha estructurado un programa de seguimientos de egresados, desconociendo el final de sus egresados. A partir de la generación 2009-2014, se aplica una encuesta de salida a los estudiantes, justo al momento de egresar, donde se plasma información básica como es nombre, teléfono, dirección y si cuentan con un empleo saliendo de la licenciatura, pero dicha información es archivada sin actualización ante la insuficiencia de personal en el área administrativa del IC, tal información fue proporcionada en una entrevista por la L.C.C. Roció Zac-Nicté Cupul, directora de la escuela de Ciencias de la Comunicación. En este sentido, el IC hasta el presente no cuenta con un departamento o una persona encargada del seguimiento de egresados la cual es importante para mejorar la calidad educativa que se imparte en esta institución.

Por otra parte, el plan de estudios del ECC ha sido modificado en varias ocasiones, sin embargo, no han hecho un estudio de su funcionalidad en el área laboral, realizar un análisis de seguimiento de sus egresados permitirá obtener un panorama de la eficacia y eficiencia de las materias que se llevan a lo largo de esta licenciatura.

El objetivo de este estudio es analizar el seguimiento de egresados de la ECC del IC, con base en las generaciones 2009-2014, 2010-2015 y 2011-2016 para diseñar un programa de seguimiento de egresados de esta carrera. Además, el estudio busca identificar las áreas laborales donde se encuentran los egresados, identificar el número de egresados que están titulados y determinar cuántos egresados están en proceso de titulación.

Metodología

En octubre del 2016 se realizó un estudio no experimental-transeccional-descriptivo a los egresados de la ECC del IC de las generaciones 2009-2014, 2010-2015, 2011-2016. La duración de la recopilación de datos fue de 136 días, del 27 de mayo al 9 de octubre del 2016. En total

se obtuvieron 272 visitas, de las cuales solo el 19.5% finalizó en su totalidad la encuesta.

Habiéndose estructurado el instrumento de medición se solicitó autorización, apoyo y colaboración de las autoridades educativas para la obtención de los nombres de los egresados o algún dato que nos pueda servir para localizar a los egresados, posteriormente se les contactó por diversos medios, a través del Facebook y correos electrónicos, algunos de manera personal. Se les envió la liga del cuestionario, el cual contaba con una breve descripción del motivo de la encuesta. La aplicación del instrumento se administró de manera virtual, por medio del sitio web www.surveymonkey.com, que permite la creación de encuestas, posee una interfaz intuitiva y fácil de usar. La aplicación de la encuesta se realizó primordialmente en las primeras horas de los fines de semana, ya que es el momento en que los egresados se encuentran con menor actividad.

La descripción y análisis de los datos obtenidos fueron proporcionados por el portal www.surveymonkey.com (Ondrej Coufalik, 2011, en República Checa); el programa emite reportes y resultados, con cuadros y gráficos, en tiempo real y fáciles de entender.

Resultados

El perfil general de los resultados de seguimiento de egresados estuvo conformado por 272 visitas al portal de la encuesta, solo concluyeron la encuesta 53 egresados (19.5%), de los cuales 37 (69.8%) fueron mujeres y 16 (30.2%) hombres. Del total de egresados que completaron, 16 (30.2%) corresponde a egresados titulados y el restante 37 (69.8%) no cuentan con un documento que acredite su nivel de estudio. La situación laboral al momento de aplicar la encuesta, el 77.4% (41) de los egresados señalaron que cuentan con un trabajo, el 22.6% (12) indicaron que no cuentan con empleo (tabla 1).

Tabla 1. Perfil general de egresados basado en datos obtenidos de la encuesta de seguimiento de egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del Instituto Campechano.

Egresado	Total	%
Sexo		
Hombres	16	30.2
Mujeres	37	69.8
Condición académica		
Titulado	16	30.2
No titulado	37	69.8
Status laboral Actual		
Labora	41	77.4
No laboral	12	22.6

Los que se encuentran en el primer rubro el 31.8% laboran en medios de comunicación, el 25% pertenece a otras ramas de la comunicación, el 18.2% tienen que ver con marketing y publicidad, el 13.6% trabajan en algún departamento de comunicación social, mientras 6.8% se dedican a comunicación organizacional y solo un 4.5% tiene que ver con relaciones públicas. El 52.3% trabajan en el sector público, el 36.4% en la iniciativa privada y solo el 11.4% es profesional independiente. En lo que se refiere a la satisfacción laboral el 65% está 100% satisfecho, mientras que el 34.1% tiene el 60% o menos de satisfacción laboral.

Con respecto a las causas que no les permite titularse, el 48.5% señaló que es por falta de tiempo, seguida por cuestiones económicas (45.5%), tesis o proyecto de investigación inconcluso (18.2%), problemas familiares (9.1%) y por falta de información u opciones de titulación, aunado a problemas administrativos (6.1%)

Del total de egresados encuestados, el 78.8% indicaron que el IC cumplió con sus expectativas, mientras que el 21.2% señalaron que no cumplió en su totalidad sus expectativas.

Estudios previos sobre seguimiento de egresados como “Los egresados de comunicación y el mercado laboral: un estudio de trayectorias profesionales” (Sánchez, 2014), “Seguimiento laboral de egresados 2008. Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEM” (Ayala, 2009), han utilizado principalmente parámetros relacionados al entorno laboral, tales como ingresos mensuales, influencia del trabajo de titulación, beneficios del servicio y prácticas en el trabajo, ámbito de desempeño, etapa profesional de la carrera, trayectoria profesional en el ámbito de comunicación, etc. En este estudio, además de esos parámetros se buscó otros que mejoren la calidad educativa de la ECC, tomando en consideración la satisfacción académica, laboral y los procesos de titulación.

Con base en los resultados obtenidos, el porcentaje de egresados no titulados es mayor a los que ya cuentan con un título en la ECC. Comparando los resultados con otros estudios, las cifras de egresados titulados son similares, por ejemplo, en la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) se encontró que el 22.22% son titulados y el 77.78% no obtienen el título (Ayala, 2009). En este sentido, Bourdieu (1979) señala que capital académico es considerado cuando obtienen su título; para Philippe (1996), el título solo es un papel jurídico que certifica alguna competencia. Sin embargo, en las investigaciones referentes a la estratificación social, el capital académico en algún tiempo atrás daba estatus social y poder (Lazar, 2005); ante la crisis económica la falta de un título, los ingresos familiares son devastadores en todos los estatus sociales (Samaniego 2009).

Las causas principales por las que los egresados de la ECC no se han titulado es por falta de tiempo (48.5%) y cuestiones económicas (45.5%). La falta de tiempo es una causa encontrada también en otros estudios, por ejemplo, en un seguimiento de egresados de la Universidad Autónoma de Chihuahua, se encontró que el 52.17% no se ha titulado por falta de tiempo (Jiménez, 2013). Asimismo, la ANUIES, también señala que el mayor obstáculo de los egresados para obtener el título, es la falta de tiempo para la elaboración de la tesis, ya que se requiere

de tiempo, dedicación, preocupación académica sólida, asesoramiento, recursos económicos, etc (López Bedoya, 2010).

Blanco (2016) señala que los estudiantes mexicanos Millennials buscan seguridad en el trabajo para toda la vida; por ello piensan en un trabajo en el Gobierno ya que nunca quiebran (López, 2016) como suele pasar en algunas empresas privadas. Por ello el 52.3% trabajan en el sector público y el 36.4% en el sector privada y solo el 11.4 % son emprendedores.

En cuanto a la satisfacción, es un indicador que permite evaluar la calidad para el fortalecimiento de la institución (Jiménez, 2011). Al respecto, se encontró que el 78.8% están satisfecho en su formación académica y el 21.2 % de egresado considera que su preparación académica no cubre las exigencias y necesidades del sector laboral.

En investigaciones realizadas en torno a la satisfacción académica, lo agrupan en dos tipos: las que se hacen iniciando su preparación académica para saber qué espera el estudiante de su universidad en general y aquellas que estudian las expectativas de los estudiantes sobre el proceso de enseñanza- aprendizaje (Pichardo, 2007). Para medir la satisfacción académica del alumno como del egresado es necesario tomar en cuenta factores que determinan la satisfacción estudiantil Universitaria (Tabla 2) (Cadena, 2015).

Tabla 2. Factores de satisfacción académica del alumno (Modificado de Cadena 2015).

Maestro-Estudiante	Administración Educativa -Estudiante
Dominio de la materia que imparten	Bienestar de los estudiantes
Liderazgo de los profesores	Satisfacción con los contenidos técnicos y metodológicos de las materias
Bases para el liderazgo al alumno	Biblioteca(recursos bibliográficos)
Trabajar en equipo	Instalaciones seguras
Seguridad y lenguaje apropiado en público	Laboratorios (equipo adecuado y materiales necesarios)
Respeto y profesionalismo	Excelente atención
Programación de clases	Proceso de inscripción es rápido, sencillo y cómodo
Evaluaciones (Notas de exámenes, trabajos escritos u orales y otras)	Aulas de clase(cómodas y adecuadas)
fortalecimiento de mis metas académicas y profesionales y cumplirlas	Institución cuenta estacionamientos para los estudiantes
	Cafetería (Comida y precio)
	Experiencia práctica de trabajo

Es importante que la escuela se preocupe por los alumnos y tome en cuenta sus necesidades para ir mejorando en las diversas carencias institucionales, algunos consideran que el proceso de aprendizaje debe estar basado en una buena relación entre docente, estudiante y compañeros (Gómez, 2017), aunado se debe considerar a la institución o administración educativa; esta última tiene como objeto el estudio de la organización educativa en sus diferentes niveles ya que cada nivel educativo posee características y requerimientos debido a la variedad de edades y necesidades de la población que atiende (Salas, 2003). Por ello es necesario que se preocupen por saber las necesidades de los alumnos, maestro y personal en general para mejorar los servicios educativos que involucra a un todo.

En lo que respeta a la satisfacción laboral el 65% de los egresados están cien por ciento satisfechos, esto nos indica que se encuentran trabajando en un lugar donde le da sentido a lo que hacen, se sienten útiles, tienen la posibilidad de ser creativos, poseen poder de decisión, progresan personalmente, responden a desafíos, son valorados por sus colegas o superiores y son conscientes del proyecto en el que colaboran (50minutos.es, 2016), independientemente de la gratificación económica.

Conclusión

La presente investigación nos permitió conocer la situación y la percepción de los egresados del ECC del IC, lo cual se orienta a la toma de decisiones para la mejora de la universidad. Es importante destacar que el IC requiere de un instrumento de seguimiento de egresados con el fin de brindar un panorama de la preparación de sus estudiantes y así puedan actualizar los planes de estudios de acuerdo a las necesidades y demandas laborales presentes.

En el aspecto de la titulación de los egresados, es importante que al alumno desde un inicio de la carrera se le oriente para que establezca un tema de investigación de acuerdo con el perfil académico de la licenciatura, el cual facilitará el desarrollo de la tesis en el aula de clases con la asesoría de los profesores y adquiriendo conocimientos teóricos y llevándolo a la práctica en su trabajo de investigación. El alumno al finalizar sus estudios de licenciatura tendrá su trabajo de investigación concluido para iniciar el proceso de titulación.

Bibliografía

- 50Minutos.es – Coaching. (2016). Alcanza la satisfacción laboral Los secretos para ser feliz en el trabajo. Plurilingua Publishing. México
- Amparo Jiménez González, Beatriz Terriquez Carrillo y Francisco Javier Robles Zepeda. (2011). Evaluación de la satisfacción académica de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Nayarit. Nayarit, México.
- Cadena Badilla, Martín; Mejías Acosta, Agustín; Vega Robles, Arturo; Vásquez Quiroga, Joaquín. (2015). La satisfacción estudiantil universitaria: Análisis estratégico a partir del análisis de factores. Redalyc, Lima, Perú.
- Daniel Blanco. (2016). El trabajo ideal de los millennials está en el Gobierno Federal. EL Financiero. México
- Flora Eugenia Salas Madriz. (2003). La administración educativa y su fundamentación epistemológica. Universidad de Costa Rica
- Dr. Jiménez Castro Jorge Alfonso. (2013). Estudio de Seguimiento de Egresados DES Economía Internacional. 2018, de Universidad Autónoma de Chihuahua México
- Ayala Perdomo Juan Carlos. (Diciembre 2009). Seguimiento laboral de egresados 2008. Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEM. Redalyc, Toluca, México
- Ma. Nora Marisa López Bedoya, Benjamín Salvo Aguilera, Guadalupe García Castro. (1989). Consideraciones en Torno a la Titulación en las Instituciones de Educación Superior. 2018, ANUIES, México.
- Medina María Mercedes, E. B. (2005). Seguimiento de Egresados como Herramienta de Evaluación y Retroalimentación”. *Universidad Nacional de Plata, Argentina*.
- Maria, M. G. (2017). *elearningmasters*. Obtenido de ¿como funciona el proceso de enseñanza y aprendizaje. México
- Zandomeni de Juárez, N., & Chignoli, S. (2008). Los Estudios de Seguimiento de Egresados en la Agenda de las IES - El Caso De La Facultad De Ciencias Económicas De La Universidad Nacional Del Litoral . *Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina*
- Norma Samaniego, (2009). La Crisis, El Empleo Y Los Salarios En México. *Economíaunam, vol.6, nú. 16, Universidad Nacional Autónoma de México Distrito Federa, México*
- Philippe, Perrenoud (1996). *La contrucción del éxito y del fracaso escolar*. Ediciones MORATA,S.L. Suiza
- Ayala Perdomo, Juan Carlos Seguimiento laboral de egresados 2008. Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEM Espacios Públicos, vol. 12, núm. 26, diciembre, 2009. Universidad Autónoma del Estado de México Toluca, México
- Sánchez-Olavarría, César (2014) Los egresados de comunicación y el mercado laboral: un

estudio de trayectorias profesionales Revista Iberoamericana de Educación Superior, vol. V,
núm. 13, 2014, pp. 40-54 Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación,
México.