



PONENCIA:

**LA EDUCACIÓN SUPERIOR VINCULADA AL SECTOR PRODUCTIVO.
CASO: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN-UANL**

Autora: **Dra. Yolanda López Lara,**
Paseo de las Ninfas No. 5316, Frac. Del Paseo 7º. Sector,
Monterrey, N. L., C.P. 64920,
yolandalopezlara_uanl@hotmail.com
Universidad Autónoma de Nuevo León
Mexicana

Colaborador: **Dr. Sergio Manuel de la Fuente Valdez.**
Privada Serafín Peña No. 405 Sur, Col. El Maestro Federal,
Guadalupe, N.L. C.P. 67140
sermanfuen@yahoo.com,
Universidad Autónoma de Nuevo León

**“Trabajo preparado para su presentación en Primer Congreso
Internacional de Investigación RIE-UANL”
28,29 y 30 de agosto de 2012**

EJE TEMÁTICO: POLÍTICA Y GESTIÓN EDUCATIVA.

**SUBLINEA DE INVESTIGACIÓN: ESTRUCTURAS Y GESTIÓN DE LOS SISTEMAS
EDUCATIVOS.**

INDICE:	página
Introducción	2
Fundamento Teórico	5
Método	7
Resultados	9
Conclusiones	20
Referencias	20

LA EDUCACIÓN SUPERIOR VINCULADA AL SECTOR PRODUCTIVO.

Caso: Facultad de Ciencias de la Comunicación, Resumen

En la Universidad Autónoma de Nuevo León se estableció formalmente el programa de Prácticas Profesionales para los alumnos que deseen realizarlas y contar con experiencia profesional al egresar de la carrera. Esta función ha permitido crear los enlaces con los diferentes sectores de la sociedad nuevoleonense y establecer conductos formales de comunicación. Para ello, se desea realizar una evaluación de los procesos de comunicación institucional que como **objetivo general** determine la situación de los procesos comunicativos, y como **objetivos específicos** que mida: la eficiencia de los procesos y flujos de comunicación institucional, conocer cuál es el tipo de sector que tiene mayor incidencia en la ocupación de nuestros practicantes y la acentuación más solicitada, la distribución y ubicación geográfica de las empresas y los alumnos contratados; los rangos de apoyo económico ofertados a los practicantes y los niveles de semestres cursados por los alumnos al iniciar sus prácticas profesionales, además de conocer la opinión (de los practicantes en esta experiencia y a los empleadores.

La primera fase inicia con la recolección y revisión de datos cualitativos en documentos (físicos y electrónicos), Focus Group, y la técnica FO.DA. La segunda, aplicación de la encuesta en ambos públicos. El enfoque de la investigación es cualitativo/cuantitativo. Con alcance descriptivo y diseño metodológico de caso intrínseco. La investigación está en proceso, por ello se presentarán hallazgos cualitativos de la primera fase.

Palabras Clave: Evaluación, Prácticas Profesionales, Comunicación, Empresas, Alumnos.

INTRODUCCION

Las prácticas profesionales es una actividad que se ha institucionalizado en la Universidad Autónoma de Nuevo León en base a las líneas de programas que conforman el Plan de Desarrollo Institucional de la Visión 2020 (UANL,2012). Acorde con los lineamientos de dicho Plan, la Facultad de Ciencias de la Comunicación, implementó en su estructura organizacional la Secretaría de Vinculación Institucional, de quien dependen organizacionalmente la Coordinación de Servicio Social y la de Prácticas Profesionales. Es en ésta última área administrativa donde se lleva a cabo el enlace formal de los alumnos y las empresas del sector productivo, social, gubernamental y educativo, cuyo objetivo principal contempla licitar por medio de procesos y documentos formales, la relación empresa-escuela, brindándoles la oportunidad de experimentar el ejercicio de las prácticas profesionales antes de terminar sus estudios. Por su parte, la Coordinación de Prácticas Profesionales, está

interesada en conocer a profundidad la gestión de los procesos de comunicación formal, que se desarrollan en base a la estructura organizacional y se llevan a cabo a través de los canales de la misma (Luna, 2008). Así como la difusión e interacción relacionadas con esta actividad a su público desde la perspectiva de la teoría de los sistemas abiertos, que consiste en tener un constante intercambio con el medio y formar parte de un suprasistema que influye en él. (Guizar, 2004). Para este proceso, se realizó un análisis del período de 12 meses del año de 2012, por contar con información cualitativa valiosa registrada en documentos institucionales en forma impresa y digital.

1.- Planteamiento

En la Secretaría de Vinculación y la Coordinación de Prácticas Profesionales de la FCC-UANL se realiza un estudio diagnóstico que proporciona información respecto al desglose en la gestión de los procesos de comunicación realizados en el proceso de prácticas profesionales en el período del año de 2012 y sus públicos relacionados.

1.1.- Objetivos

1.1.1 Objetivo General

- ✓ Analizar la gestión de los procesos de comunicación realizados en el período del 2012 y determinar la situación de su desempeño.

1.1.2 Objetivos Particulares

- ✓ Evaluar la eficiencia de los procesos y flujos de comunicación Institucional.
- ✓ Conocer la ubicación geográfica de las empresas contratantes.
- ✓ Conocer cuál es el tipo de sector que tiene mayor incidencia en la ocupación de nuestros practicantes.
- ✓ Conocer el rango de apoyo económico mensual a los practicantes por parte de las empresas.
- ✓ Conocer los rangos de horario de desempeño en las prácticas solicitado por las empresas.

- ✓ Conocer la cámara empresarial a la que pertenecen las empresas registradas en nuestra Facultad.
- ✓ Conocer la acentuación más requerida por los empleadores.
- ✓ Conocer el semestre más requerido.
- ✓ Conocer la modalidad de asignación de plazas.
- ✓ Conocer la cantidad de practicantes asignados.

1.3 Preguntas de la investigación

- ✓ ¿Cómo evaluar los procesos y flujos de comunicación Institucional en las prácticas profesionales?
- ✓ ¿Cuál es la ubicación geográfica de las empresas contratantes?
- ✓ ¿Cuál es el tipo de sector que tiene mayor incidencia en la ocupación de nuestros practicantes?
- ✓ ¿Cuál es el rango de apoyo económico mensual otorgado por las empresas a los practicantes?
- ✓ ¿Cuáles son los horarios de desempeño solicitado por las empresas registradas en nuestra Facultad?
- ✓ ¿Cuál es la cámara empresarial a la que pertenecen las empresas?
- ✓ ¿Cuál es la acentuación más requerida por los empleadores?
- ✓ ¿Cuál es el semestre más requerido?
- ✓ ¿Cuáles y cuantas son las modalidades de asignación de plazas?
- ✓ ¿Cuál es la cantidad de practicantes contratados?

1.4 Justificación

La realización del estudio busca presentar hallazgos que sean útiles para fortalecer la gestión de enlace, los procesos formales de comunicación y difusión institucional de las prácticas profesionales, así como la relación que se guarda con las empresas contratantes y las cámaras empresariales a las que éstas pertenecen, además de evidenciar la relación que se desarrolla con los alumnos de la facultad, y hacer uso por primer vez de una matriz de información completa y confiable en su modalidad impresa y electrónica que se fue creando en la Coordinación de Prácticas Profesionales a través de los doce meses del 2012.

1.5 Viabilidad y limitaciones de la investigación. Para desarrollar el estudio se contó con los recursos técnicos, económicos y cronológicos para alcanzar los objetivos planeados en

tiempo y forma. La investigación presenta limitaciones respecto a que solamente mide los procesos de la FCC y a los alumnos del 2do. al 10º. ciclo de la carrera.

1.6 Consecuencias de la investigación. Las consecuencias que aporta la investigación son positivas, porque evidencia datos que necesitaban ser organizados, cuantificados, graficados e interpretados en base a las evidencias de documentos impresos y digitales.

1.7-Criterios que evalúan la investigación.

1.7.1 Criterios de Implicaciones Prácticas.

Los hallazgos que se obtengan del estudio piloto, aportarán datos prácticos que podrán dar luz a las mejoras de los procesos gestionados en las articulaciones de los flujos formales de comunicación, en el proceso de prácticas profesionales a nivel facultad y sector productivo. Con la amplitud y profundidad que requiera cada una de las 26 dependencias de la UANL.

1.7.2 Criterio de Relevancia Social.

La aplicación de estrategias de comunicación organizacional en la gestión de prácticas profesionales en las facultades de la UANL, tienen un carácter de relevancia social porque a mayor cantidad de canales formales de comunicación, mayor serán los flujos de información y datos que se articulen en los diferentes contextos sociales y productivos, bajo una dirección de programas sinérgicos que favorezcan ampliamente los lineamientos del Plan de Desarrollo Institucional en este rubro.

2.- Fundamento Teórico.

2.1 Perspectiva Teórica.

El enfoque del estudio estará sustentado por el paradigma sistémico, tomando en cuenta también la teoría del modelo sociotécnico desarrollado por A. K. Rice y a E. L. Trist y sus colaboradores (Guizar,2004) el modelo en cuestión se caracteriza porque considera a la organización como el resultado de la compleja interacción de sus elementos tecnológicos (tales como características de las tareas, el ambiente de trabajo, la maquinaria y equipo), con

sus aspectos sociales (por ejemplo relaciones interpersonales, los grupos, el liderazgo), de tal manera que al estudiarla se debe considerar ante todo las relaciones entre variables o factores (lo tecnológico y lo social), y tratar de comprender que se influyen entre sí. Este modelo se ocupa también del estudio de la interacción del medio ambiente a partir del concepto de sistema abierto.

La UANL, es una Institución que funciona como un gran sistema organizacional, porque existe intercambio de energía e información entre el sistema organizacional y su entorno, lo cual significa que se encuentra en permanente interacción con el medio, ese intercambio le permite mantener un equilibrio continuo que a su vez le brinda la oportunidad de admitir cambios y adaptaciones en su interior. Otra variable que el modelo considera, es la estructura (la estructura organizacional y la procedimental, por ejemplo). De esta manera, las organizaciones se representan como sistemas abiertos conformados por tres subsistemas abiertos que se conforman a su vez por tres subsistemas básicos: el de la estructura, la tecnología y el de procesos sociales. (Rodríguez, 2002).

2.2 Comunicación.

La Comunicación humana se caracteriza por ser un proceso de dos sentidos, y cuyos elementos son el emisor, el receptor, el mensaje, el canal, y el ruido, que interfiere y limita su exactitud. En una organización los administradores tienden a que buscar formas de compartir información, ideas, innovaciones, órdenes y comunicados diversos, para ello, se emplea la comunicación en diferentes direcciones: descendente, utilizada cuando los gerentes suelen comunicar, brindar información, girar órdenes y establecer directivas para los empleados; la comunicación ascendente se refiere a los mensajes que los empleados envían a sus administradores; la comunicación lateral o directa entre los subalternos suele ser más veloz y exacta y normalmente facilita la resolución de problemas y la coordinación de trabajo, propiciando que se desarrolle en la compañía una visión de las metas y las preocupaciones de la organización (Gordon, 1997).

3.- Presentación del objeto de estudio.

La Universidad Autónoma de Nuevo León, ubicada geográficamente en la zona noreste de México, proporciona servicios de educación media y media superior en 1933 inicia sus operaciones contando con 1,864 alumnos y 218 profesores (Zavala, 1990). Hoy la UANL cuenta con 26 facultades y ofrece 206 programas clasificados en seis áreas de conocimiento: Ciencias Naturales y Exactas, Ciencias de la salud, Ciencias Agropecuarias. Ciencias Sociales y Administrativas, Ingeniería y Tecnología, y Ciencias de Educación y Humanidades a 66,485 alumnos de licenciatura y postgrado. Además satisface los requerimientos de estudios de preparatoria y subprofesionales de alrededor de 45,000 estudiantes más. Sus campus abarcan más de 100,000 metros cuadrados de construcción en varios lugares del Estado de Nuevo León. Los más grandes son Ciudad Universitaria, los campus de Mederos, Área Médica, Loma Larga y Marín. La distribución de la matrícula en las diversas áreas de conocimiento es muy similar a la del resto de las universidades del país, con variaciones menores, debido a la intención de la UANL de responder a las especificaciones regionales.

3.1 Educación Superior. La educación superior comprende la licenciatura y los estudios de postgrado. Es un proceso que enlaza a las instituciones que imparten con el entorno social en que se desenvuelven. Esta vinculación se logra al buscar la unidad entre el individuo y la sociedad, mediante una relación que contempla las necesidades complementarias de uno y de otra. **Licenciatura:** Grado académico posterior al bachillerato, obtenido después de aprobar el número de créditos correspondientes que generalmente equivalen a nueve semestres o cuatro y más año de estudios universitarios. En la UANL la mayoría de las licenciaturas constan de nueve semestres y tiene como finalidad formar profesionistas que, en el desempeño de su ocupación, participan en los diferentes ámbitos sociales como factor de cambio. **Postgrado:** Estudios que constituyen un ciclo de alta formación académicas y se realiza después de terminar la licenciatura. Incluye la especialización, la maestría, el doctorado y el postdoctorado. En éste último, se pretende formar personas altamente calificadas que contribuyan, con su capacidad creativa, a la satisfacción de las necesidades prioritarias de la sociedad mexicana y de la Universidad, así como al logro de sus metas personales

4. Diseño Metodológico.

4.1 Alcance de la investigación.

La investigación presenta en su desarrollo dos momentos: el primero se inicia con una fase exploratoria, facilitando la aproximación al objeto de estudio para conocer los

elementos generales del mismo, por ser éste el primero que se realiza en su tipo en nuestra facultad, para posteriormente ubicarlo en un alcance descriptivo, porque busca determinar el comportamiento de los procesos de vinculación con los públicos seleccionados, conociendo las causas intervinientes para proponer soluciones descriptivas a posteriori (Lara,2011). La investigación es pionera en el contexto de la UANL, en el área de Comunicación Organizacional, porque la problemática a investigar no ha sido abordada con anterioridad por ser un estudio con lineamientos de reciente creación.

4.2 Premisa de la investigación.

La insuficiente gestión y políticas generales que guían la realización de las prácticas profesionales de los alumnos de la FCC en relación con el sector productivo y cámaras empresariales, obstaculiza el apoyo que se les brinda como enlace con los públicos involucrados: estudiante-universidad-empresa-cámara

4.3 Enfoque de la investigación.

El desarrollo del presente estudio incursiona entre dos enfoques, uno típicamente cualitativo, cuyos hallazgos se presentan y forman parte de la **primera fase** de la investigación que le permitirá al investigador abordar la información a mayor profundidad y conocer el ámbito de los fundamentos, procesos, documentos y atributos legales que acompañan el procedimiento de vinculación practicante-universidad-empresa, y el otro cuantitativo, con cuya aplicación de la encuesta a los empleadores y los practicantes se obtendrán indicadores diagnósticos de satisfacción del desempeño de las dos partes involucradas, dando lugar a los llamados Diseños Mixtos de Evaluación. Conforme a los atributos que presenta la investigación, ésta corresponde a un estudio de caso intrínseco. Por otro lado, en su **fase diagnóstica** corresponde a un estudio no experimental, porque se realizará sin manipular deliberadamente las variables, su diseño de investigación es Transeccional Descriptivo, porque su propósito es describir las variables y utilizar su incidencia e interrelaciones en un solo momento, en un tiempo determinado, finalizando en

un estudio explicativo, al determinar las causas de los fenómenos, generar un sentido de entendimiento y combinar sus elementos en el estudio (Hernández, 2003).

5.- Diseño de técnicas de recolección de datos.

Los instrumentos cualitativos que se utilizan para la recolección de datos son:

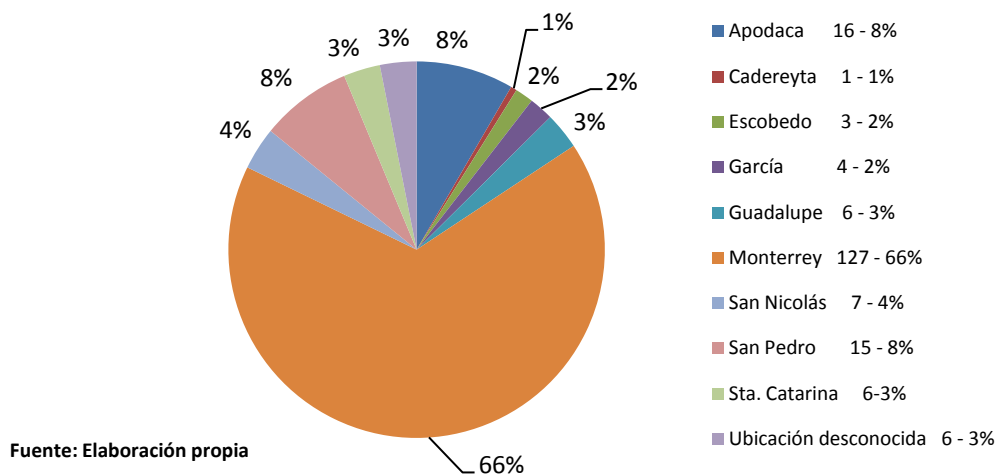
- ✓ Revisión de documentos institucionales en las modalidades de impresos y electrónicos, brindando la oportunidad de conocer los lineamientos formales, los registros explícitos y las evidencias formales en el proceso de vincular al practicante de Ciencias de la Comunicación con el sector productivo.
- ✓ Focus Group, para profundizar en los hallazgos cualitativos, que los practicantes externarán con sus enriquecedoras opiniones.
- ✓ Mesa redonda con empleadores de los tres sectores, empresarial, social y gubernamental.
- ✓ La Técnica de FODA, para evidenciar las fortalezas y debilidades en los hallazgos y resultados que se obtengan, de los datos generados.
- ✓ La encuesta, aplicable en la segunda fase de la investigación, a empleadores y estudiantes practicantes para obtener datos generales y estadísticos, determinando tendencias en sus resultados en relación a diferentes indicadores.

Hallazgos preliminares sujetos a cambios que se presentan de la investigación en proceso:

- ✓ Revisión exhaustiva en varias matrices de información digitalizada y documentos impresos para conocer los atributos de cada una de estas empresas, facilitará realizar la interpretación de los hallazgos en sus diferentes categorías:
 - ✓ 1).- Empresas y su ubicación geográfica en el estado de N.L.
 - ✓ 2).- Empresas foráneas.
 - ✓ 3).- Clasificación de empresas: sector al que pertenecen.

- ✓ 4).- Rango de percepciones económicas.
- ✓ 5).- Rango de horarios requeridos por las empresas.
- ✓ 6).- Convenios de prácticas con las diferentes empresa y
Cámaras empresariales a las que pertenece.
- ✓ 7).- Acentuación de carrera más requerida por las empresas.
- ✓ 8).- Nivel de semestres solicitados por las empresas.
- ✓ 9).- Asignación de plazas y
- ✓ 10).- Cantidad de practicantes requeridos por empresa.

Categoría N°1: Empresas y su localidad en Edo. de N. L.

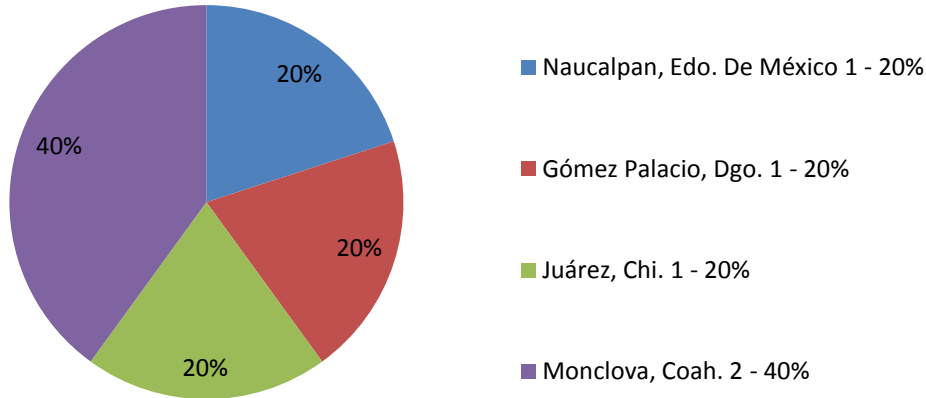


Interpretación de resultados Categoría N°1:

Al desarrollar al análisis de los documentos institucionales en la categoría de Empresas, se obtuvo un listado de 196 empresas, de las cuales, el 8% (16) se ubican en el municipio de Apodaca; 1% (1) en Cadereyta; 2% (3) en Escobedo; 2% (4) en García; 3% (6) en Guadalupe; 66% (127) en Monterrey; 4% (7) San Nicolás; 8% (15) en San Pedro; 3% (6) en Santa Catarina; 3% (6) ubicación desconocida. Por los datos presentados, los tres municipios de mayor incidencia se encuentran en Monterrey (127), Apodaca (16) y San Pedro (15).

Asimismo, el mayor volumen de practicantes es contratado en el mismo municipio de Monterrey, capital del estado, confirmando que en esta localidad se encuentran ubicados un gran número de negocios.

Categoría N°2: Empresas Foráneas

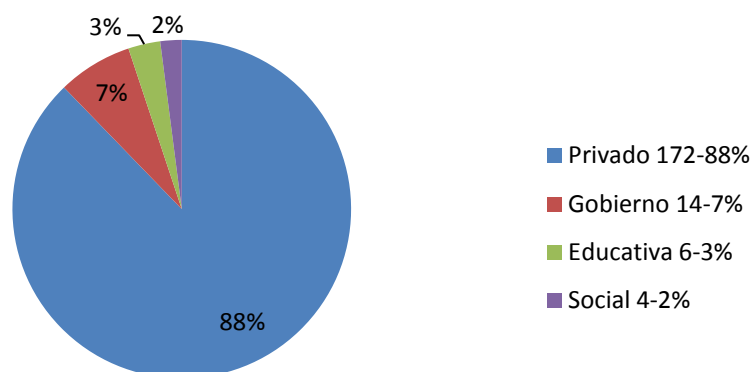


Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados de la Categoría N°2: Empresas foráneas.

Las empresas foráneas ubicadas en Naucalpan, Edo. de México, corresponde a un 20% (1); Cd. Gómez Palacio, Dgo. 20% (1); Cd. Juárez, Chih. 20% (1) y Cd. Monclova, Coah. 40% (2). La contratación de servicios fuera del estado de Nuevo León, han sido la minoría dentro de las 196 empresas, y forman parte de las únicas cinco empresas de ésta categoría que han aceptado alumnos para lugares de trabajo fuera de esta zona, en algunas ocasiones por que los practicantes tienen familiares o viven en esa localidad.

Categoría N°3: Clasificación de empresas: sector al que pertenece.

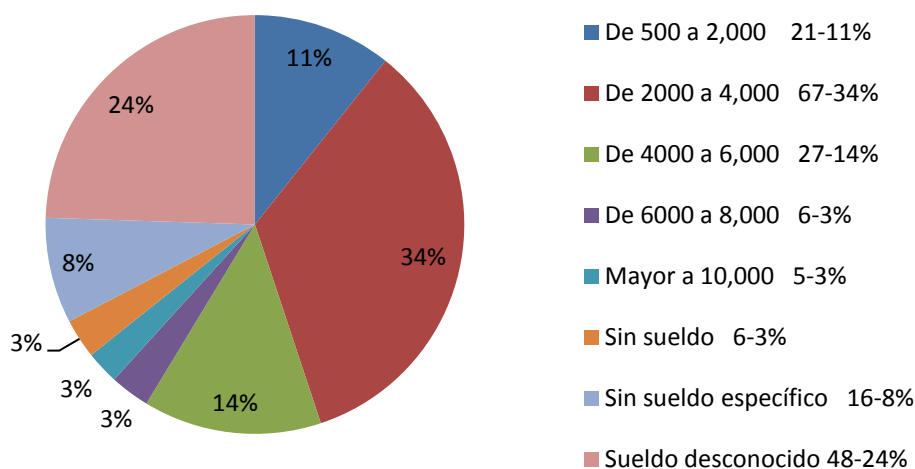


Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados Categoría N°3.

Respecto al sector que pertenecen las empresas, el 88% (172) corresponde al privado; 7% (14) al gubernamental; el 3% (6) al educativo y el 2% (4) al social. Por lo cual el sector que mayormente ocupa practicantes de la carrera de Comunicación es el sector privado, seguido del gubernamental y en tercer lugar el educativo y por último, el sector social requiriendo muy pocos aspirantes a practicantes. Estos hallazgos permiten pronosticar que una vez titulados nuestros practicantes, existe oferta laboral para los egresados de Comunicación.

Categoría N°4: Rango de Percepciones Económicas



Fuente: Elaboración propia

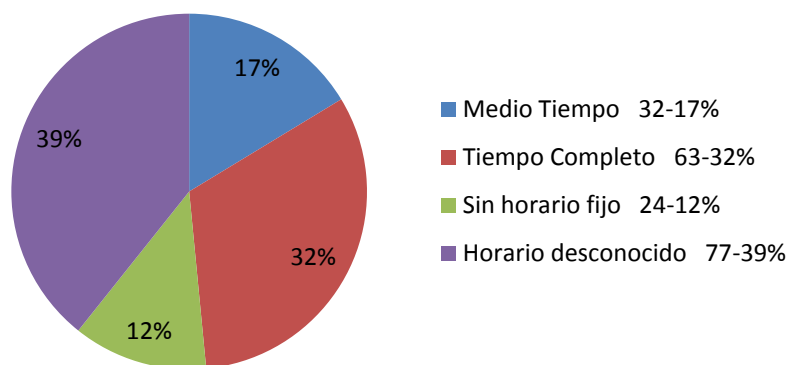
Interpretación de resultados Categoría N°4.

Conforme a rangos de percepciones económicas, el 34% (67), brindan montos de 2 a 4 mil pesos mensuales; el 14% (27) de 4 a 6 mil pesos; el 3% (6) de 6 a 8 mil; 3% (6) sin sueldo; el 8% (16) sin sueldo específico y el 24% (48) no se conoce el sueldo. Respecto al 3% (5) con un sueldo superior de 10 mil pesos, es para contratar a los alumnos egresados aún sin estar titulados, para ocupar horarios completos.

El rango de mayor incidencia es de 2 a 4 mil pesos, además, salta a la vista una ausencia de información respecto a que el 24% (48) no se tiene ninguna estimación sobre la percepción.

Se recomienda darle seguimiento a esta área de oportunidad para conocer la información faltante.

Categoría N°5: Rango de horarios requeridos por las empresas



Fuente: Elaboración propia

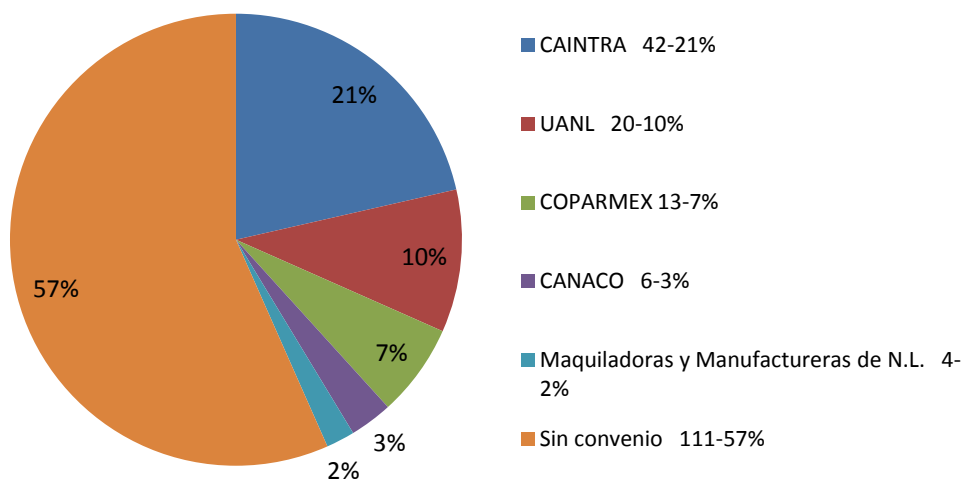
Interpretación de resultados Categoría N°5.

Por lo regular existen cuatro subcategorías, el 17% (32) contrata de medio tiempo; el 32% (63) de tiempo completo; el 12% (24) sin horario fijo, y el 39% (77) horario desconocido. Los rangos de horario muestran que las empresas requieren el 32%(63) practicantes de tiempo completo y el 17%(32) de medio tiempo y muy poco porcentaje 12% (24) de horario flexible.

Nuestros alumnos tienen problemas para realizar prácticas profesionales porque sus horarios académicos les ocupa la mayor parte del día, la secuencia de las asignaturas están segmentadas y no hay una continuidad de horarios corridos que les facilite la realización de las mismas.

Muchas empresas, por no decir la mayoría, ocupan practicantes de tiempo completo y eso obstaculiza la vinculación del mayor número de nuestros alumnos con el sector productivo. Se recomienda que la universidad estipule un reglamento que las empresas respeten y cumplan rigurosamente con las cuatro horas de prácticas para que el alumno pueda realizar las dos actividades, las de estudiante y de practicante. De lo contrario, unos si realizan prácticas y otros no lo hacen por cuestión de horario.

Categoría N°6: Convenios con empresas y Cámaras Empresariales a las que pertenecen.



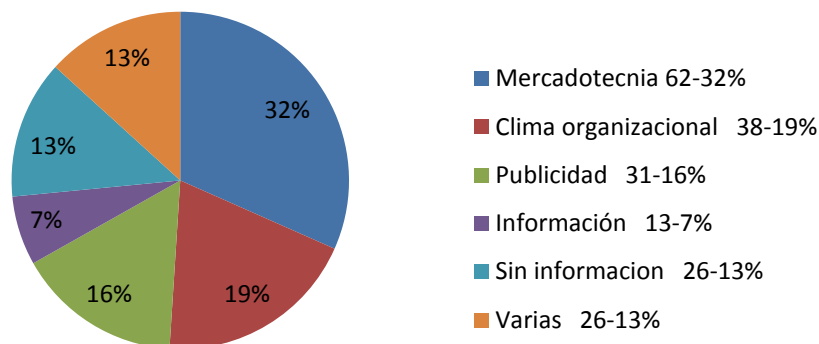
Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados de la Categoría N°6.

La mayoría de las organizaciones se registran en cámaras empresariales según el giro de su empresa y los convenios que se han analizado muestran que el 21% (42) corresponden a la Cámara de la Industria y la Transformación (CAINTRA), el 10% (20) con la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL); el 7% (13) con COPARMEX; el 3% (6) Cámara Nacional de Comercio (CANACO), el 2% (4) Asociación de Maquiladoras y Manufacturas de Nuevo León y el 57% (111) sin convenio, solo con cartas de inicio de prácticas profesionales. La Cámara que mayor cantidad de convenios realiza es CAINTRA con un 21% (42) en contraste con las empresas que solo piden carta de inicio.

Se recomienda darle seguimiento a la información de las cartas de inicio. Una vez entregadas al estudiante, no se conoce por parte de la facultad las condiciones en que fue contratado o no por la empresa. El alumno ya no regresa a la Coordinación para informar cual es su estatus con la empresa.

Categoría N°7: Acentuación de carrera más requerida por las empresas.



Fuente: Elaboración propia

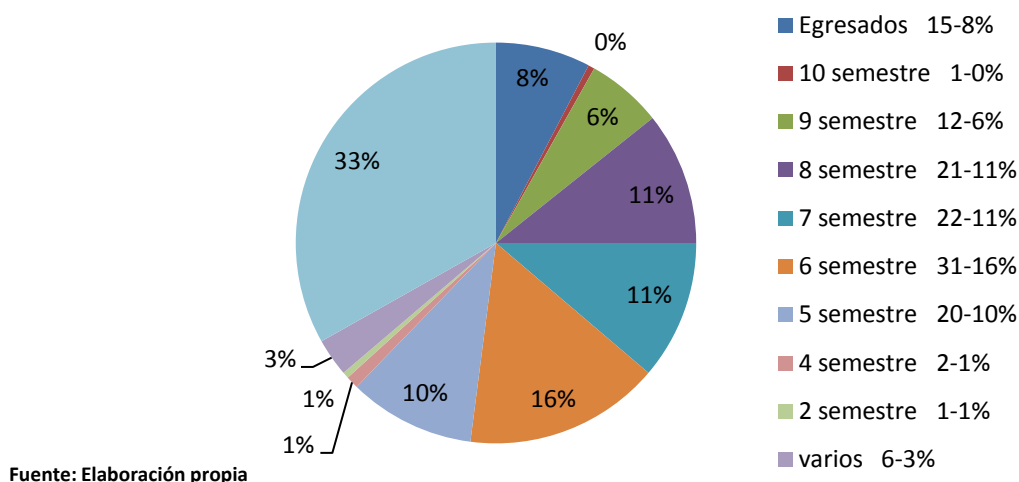
Interpretación de resultados de la Categoría N°7.

Según los datos obtenidos de los documentos institucionales (impresos y electrónicos), las empresas solicitan por lo regular practicantes de la acentuación de mercadotecnia con un 32% (62); 19% (38) de Comunicación Organizacional; el 16% (31) de Publicidad; el 7% (13) de periodismo; 13% (26) sin preferencia de acentuación y el 13% (26) no se tiene información.

Por consiguiente, las tres acentuaciones más requeridas son Mercadotecnia, Comunicación Organizacional y Publicidad, quedando en un bajo rango periodismo.

Considero que se debe informar a los empleadores de nuestra entidad federativa, el perfil de egreso que tienen nuestros titulados, muchas empresas consideran que la carrera de Comunicación es para salir en la televisión, tomar fotos y videos y ser reporteros. Además, muchos padres de familia son renuentes a que sus hijos estudien esta carrera.

Categoría N°8: Nivel de Semestre requerido por empresas

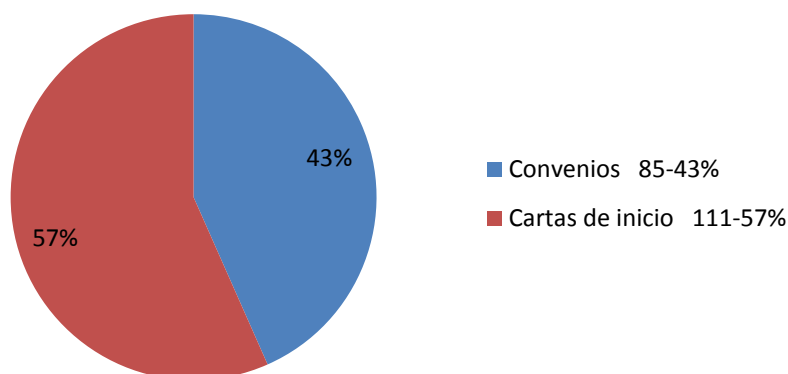


Interpretación de resultados de la Categoría N°8.

Según los datos encontrados, las empresas solicitan practicantes para ocupar plazas con una mayor incidencia en el 6°. Semestre, porque el 16% (31) lo demuestra; el 11% (22) del 7°. Semestre; y en un tercer lugar de 8°. Semestre 11% (21). Los hallazgos contrastan con el 33% (65) que no se encontró información.

Se recomienda buscar respuestas para conocer cuáles son los motivos que impulsan a los alumnos del 8° semestre a no realizar prácticas profesionales.

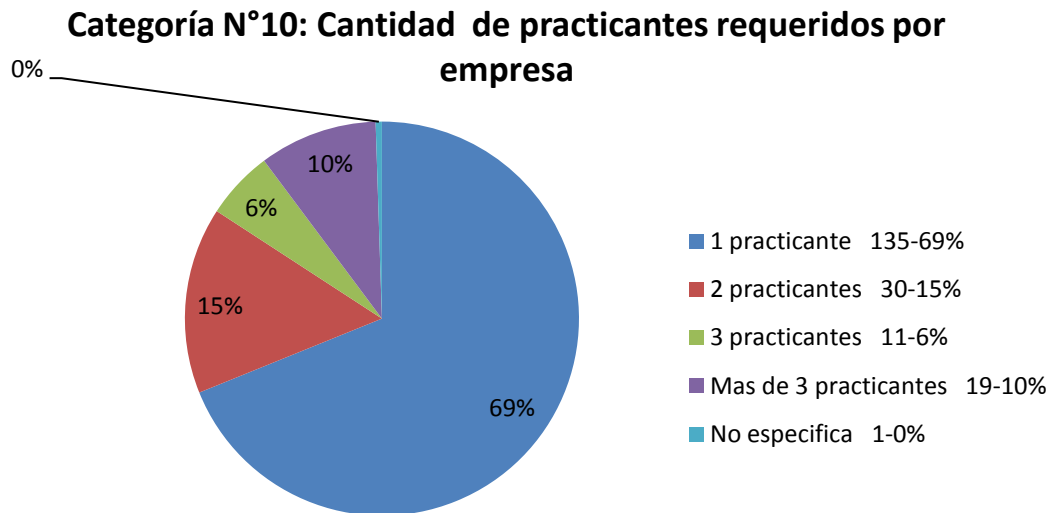
Categoría N°9: Asignación de Plazas



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados de la Categoría N°9.

Para que el practicante obtenga la asignación de plazas para practicantes se gestiona en dos modalidades, por convenio empresa-escuela con un 43% (85) y con cartas de inicio de prácticas 57% (111), aunque esta última tiene una mayor incidencia, guarda menor formalidad e información en contraste con el convenio y facilita al alumno romper el compromiso con la empresa con mayor facilidad, porque no hay una percepción económica y un seguro contra accidentes personales que beneficie al estudiante para sus gastos mínimos de pasaje.



Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados Categoría N°10.

Como se muestra en la gráfica, el 69% (139) indica que la mayoría de las empresas solicitan un practicante, el 15% (30) solicitan 2; el 6%(11) requieren 3 y un 10% (19) solicitan más de 3 practicantes. Tomando como seguro que al semestre solo requieren un estudiante, y este mismo practicante puede cubrir un segundo período de seis meses si así lo requiere la empresa, y en términos generales oficialmente es un lapso de un año, el que puede permanecer el practicante en una misma organización, invitándolo a que las realice en otro sector productivo que le agregue mayor experiencia para su carrera.

Conclusiones Parciales.

La investigación está en proceso, y requiere de ajustes en algunas categorías que falta información, pero a manera de ideas parciales se puede comentar que los hallazgos obtenidos, han puesto sobre la mesa información organizada en categorías mensuales que al integrar esos datos, se ha podido obtener categorías anuales que agregan claridad, transparencia para una mejor gestión de los procesos involucrados. Ha quedado en evidencia procesos inconclusos que es necesario elaborar un sistema de seguimiento para que los datos desconocidos, se obtengan, se registren y no queden a la deriva. Es el primer año que se cuenta con varios registros consecutivos de la gestión de los procesos involucrados y que gracias a estos documentos se ha podido realizar este primer estudio, que se presenta en esta mesa de investigación.

Bibliografía

- Gordon, J. (1997). Comportamiento Organizacional. México: Prentice-Hall Hispanoamericano, S. A.
- Guizar, Rafael. (2004). Desarrollo Organizacional. México: Mc Graw Hill.
- Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, P. (2003). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill.
- [http:// www.uanl.com.mx](http://www.uanl.com.mx)
- Lara, Érica M. (2011). Fundamentos de investigación. México: Alfaomega.
- Luna, Alfredo. (2008). Proceso Administrativo. México: Grupo Editorial Patria.
- Manual de Procedimientos de Prácticas Profesionales. Dirección General de Servicio Social y Prácticas Profesionales. San Nicolás de los Garza: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Universidad Autónoma de Nuevo León. (2012). Plan de Desarrollo 2012-2012. San Nicolás de los Garza: UANL.
- Robbins, S. y Coutler, M. (2010). Administración. México: Prentice-Hall.