

## ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN LA MOVILIDAD ESTUDIANTIL EN 2014 y 2015.

CASO: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN-UANL.

Yolanda López Lara  
José Díaz Montalvo  
Mario H. Rojo Flores

### RESUMEN:

Para conocer los elementos que han incidido en la gestión de comunicación institucional, desempeñada en la Coordinación de Movilidad Estudiantil en los años 2014 y 2015, se decidió realizar un estudio comparativo que mostrara el desglose de éstos y conocer el estatus en las actividades inherentes. El estudio está orientado conforme a los lineamientos del método cuantitativo, con un alcance descriptivo. La investigación tiene un diseño de estudio de caso intrínseco y la premisa indica: El análisis de los procesos de comunicación institucional y las políticas de gestión que guía las actividades del intercambio académico en los años 2014 y 2015, con los estudiantes e instituciones receptoras a nivel nacional e internacional evidencian el estatus del alcance obtenido. Las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron la revisión de documentos institucionales impresos y digitales, obteniendo hallazgos que brindaron la oportunidad de organizar datos en matrices de control cuya estandarización proporcionaron datos para la toma de decisiones y el diseño de nuevas estrategias de gestión de los flujos de comunicación relacionadas con los procesos de movilidad.

### INTRODUCCIÓN

La Coordinación de Movilidad Estudiantil de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León, está interesada en realizar un análisis comparativo de la gestión de los procesos de comunicación institucional realizados en los períodos de 2014 y 2015, para determinar la incidencia de los elementos inherentes del proceso en los dos últimos años de vigencia del plan académico de la Licenciatura en Comunicación y que contaba con acentuaciones en Publicidad, Mercadotecnia, Periodismo y Comunicación Organizacional, atributo que facilitaba la incursión de los alumnos con diferentes expectativas de cursar unidades de aprendizaje en otras universidades enriqueciendo su proceso académico, cultural y personal, además de vincular a los alumnos con las diferentes instituciones de educación superior a nivel internacional por medio de trámites, documentos institucionales y la relación interpersonal, brindándoles a los alumnos, la oportunidad de experimentar el ejercicio de la convivencia intercultural a un nivel universitario antes de terminar sus estudios. Es importante conocer el estatus de la movilidad en la carrera de Comunicación, porque los datos servirán de base para la gestión de los mismos procesos en los nuevos programas académicos que ha ofertado la Facultad, específicamente en la Licenciatura de Periodismo Multimedia y la de Mercadotecnia y Gestión de la Imagen

### Palabras Clave:

Análisis, Gestión, Comunicación, Movilidad estudiantil, Universidad.

### Contexto de la investigación

Desde el año de 1996 la Universidad Autónoma de Nuevo León, como organización, está inmersa en un proceso de cambio que tiene como propósito fortalecer y transformar a la institución, dicho proceso inicia con el proyecto de visión 2006 estableciendo el rumbo del cambio. Con la planeación estratégica de la visión 2012 se constituye el instrumento que guía la toma de decisiones en las dependencias académicas y administrativas de la institución, estableciendo los compromisos asumidos con la comunidad universitaria y la sociedad nuevoleonense en particular. Dentro de los programas contemplados en el Plan de Desarrollo Institucional se encuentra el referente a la internacionalización, donde la gestión del desarrollo de programas educativos en colaboración con instituciones extranjeras de educación superior de reconocida calidad es una de las prioridades, además de optimizar el incremento en el número de estudiantes extranjeros que realicen sus estudios en nuestra universidad y gestionar de manera permanente la ampliación y diversificación de los convenios de colaboración e intercambio académico con instituciones extranjeras de educación superior y centros de investigación que sean de interés para el desarrollo de proyectos conjuntos que contribuyan al logro de visión 2020 (PDI,2012:52). El Fortalecimiento de los mecanismos de comunicación institucional ha tomado relevancia para enlazar los públicos internos, externos y los extranjeros universitarios, para llevar a cabo el cumplimiento de objetivos en esta orden de ideas, por ello los canales y flujos de comunicación formal han cobrado importancia para cada facultad y optimizar estos procesos por los beneficios que traen a las dependencias. Por ello, esta investigación pretende analizar los elementos que intervienen en el proceso de gestión y determinar cuál es la situación en que se encuentra su estatus específicamente en la FCC-UANL.

## **Planteamiento**

Se desea realizar un análisis comparativo de la gestión de los procesos y flujos de comunicación institucional desarrollados en los periodos de los años 2014 y 2015, cuyos hallazgos formarán parte de criterios más amplios, para la toma de decisiones y establecer estrategias para implementarlas en los nuevos programas académicos que oferta la Facultad, a favor de mejorar los procesos relacionados en el tema.

## **Objetivos de la Investigación.**

### **Objetivo general**

- Analizar los elementos de comunicación institucional que intervienen en la gestión de intercambio académico realizados en la Coordinación de la misma nomenclatura por los estudiantes de la FCC-UANL en los periodos de 2014 y 2015.

### **Objetivos específicos:**

- ✓ Buscar y seleccionar elementos de gestión administrativa que inciden en el proceso de comunicación e intercambio académico para formar matrices de control y categorías de análisis realizados en la Coordinación de Intercambio Académico en el periodo de dos años.
- ✓ Ordenar y discriminar información para formar matriz de control y crear categorías de análisis para su estudio.
- ✓ Describir los procesos de comunicación institucional que se desarrollan en la gestión del intercambio académico por los alumnos, la facultad y las universidades receptoras.
- ✓ Conocer cuáles son los flujos de comunicación formal utilizados en las universidades receptoras y la ubicación geográfica que imparten cátedra a los estudiantes de nuestra dependencia.

## **Preguntas de la investigación**

- ✓ ¿Cómo desglosar los elementos de comunicación institucional que inciden en la gestión del intercambio académico realizados en la Coordinación de la misma nomenclatura?
- ✓ ¿Cómo ordenar y discriminar información para formar una matriz de control y crear categorías de análisis para su interpretación
- ✓ ¿Cuáles serían los procesos de comunicación institucional que se desarrollan en la gestión de intercambio académico por los alumnos, la facultad y las universidades receptoras?

## **JUSTIFICACIÓN**

El desarrollo del estudio busca analizar los procesos de comunicación institucional relacionados con la gestión de vincular al alumno con universidades receptoras y establecer estrategias de mejora en el proceso comunicativo y conocer los elementos que intervienen. Los resultados que se obtengan serán el punto de partida para un estudio más amplio de corte cualitativo, donde se podrán establecer categorías de análisis en una segunda fase para conocer la motivación que impulsa a los alumnos a estudiar en otro país además de la académica y la vinculación con otra cultura. Los hallazgos obtenidos contribuirán a la formación de un cuerpo de información y obtener un diagnóstico situacional para hacer propuestas a posteriori con las nuevas licenciaturas de Periodismo Multimedia y la de Mercadotecnia y Gestión de la Imagen.

## **Consecuencias de la investigación**

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

## **Limitaciones de la investigación.**

La investigación presenta limitaciones respecto al alcance de datos por realizarse únicamente en la Facultad de Ciencias de la Comunicación y en un período de los años 2014 y 2015, podría tratarse metodológicamente como un estudio piloto, que en base a las técnicas de recolección de datos y los hallazgos que se obtuvieran, se podría replicar en alguna otra dependencia de la UANL o cualquier otra institución de educación superior para comparar hallazgos y complementar el estudio con más elementos que hayan faltado.

## **Fundamento teórico**

### **Comunicación**

Para el estudio de la comunicación, a través de los tiempos, ha habido diferentes pensadores que han aportado su conocimiento y experiencias en función de desarrollar un cuerpo teórico que dé soporte a esta área del conocimiento. La comunicación es un proceso que ha acompañado al ser humano desde tiempos remotos y es el proceso social más importante y como tal, se encuentra presente en cualquier forma de relación humana. El hombre vive en sociedad y ésta contiene en su estructura, instituciones que facilitan organizar la conducta grupal, por lo tanto, a comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una empresa, las relaciones, opiniones y conductas de los públicos internos y externos que coadyuven al cumplimiento de su misión (Fernández, C. 1991:31)

A través de la comunicación organizacional, el personal que integra la empresa se pone en contacto, y de esta manera, la comunicación se convierte en una importante herramienta de trabajo, facilitando comprender su papel para desempeñarlo como está indicado. Alberto Martínez de Velazco (1988:38), señala que una organización con buena comunicación tiende a generar una mayor satisfacción laboral y se sentirán más identificadas y participarán más en ella. La estructura organizacional es relevante para que los mensajes descendentes, ascendentes, horizontales y transversales se realicen de la mejor manera, por lo tanto, los canales y flujos de comunicación al estar formalizados crean comunicaciones armoniosas para cada nivel del organigrama. Los mensajes que se producen en ella por lo regular son mensajes de tarea, aquellos que son sobre actividades o servicios de la organización y los de mantenimiento son todos aquellos relacionados con la producción, incluyendo órdenes, dictados, procedimientos y sistemas de control. La

comunicación tiene cuatro funciones primordiales dentro de un grupo: control, motivación, expresión motivacional e información, según la opinión de Robbins y Judge (2013:336), para las organizaciones es importante porque facilita la información en forma parcial departamentalmente y en general de la suma de todas las áreas que conforman la gran toma decisiones en bien de la organización, o de lo contrario, cuando está presente la ausencia de un sistema de comunicación formal.

### **La Cultura del Cambio**

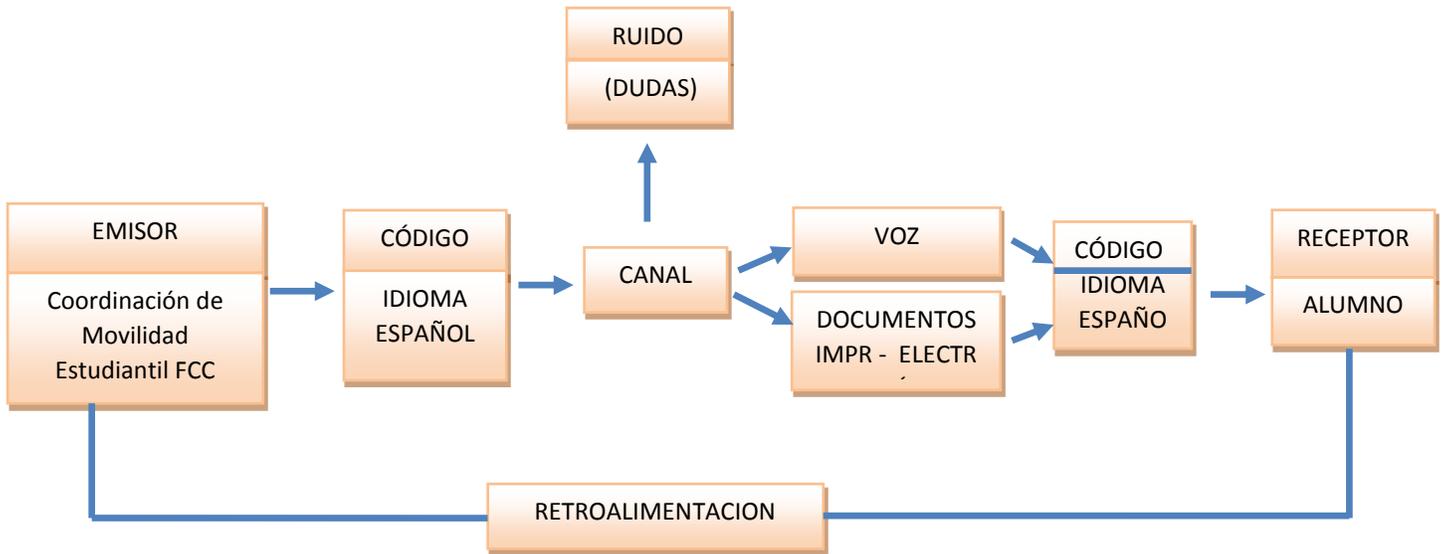
Al hacer referencia de la cultura, se hace alusión al grupos de ideas que prevalecen en un tiempo determinado y que un grupo social le otorgan significado, las organizaciones, cualquiera que sea su actividad también tienen una cultura organización y va muy de la mano de las ideas y creencias de sus fundadores. Las instituciones de Educación de cualquier nivel crean su propia cultura y las de educación superior como lo es la Universidad Autónoma de Nuevo León, en su Visión 2020 considera objetivos de cambio en su modelo de enseñanza aprendizaje, no solo para su proceso de enseñanza aprendizaje en el formato tradicional, sino también la incorporación de las tecnologías educativas, la inclusión de proyectos de enseñanza bilingües, la internacionalización y lógicamente la movilidad de profesores y alumnos (Visión-UANL 2020). Robbins y Judge (2013:512), consideran siete características fundamentales en la formación de una cultura: 1).-Innovación y toma de riesgos, 2).- Atención a los detalles, 3).- Orientación a los resultados, 4).- Orientación a la gente, 5).- Orientación a los equipos, 6).- Dinamismo y 7).- Estabilidad. Se puede apreciar que la innovación es un elemento que conlleva implícita la toma de riesgos, pero cuando se hace desde la perspectiva de un cambio organizacional planeado, se reduce la incertidumbre y la certeza de cumplir con los objetivos planeados es más evidente.

### **METODOLOGÍA**

El estudio está orientado conforme al método cuantitativo en su primera fase, con un alcance exploratorio facilitando la aproximación al objeto de estudio, para después pasar a un alcance descriptivo, permitiendo a los investigadores abordar información con mayor amplitud y profundidad propiciando analizar la gestión administrativa, los procesos de comunicación y vinculación entre alumnos, universidades y la FCC con mayor certeza. El diseño de la investigación corresponde a un estudio de caso intrínseco. En una segunda fase, se contempla emplear el método cualitativo, para conocer atributos y características específicas a mayor amplitud para conocer el ámbito de la experiencia estudiantil y recoger sus opiniones y puntos de vista, respecto a los fundamentos, procesos, documentos y atributos legales que acompañan el procedimiento de movilidad académica (Hernández, 2003), además de establecer categorías de análisis cualitativo que sean idóneas para dicho estudio (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. La premisa de la investigación manifiesta: El análisis de los procesos de comunicación institucional y las políticas de gestión que guía las actividades del intercambio académico en los años 2014 y 2015, con los estudiantes e instituciones receptoras a nivel nacional e internacional evidencian el estatus del alcance obtenido. Las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron la revisión de documentos institucionales en la modalidad impresa y electrónica, teniendo la oportunidad de conocer: lineamientos formales, registros explícitos y las evidencias impresas el proceso de gestión administrativa ejercida durante los años de 2014 y 2015.

**MODELO DE COMUNICACIÓN**

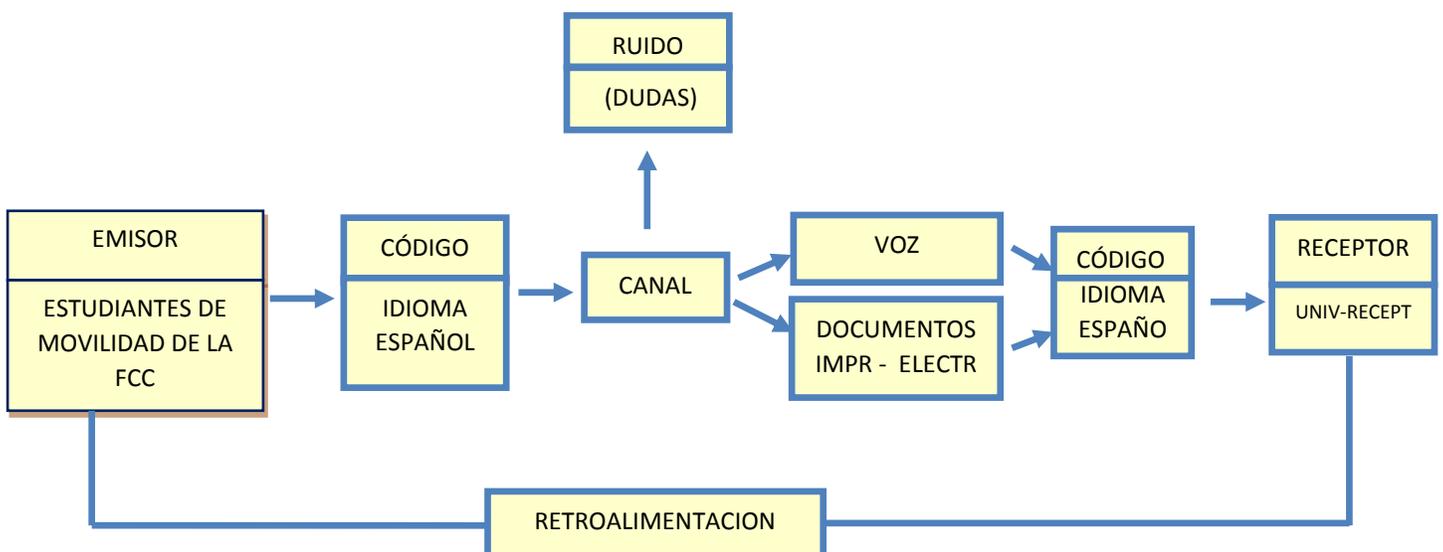


**Figura 1. Modelo de comunicación aplicada al proceso de movilidad estudiantil**

Fuente: Construcción propia con variantes del modelo básico de comunicación.

El mismo modelo se aplicaría para el alumno cuando se relaciona con la Institución Universitaria. El funge como emisor, seguiría los mismos pasos hasta llegar al receptor, que sería la Universidad extranjera con quien se establece el contacto de intercambio como lo muestra el modelo inferior.

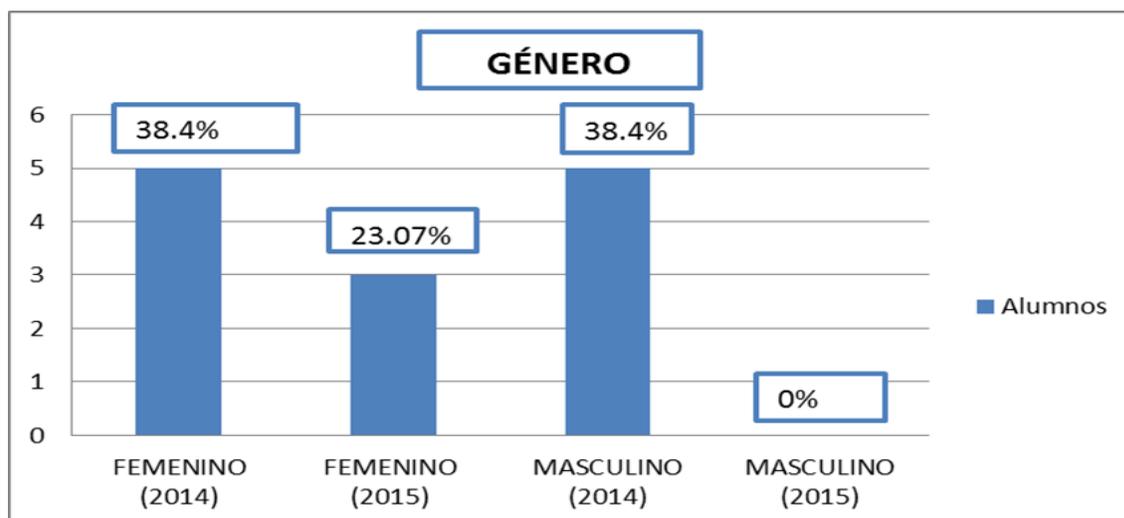
**MODELO DE COMUNICACIÓN**



**Figura 2. Modelo de comunicación aplicada al proceso de movilidad estudiantil**

**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

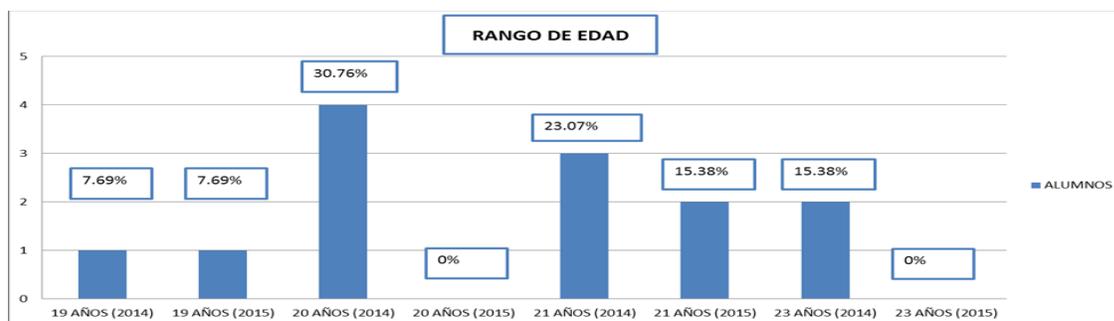
**Categoría No. 1: Género**



Fuente: Construcción propia.

El 38.46% (5) de los alumnos de la FCC que realizaron un proceso de intercambio académico en 2014, y el 23.07% (3) en 2015 pertenecen al género femenino, mientras que el 38.4 % (5) corresponde al masculino en 2014 y en 2015 hay ausencia de datos. Estos porcentajes son congruentes con la matrícula de la Facultad, cercana a los 2300 en números generales porque las tres cuartas partes de ella pertenecen al género femenino y una cuarta parte al público de alumnos de género masculino.

**Categoría No. 2: Edad**



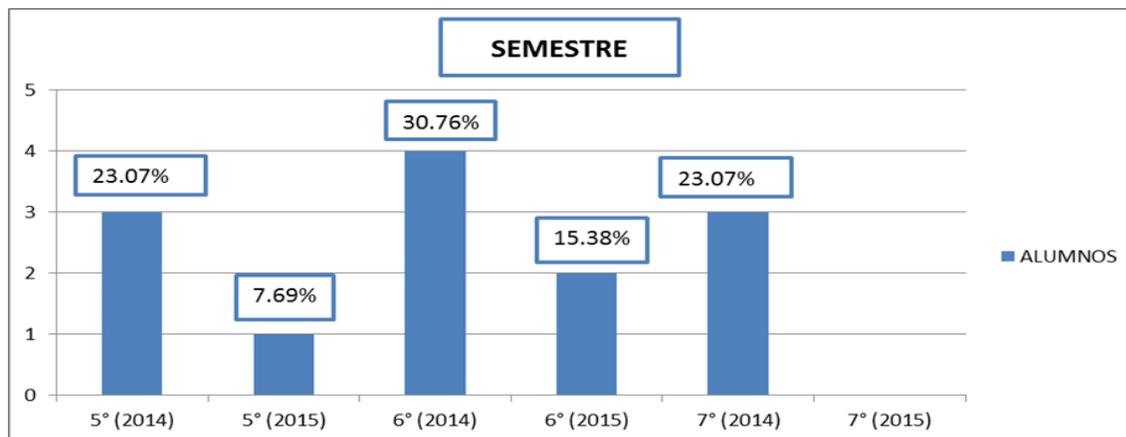
Fuente: construcción propia

**Interpretación.**

En 2014, el 7.69% (1) de la población de los alumnos participantes en el proceso de movilidad estudiantil en 2014 y 2015 tienen 19 años; el 30.76% (4) de 2014 tienen 20 años, mientras que en 2015 hay ausencia de datos; el 23.97 % (3) de 2014 y el 15.38% (2) de 2015 tienen 21 años y por último, el 15.38% (2) corresponde a los estudiantes que tienen 23 años, mientras que en 2015 no hay registro de datos. Según los datos recopilados, en 2014, los alumnos de 19 años de edad, son los que tienen la edad más pequeña que realizan un proceso de movilidad, en cambio, el rango de mayor incidencia corresponde a los que tienen 20 años de edad y lo realizaron en 2014. Respecto a los tres alumnos que tienen 21 años de edad, el porcentaje mayor se presentó en 2014, contra dos que corresponden al 2015, el mayor rango de edad registrado fue el de 23 años que solo se presentó en el 2014 y en el 2015 hay ausencia de datos. Conclusión parcial: el año de 2014 presentó mayor incidencia de procesos de movilidad estudiantil con 10 alumnos que realizaron el procedimiento contra tres del 2015. Los procesos de comunicación interna, llevados a cabo tienen mayor

receptividad de ambas partes (empleados-alumno) por el tipo de información oral y escrita que se realiza en la gestión del proceso y que se llevaron a cabo en tiempo y forma.

**Categoría No. 3 Semestre Académico**

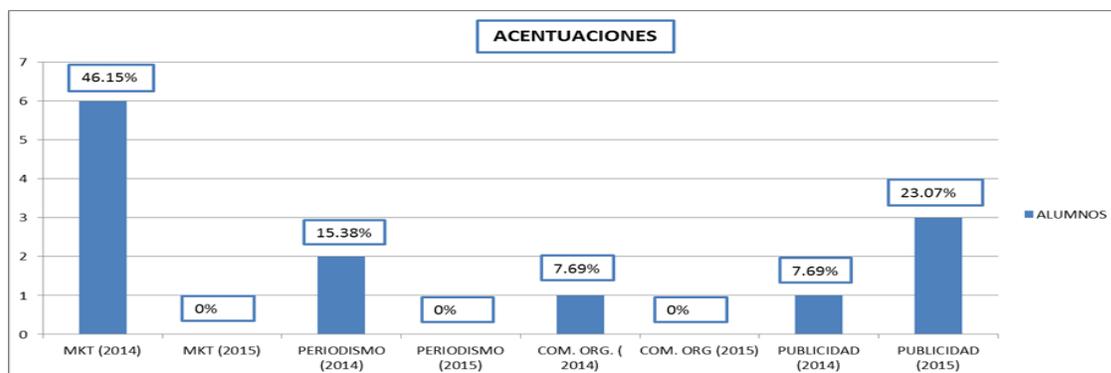


Fuente: construcción propia.

**Interpretación.**

El 23.07% (3) de alumnos que cursan el quinto semestre, indica que la incidencia para realizar un intercambio académico inicia en este año de 2014 y solo el 7.69% (1) lo realizó en 2015. El 30.76% (4) iniciaron el proceso en el 6to. Semestre de 2014, contra 15.38%(2) que lo realizó en 2015, por último, el 23.07% (3) pertenecientes al 7º. Semestre lo realizaron en 2014, contra la ausencia de participantes en 2015. Conclusiones parciales: el semestre que aportó mayores participantes para la movilidad estudiantil fueron los del 6to. Semestre contra los del 2015 que solo fue un alumno del 5º. Y dos del 6º.semestre en 2015.

**Categoría No. 4: Acentuación**



Fuente: Construcción propia

**Interpretación**

El 46.15% (6) de los alumnos que participaron en 2014, en el proceso de movilidad estudiantil, pertenecen a la acentuación de mercadotecnia, misma acentuación que en 2015 no reportó ningún registro. El 15.38% (2) en el año de 2014, pertenecen a la acentuación de Periodismo, mientras que en el 2015 no hubo captura de ningún registro. El 7.69% (1) corresponde a la acentuación de Comunicación Organizacional y en 2015 no hubo ningún participante. El 7.69% (1) en el año de 2014 de la acentuación de publicidad solo hubo 1 alumno, contra el 15.38% (2) del 2015.

Conclusiones parciales: En 2014, la acentuación que tuvo mayor porcentaje de alumnos participantes en el programa de movilidad fue la acentuación de Mercadotecnia con 6 alumnos (46.15%), registrados, contra uno de la acentuación de Comunicación Organizacional en el año de 2014 y contra el 2015, que no hubo registro de estudiantes. Por último, en 2015 la acentuación de publicidad obtuvo 2 participantes del proceso contra uno de 2014. Los procesos de comunicación institucional les brindaron los conocimientos de la gestión para realizar el intercambio y complementar su proceso de enseñanza aprendizaje en instituciones que les brinden recursos técnicos para el desempeño de los procesos de comunicación específica para cada acentuación.

### **Categoría No 5: Universidades receptoras**

#### **INSITUCIÓN UNIVERSITARIA RECEPTORA**

IIINSTITUCIÓN UNIVERSITARIA	2014	%	2015	%
UNIV. COMPLUTENCE DE MADRID	3	23.07%	0	0%
UNIV. NAC. AUTÓNOMA DE MÉXICO	2	15.38%	0	0%
UNIV. MAYOR DE CHILE	1	7.14%	0	0%
UNIV. DE MURCIA	1	7.14%	0	0%
UNIV. DE SEVILLA	2	15.38%	0	0%
UNIV. AUTÓNOMA DE BARCELONA	3	23.07%	1	7.14%
UNIV. SANTIAGO DE CHILE	0	0%	1	7.14%
UNIV DE EXTREMADURA	0	0%	1	7.14%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Construcción propia**

#### **Interpretación**

El 23.07% (3) de los alumnos realizaron su proceso de movilidad a la Universidad Complutense de Madrid en 2014, mientras que en 2015 no se hizo ningún registro. El 15.38%(2) de los estudiantes se incorporaron a la Universidad Nacional Autónoma de México en 2014, mientras que en 2015 no hubo ningún participante El 7.69% (1) se registró en la Universidad Mayor de Chile en 2014 y en 2015, hubo ausencia de registros. El 7.69% (1) se inscribió en la Universidad de Murcia en 2014, y en 2015 no hubo ningún registro. El 15.38% (2) participó en los programas académicos de la Universidad de Sevilla en 2014, contrastando en 2015 con ningún aspirante. El 23.07% (3) cursó estudios en la Universidad Autónoma de Barcelona y en el 2015 no hubo registro de alumnos. En la Universidad de Barcelona en el 2014 no se registraron aspirantes, en cambio en el 2015 el 7.69% (1) se inscribieron. Asimismo, en el 2014 no hubo ningún aspirante para la Universidad Santiago de Chile pero en el 2015, el 7.69% (1) si participó en el proceso. Por último, en la Universidad de Extremadura, en el 2014 no se registraron alumnos pero en el 2015 el 7.69% (1) si lo realizo. Conclusiones parciales: el porcentaje más alto de movilidad estudiantil se registró en 2014 en la Universidad Complutense de Madrid y en la Universidad Autónoma de Barcelona en el año de 2014 con un 23.07% (3), tres estudiantes cada una de ellas, en contraste con el año 2015, solo cursaron unidades de aprendizaje tres alumnos en las universidades de Barcelona, Santiago de Chile y la de Extremadura con un porcentaje de 7.14% (1) respectivamente. Todos ellos no escogieron instituciones con un idioma extranjero, dato que sería interesante conocer el motivo con nuestros alumnos

### **Categoría no. 7: unidades de aprendizaje**

#### **Interpretación:**

La cantidad de unidades de aprendizaje cursadas en las universidades receptoras, están relacionadas con distintos campos del conocimiento, 13 con mercadotecnia, 4 con imagen e identidad, 8 con periodismo, 2 de comunicación política, 3 de psicología organizacional, 1 de derecho mercantil, 3 de medios audiovisuales, 3 de apreciación teatral y cinematográfica, 1 de finanzas y 1 de relaciones públicas, arrojando un total de 39, evidenciando las unidades de aprendizaje de mayor incidencia en el área de Imagen e Identidad Corporativa, Técnicas de periodismo, Análisis de contenido y Comunicación Política.

**Categoría No. 8: Alumnos registrados para intercambio 2014-2015.**

Fuente: Construcción propia.

<b>CATEGORÍA N° 8: ALUMNOS REGISTRADOS PARA INTERCAMBIO ACADÉMICO</b>		
<b>2014</b>	<b>10</b>	<b>76.92%</b>
<b>2015</b>	<b>3</b>	<b>23.07%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:**

Los porcentajes obtenidos en cada período denotan que el año de 2014 es el más productivo respecto al proceso de movilidad estudiantil, la cantidad de alumnos que decidieron beneficiarse de los programas de intercambio académico, sin embargo, en 2015 solo manifiesta una tercera parte en comparación con el año anterior.

**CONCLUSIONES**

Los hallazgos analizados de la 1ª. Categoría: Género. Mostraron que el año de 2014 fue el más alentador, dado que hombres y mujeres el 38.4% (5) respectivamente superaron a los del año 2015 que fueron solo 23.07% (3) del género femenino y la ausencia total del masculino en 2015. Estos porcentajes son congruentes con la matrícula de la facultad, ya que el 75% son del género femenino y el 25% del masculino.

2º. Categoría: edad: Según los datos recopilados, en 2014, los alumnos de 19 años de edad, son los que tienen la edad más pequeña que realizan un proceso de movilidad, en cambio, el rango de mayor incidencia corresponde a los que tiene 20 años de edad y lo realizaron en el mismo año 2014. Los procesos de comunicación interna, llevados a cabo tienen mayor receptividad de ambas partes (empleados-alumno) por el tipo de información oral y escrita que se realiza en la gestión del proceso y que se llevaron a cabo en tiempo y forma.

3ª. Categoría: Semestre. El semestre que aportó mayores participantes para la movilidad estudiantil fueron los del 6to. Semestre contra los del 2015 que solo fue un alumno del 5º. Y dos del 6º.semestre en 2015.

4ª. Categoría; Acentuación. En 2014, la acentuación que tuvo mayor porcentaje de alumnos participantes en el programa de movilidad fue la acentuación de Mercadotecnia con 6 alumnos (46.15%), registrados, contra uno de la acentuación de Comunicación Organizacional en el año de 2014 y contra el 2015, que no hubo registro de estudiantes. Los procesos de comunicación institucional les brindo los conocimientos de la gestión para realizar el intercambio y complementar su proceso de enseñanza aprendizaje en instituciones que les brinden recursos técnicos para el desempeño de los procesos de comunicación específica para cada acentuación.

5ª. Categoría: Universidades Receptoras. : el porcentaje más alto de movilidad estudiantil se registró en 2014 en la Universidad Complutense de Madrid y en la Universidad Autónoma de Barcelona en el año de 2014 con un 23.07% (3) , tres estudiantes cada una de ellas, en contraste con el año 2015, solo cursaron unidades de aprendizaje tres alumnos en las universidades de Barcelona, Santiago de Chile y la de Extremadura con un porcentaje de 7.14% (1) respectivamente. Todos ellos no escogieron instituciones con un idioma extranjero, dato que sería interesante conocer el motivo con nuestros alumnos. En resumen, el 2014 se realizaron procesos de vinculación con 12 universidades receptoras de nuestros alumnos y en 2015 solo con una, dando como resultado la relación con 13 instituciones educativas para tales procesos de movilidad estudiantil.

6ª. Categoría: Unidades de aprendizaje. El porcentaje más alto de movilidad estudiantil se registró en 2014 en la Universidad Complutense de Madrid y en la Universidad Autónoma de Barcelona en el año de 2014 con un 23.07% (3), tres estudiantes cada una de ellas, en contraste

con el año 2015, solo cursaron unidades de aprendizaje tres alumnos en las universidades de Barcelona, Santiago de Chile y la de Extremadura con un porcentaje de 7.14% (1) respectivamente. Todos ellos no escogieron instituciones con un idioma extranjero, dato que sería interesante conocer el motivo con nuestros alumnos.

7ª. Categoría: Unidades de aprendizaje. Las unidades de aprendizaje de mayor incidencia cursadas por nuestros alumnos están contenidas dentro de las áreas de conocimiento de Imagen e Identidad Corporativa, Técnicas de periodismo, Análisis de contenido y Comunicación Política, reportando un total de 37 unidades de aprendizaje.

8ª. Categoría: Alumnos registrados para intercambio 2014-2015. Fueron 10 los alumnos registrados en 2014 y 3 en 2015, elementos que evidencian la afectación de uno o varios factores para realizar

Reflexión: Se mostró que la edad más preponderante fue de 20 años, el género mayormente representativo es el femenino, el semestre más requerido para el proceso es el 6to., la acentuación más participativa son los de mercadotecnia y los de publicidad, el 90% de las universidades receptoras corresponden a España, las asignaturas cursadas son 37 y corresponden a las 4 acentuaciones, la población vive mayormente en la Cd. de Monterrey.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Fernández, C. (1991). Comunicación 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) Programa de Desarrollo Institucional UANL Visión 2020. (s/f). San Nicolás de los Garza, Universidad Autónoma de Nuevo León.

Lara, É. (2011). Fundamentos de Investigación. México: Alfaomega.

Manual de Procedimientos de intercambio académico. (s/f). San Nicolás de los Garza: Universidad Autónoma de Nuevo León.

Martínez, A. (1988). Comunicación Organizacional. México: Mc Graw Hill.

Plan de Desarrollo 2012-2020. (s/f). San Nicolás de los Garza: Universidad Autónoma de Nuevo León.

Robbins, S., Judge, T. (2013). Comportamiento Organizacional (10ª,ed). México: Pearson