

# **ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN EL PROCESO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES DE 2011. CASO: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN-UANL.**

**Yolanda López Lara**

**Elisa Navarro Cortés**

**Sergio Manuel de la Fuente Valdez**

## **RESUMEN**

La Coordinación de Prácticas Profesionales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, está interesada en conocer la gestión de los procesos de comunicación institucional realizados en el año de 2011 y ejecutados a través de los canales formales de comunicación, teniendo como objetivo vincular a los alumnos y las empresas de los sectores productivo, social, gubernamental y educativo, por medio de trámites y documentos institucionales, la relación empresa-escuela, brindándoles a los practicantes, la oportunidad de experimentar el ejercicio profesional antes de terminar sus estudios. .

Para esta investigación, se realizó un análisis de la gestión de los procesos de comunicación conforme a los flujos comunicativos desarrollados en los meses del año de 2011, y cuyos hallazgos formarán parte de una investigación más amplia, que está en proceso. Es un estudio cualitativo con un alcance descriptivo, cuyo diseño metodológico corresponde a un estudio de caso y las

técnicas de recolección de datos utilizadas, es la revisión de documentos institucionales impresos y digitales, que se fueron creando a través de la gestión diaria.

**Palabras Clave:** Gestión, Comunicación, Prácticas Profesionales, Empresas.

## INTRODUCCION

La UANL, es una Institución que funciona como un gran sistema organizacional, porque existe intercambio de energía e información entre éste y su entorno, lo cual significa que se encuentra en permanente interacción con el medio, ese intercambio le permite mantener un equilibrio continuo brindándole a la vez la oportunidad de admitir cambios y adaptaciones en su interior. Otra variable que el modelo considera, es la estructura organizacional y la procedimental. Para obtener una visión más amplia de la investigación se vinculó este modelo con el propuesto por A. K. Rice y a E. L. Trist denominado “Sociotécnico” y caracterizado por considerar 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 (lo tecnológico y lo social), y tratar de comprender que se influyen entre sí. Este paradigma es incluyente con el de Sistemas porque se ocupa también del estudio de la interacción del medio ambiente a partir del concepto de sistema abierto.

La presentación de esta investigación versa sobre los procesos comunicativos que se realizan al vincular a los alumnos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC), con el trámite para que desempeñen prácticas profesionales, afines a la acentuación del practicante, con una duración mínima de dos meses y un máximo de seis, dependiendo del proyecto de la organización, pudiendo renovarse por un periodo de igual tiempo sin exceder de un año, Los horarios varían desde 4 horas diarias hasta 6 o 7, dependiendo del tiempo disponible de su horario académico. Los estudiantes se sujetaran al reglamento interno de trabajo de la empresa, asociación civil, dependencia gubernamental o institución universitaria, quien a cambio, deberá otorgar una beca mensual al estudiante de al menos un salario mínimo profesional, y cubrir un seguro contra accidentes personales, por no tener los practicantes un carácter de empleado (Manual de Procedimientos de Prácticas Profesionales UANL, (s/f)).

A la Coordinación de Prácticas Profesionales de la FCC le interesa conocer la gestión de los procesos de comunicación institucional que ésta investigación pretende, es para conocer las evidencias de áreas de oportunidad en las que los procesos y flujos de comunicación organizacional intervienen y conforme a los hallazgos que se obtengan fortalecer las relaciones y procesos de vinculación con los actores sociales involucrados.

### PLANTEAMIENTO

En la Coordinación de Prácticas Profesionales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación- UANL se realiza un estudio que proporcionará información, respecto al desglose de la gestión de los procesos y el seguimiento de los flujos de comunicación institucional realizados en el proceso de prácticas profesionales, en el período de 2011 y sus públicos relacionados: empresas-practicantes.

### OBJETIVOS

#### Objetivo General

- ☐ Analizar la gestión de los procesos de comunicación y el seguimiento de los flujos de comunicación institucional realizados en la Coordinación de Prácticas Profesionales en el período del 2011 y determinar la forma en que ésta se desempeña conforme al organigrama de esa área administrativa.

#### Objetivos Particulares

- ☐ Conocer la eficiencia de los procesos y flujos de comunicación Institucional en la Coordinación de Prácticas Profesionales.
- ☐ 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.

### 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. Los hallazgos obtenidos contribuirán a la formación de un cuerpo de información valiosa para integrarlos con los resultados del año de 2012 y obtener un diagnóstico situacional, para hacer propuestas a posteriori.

**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, y cuyos indicadores dieron origen a las primeras categorías, como una forma incipiente para darle un orden a los datos encontrados. Conforme avance el estudio y la aplicación de las técnicas de recolección de datos enunciada en la 2da. Fase (encuestas, focus group, etc.) las categorías se podrán descartar, agregar o redefinir para darle a la investigación un carácter diagnóstico, que presente la situación actual de los procesos de vinculación y de comunicación organizacional en la gestión de las prácticas profesionales de la FCC.

**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.

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).

#### **Diseño Metodológico.**

##### **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 describir las prácticas que los estudiantes de la FCC llevan a cabo en las empresas con las cuales tiene vinculación la Coordinación de Prácticas Profesionales (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.

##### **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 los diferentes sectores de la sociedad, obstaculizan el apoyo que se les brinda a los estudiantes, la misma universidad, las empresas y las cámaras empresariales.

##### **Enfoque de la investigación.**

El desarrollo del presente estudio incursiona en el método, 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 amplitud para conocer el ámbito de los fundamentos, procesos, documentos y atributos legales que acompañan el procedimiento de vinculación practicante-universidad-empresa (Hernández, 2003).

#### **Diseño de técnicas de recolección de datos.**

Los instrumentos cualitativos que se utilizan para la recolección de datos de LA PRIMERA ETAPA:

- ☐ 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.

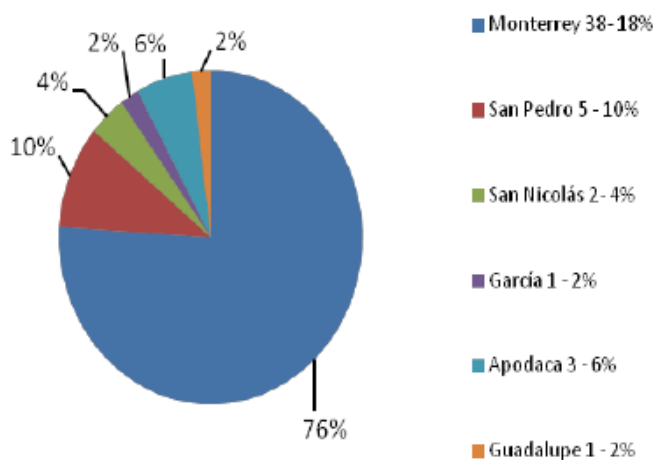
Instrumentos cualitativos para la SEGUNDA ETAPA:

- ☐ 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 de Categorías 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. (Categoría registrada solo en el año 2012)
  - ☐ 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 por género.
- ☐ 10).- Cantidad de practicantes requeridos por empresa. (Categoría registrada solo en el año de 2012).



Fuente: Elaboracion propia 2011

Monterrey; 10% (5) en San Pedro; 4% (2) San Nicolás; 2% (1) en García; 6% (3) en Apodaca; 2% (1) en Guadalupe.

El mayor volumen de practicantes es contratado en el municipio de

Monterrey, capital del estado, confirmando que en esta localidad se encuentran ubicados un gran número de negocios donde existen plazas de trabajo para el desempeño de los egresados de la Carrera de Comunicación. Continuando con el municipio de San Pedro, Apodaca y San Nicolás.

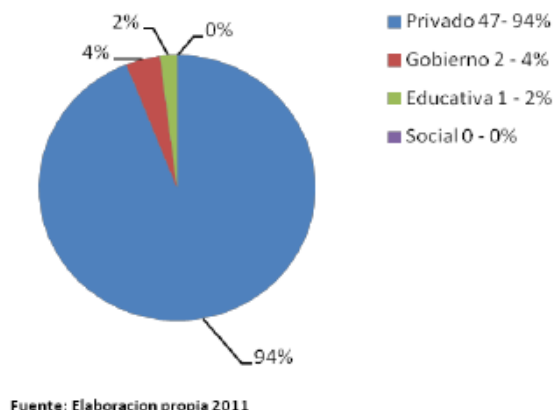
#### HALLAZGOS

**Categoría N° 1: Empresas y su Localidad en el Edo. de Nuevo León**

#### Interpretación de resultados

##### Categoría N°1:

Al desarrollar al análisis de los documentos institucionales en la categoría de Empresas, se obtuvo un listado de 50 empresas, de las cuales, el 18% (36) se ubican en el municipio de

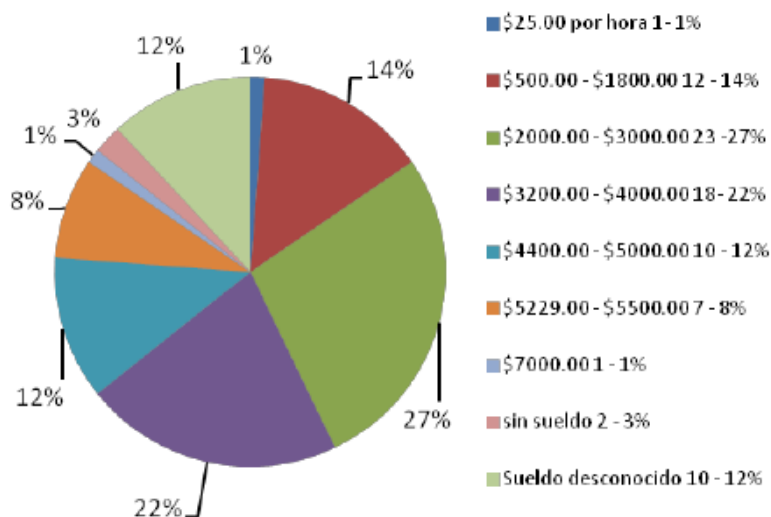
**Categoría N° 2: Clasificación de Empresas: Sector al que Pertenecen.****Interpretación de resultados.****Categoría N°2.**

Respecto al sector que pertenecen las empresas, el 94% (47) corresponde al privado; 4% (2) al gubernamental; el 2% (1) al educativo y el 0% al social.

Por lo cual el sector que mayormente ocupa practicantes de la carrera de Comunicación es el sector privado, evidenciando la gran cantidad de empresas e industrias que sustentan la economía del estado de Nuevo León, seguido del gubernamental y en tercer

lugar el educativo y por último, el sector social que en este año NO realizó ningún requerimiento de practicantes. Estos hallazgos permiten pronosticar que una vez titulados nuestros practicantes, existe oferta laboral para los egresados de Comunicación en estos sectores. Incluyendo el social, que aquí no se ve reflejado por carecer de convenios en este periodo del año de 2011.



**Categoría N° 3: Rango de Percepciones Económicas.**

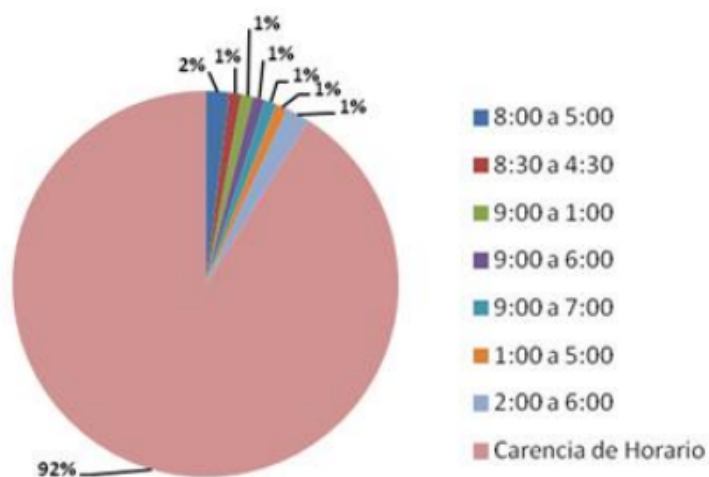
Fuente: Elaboración propia 2011

**Interpretación de resultados Categoría N°3.**

Conforme a rangos de percepciones económicas, el 27% (23), brindan montos de 2 a 3 mil pesos mensuales; el 22% (18) de 3,200 a 4 mil pesos; de 500 a 1,800 14% (12); el 12% (10) de 4,440 a 5 mil; 8% (7) de 5,229 pesos a 5,500; el 3% (2) sin sueldo específico y el 1% (1) paga 25 pesos por hora. 1% (1) recibe 7,000 pesos.

El rango de mayor

incidencia es de 2 a 3 mil pesos mensuales como compensación económica para 23 practicantes, seguido de 3,200 a 4 mil pesos para 18 alumnos y el tercer lugar, 18 perciben de 500 a 1,800 pesos y un cuarto rango de 10 alumnos perciben de 4440 a cinco mil. Solo hay una excepción, uno recibe 7,000, en un horario completo y con dominio del 80% de inglés. Por lo tanto se considera que la compensación recibida solo les sirve para cubrir el costo de su transporte a la empresa.

**Categoría N° 4: Rango de Horarios Requeridos por las Empresas.**

Fuente: Elaboración Propia 2011

**Interpretación de resultados****Categoría N°4.**

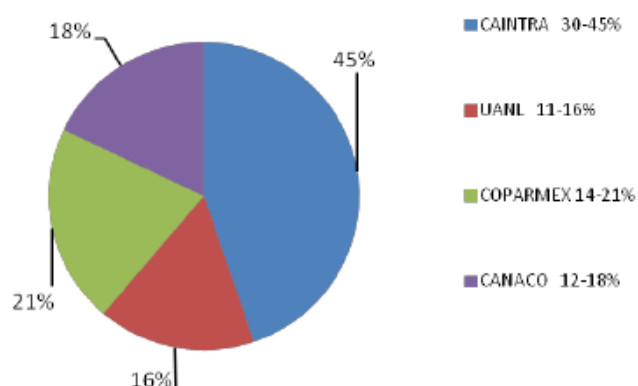
El 92% (72) de los convenios carecen del registro de horario; el 2% (1) de 8:00 a 17:00hrs; 1% (1) de 8:30 a 16:30; el 1% (1) de 9:00 a 13:00 hrs.; 1% (1) de 9:00 a 18:00 hrs.; 1% (1) de 9:00 a 19:00hrs; 1% (1) de 13:00 a 17:00hrs. Y 1% (1) 14:00 a 18:00 hrs.,

El 92% de los convenios firmados carecen del registro que estipule el horario en el que serán

contratados los servicios de prácticas profesionales, al carecer de esta información por parte del documento institucional, no se conoce las cantidades de horas desempeñadas por cada practicante.. Así es que se puede hacer en forma parcial, la sugerencia al personal de la Coordinación de Prácticas Profesionales, que apoya en el registro de dichos documentos que se tome en cuenta este dato e incluirlo en el convenio no solo de la UANL, sino también de las cámaras empresariales. Se ha detectado según comentarios de nuestros alumnos que tienen problemas para realizar prácticas profesionales porque sus horarios académicos les ocupa la mayor parte del día, la secuencia de las asignaturas están segmentadas con horarios no continuos o corridos. Ellos externan que sería muy provechoso que la misma Facultad organizara su oferta académica en los turnos matutino, vespertino y nocturno 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° 5: Convenios con Empresas y Cámara Empresariales a las que Pertenecen.**

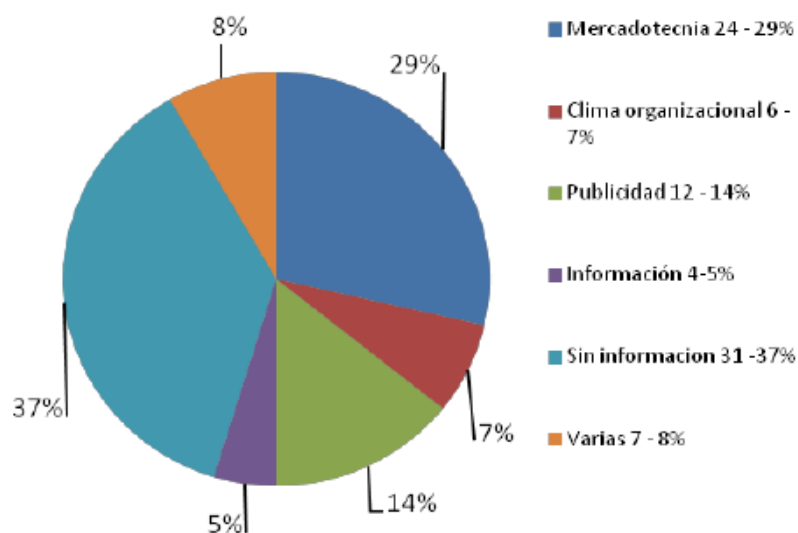


Fuente: Elaboración propia 2011

**Interpretación de resultados de la Categoría N°5.**

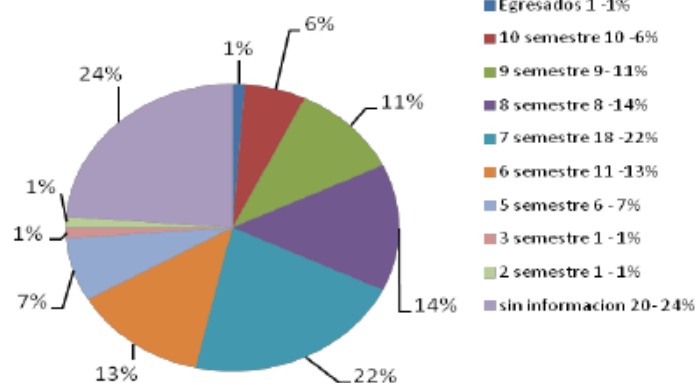
La mayoría de las organizaciones se registran en cámaras empresariales según el giro de su empresa y los convenios que se han analizado muestran que el 45% (30) corresponden a la Cámara de la Industria y la Transformación (CAINTRA), el 16% (11) con la Universidad Autónoma de Nuevo

León (UANL); el 21% (14) con COPARMEX; el 18% (12) Cámara Nacional de Comercio (CANACO). La Cámara que mayor cantidad de convenios realiza con nuestra Facultad es CAINTRA con un 45% (30), seguida de COPARMEX con el 21% (14), posteriormente CANACO con un 18% (12) y por último el 16% (11) de la UANL. Es evidente que la cámara de CAINTRA que corresponde al sector industrial, es quien recibió mayor cantidad de practicantes de la carrera de comunicación, seguido del 21% (14) de COPARMEX, que representa las empresas del sector comercial y de servicios donde también hay plazas laborales para cuando egresen de la carrera.

**Categoría N° 6: Acentuación de Carrera más Requerida por las Empresas.****Fuente: Elaboración propia 2011****Interpretación de resultados de la Categoría N°6.**

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 29% (24); 14% (12) de Comunicación Organizacional; el 14% (12) de Publicidad; el 5%

(4) de información (periodismo); 8% (7) sin preferencia de acentuación y el 13% (37) carece de información. Por consiguiente, las tres acentuaciones más requeridas son Mercadotecnia, Comunicación Organizacional y Publicidad, quedando en un bajo rango información (periodismo). Considero que se debe planear un programa para informar y difundir 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. La consideran solo para perder el tiempo o de poco prestigio. No conocen el campo laboral y la preparación académica.



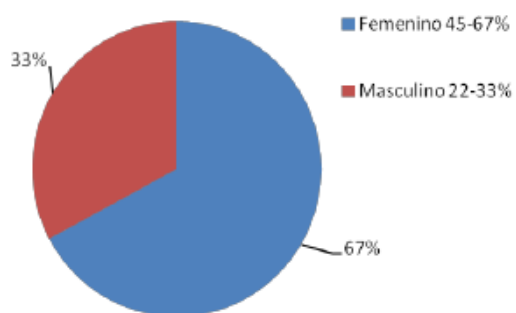
Fuente: Elaboración propia 2011

**Categoría N° 7: Nivel de Semestre****Requerido por las Empresas.****Interpretación de resultados de la Categoría N°7.**

Según los datos encontrados, las empresas solicitan practicantes para ocupar plazas con una mayor incidencia en el 22% (18) de 7°. Semestre; el 6°. Semestre el 13% (11); el 14% (8) del 8°. Semestre; y en un tercer lugar de 9°. Semestre 11% (9). El 6% (10) del 10°. Semestre; 1% (1) egresado; Los

hallazgos contrastan con el 24% (20) que carecen de información.

Según los documentos registrados, se constata que el semestre más solicitado es el 7°. Con 18 practicantes; seguidos del 6to. Semestre con 11 solicitudes; en tercer lugar 9 del 9°. Y 10 del décimo. Contrastando con 20 convenios que carecen de esta información. Se recomienda buscar respuestas para conocer cuáles son los motivos que impulsan a los alumnos del 8° semestre a no realizar prácticas profesionales. Se puede suponer que muchos de ellos están realizando su servicio social.



Fuente: Elaboración propia 2011

**Categoría N° 8: Plaza Asignada por****Género.****Interpretación de Resultados de la Categoría N°8.**

Conforme a los 50 convenios realizados con 50 empresas, el mayor número de practicantes corresponde al género femenino con un 67% (45) y un 33% (22) al masculino. Es congruente que se contrate mayormente al

género femenino de nuestros alumnos porque la matrícula de nuestra dependencia, predomina la población femenina.

### CONCLUSIONES PARCIALES

Los hallazgos que se presentan corresponden al primer año de funciones que se creó la Coordinación de Prácticas Profesionales donde se estaba formalizando las funciones que realizaría y conociendo el contexto y alcance de sus funciones formales con los sectores: productivo, gubernamental, social y educativo. En esta investigación se contó con varios registros insipientes 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.

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 incipientes **categorías** mensuales que al integrar esos datos con los del año 2012, podrá hacerse ajustes más apegados a la realidad cotidiana.

### BIBLIOGRAFÍA

- Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, P. (2003). Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill.  
<http://www.uanl.com.mx>
- Lara, É. (2011). Fundamentos de Investigación. México: Alfaomega.
- Manual de Procedimientos de Prácticas Profesionales. (s/f). Dirección General de Servicio Social y Prácticas Profesionales. San Nicolás de los Garza: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Plan de Desarrollo 2012-2020. (s/f). San Nicolás de los Garza: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Robbins, S. y Coutler, M. (2010). Administración. México: Prentice-Hall.