

**Colección**  
**Documentos de Investigación Educativa**



# UNIVERSIDAD DE SONORA

M.C. Pedro Ortega Romero  
Rector

Dr. Enrique Fernando Velázquez Contreras  
Secretario General Académico

M.C. Arturo Ojeda de la Cruz  
Secretario General Administrativo

Dr. Daniel Carlos Gutiérrez Rohan  
Vicerrector de la Unidad Regional Centro

M.C. Benjamín Burgos Flores  
Director de Planeación

# **Estudio de egresados de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora**

Karla Mercedes López Montes  
Benjamín Burgos Flores  
Guadalupe Tejeda Parra  
Plutarco Arturo Montaña Castañeda

**Colección**  
**Documentos de Investigación Educativa**

*Estudio de egresados de la Licenciatura  
en Ciencias de la Comunicación  
de la Universidad de Sonora*

Karla Mercedes López Montes  
Benjamín Burgos Flores  
Guadalupe Tejeda Parra  
Plutarco Arturo Montaña Castañeda

Universidad de Sonora  
Calle Rosales y Blvd. Luis Encinas  
Col. Centro, Hermosillo Sonora,  
C.P. 83000

Impreso y hecho en México. 2003

# Índice

<b>Introducción</b> . . . . .	7
<b>I. Características generales de los egresados</b> . . . . .	11
I.1 Sexo y edad . . . . .	11
I.2 Lugar de nacimiento y de residencia actual . . . . .	12
I.3 Estado conyugal . . . . .	13
I.4 Información socioeconómica actual . . . . .	13
<b>II. Origen sociofamiliar de los egresados</b> . . . . .	17
<b>III. Trayectoria educativa</b> . . . . .	20
III.1 Estudios de bachillerato o equivalente . . . . .	20
III.2 Estudios de licenciatura . . . . .	21
III.3 Continuación de la formación . . . . .	23
<b>IV. Trayectoria y ubicación en el mercado de trabajo</b> . . . . .	24
IV.1 Empleo durante el último año de la licenciatura . . . . .	24
IV.2 Búsqueda de empleo en el periodo inme- diato posterior al egreso de la licenciatura . . . . .	25
IV.3 Características del primer empleo al egreso de la licenciatura . . . . .	27
IV.4 Características del empleo actual . . . . .	33
IV.5 Exigencias en el desempeño profesional . . . . .	44
IV.6 Satisfacción con el empleo actual . . . . .	47

<b>V. Evaluación de la formación profesional recibida</b> . . . . .	49
V.1 Opinión sobre la orientación ocupacional y valorativa de la formación . . . . .	49
V.2 Opinión sobre los conocimientos y habilidades aprendidos . . . . .	51
V.3 Formación social . . . . .	53
V.4 Comentarios sobre los contenidos del plan de estudios . . . . .	54
V.5 Recomendaciones para mejorar el plan de estudios . . . . .	55
<b>VI. Opinión sobre la organización académica y el desempeño institucional</b> . . . . .	57
VI.1 Evaluación a los docentes . . . . .	57
VI.2 Organización académica . . . . .	59
VI.3 Calidad de los servicios de apoyo . . . . .	60
<b>VII. Satisfacción con la Universidad de Sonora y la carrera cursada</b> . . . . .	62
VII.1 Elección de la institución y programa académico . . . . .	62
VII.2 Satisfacción con la Universidad de Sonora . . . . .	64
VII.3 Satisfacción con la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación . . . . .	65
VII.4 Satisfacción con la formación profesional . . . . .	67
<b>Conclusiones</b> . . . . .	71

## **Introducción**

Desde su fundación la Universidad de Sonora había carecido de un programa institucional de estudios de egresados. Aunque en los últimos años se desarrollaron algunos estudios, éstos se hicieron de manera aislada con diferentes metodologías y diversos énfasis, algunos sobre el mercado de trabajo y otros enfocados al desarrollo curricular.

En el año 2002 la Institución inició formalmente los estudios de egresados, abarcando en una primera etapa un total de 15 programas, seleccionados entre aquellos que no habían modificado en los últimos años su plan de estudios, entre ellos precisamente el de la licenciatura en ciencias de la comunicación. Estos estudios forman parte de un proyecto presentado y aprobado en el marco del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (P/PIFI 2001-26-FO-13).

Con estos estudios se busca conocer la trayectoria educativa y laboral así como las exigencias actuales del mercado de trabajo y la satisfacción de los egresados con la Institución y la carrera cursada, con el propósito de disponer de una herramienta básica para la generación de propuestas encaminadas a reestructurar los planes de estudio y mejorar la calidad de los servicios educativos y administrativos que ofrece la Universidad.

Además se pretende que sean un instrumento que apoye la evaluación de los programas educativos, al proporcionar indicadores de calidad para medir sus resultados y contribuir con ello a la rendición de cuentas a la sociedad. También se busca que sirvan de insumo para comparar el desempeño de los egresados de la Universidad de Sonora con los de las distintas instituciones de educación superior del país y formular estrategias que permitan superar las limitaciones encontradas.

Asimismo, se busca fomentar el vínculo con los egresados, diseñar una oferta de educación continua de acuerdo a sus requerimientos y establecer programas tendentes a fomentar la titulación.

La licenciatura en ciencias de la comunicación está adscrita al Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación, que a su vez forma parte de la División de Ciencias Sociales de la Unidad Regional Centro. El plan de estudios vigente data desde 1985, año de creación de la carrera. Actualmente se encuentra en proceso de integración una propuesta de reestructuración curricular.

### *Metodología*

En general, para la realización del estudio se siguieron los lineamientos establecidos en la propuesta de *Esquema básico para estudios de egresados* que se desarrolló en 1998 bajo la coordinación de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES).

En concordancia con dicha guía, se seleccionó como población a los egresados de la carrera ciencias de la comunicación que al menos tuvieran cinco años de haber concluido sus estudios. Así, el marco muestral se integró por las cohortes que egresaron entre los semestres de 1994-2 a 1997-1 compuestas por un total de 334 egresados.

El tamaño de la muestra se calculó mediante la fórmula indicada en el esquema de referencia, considerando un valor de  $p=0.8$ , un nivel de confianza  $Z=95\%$  y un valor de precisión  $B=0.05$ . Para esa población el resultado fue una muestra de 142 egresados, los cuales fueron seleccionados mediante el muestreo aleatorio simple usando el paquete estadístico SPSS.



Ante la inexistencia de un directorio confiable de egresados se procedió a su revisión y actualización recurriendo a diversas fuentes. En esta etapa y las subsecuentes fue muy importante la participación de las autoridades del Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación.

Se rediseñó el formato del cuestionario propuesto por la ANUIES para la encuesta de egresados con el fin de que fuera más práctico y facilitara la captura de la información. También se eliminaron algunas preguntas por disponer ya de esa información y se modificaron otras para que fueran más comprensibles y se apegaran a las características del lenguaje utilizado en la región.

Por otro lado, se modificó la escala de respuestas para evitar sesgos positivos o negativos y facilitar el manejo de la información homogeneizando la mayor parte de las variables.

Para la aplicación de las encuestas se contrataron los servicios de un investigador con experiencia en el área. Previo al trabajo de campo fueron capacitados un total de 16 personas, tanto supervisores como encuestadores.

El levantamiento de la encuesta se efectuó en su mayor parte durante el segundo semestre del año 2002. En total se logró tener los cuestionarios completos de 129 egresados, que representan el 90.8% de la muestra.

La captura y validación de la información se llevó a cabo en el Área de Estudios de la Dirección de Planeación. La tabulación de datos, el cálculo de indicadores y el análisis estadístico se realizó utilizando el paquete SPSS. En particular para hacer afirmaciones sobre los resultados de la comparación de promedios de dos variables se realizó el análisis de varianza, aunque esto no se explicita en el texto correspondiente.

La presentación de los resultados se agrupa en siete capítulos. En el primero se presentan los datos principales del egresado que ofrecen una descripción inicial sobre ellos. En el segundo se establecen las condiciones socioeconómicas en que se desarrolló el egresado, focalizando los datos relativos al padre o jefe de familia. En el tercero se presenta un panorama acerca del trayecto educativo del egresado en el periodo inmediato anterior a su entrada a la Universidad, durante la licenciatura y en los estudios posteriores a su egreso.

En el cuarto capítulo se reseña la dimensión laboral del estudio, concentrándose en tres momentos en el empleo: durante el último año de la licenciatura, el primero después de egresar y el actual. En el quinto y en el sexto se presenta la valoración que los egresados tienen sobre la formación profesional recibida y sobre la organización y funcionamiento de la Institución, respectivamente.

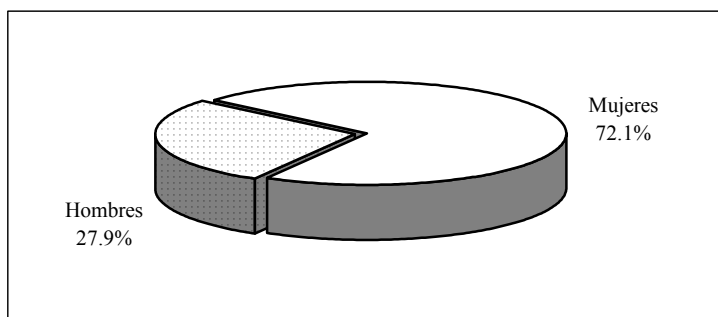
En el último capítulo se cierra el ciclo de observación más subjetivo, pero igualmente importante, reseñando la percepción que los egresados tienen sobre la Universidad de Sonora y el programa de licenciatura en ciencias de la comunicación y presentando un índice de satisfacción, construido a partir de nueve grupos de variables del cuestionario. Finalmente se destacan las conclusiones más relevantes del estudio.

## I. Características generales de los egresados

### I.1 Sexo y edad

La población de la licenciatura en ciencias de la comunicación está compuesta principalmente por mujeres, este grupo ocupa 72.1% y los hombres representan 27.9% de la población total. Sin embargo, esta situación puede considerarse normal, ya que en los programas educativos de ciencias sociales y de esta área en particular, tradicionalmente la matrícula femenina ha ocupado mayores proporciones.

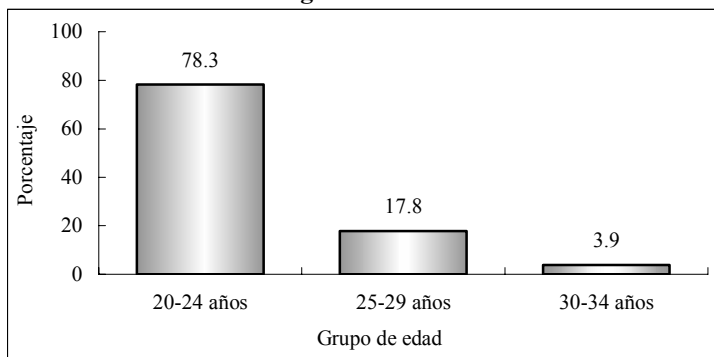
**Gráfica 1**  
**Porcentaje de egresados según sexo**



La edad actual, al momento de levantar la encuesta, es de 30.2 años en promedio, en un rango que va desde 27 hasta 40 años; en resumen la mitad de los egresados tiene 30 años o menos. La edad promedio de los hombres es de 31.4 años, ligeramente superior a la edad registrada por las mujeres de 29.8 años.

Al momento de concluir sus estudios los egresados tenían 23.3 años en promedio, esta variable indica que la mayor parte ingresó a la licenciatura en el periodo escolar inmediato siguiente al concluir el bachillerato.

**Gráfica 2**  
**Porcentaje de egresados según grupos quinquenales de edad al egreso de la licenciatura**



Como puede observarse en la gráfica dos, la mayoría de los egresados, 78.3%, al finalizar sus estudios estaba en el grupo quinquenal de edad que va de 20 a 24 años, edades en las que se sitúan normalmente las personas que tienen una trayectoria educativa ininterrumpida, 17.8% tenía entre 25 y 29, mientras que el resto entre 30 y 34 años de edad.

## **I.2 Lugar de nacimiento y de residencia actual**

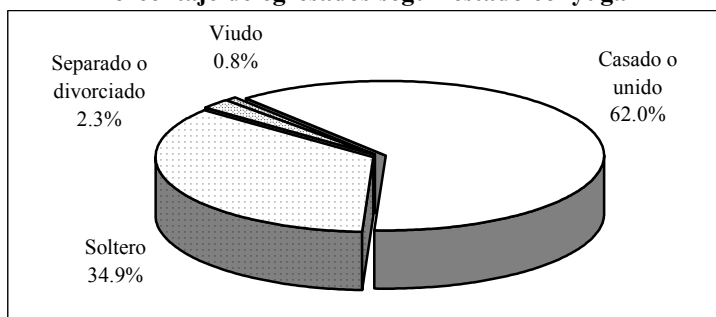
Todos los egresados encuestados nacieron dentro del territorio nacional y la gran mayoría, 86%, en Sonora; el resto es originario de los estados de Chihuahua, Sinaloa, Distrito Federal, Baja California, Baja California Sur, entre otros. De los sonorenses, más de la mitad nació en el municipio de Hermosillo y los demás se distribuyen en orden de importancia en los siguientes municipios: Cajeme, Navjoa, Guaymas, Nogales, entre otros.

Actualmente 94.6% de los egresados reside en Sonora y en Hermosillo se concentra 86.8% del total; 1.6% radica en Estados Unidos y el resto en estados del norte del país, principalmente.

### 1.3 Estado conyugal

En lo que se refiere al estado conyugal de los egresados, 62% está casado o unido, 34.9% continúa soltero y 2.3% está separado o divorciado. Al analizar la información de la situación conyugal de los egresados por sexo se observa que una mayor proporción de hombres es soltero, 44.4%, si se compara con las mujeres, que en este rubro registran 31.2 por ciento.

**Gráfica 3**  
**Porcentaje de egresados según estado conyugal**



### 1.4 Información socioeconómica actual

Aun cuando no es el objetivo primordial del estudio conocer el nivel socioeconómico actual de los egresados, ofrece un panorama más amplio de las condiciones de vida de los profesionistas con respecto a la población en general.

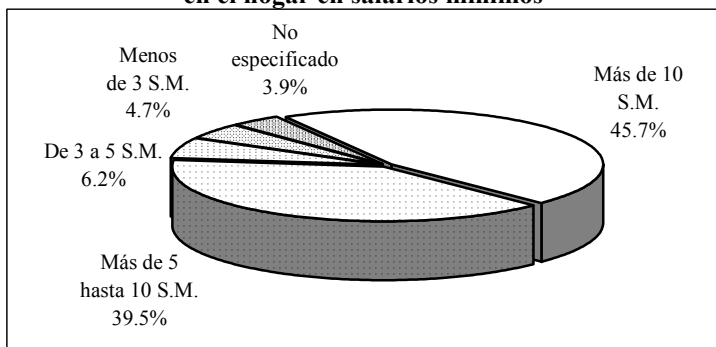
En primer término se analiza el tamaño del hogar, que se define como el conjunto de personas que comparten los ingresos y gastos al menos en alimentación. Los egresados de la licenciatura en ciencias de la comunicación conviven en hogares de tres integrantes en promedio, sin presentar diferencias por género.

Si se considera que al momento de la entrevista casi todos los egresados radicaban en Sonora, 94.6%, se puede comparar el tamaño de los hogares en el estado según el XII Censo General de Población y Vivienda 2000, que es de 4.1 habitantes con el valor obtenido en la encuesta, teniendo una diferencia de 1.1 integrantes en promedio, lo que indica que los hogares de los egresados de ciencias de la comunicación son más pequeños en relación con la población total del estado.

Dos personas de cada hogar en promedio se encontraban trabajando al momento de levantar la encuesta, indicador que se comporta de manera similar al ser calculado por sexo. El ingreso por persona en el hogar se sitúa alrededor de los \$5,385.7, en tanto el ingreso por perceptor, que se refiere al ingreso total en el hogar dividido entre el número de personas ocupadas, alcanza \$7,997.3 en promedio, ambos indicadores presentan una alta variabilidad.

El ingreso por hogar puede analizarse de manera más ilustrativa si se establecen rangos con base en el salario mínimo vigente para el periodo de levantamiento de la encuesta.

**Gráfica 4**  
**Porcentaje de egresados según ingreso en el hogar en salarios mínimos**

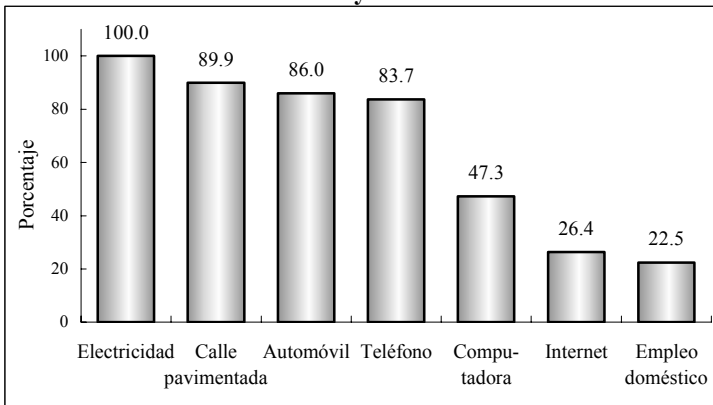


S.M.: salarios mínimos.

De esta manera como se observa en la gráfica cuatro, 45.7% de los egresados forma parte de hogares en los que se percibe más de 10 salarios mínimos, le sigue en orden de importancia el grupo donde el ingreso va de más de cinco hasta 10 salarios mínimos, que concentra a 39.5% de los hogares.

Los grupos de bajos ingresos se reducen considerablemente, situación predecible puesto que se trata de hogares donde al menos uno de sus integrantes es profesionista; en 6.2% de los hogares el ingreso va de tres a cinco, mientras que en 4.7% es menor a tres salarios mínimos.

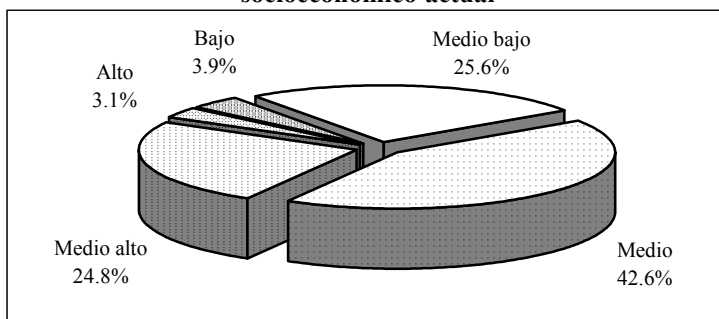
**Gráfica 5**  
**Porcentaje de egresados según posesión de bienes y servicios**



Por otra parte, 34.9% de los egresados cuenta con vivienda propia y 26.4% la está pagando, 20.9% vive con sus padres o familiares, 15.5% renta y el resto especificó otro tipo de tenencia. Todos tienen energía eléctrica en su vivienda, 89.9% cuenta con calle pavimentada, 83.7% con teléfono, 47.3% con computadora, aunque sólo 26.4% tiene servicio de internet. En cuanto a automóvil propio, 55% cuenta con al menos uno y 31% con dos o más.

Al asignar valores y ponderar algunas de las variables de tipo socioeconómico como tenencia de la vivienda, servicios y posesión de bienes, se obtiene una variable compuesta: el índice de nivel socioeconómico de los egresados, criterio que ayuda a clasificar por estratos su situación económica actual.

**Gráfica 6**  
**Porcentaje de egresados según nivel socioeconómico actual**



Como se observa en la gráfica anterior, poco más de 40% de los egresados tiene un nivel socioeconómico medio, se podría decir que las personas de este grupo cuentan con la mayoría de los servicios en la vivienda y al menos un automóvil, sin importar sus características.

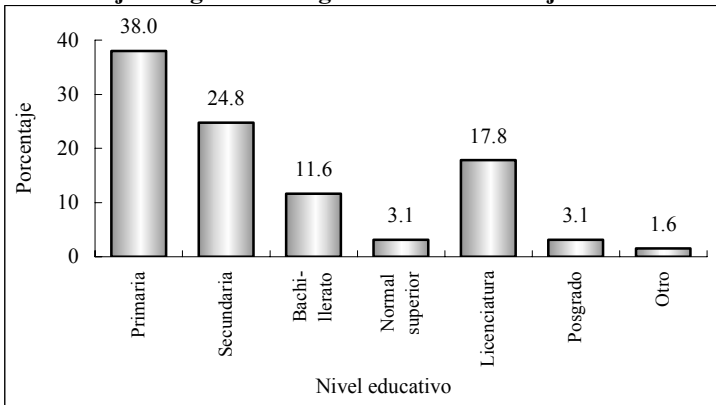
Los estratos medio alto y medio bajo concentran alrededor de una cuarta parte cada uno. Mientras que los extremos, el nivel alto y bajo agrupan a 3.1 y 3.9% respectivamente. Los egresados que se clasifican en el estrato inferior no cuentan con vivienda ni automóvil propios, en cambio quienes se encuentran en el nivel alto poseen todos los servicios que se incluyen en el cuestionario, vivienda propia y uno o más automóviles de modelo reciente.



## II. Origen sociofamiliar de los egresados

Las variables que dan cuenta del origen sociofamiliar son el nivel educativo y la ocupación del jefe de familia, que puede ser el padre, la madre o el tutor del egresado. También se considera dentro de este apartado la fuente de manutención del egresado durante sus estudios.

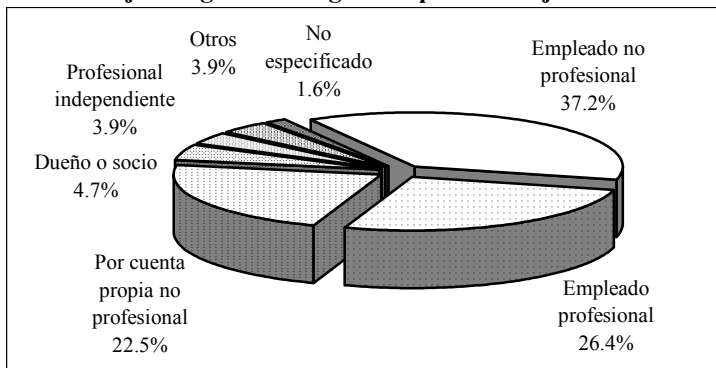
**Gráfica 7**  
**Porcentaje de egresados según escolaridad del jefe de familia**



Es evidente que los egresados al estudiar una carrera buscan mantener o mejorar su calidad de vida, esto se comprueba al observar los niveles de escolaridad alcanzados por el jefe de familia, que en promedio acumulan 9.6 años, es decir la educación básica, primaria y secundaria completa.

Llama la atención que no se presenta ningún caso de jefes de familia sin instrucción. Poco más de la tercera parte cuenta con al menos un año de educación primaria y 24.8% con secundaria. En tanto, 17.8% realizó estudios de licenciatura y 3.1% por lo menos un año de posgrado.

**Gráfica 8**  
**Porcentaje de egresados según ocupación del jefe de familia**

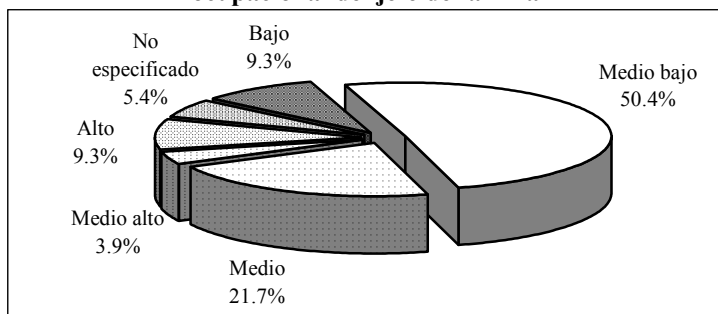


Alrededor de 60% de los jefes de familia realiza actividades no profesionales, ya sea como empleado o por cuenta propia. La categoría de empleado profesional agrupa a 26.4%, mientras que quienes tienen su propio negocio o son profesionales independientes representan 4.7 y 3.9%, respectivamente.

Por otro lado, al ponderar el tipo de empleo con el tamaño de empresa o institución en que se desempeña el jefe de familia se obtiene una variable que mide el nivel ocupacional. Según el análisis, prevalece en los egresados un origen sociofamiliar con un perfil económico de medio bajo a medio, pues 72.1% de los jefes de familia presenta tales posiciones ocupacionales.

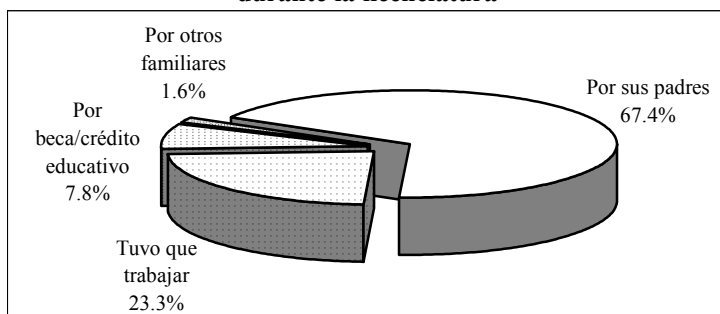
La mayor parte de los jefes de familia ocupa puestos de nivel medio bajo, donde se pueden encontrar empleados no profesionales, trabajadores por cuenta propia, vendedores y asistentes o auxiliares. El nivel medio (21.7%) agrupa a jefes de departamento, de oficina, empleados profesionales y analistas técnicos; solamente 13.2% se ubica en el nivel medio alto y alto, al que corresponden profesionistas independientes, gerentes, directores y dueños o socios de una empresa, despacho o rancho.

**Gráfica 9**  
**Porcentaje de egresados según nivel ocupacional del jefe de familia**



Por otra parte, 67.4% de los egresados tuvo como principal sostén económico a sus padres durante sus estudios de licenciatura, sin embargo 23.3% de los egresados trabajó para costear sus estudios y 7.8% recurrió a becas o a crédito educativo. Los datos anteriores hacen suponer que en una alta proporción de los hogares de los egresados se gozaba de una relativa estabilidad económica, al menos en el tiempo en que realizaron la licenciatura, ya que 95.3% pudo dedicarse de tiempo completo a los estudios.

**Gráfica 10**  
**Porcentaje de egresados según forma de manutención durante la licenciatura**



### III. Trayectoria educativa

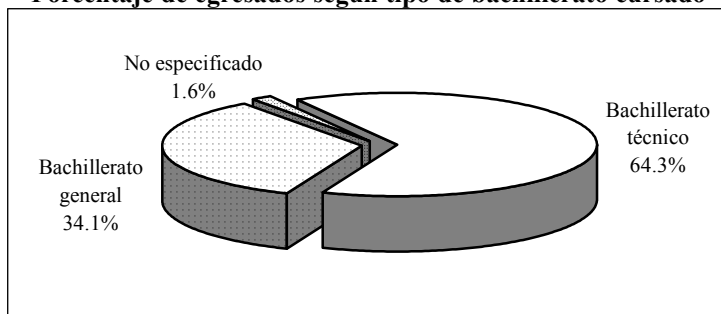
Las variables educativas incluidas en el cuestionario permiten analizar la trayectoria educativa de los egresados con el fin de obtener información sobre su origen y destino académico.

#### III.1 Estudios de bachillerato o equivalente

La mayor parte de los egresados, 93.8%, realizó sus estudios de bachillerato en el estado y 61.2% específicamente en el municipio de Hermosillo, de lo que se deduce que la licenciatura en ciencias de la comunicación atiende básicamente a una demanda local. Acorde con los antecedentes socioeconómicos, 76.7% de los egresados estudió en instituciones públicas y 21.7% en escuelas privadas.

Poco más de una tercera parte estudió en bachillerato de tipo general, mientras que el resto en bachillerato técnico donde, además de la instrucción general se ofrece capacitación para el trabajo en diversas áreas. El promedio general que los egresados mantuvieron a lo largo de sus estudios de nivel medio superior fue de 86.2 puntos, sin presentarse diferencias significativas al comparar esta variable por sexo.

**Gráfica 11**  
**Porcentaje de egresados según tipo de bachillerato cursado**



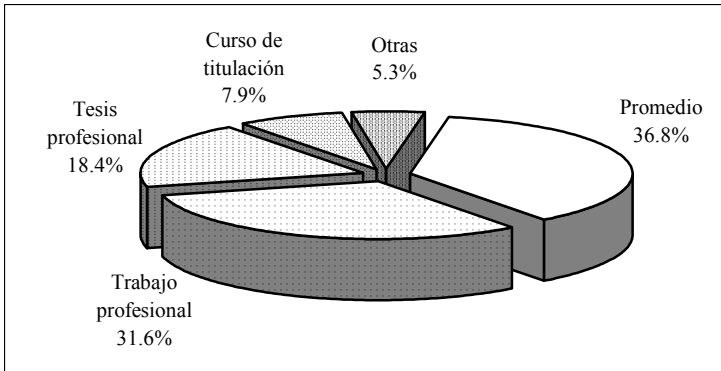
### III.2 Estudios de licenciatura

Las materias del plan de estudios de la licenciatura en ciencias de la comunicación se imparten a lo largo de nueve semestres; 68.2% de los egresados terminó su carrera en el tiempo mínimo requerido. Sin embargo, el promedio de tiempo para concluir el plan de estudios fue de 10.3 semestres.

En sus estudios de licenciatura los egresados obtuvieron un promedio de aprovechamiento menor al alcanzado en el bachillerato, pasando de 86.2 a 85.7 puntos. Si el promedio de la licenciatura se compara por género, se observa que las mujeres obtuvieron 86.6 superando a los hombres que alcanzaron 83.5 puntos.

Respecto a la prestación del servicio social, casi todos los egresados, 95.3%, declararon haberlo realizado; esta actividad es el primer paso para el ejercicio profesional y trámite necesario para acceder a la titulación. Al momento de levantar la encuesta 29.5% de los egresados estaba titulado, de ellos; 36.8% obtuvo el grado automáticamente (por promedio), argumentando que es el método más fácil y accesible.

**Gráfica 12**  
**Porcentaje de egresados titulados según opción de titulación**



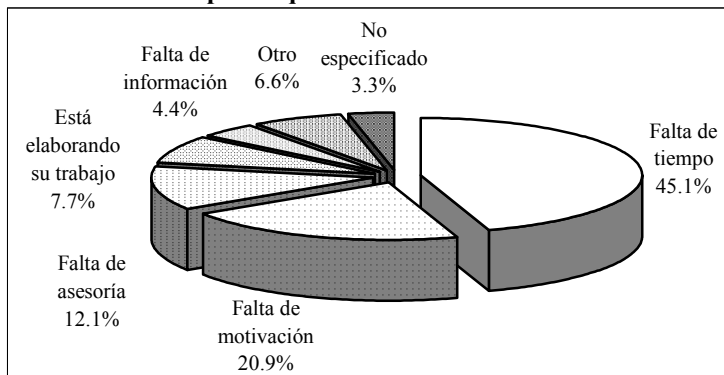
Asimismo, 31.6% de los egresados se tituló realizando trabajo profesional, la mayoría de ellos pensaba que era la opción más fácil y accesible o porque requería menos tiempo, mientras 18.4% accedió a la titulación realizando tesis profesional pues les pareció que era la opción más formativa.

Finalmente 7.9% optó por el curso de titulación, porque consideraron que era la alternativa más viable. En la categoría de otras, en la gráfica 12, se incluyen las opciones de tesina y disertación.

Contando desde que concluyeron el total de créditos por materias hasta el momento de la titulación, los egresados tardaron tres años y tres meses en promedio para alcanzar el grado.

Por su parte, quienes aún no se titulan manifiestan como principal argumento a su demora la falta de tiempo, 45.1%, seguido por la falta de motivación con 20.9%. Únicamente 7.7% dice estar realizando su trabajo, mientras la falta de información o asesorías afecta a 16.5% de los egresados.

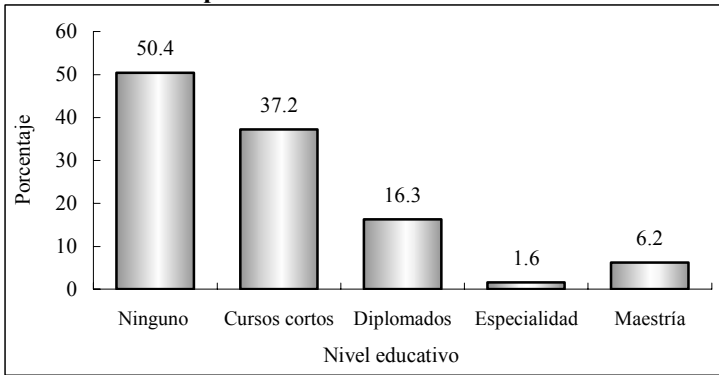
**Gráfica 13**  
**Porcentaje de egresados según razón**  
**por la que no se han titulado**



### III.3 Continuación de la formación

Una vez concluida la licenciatura, casi la mitad de los egresados de ciencias de la comunicación decidió continuar su formación. En la siguiente gráfica se observa el tipo de estudios por los que se han inclinado.

**Gráfica 14**  
**Porcentaje de egresados según tipo de estudios posteriores a la licenciatura**



Nota: La suma de los valores en la gráfica puede ser mayor a 100% debido a quienes han realizado más de un tipo de estudios.

La proporción de egresados que se preocupa por mantenerse actualizado es alta, 37.2% ha realizado cursos cortos, la mayoría referentes a su ámbito laboral y 16.3% diplomados; los temas más comunes en los diferentes cursos son los enfocados a la computación, idiomas, educación, redacción, periodismo y fotografía.

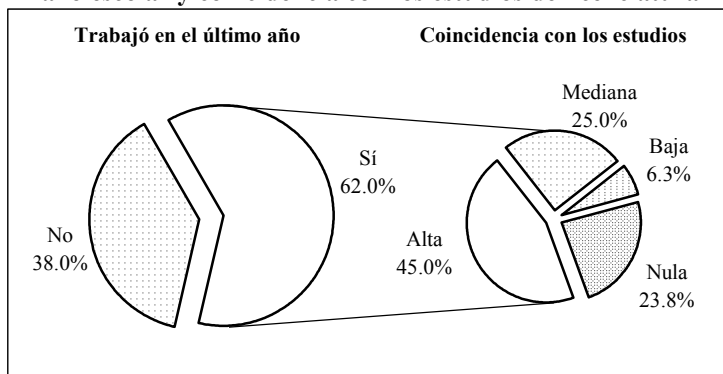
Por otra parte, 6.2% estudia o estudió alguna maestría y 1.6% especialidad. De ellos 80% ha estudiado en instituciones de carácter público y la mitad financiado con recursos propios. Al momento de la encuesta 30% había alcanzado el grado académico correspondiente al programa cursado.

## IV. Trayectoria y ubicación en el mercado de trabajo

### IV.1 Empleo durante el último año de la licenciatura

De acuerdo con los resultados del estudio, 62% de los egresados trabajó durante el último año escolar, lo que implica que existían condiciones de mercado para ellos, dato que se confirma con el hecho de que 45% del total de los egresados que trabajaba, lo hacía en actividades que tenían una alta coincidencia con sus estudios de licenciatura.

**Gráfica 15**  
**Porcentaje de egresados según condición laboral en el último año escolar y coincidencia con los estudios de licenciatura**



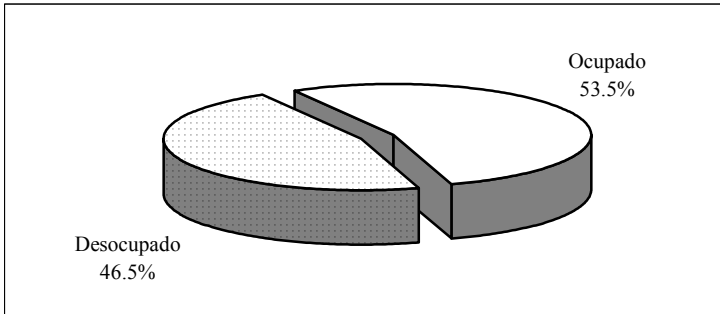
Por otro lado, 31.3% señala que la coincidencia entre el trabajo y sus estudios era de mediana a baja, donde probablemente trabajaban en áreas afines pero por diversos factores, como su condición de estudiantes, no se encontraban en puestos de alta correspondencia con su profesión. En promedio los egresados trabajaban 29.7 horas a la semana, pero 46.3% lo hacía en jornadas de 35 o más horas, es decir, en empleos de tiempo completo.



## IV.2 Búsqueda de empleo en el periodo inmediato posterior al egreso de la licenciatura

Al momento de concluir la licenciatura 53.5% de los egresados se encontraba laborando; independientemente de ello, 68.2% buscó trabajo activamente. Este movimiento es natural tanto para quienes no tenían un empleo, como para los que buscaban mejores oportunidades y de mayor coincidencia con su profesión, aun cuando ya estaban trabajando.

**Gráfica 16**  
**Porcentaje de egresados según condición laboral al momento de concluir la licenciatura**

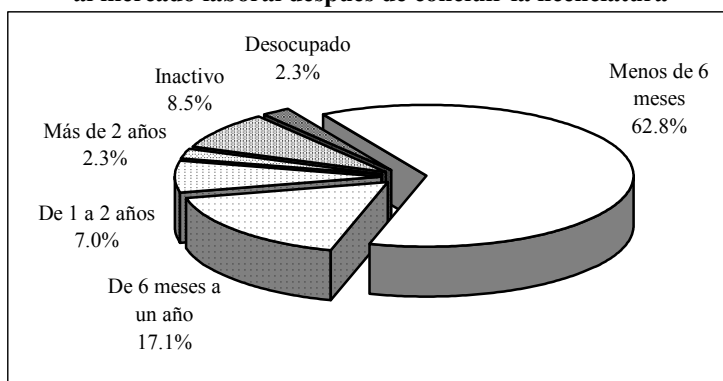


El tiempo que tardan los egresados en incorporarse a la vida laboral varía en función de las condiciones económicas y de las necesidades del mercado, entre otros factores. Este indicador permite medir la pertinencia social de los programas académicos, pues la educación juega un papel determinante en la productividad en la medida en que existan oportunidades laborales.

Así, 62.8% de los egresados de comunicación tuvo un empleo en menos de seis meses después de concluidos los estudios, 17.1% tardó entre seis meses y un año en conseguirlo; en total quienes trabajaron el primer año suman 79.9 por ciento.

Ahora bien, 61.2% trabajó en el primer año al egreso y la actividad que desempeñaba tenía coincidencia con los estudios de licenciatura. Es importante considerar este aspecto, aunado al tiempo que los egresados tardan en emplearse, para medir la eficiencia de la inserción al mercado laboral.

**Gráfica 17**  
**Porcentaje de egresados según tiempo para incorporarse al mercado laboral después de concluir la licenciatura**



Sin embargo, 7% tardó de un año y un día a dos años en iniciar actividades laborales, 2.3% más de dos años y un porcentaje similar no encontró empleo y quedó desocupado. Este grupo de egresados atribuye la demora o dificultades para encontrar empleo principalmente a que tenía ofertas de trabajo poco atractivas o bien, a que en el momento en que buscaron trabajo no encontraron vacantes.

Por otro lado, 8.5% decidió permanecer inactivo en el periodo inmediato posterior al concluir la licenciatura; la mayoría, 7%, argumenta razones personales y sólo 1.5% porque decidió continuar estudiando o por realizar su trabajo de titulación.

### IV.3 Características del primer empleo al egreso de la licenciatura

La información que se presenta a continuación se refiere al primer empleo formal, con una duración mayor o igual a tres meses. En el caso de que el egresado hubiera tenido dos o más empleos se analiza únicamente el principal, es decir, al que le dedicaba la mayor parte de su tiempo.

De acuerdo con las condiciones mencionadas, 91.5% brindó información sobre su primer empleo y será este total el que se tome como referencia a lo largo del apartado, excluyendo a 8.5% de los entrevistados que no trabajaron en los primeros años después de concluida la licenciatura.

**Cuadro 1**  
**Porcentaje de egresados según medio para encontrar empleo**

<b>Medios</b>	<b>Porcentaje</b>
Recomendación de un amigo o familiar	29.7
Anuncio en el periódico	15.3
Invitación expresa de una empresa o institución	15.3
Solicitud de empleo en empresas o instituciones	11.9
Recomendación de amigos de la licenciatura	8.5
Recomendación de un profesor	4.2
Bolsa de trabajo	4.2
Relaciones hechas en empleos anteriores	4.2
Servicio social	2.5
Integración a un negocio familiar	2.5
Creación de un negocio, despacho o empresa propios	1.7

Según indican los porcentajes obtenidos, la recomendación es uno de los principales medios que los egresados de esta carrera aprovecharon para conseguir el primer empleo al egreso, ya que 29.7% lo obtuvo por recomendación de un amigo o familiar, 8.5% por un amigo de la licenciatura y 4.2% por un profesor.

De lo anterior se deduce que las redes sociales fueron un factor determinante para 42.4%. Asimismo, los anuncios en el periódico y la invitación que hacen las empresas o instituciones ocupan un lugar importante para la colocación. El entregar solicitudes de empleo dio resultado para 11.9% de los egresados.

Muchos son los factores que influyen para obtener un empleo con las características que los profesionistas buscan, tales como estabilidad laboral, ingresos acordes con su capacitación, posibilidades de superación, entre otros. Tal como se observa en el cuadro dos, se cuestionó a los egresados sobre los principales factores que les afectaron tanto positiva como negativamente al momento de enfrentarse al mercado laboral, arrojando los siguientes resultados.

**Cuadro 2**  
**Porcentaje de egresados según factores que influyeron para conseguir el empleo**

Factores	Porcentaje			
	Facilitó	No influyó	Dificultó	N.E.
El prestigio de la institución en que estudió la carrera	51.7	30.5	14.4	3.4
La buena aceptación de la carrera en el mercado laboral	42.4	28.8	23.7	5.1
La coincidencia de la carrera con las necesidades de la empresa o institución	60.2	22.0	15.3	2.5
La experiencia laboral previa	47.5	25.4	23.7	3.4
La edad	57.6	24.6	13.6	4.2
El género	44.9	34.7	12.7	7.6
Las responsabilidades familiares	42.4	28.0	20.3	9.3

N.E.: no especificado.

La coincidencia de la carrera con las necesidades de la empresa o institución influyó positivamente, puesto que 60.2% de los

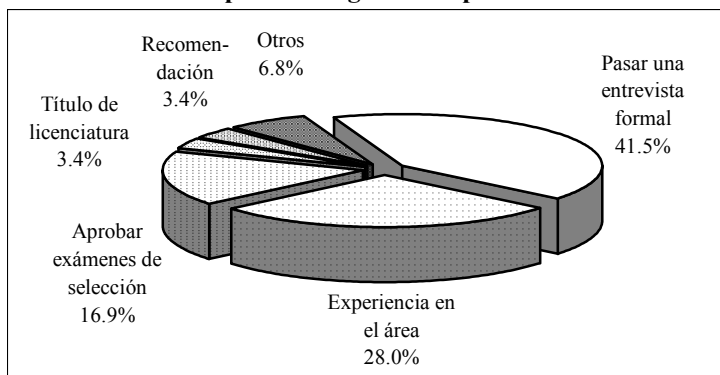
egresados laboraba en sectores donde se requería en gran medida de los conocimientos que adquirieron durante la licenciatura.

Uno de los factores que más ayudó a los egresados fue el prestigio de la Universidad de Sonora, ya que favoreció a más de la mitad. Es importante mencionar también que la buena aceptación de la carrera en el mercado laboral fue favorable para 42.4%, no influyó para 28.8%, pero fue una dificultad para 23.7% de los egresados.

Para muchas empresas la experiencia laboral es un requisito indispensable, que en este caso ayudó a 47.5% de los egresados, para 25.4% no influyó, pero sí fue un obstáculo para 23.7% que se enfrentaba por primera vez al ámbito laboral.

La edad y el género ayudó a abrirse camino a 57.6 y 44.9% respectivamente. En cuanto a las responsabilidades familiares (estar casado, tener hijos, etc.) que tenían cuando egresaron facilitó a 42.4%, mientras que para 28% no tuvo mayor influencia y para 20.3% constituyó una limitante.

**Gráfica 18**  
**Porcentaje de egresados según requisitos formales para conseguir el empleo**



Hablando de requisitos formales, cumplir con las exigencias de un entrevistador fue el de mayor peso, tener experiencia en el área fue decisivo para 28% de los egresados, en tanto 16.9% aprobó de manera satisfactoria exámenes de selección, mientras que para 3.4% fue necesario contar con el título de la licenciatura.

Aunque la recomendación no era una opción de respuesta definida en el cuestionario, 3.4% mencionó que ese fue el principal motivo por el que fue contratado en su primer empleo. La categoría de otros, 6.8%, incluye a quienes dijeron que no se les solicitó ningún requisito formal y a los que se integraron a un negocio familiar, entre otros.

En lo que se refiere al régimen de la empresa o institución donde se desempeñaban los egresados, 57.6% era de iniciativa privada y 42.4% de carácter público. El campo profesional donde pueden prestar sus servicios los licenciados en ciencias de la comunicación abarca diversos sectores económicos, orientados a cualquier ámbito de la producción y práctica comunicativa.

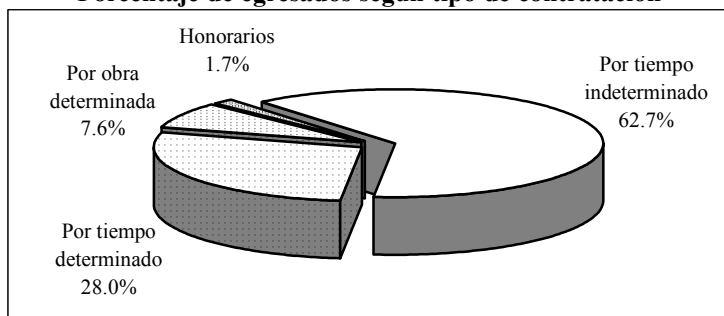
**Cuadro 3**  
**Porcentaje de egresados según sector económico de la empresa o institución**

<b>Sector económico</b>	<b>Porcentaje</b>
Comunicaciones y transporte	23.7
Educación	21.2
Servicios de gobierno	18.6
Comercio	14.4
Servicios profesionales y técnicos	9.3
Servicios bancarios, financieros y seguros	3.4
Servicios de salud	2.5
Industria de la construcción	2.5
Otro	3.4
No especificado	0.8

Así, 23.7% de las instituciones o empresas pertenecen al sector de comunicaciones y transportes, 21.2% a la educación, 18.6% a servicios de gobierno, 14.4% al sector comercio y en menor proporción, diversos sectores como servicios profesionales, bancarios, industria de la construcción y la salud.

Por otra parte, 95.8% de los egresados que se encontraba trabajando lo hacía bajo la condición de empleado; 35.6% trabajaba en empresas grandes, de más de 251 empleados; 29.7% en empresas de entre 16 y 100 empleados (pequeña); 23.7% en empresas micro, de hasta 15 empleados, mientras que 8.5% laboraba en empresas de entre 101 y 250 empleados, es decir medianas. Además 2.5% de los egresados trabajaba solo, bajo la condición de trabajador independiente.

**Gráfica 19**  
**Porcentaje de egresados según tipo de contratación**



La forma más usual de contratación que se ofreció a 62.7% de los egresados en su primer empleo fue por tiempo indeterminado, egresados que en su mayoría trabajaban desde antes de concluir su licenciatura.

Únicamente 35.6% tenía contratación por tiempo u obra determinada y 1.7% por honorarios, modalidades que han cobrado importancia en los últimos años debido a la denominada flexibili-

dad laboral. Esta situación puede considerarse normal, debido a que esta primera etapa resulta como periodo de prueba, donde el egresado es medido en sus aptitudes a la vez que adquiere experiencia.

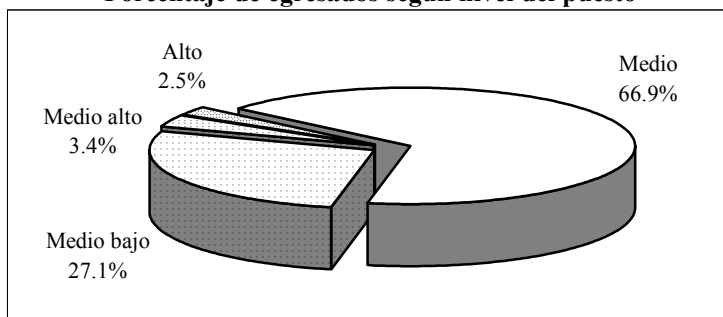
En lo referente a la posición en el empleo, la mayor parte de los egresados, 66.9%, tenía puestos de nivel medio, que agrupa a empleados profesionales, supervisores, jefes de oficina, jefes de departamento y ejecutivos de cuenta.

Los puestos de nivel medio bajo ocupaban a 27.1%, entre los que se pueden encontrar empleados no profesionales, vendedores, asistentes, auxiliares, entre otros.

Ahora bien, 3.4% era gerente, director de área, subgerente o subdirector, puestos de nivel medio alto. Los egresados con puestos de nivel alto representaban 2.5%, quienes eran profesionales independientes y dueños o socios de alguna empresa, despacho o rancho.

**Gráfica 20**

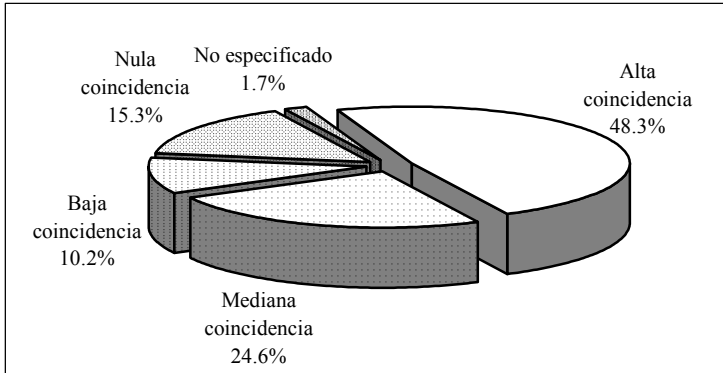
**Porcentaje de egresados según nivel del puesto**



La mayor proporción de los egresados, 48.3%, considera que las actividades que desempeñaba en su primer trabajo estaban estrechamente relacionadas con sus estudios, factor fundamental para su desarrollo profesional, ya que es posible poner en práctica y ampliar los conocimientos adquiridos a su paso por la Universidad.



**Gráfica 21**  
**Porcentaje de egresados según coincidencia**  
**de la actividad laboral con sus estudios**



Por otra parte, 24.6% señala que existía una mediana coincidencia, 10.2% que la coincidencia era baja y 15.3% se dedicaba a labores completamente diferentes para las que se le preparó dentro del programa de la licenciatura en comunicación.

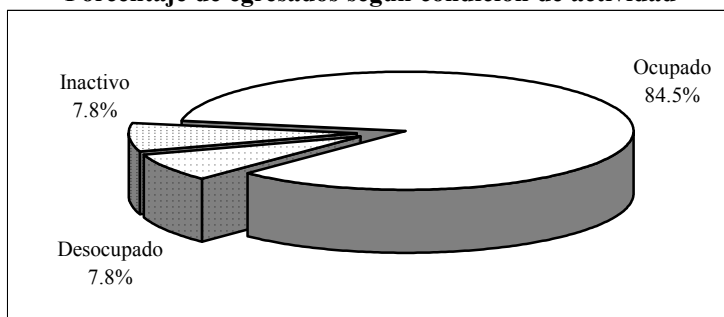
#### **IV.4 Características del empleo actual**

Actualmente 84.5% de los encuestados trabaja, los cuales se considerarán como el total de la población a lo largo del presente apartado. Al momento de la entrevista 7.8% se encontraba desempleado, ya que declaró no encontrar empleo o estar por incorporarse a uno.

El porcentaje de desocupados es superior a la tasa de desempleo abierta, publicada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) en la Encuesta Nacional de Empleo Urbano (ENEU) para el área urbana de Hermosillo, que es de 3.5% en el 2002, periodo de levantamiento de la encuesta. Se consideró el dato de Hermosillo como representati-

vo de Sonora, ya que 94.5% de los egresados que trabaja lo hace en la entidad. Por último, 7.8% se encuentra inactivo puesto que declaró no buscar un empleo, la mayoría por motivos personales.

**Gráfica 22**  
**Porcentaje de egresados según condición de actividad**



Del total de egresados que se encuentra trabajando, 23.9% permanece en el mismo empleo que tenía al egreso de la licenciatura, es decir, el que consideró como su primer empleo formal.

**Cuadro 4**  
**Porcentaje de egresados según medio para encontrar empleo**

<b>Medios</b>	<b>Porcentaje</b>
Recomendación de un amigo o familiar	30.3
Solicitud de empleo en empresas o instituciones	22.0
Invitación expresa de una empresa o institución	11.9
Anuncio en el periódico	8.3
Integración a un negocio familiar	6.4
Recomendación de amigos de la licenciatura	5.5
Relaciones hechas en empleos anteriores	4.6
Recomendación de un profesor	2.8
Creación de un negocio, despacho o empresa propios	2.8
Bolsa de trabajo	2.8
Otros	2.8

La recomendación sigue siendo uno de los principales medios para que los egresados de esta carrera se coloquen en el mercado laboral: 30.3% consiguió su trabajo actual por recomendación de un amigo o familiar, 5.5% por amigos de la licenciatura y 2.8% por profesores.

Otro método tradicional, que se encuentra en segundo lugar, es la entrega de solicitudes directamente en las empresas o instituciones, seguida por la invitación directa de los empleadores. Aunque en menor proporción, los anuncios en el periódico y el integrarse a un negocio familiar, son un medio importante para que los egresados se incorporen en el ámbito laboral.

En comparación con el primer empleo, se reduce un poco la participación de las empresas privadas como empleadoras, ocupando 51.4% y aumentan las de régimen público que agrupan a 45.9%, sin embargo, continúan siendo las que más solicitan a este tipo de profesionistas. El restante 2.8% participa en organizaciones de carácter civil.

**Cuadro 5**  
**Porcentaje de egresados según sector económico de la empresa o institución**

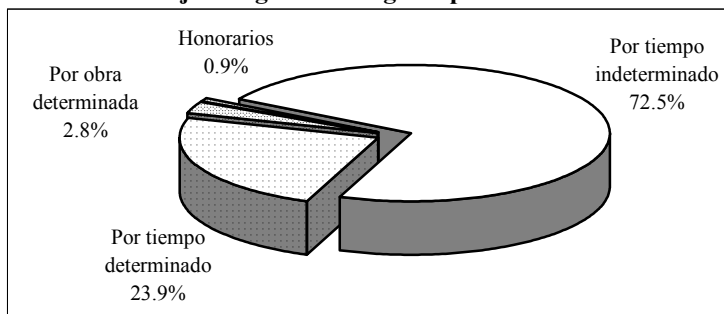
<b>Sector económico</b>	<b>Porcentaje</b>
Educación	27.5
Servicios de gobierno	22.9
Comercio	21.1
Comunicaciones y transporte	10.1
Servicios profesionales y técnicos	3.7
Servicios bancarios, financieros y seguros	2.8
Industria de la construcción	2.8
Servicios de salud	1.8
Industria de la transformación	1.8
Otros	5.5

El cuadro cinco muestra los diversos sectores económicos en donde laboran los egresados, pero a diferencia del primer empleo aumenta la participación de los que trabajan en educación, gobierno y comercio, disminuyendo los que se desempeñan en el sector comunicaciones y transporte.

Los egresados que trabajan en empresas micro, con menos de 15 empleados, representan 15.6%, mientras que 19.3% lo hace en empresas pequeñas que tienen entre 15 y 100 empleados; 11% se encuentra en empresas medianas con más de 100 pero menos de 250 empleados y 47.7% en instituciones grandes, ya que cuentan con más de 251 empleados; el resto, 6.4%, trabaja de manera individual.

De los egresados de la licenciatura en comunicación, 84.4% labora bajo la condición de empleado, 9.2% es trabajador independiente y 6.4% tiene su propio negocio.

**Gráfica 23**  
**Porcentaje de egresados según tipo de contratación**

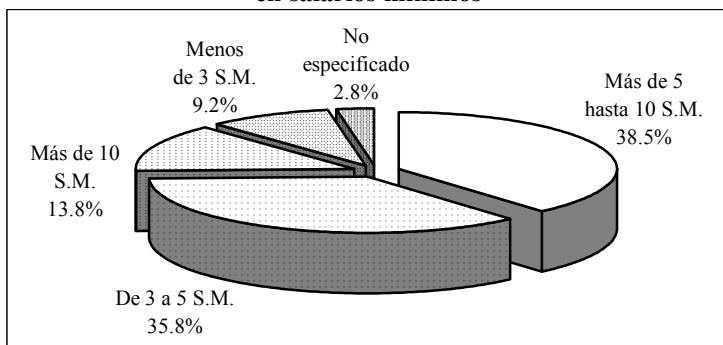


El porcentaje de egresados que tiene contrato por tiempo indeterminado creció con respecto al primer empleo, pasando de 62.7 a 72.5%, en esta categoría se incluye también a los dueños o socios y profesionales independientes.

Un punto muy importante del análisis es el nivel de ingreso, ya que al igual que la facilidad para encontrar empleo tiene una relación directa con la opinión que guardan respecto a sus estudios de licenciatura.

En general, se puede considerar que los egresados tienen un nivel de ingreso de medio a alto, ya que únicamente 9.2% gana menos de tres salarios mínimos mensuales, 35.8%, percibe un sueldo que cae en el rango de entre tres y cinco salarios. La mayor proporción gana más de cinco y hasta 10 salarios mínimos. Finalmente se encuentra a 13.8% que mensualmente recibe, producto de su trabajo, más de 10 salarios mínimos.

**Gráfica 24**  
**Porcentaje de egresados según ingresos mensuales en salarios mínimos**

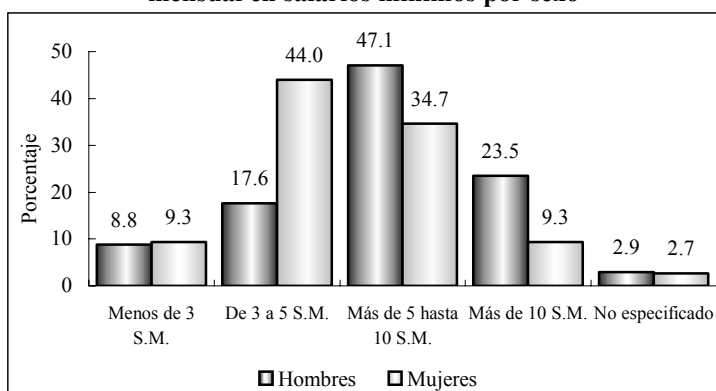


S.M.: salario mínimo

Es de suponer que las condiciones de trabajo de los egresados mejoran con el tiempo, al adquirir experiencia y mayor capacitación o bien al encontrar mejores empleos. Por ello se les preguntó cómo consideran que ha variado su ingreso desde el puesto inicial que tenían en el primer empleo respecto al empleo actual. Para 76.1% su ingreso mejoró, 8.3% considera estar igual que al inicio y 6.4% afirma que su situación empeoró; para el resto la pregunta no aplica.

El nivel de ingreso de los profesionistas en el estado de Sonora según el Censo 2000 muestra una clara tendencia: 65.8% de los hombres percibe más de cinco salarios mínimos al mes, mientras que en ese mismo grupo se encuentra únicamente 36.9% de las mujeres. Puesto que casi todos los egresados que trabajan, 94.5%, radican en la entidad, es posible comparar estos datos con los resultados de la encuesta.

**Gráfica 25**  
**Porcentaje de egresados según ingreso mensual en salarios mínimos por sexo**



S.M.: salarios mínimos.

Como bien se sabe, a medida que se incrementa el nivel de ingresos la proporción de mujeres que los percibe disminuye y viceversa, en el caso de los comunicólogos la variable ingreso adquiere un comportamiento parecido.

Tal como se observa en la gráfica 25, 53.3% de las mujeres percibe cinco salarios mínimos o menos, contra 26.4% para los hombres; en el rango que va de más de cinco hasta 10 salarios mínimos hay una diferencia de 12.4% a favor de los hombres, que se acentúa al pasar al estrato superior de más de 10 salarios mínimos, donde los hombres alcanzan 23.5%, mientras que las mujeres sólo 9.3 por ciento.

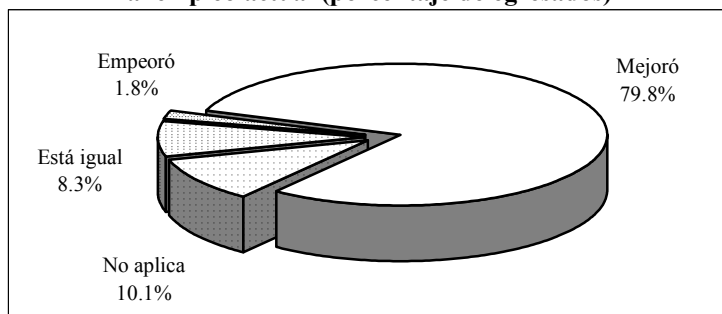
En el siguiente cuadro, se muestra la posición en el trabajo actual de los egresados, el mayor porcentaje continúa siendo empleado profesional; los puestos de jefe de departamento, gerente, ejecutivo de cuenta y dueño o socio de una empresa aumentan su participación con relación al primer empleo y por el contrario, el de asistente, empleado no profesional y auxiliar disminuyen notoriamente.

**Cuadro 6**  
**Porcentaje de egresados según puesto**

<b>Puesto</b>	<b>Porcentaje</b>
Empleado profesional	45.0
Gerente/director de área	7.3
Jefe de departamento	7.3
Jefe de oficina/área	5.5
Dueño o socio de una empresa, despacho o rancho	4.6
Ejecutivo de cuenta	4.6
Profesional independiente	3.7
Asistente	3.7
Subgerente/subdirector de área	2.8
Analista especializado/técnico	2.8
Vendedor en establecimiento	2.8
Periodista	2.8
Director general	1.8
Por cuenta propia no profesional	1.8
Auxiliar	1.8
Empleado no profesional	0.9
Otros	0.9

Comparando el puesto inicial en el primer empleo con el empleo actual, se observa que la mayor parte, 79.8%, considera que su situación mejoró, mientras que 8.3% estima que su puesto está igual que al principio y solamente 1.8% piensa que su situación laboral ha empeorado, para el resto la pregunta no aplica.

**Gráfica 26**  
**Comparativo del puesto del primer empleo respecto al empleo actual (porcentaje de egresados)**



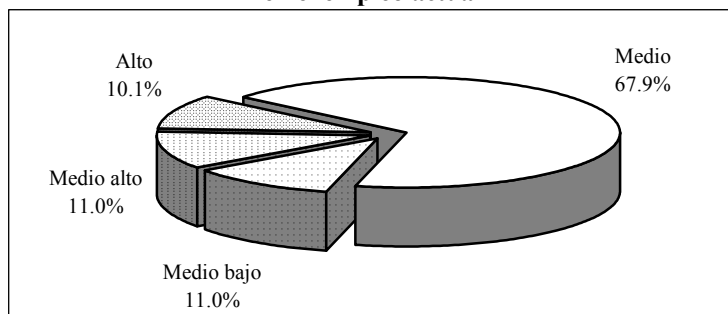
En lo que se refiere a las condiciones generales de trabajo, los egresados de la licenciatura en comunicación gozan de cierta estabilidad laboral, ya que en promedio reúnen 3.6 años de antigüedad en el empleo actual, en un rango que va de un mes hasta los 16 años. Las jornadas de trabajo registran 39.4 horas en promedio con una variación de 13.4 horas.

Independientemente de la percepción que los egresados declararon tener respecto a la posición de su puesto actual en comparación con el puesto en el primer empleo al egresar, se elaboró un indicador que establece la movilidad ocupacional de los egresados, tomando en cuenta el puesto y el tamaño de la empresa. Este indicador revela que para 25.7% no ha habido cambios en su situación ocupacional, para 10.1%, lejos de mejorar, su situación ha empeorado y 64.2% ha mejorado sustancialmente con respecto al primer empleo.

Por otra parte, esta variable también permite ubicar la posición ocupacional en cinco rangos que van de bajo a alto. Como se aprecia en la siguiente gráfica, la mayor parte de los egresados se desempeña en puestos de nivel medio, los niveles de medio bajo, medio alto y alto, presentan porcentajes muy similares.



**Gráfica 27**  
**Porcentaje de egresados según nivel del puesto en el empleo actual**



El perfil de egreso que plantea el programa de licenciatura centra su interés en formar comunicólogos con capacidad para desempeñar tareas en el campo de la investigación, producción y difusión de mensajes, planeación y docencia.

**Cuadro 7**  
**Porcentaje de egresados según actividad laboral**

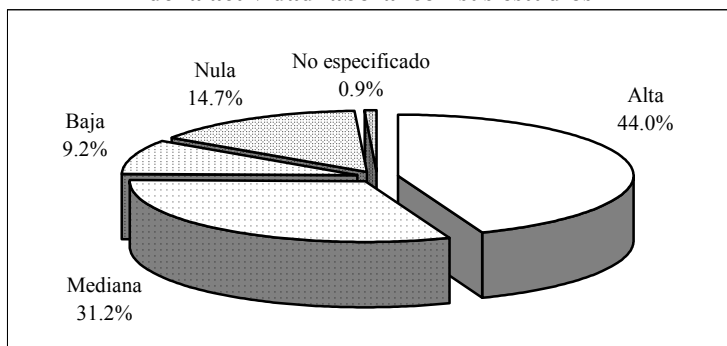
<b>Actividad</b>	<b>Porcentaje</b>
Docencia	22.0
Atención a clientes	12.8
Actividades administrativas	9.2
Ventas	8.3
Coordinación	6.4
Trabajo editorial	5.5
Coordinación de proyectos	4.6
Actividades de organización	4.6
Supervisión	4.6
Dirección	3.7
Capacitación	3.7
Desarrollo de productos	3.7
Análisis financiero	1.8
Asesoría técnica	1.8
Publicidad	1.8
Otras	5.5

De acuerdo con lo planteado, la actividad primordial de la mayor proporción de egresados es la docencia, 22%, seguida por la atención a clientes, 12.8%, las actividades administrativas ocupan a 9.2% de ellos, las ventas a 8.3%, mientras que en la coordinación y el trabajo editorial a 6.4 y 5.5%, respectivamente.

Más que la clasificación por actividades, la articulación que existe entre éstas y la formación académica, muestran en una primera aproximación la eficacia de las universidades en el diseño y la aplicación de los planes de estudio.

La respuesta de los egresados acerca de la coincidencia entre los estudios universitarios y su actividad laboral, aunque de manera un tanto subjetiva, juegan un papel fundamental para determinar la relación de los programas educativos con el mercado laboral.

**Gráfica 28**  
**Porcentaje de egresados según coincidencia de la actividad laboral con sus estudios**



Tal como lo describe la gráfica 28, los egresados de la licenciatura en ciencias de la comunicación en su mayoría, 44%, desempeñan actividades estrechamente relacionadas con su formación profesional.

Sin embargo, esta variable se ha modificado si se compara con el primer empleo al egreso de la licenciatura, ya que la categoría de alta coincidencia ha disminuido, aumentado la referida a mediana coincidencia, que pasó de 24.6 a 31.2%, las categorías de baja y nula coincidencia disminuyeron ligeramente respecto al primer empleo.

Finalmente, para completar la información de la trayectoria laboral y las condiciones de trabajo de los egresados, se encontró que 15.6% cuenta con un empleo adicional al que considera como principal; por lo general se trata de trabajos de tiempo parcial, por obra o proyecto determinado.

En promedio los egresados de comunicación han tenido 2.6 empleos desde que concluyeron la licenciatura, pero se presentan variaciones considerables, ya que hay quien ha permanecido en el mismo empleo desde antes de concluir sus estudios, así como quienes han tenido hasta 12 empleos.

## **IV.5 Exigencias en el desempeño profesional**

Existen en el estudio de egresados otros factores que permiten comprender ampliamente el perfil de desempeño de los profesionistas. Primeramente está el conocimiento de las exigencias que enfrentan en su actividad laboral cotidiana.

En este tema se revisarán las exigencias que plantea el conjunto de actividades que llevan a cabo los egresados, independientemente de que tengan o no dificultades para cumplir con tales requerimientos.

Las habilidades conductuales son de las más solicitadas para el buen desempeño de los egresados, ya que la mayoría, 90.8%, mencionó tener una alta exigencia para asumir responsabilidades; también resulta muy importante para 86.2% la puntualidad y formalidad y para 80.7% la buena presentación.

Las principales habilidades de carácter intelectual que necesitan los egresados para cumplir adecuadamente con su trabajo, son las que se relacionan con la creatividad, ya que a 78% se le exige en gran medida; le sigue en orden de importancia la habilidad para encontrar soluciones, 77.1%, habilidades para tomar decisiones a 71.6% y la búsqueda de información pertinente y actualizada a 68.8%. En tanto a 67% se le exige mucho el desarrollar habilidades para utilizar y procesar adecuadamente la información así como para razonar lógica y analíticamente. Por último para 66.1% es de mucha exigencia la habilidad para la aplicación del conocimiento.

Las habilidades para la comunicación oral, escrita y gráfica se solicita con mucho énfasis a 89.9% de los egresados, al igual que la disposición para aprender constantemente a 84.4%. Otro tipo de requerimientos, relacionados con el desarrollo de

actitudes, a los que se enfrentan en su quehacer cotidiano son el desarrollo de habilidades para las relaciones públicas, exigido fuertemente a 81.7% y la disposición para el manejo del riesgo a 61.5 por ciento.

Actualmente el trabajo en equipo y la identificación con la empresa o institución cobra importancia en el desarrollo de proyectos y actividades generales de un gran número de empresas, situación que se verifica al observar que 78.9% de los egresados presenta mucha y 12.8% mediana exigencia para el primer aspecto y respecto a la identificación, 77.1% declaró tener alta exigencia.

En relación con los conocimientos generales de la disciplina estudiada, 66.1% enfrenta mucha y 21.1% mediana exigencia. En cuanto a los conocimientos especializados de la disciplina 57.8% los requiere ampliamente y 23.9% medianamente.

Los elementos cognitivos de apoyo para los egresados de esta carrera son requeridos en menor grado, a 43.1% se le solicita mucha habilidad administrativa, sólo 38.5% afronta un alto requerimiento de conocimientos de paquetes computacionales y únicamente a 16.5% de los egresados se le solicita el dominio de lenguas extranjeras, contra 38.5% que no afronta ninguna exigencia en este sentido.

El perfil de la licenciatura en comunicación está orientado a la investigación, la producción y difusión de mensajes, la planeación y la docencia, principalmente, por lo que algunos aspectos como la búsqueda de información actualizada, el procesar información, la comunicación oral, escrita y gráfica y la habilidad en las relaciones públicas, presentan alta exigencia en el desempeño laboral de los egresados.

En el cuadro que se presenta en la página siguiente se describen los porcentajes de las respuestas que dieron los egresados para cada una de las exigencias planteadas.

**Cuadro 8**  
**Porcentaje de egresados según exigencias en el desempeño profesional cotidiano de su trabajo actual**

Habilidades	Exigencia (Porcentaje)				N.E.
	Mucha	Mediana	Poca	Ninguna	
Conocimientos generales de la disciplina	66.1	21.1	6.4	6.4	0.0
Conocimientos especializados	57.8	23.9	11.0	6.4	0.9
Conocimiento de lenguas extranjeras	16.5	24.8	19.3	38.5	0.9
Habilidades para el manejo de paquetes computacionales	38.5	30.3	11.0	18.3	1.8
Habilidad administrativa	43.1	32.1	11.0	11.9	1.8
Razonamiento lógico y analítico	67.0	24.8	4.6	2.8	0.9
Habilidad para la aplicación del conocimiento	66.1	23.9	3.7	5.5	0.9
Creatividad	78.0	14.7	2.8	2.8	1.8
Habilidad para tomar decisiones	71.6	23.9	2.8	0.9	0.9
Habilidad para encontrar soluciones	77.1	16.5	4.6	1.8	0.0
Búsqueda de información pertinente y actualizada	68.8	24.8	2.8	3.7	0.0
Habilidades para procesar y utilizar información	67.0	25.7	3.7	2.8	0.9
Disposición para aprender constantemente	84.4	10.1	3.7	1.8	0.0
Disposición para el manejo del riesgo	61.5	21.1	7.3	9.2	0.9
Habilidades para las relaciones públicas	81.7	11.9	3.7	0.9	1.8
Habilidades para la comunicación oral, escrita y gráfica	89.9	5.5	1.8	2.8	0.0
Habilidad de dirección/coordiación	67.0	20.2	6.4	5.5	0.9
Habilidad para trabajar en equipo	78.9	12.8	4.6	2.8	0.9
Identificación con la empresa/institución	77.1	13.8	0.9	3.7	4.6
Asumir responsabilidades	90.8	7.3	0.0	0.9	0.9
Puntualidad/formalidad	86.2	11.0	1.8	0.9	0.0
Buena presentación	80.7	15.6	0.9	1.8	0.9

N.E.: no especificado.

## **IV.6 Satisfacción con el empleo actual**

Para completar el análisis de la trayectoria laboral, es necesario incluir en el esquema la percepción respecto a la satisfacción alcanzada por los egresados en el empleo actual, es decir, el que tenían al momento de levantar la encuesta.

Se distinguen dentro de la revisión de los principales satisfactores, los que tienen que ver con la relación entre los estudios y su aplicación en el ámbito laboral, los relativos al tipo y contenido del trabajo, los que tratan de las condiciones laborales y finalmente los vinculados con la responsabilidad ética y social.

Para los egresados de la licenciatura en ciencias de la comunicación la mayor satisfacción la obtienen por la posibilidad de responder a problemas del trabajo, 78%, seguido por la posibilidad de coordinar un equipo de trabajo, 76.1% , cualidades muy apreciadas en los profesionistas en la actualidad. Asimismo, 74.3% dice estar muy satisfecho con el contenido de las actividades que su trabajo requiere.

También es de alta ponderación para 76.1% de los egresados, la posibilidad de hacer algo de provecho para la sociedad y de responder a problemas de relevancia social (63.3%), situación intrínseca a la misión de la Universidad de Sonora, que se basa en la responsabilidad y compromiso con el entorno social.

Sobre la capacidad para trabajar en equipo, 73.4% encuentra una alta satisfacción, además el ambiente de trabajo mantiene muy satisfecho a 65.1% y la posibilidad de realizar ideas propias a 64.2%; sin embargo las opiniones se dividen en cuanto a la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos en la licenciatura, donde 38.5% dice tener alta, 41.3% mediana y 20.1% de baja a nula satisfacción.

Por otra parte, 51.4% siente que su trabajo le ha dado la posibilidad de ser reconocido profesionalmente. Donde la satisfacción comienza a descender es en el aspecto de la posición jerárquica alcanzada y el salario, situación que resulta entendible, ya que, como se vio anteriormente, la mayoría se ubica en un nivel ocupacional medio, así como también por la aspiración de acceder a mejores condiciones laborales.

**Cuadro 9**  
**Porcentaje de egresados según satisfacción con el empleo actual**

Aspectos	Satisfacción				
	Alta	Mediana	Baja	Nula	N.E.
La puesta en práctica de los conocimientos adquiridos en la licenciatura	38.5	41.3	12.8	7.3	0.0
La posibilidad de realizar ideas propias	64.2	30.3	3.7	1.8	0.0
El reconocimiento profesional alcanzado	51.4	37.6	7.3	2.8	0.9
La capacidad para trabajar en equipo	73.4	22.9	1.8	1.8	0.0
La posibilidad de coordinar un equipo de trabajo	76.1	19.3	2.8	1.8	0.0
La posibilidad de responder a problemas de trabajo	78.0	19.3	2.8	0.0	0.0
El contenido del trabajo/actividad	74.3	19.3	3.7	0.9	1.8
El ambiente de trabajo	65.1	27.5	1.8	3.7	1.8
El salario	35.8	45.9	11.9	6.4	0.0
La posición jerárquica alcanzada	45.0	42.2	5.5	5.5	1.8
La posibilidad de responder a problemas de relevancia social	63.3	32.1	3.7	0.9	0.0
La posibilidad de hacer algo de provecho para la sociedad	76.1	17.4	4.6	1.8	0.0

N.E.: no especificado.



## **V. Evaluación de la formación profesional recibida**

Una vez revisadas las características socioeconómicas y la trayectoria educativa y laboral, se analizará en este capítulo la opinión que los egresados guardan respecto a la formación recibida a su paso por la Universidad, teniendo en cuenta que su experiencia profesional a cinco años al menos de haber concluido su licenciatura resulta ser más objetiva y fundamentada en comparación con el periodo inmediato posterior a su egreso.

Uno de los principales objetivos de la investigación es conocer la opinión en torno a la estructuración y contenidos de los aspectos teóricos, metodológicos y técnicos del plan de estudios, así como el aprendizaje de habilidades y aptitudes que inducen y facilitan la aplicación de los conocimientos en el desempeño cotidiano de las actividades académicas y laborales.

### **V.1 Opinión sobre la orientación ocupacional y valorativa de la formación**

El proceso de formación de los estudiantes debe incluir necesariamente una orientación valorativa y ocupacional que les permita una vez concluidos sus estudios, integrarse de manera efectiva a la práctica profesional fuera de la Institución. Por tal motivo es importante conocer cómo los egresados perciben haberla recibido y en qué medida dicha orientación actuó de manera positiva.

En este sentido, 35.7% de los egresados considera que la formación de licenciatura lo preparó ampliamente para optar por trabajos en distintos sectores económicos, 45.7% estima que sólo se le preparó parcialmente, mientras que 17.1% piensa que la formación contribuyó en poca o en nula medida.

Los porcentajes son muy similares cuando se les cuestionó si la licenciatura los preparó para trabajar en un sector específico, ya que 31% considera que fue abundante y 34.1% opinó igual en cuanto a la vinculación con alguna empresa o institución en particular. En si, la mayoría considera que la formación que recibieron a su paso por la Institución los preparó en parte para insertarse eficientemente a la actividad laboral.

**Cuadro 10**  
**Porcentaje de egresados según opinión sobre**  
**la orientación ocupacional**

<b>Aspectos</b>	<b>Mucho</b>	<b>En parte</b>	<b>Poco</b>	<b>Nada</b>	<b>N.E.</b>
Optar por trabajos en distintos sectores económicos	35.7	45.7	14.0	3.1	1.6
Trabajar en un sector económico específico	31.0	38.0	18.6	10.1	2.3
Vincularse con alguna institución/empresa en particular	34.1	36.4	20.2	7.8	1.6
Continuar capacitándose	49.6	35.7	8.5	4.7	1.6
Pensar creativamente	69.8	24.0	3.1	1.6	1.6
Desarrollarse de manera independiente	54.3	27.9	9.3	7.0	1.6

N.E.: no especificado.

La perspectiva cambia cuando se hace énfasis en las habilidades: 49.6% piensa que la formación profesional recibida lo preparó en gran medida para continuar capacitándose, 69.8% para pensar creativamente y 54.3% para desarrollarse de manera independiente, puntos básicos que debe reunir un profesionista.

Lo anterior se verifica en el hecho de que los empleadores buscan personas preparadas pero, sobre todo, con capacidad de adaptación, dispuestas a capacitarse de manera permanente y que sean flexibles ante los requerimientos propios de los puestos de trabajo.

## **V.2 Opinión sobre los conocimientos y habilidades aprendidos**

Los planes de estudio de los programas académicos tienen como principal objetivo proveer a los estudiantes de conocimientos teóricos y prácticos que les permitan ejercer las actividades propias de la disciplina. En la mayor parte de los aspectos, la pertinencia de los planes de estudio sólo puede probarse una vez que se contrastan con las exigencias del trabajo.

Es así como los egresados se constituyen en marcadores que dan la pauta para el análisis tanto de los puntos fuertes como de las áreas de oportunidad a revisar en los contenidos de los planes de estudio.

Al respecto, 42.6% de los egresados considera que los conocimientos generales de naturaleza científica y/o humanística fueron abordados de manera abundante por las materias del programa, mientras que 40.3% piensa que sólo medianamente y 15.6% afirma que la preparación en ese aspecto fue escasa o nula.

En lo que se refiere a conocimientos amplios y actualizados de los principales enfoques teóricos de la disciplina, 33.3% comenta que los recibió de manera abundante y un porcentaje superior, 45%, considera que medianamente. Por otra parte, 38.8% piensa que la adquisición de conocimientos técnicos fue abundante y 48.8% cae en la categoría de medianamente.

En cuanto a las habilidades para la comunicación oral, escrita y gráfica, necesarias para la correcta aplicación del conocimiento, 58.1% piensa que tuvo una sólida preparación y 31.8% cree que se le preparó medianamente. Uno de los puntos que los egresados mejor califican se refiere a las habilidades para la búsqueda de información, 61.2% manifiesta que su formación en este sentido fue abundante.

De la misma manera, poco más de la mitad considera que el plan de estudios le ayudó ampliamente a desarrollar su capacidad analítica, lógica y de aplicación del conocimiento; para identificar y solucionar problemas, 44.2% respondió que de manera abundante.

En cuanto a las habilidades para la toma de decisiones y para el trabajo en equipo, 51.2 y 68.2% respectivamente, considera que las ha adquirido de manera abundante. En general, los porcentajes de respuesta se dividen entre las categorías abundante y medianamente, siendo relativamente bajos los que corresponden a escasamente o ninguno.

**Cuadro 11**  
**Porcentaje de egresados según opinión sobre los conocimientos y habilidades proporcionados por el plan de estudios**

<b>Conocimientos y habilidades</b>	<b>Abundantemente</b>	<b>Medianamente</b>	<b>Escasamente</b>	<b>Ninguno</b>	<b>N.E.</b>
Conocimientos generales de naturaleza científica y/o humanística	42.6	40.3	10.9	4.7	1.6
Conocimientos amplios y actualizados de los principales enfoques teóricos de la disciplina	33.3	45.0	17.1	3.1	1.6
Conocimientos técnicos de la disciplina	38.8	48.8	10.1	0.8	1.6
Habilidades para la comunicación oral, escrita y/o gráfica	58.1	31.8	7.8	0.8	1.6
Habilidad para la búsqueda de información	61.2	29.5	7.0	0.8	1.6
Capacidad analítica y lógica	51.9	39.5	5.4	1.6	1.6
Capacidad para aplicar conocimientos	52.7	38.8	7.0	0.0	1.6
Capacidad para identificar y solucionar problemas	44.2	41.9	12.4	0.0	1.6
Habilidades para la toma de decisiones	51.2	37.2	10.1	0.0	1.6
Habilidades para el trabajo en equipo	68.2	24.8	3.1	0.8	3.1

N.E.:No especificado.

### V.3 Formación social

Como parte integral del desarrollo de los universitarios, se toma en cuenta la formación social y de apoyo comunitario, que si bien no en todas las asignaturas se reflejan de manera explícita, componen uno de los principales ejes rectores del quehacer institucional.

La mayoría de los egresados (69%) considera que la licenciatura en ciencias de la comunicación le dio un alto estímulo a estar más informado mediante la lectura de periódicos, revistas y libros de interés general; 22.5% considera que ese estímulo sólo se dio en parte y 6.2% que fue poco.

Asimismo, 62% piensa que fue mucho el impulso que recibió para ser más participativo en asuntos de interés público, 26.4% cree que sólo fue en parte y para 8.5% poco.

Casi la mitad de los egresados comenta que recibió mucha motivación para promover iniciativas benéficas para la colectividad; 34.1% dice que la motivación se dio en parte y los que piensan que poco o nada suman 16.3 por ciento.

**Cuadro 12**  
**Porcentaje de egresados según opinión sobre la formación social recibida**

Aspectos	Mucho	En parte	Poco	Nada	N.E.
Estímulo a estar más informado (lectura de periódicos, revistas y libros de interés general)	69.0	22.5	6.2	1.6	0.8
Impulso a ser más participativo en asuntos de interés público	62.0	26.4	8.5	2.3	0.8
Motivación a promover iniciativas benéficas para la colectividad	48.1	34.1	10.9	5.4	1.6

N.E.: No especificado.

## V.4 Comentarios sobre los contenidos del plan de estudios

Este tema aborda las opiniones de los egresados con respecto a los contenidos teóricos, metodológicos y técnicos del plan de estudios de ciencias de la comunicación. Uno de los aspectos más fuertes del plan de estudios es la formación teórica, pues 60.5% cree que se le dio mucho énfasis, seguido por la enseñanza metodológica con 42.6 por ciento.

La percepción de los egresados cambia cuando se les pregunta sobre el énfasis en la enseñanza de matemáticas y estadística, ya que sólo 14.7% considera que fue mucho, 34.1% mediano y 46.5% que fue poco.

En lo que se refiere a técnicas propias de la carrera la mayoría cree que el énfasis fue mediano, al igual que en las prácticas tanto de campo como de laboratorio, talleres y clínicas, pues la mayor parte, 43.4%, lo considera así, 17.1% poco y 6.2% dice que el énfasis en este aspecto fue nulo.

**Cuadro 13**  
**Porcentaje de egresados según opinión sobre los contenidos del plan de estudios**

Contenidos	Énfasis				
	Mucho	Mediano	Poco	Ninguno	N.E.
Enseñanza teórica	60.5	34.1	2.3	1.6	1.6
Enseñanza metodológica	42.6	48.8	5.4	1.6	1.6
Enseñanza de matemáticas y estadística	14.7	34.1	46.5	3.1	1.6
Enseñanza de técnicas de la carrera	34.1	41.9	18.6	2.3	3.1
Prácticas: de laboratorio, de campo, en talleres, clínicas, etc.	31.0	43.4	17.1	6.2	2.3

N.E.: No especificado.

## V.5 Recomendaciones para mejorar el plan de estudios

Acorde con los comentarios sobre el plan de estudios, 38% de los egresados piensa que los contenidos teóricos deben ampliarse, 27.1% considera que deben mantenerse, pero la tercera parte cree que deben reducirse. Independientemente de las modificaciones que se hicieran, la mayoría, 76.7%, coincide con el hecho de que es totalmente importante actualizar los contenidos.

**Cuadro 14**  
**Porcentaje de egresados según modificaciones sugeridas a los contenidos del plan de estudios**

Contenidos	Mantener	Reducir	Ampliar	N.E
Contenidos teóricos	27.1	33.3	38.0	1.6
Contenidos metodológicos	30.2	9.3	58.9	1.6
Contenidos técnicos	7.8	0.0	90.7	1.6
Prácticas profesionales	7.0	1.6	89.9	1.6
Enseñanza de matemáticas y estadística	61.2	7.0	30.2	1.6

N.E.: No especificado.

Para 30.2% de los egresados la enseñanza de matemáticas y estadística debe ampliarse, mientras que es del interés de la mayoría que se mantengan, ya que consideran importante para su formación tales asignaturas.

En relación con los aspectos metodológicos, según la percepción de 58.9% de los egresados es necesario ampliarlos, o al menos mantenerlos, opinión que comparte 30.2% de ellos. Por otro lado, 82.2% está consciente de que es necesario actualizar dichos contenidos.

Al revisar los comentarios de los egresados de ciencias de la comunicación, puede rescatarse una idea clara en la mayoría, la necesidad de una mayor vinculación con el mercado laboral, ya que sus principales propuestas favorecen la creación de espacios para la práctica, plantean como vital la reestructuración del plan de estudios y la necesidad de redefinir el perfil de egreso.

**Cuadro 15**  
**Porcentaje de egresados según nivel de importancia en la actualización a los contenidos del plan de estudios**

Contenidos	Importante				N.E.
	Total-mente	Mediana-mente	Poco	Nada	
Contenidos teóricos	76.7	13.2	7.0	1.6	1.6
Contenidos metodológicos	82.2	13.2	2.3	0.8	1.6
Contenidos técnicos	89.1	7.8	1.6	0.0	1.6
Prácticas profesionales	94.6	3.1	0.8	0.0	1.6
Enseñanza de matemáticas y estadística	42.6	37.2	14.0	3.9	2.3

N.E.: No especificado.

Este sentir se ve reflejado en el hecho de que los egresados sugieren ampliar los contenidos técnicos y las prácticas profesionales, 90.7 y 89.9% respectivamente y casi todos consideran de suma importancia la actualización en estos aspectos.

Los egresados piensan que es imprescindible poner atención a múltiples aspectos, que según su experiencia son primordiales para el desempeño profesional en su campo de trabajo; entre ellos se puede encontrar temas como la redacción, prácticas de investigación, computación e inglés. En muchos existe la inquietud por titularse y sugieren que se brinden nuevas opciones acordes a las características de la carrera.



## **VI. Opinión sobre la organización académica y el desempeño institucional**

El estudio de egresados también pone atención en los principales aspectos de la calidad de los servicios educativos, tales como el desempeño de los docentes y el de las autoridades departamentales e institucionales, temas que se analizarán en este apartado.

Es importante evaluar también los servicios de apoyo a la educación, fundamentales para potenciar el desarrollo de los estudiantes, en especial en áreas como bibliotecas y centros de cómputo, que facilitan la asimilación de los conocimientos, sin pasar por alto las características de la infraestructura básica.

### **VI.1 Evaluación a los docentes**

Al hacer una evaluación de conjunto, los egresados respondieron qué porcentaje de sus profesores cumplían con las características señaladas en el cuadro 16.

Según los egresados del programa de ciencias de la comunicación, 72% de los maestros que les impartió clases contaba con conocimientos amplios de la materia y 69.6% con claridad expositiva, cualidad necesaria para transmitir los conocimientos adecuadamente; también consideran que 67.9% tenía pluralidad de enfoques teóricos y metodológicos, pero alrededor de 30% basaba sus enseñanzas en alguna teoría en específico.

Por otra parte, expresan que 66.9% de los profesores los motivaba para acceder a nuevos conocimientos. Una característica que deben tener los profesores es la capacidad de vincular los conocimientos teóricos con la práctica, cualidad que cumplía 62% de ellos, según los egresados.

**Cuadro 16**  
**Porcentaje de docentes que reúne las características**  
**básicas según los egresados**

<b>Características</b>	<b>Porcentaje</b>
Conocimiento amplio de la materia	72.0
Claridad expositiva	69.6
Pluralidad de enfoques teóricos y metodológicos	67.9
Motivación para acceder a nuevos conocimientos	66.9
Actualización	58.5
Vinculación de los conocimientos teóricos con la práctica	62.0
La posibilidad de coordinar un equipo de trabajo	70.3
Motivación a la participación de estudiantes en clase	66.6
Atención fuera de clases	61.2
Respeto al alumnado	80.4
Asistencia regular a clase	75.4
Puntualidad	73.1

La actualización es una de las características que menor porcentaje de maestros reúne, según los egresados; idea que concuerda con el reclamo de reestructurar el plan de estudios y mejorar la calidad académica de los docentes.

Es necesario para la correcta aplicación del programa de la materia que los profesores tengan la posibilidad de coordinar un equipo de trabajo, cualidad observada por los egresados en 70.3% de ellos. Asimismo, 66.6% motivaba a los estudiantes a participar en clase y 61.2% brindaba atención fuera de ella.

La proporción se eleva en lo que se refiere al respeto con el alumnado, asistencia regular a clase y puntualidad, requisitos indispensables que los egresados reconocen en una buena parte de los maestros asignados a la licenciatura en ciencias de la comunicación.

## VI.2 Organización académica

En cuanto a la realización de foros académicos de apoyo para los cursos y seminarios, la mayoría de los egresados (67.5%) considera que fue buena o muy buena por lo que puede decirse que existe una adecuada organización e implementación de este tipo de eventos. Se observa que la percepción de los egresados es similar en cuanto al estímulo para el trabajo de investigación conjunta entre profesores y alumnos.

La conducción de trabajos terminales, factor de gran importancia que influye directamente en el proceso de titulación, es calificada como muy buena por 40.3% y como buena por 30.2% de los egresados.

**Cuadro 17**  
**Porcentaje de egresados según opinión sobre la organización académica**

Aspectos	Muy buena	Buena	Regular	Muy mala	N.E.
Realización de foros académicos de apoyo para los cursos y seminarios	16.3	51.2	20.9	10.9	0.8
Estímulo al trabajo de investigación conjunta entre profesores y alumnos	20.9	46.5	25.6	6.2	0.8
Orientación y conducción de los trabajos terminales y tesis	40.3	30.2	22.5	5.4	1.6
Atención del responsable de la carrera a las necesidades académicas	27.9	51.9	12.4	6.2	1.6
Asignación de profesores al inicio del periodo de clases	34.1	39.5	19.4	6.2	0.8
Apoyo y orientación para la realización de servicio social	46.5	31.0	9.3	12.4	0.8
Entrega de los programas de las materias/seminarios a los alumnos	44.2	36.4	12.4	6.2	0.8

N.E.: No especificado.

En general la mayor proporción de los egresados clasifica la organización académica de buena a muy buena, tal es el caso de la

atención del responsable de la carrera a las necesidades académicas de los estudiantes y de la asignación de profesores al inicio del periodo lectivo. Las opiniones tienden a ser más positivas en lo relativo a la entrega de los programas de las materias al inicio de clases y en el apoyo y orientación para la realización del servicio social, información que se verifica por el hecho de que 95.3% de los egresados ha cumplido con esta actividad académica obligatoria.

Aun cuando son relativamente pocos los egresados que consideran que la organización académica va de regular a mala, es necesario tomar en cuenta estos aspectos y que se constituyan en un apoyo eficiente para elevar la calidad educativa.

### **VI.3 Calidad de los servicios de apoyo**

Uno de los servicios mejor calificado por los egresados es la atención a solicitudes de documentación e inscripciones, ya que más del 90% piensa que va de buena a muy buena; le siguen en orden de apreciación, la atención del personal encargado del servicio de biblioteca y hemeroteca, así como la disponibilidad de material en dichas áreas.

Si bien poco más de la mitad de los egresados considera bueno el acceso a los servicios de cómputo, 38.7% cree que es regular o malo; al respecto en la actualidad se han tomado medidas para cubrir satisfactoriamente la demanda de este servicio.

Dos terceras partes de los egresados considera que la disponibilidad de material didáctico es de buena a muy buena y casi la mitad cree que el equipamiento de las aulas también lo es, pero la mayoría considera que el equipamiento de laboratorios y talleres va de bueno a regular. En cuanto a la existencia de espacios para desarrollar actividades de estudio, más de la tercera parte cree que es buena, pero 43.4% la califica de regular a mala.

**Cuadro 18**  
**Porcentaje de egresados según opinión sobre**  
**la calidad de los servicios**

<b>Conocimientos y habilidades</b>	<b>Muy buena</b>	<b>Buena</b>	<b>Regular</b>	<b>Muy mala</b>	<b>N.E.</b>
Atención a las solicitudes de documentación e inscripciones	46.5	44.2	5.4	3.1	0.8
Disponibilidad de material bibliográfico y hemerográfico	37.2	44.2	12.4	5.4	0.8
Atención del personal encargado del servicio de biblioteca y hemeroteca	53.5	36.4	7.0	2.3	0.8
Acceso a los servicios de cómputo	16.3	38.8	20.9	17.8	6.2
Disponibilidad de material didáctico	24.0	42.6	25.6	6.2	1.6
Equipamiento de aulas	12.4	37.2	32.6	16.3	1.6
Equipamiento de laboratorios y talleres	16.3	38.0	30.2	14.7	0.8
Existencia de espacios para desarrollar actividades de estudio	20.2	35.7	25.6	17.8	0.8
Limpieza de salones	24.0	40.3	24.0	10.9	0.8
Limpieza de sanitarios	13.2	40.3	25.6	19.4	1.6
Limpieza de laboratorios	25.6	50.4	14.0	7.8	2.3
Bolsa de trabajo	1.6	14.7	24.8	50.4	8.5
Servicios de emergencia	4.7	16.3	23.3	45.7	10.1

N.E.: No especificado.

La percepción de los egresados en cuanto a la limpieza de los salones y laboratorios va de buena a muy buena, pues más de 60% así lo considera; no así en cuanto a la limpieza de los sanitarios, ya que la proporción de quienes piensan que es muy buena disminuye y aumenta la categoría referida a muy mala.

La opinión de los egresados se torna negativa con respecto al funcionamiento de la bolsa de trabajo y los servicios de emergencia, pues la mayoría los considera como muy malos; de hecho el aumento del porcentaje en la categoría no especificado se debe al desconocimiento de la existencia de dichas áreas.

## VII. Satisfacción con la Universidad de Sonora y la carrera cursada

### VII.1 Elección de la institución y programa académico

Un tema que cobra gran importancia en la actualidad es la preferencia de los estudiantes por instituciones que reúnen cierto tipo de características, entre ellas aceptación social, calidad educativa, costos y ubicación geográfica.

El prestigio de la Institución fue una razón decisiva para que 29.5% de los egresados eligiera a la Universidad de Sonora. Otra razón muy importante lo fue el costo de la inscripción y las cuotas, más aún si se considera el origen sociofamiliar de los egresados con un perfil económico de medio bajo a medio.

En tanto, 14% consideró determinante el hecho de que la carrera, en el momento que ingresaron, sólo se ofreciera en esta Institución, así como la cercanía geográfica a su domicilio, coincidente con el hecho de que la mayoría realizó el bachillerato en la entidad.

**Cuadro 19**  
**Porcentaje de egresados según razón por la que eligieron a la Universidad de Sonora para cursar su carrera**

<b>Razones</b>	<b>Porcentaje</b>
El prestigio de la Institución	29.5
El costo de la inscripción y cuotas	27.1
La carrera sólo se ofrecía en esta Institución	14.0
La cercanía geográfica su domicilio	7.0
Consejo de familiares y amigos	6.2
Facilidad de ingreso	4.7
Consejo de profesores	3.9
Consejo de orientadores	2.3
Las fechas de ingreso	0.8
Otras	3.9
No especificado	0.8

Diversas fueron las razones por las que 87.6% de los egresados eligió a la Universidad de Sonora como su primera opción para cursar los estudios de nivel superior, en tanto 4.7% había elegido otra universidad pública, un porcentaje similar alguna universidad privada y finalmente 2.3% eligió un instituto tecnológico o politécnico.

Es importante resaltar que la mayor parte de los egresados tenía claramente definida la opción educativa por la que se inclinaría, tanto en la elección de la institución, como en la determinación del programa académico que cursaría.

Cuando se cuestionó a los egresados si la licenciatura en ciencias de la comunicación fue su primera opción, 85.3% dijo que sí, en tanto 14% mencionó que había preferido otra, entre las que destacan psicología, ingeniería industrial, derecho, diseño gráfico, contabilidad, administración, entre otras.

**Cuadro 20**  
**Porcentaje de egresados según razón**  
**por la que eligieron su carrera**

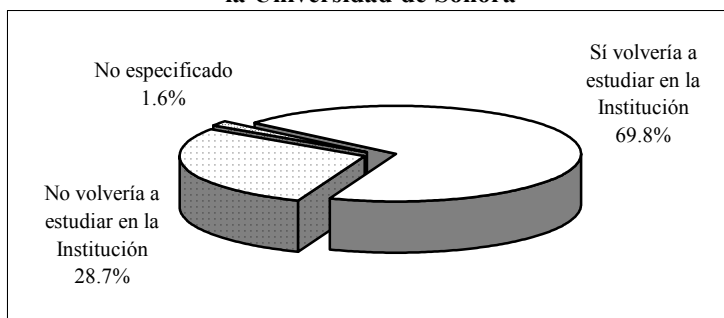
<b>Razones</b>	<b>Porcentaje</b>
Por tener vocación y habilidades personales	55.8
El plan de estudios	16.3
Consejo de familiares y amigos	4.7
Por segunda opción	4.7
El prestigio de la institución	3.9
Facilidad de ingreso	3.1
Consejo de orientadores	2.3
Consejo de profesores	2.3
La carrera es de alta demanda en el mercado laboral	1.6
La duración de los estudios	1.6
Por tradición familiar	0.8
Otras	2.3
No especificado	0.8

El 55.8% de los egresados eligió la licenciatura por considerar que tenía vocación y habilidades para desarrollarse como comunicólogo, 16.3% definió su preferencia por la carrera al revisar el plan de estudios, 4.7% fue apoyado por el consejo de familiares y amigos y un número similar por segunda opción.

## VII.2 Satisfacción con la Universidad de Sonora

La satisfacción que los egresados tienen con la Institución y la licenciatura cursada puede tomar diversos matices. En un primer acercamiento a la medición de esta variable, se colocó a los egresados en una situación hipotética, donde se les preguntó ¿Si tuvieran que cursar nuevamente su licenciatura, elegirían la misma institución? Cuestionamiento al que la mayoría respondió de manera afirmativa.

**Gráfica 29**  
**Porcentaje de egresados según opinión sobre la Universidad de Sonora**



En contraste, 28.7% dijo que preferiría otra institución; 19.4% elegiría instituciones de carácter privado entre las que destacan el Instituto Tecnológico de Monterrey y la Universidad del Noroeste; el resto mencionó diversas opciones como la Universidad de Guadalajara, Universidad Nacional Autónoma de México, Escuela Normal Superior, incluso hay quienes no saben cuál escogerían.



A continuación se compara si la Institución fue o no la primera opción de los egresados para realizar sus estudios de nivel superior, aspecto analizado en el tema anterior, con el hecho de que si tuvieran que cursar nuevamente la licenciatura optarían o no por la Universidad de Sonora.

Al respecto, se observa que 62% de los egresados de ciencias de la comunicación eligió a la Universidad de Sonora como su primera opción y volvería a estudiar en ella, 7.8% inicialmente no la consideró, pero una vez culminados sus estudios piensa que sí estudiaría de nuevo en la Institución.

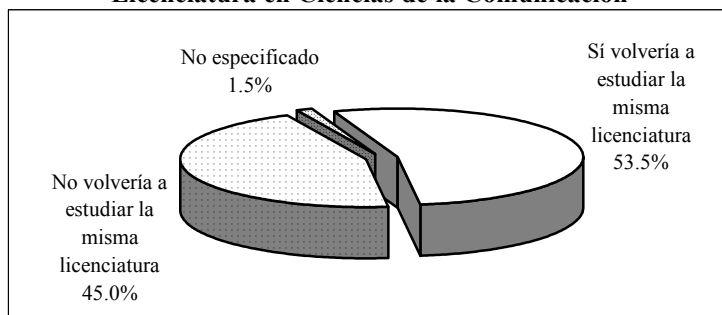
Sin embargo, 3.9% no tomó a la Universidad como su primera opción y no cambió de parecer al egresar; finalmente 24.8% sí pensó en un principio en la Institución pero una vez transcurrida la licenciatura cambió su postura.

### **VII.3 Satisfacción con la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**

Ahora bien, realizando el mismo ejercicio que definía la opinión sobre la Institución, se preguntó a los egresados ¿Si tuviera que cursar nuevamente su licenciatura elegiría la misma carrera? La respuesta de más de la mitad de los egresados, 53.5%, fue que sí, de estar en esa situación se decidiría otra vez por la licenciatura en ciencias de la comunicación.

Por otra parte, 45% piensa que se inclinaría por otras opciones, entre las que destacan derecho, administración de empresas, contabilidad, psicología y educación, aunque en menor proporción también mencionan ingeniería industrial e ingeniería en sistemas computacionales. También se pueden encontrar egresados que tienen la certeza de que no volverían a estudiar ciencias de la comunicación pero no saben exactamente por cuál se decidirían.

**Gráfica 30**  
**Porcentaje de egresados según opinión sobre la**  
**Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**



La licenciatura en ciencias de la comunicación fue elegida por la mayoría de los egresados para desarrollarse profesionalmente, pero en función de las oportunidades y dificultades que han enfrentado en el campo laboral principalmente, entre otros motivos, consideran que hubiera sido mejor estudiar otra carrera, pero también sucede lo contrario, algunos encontraron en sus estudios la posibilidad de desenvolverse satisfactoriamente, aun cuando la vocación no fue la razón determinante de su elección.

Para comprender mejor este aspecto, se compara ahora la elección de la licenciatura revisada en el tema *VII.1 Elección de la institución y programa académico*, con la opinión sobre la satisfacción. En primer término, 8.5% de los egresados no consideró la carrera como su primera opción y sigue pensando que estudiaría algo diferente; una proporción considerable de quienes inicialmente se decidieron por ciencias de la comunicación (36.5%), ante la oportunidad de elegir nuevamente se inclinarían por otro programa.

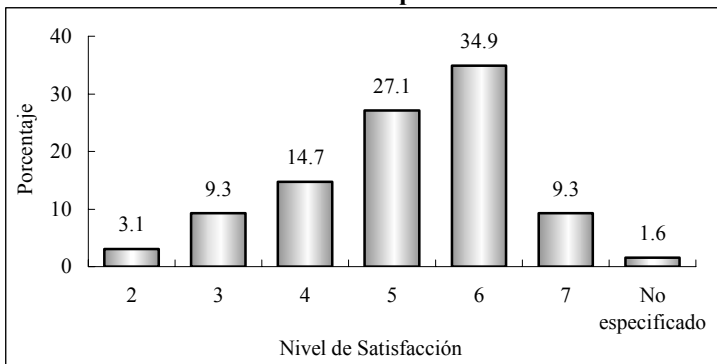
Por otra parte, se observa que 48.1% de los egresados reafirmó su vocación, pues ante la segunda elección hipotética de la carrera optarían por la misma y 5.4% que en un principio no estaba convencido, al concluir la carrera estuvo satisfecho con su elección.

## VII.4 Satisfacción con la formación profesional

Se entiende la actitud como una tendencia natural a evaluar un objeto o un hecho con cierto grado de aprobación o desaprobación; se genera mediante la observación o vivencia y se traduce en una respuesta evaluativa, pudiendo ser de carácter cognitivo, afectivo o conductual. La medición de las actitudes es algo complejo, determinado tanto por las costumbres y la forma en que el sujeto interioriza el problema y la escala de medida, como por el entorno y aceptación social.

Con la idea de crear una escala accesible y específica que estableciera un parámetro de referencia sobre la satisfacción de los egresados, se incluyó en el cuestionario una pregunta directa; ¿Cuál es el grado de satisfacción que tiene respecto a su formación profesional? Donde la satisfacción se mide en escala de uno, equivalente a totalmente insatisfecho, al siete que representa a totalmente satisfecho; en la gráfica que se presenta a continuación se describen los porcentajes correspondientes a cada valor.

**Gráfica 31**  
**Porcentaje de egresados según nivel de satisfacción con la formación profesional**



Nota: Escala de 1 (totalmente insatisfecho) al 7 (totalmente satisfecho).

Tal como se observa en la gráfica 31, 27.1% califica su satisfacción entre dos y cuatro puntos, que puede asociarse a una satisfacción baja, el resto de los egresados, 71.3%, asigna valores altos (entre cinco y siete). El promedio registrado para los egresados de ciencias de la comunicación es de 5.1, con una desviación estándar de 1.2 puntos, lo que representa una satisfacción aceptable con la formación profesional que recibieron a su paso por la Universidad.

Aun cuando este parámetro es un buen indicador de la satisfacción, se construyó un índice compuesto que toma en cuenta todos los aspectos referentes a la calidad educativa incluidos en el cuestionario, así como también para reducir la carga subjetiva, inherente a una pregunta directa sobre la percepción de la satisfacción.

**Cuadro 21**  
**Índice de satisfacción de los egresados**

<b>Tema</b>	<b>Promedio</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Índice</b>
Satisfacción con la formación profesional recibida	5.1	20%	1.0
Opinión sobre los conocimientos y habilidades aprendidos	5.3	20%	1.1
Evaluación de los docentes	4.8	15%	0.7
Satisfacción con el desempeño profesional	5.7	10%	0.6
Satisfacción con la institución y con la carrera cursada	4.4	10%	0.4
Evaluación de la organización académica y administrativa	4.6	10%	0.5
Opinión sobre la formación social recibida	5.6	5%	0.3
Opinión sobre la orientación ocupacional y valorativa de la formación	5.5	5%	0.3
Evaluación de los servicios de apoyo	3.9	5%	0.2
<b>Índice de Satisfacción</b>			<b>5.0</b>

Para el cálculo del índice de satisfacción se obtuvo primero un promedio de la percepción de todos los egresados (exceptuando los valores perdidos o no respuesta) para cada reactivo y después la media por grupo de preguntas según el tema a considerar; por último, analizando la importancia de cada uno de los aspectos para la evaluación de la satisfacción, se asignó una ponderación que una vez aplicada a los promedios da como resultado un valor entre uno y siete.

Como se aprecia en el cuadro 21, los egresados asignan mayores puntuaciones a las preguntas relacionadas a la satisfacción con el desempeño profesional, aspecto en el que se incluyen cuestionamientos acerca de la posibilidad de responder a problemas del trabajo, la posibilidad de coordinar un equipo y el contenido del trabajo que realizan, entre otras; siendo las mencionadas las más valoradas por los egresados.

Las anteriores son preguntas que, si bien se relacionan estrechamente con la formación profesional, dependen en gran medida de las aptitudes personales.

Le sigue en orden de importancia la opinión sobre la formación social recibida, poniendo en evidencia que se cumple con una parte fundamental de los objetivos de la Institución, donde se procura formar profesionistas conscientes y comprometidos con el entorno social.

Después se encuentra la opinión sobre la orientación ocupacional y valorativa de la formación, seguido por la opinión sobre los conocimientos y habilidades aprendidos.

El punto que los egresados evalúan de manera más severa es el de servicios de apoyo, en particular los que se refieren a la bolsa de trabajo, servicios de emergencia, limpieza, así como el

equipamiento de aulas, laboratorios, talleres y servicios de computo. Aunque a la fecha se han realizado acciones concretas para mejorar estos servicios es importante redoblar esfuerzos para que los servicios de apoyo tengan un impacto positivo en el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Una vez procesados todos los aspectos, se encontró que el índice de satisfacción de los egresados del programa de ciencias de la comunicación es de cinco puntos, que en escala del uno al siete puede interpretarse entre los rangos de satisfecho a muy satisfecho, lo que habla de un buen desempeño académico e institucional.

## Conclusiones

En términos generales los resultados del estudio son positivos, pues reflejan que la gran mayoría de los egresados de la licenciatura en ciencias de la comunicación se encuentran trabajando en condiciones relativamente favorables, a pesar de que la encuesta fue aplicada en un periodo de lento crecimiento económico.

Sin embargo es de notar que algunos datos reflejan diferencias importantes con los obtenidos en otros programas educativos, como en la licenciatura en psicología adscrita al mismo departamento, en donde la tasa de desempleo abierto es menor y el porcentaje de egresados que considera que su trabajo tiene alta coincidencia con sus estudios es mayor que en ciencias de la comunicación.

Asimismo el índice de satisfacción de los egresados de ciencias de la comunicación se ubica por debajo del promedio institucional. En particular es de tomar en cuenta la proporción de egresados que no volvería a estudiar la carrera de ciencias de la comunicación. Ello podría estar indicando, entre otras cosas, la diferencia en cuanto a la percepción que se tenía sobre el programa al ingresar y el plan de estudios cursado.

Por otra parte, es de destacar que, al igual que en otros estudios, las relaciones sociales fueron el principal medio de los comunicólogos para incorporarse al mercado laboral.

Los egresados en ciencias de la comunicación se encuentran ocupados principalmente en el sector educativo, servicios de gobierno, comercio y en comunicaciones y transporte.

Las condiciones de trabajo son buenas para muchos egresados, pues la mayoría tiene contratación por tiempo indeterminado. En cuanto a los ingresos, el mayor número se concentra en el rango de los que perciben más de cinco y hasta diez salarios mínimos, seguido por los que ganan entre tres y cinco, aunque se observa que los hombres acceden a mayores niveles de ingreso respecto a las mujeres.

La mayoría se desempeña como empleado profesional. La actividad principal es la docencia, seguida por la atención a clientes y las actividades administrativas.

A partir de sus nuevas condiciones laborales, los egresados han mejorado su nivel ocupacional con respecto al obtenido por sus padres o jefes de familia y también si se compara con el primer empleo al egresar.

Por otra parte es de resaltar el hecho de que sólo la cuarta parte de los egresados hubiesen completado los requisitos de titulación, que es una proporción baja en relación con otras carreras. Ante ello es importante impulsar las diversas opciones de titulación existentes y simplificar los trámites correspondientes.

Asimismo, debido a que más de la mitad de los egresados no se ha actualizado en su formación, sería recomendable que se diseñara un programa de educación continua de acuerdo con sus intereses.

Los egresados opinan que el haber cursado el plan de estudios de la licenciatura en ciencias de la comunicación los preparó en parte para insertarse eficientemente en el mercado laboral y consideran que adquirieron habilidades para pensar creativamente y desarrollarse de manera independiente. De igual



forma manifiestan que adquirieron abundantemente habilidades para el trabajo en equipo y para la búsqueda de información.

La opinión respecto al plan de estudios que más debe tomarse en cuenta, por lo reiterativo y la importancia que le dieron los egresados es que en su formación se puso acento en los contenidos teóricos y metodológicos, pero poco en los contenidos técnicos y en la vinculación con el mercado de trabajo por medio de prácticas profesionales, por lo que la mayoría considera prioritaria la ampliación y sobre todo la actualización de dichos aspectos del plan de estudios.

Estudio de Egresados de la Licenciatura en  
Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora

Colección  
Documentos de Investigación Educativa  
Se terminó de imprimir  
En el mes de Diciembre de 2003  
En los Talleres Gráficos de la Universidad de Sonora  
tiraje 200 ejemplares