



**Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla**

---

**Departamento de Ciencias Sociales**

**Estudio sobre el nivel de satisfacción de los alumnos de la licenciatura  
en Ciencias de la Comunicación (LCC), en el Instituto de Ciencias  
Sociales y Humanidades (ICSHu) de la Universidad Autónoma del  
Estado de Hidalgo (UAEH)**

**Trabajo Recepcional**

**Que para obtener el Grado de Maestro en Dirección de la  
Comunicación**

**PRESENTA:**

**Mauricio Ernesto Ortiz Roche**

**Director: Dr. José Antonio Meyer Rodríguez**

**Puebla de Zaragoza, Puebla, enero de 2009**



**UPAEP – Secretaría General**

Dirección General de Apoyos Académicos

Dirección del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

Biblioteca Central - **Karol Wojtyla**

**Tesis Digitales Restricciones de uso:**

**DERECHOS RESERVADOS ©**

**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de textos, imágenes, gráficas, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente de donde la obtuvo mencionando el autor o autores involucrados en el documento.

Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*La pasión, el amor y el trabajo constante forman parte del camino para alcanzar el éxito. Hoy que alcanzo una más de mis metas agradezco infinitamente a mi familia.*

*Gracias Claudia por la paciencia.*

*A los más grandes amores de mi vida: Gracias Daniel por tu amor, comprensión y apoyo... la lección es hacer el posgrado antes de tener hijos mi vida. Gracias Andrea, por ser tan hermosa y amarme como lo haces.*

*Gracias a los poblanos que me apoyaron tanto y tanto y tanto... en especial a mis profesores y profesoras: Dr. Meyer, Judith Cavazos, Dr. Villarreal, Jorge Márquez, Yésica Mayet, José Alfredo Toxqui, Tere Zazueta, Lizetthe Moreno...*

*Maestra Eva: Sólo el destino que es tan sabio, pudo haberte puesto en aquel elevador. Muchísimas gracias por tu apoyo y cariño.*

*Gracias mamá. Gracias Sergio.*

*Gracias a mi papá y a mi abuelo que me cuidan y guían desde no sé dónde.*

*El pertenecer a una Institución sólida, grande y exitosa es una de las mejores cosas que me ha pasado en la vida, y el agradecer a mi UAEH es fundamental.*

*Gracias a mi rector, Luis Gil Borja, sin cuyo apoyo no lo hubiera conseguido.*

*Gracias director del ICSHu, Adolfo Pontigo Loyola.*

*Gracias Lic. Gerardo Sosa Castelán.*

## Índice

|                                                        | <b>Página</b> |
|--------------------------------------------------------|---------------|
| <b>I</b> Antecedentes                                  | 4             |
| <b>II</b> Introducción                                 | 9             |
| <b>III</b> Planteamiento del problema                  | 12            |
| <b>IV</b> Marco Teórico                                | 13            |
| <b>V</b> Diseño de la investigación (primera encuesta) | 16            |
| <b>VI</b> Trabajo de campo                             | 17            |
| <b>VII</b> Análisis e interpretación                   | 18            |
| <b>VIII</b> Limitaciones                               | 26            |
| <b>IX</b> Hallazgos                                    | 26            |
| <b>X</b> Modelo                                        | 27            |
| <b>XI</b> Segunda encuesta                             | 28            |
| <b>XII</b> Planteamiento                               | 28            |
| <b>XIII</b> Diseño de la investigación                 | 34            |
| <b>XIV</b> Trabajo de campo                            | 35            |
| <b>XV</b> Análisis e interpretación                    | 36            |
| <b>XVI</b> Limitaciones                                | 46            |
| <b>XVII</b> Hallazgos                                  | 46            |
| <b>XVIII</b> Conclusiones                              | 47            |
| <b>XIX</b> Bibliografía y fuentes electrónicas         | 49            |

## **I. Antecedentes**

### **A) Información Regional**

#### **Población**

De acuerdo con el II Censo General de Población y Vivienda 2005 del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), al 17 de octubre, residen en el estado de Hidalgo un total de 2 millones 345 mil 514 personas, que representan un 2.3% de los 103.3 millones de habitantes que conforman la población nacional, de las cuales 1 millón 220 mil 326 son mujeres y 1 millón 125 mil 188 son hombres.

Al igual que en el año 2000, Pachuca de Soto es uno de los municipios más poblados de la entidad, con 276 mil habitantes.

#### **Actividades económicas**

Los resultados de los Censos Económicos 2004, permiten conocer la proporción de hombres y mujeres en el proceso productivo. Para el total de la entidad los porcentajes de personal ocupado según sexo fueron 58.7% de hombres y 41.3% de mujeres. En el estado de Hidalgo, al 14 de febrero de 2000, la población ocupada por según situación en el trabajo está encabezada por empleados y obreros con el 51.7%, seguido de trabajadores por su cuenta y jornaleros y peones, con el 23.7% y 13.2% respectivamente.

La población ocupada por ocupación principal está encabezada por los trabajadores agropecuarios con 181 773 empleados. Le sigue artesanos y obreros con 131 651 empleados y comerciantes y dependientes con 82 679.

El municipio de Pachuca de Soto reportó en el 2003, que de la población ocupada en el área metropolitana de la ciudad de Pachuca por principales ramas de actividad corresponden a las áreas de servicios con el 41.7%, comercio con 20.7% y gobierno con el 13%.

## **Educación Superior**

En el estado de Hidalgo, el sector educativo a nivel superior en el ciclo educativo 2005/2006 se informó que existen 112 escuelas con 51 mil alumnos y 4 545 maestros.

Los indicadores educativos seleccionados por el mismo ciclo educativo se presentó una tasa de absorción a nivel nacional de 79.9%, siendo en la entidad de 63.5%, lo que representa el 27° lugar.

Con respecto a la matrícula escolar por la entidad para cada el nivel superior, se refleja que en Normal licenciatura existen 4 563 inscritos, en Técnico superior con 4563, Licenciatura universitaria y tecnológica con 39 864 y Posgrado con 1780.

### **ALUMNOS INSCRITOS, EN NIVEL SUPERIOR, LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

| <b>Institución</b>                            | <b>Alumnos inscritos</b> |
|-----------------------------------------------|--------------------------|
| Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo    | 423                      |
| Centro Hidalguense de Estudios Superiores S.C | 508                      |
| Centro Universitario Siglo XXI                | 39                       |
| Universidad La Salle Pachuca                  | 49                       |

INEGI y Gobierno del Estado, Anuario estadístico, edición 2004

## **B) Normatividad y políticas generales en la UAEH**

La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (LCC) cuenta con la aprobación por parte de la máxima autoridad de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH). En octubre del año 2000, el H. Consejo Universitario autorizó la creación de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en el Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades (ICSHu) en Sesión Extraordinaria convocada en circular número 107 de fecha 25 de octubre del año 2000 y asentada en el Acta 210.

El Programa Educativo (PE) de la LCC es registrado, con fecha 8 de noviembre de 2001, número de expediente 13-00017, ante la Secretaría de Educación Pública (SEP), a través de la Dirección General de Profesiones, dependiente de la Subsecretaría de Educación Superior e Investigación Científica, quien emite el acuerdo de enmienda al registro para la adición de carreras. En dicho acuerdo se aprueba el dictamen y se precisa que la vigencia del mismo estará condicionada a la observancia de las obligaciones contenidas en los artículos 55 de la Ley Reglamentaria del Artículo 5 Constitucional.

En el año 2005 se realizó un rediseño curricular del PE, aprobado por el H. Consejo Universitario en el mes de junio de ese mismo año.

Los objetivos y metas del programa de Ciencias de la Comunicación buscan formar profesionales con sentido de responsabilidad, compromiso social, y humanismo crítico, que se involucren en los diversos ámbitos de los procesos de la comunicación, para transformar y proponer canales, estrategias y planes a través del uso de los medios de comunicación, de acuerdo con la misión y visión de la UAEH. Los objetivos y metas del PE son coherentes con la misión y visión institucionales ya que se inspiran y parten de ella. La característica del PE expresa de manera concreta los postulados del Perfil Institucional, a saber: se han creado asignaturas que instrumentan una formación integral del alumno, es decir, humanista, crítica y científica.

### **C) Historia**

La LCC inició con su primera generación en el periodo enero-junio de 2001, recibándose un grupo de 47 alumnos, teniendo como sede un aula en la Escuela de Trabajo Social, en la Ciudad Universitaria; un semestre más tarde se recibieron 113 alumnos, divididos en dos grupos, por lo que se tuvo que adecuar un aula más para poder atenderlos.

Durante el semestre enero-junio 2002, ingresaron 97 alumnos, por lo que las autoridades universitarias decidieron mudar a la licenciatura a un lugar más amplio, la ex Escuela de Enfermería, ubicada a un costado de la Escuela de Medicina de la UAEH, en la colonia doctores de Pachuca.

Dado que la licenciatura en Enfermería se mudó en ese mismo periodo a sus nuevas instalaciones en el instituto de Ciencias de la Salud (ICSa) la LCC tuvo un lugar más amplio para atender a sus alumnos; mas aún el espacio resultó insuficiente, ya que para el semestre julio-diciembre 2002, ingresaron 129 alumnos, es decir, en 2 años la población creció a más de 385 alumnos. Para los dos siguientes semestres la población aumentó a 485 estudiantes, motivo por el cual resultaba insuficiente el espacio.

De manera paralela, se inició la construcción de la tercera etapa del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades (ICSHu), en el que se alberga al Área Académica de Ciencias de la Comunicación, construcción hecha ex profeso para tal fin. Cuenta con:

10 aulas

Cubículos para investigadores

Sala de juntas

Coordinación

Taller de Televisión

Foro de Televisión

Isla de Edición de Video

Taller de Fotografía Digital

Centro de Cómputo

Taller de Medios Impresos

Taller de Radio

Taller de Fotografía

En el mes de marzo de 2004, y ya ingresada la generación enero-junio 2004, conformada por 45 alumnos, el programa se mudó a sus nuevas instalaciones; es de destacar que durante el año 2003, se recibieron a través del PIFI, más de 2 millones de pesos para la adquisición de equipo de radio, televisión y fotografía, por lo que al llegar al ICSHu, se contaba con las instalaciones y el equipo adecuado para la LCC.

En el año 2005, el plan de la LCC es rediseñado, siendo aprobado éste por el H. Consejo Universitario en el mes de junio de ese mismo año, e iniciando actividades en el semestre julio-diciembre.

En el 2007, el programa fue sometido a dos evaluaciones, una por parte de los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior, CIEES, en mayo, ubicándolo en el Nivel 1. Y una más por parte del Consejo para la Acreditación de la Comunicación, CONAC, acreditándolo por un periodo de 5 años.

Finalmente y acorde con la implantación del nuevo Modelo Educativo de la UAEH, durante el 2008, la LCC, al igual que todos los programas de la Institución, se sometió a un nuevo rediseño curricular.

## II. INTRODUCCIÓN

Siempre hablamos de adelantos tecnológicos, médicos, de servicios y casi siempre olvidamos que éstos, son productos finales de una invención mucho más compleja del hombre: las organizaciones.

Aunque las organizaciones sean tan distintas entre sí, su concepto se fundamenta bajo un aspecto común: todas son sistemas sociales, además de que han sido construidas y desarrolladas por el hombre cuando utiliza a la comunicación como herramienta.

Sin embargo, el papel de la comunicación no se limita al simple hecho de cubrir la necesidad de transmitir instrucciones e intercambiar información sobre el funcionamiento de la organización, también afecta a la dirección de la organización en cuanto a su capacidad de dirigir a sus miembros e integrarlos dentro de un corporativo funcional y estable.

Por otro lado, el sistema de comunicación de una organización, también afecta de manera determinante a sus miembros en cuanto a la percepción de la realidad que los rodea y de sí mismos como miembros de ella, determinando su adaptación, eficiencia y su grado de satisfacción.

Para entender la importancia de la comunicación en la creación y funcionamiento de las organizaciones se debe partir de que, a través de ésta, sus miembros deben entender *"lo que esa organización es"*, recordar constantemente *"quiénes son y qué los caracteriza"*, encontrar motivos para pertenecer a ella, identificarse con su filosofía organizacional y aprender, junto con otros, a usar símbolos y a construir significados a partir de experiencias y ambientes comunes.

Como resultado, las personas pueden responder o ajustar sus acciones, haciendo posible el desarrollo de expectativas estables sobre la forma de ser y el comportamiento de los demás y la capacidad de involucrarse en acciones coordinadas e integradas.

La comunicación de una organización es efectiva cuando sus públicos tienen un alto conocimiento acerca de su propio papel, el papel de la institución y sus actividades, y cuando ésta última es capaz de utilizarla como herramienta para encauzar actitudes, actividades y acciones dentro de sí misma.

En este sentido, si una organización no tiene una idea clara de la congruencia que debe haber entre lo que es, dice y hace, no hay nada que comunicar! ni a la sociedad, ni a sí misma.

Para saber qué tanto nuestros públicos están identificados con la organización, es necesario conocerlos: las encuestas, son una herramienta fundamental para hacerlo.

La encuesta es un método para obtener información de una muestra de individuos. Esta muestra es usualmente sólo una fracción de la población bajo estudio.

Las encuestas tienen una gran variedad de propósitos, y pueden conducirse de muchas maneras: por teléfono, por correo o en persona. Aún así, todas las encuestas tienen algunas características en común. Las encuestas recogen información de una porción de la población de interés, dependiendo el tamaño de la muestra en el propósito del estudio.

La información es recogida usando procedimientos estandarizados, de manera que a cada individuo se le hacen las mismas preguntas de más o menos la misma manera. La intención de la encuesta no es describir a los individuos quienes, por azar, son parte de la muestra sino obtener un perfil compuesto de la población.

En este trabajo, los alumnos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo fueron encuestados con el

afán de conocer la calidad de los servicios que se ofrecen dentro de ella, y por lo tanto, medir su sentido de pertenencia.

Con la intención de conocer las áreas de oportunidad del Área Académica de Ciencias de la Comunicación (AACC), así como también la satisfacción de los alumnos con su carrera, y con su Universidad, la coordinación de dicha área implementó un estudio de opinión entre los estudiantes de la licenciatura.

Es importante mencionar que se encuestaron a alumnos de los 9 semestres de los que consta la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, así como en los 11 grupos existentes, en la primera encuesta y 14 en la segunda.

### **III. Planteamiento del problema**

Se detectó después de realizar una encuesta para conocer la satisfacción de los alumnos en relación al avance que tuvo el programa y medir el sentido de pertenencia que el problema inicia con las cuatro primeras generaciones de la LCC, quienes sufrieron privaciones tanto en infraestructura como en equipo.

Los alumnos ingresan a la LCC de manera semestral y conocen por primera ocasión el AACC, staff conformado por 12 personas de planta y 35 profesores por asignatura, quienes les brindan los diversos servicios que se ofrecen.

En el transcurso del semestre, el alumno va conociendo y evaluando al personal de apoyo, profesores, equipo e infraestructura. En relación a la evaluación, el alumno se va identificando con la Universidad. Si la identificación es alta, se crea el sentido de pertenencia.

De lo anterior, la presente investigación se realizó para conocer qué tanto los alumnos de la LCC están satisfechos con las instalaciones, el equipo y los profesores que les imparten cátedra y de estarlo, qué influencia tiene en el sentido de pertenencia con la UAEH.

De igual manera, los resultados nos arrojan las áreas de oportunidad en el servicio que presta el personal adscrito al AACC.

## **IV. Marco Teórico**

La formación integral de los estudiantes de las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación es un concepto que debería estar vigente en todos los planes educativos de las distintas Universidades del país que ofrezcan esta disciplina.

Ya que podemos tomar en cuenta que son los educandos de la LCC una fuente obligada de información, a quienes se les debe preguntar sobre aquello que reciben, permitiendo así identificar fortalezas y debilidades de la formación integral en la práctica de esta disciplina.

Las Ciencias de la Comunicación son un campo de estudio que permite comprender la naturaleza en las interacciones comunicativas en la sociedad, así como la comunicación diaria entre personas, sub grupos o grupo de personas que conforman entornos civiles, públicos o privados.

Esta disciplina parte del estudio de la sociología, la cual ha aportado las bases para los primeros estudios. En los inicios del siglo XX ante las necesidades sociales por mantenerse comunicados e informados se impulsan los medios de comunicación masivos (primeros periódicos y radiodifusoras, el primer medio masivo electrónico de comunicación).

El área de las Ciencias de la Comunicación engloba una pluralidad de especialidades, entre las que destacan: el periodismo, la publicidad, comunicación visual–auditiva, comunicación organizacional (relaciones públicas), comunicación política, comunicación para el desarrollo, comunicación intercultural, comunicación a través de la nueva tecnología, entre otras.

Es importante no dejar de mencionar que esta disciplina ha sido motivo de estudio de otras áreas o ciencias como la lingüística, la filosofía, la sociología, la psicología, la antropología, entre otras.

Por lo que hablar de especialistas de Ciencias de la Comunicación, es conversar de las personas que están interesadas por el área de las ciencias sociales y específicamente por el estudio de los procesos de comunicación en los distintos contextos o sistemas sociales.

Los procesos que pueden realizar se logran valer de los medios naturales y artificiales, para crear y emitir mensajes con el previo conocimiento de signos que construyen significados en común.

Dentro del sitio Web de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo<sup>1</sup>, Área Académica de Ciencias de la Comunicación se menciona que los alumnos que se integran a esta área son profesionales capaces de analizar y seleccionar la información, aplicando las teorías, técnicas y nuevas tecnologías de la comunicación como una herramienta para la solución de problemas sociales, (organizacionales) o económicos. Se encarga también de generar propuestas e investigación que apoyen el desarrollo social, educativo e informativo de la región.

Además serán personas con conocimientos de: lenguaje y comunicación, formas de expresión lingüística, de lectura y redacción, investigación documental y de campo, ciencias sociales humanidades y bellas artes, cultura en general.

Con habilidades: para expresarse de manera oral y/o escrita, en análisis y síntesis de lecturas, observador de todo proceso de comunicación en la

---

<sup>1</sup> <http://www.uaeh.edu.mx/campus/icschu/aacc/index.html>

sociedad, disponibilidad para trabajar en equipo, sensibilidad ante la problemática social, cultural y artística y capacidad de liderazgo.

Por las necesidades que se generan a dichos profesionales de la comunicación y poniendo atención a la investigación de mercados, el alumno es cliente de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, y medir su satisfacción es primordial.

Partamos de lo que significa Satisfacción: sentir del cliente sobre el nivel en que se cumplen sus expectativas.

Satisfacción cuyos sinónimos se pueden definir como: alegría, placer, gusto, complacencia, gozo, deleite, agrado, bienestar o contento. Y como antónimos desagrado, disgusto, descontento o tristeza y desde luego, insatisfacción.

La satisfacción del cliente depende de los servicios y de cumplir las expectativas de éste. El estudiante de comunicación estará satisfecho cuando los servicios que la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, a través del Área Académica de Ciencias de la Comunicación, cubran al máximo sus necesidades.

Ya que sino se cumplen las expectativas de los clientes antes mencionados o si el cliente tiene acceso limitado a cualquiera de los servicios, se podría considerar a la institución como relativamente deficiente.

Por lo anterior, para hacer una investigación hay que conocer en primer lugar las expectativas que se establecen previamente, después el uso del servicio e incluir una comparación entre lo que el alumno esperaba obtener, frente a lo que realmente obtiene durante su estancia en la Universidad.

Además, habría que considerar algunos efectos posteriores al disfrute del servicio (en este caso, se está realizando una investigación a través del seguimiento de egresados)

## V. Diseño de la investigación

La población sujeta a estudio fueron los alumnos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Las fechas de levantamiento fueron del 26 al 29 de marzo de 2007.

La investigación se realizó a través de una encuesta de persona a persona, de un universo de 450 alumnos; se calculó una muestra de 207 alumnos, a través de método no probabilístico (por cuotas). La escala de medición fue de intervalos. La técnica utilizada fue no comparativa, Escala de Likert, ya que se midió el grado de satisfacción de los alumnos.

La muestra fue segmentada, se calculó la muestra por tamaño de grupo. Habiendo 11 grupos, quedando de la siguiente manera.

Universo: 450 alumnos

| No. de grupo | Semestre     | No. de alumnos | Porcentaje | Muestra %  | Muestra    |
|--------------|--------------|----------------|------------|------------|------------|
| 1            | 1-1          | 35             | 7,77       | 16,0839    | 16         |
| 2            | 1-2          | 36             | 8          | 16,56      | 17         |
| 3            | 2            | 51             | 11,33      | 23,391     | 23         |
| 4            | 3            | 42             | 9,33       | 19,3131    | 19         |
| 5            | 4            | 42             | 9,33       | 19,3131    | 19         |
| 6            | 5            | 47             | 10,44      | 21,6108    | 22         |
| 7            | 6-1          | 40             | 8,88       | 18,3816    | 18         |
| 8            | 6-2          | 27             | 6          | 12,42      | 13         |
| 9            | 7            | 49             | 10,88      | 22,5216    | 23         |
| 10           | 8            | 40             | 8,88       | 18,3816    | 18         |
| 11           | 9            | 41             | 9,16       | 18,9612    | 19         |
|              | <b>TOTAL</b> | <b>450</b>     | <b>100</b> | <b>207</b> | <b>207</b> |

Fuente: Elaboración propia

## VI. Trabajo de campo

### Instrumento



**Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo**  
Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades  
Área Académica de Ciencias de la Comunicación



La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (LCC) se preocupa por tu completa satisfacción. Ayúdanos a mejorar nuestro servicio, tachando en el número que según tu percepción corresponda, según sea el caso y bajo el siguiente tabulador:

1. muy malo
2. malo
3. regular
4. bueno
5. muy bueno

|   |                                                                     |   |   |   |   |   |
|---|---------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| A | La infraestructura de la LCC es:                                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| B | El equipo tecnológico que utilizas en tus materias es:              | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| C | En general, la manera en que imparten su cátedra tus profesores es: | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D | El trato que recibes en el departamento de trabajo social es:       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| E | El trato que recibes en el departamento de tutorías es:             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| F | El trato que recibes en el departamento de préstamo de equipo es:   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| G | El trato que recibes durante las asesorías es:                      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| H | El servicio que ofrece, en general, la coordinación de la LCC es:   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Por tu apoyo... ¡Gracias!

Como se comentó, la encuesta se aplicó a 207 alumnos de los 9 semestres, de los 11 grupos, la encuesta fue aplicada de manera directa por el Jefe del Área Académica.

## VII. Análisis e interpretación

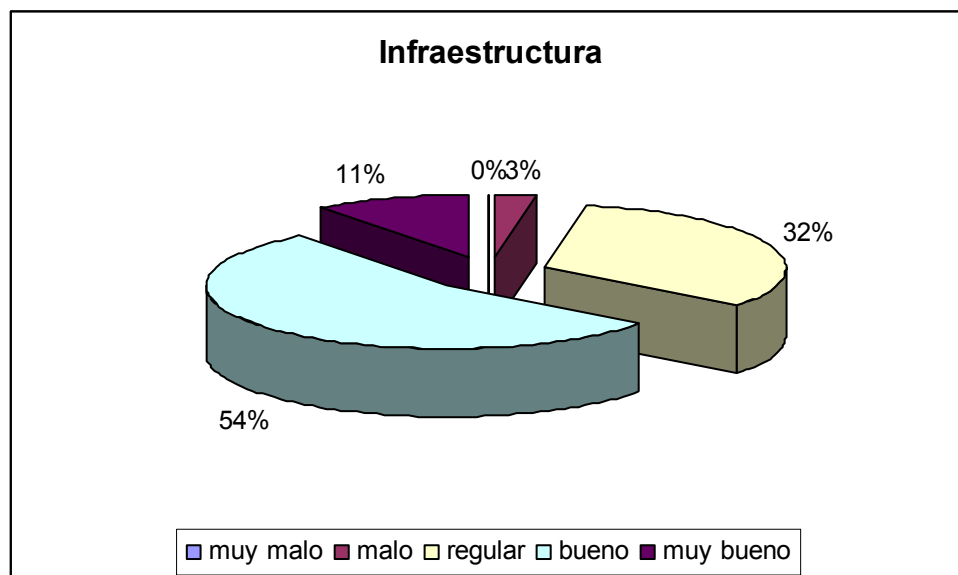
Los datos recolectados fueron vaciados al programa SPSS, los gráficos en los que se muestra el porcentaje de respuestas de cada una de las encuestas aplicadas se realizaron en Excel. A continuación los resultados.

### Infraestructura

**Tabla 1**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| muy malo  |            |            | 0                 |                      |
| malo      | 6          | 2.9        | 2.9               | 2.9                  |
| regular   | 67         | 32.4       | 32.4              | 35.3                 |
| bueno     | 112        | 54.1       | 54.1              | 89.4                 |
| muy bueno | 22         | 10.6       | 10.6              | 100                  |
| Total     | 207        | 100        | 100               |                      |

**Gráfica 1**



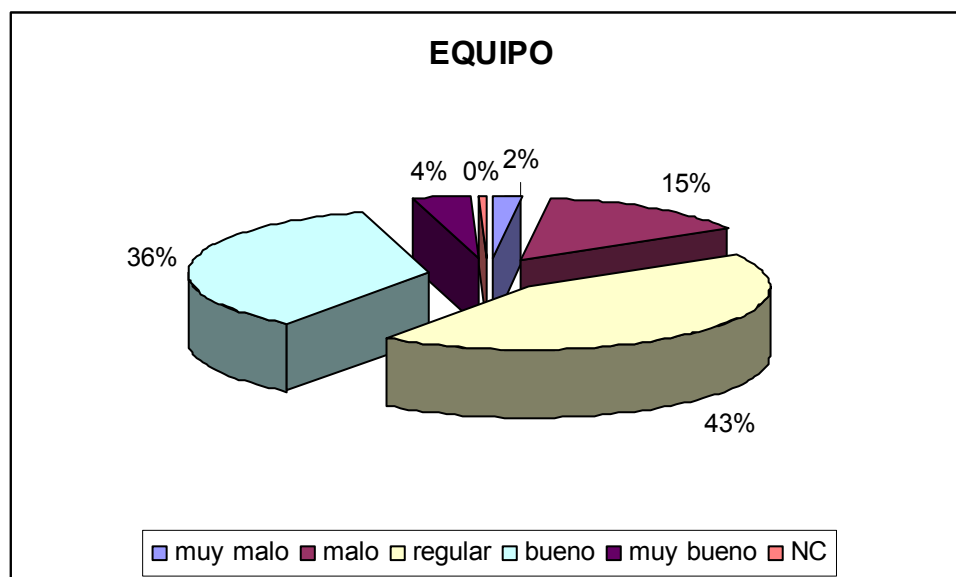
En el gráfico se muestra la aceptación de los alumnos por la infraestructura de la LCC, ya que más del 80% la califica entre regular y buena.

## EQUIPO

**Tabla 2**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| muy malo  | 4          | 1.9        | 1.9               | 1.9                  |
| malo      | 30         | 14.5       | 14.6              | 16.5                 |
| regular   | 90         | 43.5       | 43.7              | 60.2                 |
| bueno     | 74         | 35.7       | 35.9              | 96.1                 |
| muy bueno | 8          | 3.9        | 3.9               | 100                  |
| Total     | 206        | 99.5       | 100               |                      |
| N/C       | 1          | 0.5        |                   |                      |
|           | 207        | 100        |                   |                      |

**Gráfica 2**



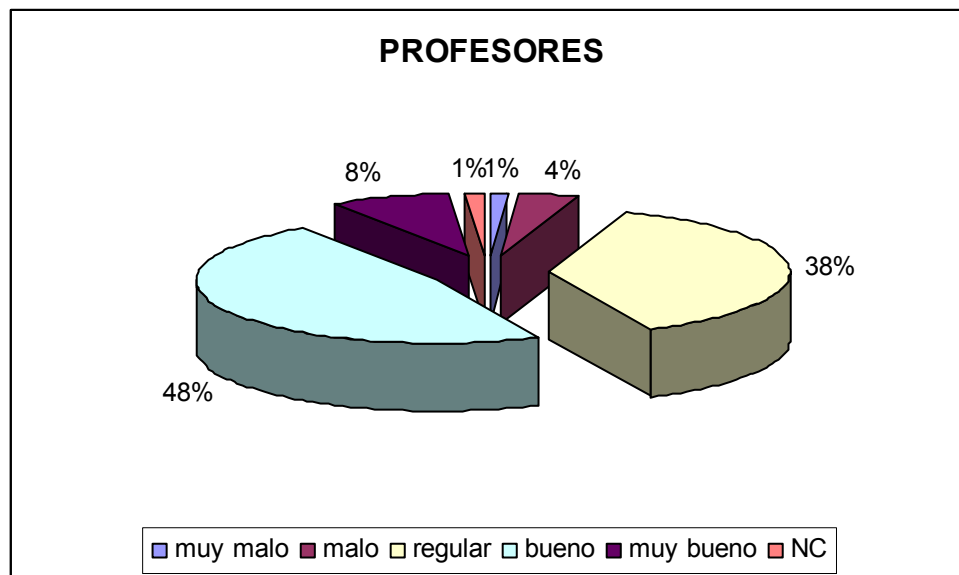
EL gráfico 2 nos muestra un área de oportunidad, aún y cuando la calificación bueno es importante.

## PROFESORES

**Tabla 3**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| muy malo  | 2          | 1          | 1                 | 1                    |
| malo      | 9          | 4.3        | 4.4               | 5.4                  |
| regular   | 78         | 37.7       | 38.2              | 43.6                 |
| bueno     | 98         | 47.3       | 48                | 91.7                 |
| muy bueno | 17         | 8.2        | 8.3               | 100                  |
| Total     | 204        | 98.6       | 100               |                      |
| N/C       | 3          | 1.4        |                   |                      |
|           | 207        | 100        |                   |                      |

**Gráfica 3**



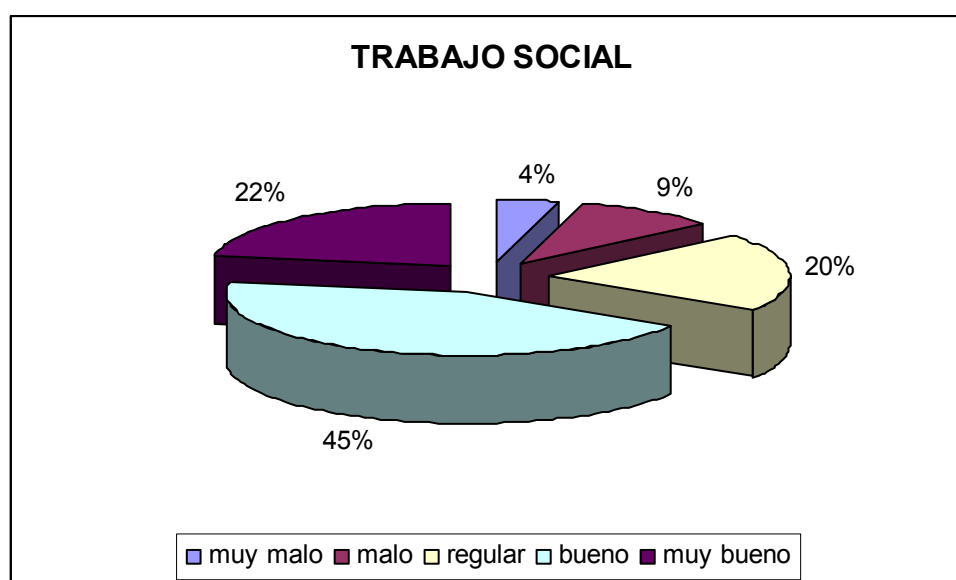
El gráfico nos muestra la aceptación que los alumnos tienen de los profesores, aunque es importante seguir trabajando para mejorar.

## TRABAJO SOCIAL

**Tabla 4**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| muy malo  | 9          | 4.3        | 4.3               | 4.3                  |
| malo      | 19         | 9.2        | 9.2               | 13.5                 |
| regular   | 42         | 20.3       | 20.3              | 33.8                 |
| bueno     | 91         | 44         | 44                | 77.8                 |
| muy bueno | 46         | 22.2       | 22.2              | 100                  |
| Total     | 207        | 100        | 100               |                      |

**Gráfica 4**



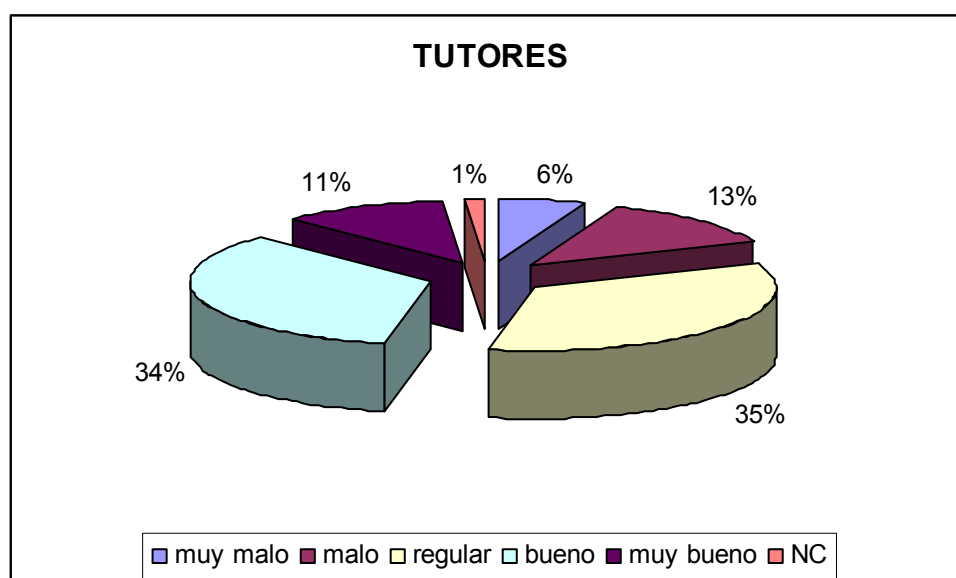
El gráfico nos muestra la calidad con que desempeña sus funciones este departamento.

## TUTORES

**Tabla 5**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| muy malo  | 12         | 5.8        | 5.9                  | 5.9                     |
| malo      | 27         | 13         | 13.2                 | 19.1                    |
| regular   | 71         | 34.3       | 34.8                 | 53.9                    |
| bueno     | 71         | 34.3       | 34.8                 | 88.7                    |
| muy bueno | 23         | 11.1       | 11.3                 | 100                     |
| Total     | 204        | 98.6       | 100                  |                         |
| N/C       | 3          | 1.4        |                      |                         |
|           | 207        | 100        |                      |                         |

**Gráfica 5**



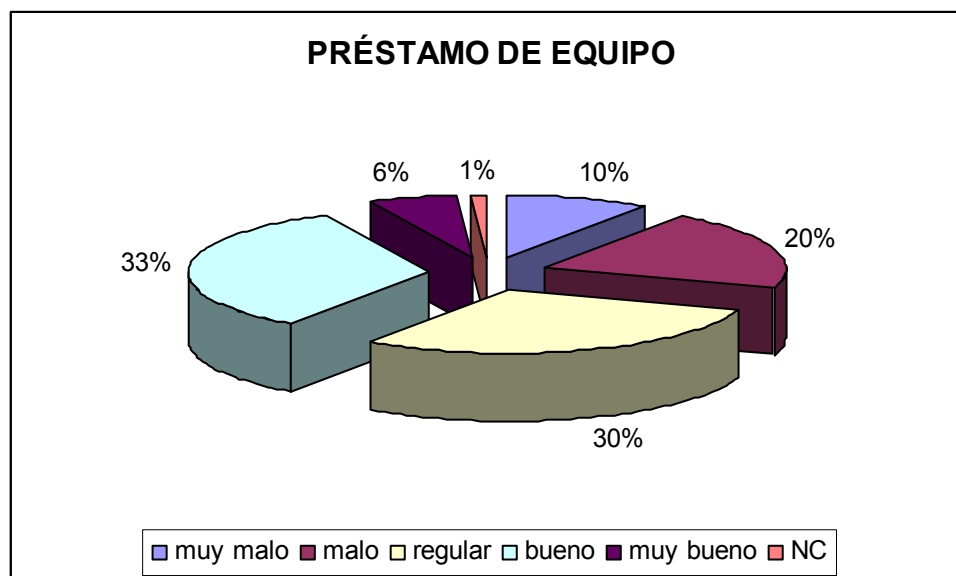
El departamento de tutorías es, indudablemente, un área de oportunidad.

## PRÉSTAMO DE EQUIPO

**Tabla 6**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| muy malo  | 20         | 9.7        | 9.8               | 9.8                  |
| malo      | 42         | 20.3       | 20.5              | 30.2                 |
| regular   | 62         | 30         | 30.2              | 60.5                 |
| bueno     | 69         | 33.3       | 33.7              | 94.1                 |
| muy bueno | 12         | 5.8        | 5.9               | 100                  |
| Total     | 205        | 99         | 100               |                      |
| N/C       | 2          | 1          |                   |                      |
|           | 207        | 100        |                   |                      |

**Gráfica 6**



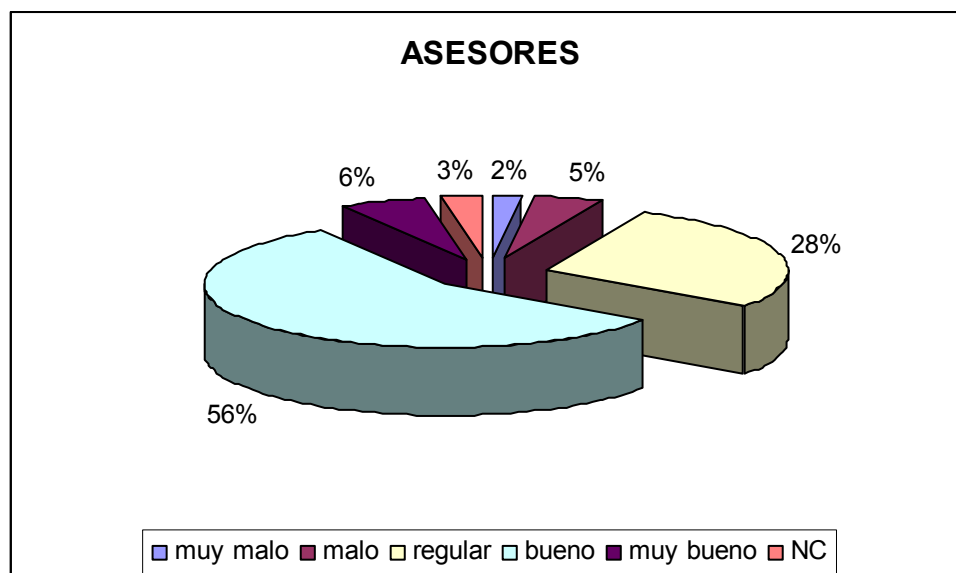
Es fundamental implementar mejoras en este departamento, aún y cuando, por su función, el control es muy importante.

## ASESORES

**Tabla 7**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| muy malo  | 4          | 1.9        | 2                 | 2                    |
| malo      | 10         | 4.8        | 5                 | 7                    |
| regular   | 58         | 28         | 28.9              | 35.8                 |
| bueno     | 117        | 56.5       | 58.2              | 94                   |
| muy bueno | 12         | 5.8        | 6                 | 100                  |
| Total     | 201        | 97.1       | 100               |                      |
| N/C       | 6          | 2.9        |                   |                      |
|           | 207        | 100        |                   |                      |

**Gráfica 7**



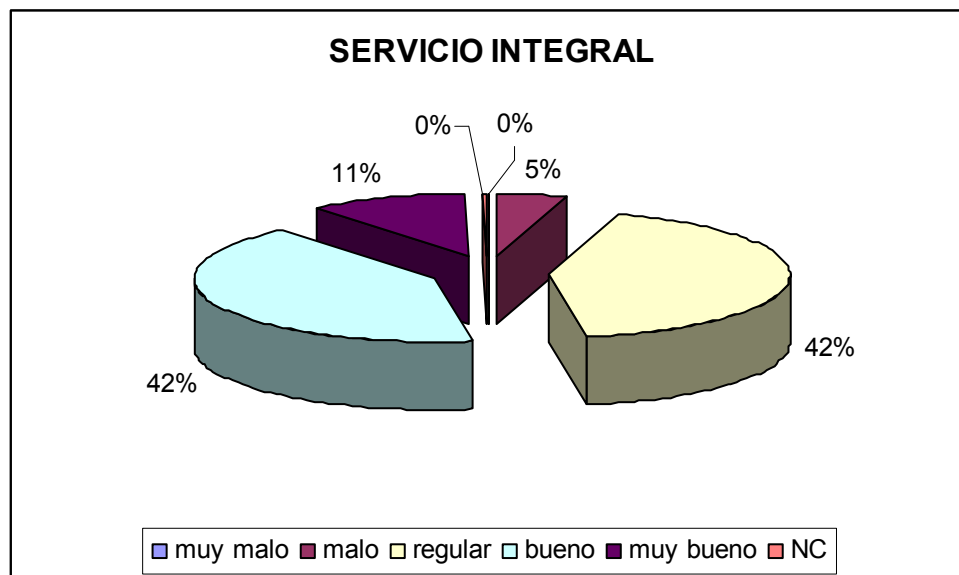
El gráfico nos demuestra que a pesar de su aceptación, este departamento puede seguir mejorando.

## SERVICIO INTEGRAL

**Tabla 8**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| muy malo  | 0          | 0          | 0                 | 0                    |
| malo      | 10         | 4.8        | 4.9               | 4.9                  |
| regular   | 88         | 42.5       | 42.7              | 47.6                 |
| bueno     | 86         | 41.5       | 41.7              | 89.3                 |
| muy bueno | 22         | 10.6       | 10.7              | 100                  |
| Total     | 206        | 99.5       | 100               |                      |
| N/C       | 1          | 0.5        |                   |                      |
|           | 207        | 100        |                   |                      |

**Gráfica 8**



Muy parejas las respuestas, de regular a bueno. Se debe seguir implementando aspectos para mejorar.

## **VIII. Limitaciones**

Aún y cuando toda encuesta tiene cierto grado de error, la muestra se calculó con un margen de  $\pm 5\%$ .

Por otro lado, los errores comunes que se dan en el levantamiento, al no haber contestado algunos encuestados la totalidad de las preguntas, aunque éstas representan menos del 1%.

## **IX. Hallazgos**

Se encuentra que existe una gran disposición de los alumnos por participar en este tipo de encuestas, sobre todo con la intención de obtener un beneficio en el servicio que se les brinda.

Las respuestas con mayor frecuencia fueron 3 y 4, es decir de regular a bueno.

Destaca el departamento de trabajo social, quien obtuvo el mayor número de Muy Bueno, con un 22% y préstamo de equipo que obtuvo el más alto "malo" con un 20%.

## **X. Modelo**

### **SATISFACCIÓN DE LOS ALUMNOS DE LA LCC**



### **ACCIONES DEL ÁREA ACADÉMICA**

1. Infraestructura
2. Equipo tecnológico
3. Quehacer docente
4. Asesorías y tutorías
5. Eficiencia administrativa
6. Sentido de pertenencia

### **LEVANTAMIENTO DE ENCUESTA**

1. Análisis e interpretación
2. Fortalezas y debilidades
3. Control administrativo

### **ACREDITACIÓN DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

### **NUEVA ENCUESTA**

## **XI. SEGUNDA ENCUESTA**

Posteriormente al levantamiento de la encuesta de satisfacción de los alumnos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (LCC) y verificación de resultados, se decidió hacer un plan estratégico de comunicación con el fin de tomar en cuenta las oportunidades detectadas y mejorar el servicio que se brinda a los alumnos de la LCC.

## **XII. PLANTEAMIENTO SEGUNDA ENCUESTA**

Para hacerlo se consideró lo siguiente:

En primera instancia se le dio un soporte teórico con la intención de darle orden a los criterios planteados en la encuesta. Se tomó en cuenta al teórico alemán Karl Popper, y se dividió la encuesta en relación a los **Mundos** que él plantea:

1. Mundo Físico.- Infraestructura y recursos con los que cuentan los directivos y empleados, por ejemplo: Instalaciones, tecnología, insumos (condiciones económicas y materiales), equipamiento de oficina, etcétera.

2.- Mundo Social.- El cual se basa en las relaciones humanas, por ejemplo: relación interpersonal, equipos de trabajo, equipos de diferentes áreas de especialidad, estilos de liderazgo y espíritu de equipo.

3.- Mundo Creativo.- Condiciones de libertad para definir objetivos, metas, tareas y recursos en el puesto de cada empleado, organización y metodología satisfacción con el ciclo de administración de recursos humanos, por ejemplo: contratación, selección, inducción, capacitación, desarrollo y movimiento, recompensas y sanciones, relaciones con el sindicato, encuestas de salida, etcétera.

Una vez planteado este argumento, se planeó hacer el seguimiento de las actividades para solucionar las áreas de oportunidad marcadas en las encuestas.

Se realizaron reuniones con jefes de grupo, profesores de tiempo completo y por horas y personal de apoyo, en donde se expusieron los resultados de las encuestas.

Posteriormente se hizo la misma presentación a los directivos del Instituto con el fin de que gestionaran los apoyos para la mejora de la infraestructura.

Para mejorar la percepción de los alumnos, se realizaron gestiones en cada uno de los rubros en los que versó la encuesta, destacando lo siguiente:

**Infraestructura:** Se realizaron gestiones ante las autoridades universitarias para impermeabilizar el Área Académica y cambiar los plafones del pasillo y de la entrada al área, lo cual fue terminado en el mes de julio de 2008.

**Equipo tecnológico:** A través del fondo del Fondo de Consolidación de las Universidades Públicas Estatales y con Apoyo Solidario (CONUPE) se solicitaron recursos para dar mantenimiento preventivo y correctivo a los talleres de área.

**Profesores:** Se hicieron las gestiones para la contratación de una doctora más en Comunicación, por lo que ahora el Cuerpo Académico del área está conformado por 4 doctoras y una doctorante. Los profesores en su totalidad se capacitan a través de cursos que imparte la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, entre los que destacan: Manejo de plataforma y portafolio de evidencias, Modelo Educativo (presencial), Biblioteca Digital, Elaboración de unidades de aprendizaje y unidades de trabajo, Evaluación del aprendizaje desde los fundamentos del modelo integral de la UAEH, Preparación del docente para el cambio metodológico para promover el desarrollo de competencias, entre otros.

**Trabajo social, tutorías, préstamo de equipo y asesorías:** Se realizaron pláticas (comunicación interpersonal) con los responsables de cada uno de estos departamentos con el fin de mejorar su trato con los alumnos.

Durante el período, se realizaron las gestiones y el proceso para la visita de los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior CIEES, el cual ubicó al programa de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en el Nivel 1 y del Consejo para la Acreditación de la Comunicación, CONAC, quien acreditó la licenciatura por un período de 5 años.

Al inicio del semestre lectivo julio-diciembre 2008, se realizó una campaña de difusión a través de medios impresos, en los tableros de aviso de la LCC, destacando los logros obtenidos en los últimos meses; dicha campaña se realizó además durante el recorrido de bienvenida a los alumnos (en los 14 grupos) encabezada por el director del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades y el coordinador del programa (se anexan artes) se utilizaron estos medios ya que es la comunicación más efectiva y directa con los alumnos.

De manera paralela se produjo, en conjunto con las autoridades del ICSHu, un videoclip musical y cuatro spots con la intención de aumentar el sentido de pertenencia entre la comunidad del Instituto (anexo en la presentación de pp)

A continuación se presentan las piezas de comunicación utilizadas para dar a conocer los resultados que arrojó la primera encuesta y satisfacer las necesidades expuestas:

**¡Bienvenido al semestre julio-diciembre 2008!**  
**Esto es para ti:**



**Mayor seguridad**



**Nueva iluminación**



**Sin inundaciones**



**Nuestra responsabilidad de prepararte  
está certificada y acreditada por:**



Comités Interinstitucionales para la  
Evaluación de la Educación Superior



CONSEJO DE ACREDITACIÓN DE LA COMUNICACIÓN A.C.

**Al egresar de la carrera, tú también estarás respaldado por  
estas dos instituciones.**

**Tus acciones son y serán avaladas.**

*¡Con el orgullo de ser universitario!*



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DEL ESTADO DE HIDALGO

Finalizadas estas actividades se procedió a levantar una segunda encuesta.

Para realizar las actividades anteriormente descritas, se diseñó un cronograma:

| 2007                                              | Enero |   |   |   | Febrero |   |   |   | Marzo |   |   |   | Abril |   |   |   | Mayo |   |   |   | Junio |   |   |   | Julio |   |   |   | Agosto |   |   |   | Septiembre |   |   |   | Octubre |   |   |   | Noviembre |   |   |   | Diciembre |   |   |   |
|---------------------------------------------------|-------|---|---|---|---------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|--------|---|---|---|------------|---|---|---|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|
|                                                   | 1     | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1      | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 | 1         | 2 | 3 | 4 | 1         | 2 | 3 | 4 |
| Evaluación de CIEES                               |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| Levantamiento 1ª encuesta                         |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| Acreditación CONAC                                |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| Gestión y remodelación de la infraestructura      |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| Gestión de recursos para mantenimiento del equipo |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| Contratación de profesores de tiempo completo     |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| Reunión ejecutiva con personal de apoyo           |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| Difusión de las actividades                       |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| Levantamiento 2ª encuesta                         |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |

| 2008                                              | Enero |   |   |   | Febrero |   |   |   | Marzo |   |   |   | Abril |   |   |   | Mayo |   |   |   | Junio |   |   |   | Julio |   |   |   | Agosto |   |   |   | Septiembre |   |   |   | Octubre |   |   |   | Noviembre |   |   |   | Diciembre |   |   |   |
|---------------------------------------------------|-------|---|---|---|---------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|--------|---|---|---|------------|---|---|---|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|
|                                                   | 1     | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1      | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 | 1         | 2 | 3 | 4 | 1         | 2 | 3 | 4 |
| Evaluación de CIEES                               |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| Levantamiento 1ª encuesta                         |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| Acreditación CONAC                                |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| Gestión y remodelación de la infraestructura      |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| Gestión de recursos para mantenimiento del equipo |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| Contratación de profesores de tiempo completo     |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| Reunión ejecutiva con personal de apoyo           |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| Difusión de las actividades                       |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| Levantamiento 2ª encuesta                         |       |   |   |   |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |

### **XIII. Diseño de la investigación**

La población sujeta a estudio fueron, como en la primera encuesta, los alumnos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Las fechas de levantamiento fueron del 15 al 19 de septiembre de 2008.

La investigación se realizó a través de una encuesta de persona a persona, de un universo de 491 alumnos; se calculó una muestra de 213 alumnos, a través de método no probabilístico (por cuotas). La escala de medición fue de intervalos. La técnica utilizada fue no comparativa, Escala de Likert, ya que se midió el grado de satisfacción de los alumnos.

La muestra fue segmentada, se calculó la muestra por tamaño de grupo. Habiendo 14 grupos, quedó de la siguiente manera:

Universo: 491 alumnos

| <b>No. de grupo</b> | <b>Semestre</b> | <b>No. de alumnos</b> | <b>Porcentaje</b> | <b>Muestra %</b> | <b>Muestra</b> |
|---------------------|-----------------|-----------------------|-------------------|------------------|----------------|
| 1                   | 1-1             | 35                    | 7.12              | 14.7556          | 15             |
| 2                   | 1-2             | 32                    | 6.51              | 13.4908          | 14             |
| 3                   | 2-1             | 30                    | 6.10              | 12.6476          | 13             |
| 4                   | 2-2             | 30                    | 6.10              | 12.6476          | 13             |
| 5                   | 3-1             | 37                    | 7.53              | 15.5987          | 16             |
| 6                   | 3-2             | 31                    | 6.31              | 13.0692          | 14             |
| 7                   | 4-1             | 40                    | 8.14              | 16.8635          | 17             |
| 8                   | 4-2             | 22                    | 4.48              | 9.2749           | 10             |
| 9                   | 5               | 43                    | 8.75              | 18.1283          | 19             |
| 10                  | 6               | 40                    | 8.14              | 16.8635          | 17             |
| 11                  | 7               | 32                    | 6.51              | 13.4908          | 14             |
| 12                  | 8               | 45                    | 9.16              | 18.9714          | 19             |
| 13                  | 9-1             | 48                    | 9.77              | 20.2362          | 21             |
| 14                  | 9-2             | 26                    | 5.29              | 10.9613          | 11             |
|                     | <b>TOTAL</b>    | <b>491</b>            | <b>100</b>        |                  | <b>213</b>     |

Fuente: Elaboración propia

## XIV. Trabajo de campo

### Instrumento



**Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo**  
Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades  
Área Académica de Ciencias de la Comunicación



La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (LCC) se preocupa por tu completa satisfacción. Ayúdanos a mejorar nuestro servicio, tachando en el número que según tu percepción corresponda, según sea el caso y bajo el siguiente tabulador:

1. muy malo
2. malo
3. regular
4. bueno
5. muy bueno

|   |                                                                     |   |   |   |   |   |
|---|---------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| A | La infraestructura de la LCC es:                                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| B | El equipo tecnológico que utilizas en tus materias es:              | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| C | En general, la manera en que imparten su cátedra tus profesores es: | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| D | El trato que recibes en el departamento de trabajo social es:       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| E | El trato que recibes en el departamento de tutorías es:             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| F | El trato que recibes en el departamento de préstamo de equipo es:   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| G | El trato que recibes durante las asesorías es:                      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| H | El servicio que ofrece, en general, la coordinación de la LCC es:   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Comentarios: \_\_\_\_\_

Por tu apoyo... **¡Gracias!**

Como se comentó, la encuesta se aplicó a 213 alumnos de los 9 semestres, de los 14 grupos, la encuesta fue aplicada de manera directa por el Jefe del Área Académica.

Es de destacar que a esta encuesta se le agregó un apartado más de comentarios.

## XV. Análisis e interpretación

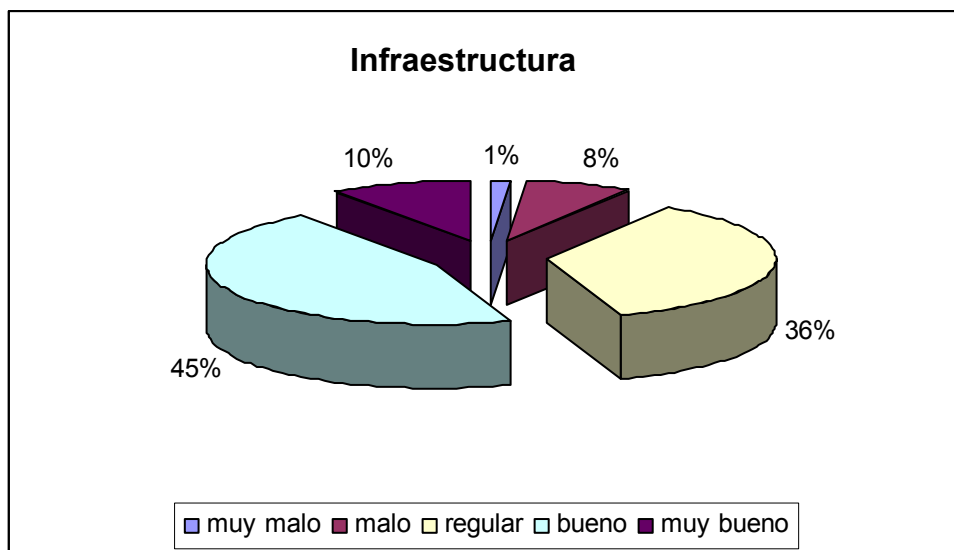
Los datos recolectados fueron vaciados al programa SPSS, los gráficos en los que se muestra el porcentaje de respuestas de cada una de las encuestas aplicadas se realizaron en Excel. A continuación los resultados.

### Infraestructura

**Tabla 1**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| muy malo  | 3          | 1.4        | 1.4               | 1.4                  |
| malo      | 16         | 7.2        | 7.5               | 9.0                  |
| regular   | 76         | 34.2       | 35.8              | 44.8                 |
| bueno     | 96         | 43.2       | 45.3              | 90.1                 |
| muy bueno | 21         | 9.5        | 9.9               | 100.0                |
| Total     | 212        | 95.5       | 100.0             |                      |

**Gráfica 1**



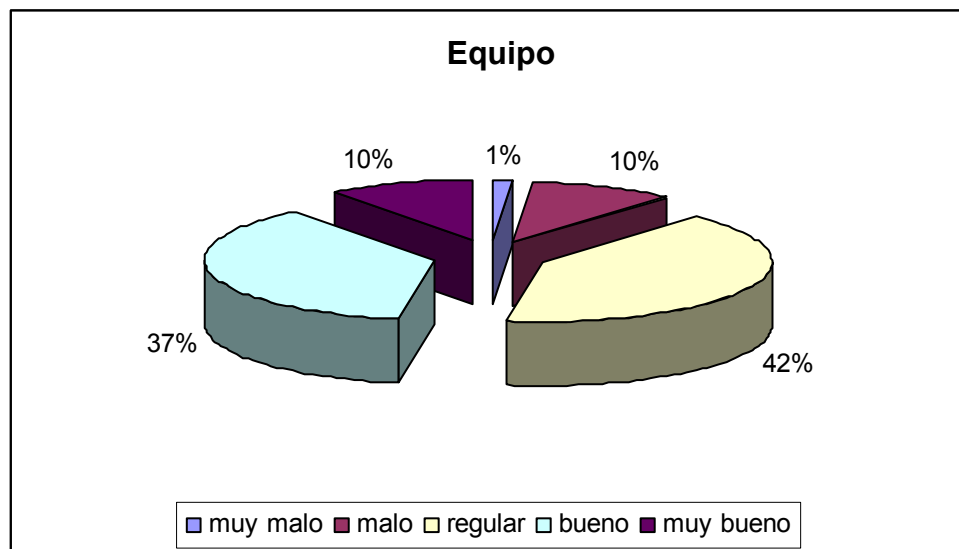
Como se puede observar, los resultados disminuyeron en comparación a la primera encuesta aún y con el trabajo realizado en cuanto a la impermeabilización y la compostura de los domos (aunque éstos últimos se continúan en reparación)

## Equipo

**Tabla 2**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| muy malo  | 3          | 1.4        | 1.4               | 1.4                  |
| malo      | 22         | 9.9        | 10.3              | 11.7                 |
| regular   | 87         | 39.2       | 40.8              | 52.6                 |
| bueno     | 79         | 35.6       | 37.1              | 89.7                 |
| muy bueno | 22         | 9.9        | 10.3              | 100.0                |
| Total     | 213        | 95.9       | 100.0             |                      |

**Gráfica 2**



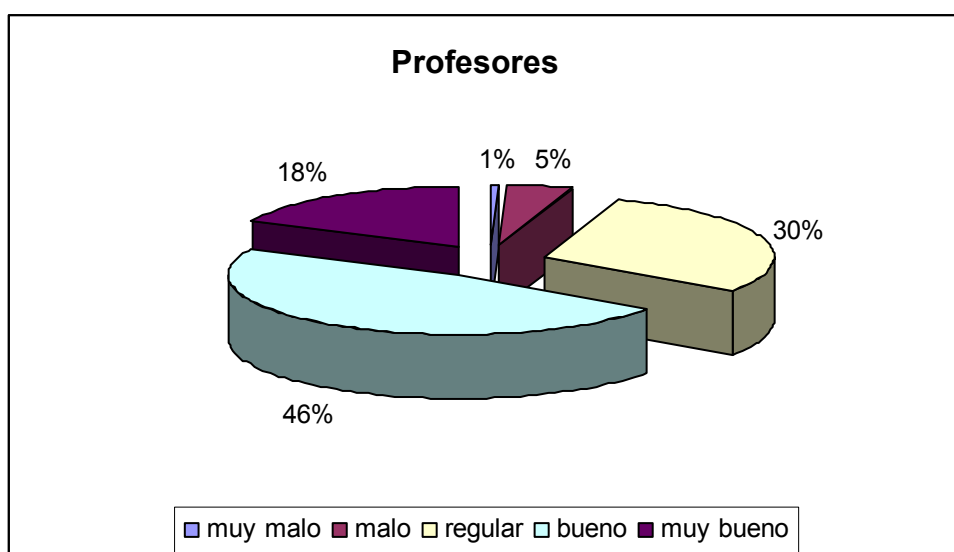
En la suma total de Muy bueno y Bueno, aumentó la percepción, aunque sigue abajo del 50%. Área de oportunidad.

## Profesores

**Tabla 3**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| muy malo  | 1          | .5         | .5                | .5                   |
| malo      | 10         | 4.5        | 4.7               | 5.2                  |
| regular   | 63         | 28.4       | 29.6              | 34.7                 |
| bueno     | 101        | 45.5       | 47.4              | 82.2                 |
| muy bueno | 38         | 17.1       | 17.8              | 100.0                |
| Total     | 213        | 95.9       | 100.0             |                      |

**Gráfica 3**



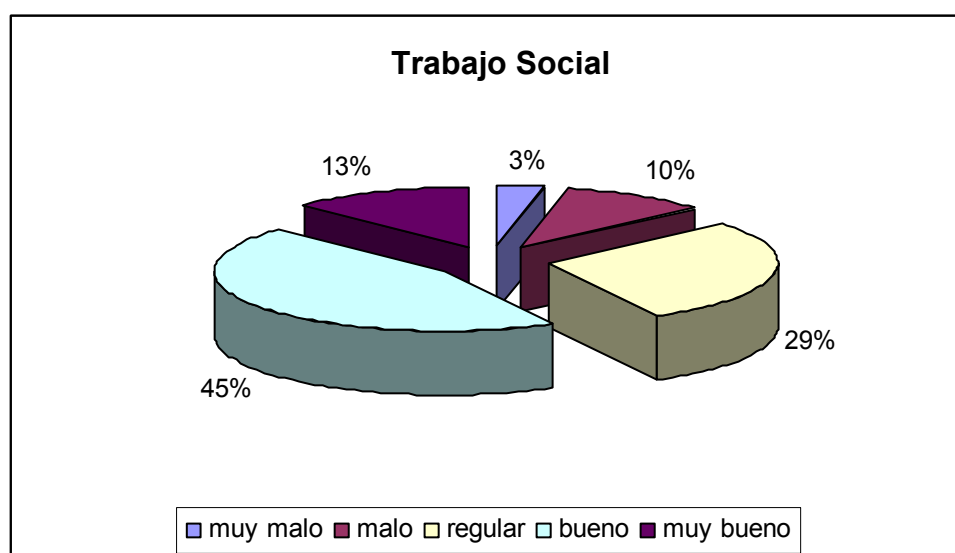
La percepción de los profesores aumentó 8 puntos porcentuales, lo que significa que se va por el buen camino.

## Trabajo Social

**Tabla 4**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| muy malo  | 7          | 3.2        | 3.3               | 3.3                  |
| malo      | 22         | 9.9        | 10.3              | 13.6                 |
| regular   | 61         | 27.5       | 28.6              | 42.3                 |
| bueno     | 96         | 43.2       | 45.1              | 87.3                 |
| muy bueno | 27         | 12.2       | 12.7              | 100.0                |
| Total     | 213        | 95.9       | 100.0             |                      |

**Gráfica 4**



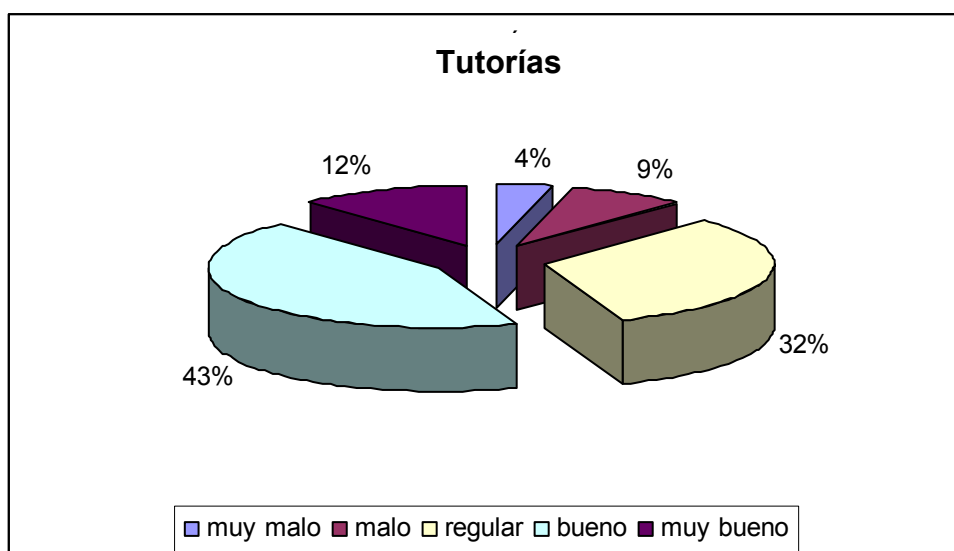
Los resultados del servicio de Trabajo Social disminuyeron 9 puntos porcentuales, esto debido a la coyuntura por la incapacidad de la titular del departamento y la inclusión de una persona inexperta.

## Tutorías

**Tabla 5**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| muy malo  | 8          | 3.6        | 3.8               | 3.8                  |
| malo      | 18         | 8.1        | 8.5               | 12.3                 |
| regular   | 68         | 30.6       | 32.2              | 44.5                 |
| bueno     | 92         | 41.4       | 43.6              | 88.2                 |
| muy bueno | 25         | 11.3       | 11.8              | 100.0                |
| Total     | 211        | 95.0       | 100.0             |                      |

**Gráfica 5**



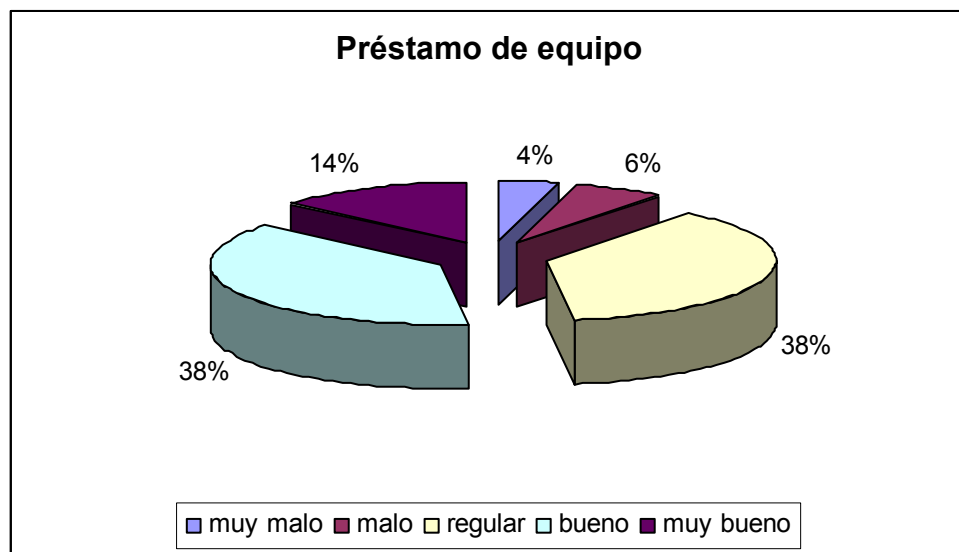
En esta gráfica se puede ver el avance que se tuvo en el departamento. Más del 50% percibe que se va por el camino correcto.

## Préstamo de equipo

**Tabla 6**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| muy malo  | 9          | 4.1        | 4.3               | 4.3                  |
| malo      | 13         | 5.9        | 6.3               | 10.6                 |
| regular   | 78         | 35.1       | 37.5              | 48.1                 |
| bueno     | 79         | 35.6       | 38.0              | 86.1                 |
| muy bueno | 29         | 13.1       | 13.9              | 100.0                |
| Total     | 208        | 93.7       | 100.0             |                      |

**Gráfica 6**



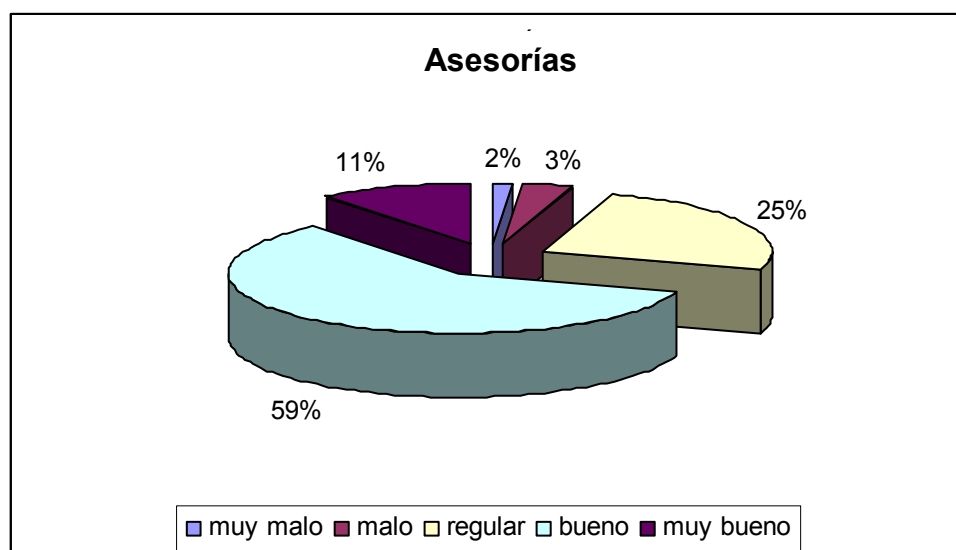
En este departamento se nota el significativo avance que se tuvo, y que la comunicación interpersonal con los encargados del área dio resultado. Se observa un avance de 13 puntos porcentuales.

## Asesorías

**Tabla 7**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| muy malo  | 3          | 1.4        | 1.5               | 1.5                  |
| malo      | 7          | 3.2        | 3.4               | 4.9                  |
| regular   | 52         | 23.4       | 25.2              | 30.1                 |
| bueno     | 122        | 55.0       | 59.2              | 89.3                 |
| muy bueno | 22         | 9.9        | 10.7              | 100.0                |
| Total     | 206        | 92.8       | 100.0             |                      |

**Gráfica 7**



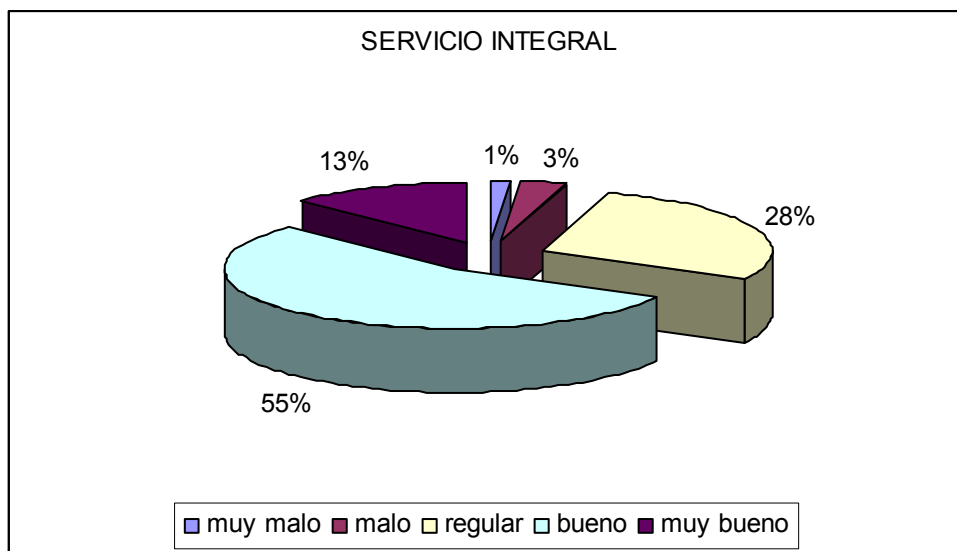
Como en la primera encuesta, el área de asesorías se califica alto, de hecho es el que mayor porcentaje de satisfacción refiere: 70%.

## Servicio Integral

**Tabla 8**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| muy malo  | 3          | 1.4        | 1.4               | 1.4                  |
| malo      | 7          | 3.2        | 3.3               | 4.7                  |
| regular   | 60         | 27.0       | 28.2              | 32.9                 |
| bueno     | 116        | 52.3       | 54.5              | 87.3                 |
| muy bueno | 27         | 12.2       | 12.7              | 100.0                |
| Total     | 213        | 95.9       | 100.0             |                      |

**Gráfica 8**



En resumen, podemos observar que vamos por un buen camino, esto se ve reflejado en la satisfacción de los alumnos, aunado a las evaluaciones a las que hemos sometido a nuestro programa de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Un 68% califican de bueno a muy bueno y sólo un 4% lo ve entre malo y muy malo.

## Comentarios

De las 213 encuestas sólo un 32% hicieron comentarios en el apartado para ese efecto. Se clasificaron como positivos, negativos y neutros. La clasificación se refleja en la siguiente tabla:

| Semestre     | Tipo de comentario |           |           | No. | Sub total |
|--------------|--------------------|-----------|-----------|-----|-----------|
|              | Positivo           | Negativo  | Neutro    |     |           |
| Primero 1    | 1                  | 1         | 2         | 4   | 4         |
| Primero 2    | 3                  |           | 1         | 4   | 8         |
| Segundo 1    | 1                  | 1         | 3         | 5   | 13        |
| Segundo 2    |                    | 2         | 4         | 6   | 19        |
| Tercero 1    | 1                  | 1         | 2         | 4   | 23        |
| Tercero 2    | 1                  |           | 4         | 5   | 28        |
| Cuarto 1     | 1                  | 1         | 10        | 12  | 40        |
| Cuarto 2     | 1                  |           |           | 1   | 41        |
| Quinto       |                    | 3         | 5         | 8   | 49        |
| Sexto        |                    | 1         | 5         | 6   | 55        |
| Séptimo      | 2                  | 1         |           | 3   | 58        |
| Octavo       |                    | 1         | 3         | 4   | 62        |
| Noveno 1     |                    |           | 3         | 3   | 65        |
| Noveno 2     |                    | 1         | 3         | 4   | 69        |
| <b>TOTAL</b> | <b>11</b>          | <b>13</b> | <b>45</b> |     | <b>69</b> |

De los comentarios, se hace un resumen por semestre, grupo y factor:

Primero 1: Se encontró un comentario negativo y uno positivo sobre los profesores.

Primero 2: Los tres comentarios positivos fueron en relación al servicio integral.

Segundo 1: Tanto el positivo como el negativo se refieren al servicio integral.

Segundo 2: Ambos negativos se refieren al servicio integral.

Tercero 1: El positivo va de igual forma al servicio integral, mientras que el negativo se refiere a las tutorías.

Tercero 2: El positivo es para el servicio integral.

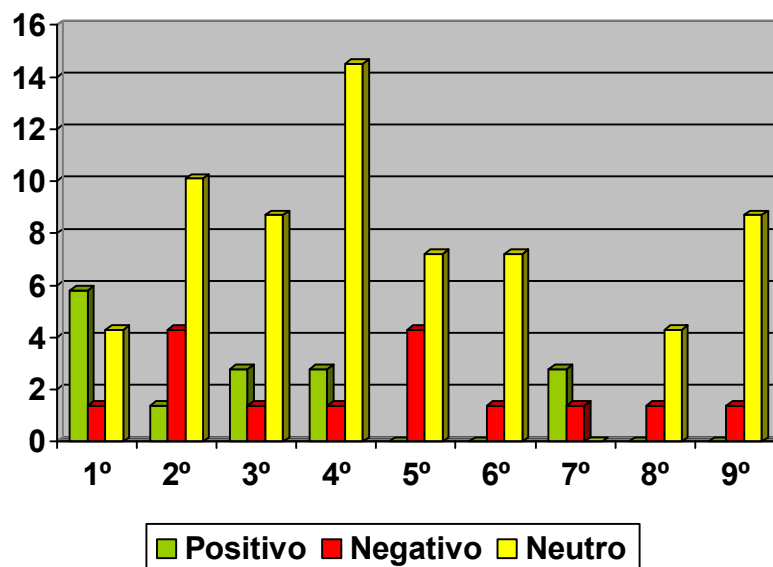
Cuarto 1: Tanto el positivo como el negativo se refieren al servicio integral.

Cuarto 2: El positivo es para el servicio integral.

- Quinto: Dos de los negativos se refieren a los profesores, el otro al equipo.
- Sexto: Se refiere a profesores.
- Séptimo: Los dos positivos y el negativo se refieren al servicio integral.
- Octavo: El negativo es para el departamento de trabajo social.
- Noveno 1: No hay positivos ni negativos.
- Noveno 2: El negativo es para el departamento de préstamo de equipo.

De los comentarios neutros se refieren a solicitud de apoyos externos, apuntes fuera de lugar, etcétera.

Lo anterior lo podemos resumir en la siguiente tabla en la que el eje de la "y" es el porcentaje y el de la "x" el semestre:



## **XVI. Limitaciones**

Aún y cuando toda encuesta tiene cierto grado de error, la muestra se calculó con un margen de  $\pm 5\%$ .

Por otro lado, los errores comunes que se dan en el levantamiento, al no haber contestado algunos encuestados la totalidad de las preguntas, aunque éstas representan menos del 1%.

## **XVII. Hallazgos**

Se encuentra que existe una gran disposición de los alumnos por participar en este tipo de encuestas, sobre todo con la intención de obtener un beneficio en el servicio que se les brinda.

Las respuestas con mayor frecuencia fueron 2 (46%) es decir, los alumnos perciben que es bueno el servicio que se les brinda.

Destaca el departamento de trabajo social, quien obtuvo el mayor número de Muy Bueno, con un 18% y profesores que obtuvo el más alto "malo" con un 18%.

## **XVIII. Conclusiones**

los valores, creencias, ideas, sentimientos y voluntades de una comunidad institucional se van modificando.

En la actualidad, las universidades comprometidas con el éxito deben estar abiertas a un constante aprendizaje continuo y definir las como el activo fundamental de la organización. Deben contar con estructuras más flexibles al cambio y que este cambio se produzca a través del conocimiento que se tiene de sus miembros (alumnos, profesores, funcionarios y administrativos).

El conocer la opinión de los alumnos es fundamental para ello, ya que al jugar el rol de clientes dentro de la organización, su punto de vista es trascendente para la toma de decisiones.

En el presente trabajo, se concluye que el servicio que se les ofrece a los alumnos de la LCC del ICSHu, va de bueno (46%) regular (32.5%) y muy bueno (12.6%) según los resultados de la encuesta, lo cual si lo sumamos, nos da un 91% de satisfacción que va en ascenso.

Hay un 12.6% que consideran el servicio como malo y sólo 2.1% que lo considera de plano muy malo.

Por lo que se puede concluir que aún y cuando es importante rescatar las áreas de oportunidad, se va por el camino correcto.

El que 9 de cada 10 alumnos evalúe el servicio que se brinda en la LCC de bueno a regular y a muy bueno es significativo, ya que sumados el bueno y el muy bueno, rebasa el 58%.

Se constató un adecuado clima organizacional entre académicos, estudiantes y autoridades. Destaca el orgullo de formar parte de la Institución.

Este hecho, demuestra de igual forma el sentido de pertenencia de los alumnos.

De igual manera, se han tomado acciones para la mejora dentro del Área Académica, con el fin de elevar la calidad con la que se atiende a los alumnos.

## **XIX. Bibliografía**

- [http://www.edustatspr.com/Materiales/Stats\\_text/encuesta.pdf](http://www.edustatspr.com/Materiales/Stats_text/encuesta.pdf)
- Informe de evaluación del programa de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. CONAC. 25 de agosto de 2007.
- Narres Malhotra, Investigación de Mercados. Ed. Pearson. Cuarta edición. México, 2004.
- West, Richard, Lynn Turner. Teoría de la Comunicación. Análisis y Aplicación. Ed. Mc Graw Hill. España, 2005.
- Fernández Collado, Carlos. La Comunicación en las Organizaciones. Ed. Trillas. México, 2006.
- Revista EXPANSIÓN. Súper Empresas 2008. Las historias de las 94 compañías que mejor tratan a sus empleados. México 2008. P. 90.
- Nosnik, Abraham, Culturas Organizacionales: Su origen, consolidación y desarrollo. Ed. NetBiblo. 2004.
- <http://www.monografias.com/trabajos15/objetividad-popper/objetividad-popper.shtml>