



Universidad Autónoma Metropolitana

Plantel Iztapalapa

División: Ciencias sociales y humanidades

Carrera: Administración

André René Rodríguez Bustillos

Matricula: 2112046949

Asesor: Francisco Javier Mancilla

Influencia de las competencias en comunicación
para la inserción laboral de egresados de la UAMI

Marzo 2018

Contenido

1 INTRODUCCIÓN	3
1.1 Justificación	5
1.2 Objetivos	8
1.3 Problema de investigación	8
1.5 Marco teórico	9
1.5.1 Competencias	10
1.5.2 Comunicación	13
1.5.3 Comunicación Organizacional	15
2 MÉTODOS	21
2.1 Alcance de la Investigación	21
2.2 Hipótesis	22
2.2.1 Variable independiente	23
2.2.2 Variable dependiente	23
2.3 Investigación	23
3 DISCUSIÓN	54
4 CONCLUSIONES	¡Error! Marcador no definido.
Bibliografía	58

1 INTRODUCCIÓN

A lo largo de este trabajo, podremos ver la evolución en la determinación de la importancia de las competencias en comunicación en los estudiantes de una licenciatura y la relación que mantienen con las posibilidades de cubrir un puesto dentro de una organización; en un supuesto inicial consideramos necesarias estas habilidades para facilitar la inclusión de los estudiantes de la Universidad Autónoma Metropolitana en el campo laboral, creando así mejores oportunidades y crecimiento profesional desde la perspectiva de los perfiles de puesto diseñados por una empresa experta en reclutamiento y selección de mandos medios y directivos.

Nuestro estudio está dividido en tres partes, la primera, es referente a los protocolos de investigación donde conoceremos los puntos clave y el marco teórico en el que estamos sustentando y delimitando la información de nuestro estudio; partiremos de la definición de las competencias y nos adentraremos a explicar el problema de investigación, que pretende mostrar la necesidad de adherir a los programas de estudio materias que contemplen el desarrollo de estas habilidades en alumnos de distintas divisiones dentro de la Universidad Autónoma Metropolitana unidad Iztapalapa (UAMI) y que se encuentran próximos a concluir sus estudios de licenciatura; a través del análisis de su nivel de capacidad, conocimiento y dominio en cuanto a habilidades de comunicación, se determinará si cuentan con los requisitos suficientes para considerar el nivel de desarrollo y la necesidad de trabajar en dichas competencias.

La segunda parte de este trabajo, es donde podremos conocer los datos de la información recolectada en un cuestionario elaborado con la finalidad de conocer la percepción que tienen los alumnos de la universidad sobre el dominio de sus habilidades en comunicación.

La autopercepción del alumno nos llevará a comprender mejor la manera en la que ellos se están viendo en relación a la competencia para la inserción al mercado laboral, gracias a sus respuestas alcanzaremos el entendimiento necesario para poder ejercer una mejor labor docente e impactar en la forma que se desarrollan los

estudiantes de las generaciones venideras sin importar mucho la carrera, la división, la preparación previa y su procedencia, el alumno podrá calificar para mejores oportunidades mejorando su estado de bienestar gracias a la facilidad para crecer personal y profesionalmente al detectar estos indicadores clave que hemos considerado en esta investigación.

Es indispensable el poder aterrizar estas respuestas con un punto de referencia, por lo que hemos preparado una entrevista con una profesional del sector que llevará al lector a comprender la importancia de desarrollar habilidades comunicativas desde una edad formativa ya que influye directamente sobre la forma en que los egresados ascenderán en la cadena de mando de las diferentes empresas en las que se vayan insertando.

La última parte es donde analizaremos estos resultados y demostraremos si nuestra postura es la adecuada ante la creciente necesidad de una mejor preparación por parte de nuestros educandos para poder entrar en un mundo altamente competitivo y demandante. Tener un buen análisis de esta data mostrará la realidad acerca de las competencias en comunicación y su relación con el mercado laboral, con las necesidades de comunicarnos para acceder a nuevas oportunidades y la forma en la que una educación actualizada, vanguardista y oportuna puede influir en estos resultados.

Esta investigación tiene la finalidad de entender mucho mejor la relación que existe entre las nuevas formas de trabajo dentro de las organizaciones y las habilidades para comunicar ideas, impactar en las personas y transmitir los mensajes de una forma adecuada, buscaremos despertar el interés en el lector acerca de la mejora continua y la preparación en disciplinas en ocasiones consideradas no académicas pero que terminan siendo igual o mas importantes que una preparación tradicional, y que aunque jamás podrán reemplazar a la educación formal, son herramientas clave y fundamentales para trascender con nuestras ideas e impactar al mundo actual.

Palabras clave

Competencias, comunicación, desarrollo, oportunidades laborales.

1.1 Justificación

Contar o no con la competencia o habilidad de comunicarse con otros individuos, trasciende a elementos de interacción básicos y necesarios para la convivencia entre los seres humanos; desde que nacemos tenemos la necesidad fisiológica de comunicar nuestras necesidades a nuestros padres para ser atendidos y saciados según nuestro cuerpo lo solicite y aunque no se encuentra desarrollado el vocabulario, los sonidos emitidos desde pequeños tienen la intención de hacer saber nuestro sentir externalizándolo al medio que nos rodea, naturalmente es un mensaje que es captado por las personas que tenemos cerca y desde ese momento tenemos la noción de la comunicación como un medio para la interacción entre las personas.

Durante nuestro crecimiento vamos desarrollando y perfeccionando la capacidad de comunicación alcanzando a un mayor número de personas de diferentes entornos lo que representa nuevos retos para el intercambio social en donde el nivel de interacción pasa de lo básico a lo complejo según el individuo al que nos estemos dirigiendo. Las diferentes situaciones, entornos y personalidades, marcan la pauta del mensaje, la intención y el código pues vamos aprendiendo que hay distintos tipos de comunicación dependiendo de lo que queremos expresar y como queremos apoyar la idea dándole sustento, sentido e intención. De esta forma, cuando crecemos conocemos nuevos niveles de identidad comunicativa y nos apropiamos de una personalidad que, si bien es nuestra, también es adaptable según las circunstancias e inamovible a través del tiempo, nos caracteriza y es por la que podemos ser reconocidos adquiriendo individualidad.

Cuando llegamos al ámbito laboral, la comunicación es fundamental considerando que los individuos se reúnen en este espacio con la finalidad de unir esfuerzos para consolidar una actividad económica. Para lograr esto, la interacción fundamental es la comunicación en sus diferentes modalidades puesto que es la esencia de la

actividad organizativa y es imprescindible para su buen funcionamiento. Contar con una buena comunicación dentro de las organizaciones, mejora la competitividad, su adaptación al cambio, promueve el trabajo colaborativo, facilita el logro de los objetivos, metas y promueve la participación.

Se dice que las competencias tuvieron un trasfondo completamente laboral y aunque ahora en el ámbito académico y escolar se ha insertado el concepto, habría que considerar antes que la relación de los temas insertados en la educación, tienen generalmente la finalidad de emplearse más tarde cuando el alumno se convierte en parte de un equipo de trabajo y hace uso de los conocimientos adquiridos durante su etapa académica. Esta relación se da notablemente a nivel superior donde el alumno se prepara específicamente para participar en actividades económicas relacionadas con su campo de estudio y es por ello que la educación en respuesta a los requerimientos del mercado laboral ha insertado la formación por competencias como parte de la preparación de los próximos egresados. (Tovar, 2010)

Aunque este tema es relativamente nuevo en su implementación, la demanda de las necesidades del sector laboral están comenzando a tener presencia en los análisis, las propuestas y las revisiones que hacen las universidades de sus políticas educativas, teniendo injerencia en la transformación de los modelos educativos actuales incidiendo directamente a través de sus necesidades en la aplicación de la docencia dentro de las aulas, finalmente serán conocimientos aplicados dentro de este campo una vez egresado el alumno.

El sector en general acostumbra adaptarse de forma similar ante las modificaciones y tendencias con la finalidad de no atrasarse demasiado ante la competencia y poder seguir ocupando la preferencia de su mercado, es por ello que el sector completo ha manifestado una preocupación real y un marcado interés por la transición de los graduados al sector laboral y por identificar cuáles son las competencias que este demanda y que la educación ha podido proveer a los nuevos integrantes de la demanda laboral. (Tovar, 2010)

A raíz de estas modificaciones en las necesidades de los empleadores, han nacido iniciativas como la encuesta “cheers” la cual fue un proyecto que nació para poder recopilar datos de la inserción laboral de los egresados con la finalidad de cubrir carencias informativas, por lo que en 1997 un conjunto de investigadores de universidades y centros de investigación europeos decidieron proponer a la Comisión Europea el proyecto CHEERS (Career after Higher Education: a European Research Study), un estudio sobre la educación y la transición al mercado laboral de los jóvenes titulados universitarios europeos. La motivación fundamental para abordar esta problemática era la necesidad de disponer de más información sobre los aspectos relacionados con la enseñanza universitaria y la empleabilidad de los titulados universitarios. Los países incluidos en el proyecto fueron Alemania, Austria, España, Finlandia, Francia, Holanda, Italia, Japón, Noruega, el Reino Unido, la República Checa y Suecia. (Instituto Valenciano de investigaciones económicas, 2001)

En México y otros países de Latinoamérica, también es importante este seguimiento de los estudiantes por lo que se implementó el proyecto PROFLEX (Profesional flexible) en la sociedad del conocimiento, es una iniciativa para dar respuesta a preguntas a través de un sistema de encuestación on-line. De este modo, cada Universidad obtendrá información relevante para mejorar la aceptación en el mundo laboral y el reconocimiento de la formación de sus egresados.

PROFLEX utiliza un cuestionario con más de 150 preguntas, estructurado en 9 secciones que cubren aspectos relacionados con la formación recibida, transición al mundo laboral, competencias y satisfacción, entre otros. Además, este cuestionario ha sido desarrollado por expertos internacionales de reconocido prestigio y ha sido adaptado a los distintos contextos universitarios, tanto en América como en Europa. (Universidad Iberoamericana de República Dominicana, 2012)

Básicamente, es un informe donde podemos conocer la forma en que los alumnos egresados se han insertado en el campo laboral dadas las competencias específicas que dominan como resultado de su preparación universitaria.

1.2 Objetivos

Objetivos generales

Determinar la relación que existe entre los egresados que dominan competencias específicas en comunicación y las oportunidades que el mercado laboral les ofrece gracias a esta condición, en contraste de los egresados que carecen de las habilidades.

Objetivos específicos

Definir las principales competencias en comunicación relevantes para el mercado laboral.

Conocer el nivel de dominio de estas competencias entre alumnos próximos a graduarse de la universidad y analizar si existe una tendencia entre los alumnos de distintas carreras.

Proponer una mejora en el desarrollo de las competencias comunicativas dentro de las aulas de estudio según sea necesario.

1.3 Problema de investigación

¿QUÉ?

Las competencias comunicativas, su importancia y las características de las habilidades de comunicación y el manejo adecuado de la imagen pública mediante un plan de estudios diseñado con la finalidad de desarrollar estas competencias en personas de cualquier disciplina.

¿POR QUÉ?

Por la importancia de comunicar correctamente las ideas y poder transmitir un mensaje adecuado a una audiencia, obtener y retener la atención puede ser la diferencia entre un comunicador efectivo y uno que pase inadvertido.

¿PARA QUÉ?

Para demostrar que, al mejorar las habilidades de comunicación, habrá un mejor desarrollo profesional y personal impactando directamente en el entorno cotidiano y el acceso a mejores oportunidades laborales y sociales.

¿CÓMO?

Se investigará el nivel de competencias referentes a la comunicación oral, presentaciones, los niveles de dominio de técnicas para la efectividad en la comunicación y amplitud de lenguaje.

¿CUÁNDO Y DÓNDE?

Influencia de las competencias en comunicación en la inserción laboral de futuros egresados de la Universidad Autónoma Metropolitana unidad Iztapalapa.

1.4 Preguntas de investigación

General:

¿Las competencias comunicativas, mejoran las oportunidades de los egresados en la inserción al campo laboral?

Específicas:

¿Qué es la comunicación?

¿Qué es la educación por competencias?

¿Cuáles son los elementos de la comunicación relevantes para la vida laboral?

¿Cuáles son las competencias de comunicación de mayor influencia en la inserción laboral de los alumnos?

¿Cómo se puede desarrollar una competencia?

1.5 Marco teórico

Para comprender mejor el tema de estudio, delimitaremos en un marco teórico los tres conceptos básicos que convergen en esta investigación para facilitar la comprensión y presentar un panorama claro de su relación. Primero vamos a definir y comprender que son las competencias, es importante observar algunas

definiciones hechas con anterioridad por investigadores de las competencias, laboral y educativamente hablando, conoceremos su importancia dentro de los nuevos modelos académicos y el impacto que han tenido desde el ámbito profesional en la modificación del paradigma educativo y de aprendizaje de habilidades a través de los años desde que se popularizó este concepto con lo que podremos comenzar a contextualizar el tema, a lo largo de la lectura acercarnos a entender las competencias y finalmente al obtener resultados concretos entender la importancia de este estudio; posteriormente enmarcaremos la comunicación teóricamente, siendo un tema tan extenso vamos a centrarnos y hablaremos primeramente de la comunicación organizacional y sus principales exponentes tratando de converger en el punto que nos interesa esclarecer basándonos en la hipótesis y el planteamiento del problema.

1.5.1 Competencias

Desde hace unos años, en el ámbito educativo se habla de la educación por competencias; algunos autores, dicen que esto es un nuevo modelo pedagógico o que es una nueva forma de enseñar. Sin embargo, consideremos que en la educación clásica, el docente exponía los conceptos y los estudiantes escuchaban y anotaban; luego, los alumnos trataban de aprenderse esta información memorizando la mayor cantidad posible de datos. En este tipo de enseñanza, el protagonista es el profesor, pues es el encargado de custodiar y transmitir los conocimientos. (Mejía, 2007)

Sin embargo, ese modelo educativo está repleto de inconvenientes puesto que los conocimientos memorizados se olvidan fácil y rápidamente, además, la información se actualiza continuamente con el avance de la ciencia en todas las áreas del saber humano, lo que provoca una desactualización de la información y este modelo no contempla la falta de motivación de los estudiantes por aprender, no les genera curiosidad al solamente memorizar datos e integrar los conocimientos, lo que deriva en un bajo desarrollo de habilidades suficientes para ingresar en el mundo laboral de forma efectiva y transmite una idea generalizada de que los recién egresados no saben hacer nada.

Por otro lado, tenemos la educación por competencias que está centrada en el estudiante y en el desarrollo de habilidades a través de la comprensión de los contenidos y el entendimiento de los temas haciendo estudiantes competentes y contrarrestando la caducidad del conocimiento creando la necesidad de actualización y capacitando a los individuos para el desenvolvimiento en una sociedad en la que el conocimiento es la fuente principal para la creación de valor y que constantemente demanda el desarrollo de nuevas habilidades dándole sentido social y una verdadera aplicación a lo aprendido, de tal forma que podemos ver que las formas de trabajo cada vez son más autodidactas y colaborativas, con un sentido de individualidad, pero con la noción del alcance colectivo. (Perrenoud, 2011)

Considerando que el desarrollo de competencias tiene una diferenciación con la educación tradicional, podemos asumir que los educadores, profesores y formadores de un sistema educativo por competencias, deben utilizar herramientas y técnicas distintas para poder impactar en la educación del alumno, entre ellas se considera importante emplear la práctica como un referente de la teoría, de esta forma, los alumnos se enfrentan a problemáticas reales y situaciones cotidianas, lo que estimula la resolución creativa de problemas y brinda de seguridad y confianza al alumno, dándole así, una habilidad desarrollada que le permite “saber, saber hacer y saber ser” que son las tres claves que José Ángel López Herrerías propone para alcanzar una educación por y en competencias; en su libro Enseñar y aprender competencias que mediante el análisis etimológico, el autor, doctor en Filosofía y catedrático de la Facultad de Educación de la Universidad Complutense de Madrid, podemos entender a las competencias como “una propuesta educativa de significación y de aplicación muy relevante para nuestros retos y para el surgimiento valioso de nuevas experiencias” (López Herrerías, 2014). Aunque aclara que no existe una definición universal del concepto, el libro refleja la necesidad de que los estudiantes realicen un aprendizaje amplio y reflexivo, que pretende ir más allá de la memorización de contenidos, resaltando el pensamiento crítico, además de la comprensión y el dominio total del tema para poderlo considerar una competencia desarrollada.

Etimológicamente la competencia, se deriva del latín y comprende dos matices: el primero procede del infinitivo cumpetere, competer, saber y saber hacer de forma experta, el aspecto competente de la competencia; el segundo, del supino, cumpetitum, competir, saber ser como superación, esfuerzo. Así competencia es la suma de competer y competir, de saber, más saber hacer, más saber ser¹

Continuando con las herramientas importantes para la educación y el trabajo por competencias es indispensable hablar de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) de las que deben hacer uso los educadores y facilitadores como métodos didácticos y de enseñanza que posteriormente serán los elementos principales por los cuales estarán conformadas las funciones de trabajo y que en un contexto de desarrollo de habilidades es fundamental en el estímulo de la creatividad y de la iniciación a la autodidaxia.

Como consecuencia de esta forma de adquisición de habilidades, se aprende a reconocer las diferencias entre los individuos y las limitaciones personales, por lo que el mejor camino a seguir es adoptar o integrar las habilidades, actitudes y conocimientos que los demás poseen y contar con la sensibilidad necesaria para escuchar e identificar las necesidades e intereses de los demás y en su caso, realizar negociaciones sobre los temas que puedan presentar un conflicto. Por su parte los educadores deben estar abiertos a este intercambio de opiniones y también conocer sus limitaciones, permitiendo crear un espacio de retroalimentación. En resumen, el profesor en este tipo de enseñanza se convierte más en un facilitador y no entrega las respuestas simples a los estudiantes, si no que los guía para que ellos mismos respondan y se planteen nuevas preguntas. (Secretaría de Educación Pública, 2017)

Cecilia Braslavsky, quién fue directora de la oficina internacional de la educación de la United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) define las competencias como “el desarrollo de las capacidades complejas que permiten a los estudiantes pensar y actuar en diversos ámbitos (...). Consiste en la

¹ López Herreras, J. A. (2014). Enseñar y aprender competencias. Málaga: Ediciones Aljibe.

adquisición del conocimiento a través de la acción, resultado de una cultura de base sólida que puede ponerse en práctica y utilizarse para explicar que es lo que está sucediendo”

Por esta razón, las competencias son también una buena forma de organizar un currículum para solicitar un empleo, pues nos hablan de que al finalizar la educación, el perfil del aspirante se describe al especificar los tipos de situaciones que tienen la capacidad de resolver de forma eficaz en cualquier ámbito, ya sea escolar o laboral y dependiendo de la formación, se vuelven indicadores relacionados a las capacidades individuales de desempeño relacionados a una disciplina específica. (Jonnaert, 2006)

Para una mejor comprensión de los componentes de las competencias, es decir, de los atributos que causan desempeños superiores, (Spencer, 1993) utiliza la analogía del iceberg, la cual nos indica que los conocimientos y las habilidades se encuentran en la parte superior, en la superficie, y en la parte más profunda del iceberg se encuentran el rol social, la imagen de sí mismo, los rasgos y los motivos (Tobar, 2005) A través de esta analogía se puede apreciar la importancia que para el desarrollo de las primeras tienen los niveles más profundos. Los conocimientos y las habilidades son más fáciles de adquirir y desarrollar requiriendo menos tiempo y esfuerzo en general. El rol social, la autoimagen, los rasgos y los motivos son más difíciles de desarrollar y por tanto requieren de más tiempo y esfuerzo. Estos son más determinantes para alcanzar un comportamiento laboral, un nivel de desempeño ocupacional. Cuando las organizaciones comprendan esta analogía no contratarán única y exclusivamente basándose en los conocimientos y habilidades sino que se preocuparán por los demás componentes que conforman la analogía.

1.5.2 Comunicación

Durante nuestro crecimiento experimentamos y desarrollamos diferentes métodos de comunicación, a través de sonidos, lenguajes, idiomas, símbolos, escritura, señas y otros elementos a través de los cuales aprendemos a ser efectivos en la

transmisión de los mensajes y descubrimos nuevas interacciones con el medio obteniendo mejores resultados.

“La comunicación aparece como algo esencial ligado a la vida humana y como instrumento para la construcción del tejido social. Da fuerza y nutre a una comunidad, como lo hacen el agua, el aire o los alimentos en la vida biológica. No estamos solos. Desde el nacimiento entramos en contacto con otros seres de la misma especie, con quienes interactuamos dentro de una convivencia, indispensable para crecer y subsistir. Se afirma que un adulto normal gasta un 70% de su actividad cotidiana, comunicándose” (David Berlo, 1977).

Por otra parte, debemos considerar que la comunicación ha formado una parte importante del desarrollo de la humanidad desde sus inicios como un ente social y que le ha permitido intercambiar información con otros individuos de su misma especie y que los llevo a la configuración social en la que vivimos en nuestros días, donde la comunicación juega un papel fundamental en el desarrollo del trabajo individual y colectivo de los diferentes grupos humanos en el planeta. Uno de los requisitos dentro de la convivencia en sociedad y en las relaciones humanas es la comunicación (Rojas V. M., 2011).

Nuestra generación se caracteriza, por ser la era de las comunicaciones donde la relevancia de estar conectados con otras personas y el compartir contenidos y mensajes forma parte del pensamiento actual de la sociedad, las nuevas tecnologías, han revolucionado la forma en la que nos comunicamos unos con otros, sin embargo, las relaciones interpersonales y directas han permeado a lo largo de la innovación tecnológica, además, podemos encontrar que las formas de comunicación tradicional y hasta ahora la más efectiva se han deteriorado y se ha perdido importancia en temas como la ortografía, la gramática, la redacción y en el sentido de la comunicación oral, los anglicismos han invadido el vocabulario y las formas de expresión entre la población más joven, viendo como algo normal el uso de estas palabras y la deformación del idioma español, sin contar con que el léxico también se ha visto disminuido.

Una buena comunicación es aquella en la que se practica la escucha activa, es asertiva y proactiva. No hay que olvidar que lo más importante en un proceso de

comunicación no es lo que se quiere decir, sino lo que la otra persona entiende. Se divide la comunicación en dos grandes categorías: comunicación verbal y no verbal. El sentido del mensaje puede variar con un mínimo giro del tono de voz o de la expresión facial o corporal. En Internet, el mensaje es aún más difícil de interpretar, ya que las reglas de expresión son ambiguas, aunque poco a poco se van estandarizando, como por ejemplo el uso de mayúsculas para expresar que se está gritando. Estas reglas se han de tener en cuenta para realizar una buena comunicación a través de las social media.

Víctor M. Niño Rojas, en su libro fundamentos de semiótica² y lingüística³ explica claramente la capacidad humana que nos habilita para crear, adquirir, aprender y usar distintos códigos que estén constituidos por signos y que es la capacidad que posibilita directamente el ejercicio y el desarrollo de la competencia comunicativa, además de las subcompetencias que permiten a los interlocutores producir y comprender los mensajes (Rojas V. M., 2007)

Por ejemplo cuando mentimos y encontramos la forma de que el mensaje no corresponda con la realidad y logramos modificar el mensaje y alterarlo por un beneficio personal que de alguna manera descompone la función principal de la comunicación.

1.5.3 Comunicación Organizacional

Para acercarnos al tema de la comunicación dentro de las organizaciones, es importante decir que esta teoría parte de la teoría administrativa y más específicamente de la teoría de las relaciones humanas donde Elton Mayo fue de los precursores de esta teoría. Nació el 26 de diciembre de 1880 en Adelaida, Australia y fue un teórico social, sociólogo y psicólogo industrial especializado en la teoría de las organizaciones, las relaciones humanas y el movimiento por las relaciones humanas, donde su interés primordial fue estudiar, en el trabajador, los

² Ciencia que estudia los diferentes sistemas de signos que permiten la comunicación entre individuos, sus modos de producción, de funcionamiento y de recepción

³ La lingüística es el estudio científico tanto de la estructura de las lenguas naturales y de aspectos relacionados con ellas como de su evolución histórica, de su estructura interna y del conocimiento que los hablantes poseen de su propia lengua.

efectos psicológicos que podían producir las condiciones físicas del trabajo en relación con la producción y demostró que no existe cooperación del trabajador en los proyectos, si éstos no son escuchados, ni considerados por parte de sus superiores, es difícil y en ocasiones casi imposible llegar a los objetivos fijados por la organización.

Es sobre todo conocido por sus estudios de organización del comportamiento que incluye los estudios de Hawthorne acerca de la lógica del sentimiento de los trabajadores y la lógica del coste y la eficiencia de los directivos que podría conducir a conflictos dentro de las organizaciones. Elton Mayo afirmaba que el estudio aplicado de las relaciones de trabajo requiere la integración de varias perspectivas de forma que con una visión más amplia del panorama, se podría conocer mejor la relación e interacción de los trabajadores con la organización.

Los hallazgos de Mayo y sus colaboradores; basados en parte en las ideas concebidas por Vilfredo Pareto, tendrían un efecto dramático en el pensamiento administrativo. La modificación de la iluminación del grupo de prueba, la realización de cambios en los períodos de descanso, la reducción de la jornada de trabajo y la aplicación de variantes en los sistemas de pago de incentivos no parecieron explicar los cambios en la productividad. Así pues, Mayo y sus colaboradores llegaron a la conclusión de que eran otros factores responsables. Descubrieron que, en general, el aumento de la productividad se debía a factores sociales como la moral de los empleados, la existencia de satisfactorias interrelaciones entre los miembros de un grupo de trabajo "sentido de pertenencia" y la eficacia de la administración: un tipo de administración capaz de comprender el comportamiento humano, especialmente el comportamiento grupal, y de favorecerlo mediante habilidades interpersonales como la motivación, la asesoría, la dirección y la comunicación, que para nuestro tema será el punto central de estudio.

Hasta ahorita, entendemos al trabajador como un ente social que requiere de motivación para alcanzar su máximo potencial, pero también podemos ubicar a este ente dentro de la organización como el elemento fundamental de producción y

colaboración en todos los niveles dentro de la empresa y entonces pasamos al tema de la comunicación dentro de la organización.

Partiendo de que la comunicación es el elemento básico para que exista una interacción entre dos individuos, es claro que en cualquier ámbito de las relaciones humanas la comunicación es un elemento imprescindible, por naturaleza las personas requieren relacionarse con otros individuos para poder satisfacer sus necesidades de afecto y socialización y no es distinto en el caso de las empresas, la comunicación es la base estructural de cualquier organización debido a que la transmisión de información es una actividad diaria y de gran importancia para los objetivos que requieren del trabajo colaborativo de los trabajadores, las empresas necesitan mantenerse actualizadas, estar al tanto de las nuevas tendencias e innovar en productos y servicios, lo cual permite su permanencia en el mundo de los negocios y formar parte de las empresas altamente efectivas. Para eso es necesario que se comprometan a nivel corporativo a darle el valor que realmente se le debe dar a los procesos vitales de comunicación interna y que le permitan alcanzar los objetivos institucionales y ser competitivas en relación con las demás organizaciones.

La comunicación organizacional es una herramienta fundamental en las relaciones laborales hoy en día, ya que da lugar a la transmisión de la información dentro de las organizaciones para identificar los requerimientos y logros de estas, permite conocer los objetivos y la forma de llegar a ellos conforme a las estrategias generadas por el grupo directivo, comparte los logros de sus colaboradores y permite la interacción del talento humano aún entre distintos departamentos promoviendo la sana competencia y la colaboración para el desarrollo de la empresa, así como retroalimentar conforme a la productividad esperada.

Ya mencionamos que la comunicación es esencial en cualquier tipo de actividad organizada, que es uno de los factores imprescindibles para que ésta funcione y se desarrolle adecuadamente y que cualquier actividad humana se desarrolla a través de la comunicación. Sin embargo, también hay que considerar ahora que las propias empresas, a medida que se han hecho más complejas y diversificado su radio de

actuación y sus alcances, han entendido que una comunicación efectiva, constituye uno de los elementos más importantes para su propio desarrollo y que ahora en la era digital, en la que los canales sociales permiten interacciones a una velocidad increíblemente mayor a lo que se conocía antiguamente, la comunicación en la empresa adquiere una importancia mucho más relevante, pero también que los efectos positivos de la comunicación son evidentes pues mejora la competitividad de la organización, así como la forma en la que se puede adaptar a los cambios que se produzcan en su entorno con el fin de alcanzar los objetivos que se hayan propuesto inicialmente. Al mismo tiempo, la existencia de una comunicación en la empresa eficaz fomenta la motivación de los empleados, mantiene la identidad y el sentido de pertenencia, así como el compromiso y la participación en las tareas corporativas, creando un clima de trabajo integrador.

Para entender mejor cómo funciona la comunicación de las empresas, debemos entender que ésta va en dos direcciones, la comunicación interna que es la que se produce dentro de la empresa, creada para generar y mantener las relaciones entre los miembros que forman parte de ella, tanto a través de los canales formales establecidos para ello (reuniones internas, correo electrónico, intranet, redes sociales corporativas, etc.) como a través de las diferentes redes sociales y relaciones personales entre los miembros. Es importante fortalecer una identidad corporativa interna, en la que todos los integrantes de la empresa se sientan identificados con la marca, antes de poder lanzar a los clientes una imagen corporativa consistente.

El flujo de esta comunicación interna en la empresa se considera descendente cuando parte desde los niveles de jerarquía más altos hasta los más bajos. Este tipo de comunicación siempre ha estado presente, pero convertir la comunicación en algo unidireccional, sin esperar respuesta, puede ser un error con consecuencias irreparables en el medio plazo. Es por ello por lo que la comunicación ascendente se va extendiendo en las organizaciones, surgiendo desde los empleados, como método eficaz para que sus superiores conozcan sus quejas, ideas o sugerencias, así como los diferentes casos de éxito que se producen en la actividad de la

organización. Con las mejoras tecnológicas actuales, la implantación de sistemas que permitan optimizar la comunicación interna ha reducido enormemente sus costos, por lo que, cualquier organización que realmente quiera mejorar sus relaciones internas, deben plantearse integrar en sus sistemas redes sociales internas que ayuden a canalizar los diferentes mensajes.

Dentro de la comunicación organizacional existen diversos medios utilizados para comunicar planes, instrucciones, proyecciones a futuro, situación de la empresa, nuevas estrategias para diferentes áreas. Estos medios se manejan de forma oral como lo son: los discursos, reuniones informales con el personal, juntas, videoconferencias, llamadas telefónicas. En cuanto a la comunicación vía escrita los medios más utilizados son: memorándum, cartas, informes, emails, manual de operaciones, folletos, boletín interno, reportes, cursos en línea, entre muchos otros.

Una ventaja de la comunicación escrita es el hecho de que proporciona un registro, referencia y protección legal de aquello que se va a comunicar; además promueve la aplicación uniforme de procedimientos y normas que colaboran en la disminución de los costos de comunicación, y además se puede cuidar con anticipación el contenido y contexto de la información a transmitir.

Para que una comunicación organizacional se vuelva efectiva se debe buscar una retroalimentación de la información recibida. Por ello, se debe de establecer un canal en el que jefes y subordinados puedan establecer cierta cercanía para comunicarse entre sí y para que la comprensión de lo que se quiera transmitir fluya de manera adecuada.

La comunicación externa es la que la empresa dirige a un público fuera de la organización, comprendido por clientes, proveedores, ciudadanos y mercado potencial, su trascendencia se encuentra en la capacidad que la empresa tenga para proyectar y reforzar su imagen dentro de los diferentes grupos de interés de la organización (potenciales clientes, ciudadanía, administración pública), dando a conocer los proyectos o actividades a las personas a las que en verdad quieren dirigirse, para conseguir, de alguna forma, la interacción de los mismos con la

marca. Resulta una herramienta estratégica vital para que la empresa se posicione en el mercado, pero ya no se debe limitar al mensaje publicitario en sí, sino que se debe construir con base en una comunicación integral, pensando tanto en la agilidad de respuesta ante opiniones y menciones positivas externas, como en la sensibilidad y empatía ante las diferentes crisis de marca que se puedan producir en casos concretos, por lo que cada vez se hace más necesario elaborar un plan de comunicación externa, que tenga en cuenta como aspectos fundamentales, la definición de la propia identidad corporativa, la imagen que dentro del mercado se percibe acerca de la empresa y la imagen ideal, como queremos que nos vean.

La correcta comunicación organizacional es un factor que facilita que la gestión empresarial se lleve a cabo con éxito, el buen manejo de ésta puede hacer perdurar a una organización. Un mensaje expresado con claridad y con un canal adecuado de comunicación, será convertido en una acción por parte del receptor, por otro lado, un mensaje impreciso y ambiguo, puede causar problemas y que con las nuevas tecnologías se puede viralizar en cuestión de minutos, por lo que las empresas que desean sobresalir en los negocios deben dar un lugar especial a la comunicación y a la información, debido a que han entendido que éstas contribuyen en gran medida a mejorar el clima laboral de la empresa y a elevar su competitividad.

La comunicación organizacional agiliza el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de una empresa e influye en las opiniones y conductas de estos para lograr que se cumplan mejor y más rápido los objetivos a corto y mediano plazo, además hay que tener en cuenta que no sólo es importante una buena comunicación interna sino también la comunicación externa que tiene la empresa con sus proveedores, clientes, socios, distribuidores, autoridades gubernamentales y medios de comunicación, para proyectar una imagen positiva en ellos. Mediante una excelente gestión de la comunicación interna y externa de una empresa, se pueden alcanzar las metas más altas y conseguir los resultados deseados de la organización.

La implantación de nuevos sistemas de comunicación interna y externa requerirán, de modo inevitable, actuaciones dirigidas a la renovación y actualización de la cultura empresarial, la mejora de la comunicación en la empresa requiere una implicación directa de todas las personas que desarrollan su actividad profesional en la misma. Éstas se deberán canalizar combinando formación presencial interna en los diferentes departamentos, con el desarrollo de procesos y actividades concretas, a través de una metodología e-learning, de píldoras formativas digitales que ayuden a impulsar y dinamizar este proceso, es decir, hacer uso de las nuevas tecnologías para el aprendizaje y conocimiento de mejores canales de comunicación.

2 MÉTODOS

Considerando el resultado que esperamos obtener de esta investigación, emplearemos principalmente un método deductivo, de forma que podamos partir de lo general a lo específico con el planteamiento de las premisas adecuadas para que en caso de que estas sean verdaderas el resultado también lo sea, de este modo, si un fenómeno se ha comprobado para un determinado conjunto de personas, se puede inferir que tal fenómeno se aplica a uno de estos individuos.

Usaremos también un método analítico en donde trataremos a la información como un todo relacionado y descompondremos sus partes con el único fin de observar la naturaleza y los efectos del fenómeno. Sin duda este método nos ayudará a explicar y entender mejor nuestro objeto de estudio, además de establecer nuevas teorías.

2.1 Alcance de la Investigación

El alcance principal de esta investigación será correlacional debido a que nuestra pregunta de investigación tiene el propósito fundamental de conocer la relación que existe entre el dominio de competencias en comunicación de los estudiantes de últimos trimestres de la Universidad Autónoma Metropolitana unidad Iztapalapa y su inmersión en la vida laboral.

Si podemos comprobar que esta relación existe, mostraremos la forma en la que se comporta el mercado laboral con estos nuevos elementos y las oportunidades que puede aprovechar la universidad para preparar aún mejor a sus estudiantes desarrollando habilidades que les permitan acortar la curva de aprendizaje y superar con mayor facilidad los nuevos retos que presente un cambio de ambiente como el primer trabajo.

La utilidad de nuestro estudio nos ayudará a saber cómo se puede comportar un concepto o una variable al conocer el comportamiento de otras variables relacionadas, es decir, intentar predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos o casos en una variable. Al conocer el comportamiento de las variables y su relación, es posible que podamos inferir en una de ellas con un resultado esperado exitoso.

Además, tendremos un alcance secundario que es explicativo, aunque parcial, ya que el hecho de conocer el comportamiento de nuestras variables y la forma en la que se relacionan aportará una cantidad de información explicativa ya que está dirigido a responder por un fenómeno social al hablar de educación por competencias como elemento de una nueva cultura organizacional.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

2.2 Hipótesis

El desarrollo de las competencias en comunicación facilita la inserción laboral de los egresados.

Con esto podemos suponer que el mejorar las habilidades de comunicación en una persona que está estudiando una licenciatura, le dará acceso a un mayor número de oportunidades, además de que podrá sobresalir entre un número de personas con capacidades y estudios similares, que no han explotado el máximo potencial de las competencias en comunicación que les permitan destacar de los demás para representar una oportunidad de contratación con un valor agregado para la empresa o institución ante la que se postulan.

2.2.1 Variable independiente

Competencias en comunicación

2.2.2 Variable dependiente

La inserción laboral de los egresados

2.3 Investigación

Con la finalidad de probar la hipótesis realizaremos una investigación sistemática, partiendo del levantamiento de datos estadísticos entre los alumnos de la Universidad Autónoma Metropolitana que se encuentran estudiando una licenciatura en la unidad Iztapalapa y segmentados entre los que cuenten con más del 50% de los créditos requeridos para su titulación, así podremos conocer si existe un cambio en la percepción conforme los alumnos han avanzado en sus materias a lo largo de la licenciatura.

Segmentaremos también el género, para la identificación estadística por variaciones de roles familiares; sin embargo, uno de los indicadores más importantes en nuestra investigación, serán las segmentaciones por división y licenciatura, donde podremos ver de una forma clara si este es un factor determinante para el desarrollo de las competencias en comunicación dentro del plan de estudios por carrera.

Etapas

La primera etapa partió de reducir a una hipótesis contrastable el problema de investigación. Considerando los planes de estudio de la universidad en las diferentes licenciaturas y teniendo en cuenta que el objetivo fundamental es el desarrollo profesional y la oportunidad de los egresados de insertarse en el campo laboral, es de suma importancia, determinar si las recientes modificaciones en las formas de trabajo y aprendizaje representan un reto para los planes de estudio actuales con los que cuenta la universidad o analizar si un cambio es necesario hablando específicamente del nivel de habilidades o competencias en comunicación con las que egresan los alumnos. Por lo tanto, la hipótesis a la que lo resumimos en

esta primera etapa es: "El desarrollo de las competencias en comunicación facilita la inserción laboral de los egresados."

Durante la segunda etapa, se desarrolló un conjunto de instrumentos apropiados para conducir la investigación. Entre ellos un cuestionario diseñado para conocer la percepción que los alumnos tienen acerca del desarrollo de competencias específicas en comunicación durante su paso por la universidad, la percepción de las necesidades de un mercado laboral y la percepción de las áreas de oportunidad en esta institución para su formación. Además, planteamos una entrevista con una profesional en el tema de reclutamiento, selección y seguimiento a candidatos contratados y planes de carrera, para conocer desde la perspectiva de un representante del campo laboral las necesidades del mercado y la forma en que estas competencias han o no influido en el crecimiento profesional de los candidatos.

El cuestionario fue desarrollado considerando las habilidades más importantes que requieren los candidatos al postularse a una vacante según la revisión de distintos perfiles de puesto en portales como LinkedIn, OCC Mundial, Adecco, entre otros y los elementos más básicos considerados por las competencias en comunicación conforme al marco teórico. El cuestionario está dividido en tres partes, la primera cuenta con aspectos fundamentales de la comunicación humana medible en una escala de Likert donde los números naturales de valor más bajo representan las opciones negativas o deficientes y los valores más altos las opciones positivas u óptimas.

Para poder mejorar la comprensión en el análisis de las respuestas en el sondeo es importante que definamos paso a paso los conceptos que se presentaron como las habilidades fundamentales dentro del cuestionario y una breve explicación de lo que se buscaba conocer al elaborar dicha encuesta; es muy importante para la investigación establecer una relación real de todos estos conceptos con el tema de estudio a través de la investigación en campo ya que si queremos tener un acercamiento a la situación real de las necesidades de las empresas de contar con personal y colaboradores competentes en disciplinas específicas que permitan

mejorar la productividad, integrar equipos de trabajo, evitar conflictos entre colaboradores y presentar un frente unido de personas integradas trabajando en un fin común ante la competencia y los retos que enfrente el mercado, debemos estar conscientes de que la mejor forma de asegurar una posición dentro de las organizaciones es contando con estas habilidades desarrolladas aún antes de terminar la licenciatura y comenzar a explorar el mercado laboral.

Contenido del cuestionario aplicado a alumnos

HABILIDADES ORALES: Primero, debemos entender que las habilidades orales, se refieren a la comunicación con palabras y se consideran como la forma más básica de la comunicación, por lo que es importante en cualquier área de la vida de una persona como ente social; en esta parte queremos conocer la percepción que los alumnos tienen en cuanto a su desempeño en estas competencias para lo que determinarán los siguientes aspectos:

Facilidad de palabra: refiriéndonos con esto a la capacidad y la soltura del individuo para expresar con la voz una idea clara y establecer conversaciones de forma natural incluso con desconocidos, siendo capaces de involucrar a los escuchas en una plática. Mediante esta habilidad será posible transmitir un mensaje claro, concreto y ameno.

Argumentación: Es un término que proviene del latín “argumentum” y es el modo en cómo una persona razona de forma lógica para demostrar, convencer o persuadir a otra u otras personas. A partir de esto salió lo que se conoce como la teoría de la argumentación que es un estudio interdisciplinario de la manera en cómo se obtienen las conclusiones a través de la lógica para un razonamiento mediante el cual se intenta probar, refutar o justificar una proposición; es un discurso dirigido con una finalidad y concibe la naturaleza del lenguaje como esencialmente persuasiva, esto es, orientada a conducir al receptor hacia el punto de vista desde el que el emisor presenta la información en su discurso. (Citar)

Comentado [SS1]: Falta cita pendiente de registro

Dicción: Implica la correcta pronunciación a través del correcto movimiento de nuestra boca y lengua de forma que cada palabra se entienda perfectamente por el escucha, facilitando el entendimiento y la comprensión del mensaje.

Vocabulario: Adquirido generalmente con el hábito de la lectura, el vocabulario implica el nivel de conocimiento del idioma y el uso correcto de su significado dentro de las oraciones al comunicarse, denota elevados niveles de cultura, porta de imagen y da presencia al interlocutor.

Hablar ante una audiencia: Un acto que generalmente causa conflicto al orador por cuestiones estresantes, nerviosismo e inseguridad asociadas generalmente a la inexperiencia. Consiste en dirigirse a un mayor número de personas ya sea en un auditorio, aula u otro espacio público y que tienen un nivel de dificultad mayor.

Volumen en la voz: También conocido dentro de la comunicación como modulación y que consiste en controlar el volumen y el timbre de la voz debido a la fuerza y la colocación del aire que hace resonar las cuerdas vocales; en ocasiones la seguridad y la confianza de una persona se ven reflejadas en el volumen y la intención de la voz.

HABILIDADES ESCRITAS: En este rubro, vamos a evaluar la percepción que los alumnos tienen de sí mismos en cuanto a las habilidades correspondientes a la transmisión de información por medio de la escritura.

Ortografía: Este campo se refiere al uso correcto de las palabras, reglas ortográficas, y signos auxiliares de la lengua escrita conforme a la real academia española.

Redacción: Hace referencia a la acción y efecto de escribir alguna situación, suceso o explicación, previamente pensada, en el área laboral indispensable para presentar informes y/o escritos, comunicación social, etc. La redacción supone un importante conocimiento en establecer formas y sentidos que le den coherencia y cohesión textual a lo que se escribe, ya que el orden de las palabras puede cambiar el ángulo del texto y puede ser mal interpretado, es esencial que el redactor organice

mentalmente las ideas que desea plasmar en el papel. Una vez organizado el esquema de ideas en la mente el siguiente paso es definir cuáles son las ideas principales y las ideas secundarias para que la solidez del escrito no se vea afectada por la falta de concentración de ideas que a su vez no permitiría la correcta interpretación del asunto del texto.

Síntesis: podemos entenderla como una exposición breve de un tema de mayor extensión, ya sea escrita u oral y que a modo de resumen contiene un conjunto de ideas fundamentales y relacionadas con un asunto o materia y que estaban dispersas o muy detalladas y que al sintetizarlas puede facilitar su comprensión y mejorar la eficiencia en el proceso de la toma de decisiones en la organización.

Fluidez: La importancia de expresar con agilidad ideas, compuestas por la asociación y relación de palabras, de una manera clara y entendible en el entorno lingüístico que le da sentido y significado a lo comunicado. Es necesario tener fluidez verbal para comunicarse. La fluidez verbal se adquiere, por eso está directamente relacionada con la cultura. Las personas a través de la cultura participan en actividades que desarrollan esta habilidad, que además puede educarse, por eso leer, ver televisión, hurgar en Internet y la participación en eventos sociales son fundamentales. En los discursos, las conversaciones, las entrevistas y las pláticas informales está siempre presente esta habilidad. Según la lingüística, la fluidez es la capacidad de un discurso de expresarse correctamente con cierta facilidad y espontaneidad, tanto en su idioma materno como en una segunda lengua; esto permite que el hablante se desenvuelva de una manera correcta. La fluidez viene dada en tres áreas: Capacidad para crear o reproducir ideas (área creativa). Capacidad para producir, expresar y relacionar palabras (área lingüística). Capacidad para conocer el significado de las palabras (área semántica).

HABILIDADES SOCIALES: En esta sección, los encuestados nos proveerán de datos relevantes de sus habilidades para interactuar con otras personas en distintas circunstancias, la facilidad o la complejidad dependerá de muchos factores asociados a su desarrollo durante el crecimiento dentro de la familia, los círculos sociales como amistades, compañeros de escuela, en el caso en el que hayan

desempeñado alguna actividad deportiva o laboral durante su vida determinarán directamente la capacidad de estas interacciones.

Integrarse en un equipo de trabajo: Frecuentemente nos encontramos en situaciones en donde la integración puede marcar la diferencia de nuestra participación en un proyecto siendo parte de un equipo e intercambiando ideas, opiniones, conocimientos y experiencia. Medir la capacidad de integración nos permite conocer un aspecto importante de la competencia comunicativa del individuo y que, si tuviese un área de oportunidad, el mejorarla puede significar un cambio importante en las formas de trabajo, en la velocidad de aprendizaje y la cantidad de conocimientos adquiridos a través del intercambio de información con el equipo. Los seres humanos somos más productivos al trabajar en colaboración.

Formar un equipo de trabajo: En este concepto hacemos referencia a las capacidades de liderazgo de un individuo siendo el agente integrador de la fuerza creativa y de trabajo con un fin común. Organizar y gestionar a un grupo de individuos presenta un reto aún más complejo que la participación simple del equipo por lo que este concepto nos sirve como un filtro importante para ir seleccionando a las personas que han cumplido con el mayor dominio de las competencias en comunicación hasta ahora.

Hacer nuevas amistades: La apertura de una plática en el ámbito informal es un indicador importante para saber si una de las limitantes del discurso implica la incertidumbre sobre el grado de conocimiento de un tema ante un público crítico. No así cuando nuestro interlocutor se dirige a un público relajado y abierto para iniciar un intercambio de información menos demandante en cuanto al dominio de la información a discutir. Implica por otra parte en la mayor parte de los casos la apertura de la personalidad, ideología, preferencias y gustos de nuestro actor.

Confrontar personas directamente: El conflicto es un elemento recurrente entre los individuos que conviven frecuentemente, siendo común la insatisfacción de una de las partes con el actuar de la otra, sin embargo, es igual de común que las personas no externen su opinión o sean directos al responder o indagar el trasfondo del

malestar por lo que en este punto evaluaremos esa capacidad y que de usarla positivamente puede evitar llegar al conflicto.

Hacer valer deseos y necesidades: Similar al punto anterior tiene que ver con el externar una opinión, con la diferencia de que aquí se defiende además una necesidad o un deseo que puede brindar bienestar inmediato o a largo plazo y que en la mayor parte de los casos elimina el sentimiento de arrepentimiento al inhibir la expresión de las necesidades y su sentir.

Resolver Problemas: Cuando ya se ha presentado el conflicto resolverlo es igual de importante que prevenirlo, sin embargo, hay ocasiones en que la prevención no es suficiente y hay que llegar a un punto de negociación en donde se hará uso de muchos elementos de argumentación y defensa de la ideología personal imponiendo lo que beneficie a la mayoría, en su defecto lo que a la vista sea lo correcto y deba conducir a una solución satisfactoria.

PERCEPCIÓN DEL MERCADO LABORAL: Estas preguntas buscan conocer entre los alumnos la percepción que tienen acerca de la importancia de contar con estas habilidades dentro de un puesto de trabajo y tienen una relación directa con ciertas preguntas de las secciones anteriores con lo que al finalizar el cuestionario también tendremos una idea clara de cuán listos se sienten para insertarse en el mercado laboral según la percepción de su preparación contra la percepción de las necesidades que consideran tienen las empresas, de tal forma que podamos entender cómo es que ellos ya sea que tengan experiencia laboral o no perciben el mundo del trabajo dentro de una empresa como parte indispensable dentro de un equipo cuya participación representará su desarrollo profesional.

Hablar en público: Al inicio buscamos conocer los conceptos de facilidad de palabra y hablar en público, por lo que en este punto el encuestado nos revelará que tan importante considera que es contar con las habilidades o competencias relacionadas con hablar en público dentro del mercado laboral.

Relacionarse con un equipo de trabajo: La mayoría de las personas sobreentienden el concepto de trabajo en equipo, sin embargo, aquí veremos la relevancia de saber

relacionarse como integrante de un equipo previamente configurado, sabremos qué tan importante considera el encuestado el integrarse y participar al unirse a un proyecto.

Escribir de forma adecuada y correcta: En este punto queremos conocer la percepción del alumno acerca de la relevancia que tiene el saber escribir adecuadamente en el ámbito profesional y concientizarlo de forma que genere un interés de mejora.

Exponer de forma efectiva: Se relaciona con varias de las habilidades antes preguntadas y queremos saber si el alumno considera que es una habilidad importante, relevante o necesaria dentro de un centro de trabajo.

Elaborar reportes escritos: La final de preguntar cosas que en apariencia se sobreentienden de cualquier trabajo dentro de una empresa, esta investigación busca como efecto secundario el hacer conciencia entre los estudiantes y futuros colaboradores dentro de las organizaciones que hay actividades muy simples para las que deben estar preparados y en este punto queremos conocer su percepción.

Mediar y solucionar conflictos: Los conflictos como parte de la interacción diaria entre individuos con tareas específicas y colaboración para un proyecto requieren de cierta habilidad para ser solucionados y en esta pregunta queremos saber el nivel de importancia que le asignan los encuestados a dicha habilidad.

Integrar o participar en equipos de trabajo: En este punto queremos conocer la importancia elegida para ser el líder o el conformador de un equipo de trabajo por parte de los alumnos encuestados como parte de la investigación y con lo que nos daremos cuenta de la forma en la que perciben esta habilidad relacionada con el liderazgo y la responsabilidad que conlleva, además de los elementos de comunicación que se requieren para poder llevar a cabo la integración de un equipo de trabajo efectivo.

PERCEPCIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA UAMI: Existen habilidades innatas o preexistentes en los alumnos previo a su ingreso a la universidad y esta sección

busca conocer el nivel de mejora o la percepción de incremento en el dominio de habilidades generales de comunicación gracias a la formación y a la preparación adquirida durante su paso por las aulas de estudio de la Universidad Autónoma Metropolitana unidad Iztapalapa donde se hizo el recabo de dicha encuesta. Consideramos este punto como fundamental considerando que uno de los alcances esperados en esta investigación es aportar a la mejora de los planes estudio y de la preparación de los alumnos en competencias específicas (resultantes de la investigación) para una mejora en las oportunidades de inserción al campo laboral, desde puestos de trabajo dentro de las empresas hasta aquellos alumnos que formarán parte de una nueva generación de emprendedores y que gracias a estas habilidades desarrolladas correctamente harán frente a la competencia y representarán una opción verdaderamente interesante al comunicar sus conocimientos de forma correcta y adecuada.

Habilidades Orales: Conoceremos en este punto la percepción de mejora en las habilidades específicas antes mencionadas (Facilidad de palabra, argumentación, dicción, exposiciones con diapositivas, hablar ante público y volumen en la voz) como parte de la didáctica empleada por los distintos profesores de las diferentes carreras que oferta la UAMI.

Habilidades escritas: Igual que en el punto anterior vamos a conocer el nivel de percepción de las habilidades específicas que ya vimos, (Ortografía, caligrafía, redacción, síntesis y fluidez al escribir) con la diferencia de que en este nos enfocamos en la escritura y la mejora obtenida al culminar con los estudios universitarios.

Habilidades sociales: Todos tenemos ciertas habilidades propias de la condición humana como entes sociales, sin embargo, aquí mediremos la visión personal de mejora a través de los trimestres cursados en las aulas de la universidad de las habilidades o competencias antes vistas dentro del rubro social (Integrarse en un equipo de trabajo, formar un equipo de trabajo, hacer nuevas amistades, confrontar personas directamente, hacer valer deseos y necesidades y resolver problemas)

SECCIÓN FINAL: Dejamos un apartado final de preguntas dirigidas a conocer la opinión de los alumnos en temas relacionados a la universidad y el nivel de preparación que aporta específicamente en los temas que hemos tratado durante toda la investigación y la oportunidad que creen tener ante los retos de entrar a trabajar. Buscamos también despertar su interés por la preparación y concientizar al encuestado en la necesidad de mejorar sus habilidades por lo que preguntamos cuáles serían las principales que les gustaría mejorar.

Finalmente, se les cuestiona acerca de la importancia de que la universidad dentro de su oferta académica se preocupe de mejorar de forma integral estas competencias facilitando que los futuros licenciados puedan acceder a un nuevo panorama de oportunidades

El cuestionario se podrá encontrar anexo al final de este documento.

ENTREVISTA

Con la finalidad de poder comprender mejor el entorno laboral actual y sus necesidades, hemos recurrido como lo mencionamos antes, con una de las head hunters de Page Personnel, empresa de transnacional dedicada al reclutamiento y administración de capital humano de diferentes niveles, sin embargo, al ser la especialidad de la empresa los mandos medios y directivos, sus necesidades de reclutamiento exigen contar con candidatos altamente capacitados, experimentados y con competencias mas allá de las operativas. A continuación, tenemos un resumen de la entrevista que nos permitirá conocer el enfoque del reclutador.

A- Señorita Diana buenos días, le agradezco que me haya concedido este tiempo

D- Muy buenos días, un placer poder participar y dar a conocer un poco de la labor que realizamos en Page Personnel

A- Para comenzar me gustaría preguntarle, ¿Cuál es su posición en la empresa y cuáles son sus funciones principales?

D- Soy reclutadora Jr. y principalmente me encargo de la atracción de talento para ocupar posiciones en mandos medios y directivos ofreciéndoles planes de carrera, esto quiere decir que, al entrar con nosotros, el candidato tendrá siempre opciones de crecimiento dentro de la misma empresa o en otras para las que estemos haciendo trabajo de reclutamiento

A- ¿Cómo podríamos entender mejor lo que es un mando medio o directivo?

D- Un mando medio generalmente es una posición gerencial, ya sea gerencias de departamento o generales, según las capacidades del candidato; un nivel directivo generalmente es ocupado por personas con mucha experiencia dentro del sector, una gran preparación y una serie de habilidades que le permitan estar al frente de una organización con mucho personal a cargo

A- ¿Aproximadamente en que rango se encuentran los salarios de estos niveles?

D- Varían mucho según el tamaño de la empresa y las responsabilidades del ejecutivo, podemos decir que un mando medio oscila entre los \$30,000 y los \$70,000 mensuales mas prestaciones generalmente muy superiores a las de la ley que incluyen seguros de vida, gastos médicos, tarjetas de crédito ejecutivas para gastos, etc. Hablando de un directivo puede oscilar entre \$70,000 en una empresa mediana y elevarse por encima de los \$400,000 en grandes empresas, sin mencionar a los presidentes de las grandes corporaciones que están muy por encima de estos rangos, pero no son tan comunes

A- ¿Cuáles son los aspectos del candidato que mas influyen para poder ocupar un cargo gerencial o directivo?

D- Muchas de las veces buscamos a personas que ya hayan ocupado o estén ocupando una posición similar en otra empresa y le presentamos una oferta que le pueda interesar, cuando los candidatos llegan a nosotros, la primer parte es el currículum que si bien actualmente no lo es todo, sigue siendo la primer impresión que tenemos del interesado. En segunda instancia procedemos a entrevistar a la persona y de esa forma poder detectar muchas de las capacidades o competencias vertidas en el currículum, con esto perfilamos al candidato conforme a las exigencias del puesto vacante. Es muy importante que la persona sepa desenvolverse y expresarse claramente, que tenga capacidad de liderazgo, un alto nivel de adaptación a diferentes entornos, que denote aspectos importantes de inteligencia emocional y manejo de conflictos es lo principal pues son posiciones que requieren hacer negociaciones y tratar con muchas personas.

A- Hablando específicamente de las competencias que los candidatos deben de tener en comunicación, ¿Qué tan viable es considerar para una contratación a una persona muy preparada en su área, pero con alguna deficiencia en cuanto a sus competencias en comunicación?

D- Es muy difícil que podamos considerar a alguien así por lo que te platicaba, una persona que no sabe comunicarse o que tiene alguna limitación representa en muchos casos un problema para los intereses de las negociaciones que llevan a cabo las empresas y que requieren en muchos casos poder persuadir a través de los directivos para obtener grandes cuentas, atraer negocios o solucionar polémicas que pudiesen presentarse a lo largo del tiempo y es la principal razón por la cual nos enfocamos tanto en la comunicación del interesado al ofrecerle un plan de carrera a largo plazo.

A- Por último, me gustaría saber ¿qué recomendación le podría dar a los alumnos que están próximos a graduarse y que buscarán insertarse en el mercado laboral?

D- Pues independientemente de la preparación que puedan adquirir en la universidad, es importante que se preparen por fuera y se concentren en desarrollar habilidades que les permitan ser mas competitivos, los idiomas son muy importantes en ese sentido, la comunicación, el poder hablar en público y ya que la mayoría de los trabajos actualmente se enfocan en reportes de resultados sería importante que sepan hacer presentaciones adecuadas para presentar ante los directivos. Una persona que domina una comunicación efectiva y asertiva siempre es considerada primero para las posiciones ascendentes y comúnmente son a los que vemos tener una mayor cantidad de éxitos durante su carrera profesional.

Y me gustaría también agregar que una herramienta que puede ayudar a este fin es que prueben las ventas alguna vez en la vida, mucha gente no considera hacer trabajo como vendedor pero perdemos de perspectiva que todos estamos vendiendo algo todo el tiempo y que la forma en la que nos presentamos y expresamos es el modo en el que nos estamos vendiendo ante los demás ya sea para un puesto de trabajo o para nuestras relaciones personales y profesionales. Las ventas tienen la capacidad de enseñarnos a comunicar ideas ordenadas y claras de forma que ayudemos a otra persona a ver nuestro punto de vista.

A- Licenciada Diana, le agradezco profundamente que me haya recibido y que haya compartido conmigo esta información que seguramente será relevante para quien lea esta investigación. Buenas tardes.

Ciudad de México a 17 de septiembre de 2018 15:42 hrs.

En esta parte de la investigación se presentan los resultados de la encuesta levantada y al mismo tiempo iremos haciendo un análisis que nos deje ver la perspectiva que tienen los alumnos sobre los que se levantaron dichos resultados acerca de las habilidades con las que ya cuentas y su percepción sobre las habilidades que requiere el campo laboral, (hecho de esta forma para tratar de concientizarlos en las posibles deficiencias que hayan detectado y generar el interés en el cambio, la mejora y la superación.

Los resultados de las encuestas han sido vertidos conforme a la elaboración del cuestionario y se expresan dentro de los cuadros siguientes, los números representan la cantidad de alumnos que han elegido esa opción como su respuesta final.

PERCEPCIÓN DE HABILIDADES ORALES					
	1	2	3	4	5
Facilidad de palabra	0	2	10	15	8
Argumentación	0	2	15	11	7
Dicción (claridad al hablar)	1	1	12	15	6
Exposiciones con diapositivas	0	2	10	13	10
Hablar ante público (discurso)	2	5	5	12	11
Volumen en la voz	0	2	9	14	10

PERCEPCIÓN DE HABILIDADES ESCRITAS					
	1	2	3	4	5
Ortografía	1	1	9	12	12
Caligrafía	1	4	12	11	7
Redacción	0	2	12	14	7
Síntesis	0	2	13	17	3
Fluidez	0	1	9	16	9

HABILIDADES SOCIALES					
	1	2	3	4	5
Integrarse en un equipo de trabajo	1	3	7	12	12
Formar un equipo de trabajo	1	2	7	14	11
Hacer nuevas amistades	1	5	5	10	14
Confrontar personas directamente					
Hacer valer tus deseos y necesidades	1	1	6	12	15
Resolver problemas	0	3	2	17	13

PERCEPCIÓN DEL MERCADO LABORAL					
	1	2	3	4	5
Hablar en público	0	1	5	9	20

Relacionarse con un equipo de trabajo	0	0	2	11	22
Escribir de manera adecuada y correcta	0	1	3	7	24
Exponer de forma efectiva	0	1	2	13	19
Elaborar reportes escritos	0	0	6	10	19
Mediar y solucionar conflictos	0	0	4	8	23
Integrar o participar en equipos de trabajo	0	1	1	12	21

Marque con una X el nivel que mejor describa su mejora desde el ingreso a la universidad
(1 muy deficiente, 5 excelente)

PERCEPCIÓN DE APRENDIZAJE EN LA UAMI					
	1	2	3	4	5
Habilidades orales	1	4	9	13	8
Habilidades escritas	2	2	11	11	9
Habilidades sociales	1	1	10	13	10

¿Considera que otras universidades preparan mejor a sus estudiantes para el mercado laboral?
SI 22 NO 13

¿Considera que estas habilidades son claves en esta preparación?
SI 34 NO 1

Marque las opciones que le gustaría mejorar

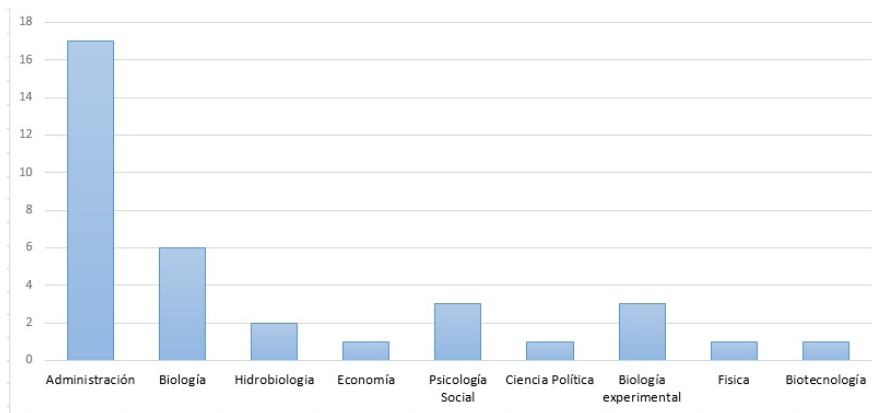
- 20 Discurso
- 17 Ortografía y redacción
- 22 Debate y argumentación
- 13 Expresión oral
- 12 Dicción y modulación de la voz
- 15 Presentaciones efectivas
- 15 Dinámicas de trabajo en equipo

¿Considera importante que la UAM incorpore esta preparación en sus planes de estudio? ¿Por qué?

GRÁFICAS

Aquí en esta gráfica, Podemos observar que hubo una mayor participación En la encuesta de parte de los alumnos de administración seguido por los de la carrera de biología, Aún

cuando la invitación para poder responder esta encuesta se hizo dentro de una página de Facebook de la universidad en donde se encuentran alumnos de todas las carreras.



Los resultados arrojados acerca de la percepción que tienen los alumnos de su facilidad de palabra nos indica que en su mayoría considera que su capacidad es buena o regular.



El siguiente punto nos habla de la argumentación, Y podemos ver que ahora se mueve un poco la estadística hacia los regular quitándole peso al nivel intermedio lo que nos habla claramente de que es mucho más fácil para algunos alumnos iniciar una conversación, aunque argumentar no sea la parte más fuerte de esta capacidad.



A la hora de pronunciar adecuadamente cada letra adentro una palabra qué es lo que consideramos una buena dicción, encontramos que los resultados otra vez se acentúan de lo intermedio que sería regular a lo bueno con unos cuantos casos que nos hablan de una dicción excelente.



En esta parte podemos ver como las exposiciones con diapositivas en donde el alumno se tiene que presentar hablándole a un público mientras se apoya con material audiovisual, aunque del intermedio hacia excelente está toda la concentración de respuestas, podemos ver que el 37% no considera llegar a la excelencia en éste punto.



Conforme avanzamos hacia la parte del discurso y hablar en público vemos que la capacidad que considera tener cada alumno va disminuyendo.



En la parte del volumen de la voz vemos que si bien el 28.6% considera tener un buen dominio del volumen de la voz, también hay un importante 25.7% que apenas considera llegar a la media de esta habilidad.



Según nuestra encuesta en esta parte nos enfocamos en la percepción de las habilidades escritas de los alumnos.

En la percepción de la ortografía vemos un muy buen resultado en donde el 68.6% se encuentra la parte más alta de la tabla con una buena ortografía Y sólo una cuarta parte de los encuestados considera estar regular en este punto



Hablando de caligrafía podemos ver que el 65% aunque se considera bueno no llega la excelencia Y tan sólo un 20% considérate una caligrafía excelente.



La redacción podemos ver que tiene un promedio de 3.7 lo cual nos habla de que también a Tendencia central se encuentra en un buen manejo de redacción.



Hablando de la tendencia central, en cuanto la síntesis podemos ver los resultados cambian y aunque los alumnos consideran que este es un factor importante, vemos que esta tendencia se centra otra vez en lo bueno pero sin llegar a la excelencia.



La mayoría de los alumnos consideraron tener una buena fluidez al escribir.



En esta parte vamos a ver la percepción de las habilidades sociales de los alumnos entrevistados Y para comenzar podemos ver que según la percepción individual hay una

buena respuesta en cuanto a la integración del equipo de trabajo cuando éste ya está formado previamente.



Sin embargo al formar un equipo de trabajo podemos ver que nos da un mayor porcentaje en la respuesta hacia la excelencia. Podemos entender que muchos de los alumnos se sienten más cómodos integrándose a un equipo ya formado que formándolo ellos mismos.



Las habilidades sociales son importantes, podemos observar que el hacer amistades nuevas no es un gran problema para los alumnos de la UAMI, aún así podemos ver que en algunas personas aún existe esa limitante.



Hacer valer los deseos las necesidades es un factor importante en cualquier relación humana Y podemos ver que no en todos los casos encontramos esta habilidad.



Dentro de liderazgo resolver problemas es una de las habilidades principales y podemos ver que no todos los alumnos presiben tenerlas.



En esta sección de la entrevista preguntamos acerca de la percepción que tienen los alumnos de las necesidades del mercado laboral y nos encontramos una respuesta muy clara acerca del factor de hablar en público en donde el 57.1% de los alumnos entrevistados considera muy importante esta habilidad.



También vemos que relacionarse con un equipo de trabajo se sabe una cualidad fundamental con una respuesta altísima en cuanto a la necesidad de contar con ella.



Escribir de manera adecuada y correcta tiene casi el mismo peso que relacionarse con un equipo de trabajo según los alumnos de la universidad.



Exponer de forma efectiva también es una de las habilidades consideradas de mayor relevancia según los alumnos.



En casi todos los trabajos actualmente sabemos que es importante la medición de resultados y se puede ver expresado en los resultados esta pregunta en donde elaborar reportes escritos alcanzó una media de 4.4/5.



La mediación y solución de conflictos alcanzó 4.5/5 como medida estándar en la percepción de los alumnos según la necesidad en el mercado laboral.



El 94.3% de los alumnos saben que es fundamental integrar o participar equipos de trabajo en el ámbito profesional.



En este punto del encuesta nos propusimos saber acerca de la percepción de los alumnos de su aprendizaje en la universidad Y su mejora en cuanto a las habilidades orales, escritas y sociales.

Es importante notar que aunque muchos de ellos han mejorado, y su percepción es buena, no alcanzamos más que una medida estándar de 3.7 de los cinco puntos a alcanzar.



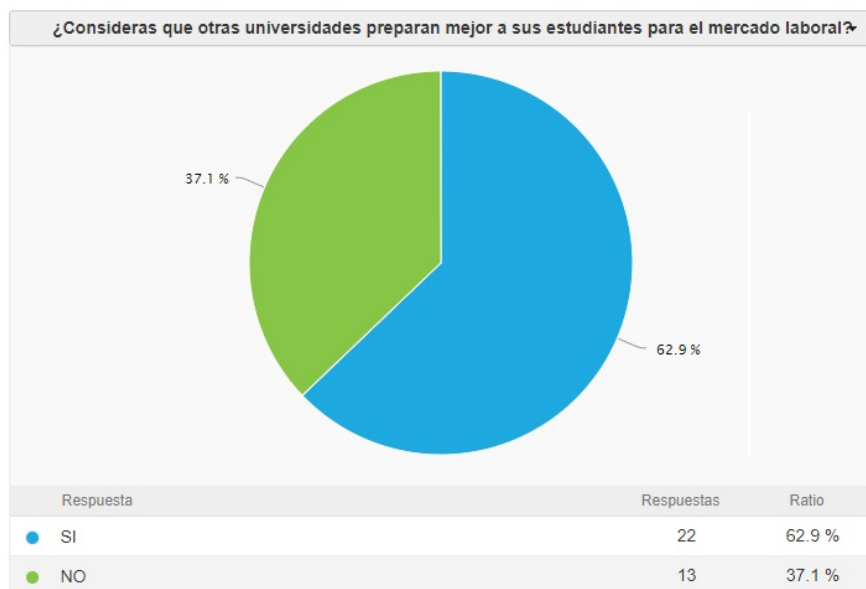
Es el mismo caso en cuanto a las habilidades escritas.



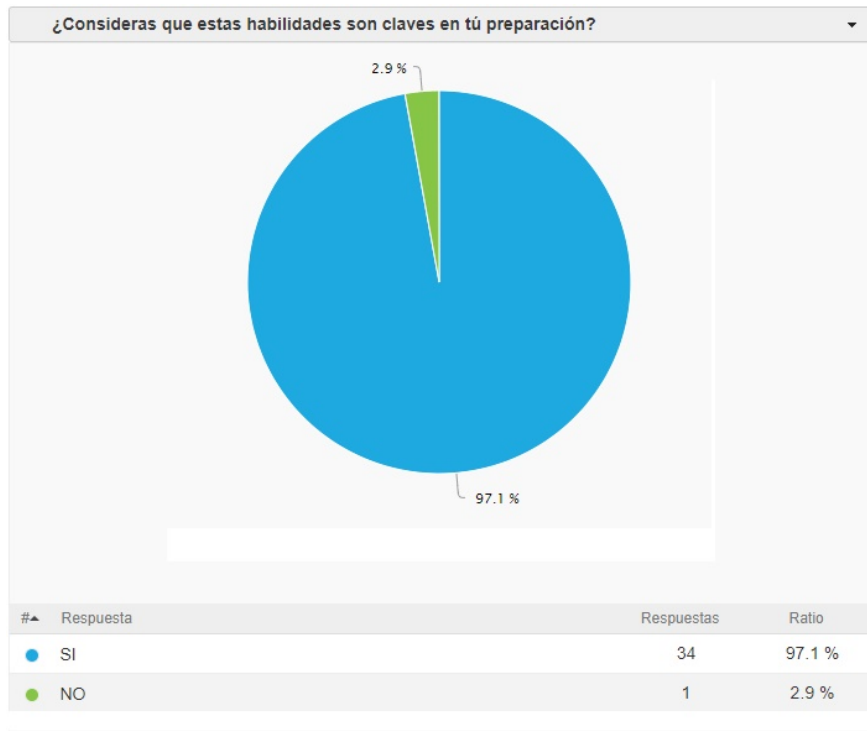
Sin embargo, podemos ver una mejora en el avance de las habilidades sociales.



Cuando les preguntamos si ellos consideran que otras universidades prepara mejor a sus estudiantes para el mercado laboral vemos que el 62% considera que así es.

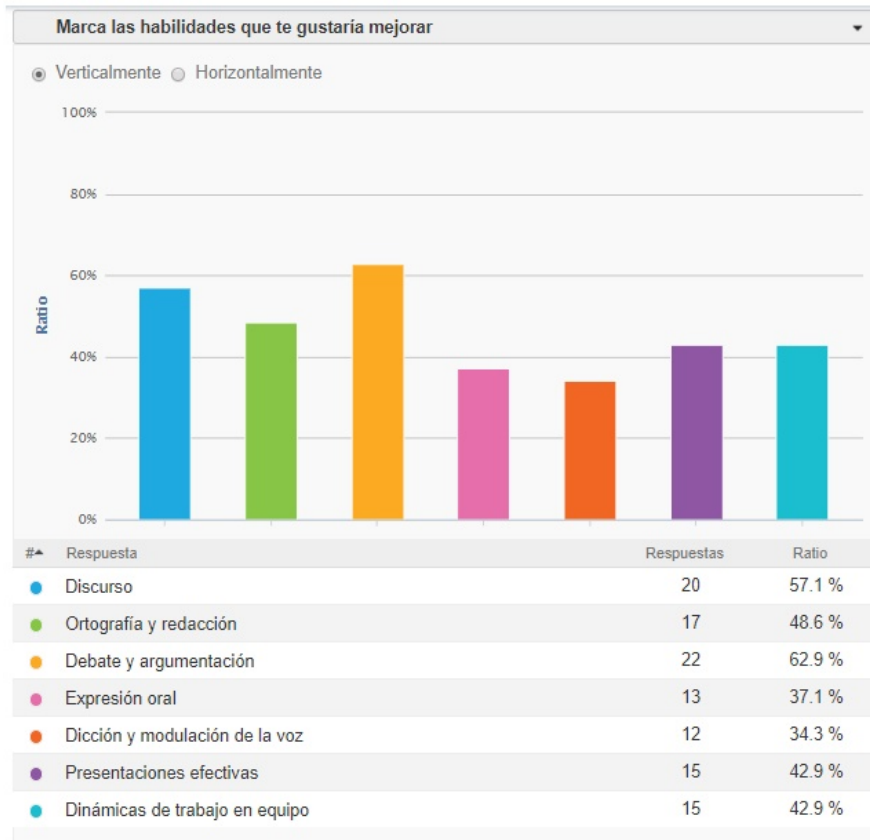


Y como el resultado mas relevante de esta investigación tenemos que el 97.1 por ciento considera estas habilidades Como claves en la preparación.



Yendo un poco más allá, también quisimos saber cuáles son los puntos que más les gustaría mejorar y nos encontramos con que el discurso, la ortografía y la redacción, seguidos por la argumentación y el debate, son los puntos más importantes para los alumnos.

Por esta razón creemos que sería muy importante que la universidad considerara estos resultados como una propuesta de valor hacia los planes de estudio en un futuro.



Por último, presentamos los comentarios de los alumnos entrevistados acerca de si consideran importante que la UAM incorpore esta preparación en sus planes de estudio y por qué.

Si por que es importante	Si, porque de está manera tenemos una mejor preparación, lo que nos hace sentirnos más seguros al momento de enfrentarnos al mundo laboral, da una buena impresión tanto para nosotros como de la Universidad.	Si, porque ayudan a desarrollar dichas habilidades para un mejor desempeño en el campo laboral, lo cual brinda una imagen de seguridad y autoconfianza	.
Si si	Si, por que en la actualidad el trabajo el equipo es de suma importancia además de establecer Ordes y deseos de forma clara para los demás	La mayoría de los compañeros, incluso yo, tenemos un poco o demasiado de temor al expresarnos en público , provocando que ni si quiera hablar en clase o participar. Y en ortografía repasar un poco, por que no todos tenemos esa habilidad o por lo menos te confundes con todas las reglas de ortografía	Considero que es importante hacer hincapié en el desarrollo de habilidades en los estudiantes, para poder insertarnos en el campo laboral
Porque como estudiantes es necesario desarrollar habilidades sociales, intelectuales, entre otras, para poder incorporarnos efectivamente al campo laboral	Son buenas herramientas para tener más ventaja en el mercado laboral	Si (2x)	No solo el conocimiento es fundamental para el mercado laboral sino la manera en la que se desenvuelve dentro de las áreas del trabajo.
Nos prepararía mejor para la hora de iniciar la vida laboral contar con esas	Si, ya que muchas veces solo con saber como expresarte se te abren muchas oportunidades laborales.	Para ayudar a mejorar ciertas habilidades entre los estudiantes y permitirles desenvolverse mejor en el mercado laboral	Para algunas áreas de concentración o bloques si, en el caso de la lic. en administració en el bloque de marketing
Si, porque de esta manera tendremos más apoyo para cuando salgamos al campo laboral y no estemos tan perdidos en ese sentido.	Si, los profesores no intervienen cuando alguien no expone de manera efectiva y tampoco revisan los trabajos escritos a detalle para poder evaluar redacción, ortografía, entre otras características.	en otras universidades incluyen materias que ayudan a sus alumnos a estar mejor preparados para el campo laboral. Sus clases pueden ser obligatorias o como optativas, incluso cursos con descuento a estudiantes y económicos	SI, PORQUE ES PARTE DEL DESARROLLO QUE NOS PERMITE SER PROFESIONALES EN NUESTRAS RESPECTIVAS ÁREAS
Porque en la realidad laboral el contacto con los demás y el trabajo en equipo es inevitable casi en todo momento	nos ayudaría a perder un poco el miedo y así podríamos superar esas dificultades	Si, por qué la mayoría salimos sin tener buena ortografía y redacción	Porque ayudaría en tener un mejor desempeño laboral y poder crecer dentro de una empresa.
Su	En el medio científico, es de vital importancia saber explicar, exponer y expresar lo que haces, como lo haces y tus resultados, ya sea como catedrático o como ponente	Porqué estas habilidades nos ayudan a tener una mejor imagen a la hora de incorporarnos en el campo laboral	Como cursos optativos e inter trimestrales. No considero que sean prioritarios para la vñcarga académica, si para la vida profesional, pero cada quien debe tomar la decisión de adquirir estas habilidades. La universidad seria de gran ayuda si nos brinda oportunidad de tomar cursos.
Si porque en el mundo laboral no te preguntan ni te compadecen y eres más efectivo si tienes la habilidad de comunicarte, darte a entender y solucionar los problemas que se presenten, independientemente de tu campo.	Porque es fundamental que cualquier profesionistas tenga la facilidad de hablar en público para transmitir sus conocimientos	Si, para ayudar a los alumnos a integrarse en situaciones nuevas	Creó necesario aprender a debatir , a buscar argumentos y defender nuestro discurso
No, estás habilidades son aprendidas en educación básica, en un nivel superior sólo se consolidan de forma más profesional, muchos profesores de la UAM exigen estas habilidades al evaluar trabajos con eso ya se pone en práctica, dudo que sea necesario asignar esta asignaturas obligatoriamente, pero de forma optativa sería buena opción, para los que sepan que fallan en estos aspectos			Es valioso en el campo laboral contar con estas herramientas. Sugiero que se impartan más temas del campo laboral

Agradecimiento especial por su participación en la encuesta a los alumnos:

Castillo Ruiz Stephanie Maddeline	Karen
Lizbeth García Ramírez	Fernanda Carreño
Erika Chantal Baez Ortiz	Elizabeth Aguilar
Ana	Manuel Alberto Ayala Ramos
Ana Karen Gómez González	Dalia Segura Venegas
Quetzalli Garcia	Jimena Ortiz Gutiérrez Zamora
Isis Casas	Guadalupe Elizabeth Gracia Viniegra
Karla Patricia González Cervantes	Miguel ivan herrera ruiz
Cinthia Mendoza Aguilar	Esly
Nohemí Quintero Alcántara	Ruben
Jonathan Díaz Rebollo	Gilberto Tonatiuh Gallardo Martínez
Alma Figueroa	Jonatan Giovanni Solorio Vázquez
Jazmín	Karen Adriana Barrera Román
Gavan Martínez M	Rafael Toledo
Sofia	Darío Gomez Linton
Hernández Bautista Brenda	Sara Edith Gris Rodriguez
Arantxa MS	César Ortiz

3 DISCUSIÓN

Haciendo un análisis de la relación entre la entrevista, (considerando que esa es la postura general de las empresas de reclutamiento y por lo tanto, tomando ese punto como referencia del mercado laboral en general, en un contexto de información vigente, veraz y de primera mano) y por otro lado, considerando las respuestas de los alumnos entrevistados, teniendo en cuenta que esta percepción individual sobre la necesidad del dominio de ciertas habilidades en comunicación, nos da la referencia acerca del deseo de los alumnos en cuanto a la preparación, la mejora continua y el dominio de estas habilidades para poder insertarse en un mercado laboral competitivo, en el cual tendrán mayores oportunidades de desarrollo y crecimiento gracias al dominio de estas competencias.

Durante la entrevista, en la primer parte conocimos la percepción que tienen los alumnos del dominio de sus capacidades de comunicación y podemos notar como muchos de ellos, principalmente los que pertenecen a carreras como biología experimental, biología, hidrobiología y carreras ajenas a la división de ciencias sociales y humanidades tienen una percepción muy diferente de aquellos que se encuentran en las carreras de administración, psicología social y otras carreras de la división de CSH, denotando cierta inseguridad sobre aquellos alumnos que no han desarrollado en su totalidad estas capacidades, para esto separamos los resultados por carrera y por división, donde podemos ver claramente que los alumnos no tienen una buena percepción acerca del dominio en la totalidad de las habilidades comunicativas con mayor incidencia en las divisiones de CBI y CBS.

Sin embargo, cuando les preguntamos acerca de lo que ellos creen que necesitan las empresas en cuanto a estas habilidades para la contratación y el ascenso dentro de la compañía, nos encontramos con que la percepción está enfocada en que las empresas tienen esta necesidad de contratar personal altamente capacitado y preparado aun cuando ellos se consideran poco competentes en las mismas habilidades.

Por otra parte cuando les preguntamos acerca de la mejora que han tenido los entrevistados desde su ingreso a la universidad, vemos que aunque si se ha mejorado en ciertas habilidades y que han desarrollado capacidades con las que antes no contaban, no consideran que sea suficiente para competir en el mercado laboral actual, además de que son conscientes y están claros de cuáles son estos puntos específicos sobre los cuales hicimos la entrevista y que ellos están deseosos de mejorar, de poder aprender y dominar técnicas que les ayuden y le sirvan en un mercado competitivo para dominar relaciones personales y expresar mejor las ideas.

En un punto adicional y como un comentario agregado acerca nuestra experiencia durante levantamiento de las encuestas, nos topamos con un alumno que nos hizo hincapié acerca de la disfunción de la investigación y la cultura, haciendo referencia a la escasez en la divulgación por la dificultad de comunicación que tienen muchos investigadores y la limitante de poder transmitir ideas claras, precisas y consistentes ante los medios, aún siendo los expertos sobre el tema del cual se quiera hacer divulgación. Con este comentario también pudimos entender y podemos ahora probar que la comunicación es relevante en cualquiera de las disciplinas que se pueda pensar, puesto que, como lo dijimos al principio durante la introducción, la comunicación es la base fundamental de una sociedad y de la interacción entre los seres humanos, sin importar la habilidad que se tenga para otras actividades se vuelve fundamental la comunicación, al hablar de la interacción social en el trabajo,

en la vida personal y familiar vemos una mejora sustancial de la relación gracias a una comunicación efectiva.

En resumen, la entrevista nos deja ver que los alumnos saben que no poseen las habilidades o el dominio total de ellas y que a pesar de la mejora que han tenido de estas habilidades a lo largo de su trayectoria universitaria, no es suficiente conforme a la percepción que tienen ellos del mercado laboral, lo que crea cierta inseguridad que podría ser subsanada con su deseo expresado en la encuesta de mejorar puntos específicos que componen la competencia comunicativa, siendo el discurso la primer necesidad según las estadísticas de nuestra encuesta levantada, seguido por la habilidad de la ortografía y redacción y en tercer lugar por el debate y la argumentación, mostrándonos que la hablar en público y el expresarse de forma escrita son dos de los puntos considerados más importantes por los alumnos para poder comunicarse efectivamente en el ámbito profesional.

En la segunda parte de esta investigación presentamos la entrevista con una experta en el tema de reclutamiento y selección para mandos medios y directivos dentro de page personnel, con ello confirmamos la importancia que le da el mercado laboral a la habilidad de los candidatos de poder comunicarse con el mundo, además de que nos platicaron un poco acerca de cómo funciona su plan de carrera, también nos dejan el mensaje claro y específico de la importancia que tiene la preparación y el dominio de habilidades específicas tales como la de comunicación, que para fines específicos de esta investigación resulta información completamente relevante y le da fuerza y sentido a las preguntas de investigación que habíamos planteado en un inicio.

Considerando estos dos puntos y creando una relación entre ellos, podemos ver que es muy importante para la educación y la formación de futuros profesionistas, incluir el desarrollo de las habilidades y los conocimientos acerca de estas técnicas en la comunicación, haciendo especial énfasis, primero en la parte oral, dándole al alumno la capacidad de transmitir a través de la voz con palabras precisas, en un tono adecuado y con el volumen preciso, en la parte escrita con una buena redacción y una ortografía impecable, y en la parte social, siendo capaz de tomar los roles de líder al configurar equipos de trabajo o bien, siendo un elemento multiplicador al participar dentro de ellos, creando así, una propuesta de valor y dándole ese valor agregado al equipo para poder compartir conocimientos y hacer un trabajo efectivo, mejorando notablemente los resultados colectivos gracias a este intercambio intelectual, hecho posible gracias a la precisión y claridad en la transmisión de las ideas, dándole sentido a los conocimientos adquiridos no

solamente durante la etapa universitaria, si no el cúmulo de experiencias de vida y aprendizaje que resultará nutritivo para cualquier proyecto futuro.

Como mencionamos al principio de esta investigación una de las partes fundamentales, era el poder hacer una propuesta con esta investigación. La idea de investigar sobre este tema es poder hacer algún aporte al proceso educativo de la universidad Y encontramos que si la universidad pudiera considerar la posibilidad de integrar dentro de sus planes de estudio el desarrollo de las competencias comunicativas existiría por parte de los alumnos un sentimiento de mejor preparación, además de poder darles herramientas útiles para la inserción laboral.

Concluyendo, Podemos decir también qué el desarrollo de los conocimientos y las habilidades Que generan competencias darán a los alumnos de próximas generaciones una mayor cantidad de oportunidades ante un mundo altamente competitivo y globalizado donde las formas de trabajo han cambiado Y por lo tanto consideramos que la educación también deberá hacerlo.

Bibliografía

- Berlo, D. K. (1960). *El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica*. Illinois : El ateneo.
- Instituto Valenciano de investigaciones económicas. (Octubre de 2001). *Ciberoteca*. Obtenido de <http://www.ciberoteca.com/ediciones/pdf/cuaderno13.pdf>
- Jonnaert, P. (2006). *Revisión de la competencia como organizadora de los programas de formación: Hacia un desempeño competente*. Montreal: Observatorio de reformas educativas.
- López Herrerías, J. Á. (2014). *Enseñar y aprender competencias*. Málaga: Ediciones Aljibe.
- Mejía, W. B. (2007). *El enfoque de competencias: elementos clave*. Bogotá: Norma Educación.
- Perrenoud, P. (2011). *Construir competencias desde la escuela*. México: J.C. Sáenz editor, tr del francés por Marcela Lorca.
- Rojas, V. M. (2007). *fundamentos de semiótica y lingüística*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Rojas, V. M. (2011). *Competencias en la comunicación hacia las prácticas del discurso*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Secretaría de Educación Pública. (2017). *Plan de estudios 2017*. Ciudad de México: Educación básica.
- Spencer, L. M. (1993). *Competence at Work: Models for Superior Performance*. New York: Wiley & Sons.
- Tobar, L. E. (2005). Las competencias, una visión comportamental de las empresas. *Udenar*, Consultado en: <http://www.udenar.edu.co/viceacademica> 2018.
- Tovar, E. G. (2010). *Competencias gerenciales*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Universidad Iberoamericana de República Dominicana. (2012). *UNIBE*. Obtenido de http://www.unibe.edu.do/sites/default/files/informe_unibe_proflex.pdf

Agregar a bibliografía:

(**Anscombre** Jean-Claude) (OSWALD **DUCROT**) Anscombre, J. C. y Ducrot, O. (1983). *La argumentación en la lengua*. Madrid: Gredos, 1994.

Escandell Vidal, M.^a V. (1993). «Anscombe y Ducrot y la teoría de la argumentación». En Escandell, M.^a V. *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Anthropos, pp. 108-128.

(Plantin, Christian) Plantin, Ch. (1996). *La argumentación*, Barcelona: Ariel Practicum, 1998.

Perelman, Ch. y Olbrechts-Tyteca, L. (1958). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Gredos, 5.^a ed., 1989.