

ESTUDIO COMPARATIVO DE LAS EXPERIENCIAS DE ESTUDIANTES DE UT EN LOS PROGRAMAS DE ESTANCIAS, ESTADÍAS Y VISITAS A EMPRESAS EN TABASCO

JESÚS NICOLÁS GRACIDA GALÁN / BLANCA LILIA RAMOS GONZÁLEZ / JESÚS HERNÁNDEZ DEL REAL
Centro Internacional de Posgrado A.C.

RESUMEN: Se presentan resultados de un estudio comparativo realizado en el 2004 (Romero y Narváez, 2005) y replicado en 2010, acerca de las condiciones que viven los egresados de la Universidad Tecnológica de Tabasco (UTTAB) respecto al programa institucional de estancias, estadías y visitas en las empresas. Se demuestra que a pesar de poseer un modelo educativo integrado, 70% práctico y 30% teórico, que les permite ser competitivos en la parte práctica y de la alta calificación que los empleadores otorgan a los Técnicos Superior Universitarios (TSU), a los estudiantes no se les considera como profesionistas universitarios, sino como técnicos profesionales, por tanto, no se les remunera acorde a los servicios que prestan en las empresas.

El estudio es de corte cuantitativo, analítico-comparativo, y para la recolección de datos se empleó un instrumento que consiste en un cuestionario estructurado acorde a las categorías relativas a la apreciación que los estudiantes tienen de sus experiencias en las visitas, estadías y estancias que realizan en las empresas. Se concluye que las condiciones para los estudiantes de la UTTAB, a 6 años de la primera generación estudiada, muestran cambios significativos en la percepción de los estudiantes respecto a los empleadores y a los programas de vinculación que les ofrece el programa, y se confirma que la Institución ha realizado esfuerzos insuficientes para la dignificación en el mercado laboral de los TSU.

PALABRAS CLAVE: Vinculación, Estadías, Universidades Tecnológicas, Empleadores.

Introducción

El reto de las Universidades Tecnológicas (UT) consiste en formar a profesionales técnicos, que representen un detonador en el desarrollo del país en tiempos modernos.

Las UT nacen vinculadas con el sector productivo de bienes y servicios y con la comunidad en general. Una forma de asegurar la vinculación son los requisitos necesarios que la Secretaría de Educación exige para la apertura de una UT, que consiste en la elaboración de cinco estudios de factibilidad: macroregional, microregional, socioeconómico y de ex-

pectativas, de oferta y demanda educativa y de mercado laboral. (SEP, 2010). Con base en estos estudios, se recaba la opinión sobre los perfiles profesionales necesarios en las distintas ramas y niveles de las empresas, así como los requerimientos de profesionistas a nivel TSU; que en su perfil lo define como “un profesionista con una formación integral, capaz de generar avances tecnológicos para promover la modernización, eficiencia y productividad que plantea el desarrollo sustentable del Estado” (Programa de Desarrollo Institucional UTTAB, 2008).

Los planes y programas de estudio se adecuan continuamente, de forma tal que se considere congruente con las necesidades reales del sector productivo y social, por lo que podría pensarse que el escenario que tendrán los egresados de la Universidad Tecnológica de Tabasco será el de nuevas oportunidades de empleo, que representaría para ellos seguridad laboral, económica y su participación activa en el Sector Productivo.

Ante tales consideraciones, la presente investigación tiene como finalidad mostrar la percepción actual de los alumnos de la UTTAB acerca de los beneficios y bondades del Programa Institucional de visitas, estancias y estadías, y su efectividad como recurso estratégico en la vinculación Universidad-empresa.

Desarrollo

La primera aplicación del instrumento, que sirve de comparativo, fue administrada a 100 estudiantes de la UTTAB en agosto de 2004, cuando la universidad en cuestión apenas contaba con 3 generaciones de egresados. El estudio se enfocó al análisis de la relación entre las expectativas que ofrecía en modelo UT fuertemente vinculado al sector empresarial y su contrastación con la realidad que vivieron los egresados en sus visitas, estancias y estadías del programa de vinculación Universidad-empresa.

A 6 años de su primera aplicación, y ante cambios en la estructura y administración de la Institución, se realizó una segunda aplicación del instrumento al mismo número de estudiantes. Lo que señalamos a continuación son los avances del estudio comparativo en las categorías referentes a la utilidad de las visitas y estancias y estadías.

Visitas

Los datos comparados entre el 2004 y 2010 en relación con la utilidad que los estudiantes otorgan a las visitas empresariales, acorde con la gráfica número 1, muestran una clara

diferencia. El 86% de los estudiantes encuestados en 2004 encontraban que las visitas les permitían obtener un mayor conocimiento acerca de los procesos relacionados con su ejercicio profesional; siendo este uno de los atractivos por los que muchos de ellos decidieron ingresar a la institución. Las apreciaciones de la generación 2010 a su vez, presentan una significativa variación, un 59% de estudiantes declara encontrar utilidad a las visitas empresariales, mientras que el 41% manifestó que las visitas tienen poca o ninguna utilidad para su desarrollo profesional.

Una variación similar a la anterior se aprecia en el indicador relacionado con el nivel de conocimientos sobre su área de formación que se obtiene de las visitas empresariales. Se aprecia una variación del 30.22% entre los encuestados en 2010 y 2004. Es decir, que de 28 estudiantes que en 2004 no creían que las visitas incrementaban sus conocimientos, en 2010 la cifra aumenta a un total de 50 estudiantes que consideran que las visitas no les aportan mayor beneficio.

Varios elementos podrían ser la causa del desencanto, en primera instancia, es importante señalar que en junio de 2008 se dio el cambio de administración, y la rectoría de la institución paso de manos de un ingeniero, cuya trayectoria siempre estuvo ligada al sector empresarial, a la conducción por parte de una académica universitaria, proveniente del sistema de universidades públicas autónomas.

En cuanto al nivel de atención que los estudiantes recibieron por parte de los empresarios durante su estancia, no parece haber una diferencia significativa; en ambos casos los estudiantes consideran que los empresarios encargados de recibirlos durante sus visitas no les prestan atención, ni reciben de ellos la capacitación que se ofrece en el Plan de Desarrollo Institucional.

Aún cuando los planes de estudio están orientados en un 70% a la práctica, la gráfica 4 muestra que el número de visitas durante el cuatrimestre se ha reducido en relación al 2004; el 8% de los estudiantes encuestados de esa fecha, declaró haber realizado más de cuatro visitas por cuatrimestre, en la actualidad las visitas se han reducido a la mitad, aumentando por consiguiente en 2010 el rango entre una y dos visitas por período (ver gráfica 5).

En 2004, el 72% de los estudiantes manifestaron que existía una relación entre el giro de la empresa que visitaban con la formación que ellos recibían en la UTTAB; en la actuali-

dad sólo el 54% coincide con esta apreciación, el 46% restante considera que no se elige la empresa conforme a las necesidades del estudiante

Las visitas a las empresas como elemento de influencia en la decisión del estudiante para ingresar y cursar sus estudios universitarios en la UT, han dejado de tener impacto. En 2004, las visitas a las empresas incluían, entre otras actividades, el recorrido por las instalaciones, pláticas con los expertos de cada empresa, además de la importancia que los profesores le otorgaban a la actividad como una posible vía para entrenar al estudiante en la resolución de problemas reales que se viven en las empresas, lo cual causaba en ellos expectación y motivación. La grafica 8 nos da cuenta de la manera en que ésta apreciación ha cambiado, menos de la mitad de los estudiantes que formaron parte de este estudio en 2010 afirman que el modelo ofertado es atractivo y cumple con sus expectativas; el resto (52%) considera que las visitas no representaron ningún atractivo para ellos al ingresar al sistema UT.

La grafica 9 muestra el impacto que generan las visitas empresariales en la creatividad de los estudiantes. Las apreciaciones vertidas por los encuestados reflejan una clara disminución en el 2010 con respecto al 2004. En una relación de 54% a 42%, se afirma que las visitas permiten la generación de ideas para la creación de nuevos proyectos empresariales. Es decir, un 22% en el año 2010 se sumó a las filas de quienes no encontraron estimulante las vistas para la generación de nuevos proyectos.

En relación al interés que los estudiantes tienen por emplearse en las empresas que visitan, la grafica 10 muestra que el 76% de los alumnos cuestionados en 2010 mantienen interés por emplearse en las empresas que los reciben, superando en dos unidades porcentuales los resultados obtenidos en el 2004, lo que resulta una fortaleza para la UT, debido que esto motiva al estudiante para contribuir de mejor manera en su preparación.

En cuanto a la imagen que proyecta el estudiante de UT frente al empresario, la apreciación de los alumnos no ha cambiado, En ambos períodos, los estudiantes creen proyectar una buena imagen ante los empleadores.

Estancias y estadías

Constituye toda una estrategia la oportunidad que se les brinda a los estudiantes para que participen en estancias y estadías, actividad que les permite relacionarse con el sector

productivo e interactuar en sus procesos de manera directa en los diferentes centros empresariales donde se les involucra.

Las gráficas 12 y 13 permiten apreciar el nivel de importancia que los estudiantes conceden a los programas institucionales de estancias y estadías para su desarrollo profesional. Los datos de 2010 demuestran que para la totalidad de los estudiantes encuestados, las estancias y estadías siguen siendo parte fundamental en su formación, al igual que en 2004, los estudiantes ponderan estas prácticas como una parte fundamental en su formación como Técnicos Universitarios.

En relación al cuestionamiento de la posibilidad de empleos que los programas de estancias y estadías abren al estudiante, los estudiantes de ambas generaciones consideran que además de la oportunidad de poner en práctica el aprendizaje formal, las estancias y estadías son herramientas que abren la posibilidad de relacionarse con los empresarios y, con ello, la probabilidad de ser contratados en un futuro inmediato. La variación de apreciaciones con respecto al 2004 es de un 9.43% (Gráfica 14).

Los estudiantes de la generación 2010 tienen mayor oportunidad de elegir dónde realizar su estancia que los estudiantes de la generación 2004, es posible que la razón sea que en 2004 el estudiante, además de cubrir una estancia de tres meses, cumplía con la estadía empresarial, programa que desde enero de 2009 fue suspendido, después de haber funcionado sólo en el documento oficial que lo acreditaba,

En lo que respecta a la orientación y facilidades que los estudiantes reciben del sector empresarial para la realización exitosa de las estadías, el 30% de los estudiantes encuestados en 2010 declaran no recibir ningún tipo de orientación, el 17% califica de regular la atención recibida y un 53% acepta haber sido orientado con eficiencia. El contraste de las cifras nos habla de una evidente laxitud en la orientación con relación a los 5 estudiantes que en 2004 aceptaban no haber sido atendidos por los empresarios (Gráfica 16).

Para que el programa de estancias y estadías opere con éxito es indispensable la orientación y tutoría estrecha entre profesores y empresarios.

Los estudiantes perciben que las empresas no tienen interés en enseñar a los estudiantes durante el tiempo de estancia, la comparación de las cifras entre 2004 y 2010 revela datos interesantes. En 2004, el 48% de los estudiantes entrevistados mostraban satisfacción por el interés que los empresarios demostraban en su preparación; a diferencia del 31% de

estudiantes que en 2010 coincidieron, el 69% calificaron entre regular y bajo el interés de los empresarios por su aprendizaje en el sitio (gráfica 17).

Ante el cuestionamiento de la relación que los estudiantes encuentran entre su perfil profesional y las actividades que realizan en las empresas, se observa que, en 2004, el 69% declaró que existía una relación entre ambos perfiles. En 2010, la cifra decae al 40% contra el 60% que encuentra la relación entre regular y ninguna (Gráfica 18).

Con relación a la imagen que los empresarios tienen del trabajo que desarrollan los TSU, ambas generaciones coinciden en conceder una valoración alta (2004: 82%, 2010: 74%), aunque la opinión de los estudiantes que responden la encuesta en 2010 ha disminuido en un 8% en relación al 2004, la opinión que va de indiferente a mala se elevó de un 18%, en 2004, a un 26% en 2010.

Para que el programa de estancias y estadías se convierta en una opción exitosa es indispensable que la institución realice un seguimiento estrecho y dirigido hacia la resolución de problemas, de modo que la comunicación entre estudiantes, institución y empresa serán los elementos que garanticen una buena vinculación.

Las cifras arrojadas por el estudio señalan que sólo un 14% de los encuestados en 2010 señalan que estos dos actores (universidad-empresa) prestaron algún tipo de seguimiento a sus estancias y/o estadías, a diferencia de los estudiantes que participaron en el 2004, donde el 53% reconocía el seguimiento prestado por ambas instancias (Gráfica 20).

Según el esquema planteado por la UTTAB (PDI, 2009), la atención que deben recibir los estudiantes en las estancias y estadías empresariales tiene que ser personalizada, a través de un asesor académico y un asesor industrial quienes, con su labor mancomunada, garantizan que el estudiante adquiera los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para la conclusión exitosa de sus estudios universitarios.

Según la apreciación de los encuestados en ambas generaciones, existe bajo interés por parte de las empresas, en poner en práctica las ideas que los estudiantes generan como producto de su formación escolar.

La gráfica 21 muestra que, en 2010, los estudiantes otorgaron mayor calificación a la atención que los empresarios prestaban a su propuesta (59%), en relación al 2004, donde sólo un 28% consideró que sus proyectos fueron tomados en cuenta.

Este es un dato interesante, que podría estar relacionado con el hecho de que los estudiantes sólo atienden el programa de estancias que tienen una duración de tres meses, en los cuales conviven un número mayor de horas con el empresario.

El interés de los alumnos por trabajar en las empresas donde realizan sus estancias y estadías es similar a la respuesta en relación con las empresas que visitan. Esto responde, por supuesto, a una situación generalizada de la falta de oportunidades de empleo, por lo que la respuesta afirmativa es similar en ambas generaciones.

Un cuestionamiento final de tipo reflexivo, agregada al instrumento aplicado en 2010, tiene el propósito de recoger sus apreciaciones acerca de si son suficientes los estudios que brinda la UTTAB para aspirar a mejores puestos en el campo profesional. La mayoría de los encuestados (75%) declararon sentirse satisfechos con los conocimientos recibidos por la institución.

Conclusiones

De acuerdo a la información obtenida, producto de la aplicación del instrumento aplicado en 2004, fue posible identificar, comparar y analizar las apreciaciones de los estudiantes de dos generaciones (2004 y 2010) respecto a las visitas, estancias y estadías que realizan en las empresas.

1. Se observa un sensible y preocupante decremento de los resultados negativos de las encuestas de 2010 con respecto a la valoración de los estudiantes que participaron en el estudio en el 2004, mismas que afectan el programa de vinculación y que ponen en riesgo el objetivo y la misión de la UTTAB.
2. Se observa la carencia de una planeación efectiva, o bien, dirigida a cumplir los objetivos de las visitas estancias y estadías, así como la ausencia del compromiso del empresario que se refleja en la indiferencia con la que tratan y reciben a los estudiantes de la UTTAB. Muestra de ello es que el programa de visitas a las empresas, que en 2004 estaba a cargo de personal de la UTTAB que lo monitoreaba, hoy se lleva con laxitud al grado de que el estudiante asiste un promedio de uno o dos veces en el cuatrimestre.
3. Las estancias, a decir de los estudiantes, conforman la estrategia más fuerte de vinculación con las empresas, para el estudiante reviste gran importancia porque se convierten en una posible fuente de empleo y una oportunidad para transferir conocimiento. Sin em-

bargo señalan que los empresarios no atienden a los estudiantes y, cuando lo hacen, les encargan tareas ajenas a su formación.

4. Los estudiante encuestados en 2010 señalan que las empresas, donde acuden a realizar sus estancias, por lo general no cuentan con un departamento, área o coordinación que coincida con la formación que reciben en la UTTAB.

5. No se observa la aplicación de un proceso evaluatorio y correctivo que mejore los resultados, tampoco se tienen la aplicación de estándares que identifiquen avances o bien errores desde el inicio del programa hasta la obtención de resultados.

6. Los resultados del estudio ponen al descubierto las condiciones en las que se encuentra el proceso de vinculación Universidad-empresa, lo cual hace exigible que las autoridades de la UTTAB realicen las acciones necesarias para que, a la brevedad, puedan atenderse y corregirse las deficiencias que muestra dicho proceso en sus diferentes etapas, salvaguardando con esto la vigencia de un programa que va dirigido a la formación profesional de los estudiantes TSU y su participación competitiva en el mercado laboral, que cada día es más exigente y globalizado.

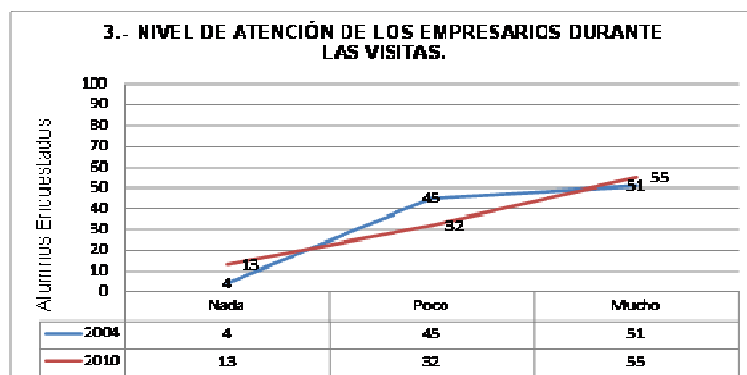
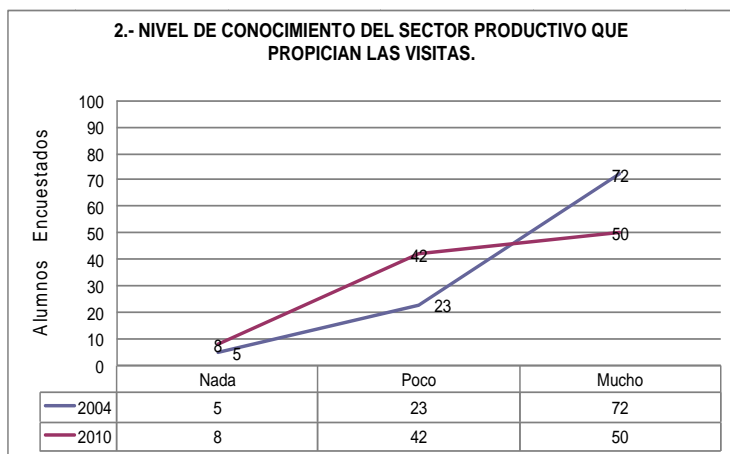
Bibliografía

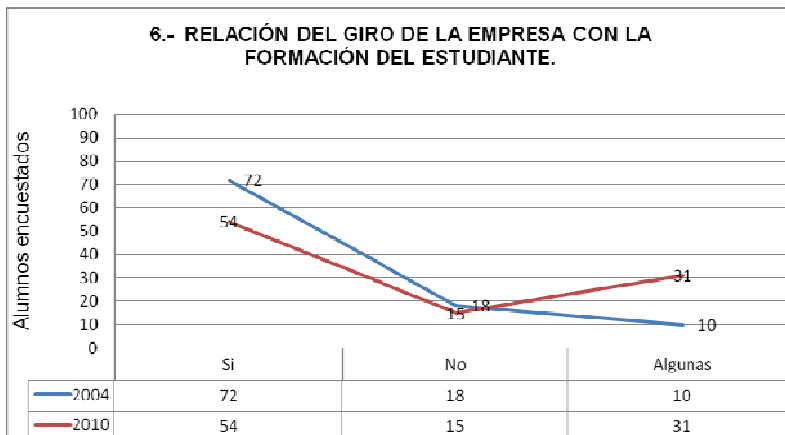
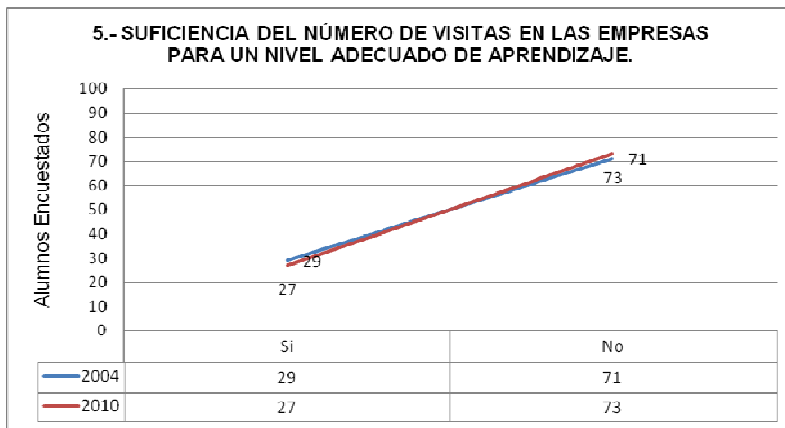
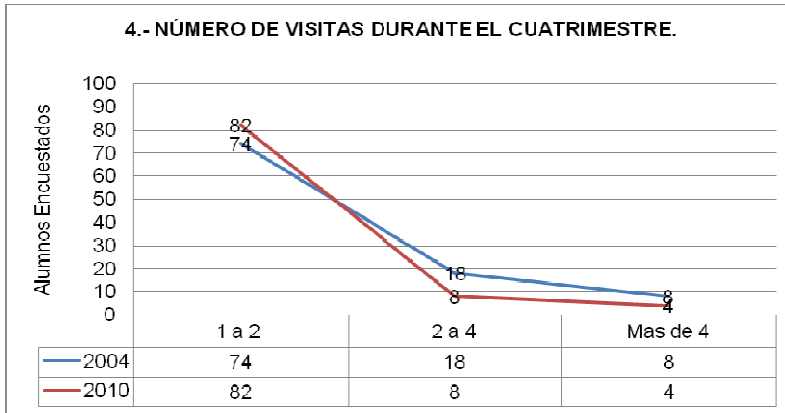
Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. (1998). Manual práctico sobre la vinculación Universidad - Empresa, México: ANUIES

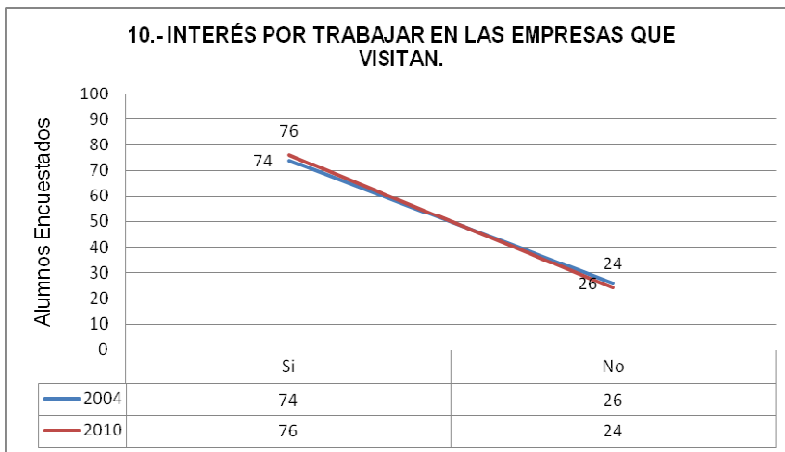
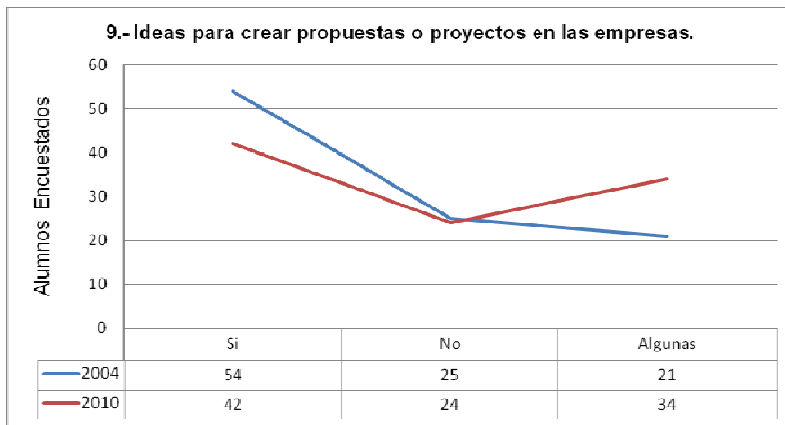
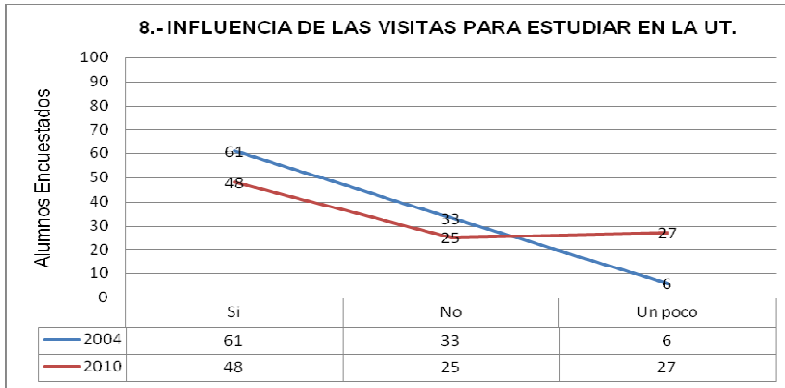
Romero, Leticia y Narvárez Luz (2008) Universidad tecnológicas, espejismos de la vinculación universidad-empresa y estado en Romero, Leticia (Coord) *Educación y ciencias sociales: ideas. enfoques, prácticas*. México: Plaza y Valdes editores

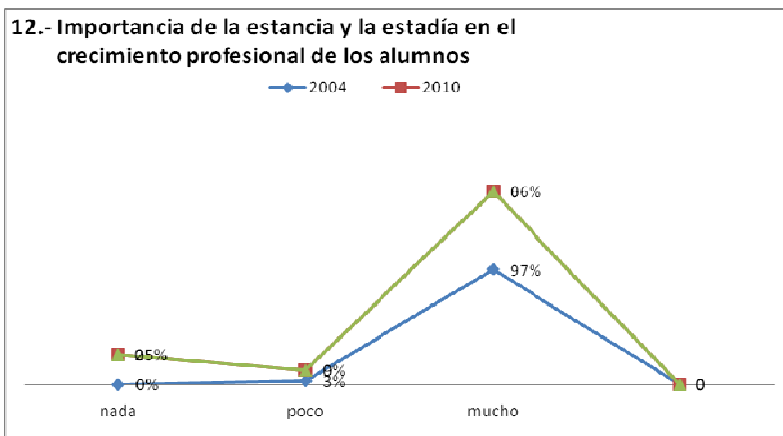
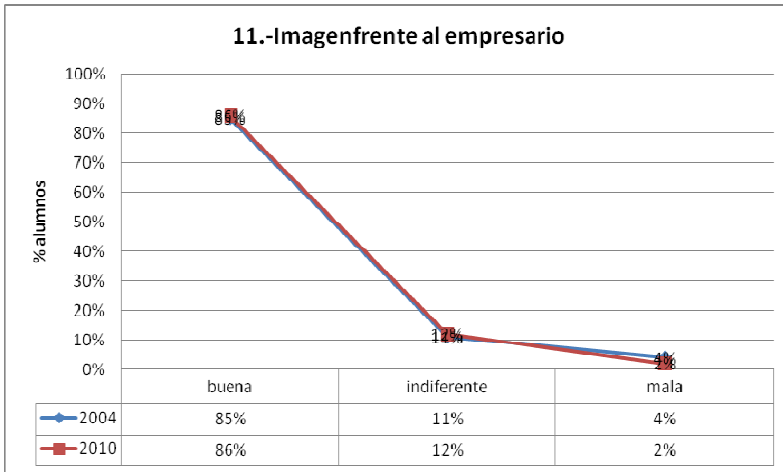
UTTAB (2009) Programa Institucional de Desarrollo de la Universidad Tecnológica de Tabasco.

Anexos

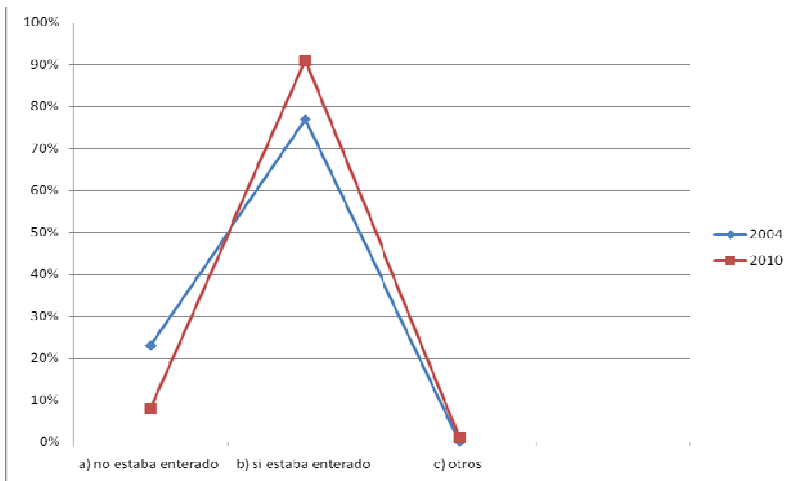


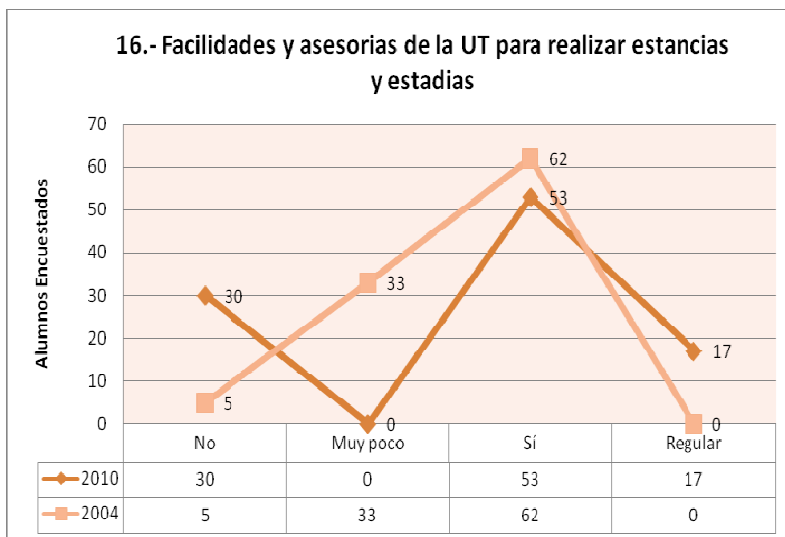
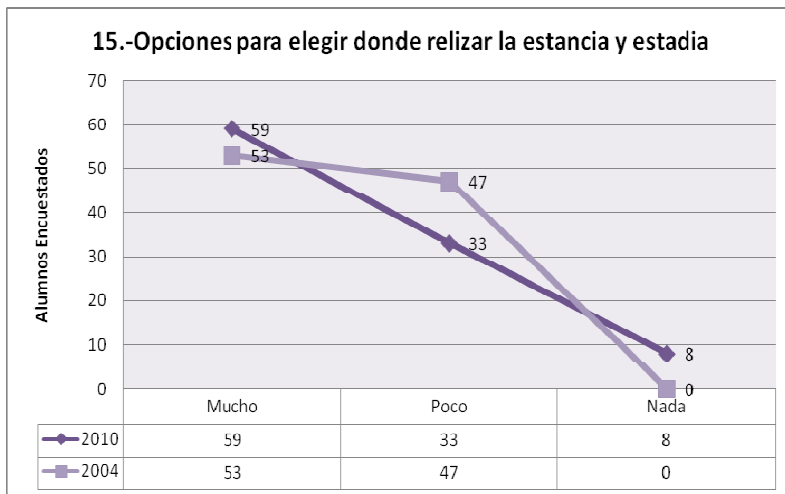
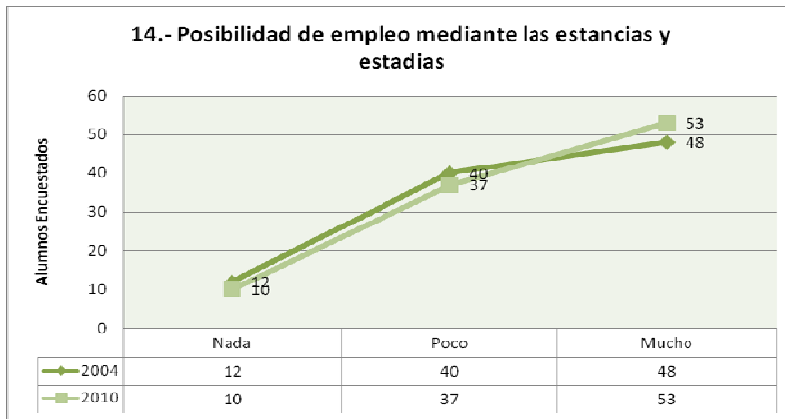


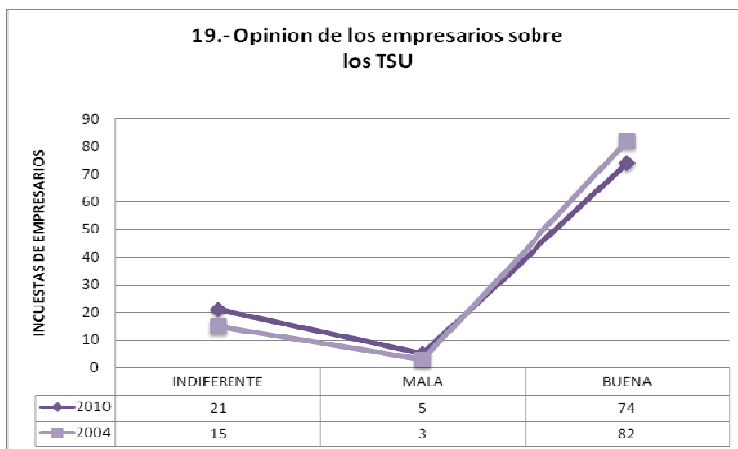
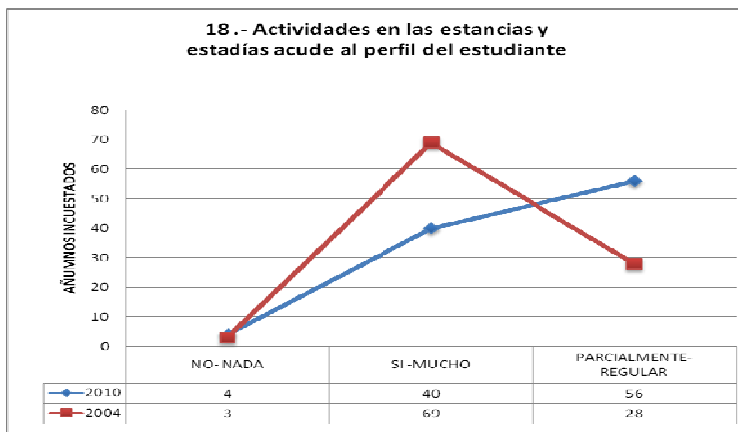
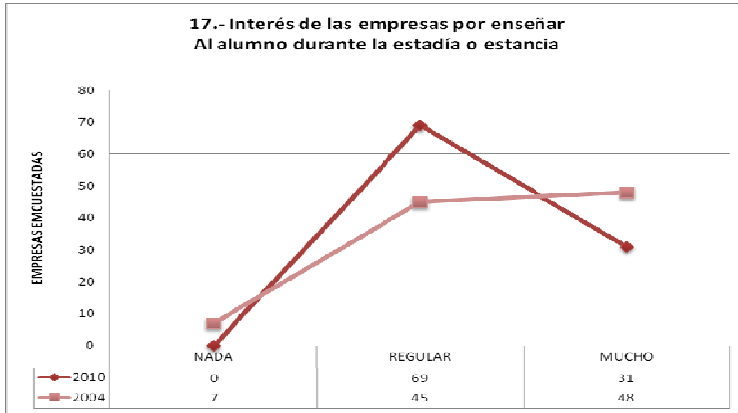


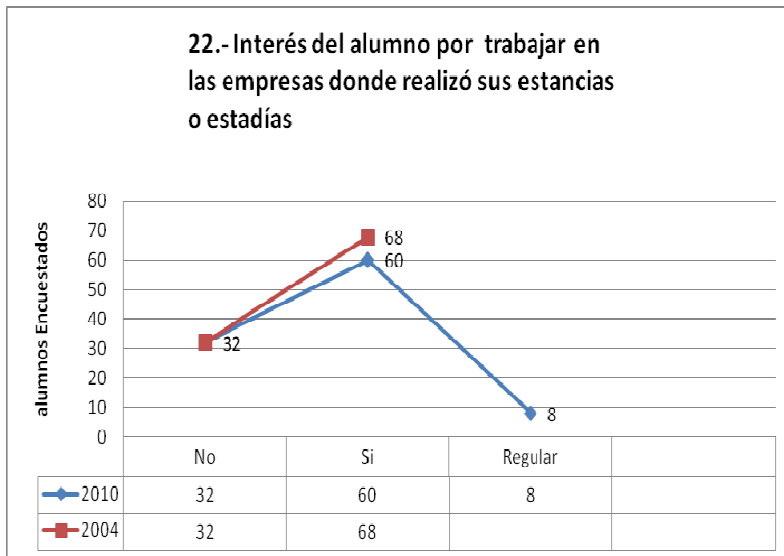
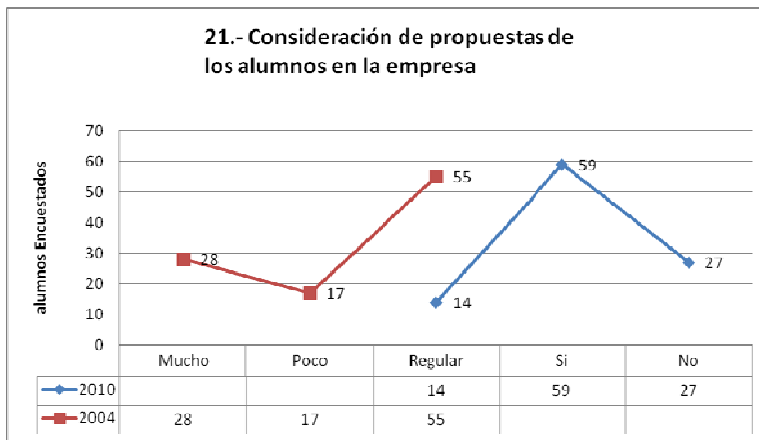
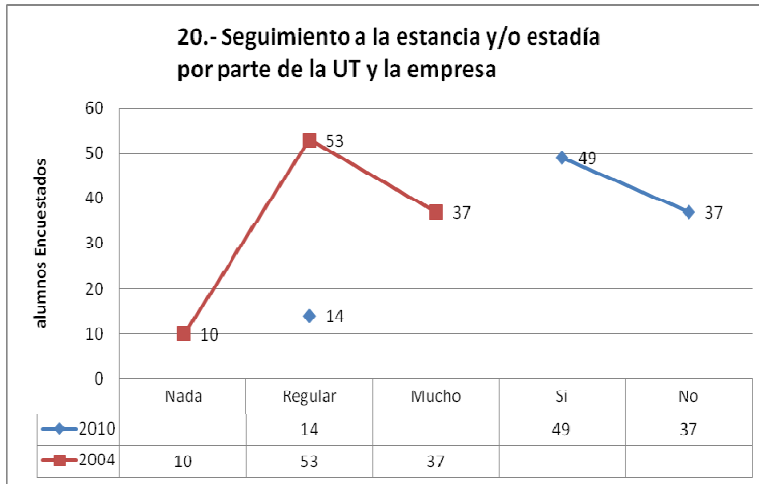


13.- Conocimiento de las estancias y estadías por parte de los alumnos









23.- Es suficiente los estudios que brinda la Universidad Tecnológica de Tabasco para aspirar a mejores puestos.

