



7, 8 y 9 de Octubre de 2010

LA EVALUACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS DESDE LA ÓPTICA DE: ALUMNOS, DOCENTES, EGRESADOS Y EMPLEADORES

Jiménez Calixto Lida Zoraida¹

Ortega Pérez Elizabeth¹

Clemente Parra Xochilt¹

lzoraida75@yahoo.com.mx

Universidad Tecnológica de la Selva

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como finalidad evaluar la pertinencia del plan de estudios (2004), del Técnico Superior Universitario de la Carrera de Comercialización en la Universidad Tecnológica de Huejotzingo, del estado de Puebla, desde diferentes ópticas: alumnos, por ser los receptores directos del plan de estudios; docentes, para indagar en qué medida conocen el plan de estudios y la interrelación con las áreas que lo conforman; empleadores, para conocer su opinión en cuanto a la formación profesional del TSU; y finalmente, los egresados, que son quienes enfrentan la complicación de insertarse en el mercado laboral, la intención es conjuntar la mayor cantidad de elementos que fortalezcan el proceso de acreditación de la carrera.

Palabras Clave: Evaluación, Plan de estudios, pertinencia

INTRODUCCIÓN

Actualmente la Secretaría de Educación Pública (SEP), ha solicitado a todas las instituciones de educación superior desarrollar procedimientos que permitan identificar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, a través de



mecanismos de evaluación (interna y externa) que hagan posible conocer la pertinencia de los programas con su entorno inmediato. Como respuesta a estas exigencias, las Universidades Tecnológicas (UT's) han implementado acciones tendientes a evaluar el modelo educativo, el servicio administrativo y pertinencia de planes y programas en cada una de sus unidades en los diferentes Estados de la República Mexicana, particularmente en la Universidad Tecnológica de Huejutzingo (UTH), se han llevado a cabo procesos de evaluación a partir de los cuales se puede constatar la pertinencia y calidad del servicio educativo prestado a la región, por ejemplo se ha logrado la certificación del servicio cumpliendo con la norma ISO 9001–2000 a partir de 2002 manteniéndose a la fecha, de igual manera la universidad inició el proceso de acreditación de planes y programas de estudio que oferta a partir de 2003, actualmente el área de comercialización está evaluada por CIEES en el nivel 2, de igual manera se participa en el Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI), a través del cual se ha logrado obtener recursos extraordinarios que han permitido concretar proyectos de investigación donde toman participación estudiantes conjuntamente con docentes, logrando también a través de este programa obtener recursos para la modernización y equipamiento de la infraestructura física.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las evaluaciones que a la fecha se han implementado en la UTH, no involucran de manera directa a los alumnos, docentes, egresados y empleadores en cuanto a proponer estrategias y acciones que permitan un avance más consistente y pertinente con las necesidades de lo que se requiere para la mejora continua del plan de estudios ; y desde esta perspectiva es que surge la inquietud de considerar mecanismos de evaluación interna que posibiliten mejores resultados cuando se lleven a cabo la evaluaciones institucionales de manera externa, revisiones y acreditaciones ,lo que dio la pauta a las siguiente interrogantes:

- ¿Las consideraciones de los alumnos, docentes, egresados y empleadores aportan estrategias para mejorar el plan de estudios del área de comercialización en la UTH?



- La infraestructura como mobiliario, equipos, talleres, laboratorios, ¿son suficientes para cumplir satisfactoriamente un plan de estudios?

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad es importante que las IES conozcan y actúen de acuerdo a lo que el ámbito en el que se desarrollan está demandando, independientemente de que implanten programas acordes a su entorno.

Para el caso de la UTH acreditación (CACECA) y la certificación (ISO) fue realizada a través de evaluaciones externas que le permitieron lograr la acreditación de los programas de estudio y la evaluación del proceso enseñanza aprendizaje. Sin embargo pueden lograrse muchas más ventajas si se considera una evaluación a través de la opinión de alumnos, docentes, egresados y empleadores, que permita estar al tanto lo que pasa al interior de cada una de las carreras de la universidad, para efectos de este trabajo se propone la realización de la evaluación en la carrera de comercialización.

Es preciso remarcar que pese a contar con organismos que proporcionan elementos relevantes para conocer el funcionamiento de un programa o plan de estudios, es responsabilidad de cada una de las carreras de la UTH desarrollar su propia evaluación y en el caso de la carrera de comercialización se debe incluir a cada uno de los principales involucrados (docentes, alumnos, empleadores, egresados) en forma directa y que de una u otra forma participan en el desarrollo o reciben el impacto directo de lo que ocurre con el plan de estudios.

Objetivo general

Evaluar la pertinencia del plan de estudios 2004 del TSU en comercialización, empleando como herramientas un cuestionario para conocer la opinión de docentes, alumnos y egresados; y la observación participante a través de un taller de Análisis de la Situación del Trabajo (AST), para conocer la opinión de los empleadores de la zona.



Marco teórico

7, 8 y 9 de Octubre de 2010

Las bases que dan sustento al desarrollo de la presente investigación acerca de la conceptualización de la evaluación considerando que las aportaciones han sido muchas, se presentan sobre tres grandes enfoques, con integración de diferentes corrientes:

- 1) La evaluación como medición de resultados. Se constata la eficiencia y objetividad; se cuantifican resultados observables y está referida fundamentalmente a los responsables académicos. (Tyler(1950), Mager (1962), Rivlin (1971), Pophan (1975), Rossi, Freeman y Wright (1979)) (Cainzos,1999).
- 2) La evaluación como comprensión de procesos. Se analiza la práctica para mejorarla; se valoran cualitativamente los procesos Scriven (1967), Parlet y Hamilton (1972), Stake (1975), McDonald (1976), Eisner (1977), Kemmis (1986)) (Cainzos, 1999).
- 3) La evaluación como síntesis de los anteriores enfoques. Aparecen hoy autores (Judd (1987), Stuffebean (1987), Keeves (1988)), que abogan por la complementariedad de ambos enfoques. En términos generales vienen a decir que la opción va a depender en buena medida del objeto concreto a evaluar que se propone (Cainzos. 1999).

Los sustentos teóricos que fueron retomados para desarrollar la evaluación del TSU en comercialización se integraron con elementos considerados por Frida Díaz Barriga en el proceso de una evaluación interna (centrada en la eficiencia y eficacia del currículo) y principalmente se retoma el modelo propuesto por Rioseco (1981) donde considera que la evaluación debe ser en dos planos, el interno, donde se analizan la estructura misma del currículo y la interrelación entre todos sus elementos (*evaluación intrínseca*), y el externo, relacionando el sistema “currículo universitario” con otros sistemas externos, como son, entre otros, el medio en que se desempeña el profesional, las exigencias que le plantea dicho medio y las relaciones con otros profesionales (*evaluación extrínseca*), de tal forma que la evaluación que realizo quedo estructurada como se muestra a continuación:



Cuadro No. 1 Esquema utilizado en la evaluación a la carrera de Comercialización de la UTH

Evaluación	Responsables	Aspectos
Interna (Intrínseca)	Alumnos/docentes	Opinión sobre la carrera
Externa (extrínseca)	Egresados/empleadores	Información sobre el mercado laboral.

METODOLOGIA

Por las características del estudio, se trabajó como una investigación social cuantitativa, misma que está directamente basada en un paradigma explicativo, que utiliza información cuantificable para describir o tratar de explicar los fenómenos que estudia en las formas que es posible hacerlo en el nivel de estructuración lógica en el cual se encuentran las ciencias sociales.

Los sujetos de estudio fueron los alumnos (61) de cuarto cuatrimestre (generación 2007-2009), la planta de docentes (14) los cuales están divididos en profesores de asignatura y tiempo completo, egresados (45) de la generaciones (2004-2006, 2005-2007 y 2006-2008) que pudieron localizarse y a los empleadores (11) que aceptaron asistir al taller denominado de Actualización Sobre el Trabajo.

Los métodos utilizados para evaluar el plan de estudios del TSU en comercialización de la UTH fueron la encuesta que utilizo como herramienta el cuestionario se elaboraron tres uno para alumnos, otro para docentes y un último para egresados; y la observación participativa a través de un taller de Actualización Sobre el Trabajo (AST), ambos construidos de acuerdo al enfoque y al sujeto que van dirigidos.

Para desarrollar los cuestionarios se consideraron cuatro variables variables:

- Conocimiento del plan de estudios
- Criterios de evaluación.
- Infraestructura.
- Perfil de egreso.



Para analizar la información se utilizaron métodos estadísticos, los programas empleados fueron SPPSS, Survey, Hyper Research, Excel, lo cual ayudó a facilitar esta tarea.

RESULTADOS

En relación a la presentación de los resultados la información fue resumida para su análisis, primero se muestran los aspectos internos donde se observa lo relacionado al plan de estudios, evaluación del mismo e infraestructura con que cuenta la carrera, los aspectos externos no porque la haya realizado personal ajeno a la institución sino porque la información se obtuvo a través de los empleadores y egresados, los aspectos centrales que se consideraron fueron: el mercado laboral y el perfil que se requiere de un TSU en comercialización.

Aspectos Internos

En relación al plan de estudios

Las opiniones son divergentes, es claro que los docentes son los que más conocen las características del plan de estudios, mientras que para empleadores y alumnos sucede lo contrario, para los egresados simplemente es aceptable.

Cuadro No.2 opinión acerca del plan de estudios de la carrera de Comercialización

Alumnos	Docentes	Egresados	Empleadores
Lo van conociendo a medida que avanzan en los cuatrimestres	Los PTC lo conocen muy bien, los PA solo ubican el modelo teórico-práctico.	De forma general lo consideran como aceptable	Desconocen las características de un TSU.

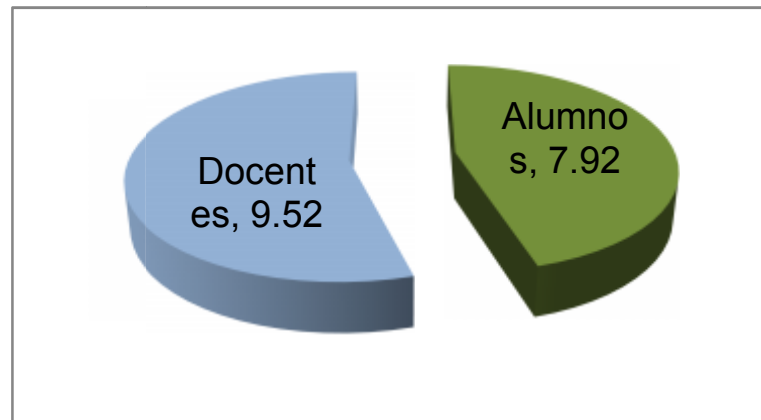
Evaluación al plan de estudios

El ejercicio que se intentó fue realizar de entrada una evaluación general sobre las asignaturas que a la fecha han recibido los jóvenes y a su vez que han impartido los



docentes (25 materias al momento de realizar la encuesta, incluidas las que se estaban cursando), en el caso de los alumnos se obtuvo una puntuación del 79.20 % o 7.92 en números, contra un 90.52% o 9.05 de los docentes un diferencia con un rango muy amplio, bajo estas dos ópticas se puede correr un ejercicio que permita obtener un promedio en base a ambas calificaciones para lograr ubicar el rango de calificación que se le asignaría el resultado sería 84.86% ó 8.

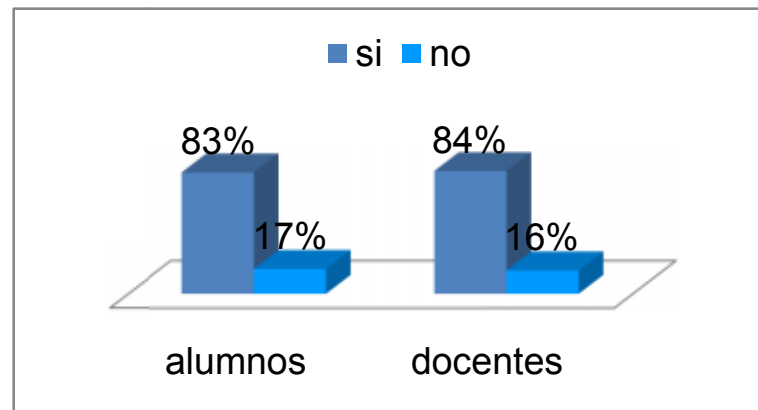
Gráfica No.1 Evaluación al plan de estudios



Infraestructura

Tanto profesores como alumnos generalizan que se tienen las condiciones para cumplir satisfactoriamente con el plan de estudios de la carrera, son utilizados todos los espacios como laboratorios, talleres, sala audiovisual, biblioteca incluidos los jardines y estacionamiento para la realización de diversas actividades prácticas.

Gráfica No. 2 Uso de espacios como talleres, bibliotecas, laboratorios por alumnos y docentes.



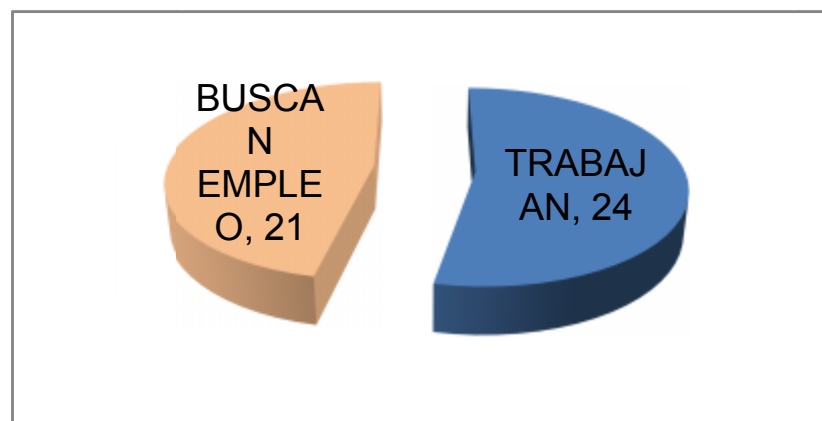


Aspectos externos 7, 8 y 9 de Octubre de 2010

Situación de egresados

De los 45 alumnos encuestados 24 se encuentran trabajando, de este grupo 19 de ellos si laboran en un área relativa a su formación y 4 trabajan en áreas ajenas a su perfil, los 21 restantes comentaron que buscan empleo, por lo que la situación es similar a los datos históricos (generaciones 2003-2007), puede decirse que la tendencia es a razón de que el 50% trabajan y el otro 50% no.

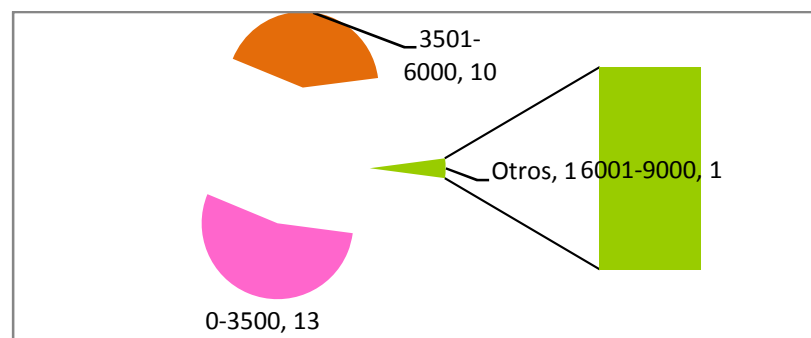
Gráfica No. 3 Situación de los egresados



Nivel de Salarios

Los salarios mensuales que percibe un TSU en comercialización van de \$3,500.00 a \$9,000.00 sin embargo podemos ubicar el salario promedio de un TSU entre \$3,500.00 (10 alumnos) y \$6,000.00 (13 alumnos) pesos mensuales, solo un TSU recibe \$9,000.00.

Gráfica No. 4 Nivel de los egresados que laboran



Perfil requerido por los empleadores de 2010

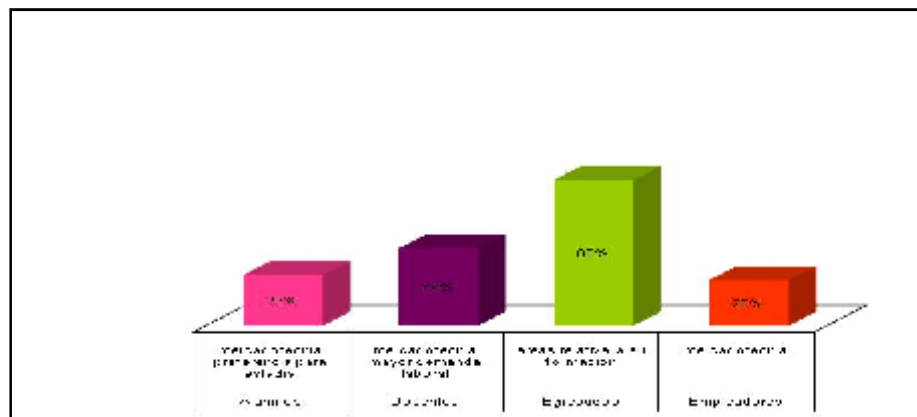
La participación de los empleadores proporcionó información relacionada especialmente con la formación que ellos consideran debe contar el TSU en comercialización. Para los empleadores el TSU en comercialización debe contar con una formación sólida basada en aspectos básicos: un perfil profesional de egreso, funciones y tareas que deben saber desarrollar en la práctica, habilidades y cualidades requeridas.

Cuadro No. 3 Opinión de empleadores sobre el perfil del TSU en comercialización

Perfil profesional	Funciones y tareas: 12 Funciones principales 83 tareas a realizar
Habilidades y cualidades: Cognoscitivas, socioafectivas y psicomotoras	Sugerencias relativas a la formación: Seguridad, comunicación, análisis, síntesis.

Finalmente en lo que corresponde a identificar el área de mayor oportunidad laboral la opinión de alumnos, docentes, egresados y empleadores coincide en cuanto que donde se presenta el mejor panorama es lo concerniente a la mercadotecnia.

Gráfica No.5 área de mayor oportunidad laboral





CONCLUSIONES

Como parte fundamental de la evaluación es importante la opinión de los empleadores y egresados que son quienes marcan las necesidades reales de lo que está ocurriendo en el mercado laboral, situación que ayuda en gran medida a reconocer de qué forma se puede mejorar la pertinencia de un plan de estudios.

Debe también incluirse la perspectiva de los estudiantes que cursan la carrera así como la de los docentes que están viviendo la experiencia diaria de los recursos y limitaciones que se tienen en la Institución para lograr lo que marca el plan de estudios, no debe olvidarse que son los principales afectados o beneficiados en cualquier proceso de evaluación y certificación.

La evaluación continua es fundamental porque permite observar los avances en cuanto a la mejora del programa y su pertinencia no sólo para el ámbito laboral, también para la parte académica, permita también ubicar las deficiencias del plan de estudios y trabajar en su fortalecimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Arnaz, José. (1998). La planeación curricular, México:Trillas

Arrien, Juan (1997) Calidad y acreditación exigencias a la universidad. "La educación Superior en el siglo XXI"-visión de América Latina y el Caribe_ Tomo ICRESAL-UNESCO.

Badilla, Lea (compiladora) (1996). Tendencias Actuales en la Medición y Evaluación Educativa: Memoria del Foro Taller Internacional. San José Costa Rica: oficinas de publicaciones de la Universidad de San José Costa Rica.

Casarini, Martha, 1999 "Teoría y Diseño Curricular" México: Trillas,

Coordinación General de Universidades Tecnológicas (2006) "Las Trayectorias Educativas en las Universidades Tecnológicas" Investigador: Adrián de Garay, México, SEP.



Cainzos Manuel (1999) artículo "Evaluación de la Educación Tecnológica" en la revista Pensamiento Educativo, vol. 25, diciembre 1999. Chile.

Díaz Barriga, Ángel (1987), artículo: "Problemas y retos del campo de la evaluación educativa", Revista electrónica: Perfiles Educativos, No.37, México.

Díaz Barriga Arceo, Frida. (1999). Metodología de diseño curricular para educación superior, México, Trillas.

Díaz, Federico y Lartigue Ma. Teresa, (1991). "Hacia un modelo de evaluación de planes de estudios" en la revista semestral DIDAC, No.18, Universidad Iberoamericana A.C. primavera 1991. Méx

López Rafael, (1997) "La evaluación en el área de tecnología" Salamanca: Amaru editores.

Mora, Ana Isabel, 2004 artículo "La evaluación educativa: concepto, períodos y modelos" en la revista electrónica Actualidades Investigativas en Educación, Vol. 4, No.2 diciembre

Millan, Jaime; RIOSECO G., Marilú; PEREDO L., Hernán y FERNANDEZ DIAZ, María José. Hacia un modelo para evaluar la formación técnica de nivel superior. Revista electrónica de Estudios pedagógicos 2002, No. 2 en: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-

Nierenberg, Olga; Brawerman, Josette; Ruíz, Violeta (2000) "Evaluar para la transformación". México: Paidós

Santos, Miguel A. (1993). La evaluación: un proceso de diálogo, comprensión y mejora. Malaga: Ediciones Alebije

_____ (1995) "Evaluación de la educación superior como estrategia para el cambio.