

Capítulo II

*Perfil de Ingreso Real de la generación 2003-2 de la
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la
Universidad de Sonora: Datos Socioeconómico.*



Capítulo II.

Perfil de Ingreso Real de la generación 2003-2 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora: Análisis Socioeconómico.

En el presente capítulo se muestra la información correspondiente a uno de los objetivos específicos que se plantearon en el proyecto general y es el referido a describir los datos socioeconómicos de la generación 2003-2.

A partir de ello conocer el perfil de ingreso real socioeconómico de la generación 2003-2.

El Perfil Socioeconómico proporciona las primeras pistas de ¿quienes son? los alumnos que decidieron ingresar a la Ciencias de la Comunicación. A si como también define una parte esencial del perfil real de dicha generación.

El capítulo lo conforma la metodología utilizada y la descripción cuantitativa del perfil Socioeconómico.

2.1. Procedimiento metodológico

En la investigación se interpretaron los datos obtenidos del instrumentó del socioeconómico aplicado por la Dirección de Planeación de la Universidad de Sonora a los estudiantes de la generación 2003-2 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al ingresar a la institución, se aplicaron 225 y se analizan estadísticamente con la utilización del paquete SPSS.

Una vez que se poseía la base de datos fueron cuantificados y graficados para posteriormente realizar el análisis e interpretación de los mismos.

Perfil de Ingreso Real de la generación 2003-2 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora: Análisis socioeconómico y percepción del los alumnos sobre la profesión de la comunicación..

Los datos del análisis son: datos generales de orientación, antecedentes escolares y situación socioeconómica.

En este caso presentamos un breve análisis de los datos generales y su situación socioeconómica.

Este proceso de investigación es de tipo descriptivo, y define de manera primaria las características importantes de los alumnos de la generación 2003-2 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, siendo estos el objeto de estudio en cuestión y de ellos su nivel socioeconómico.

Los resultados obtenidos a continuación se presentan gráficamente a partir de los datos proporcionados por los alumnos, lo cual permite presentar el perfil real socioeconómico de los mismos: representados por variables e indicadores. (Ver esquema No. 2.)

Esquema No. 2

Variable e indicadores del perfil socioeconómico

Variable	Indicadores
Datos Generales	<ul style="list-style-type: none">• Distribución de los alumnos por Genero• Distribución de los alumnos por edad• Distribución por estado civil• Alumnos con hijos• Numero de hijos
Situación económica	<ul style="list-style-type: none">• Principal sostén económico del alumno• Ingresos mensuales de la familia del alumno• Numero de miembros dependientes del ingreso familiar• Lugar donde vive el alumno• Descripción de los alumnos según el tipo de

Perfil de Ingreso Real de la generación 2003-2 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora: Análisis socioeconómico y percepción del los alumnos sobre la profesión de la comunicación..

	<p>vivienda</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyos adicionales a la carrera • Monto mensual de apoyo recibido • Consideración de sus recursos económicos para sus estudios
Situación laboral del alumno	<ul style="list-style-type: none"> • Relación del trabajo de los alumnos con la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación • Razón por la que trabaja el Alumno • Tipo de trabajo • Horas de trabajo a la semana • Horas de trabajo al día • Antigüedad en el trabajo • Dependientes económicos
Estudiante foráneo	<ul style="list-style-type: none"> • Estimación del gasto en la ciudad
Servicios en la Vivienda	<ul style="list-style-type: none"> • Drenaje • Teléfono en casa • Agua potable en casa
Medios y nuevas tecnologías en la vivienda	<ul style="list-style-type: none"> • Televisión en casa • Cablevisión en casa • Video casetera en casa • Stero de CD's • DVD • Computadora en casa • Internet • Impresora en casa • Maquina de escribir • Scanner en casa
Artículos electrodomésticos	<ul style="list-style-type: none"> • Aire acondicionado en casa • Estufa de gas en casa • Horno de microondas en casa

Perfil de Ingreso Real de la generación 2003-2 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora: Análisis socioeconómico y percepción del los alumnos sobre la profesión de la comunicación..

	<ul style="list-style-type: none"> • Boíler en casa
Escolaridad de los padres	<ul style="list-style-type: none"> • Escolaridad del padre • Escolaridad de la madre
Trayectoria escolar	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel preescolar • Nivel Primaria • Nivel secundaria • Nivel preparatoria • Estudios técnicos • Nivel de importancia de la familia en sus estudios

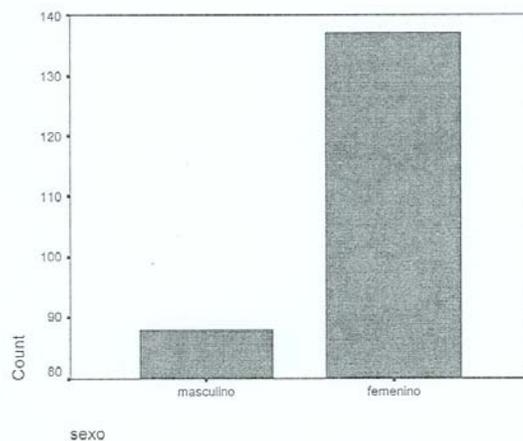
Fuente: Cuestionario

Elaborado: Héctor Rene Martínez, Emilia Castillo Ochoa.

2.2. Datos Generales.

2.2.1. Distribución de los alumnos por sexo.

Grafica No. 1



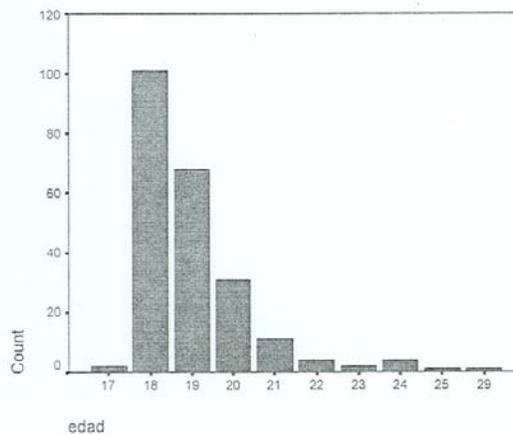
Perfil de Ingreso Real de la generación 2003-2 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora: Análisis socioeconómico y percepción del los alumnos sobre la profesión de la comunicación..

El Grafica N° 1 se observa que de un total de 225 alumnos de la Licenciatura en Ciencias de la comunicación de la Generación 2003-2 de la Universidad de Sonora:

Es preferentemente de genero femenino con 60.9%, característica común de las escuelas de Ciencias de la comunicación en América Latina, pues históricamente a sido la mujer quien a preferido optar por esta profesión dándose una feminización de la matricula de comunicación.

1.2.2. Distribución de los alumnos por edad.

Grafica No. 2



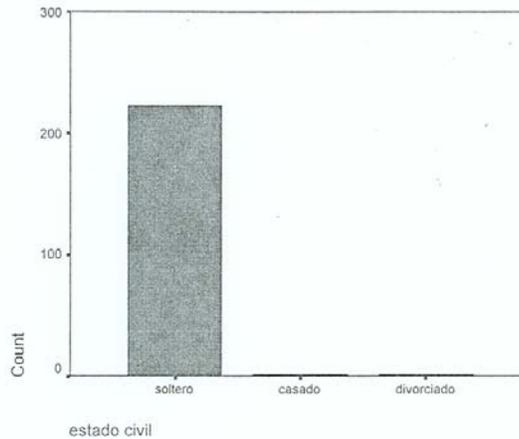
En la grafica numero 2 observamos que el 49.9% tiene 18 años y en segundo lugar tenemos un 30.2% que ingresaron con 19 años de edad seguida por un 13.8% de los alumnos que cuentan con 20 años.

Lo anterior indica que aproximadamente el 90% esta en el rango de 18 a 20 años edad propia del alumno de primer ingreso de sistema de educación superior

en México. Aspecto que sigue siendo predominante pese a las políticas que han iniciado de educación para la vida y nuevas formas de formación como son educación a distancia y virtual las cuales son aun incipientes y una de sus características será el no limitar su acceso a la edad promedio de dieciocho años para acceder alguna certificación de educación superior.

2.2.3. Distribución por estado civil.

Grafica No.3

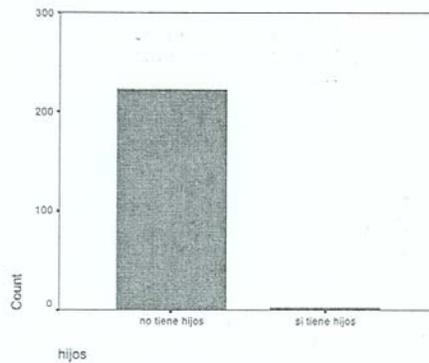


Sobre estado civil de esto podemos concluir que los estudiantes de la generación 2003-2 de la Carrera de comunicación son en su mayoría solteros con un 99.1% de su total, se relaciona con la edad de los jóvenes.

Podemos mencionar que otra de las causas de que los alumnos son en su mayoría solteros es que, aún dependen de sus padres económicamente, que no todos trabajan, y por hoy han tomado la decisión de dedicarse a ser estudiantes.

2.2.4. Alumnos con hijos

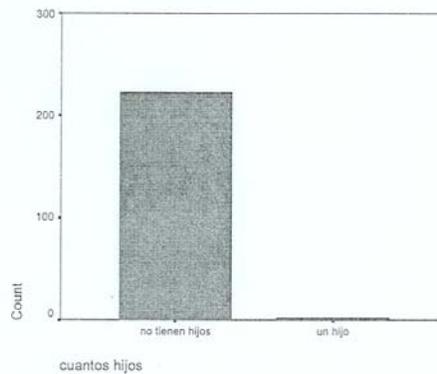
Grafica No. 4



Los estudiantes en ciencias de la comunicación en su mayoría con un 99.1% no son padres, mientras que el .9% si tienen hijos como lo podemos observar en la grafica numero 4.

2.2.4.1. Numero de hijos

Grafica No. 5



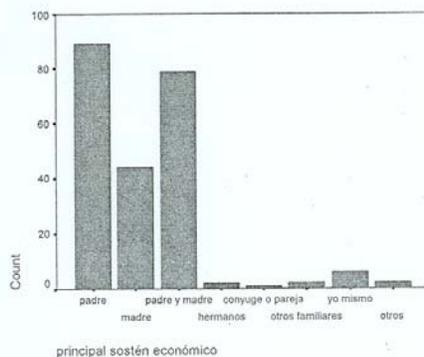
En este caso podemos concluir que los que tienen hijos solo tienen uno esto se puede relacionar con el rango de edad de los estudiantes de esta generación donde predomina los alumnos sin hijos y aquellos que tienen 18

años. Así como también predomina el hecho de que dependen económicamente de sus padres.

2.3. Situación económica

2.3.1 Principal sostén económico del alumno.

Grafica No. 6



- 89 alumnos respondieron que tienen como principal sostén económico a su padre, los que significa que es el 39.6%
- 44 alumnos respondieron que tienen como principal sostén económico a su madre, lo que significa que es el 19.6%
- 79 alumnos respondieron que tienen como principal sostén económico a su papa y mama, lo que representa el 35.1%

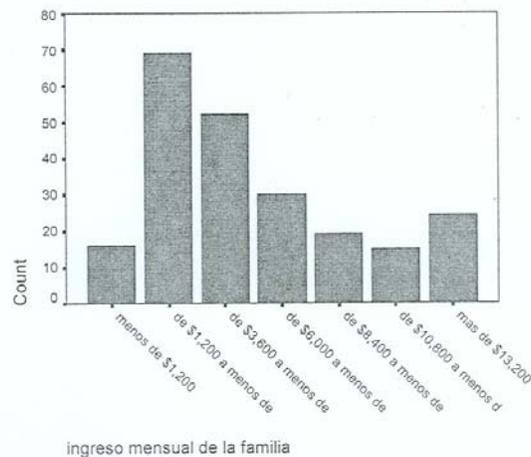
Se deduce que un 94.3% a un depende de la figura paterna aun que observamos rasgos diferenciados ya que unos dependen del padre, de la madre y en un 35.1% por ambos padres.

Es importante señalar que un 19.6% son sostenidos por la madre, cambio que se presenta con las trasformaciones de la sociedad y con los cambios en la conformación de la familia.

Por otra parte se observa un factor favorable en el sentido que el alumno se dedica de tiempo completo a sus estudios ya que solo 2.7% señala que son ellos mismos los encargados de solventar su manutención.

2.3.2 Ingresos mensuales de la familia del alumno.

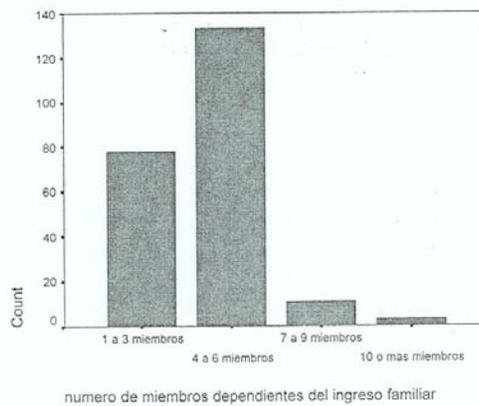
Grafica No. 7



El ingreso mensual familiar de los alumnos de primer ingreso de la generación 2003-2, dio como resultados que la mayoría de ellos perciben entre 1,200 y 3,600 pesos con un 30.7% y en segundo plano con 23.1% percibe un ingreso de 3,600 a 6,000 pesos. Lo que implica que el aproximadamente el 50% cuenta un ingreso familiar menor de 6,000 pesos aspecto que se tendría que tomar en cuenta si partimos de que nuestro estudiantes se dedican prácticamente a sus estudios, pero son sostenidos por padres con ingresos bajos.

2.3.3. Numero de miembros dependientes del ingreso familiar

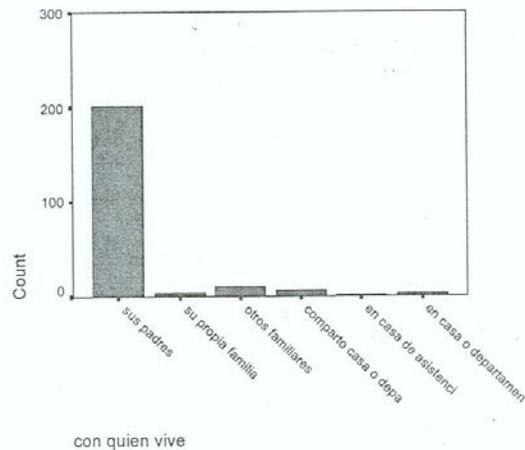
Grafica No. 8



El numero de miembros que dependen del ingreso familiar de los alumnos en su mayoría es de 4 a 6 miembros con 59.1%, y en segundo lugar tenemos que de una a tres personas dependen de ese ingreso lo que significa un 35.7%, y con un porcentaje significativamente menor tenemos con 4.9% en el rango de 7 a 9 miembros y por ultimo mas de diez miembros depende del ingreso familiar con el 1.3%.

2.3.4. Lugar donde vive el alumno

Grafica No. 9

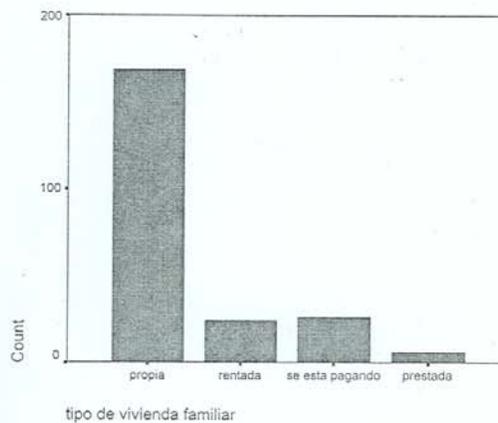


Los alumnos de esta generación en su mayoría viven con sus padres como lo podemos ver en la grafica anterior siendo el 89.3% de estos, mientras que en segundo grado encontramos que viven con otros familiares esto con el 4.9%, el 2.7% comparte casa con algún amigo, en el siguiente con el 1.8% tiene casa propia, otros alumnos viven en departamentos independientes y estos solo representan el .9% y por ultimo encontramos a los que residen en casas de asistencia que son el .4% de la población total de la generación 2003-2.

Lo anterior se relaciona con el hecho de que aun son solteros y dependen económicamente de los padres y por otra parte influye que los alumnos que ingresan a la Licenciatura de Comunicación son egresados de bachilleratos de Hermosillo y por lo tanto se observa que de manera representativa viven en el hogar paterno.

2.3.4.1. Descripción de los alumnos según el tipo de vivienda.

Grafica No. 10

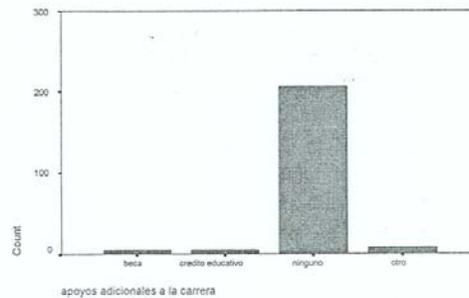


Los estudiantes y su familias viven en su mayoría en casa propia un 75.1% poseen vivienda, las que pudieron ser adquiridas por crédito, interés social o arraigo familiar.

Por otra parte las viviendas cuentan en su mayoría con todos los servicios básicos; agua potable, drenaje, gas, luz y teléfono. Encontrándose que 3.6% sin drenaje y un .9% sin agua potable en donde encontramos un variante fue que el 20% dijeron no contar con servicio telefónico.

2.3.5. Apoyos adicionales a la carrera.

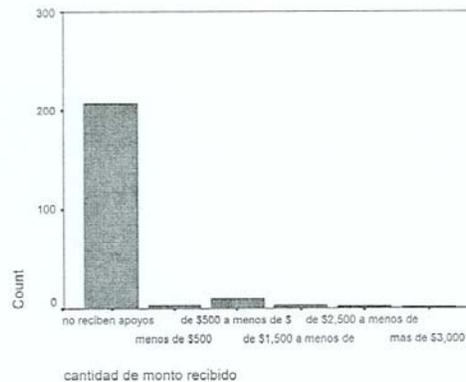
Grafica No. 11



De los datos obtenidos del cuestionario aplicado encontramos que el alumno de la generación 2003-2 de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación, un 92% no cuentan con apoyo adicionales para el desarrollo de sus actividades académicas, tomando en cuenta que el 2.2% de ellos tienen crédito educativo y el otro 2.2% cuentan con becas. Pero también recordemos que pertenecen a familias con ingresos mensuales menores a 6000 pesos.

2.3.5.1 Monto mensual de apoyo recibido

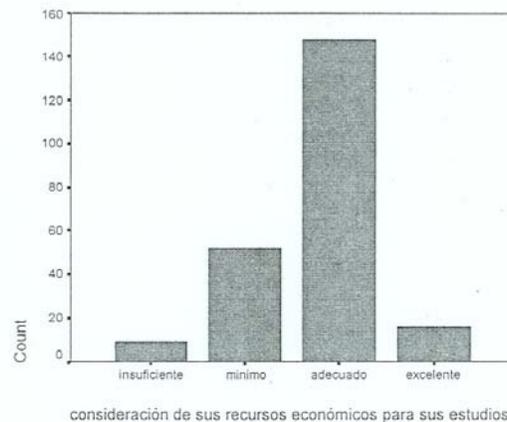
Grafica No. 12



De los alumnos que dijeron en su mayoría no tienen apoyo económico, de los que reciben apoyo ya sea beca o crédito educativo, tienen un monto mayor a los \$500 pesos y menor a 2000 pesos.

2.3.6. Consideración de sus recursos económicos para sus estudios

Grafica No. 13

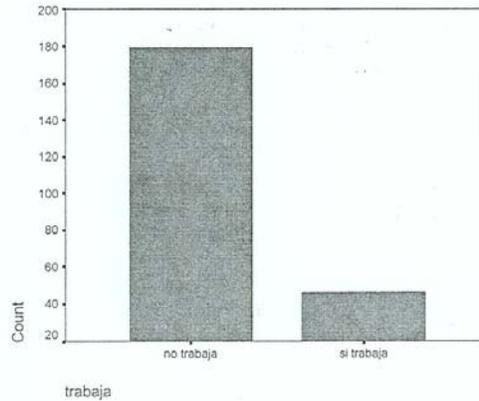


Los alumnos consideran sus recursos económicos para sus estudios es 65.8% adecuados, 23.1% dice que son mínimos, pero el 7.1% señala que son excelentes, 4% los considera insuficientes.

Un 72.9% considera favorables los recursos de apoyo a sus estudios por lo que deberíamos analizar propuestas que permitieran aumentar este índice ya que consideramos que es un factor determinante para el desarrollo de la trayectoria escolar de los estudiantes, por lo que si bien es cierto menos de la mitad manifiestan tener condiciones no adecuadas para sus estudios es importante que todos tengan recursos económicos para no obstaculizar su trayectoria escolar y eficiencia Terminal.

2.4. Situación laboral del alumno.

Grafica No. 14



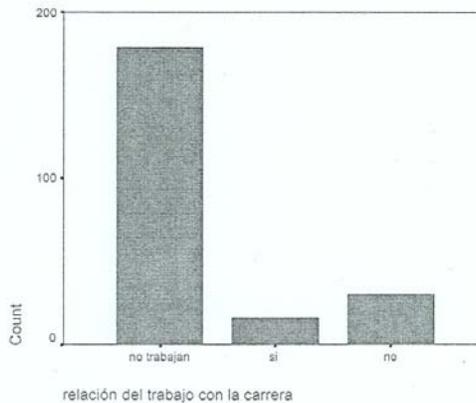
Estos datos nos demuestran que la mayoría de los estudiante de la generación 2003-2 de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, no trabajan (79.6%), y un 20% señala tener empleo.

Del 20% que trabaja un 7.6% de los alumnos cuentan con un trabajo de base, un 8% es eventual, el .9% es negoció propio y 1.8 negoció familiar.

Lo anterior lo podemos relacionar con el hecho de que trabajan pero no necesariamente la percepción económica la emplean en el sostenimiento de sus estudios, dicen que estos son sostenidos por los padres.

2.4.1. Relación del trabajo de los alumnos con la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Grafica No. 15



De los resultados anteriores se puede decir:

- 179 alumnos no cuentan con un trabajo, lo que representa un 79.6%.
- 16 alumnos de los que trabajan si tienen relación con la Licenciatura, lo que responde a un 7.1%.
- 30 alumnos de los que trabajan no tiene relación con la Licenciatura las practicas que desempeñan, lo que responde a un 13.3%.

Esto nos indica que con respecto a los alumnos que trabajan la mayoría de estos no tienen ninguna relación con la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación con un porcentaje de 13.3%, y el 7.1% si tienen relación con la Comunicación.

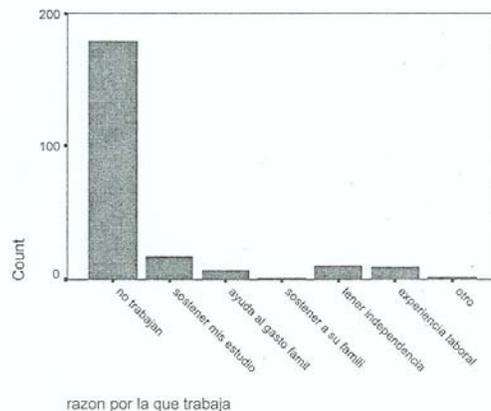
Este aspecto debería observarse como elemento de tutoría estudiantil donde se le indique al alumno la importancia de laborar en actividades propias de la profesión lo que permite poner en práctica en el mercado laboral los

Perfil de Ingreso Real de la generación 2003-2 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora: Análisis socioeconómico y percepción del los alumnos sobre la profesión de la comunicación..

conocimientos adquiridos en su proceso de formación fortaleciendo su formación profesional.

2.4.2. Razón por la que trabaja el Alumno.

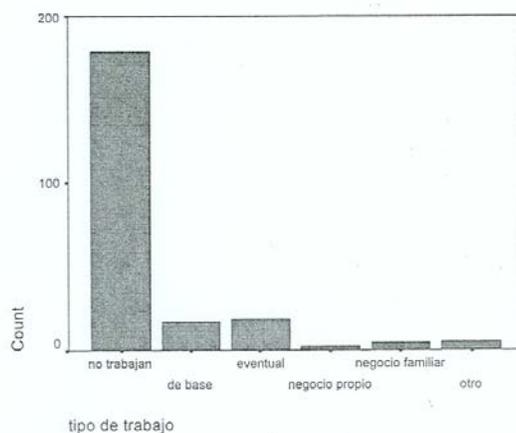
Grafica No. 16



En la grafica anterior podemos observar la razón por la cual los estudiantes de la licenciatura trabajan, ya que la mayoría de ellos no lo hacen, concluimos que los que trabajan la principal causa es para sostener sus estudios con un 7.6% mientras que 4.4% para tener una independencia económica, es importante mencionar que 4% señalan que para tener experiencia laboral, con un 3.1% tenemos que para ayudar con los gastos familiares, con .9% encontramos por otras razones y por ultimo tenemos que el .4% tienen que trabajar para sostener a su familia.

2.4.3. Tipo de trabajo

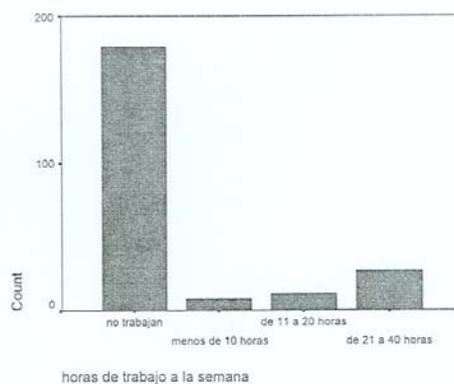
Grafica No. 17



El tipo de empleo que tienen los alumnos es en un 8% eventual mientras que solo 7.6% tienen un trabajo de base, el 1.8 es negocio familia el .9% tienen un negocio propio.

2.4.4. Horas de trabajo a la semana

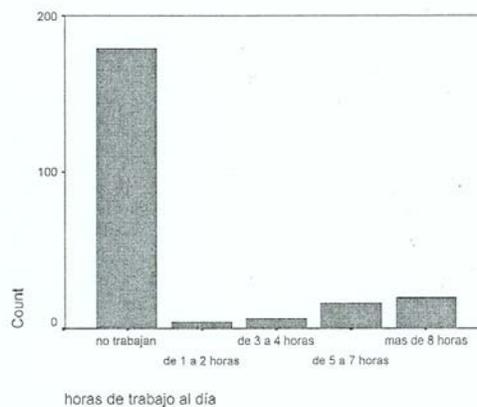
Grafica No. 18



El tiempo que trabajan a la semana es en su mayoría entre 21 a 40 horas con un 12%, y un 4.9% su jornada laboral a la semana es entre 11 a 20 horas mientras que con un 8% trabajan menos de 10 horas.

2.4.5. Horas de trabajo al día

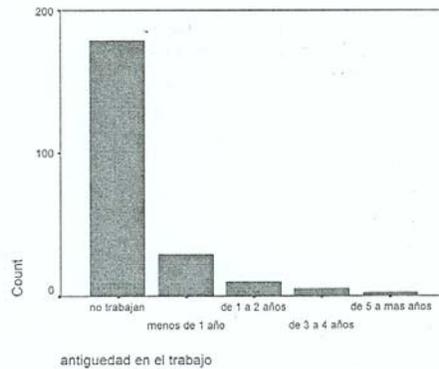
Grafica No. 19



En esta caso los alumnos que dijeron si trabajar, las horas que trabajan quedan distribuidas de la siguiente manera: al día son con un 8.9% mas de ocho horas, de 7.1% laboran entre 5 y 7 horas, mientras que con un 2.7% de 3 a 4 horas y con solo 1.8% de 1 a 2 horas al día.

2.4.6. Antigüedad en el trabajo

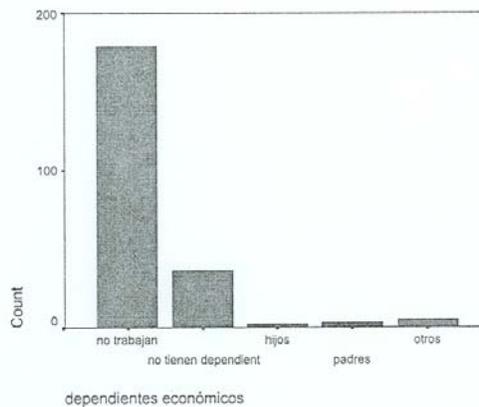
Grafica No. 20



Los alumnos de la generación 2003-2 de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación de la UNISON, que dijeron trabajar en el momento en que se le aplicó el instrumento no poseen una antigüedad relevante en el trabajo, la mayoría su trabajo es eventual, ya que el 12.9% de ellos tienen menos de un año laborando, con un 4.4% tienen una antigüedad de 1 a dos años, de 3 a 4 años con un 2.2% y con solo el .9% tienen más de cinco años en el empleo.

2.4.7. Dependientes económicos.

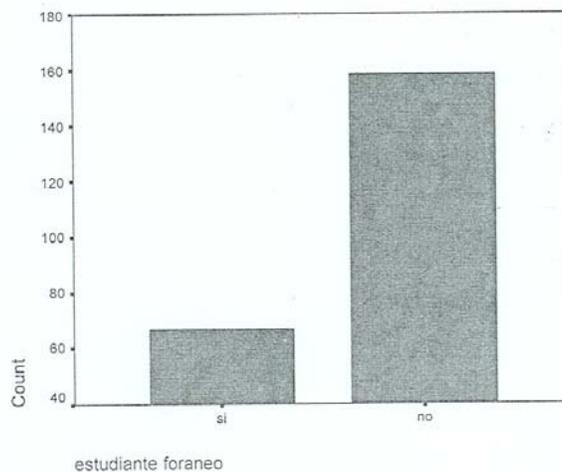
Grafica No. 21



Esto nos indica que de los alumnos que se encontraban trabajando el 16% no cuentan con dependientes, mientras que el 1.9% tienen que mantener a sus padres y con un .9% tienen que solventar los gastos de sus hijos, pero el 2.2% tiene como dependientes a otros.

2.5. Estudiante foráneo

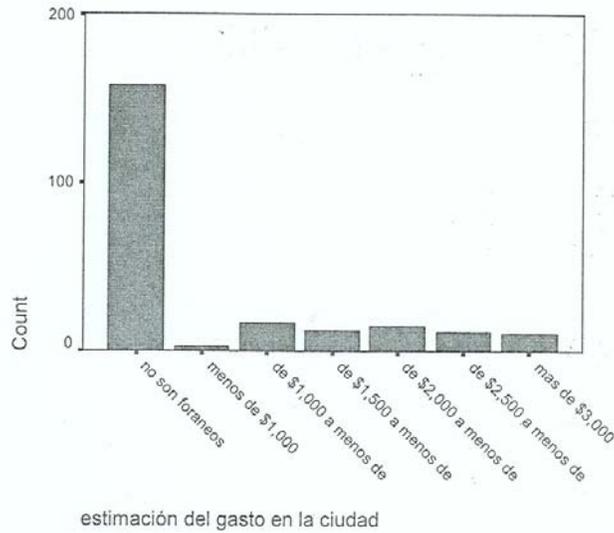
Grafica No. 22



La Universidad de Sonora se caracteriza por su diversidad de estudiantes foráneos, ya que llegan a ella, estudiantes de todos los municipios del Estado de Sonora. Concluyendo de la grafica numero 22 que los alumnos de la 2003-2 de la licenciatura en Comunicación son residentes de Hermosillo, lo que representa un 70.2%, y con un 29.8% si es foráneo. Es decir su lugar de origen es algún municipio de la entidad, aspecto que se relaciona con la pregunta ¿con quien viven? Donde un 89.3% señalo que con los padres.

2.5.1. Estimación del gasto en la ciudad.

Grafica. No. 23

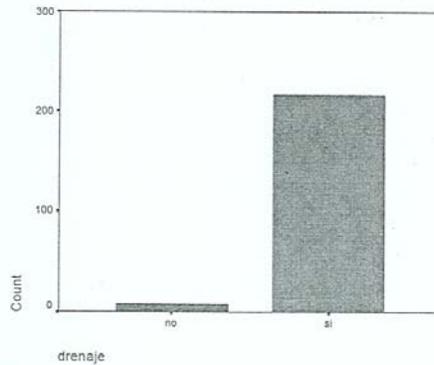


Por otra parte se puede decir que los alumnos foráneos que radican en Hermosillo por los estudios su gasto estimado al mes es su mayoría es de 1,000 a menos de de 1,500 con un 7.1%, mientras que con un 6.7% monto es de 2, 000 a menos de 2,500, de 1,500 a 2,000 el 5.3%, por otro lado con el 4.9% gastan en la ciudad de 2,500 a 3,000, con un porcentaje similar tenemos con el 4.4% que gastan mas de 3,000 al mes y por ultimo con el 1.3% tenemos a los que ganan menos de 1,000.

2.6. Servicios en la vivienda

2.6.1. Drenaje

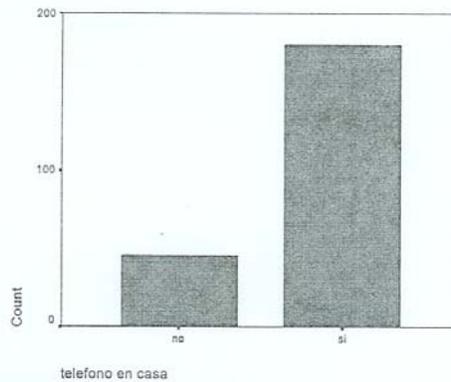
Grafica No. 24



En este caso un 96.4% cuenta con servicio de drenaje, mientras 3.6 % no. Viven en zonas urbanas de aquí que este es un factor que los beneficia con este servicio.

2.6.2. Teléfono en casa

Grafica No. 25



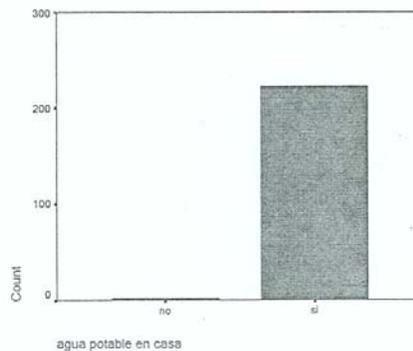
Hoy en día la comunicación entre las personas es muy importancia por eso el hombre a creado diversas herramientas para llevarla acabo como en el caso del

Perfil de Ingreso Real de la generación 2003-2 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora: Análisis socioeconómico y percepción del los alumnos sobre la profesión de la comunicación..

teléfono, los alumnos de la generación 2003-2 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación que cuentan con este servicio es un 80%, y el 20% no tiene línea telefónica en casa.

2.6.3. Agua potable en casa

Grafica No. 26

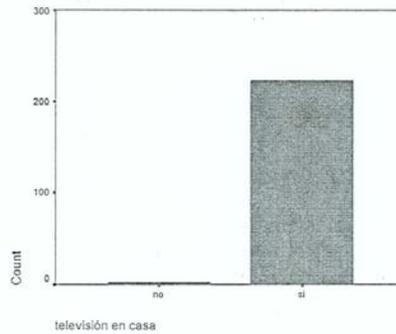


El 99.1% de los estudiantes tienen agua potable en casa, mientras que .9% carecen de este servicio. Lo que indica condiciones favorables en los que se refiere a servicios.

2.7. Medios y nuevas tecnologías en el hogar

2.7.1. Televisión en casa

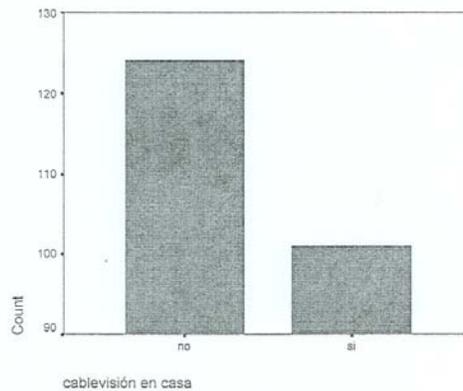
Grafica No. 27



La grafica anterior muestra que el 80% si cuentan con televisión y un 20% señalo no tener este medio de comunicación en el hogar.

2.7.2. Cablevisión en casa

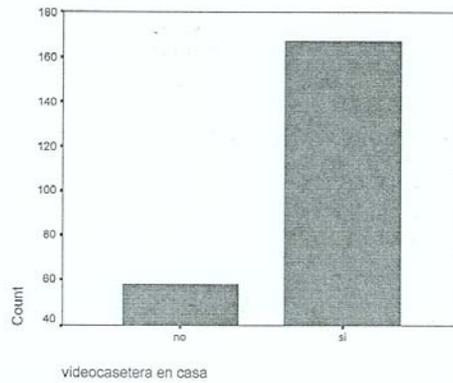
Grafica No. 28



Podemos deducir que respecto a esto los estudiantes el 55.1% no tienen el sistema de cablevisión en su hogar y el 44.9% si tienen el servicio en su casa.

2.7.3. Video casetera en casa

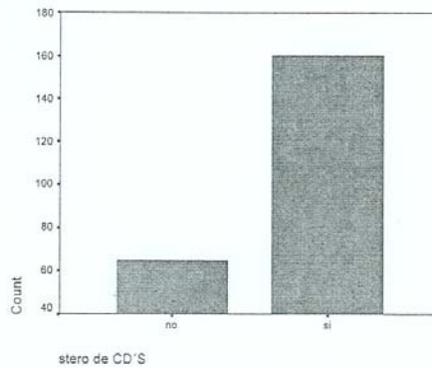
Grafica No. 29



En la grafica anterior podemos observar el 74.2% tiene una reproductora de video en el hogar, pero el 25% no la tiene.

2.7.4. Stereo de CD'S

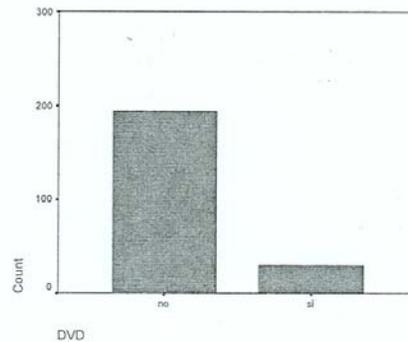
Grafica No. 30



En este caso el 71.1% de los estudiantes tienen en su casa un aparato stero de cd's y mientras que el 28.9% no lo tiene.

2.7.5. DVD

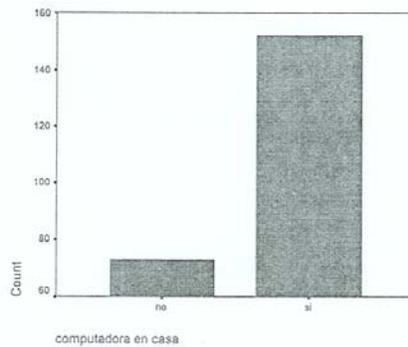
Grafica No. 31



El 13.3% dijeron tener DVD en casa mientras que el 86.7% no.

2.7.6. Computadora en casa

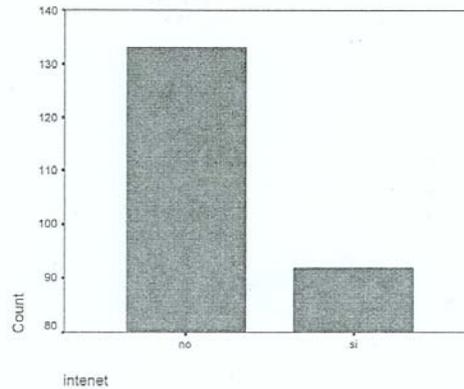
Grafica. No. 32



Una de los artículos de apoyo al trabajo académico para un estudiante es la computadora en casa, un 67.4%, mientras que el 32.6% no tienen. Por lo que evaluamos como regular el hecho de que más de la mitad dijo tener esta tecnología en el hogar, lo que faltaría saber es el uso que hacen de ella.

2.7.7. Internet

Grafica No. 32

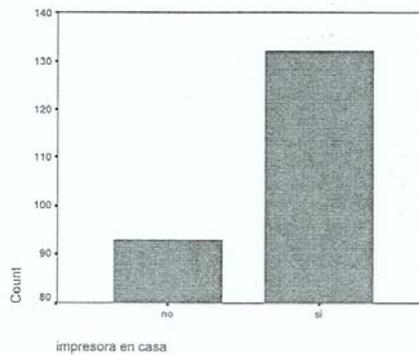


El Internet como nueva tecnología de información y comunicación es complemento para obtención de información y el para el perfil profesional de un futuro comunicólogo es imprescindible, y un 59.1% dijo no tener este servicio, pero el 40.9% si. Lo que implica que más de la mitad carecen de este servicio que si se logra usar de apoyo al trabajo intelectual por el alumnado, es un complemento eficaz para ello.

En este caso es mas alto el porcentaje de los que tienen computadora 67.4%, sin embargo menos de la mitad cuenta con servicio de internet ya que solo un 40.9% del total señala contar con este servicio.

2.7.8. Impresora en casa

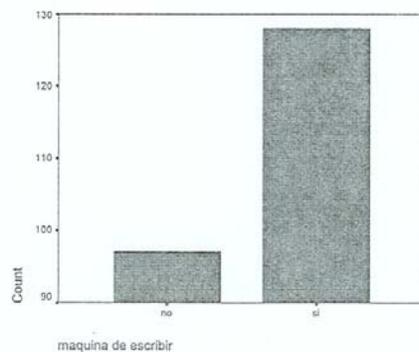
Grafica No. 33



El 56.9% tienen una impresora en casa lo que nos indica que 43.1% no la tiene. Lo que indica condiciones regulares para el trabajo académico en el hogar.

2.7.9. Maquina de escribir

Grafica No. 34

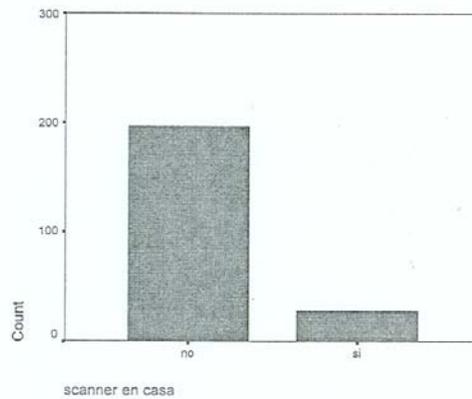


Maquina de escribir tiene el 56.9% y el 43.1% no la posee. Esto es un indicador importante ya que nos proporciona información sobre las condiciones que el alumno tiene para el cumplimiento de régimen académico en el hogar en

este caso seria prioritario que el total contara no con maquina de escribir sino con una computadora que les facilitara el trabajo que estos deben desarrollar fuera del aula como es tareas, consulta de información, entrega de reportes escritos, entre otras.

2.7.10. Scanner en casa

Grafica. No. 35

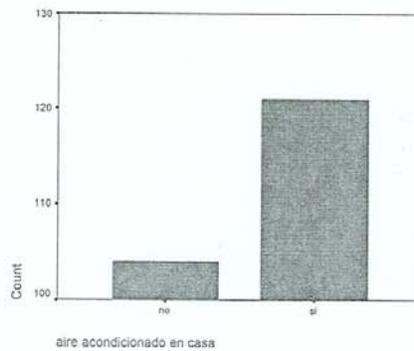


Un 87.6% no tienen scanner en su casa, y el 12.4 si lo tiene.

2.8. Artículos electrodomésticos

2.8.1. Aire acondicionado en casa

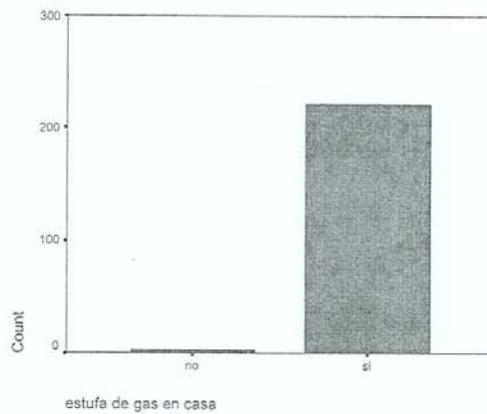
Grafica No. 36



El 53.8% de los estudiantes tienen aire acondicionado en casa mientras que el 46.2 no la tienen.

2.8.2. Estufa de gas en casa

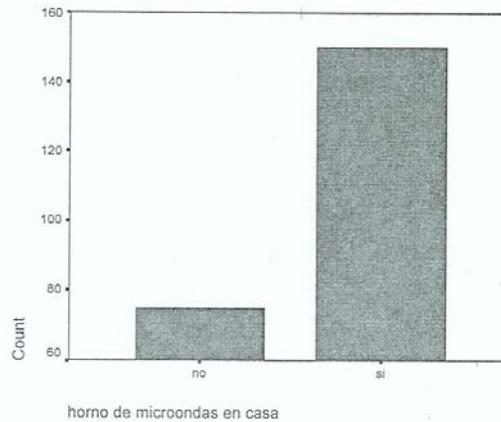
Grafica No. 37



Tan solo un 1.3% los estudiantes no cuentan con una estufa de gas en su hogar mientras que la mayoría de ellos el 98.7% si poseen el articulo.

2.8.3. Horno de microondas en casa

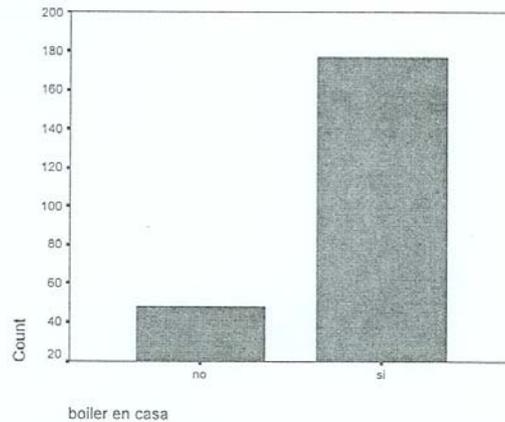
Grafica No. 38



Los estudiantes que tienen horno de microondas en casa con el 66.7% y 33.3% no cuentan con este artículo electrodoméstico.

2.8.4. Boíler en casa

Grafica No 39

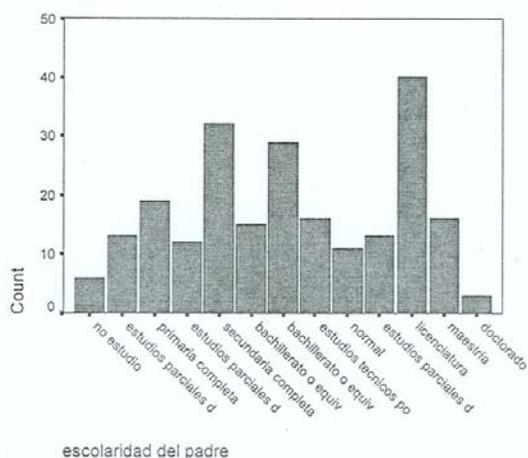


El 78.7% de nuestro objeto de estudio tienen boiler en su residencia, mientras que el 21.3% no tienen.

2.9. Escolaridad de los padres.

2.9.1. Escolaridad del padre

Grafica No. 40



Otro de los rubros de análisis fue la escolaridad del padre, en donde encontramos que el 17.8% cuentan con una licenciatura, 14.2% tienen estudios de Secundaria, el 12.9% tienen concluidos sus estudios de bachillerato, 8.4% solo tienen sus estudios de primaria, el 7.1% cuenta con estudios de maestría y de igual manera los de estudios técnicos post-bachillerato, 6.7% tienen sus estudios de preparatoria incompleto, con 5.8% tenemos que los padres de los estudiantes estudios parciales de licenciatura mientras que con el mismo porcentaje tienen estudios parciales de primaria, y en el caso de estudios parciales de secundaria son el 5.3%, el 4.9% estudiaron en la normal, el 2.7% no estudio y por último con solo el 1.3% tienen estudios de doctorado.

El 26.2% de los padres logro estudios de educación superior (Licenciatura, maestría y doctorado.) si bien es cierto la escolaridad es heterogena, este índice es bajo pero en comparación con aquellos que dijeron no tener estudios 2.7% es

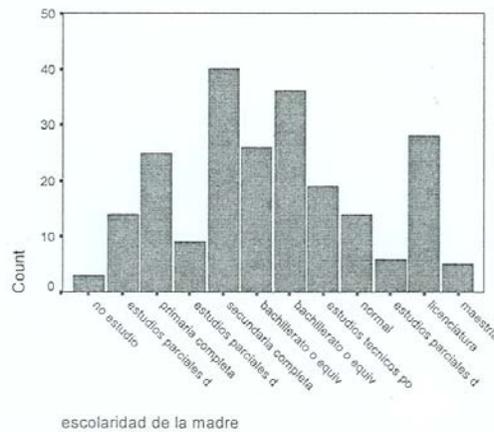
Perfil de Ingreso Real de la generación 2003-2 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora: Análisis socioeconómico y percepción del los alumnos sobre la profesión de la comunicación..

un dato relevante el cual se puede relacionar con el hecho de que menos del 20% de los padres logro estudios superiores al bachillerato existe la expectativa de que la generación a la que pertenece su hijo logre egresar de una licenciatura.

Por otra parte debemos relacionar la percepción económica del padre con el nivel de escolaridad que posee ya que recordemos que el ingreso familiar es inferior a 6000 pesos mensuales.

2.9.2. Escolaridad de la madre

Grafica No. 41



En el caso de la madre sus estudios son: el 17.8% termino su secundaria, 16% completo su bachillerato, 12.4% tienen una licenciatura, 11.6% no concluyo su bachillerato, 11.1% termino su primaria, el 8.4% realizo estudios técnicos post-bachillerato, 6.2% no termino la primaria y de igual manera están las que estudiaron en la normal, por otro lado encontramos con el 4% a las que no terminaron la secundaria, con el 2.2% tenemos a las de maestría, con 2.1 tiene sus estudios de bachillerato no concluido y por ultimo con el 1.3% con las que no tienen estudios.

Se observa que el nivel de escolaridad de la madre es inferior al del padre habiendo una diferencia de 5 puntos porcentuales menos en la escolaridad de la madre con estudios de licenciatura en comparación del padre, pero al igual que aquellas que poseen estudios de maestría y ninguna realizo estudios de doctorado.

2.10. Trayectoria escolar.

En este apartado interesa dar fe de la trayectoria escolar que conforma la historia estudiantil de la generación objeto de análisis, así como también saber en que sector educativo se han formado es decir público o privado.

2.10.1. Nivel preescolar

Cuadro 2

	Frecuencia	Porcentaje
Publica	185	82.2
Privada	40	17.8
Total	225	100.0

La educación preescolar de los alumnos de esta generación, el 82.2% en instituciones de educación publicas y el 17.8 en privadas.

2.10.2. Nivel primaria

Cuadro 3

	frecuencia	Porcentaje
publica	187	83.1
privada	38	16.9
Total	225	100.0

Un 83.1% de los estudiantes hizo su educación primaria en escuelas publicas, mientras que en escuelas privada la cursaron el 16.9%.

2.10.3. Nivel secundaria

cuadro 4

	Frecuencia	Porcentaje
privada	195	86.7
privada	30	13.3
Total	225	100.0

El 86.7% realizo sus estudios de secundaria en escuelas del sector publico y 13.3% en instituciones privada.

2.10.4. Nivel preparatoria

Cuadro 5

	Frecuencia	Porcentaje
publica	179	79.6
privada	46	20.4
Total	225	100.0

Los estudios de preparatoria el79.6% de los estudiantes los cursaron en instituciones publicas, y el 20.4% en privadas.

2.10.5. Estudios técnicos

cuadro 6

	Frecuencia	Porcentaje
no hizo estudios técnicos	148	65.8
Publica	67	29.8
Privada	10	4.4
Total	225	100.0

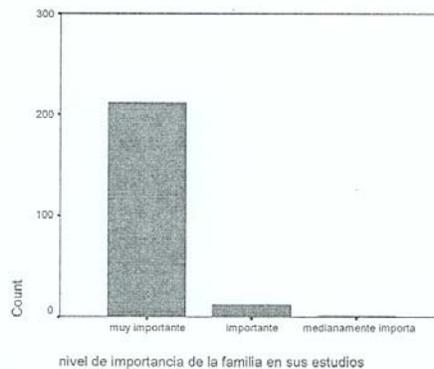
Perfil de Ingreso Real de la generación 2003-2 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora: Análisis socioeconómico y percepción del los alumnos sobre la profesión de la comunicación..

El 65.8% no realizo estudios técnicos, el 29.8 % los realizo en escuela publicas mientras que el 4.4% los curso en instituciones privadas.

Esta generación a cursado preferentemente sus estudios en instituciones del sector publico lo que se vincula directamente con el nivel socioeconómico que se deduce a partir del ingreso familia, aunque se observa un ligero aumento de los que ingresaron a escuelas del sector privado en bachillerato donde un 20.4% concluyo sus estudios en este sector.

2.11. Nivel de importancia de la familia en sus estudios

Grafica No. 42



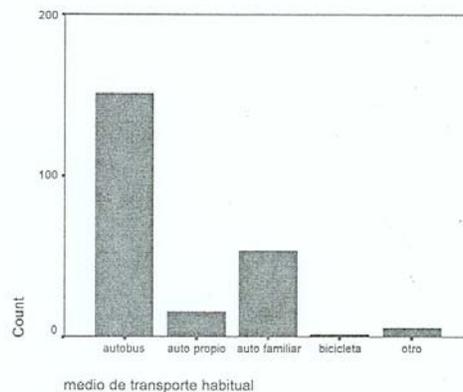
El nivel de importancia que tiene la familia del alumno sobre sus estudios es muy importante lo que representa el 94%, a lo que respecta al 5.3 dijo ser importante, pero el .4% lo toma como medianamente importante.

La percepción del alumno sobre la relevancia familiar de "ser estudiante universitario", "tener posibilidades de concluir estudios de educación superior", es un aspecto importante en estudios de perfiles de ingreso por que se relaciona con

identidad y valoración positiva o negativa para la trayectoria escolar, por ello en este caso creemos que esta generación cuenta con un indicador de motivación alto en cuanto que perciben un 94% que es muy importante en el contexto familiar el hecho de de que estos sean estudiantes universitario.

2.12. Medio de transporte habitual

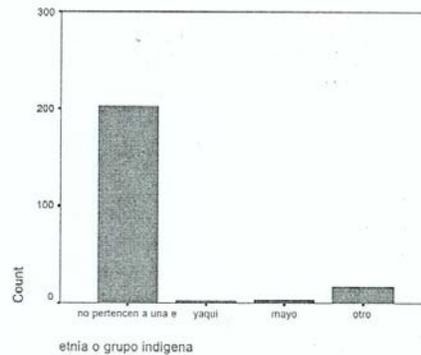
Grafica No. 43



En esta grafica podemos ver en primer termino que los alumnos utilizan como medio habitual el autobús con el 67.1%, y el 23.6% se trasladan en auto de la familia, en tercer termino los que tienen auto propio con el 6.7%, 2.2% utilizan otros medios de trasporte, y por ultimo los que andan en bicicleta con el .4%.

2.13. Etnia o grupo indígena

Grafica No. 44



De lo anterior se puede concluir que la gran mayoría de los estudiantes de la generación 2003-2 no pertenecen a ninguna etnia o grupo indígena ya que lo representa el 90.2%, pero el 9.8% si pertenecen estando distribuidos de la siguiente manera: el 1.3% son al grupo mayo, el .9% a la etnia yaqui y el 7.9% en otros.

En el caso de la Universidad de Sonora hay apoyo de programa de becas para grupos indígenas que principalmente son de la región: alumnos yaquis y alumnos mayos.

Concluimos que conocer el perfil socioeconómico de una generación permite poseer conocimiento inicial sobre características de los estudiantes así como hacer primeras relaciones entre este factor y el académico.

Por lo tanto el análisis cuantitativo realizado a partir de la variables e indicadores que se describe en esquema No. 2, apporto conocimiento sobre características generales sociales económicas y trayectoria escolar de los padres y alumnos así como también nos ubica en comprender con que recursos y servicios generales cuenta en el hogar y que servios de apoyo al trabajo académico posee en el

Perfil de Ingreso Real de la generación 2003-2 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora: Análisis socioeconómico y percepción del los alumnos sobre la profesión de la comunicación..

contexto familiar para su desempeño académico, posibilidades de logro y eficiencia terminal.

*Bibliografía, Citas y Notas
Del Capítulo II.*

Ahumada, Fraujo (2001)	Tesis: "Perfil de ingreso real de la generación 2000-2004 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora: datos socioeconómicos. Hermosillo, Sonora. México.
ANUIES (2000)	Educación superior en el siglo XXI. Líneas estratégicas para su desarrollo en www.anui.es.mx
BARTOLUCCI, j. (1994)	Desigualdad social, educación superior y sociología en México. CESU; México.
Didriksson (2000)	Universidad de la innovación, una estrategia de transformación para la construcción de universidad del futuro. UNESCO. Gobierno de Zacatecas Universidad Autónoma de Zacatecas/ COBACH de Zacatecas. México, 2000. México 2000
Enciclopedia Microsoft Encarta (2000)	"Universidades," Enciclopedia "Universidades. Microsoft coration. Reservas todos los derechos. 1993-1999 Microsoft coration. Reservas todos los derechos
Martínez H. Olivia. (2001)	Perfil de ingreso a la Licenciatura en Psicología de la Universidad de Sonora, generación 1997-1998: un estudio exploratorio. Tesis. Universidad de Sonora. México
Peralta Montoya, José. (2002)	"Informe Final de la Jefatura del Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación 1998-2002."
Universidad de Sonora	Plan de Estudios 85-2 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora.
Ruiz Duran (1997)	El reto de la educación superior en la sociedad del conocimiento. Colección biblioteca de la Educación Superior. ANUIES, México DF.