

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

XVI CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE INNOVACIONES EN DOCENCIA E
INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

TEMÁTICA: DESARROLLO INTEGRAL DE LOS ALUMNOS.

LA COMUNICACIÓN COMO COMPETENCIA EN ALUMNOS DE LA FACULTAD DE
CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DE LA UAEMéx

QUE PRESENTAN:

L.A.E. ELENA ABAID ABRAHAM
M.A.E. ANTONIA CORDERA CARDENAS

Elena Abaid Abraham
Correo electrónico:
elena_abaid@hotmail.com
Teléfono: ofna: 01722-2721216
EXT. 114

Antonia Cordera Cárdenas
Correo electrónico:
a_cordera13@hotmail.com
Tel: ofna 01722-2721216
Ext. 107

Junio de 2013.

INDICE

Resumen.....	3
Introducción.....	4
Marco teórico	4
Aspectos conceptuales.....	5
Metodología.....	8
Tipo de investigación.....	9
Objetivo general.....	9
Objetivos específicos.....	9
Hipótesis.....	9
Selección de la muestra.....	10
Instrumento.....	12
Resultados.....	13
Propuestas y recomendaciones.....	14
Conclusiones.....	16
Bibliografía.....	17

RESUMEN

La efectividad en la comunicación, es diferente en cada estudiante, esta se deriva de actitudes y hábitos en cada persona, existiendo diferencias a nivel de género.

El presente trabajo expone los resultados derivados de la aplicación de un instrumento a 173 estudiantes de la facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma del Estado de México. Este instrumento estudia aspectos como; motivación hacia el estudio, gusto por la lectura y la redacción, nivel de participación en clase entre otros.

La presente ponencia incluye: descripción del problema, objetivo, metodología utilizada, resultados obtenidos, conclusiones y recomendaciones que consideramos procedentes y finalmente la bibliografía consultada.

Se pretende que este trabajo ayude a los lectores y particularmente a los profesores a tener una mejor visión de las necesidades, problemática y diferencias que los estudiantes enfrentan y actuar en consecuencia para que los niveles de educación superior crezcan día a día.

Cabe señalar que el estudio realizado arroja resultados valiosos que pueden apoyar futuras investigaciones que aborden con mayor profundidad los temas planteados.

Palabras Clave: Comunicación, Motivación Actitudes

Introducción

A partir de la problemática educativa se ha manifestado una seria preocupación en muchos países por vincular la educación con el desempeño, pues la experiencia ha mostrado que no siempre el contar con cierto grado de escolaridad garantiza que el egresado posea las habilidades “prácticas “ que requiere en el ámbito laboral y en la vida diaria.

Esta preocupación aparejó una amplia discusión y análisis acerca de la necesidad de lograr que los propósitos y resultados de la educación se queden en un nivel enunciativo y de planeación, sino que efectivamente permitan que los individuos encuentren en ella una formación que fortalezca su desarrollo integral y, sobre todo, que se traduzca en una posibilidad real de alcanzar el nivel de vida deseado en la sociedad actual. (Malpica,1996)

En base a lo anterior muchas universidades además de contar con planes y programas de estudio que incluyan los saberes teóricos y metodológicos más actualizados en sus unidades de aprendizaje se han dado a la tarea de basar sus planes de estudio en un enfoque de competencias, la Universidad Autónoma del Estado de México, no escapa a esta situación y particularmente en las áreas administrativa y contable ha puesto especial atención en dotar a los profesionistas en formación de las competencias que requerirán en su vida tanto laboral como personal.

Considerando que la comunicación es una competencia básica para los profesionales de la administración y la contaduría, decidimos analizar y evaluar el nivel de dominio que en dicha competencia presentan los alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración.

Marco teórico

Ante retos y prospectivas que implican reflexión y plantean la necesidad de cambio, se visualiza como prioritaria la formación de individuos que cuenten con competencias cognitivas que les permitan enfrentar, no sólo las situaciones de cambio y transformación del conocimiento, sino también contar con capacidades sociales que garanticen competencias al enfrentarse a un mundo globalizado. Retos que sólo podrán asumirse con acciones que permitan adecuar el ámbito educativo a las nuevas formas de producción del conocimiento, de su presentación y de sus usos sociales.

De ahí que la Facultad de Contaduría y Administración, como un organismo académico de la UAEM consciente de su responsabilidad social, se ha dado a la tarea de establecer

estrategias que le permitan hacer frente a estas exigencias del ambiente cambiante en que se encuentra inmerso, siendo una de ellas la innovación curricular con el fin de actualizar los contenidos programáticos de sus planes de estudio, incluyendo en ellos estructuras horizontales y programas de carreras flexibles que estimulen la interpretación y el ejercicio crítico entre alumnos y profesores, sometiendo a deliberación el conocimiento en un proceso continuo de transformación, análisis y diseño de estructuras que con base en la metodología de innovación curricular promovida por la propia universidad, involucrando el análisis de las dimensiones de pertinencia social y profesional de los programas educativos que se ofertan y así formar profesionales competentes, críticos, con visión humanística, científica y socialmente comprometida en la solución y propuestas de mejora a las demandas específicas de su campo de actuación, en sus aspectos profesionales y de generación de conocimientos.

Las nuevas estructuras económicas del país exigen mejorar el nivel de los servicios educativos pero, sobre todo, y de manera apremiante, adecuar el fondo y forma de la educación en sus diferentes niveles, especialmente en el superior, con el propósito de cumplir cabalmente con la misión que debiera guiar la conducta de todo profesionista: prestar sus servicios en y para beneficio de la sociedad.

Dentro del entorno institucional, demográfico y estatal que contextualiza a la UAEMéx. y tomando en cuenta lo expresamente expuesto en el Plan General de Desarrollo 2009-2013 de nuestra institución, relativo a que el desarrollo curricular abarca desde la consistencia de los planes y programas de estudio -en relación con las condiciones académicas internas- hasta su pertinencia frente a las necesidades sociales presentes y futuras, a las que la Universidad pretende dar respuesta con la formación de profesionales, se plantea la necesidad manifiesta y sistemática de actualizar los planes y programas de estudio vigentes, mediante un proceso de evaluación integral, que se encamine a dotar en forma permanente a los estudiantes de los conocimientos y competencias que requerirán en su vida profesional.

Aspectos conceptuales

Hellriegel (2002) sostiene que la competencia es un conjunto de conocimientos, destrezas, comportamientos y actitudes que necesita una persona para ser eficiente en una amplia gama.

La comunicación es la transferencia de información y entendimiento entre una persona y otra mediante símbolos que comunican significados, esto es un proceso que consiste en enviar, recibir y compartir ideas, actitudes valores, opiniones y hechos.

La competencia de comunicación es la capacidad de transmitir e intercambiar eficazmente información para entenderse con los demás. La competencia de comunicación va mas allá del uso de cierto medio, esto quiere decir que la buena comunicación puede consistir en: una comunicación frente a frente, redactar un documento formal, participar en una reunión, dar un discurso en un auditorio con personas de diferentes culturas o servirse de medios electrónicos para coordinar un equipo de trabajo cuyos integrantes trabajan en diferentes regiones del país o del mundo.

La comunicación no es algo que se haga “para otras personas, sino con ellas” puede ser formal o informal, y con frecuencia es un proceso dinámico que comprende recibir mensajes de los demás y transmitirlos. Además de hablar y escribir, supone escuchar, observar el lenguaje corporal y advertir de las claves sutiles a las que recurre a veces la gente para modificar el sentido de las palabras.

Dentro de esta competencia podemos referir sus dimensiones que son importantes para la efectividad de la comunicación.

Comunicación formal, es dar la información a las personas sobre los hechos y actividades destacados que los mantiene al corriente, el saber escribir claro, conciso y eficaz mediante una gran variedad de recursos informáticos, que permitirán una buena retroalimentación en cualquier organización.

Comunicación informal, promueve una comunicación en dos sentidos: solicita retroalimentación, escucha y propicia una interacción de preguntas y respuestas, crea relaciones interpersonales sólidas, y tiene la capacidad de saber lo que siente la otra persona.

Negociación, finca buenas relaciones e influye en los superiores, actúa en forma decisiva y justa al manejar la problemática de la institución, negocia con eficacia funciones y recursos en defensa del equipo.

El comunicador eficaz, es una persona que tiene credibilidad y que sabe escuchar, tiene la habilidad, para canalizar el nerviosismo, relajarse, comprometerse con sus ideas, y cultivar una actitud receptiva.

McEntee (1996) señala que el comunicador eficaz debe tener conocimientos técnicos que le permitan, manejar la comunicación no verbal (la acción corporal y los gestos faciales), analizar al público y saber enfocarlo, selección de temas, preparar el mensaje, buscar información, practicar el discurso y contestar las preguntas.

Uno de los objetivos en la comunicación es poder transmitir un mensaje y que llegue a la persona adecuada en forma clara y entendible, aunque existen actitudes hostiles que a veces no permiten escucharlo con claridad. Lo importante es desarrollar el hábito de escuchar para identificar ideas y no detalles, distinguir entre las ideas principales y la evidencia que usa para apoyarlas.

Fernández (1993) afirma que los estudiantes que recién inician el estudio de esta competencia la encuentran con frecuencia difícil e impráctica, la razón es que se les dificulta la lectura y la comprensión de la misma, pero con el desarrollo de la competencia de comunicación podrán tener una herramienta poderosa siempre y cuando sea una constante, para obtener el éxito, y ser eficaces al hablar con un vocabulario amplio, y escuchar correctamente lo que el mensaje tiene.

Cuando el estudiante adquiere la habilidad para comunicarse con otras personas con sensibilidad y efectividad, ha dado un paso enorme hacia el desarrollo de una alta capacidad para poder actuar en una gran variedad de situaciones, con esto puede tener una poderosa herramienta de aprendizaje para comprender el comportamiento verbal y no verbal, para dar, para compartir y para comunicar sus necesidades en una forma apropiada.

Comunicación en las organizaciones

Al constituir las organizaciones el principal ámbito de desarrollo laboral para los profesionales de la administración, la contaduría, la informática y la mercadotecnia; es importante tomar en cuenta que la comunicación será un instrumento que los encamine hacia el éxito.

Koontz (1998) resalta que en las empresas de hoy la comunicación debe fluir más velozmente que antes. Incluso una breve interrupción en una línea de producción de movimiento acelerado puede resultar muy costosa, por lo tanto es esencial que los problemas sean comunicados rápidamente para que sea posible aplicar acciones preventivas y correctivas. Otro elemento importante es la cantidad de información, la que ha aumentado enormemente en el transcurso del tiempo, provocando las más de las veces sobrecarga de información. Los administradores

requieren la habilidad para transmitir información pertinente que contribuya a una buena toma de decisiones y desarrollar adecuados niveles de comunicación en la organización (ascendente, descendente, horizontal y cruzado).

Robbins (2004) sostiene que la comunicación cumple cuatro funciones principales en un grupo u organización:

- Control.- La comunicación sirve para controlar de varias maneras la conducta de los miembros.
- Motivación.- La comunicación fomenta la motivación al aclarar a los empleados lo que hay que hacer, qué tan bien lo están haciendo y qué puede hacerse para mejorar su desempeño.
- Expresión emocional.- La comunicación proporciona un escape para la expresión emocional de sentimientos y de satisfacción de necesidades sociales.
- Información.- La comunicación facilita la información que los individuos y los grupos necesitan para tomar decisiones al transmitir datos para identificar y evaluar opciones alternativas.

Metodología

Descripción del problema:

El problema de investigación queda plasmado en las siguientes preguntas:

¿La formación académica que reciben los alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma del Estado de México contribuye a desarrollar y fortalecer la competencia de comunicación?

¿Existen diferencias de acuerdo a la orientación de la licenciatura, del género o del semestre cursado en cuanto a la efectividad en la competencia de comunicación?

Tipo de investigación:

El trabajo que aquí se presenta es de tipo exploratorio, descriptivo y correlacional. Exploratorio debido a que el tema ha sido poco estudiado; descriptivo ya que posterior a su análisis se explicarán las situaciones que se detecten y correlacional, ya que se analizará la relación que exista entre las diferentes variables que se consideren en el estudio.

Objetivo general:

Establecer un diagnóstico sobre el impacto que tiene la formación profesional en los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma del Estado de México en el desarrollo y fortalecimiento de la comunicación oral, transmisión adecuada del mensaje, vocabulario para un manejo adecuado de información así como determinar la relación que guarda en base a licenciatura que estudian, género y semestre cursado y proponer acciones tendientes a incrementar la efectividad y generar estrategias que puedan ser aplicadas a nivel personal y organizacional y como consecuencia se traduzcan en un mejoramiento del nivel de seguridad, satisfacción personal y laboral.

Objetivos específicos:

Referente al trabajo se busca evaluar:

- Comunicación oral;
- Transmisión adecuada del mensaje;
- Vocabulario;
- Escucha receptiva;
- Nivel de expresión escrita;
- Sensibilidad empática;
- Manejo adecuado de información;
- Defensa de puntos de vista propios.

Hipótesis:

H₁: Las licenciaturas cursadas: Administración, Contaduría e Informática Administrativa, en, inciden en el nivel de efectividad de comunicación de los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma del Estado de México.

Se espera que los alumnos de las Licenciaturas cursados en administración, contaduría e informática administrativa, influyan o no en la efectividad de la comunicación entre estudiantes de la facultad de contaduría y administración.

H2: Las licenciaturas cursadas: Administración, Contaduría e Informática Administrativa, en conjunto con el semestre cursado, no inciden en el nivel de efectividad de comunicación de los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma del Estado de México.

Se espera que los alumnos de los distintos semestres cursados en las licenciaturas en administración, contaduría e informática administrativa, influyan / o no influyan en la efectividad de la comunicación entre estudiantes de la facultad de contaduría y administración

H3: Las licenciaturas cursadas: Administración, Contaduría e Informática Administrativa, en conjunto con el género, no inciden en el nivel de efectividad de comunicación de los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma del Estado de México.

Se espera que el género en los alumnos, no influya en la efectividad de comunicación entre los estudiantes, ya que, en la actualidad, estamos inmersos desde 1950 en una lucha por la equidad de género, donde la mujer cada día es más capaz de realizar las mismas labores que realiza el hombre

Selección de la muestra:

- **Unidad de Análisis:** El universo estuvo constituido por los 1286 alumnos inscritos en los semestres seleccionados para la investigación, distribuidos de la siguiente manera

Profesión \ Semestre	L.A.	L.C.	L.I.A.
Tercero	170	156	85
Quinto	158	159	111
Noveno	153	209	85

- **Tamaño de la muestra:**

La presente investigación se desarrolló en los meses de marzo y mayo de 2013 con la participación de 173 estudiantes de las licenciaturas de Administración, Contaduría, e Informática Administrativa, los grupos fueron elegidos al azar y se integró de la siguiente manera:

Semestre	Género	Licenciatura		
		Administración	Contaduría	Informática Admva.
		Número encuestados	Número encuestados	Número encuestados
Tercero	Masculino	13	7	0
	Femenino	31	22	1
Quinto	Masculino	16	4	9
	Femenino	29	4	2
Noveno	Masculino	6	0	10
	Femenino	6	5	8
Total:		101	42	30

La aplicación se llevó a cabo con apoyo de profesores de asignatura que accedieron a aplicar el instrumento a la hora de sus clases.

- **Tipo de muestra:** no probabilística.

Para verificar que la muestra fuera confiable se aplicó la siguiente fórmula (Munch, 2002)

$$N = 1286$$

$$n = ?$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$e = 0.10$$

$$Z = 1.65$$

$$n = \frac{Z^2 pq N}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1.65)^2(0.50)(0.50)(1286)}{(1286)(0.10)^2 + (1.65)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(2.7225)(0.50)(0.50)(1286)}{12.86 + (2.7225)(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{875.28}{12.86 + 0.6806}$$

$$n = \frac{875.28}{13.5406}$$

$$n = 64.64$$

En donde: Los valores considerados son:

n= Tamaño de la muestra Z= 1.65 (tabla de distribución normal para el 90% de confiabilidad)

Z= Nivel de confianza

N= Universo N= 1286 alumnos

p= probabilidad a favor p= 0.50

q= probabilidad en contra q= 0.50

e= error en estimación e= 10%

Nota: Al ser la muestra mayor al mínimo requerido se garantiza el nivel de confianza.

Instrumento:

Al no encontrar un instrumento adecuado para los fines del presente trabajo se diseño el instrumento que se presenta a continuación y que se denomina: Instrumento para medir el Porcentaje de Efectividad en la Comunicación.

Porcentaje de Efectividad en la Comunicación

Califica cada uno de los enunciados de acuerdo a la siguiente escala

1.-Nunca 2.-Raramente 3.-A veces 4.-Casi siempre 5.- Siempre

Núm.	Pregunta	1	2	3	4	5
1	Al hablar me expreso en forma oportuna y correcta					
2	El tono y volumen de voz son adecuados para el mensaje que transmito					
3	Encuentro las palabras adecuadas y suficientes al hablar					
4	Logro captar el interés de quienes me escuchan					
5	Transmito adecuadamente la información requerida					
6	Coordino satisfactoriamente mi lenguaje oral con el corporal					
7	Escucho con atención					

8	Al conversar , escucho sin interrumpir a mi interlocutor						
9	Escribo claro, conciso y en forma eficaz						
10	Me siento capaz para realizar presentaciones en público						
11	Al comunicarme intento entender los sentimientos y puntos de vista de los demás						
12	Participo en discusiones y apporto fundamentos						
13	Establezco relaciones sólidas con la gente						
14	Negocio con eficacia cuando lo requiero						
15	Sé manejar con discreción la información que se me confía						
16	Controlo el uso de palabras altisonantes de acuerdo al medio						
17	Defiendo mis ideas aunque difieran del resto						
18	Sé reconocer mis errores ante los demás						
19	Acepto las críticas fundamentadas						
20	Define su objetivo antes de transmitir el mensaje						

Autoras: L.A.E. Elena Abaid Abraham y M.A.ES. Antonia Cordera Cárdenas, Profesores de Tiempo Completo Facultad de Contaduría y Administración. Universidad Autónoma del Estado de México

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS:

Semestre	Género	Licenciatura					
		Administración		Contaduría		Informática Admva	
		Número encuestados	% efectividad	Número encuestados	% efectividad	Número encuestados	% efectividad
Tercero	Masculino	13	76.77	7	79.28	0	0
	Femenino	31	78.94	22	76.04	1	68.0
Quinto	Masculino	16	81.53	4	76.50	9	77.91
	Femenino	29	84.43	4	77.50	2	68.00
Noveno	Masculino	6	80.33	0	0.0	10	80.4
	Femenino	6	84.33	5	81.40	8	81.75
Total:		101		42		30	

Análisis de resultados:

De las cifras presentadas en el cuadro anterior se refleja que en los primeros semestres el porcentaje de efectividad alcanzado por el alumno es baja y conforme avanza éste va aumentando situación que se aprecia con más fuerza en la licenciatura en administración.

Vale la pena resaltar que en términos generales la licenciatura que mayor porcentaje de efectividad reporta es la de administración, seguida por la de contaduría quedando en tercer término la de informática administrativa.

El contraste entre resultados obtenidos es muy marcado; ya que analizando los promedios más bajos se tiene: en informática 68%; contaduría 76.04% y administración 76.77%.

En cuanto al género se aprecia que en la mayoría de los casos la mujer presenta una mayor habilidad en la comunicación.

En el porcentaje que los alumnos alcanzan al llegar al noveno semestre, la licenciatura en administración supera en forma general entre un 3 y un 4 % a las licenciaturas en contaduría e informática.

Aunado al instrumento se anexaron dos preguntas que a la letra decían:

1.-¿Consideras que en tu formación académica en nuestra facultad se ha fortalecido la competencia de la comunicación?

Las respuestas afirmativas fueron de la siguiente manera: en administración 89.1%; en contaduría el 80.9% y en informática el 73.3%

2.-¿Qué acciones sugieres para fortalecer esta competencia?

Entre las principales sugerencias los alumnos señalaron:

- Impartición de talleres
- Círculos de lectura
- Foros de comunicación
- Cursos de oratoria
- Debates
- Convivencias y eventos y sociales
- Cursos de autoestima

Propuestas y recomendaciones:

Además de realizar las actividades propuestas por los alumnos se propone:

1. Concientizar a todos y cada uno de los profesores de las diferentes asignaturas que integran el plan de estudios sobre la importancia de desarrollar en el aula y fuera de ella actividades y trabajos que fortalezcan la competencia de comunicación tanto oral como escrita.

2. Fortalecer el trabajo en equipo, las exposiciones en clase y como trabajo final exposiciones en el auditorio ante autoridades y alumnos de las diferentes licenciaturas.
3. Promover cursos de asertividad, autoestima y relaciones humanas que brinden mayor nivel de seguridad a los estudiantes.
4. Organización de concursos de oratoria; debates y foros.
5. Incluir de manera obligatoria en todos los planes de estudio la asignatura de comunicación y reforzar todos los programas de estudio con actividades y criterios de desempeño que mejoren el nivel de comunicación en los estudiantes.
6. Fomentar la conciencia en los estudiantes de las licenciaturas en contaduría e informática, que aunque éstas tienen un perfil menos humanístico que el de la administración, todo profesional requiere para su desarrollo profesional y personal manejar adecuadamente la comunicación.

CONCLUSIONES

Un punto fundamental para mejorar el desempeño en la comunicación o en cualquier competencia es conocer fortalezas y debilidades. La aplicación del instrumento que aquí se propone permite a los estudiantes este conocimiento y dirigir sus esfuerzos a enfrentar los retos que requieran en logro de sus objetivos.

Por otra parte es necesario que los docentes comprendan que nuestros estudiantes presentan variaciones en la efectividad de la comunicación y que es necesario destinar tiempo y esfuerzo por ayudarlos a subsanar sus debilidades y ayudarlos a detectar sus fortalezas, reforzándoles su autoestima y propiciar un ambiente cordial en el aula.

La comunicación no es algo que se haga “para otras personas, sino con ellas” puede ser formal o informal, y con frecuencia es un proceso dinámico que comprende recibir mensajes de los demás y transmitirlos. Además de hablar y escribir, supone escuchar, observar el lenguaje corporal y advertir de las claves sutiles a las que recurre a veces la gente para modificar el sentido de las palabras.

BIBLIOGRAFÍA:

- 1.- Fernández C. & Gordon L. (1993) “*La comunicación humana*” México Editorial Mc Graw Hill
- 2.- Hellriegel D, & Slocum J. (2002) “*Un enfoque basado en competencias*” México Editorial Thomson 11ª. edición
- 3.- Sampieri R, & Fernández C.(1998), “*Metodología de la investigación*” México Editorial Mc Graw Hill; 2ª. edición
- 4.- Mc.Entee H. (1998) “*Comunicación oral*” México Editorial Mc Graw Hill
- 5.- Koontz, H. & Weihrich H. (2004) “*Administración una perspectiva global*” México Editorial Mc Graw hill 12ª. edición
- 6.- Lair & Ribeiro (2000) “*La comunicación eficaz*” México Ediciones Urano
- 7.- Malpica C. (1996) “*El punto de vista pedagógico*” en Argüelles, Hugo (Comp.). *Competencia laboral y educación basada en normas de competencia*. México, Limusa, p 123-140
- 8.- Munich, L. & Ángeles E.(2002) “*Métodos y técnicas de investigación*” México Editorial Trillas.