



Agosto 2017 - ISSN: 1989-4155

CONSUMISMO: ADMINISTRACIÓN ÁREA RECURSOS HUMANOS DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TECÁMAC (UTTec).

Ana Lilia Juana Rivero Esqueda¹

División Económico Administrativas

Profesora de tiempo completo

riveroanalilia@yahoo.com.mx

Mabilia Romero Guevara²

División Económico Administrativas

Profesora de tiempo completo

mromerog@uttecamac.edu.mx

Jacqueline Vargas López³

División Económico Administrativas

Profesora de tiempo completo

jakeva@hotmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Ana Lilia Juana Rivero Esqueda, Mabilia Romero Guevara y Jacqueline Vargas López (2017): "Consumismo: Administración área Recursos Humanos de la Universidad Tecnológica de Tecámac (UTTEC).", Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo (agosto 2017). En línea:

<http://www.eumed.net/rev/atlante/2017/08/consumismo-administracion-uttec.html>

Resumen

Entre las distintas causas de deserción de un estudiante en su formación académica además del aprovechamiento escolar es la falta de recursos económicos, la presente investigación tiene como finalidad; hacer una panorámica del gasto económico que realizan los alumnos en su estancia escolar en el nivel de Técnico Superior Universitario, en contexto con la situación escolar, familiar y social en la que se desenvuelven y poder llegar a obtener un título a nivel superior.

Palabras clave

Consumismo en la UTTec, Deserción en la UTTec, Universidad Tecnológica de Tecámac, Aprovechamiento Escolar, Proyectos y Actividades Extracurriculares de la UTTec

¹ Profesora de tiempo Completo de la Universidad Tecnológica de Tecámac, Lic. en Pedagogía, aspirante a Maestra en Educación.

² Profesora de tiempo Completo de la Universidad Tecnológica de Tecámac, Ing. en Sistemas Computacionales, Maestra en Gestión en Educación

³ Profesora de tiempo Completo de la Universidad Tecnológica de Tecámac, Lic. en Administración de Empresas.

Abstract

Among the different causes of desertion of a student in his academic training in addition to the school use is the lack of economic resources, the present research aims to; To make an overview of the economic expenditure that the students perform in their school stay at the level of Higher Technical University, in context with the school, family and social situation in which they develop and to be able to obtain a title at a higher level.

Key Words

Consumerism in the UTTEc, Desertion in the UTTEc, Universidad Tecnológica de Tecámac, School Harvesting, Projects and Extracurricular Activities of the UTTEc

INTRODUCCIÓN

Durante los primeros días de ingreso a la universidad los estudiantes tendrán muchas vivencias y experiencias que contar, es un tiempo de descubrimientos, pero también de mucha incertidumbre, algunos tienen cambios en su estado de ánimo pueden estar eufóricos, confundidos, tristes, desilusionados y esto provoca que cometan algunos errores durante sus horas clase; pero forma parte de crecer de enfrentarse a un mundo nuevo y aprender a tomar decisiones por sí mismos.

Los padres aprovechan al máximo para apoyar a sus hijos, en participar en una de las experiencias más importantes, iniciar una carrera universitaria, donde consideran que sus hijos se pueden desarrollar, adquirir madurez y seguridad personal y laboral, para incursionar a un nivel social más alto del que ellos como padres les ofrecen. Entonces estudiar en una universidad no solo es emocionante, es una inversión para el futuro de sus hijos.

Corresponde como estudiante universitario, estar consciente y apreciar los beneficios tanto personales, académicos y profesionales que se pueden obtener al lograr una carrera universitaria. Sin embargo cuando se ingresa a la universidad, tanto los padres de familia como los alumnos quizá tienen una idea vaga sobre los gastos que deberán de cubrir durante su estancia en ésta, la mayoría tendrá necesidades que no había contemplado, lo que puede provocar un desajuste económico en el presupuesto familiar y esto originar la deserción del estudiante en los primeros meses de su carrera.

Con el propósito de ahondar en este aspecto se realizó esta investigación cuyo interés fue buscar evidencias que pudieran mostrar cómo estas experiencias económicas vividas pueden originar o incidir en un abandono escolar por parte de los estudiantes. En un primer momento se trató de estimar la racionalidad del comportamiento de los alumnos y sus pretensiones al momento de racionalizar el consumo de materiales didácticos y escolares, para ello nos apoyamos de los relatos y testimonios de los mismos alumnos.

METODOLOGÍA

Para conocer el consumo y gasto de los materiales didácticos de los alumnos del nivel superior, se realizó una investigación transversal con la aplicación de una encuesta a una muestra de 60 alumnos de la Universidad Tecnológica de Tecámac, la encuesta se aplicó a alumnos del primer cuatrimestre y a alumnos del quinto cuatrimestre de la carrera de Administración: área Recursos Humanos. Siendo ésta de método cuantitativo, que contempló gastos de útiles escolares, materiales específicos, proyectos, materiales de tecnología y aportaciones para eventos extemporáneos. Así como entrevistas con la intención de aportar información cualitativa que nos ayude a que tanto influye el consumismo en la personalidad del estudiante y si es un factor importante de deserción escolar.

DESARROLLO Y JUSTIFICACIÓN

La universidad juega un rol muy importante en la vida del estudiante, ya que es, la que le trasmite el conocimiento intelectual y académico que le permitirá tener una transformación social y cultural

conduciéndolo a formar parte de un proceso integral, que incidirá sobre su formación profesional. La universidad es donde el alumno aprende y vive la realidad de una sociedad desconocida, donde todos y cada uno de sus compañeros llevan consigo una historia personal que refleja el comportamiento y formas de vivir, y a las que se tendrá que enfrentar.

Creemos que la universidad es un espacio de estudio, largas horas en la biblioteca, cantidad de tareas y proyectos por realizar, si bien es cierto que a la universidad se va a estudiar, la experiencia no se queda ahí, conlleva quehaceres culturales y sociales, navegar en redes sociales, desarrollar habilidades, conocer otros ámbitos y estilos de vida, implica participar en actividades deportivas, recreativas y sociales que le permitirá descubrir un mundo moderno, donde la misma universidad le exige integrarse al uso de la tecnología, a tener un sentido de comunidad y solidaridad, ya que los logros dependen de un trabajo en equipo.

Pero al formar parte de una comunidad universitaria, los estudiantes se enfrentan a una gran diversidad de sociedades, en donde la demanda es el consumismo de marcas reconocidas que en ocasiones el alumno desconocía, hasta que llega a la universidad; y es donde se desencadena el consumismo en los suministros y materiales didácticos y escolares que tendrá que utilizar durante su estancia en ésta.

Sabemos que el consumismo lleva a los jóvenes a no sentirse satisfechos con nada o incluso con lo que ya tienen, muchos de ellos desarrollan un rechazo hacia el esfuerzo y sacrificio de sus padres, sabemos que hoy en día el consumismo no solo repercute sobre la conducta sino que hay otros factores que influyen como la moda, amigos, diversiones, el uso de las nuevas tecnologías, etc.

Se puede observar que la mayor parte de los estudiantes universitarios tienen un alto grado de consumismo principalmente el uso de la tecnología y los estereotipos en la forma de vestir, de expresarse, las interacciones personales también han evolucionado con el uso de las redes sociales y del celular, que imponen nuevas conductas.

El consumismo es un estilo de vida fundamental en los estudiantes, ya que sienten que su estancia en la universidad es un capital que debe ser invertido provechosamente; si lo logra, habrá triunfado y su vida tendrá sentido; de lo contrario será un fracasado. Su valor reside en el precio que puede obtener por los artículos que porta, no por sus cualidades y capacidades de razonar y entender el conocimiento aprendido, de allí que el sentido que tiene de su propio valor dependa de factores externos y que sentirse un triunfador este sujeto a juicio de otros.

1. TEORÍAS DEL CONSUMISMO

Tendrá razón Fromm cuando dice: que consumismo es algo enajenado. Está determinado más por frases publicitarias que por nuestras verdaderas necesidades, nuestros paladares, nuestros ojos o nuestros sentidos. De esta manera no necesitamos tener paciencia de nosotros mismos pues la tarea de consumir nos absorbe constantemente. /Pág. 76.)

Veblen sustenta el consumo ostentoso es una supuesta tendencia intrínseca a la naturaleza humana que es la emulación esto es, la tendencia de los seres humanos a compararse y a intentar igualar y superar a aquellos que se sitúan por encima de ellos en cuanto a prestigio, no consiguiendo superar esa tendencia psicologista que domina el pensamiento social de la época.

No obstante, Veblen otorga al comportamiento del ser humano un carácter socio histórico que se hace evidente al señalar que su conducta en el campo del consumo viene guiada por el nivel de vida establecido por cada clase social, en función del tipo de gastos que se acepta como adecuado a cada grupo.

El consumismo, es el modo de vida de la clase ociosa, en tanto que se sitúa en la cúspide de la pirámide social, el que es reconocido por todos como el referente sobre el que se establece el criterio de la reputación. De esta manera, el consumo se conforma como un marcador simbólico de la posición social que se ocupa dentro de una estructura social.

Un argumento desarrollado por Pierre Bourdieu: para ser capaz de discriminar los artículos de consumo con respecto a su valor hay que estar educado para ello. La educación para el consumo implica la formación de unos hábitos mentales que nos permiten reconocer el consumo decoroso.

Esta educación en el gusto requiere tiempo, tiempo que no se dedica a ninguna actividad productiva ni intrínsecamente útil, por lo que el hecho de poseer los criterios del gusto socialmente legitimado constituye un elemento que pone en evidencia una alta posición social marcada por la distancia respecto a la necesidad de trabajar. (págs. 48-53).

Simmel describirá ese modelo de continua sustitución de modas que se van extendiendo desde la cúspide hacia abajo en un proceso de demarcación y emulación entre grupos que ha estado vigente a lo largo del siglo XX. Según este patrón las modas son establecidas por las clases superiores, por las elites, en su lucha por diferenciarse de las masas, cuando esa moda empieza a ser imitada por las clases bajas, las clases superiores abandonan ese estilo y adoptan uno nuevo, con el que buscan diferenciarse de nuevo de las masas y así continuamente en una batalla sin final, en la que la novedad sustituye a lo viejo como elemento que proporciona prestigio social (Mc Cracken, citado en Corrigan, 1997).

Las contribuciones de Weber definiendo los grupos de estatus y las clases económicas como ámbitos diferenciados de estratificación social son básicas para avanzar en esta línea de investigación del consumo como elemento de distinción social. Siguiendo a Weber, los estamentos se organizan alrededor de los principios de consumo de bienes que dan lugar a formas de vivir o estilos de vida distintivos que confieren prestigio (Weber, 1993: 691).

Será esta relación compleja entre los grupos de estatus y las clases económicas la que permita entender por qué el reconocimiento social que proviene del consumo no responde fielmente al coste de los productos que consumimos.

La identidad apela a los sentimientos, a pertenecer a un grupo determinado con el que compartimos cosas en común. Son nuestras características, que forman una imagen que exponemos ante los demás. (Acosta, 2004).

Ahora bien analicemos la influencia que tienen algunas marcas en los universitarios, a la hora de comprar o adquirir un bien material didáctico o escolar, los alumnos son consumidores reales y potenciales de productos de marca de prestigio, ya que éstos relacionan el lujo con atributos de calidad, precio alto, estatus social y satisfacción y placer efectivo, la concepción de que una marca de prestigio posee sobre sí misma cierto poder adquisitivo, hace que los estudiantes quieran imitar otras culturas, vivir otros entornos sociales que no corresponde a su contexto escolar y familiar, recordemos que tenemos la gran influencia de estereotipos y marcas de Estado Unidos que se venden en nuestro mercado como parte de una personalidad que proporciona bienestar y lujo.

Que son las marcas que logran en los jóvenes universitarios un empoderamiento social y hasta económico, las marcas ofrecen según un estudio del departamento de Marketing de la Universidad de Alicante, información, garantía, seguridad, calidad e imagen. Las marcas simplifican la elección del consumidor y constituyen la promesa de un nivel de calidad en particular, reduciendo así el riesgo inherente asociado a la compra y generando una plusvalía de confianza.

De hecho, las marcas son el vínculo directo entre empresa y consumidor, representando las percepciones y sentimientos que se forman los consumidores sobre el propio producto y/o servicio y sobre su rendimiento. Así, las marcas se construyen sobre el propio producto, sobre su comercialización, y sobre el uso de los consumidores en general dejando, de esta forma, constancia de la experiencia completa que para los clientes supone la compra de un producto. Klotler 1986.

Por lo tanto, una marca es algo más que un signo que diferencia los productos de la competencia, es un medio para representar las percepciones y sentimientos de los consumidores sobre un producto y su rendimiento. Este algo más (valor añadido) se denomina capital o valor de marca (en inglés, brand equity). Aaker (1991) define el término brand equity como el conjunto de activos y pasivos vinculados a la marca, su nombre y símbolo, que incorporan o disminuyen el valor suministrado por un producto o servicio intercambiado a los clientes de la compañía. Dicho concepto está compuesto por la lealtad a la marca, la notoriedad de marca,

Desde un punto de vista social, las marcas son vistas como expresión activa de distintas perspectivas de la sociedad en su conjunto, capaz de traspasar fronteras, unir personas y culturas o

simplemente promover cambios sociales. Además, la correcta gestión de las marcas deriva en una serie de ventajas sociales y económicas, como el logro de una mayor seguridad y sostenibilidad en el empleo. (Págs. 8-10).

Humanes (1996:48) el papel más destacado de las marcas en esta época, aunque siempre dependiente del producto es la introducción y representación a través del discurso publicitario, estereotipos y referentes simbólicos relacionados con nuevas pautas y figuras sociales. En estos casos la función de la marca en la identificación del producto, le permite a ésta actuar como representante de dichas pautas y figuras.

Analicemos ahora el papel de la universidad, un espacio al conocimiento, al crecimiento profesional de los jóvenes, según sus experiencias subjetivas, observamos como primera instancia el nivel de estudio de los padres, y se descubre que ellos son la primera generación dentro de la familia que llegan a cursar estudios de nivel superior, y por ello las presiones hacen que expresen sus tensiones y conflictos emocionales, viven y estudian bajo una presión social que los compromete a llegar a la recta final, obtener un título universitario, en su caminar por la universidad sienten que se han formado solos, las experiencias azarosas que han tenido que librar durante su proceso de aprendizaje, así mismo la importancia de socializar en los primeros años con sus compañeros y profesores, a través de acontecimientos que propician vínculos de amistad y fraternidad que van marcando el camino y el destino de cada estudiante de universidad;

El devenir de un día en la vida cotidiana estudiantil revela largas horas de estudios, itinerarios que combinan con estudio-trabajo y actividades extracurriculares, la relación con los profesores, se convierte en una experiencia pedagógica-integral, los gestos, saludos, sus pláticas, su saber, son acciones que los estudiantes reconocen, ese acompañamiento es vital e importante para que el estudiante permanezca en la universidad.

Son muchas las inquietudes de los estudiantes, los cambios que significa la terminación de la preparatoria y el inicio de los estudios universitarios, en este recorrido surgen preguntas para las que no siempre se encuentran respuestas, preguntas propias del encuentro entre la universidad y los jóvenes, ¿Qué voy a estudiar?, y si fracaso ¿Qué voy hacer? ¿Tendré las capacidades para terminar?, ¿me será fácil adaptarme a la vida universitaria? Estas y otras interrogantes representan un constante estrés, en donde a los estudiantes se les exige tomar decisiones, plantear algunas de sus metas, lo que supone asumir responsabilidades personales, la búsqueda de respuestas o alternativas, es un camino compartido, un viaje en que la compañía y la ayuda de otros se vuelve indispensable. (Opiniones de alumnos de la UTTEC).

Incursionar a la universidad es un desafío que implica ingresar a un mundo especial, la cual se va conociendo y aprendiendo en forma gradual, ingresar a la universidad implica cambios y los cambios requieren adaptación y transformación que conlleva una responsabilidad no vivida con anterioridad por el estudiante.

Este proceso, que va desde sentirse extraño hasta ser protagonista de la vida universitaria, lleva tiempos personales e institucionales. Sin embargo, hay que destacar que ese tránsito por sí solo no garantiza el aprendizaje del oficio de estudiante. Se logra con el esfuerzo y con las experiencias cotidianas compartidas con compañeros y profesores.

Como vemos la universidad tiene un papel importante que desempeñar en la formación académica y cultural de cada estudiante, podríamos decir que su valía no está en lo que se cuenta en las aulas, sino lo que sucede en esas aulas y fuera de ellas, la universidad debe ser un espacio abierto para el conocimiento y crecimiento de los estudiantes que los lleve a construir una identidad dentro de su entorno social.

Para dar respuesta a nuestra investigación, partimos del supuesto, que las experiencias y vivencias de los estudiantes universitarios, se posicionan en el consumismo que los hace portadores de una personalidad, una historia, la estancia dentro de la universidad se convierte en una experiencia subjetiva, cultural e integral, que son entendidas por el estudiante como exigencias de transformaciones económicas, formas de pensar y de vivir, que vienen con costumbres nuevas, que llevan nuevas formas de relacionarse y de integrarse a las nuevas tecnologías y a los modernos medios de comunicación.

2. UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TECÁMAC.

La Universidad Tecnológica de Tecámac, es una institución de carácter pública, ubicada en el Municipio de Tecámac, Estado de México, donde se encuentra la población estudiantil, objeto de este estudio, por ello realizaremos un recorrido de su entorno sociocultural, y económico para entender las causas y las consecuencias del consumismo un mal endémico en los estudiantes de esta casa de estudios.

2.1 La universidad Tecnológica de Tecámac, y su entorno sociocultural y económico.

El origen de la Universidad Tecnológica de Tecámac se inscribe en el Programa de Desarrollo de la Educación Media Superior y Superior del Estado de México 1996-2006, entre cuyos objetivos destaca ampliar las oportunidades educativas de carácter tecnológico en puntos geográficos reconocidos como estratégicos.

En tal virtud y como resultado de un análisis estatal, regional y municipal de la oferta y demanda de servicios educativos, de las características económicas, sociales, de mercado laboral, culturales y demográficas, entre otras, se identificó como prioritaria la región oriente del Estado de México, que se caracteriza no sólo por la intensificación de la demanda de servicios educativos, sino porque esta región enfrenta las mayores presiones de ocupación y urbanización.

políticamente la región de Tecámac limita al Norte con el Estado de Hidalgo y los municipios de Hueypoxtla y Tequixquiac; al Sur con el Distrito Federal y los municipios de Nezahualcóyotl, Texcoco y Tlalnepantla; al Este con el Estado de Hidalgo y los municipios de Otumba, Tepetlaoxtoc y Nopaltepec; al Oeste con Huehuetoca, Teoloyucan y Cuautitlán. La zona de influencia de la Universidad abarca 18 municipios del Estado de México, uno de los municipios que mayor número de estudiantes de nuevo ingreso proporciona a la institución es Ecatepec.

El total de empresas 568 que se ubican en la región de Tecámac. Las ramas industriales que sobresalen son las relacionadas con la fabricación de productos metálicos, maquinaria y equipo industrial; producción de alimentos; la industria de madera y productos derivados; la manufactura de textiles; industria de cuero e industria química. De lo anterior se desprende que el sector comercio y servicios son los sectores de actividades preponderantes en la región de Tecámac.

2.2 Marco Constitucional

En este marco constitucional, la UTTEC desarrolla armónicamente todas las facultades del ser humano que fomenta el amor a la Patria y la conciencia de solidaridad en la independencia y en la justicia, así como permanecer ajena a toda doctrina religiosa y se caracteriza por ser democrática, nacional y contribuir para una mejor convivencia humana.

La Universidad Tecnológica de Tecámac se ubica en el norte del Estado de México, en el Municipio de Tecámac de Felipe Villanueva. La Universidad Tecnológica de Tecámac, es miembro del Subsistema de Universidades Tecnológicas de la Secretaría de Educación Pública, (creado en el año de 1991) instancia que en coordinación con los gobiernos de 26 estados de la República Mexicana opera 107 planteles.

Función Social

La Universidad Tecnológica de Tecámac, definió su naturaleza y función social desde su decreto de creación y recientemente en la reforma a la fracción I del Artículo 4, en el que se establecen de manera general los compromisos asumidos como Institución de Educación Superior Tecnológica, cuyos fines esenciales son:

- Formar Técnicos Superiores Universitarios y Profesionales Universitarios
- Desarrollar estudios y servicios tecnológicos
- Llevar a cabo programas de vinculación Universidad-Empresa
- Conservar y promover la cultura nacional, con el más alto nivel de calidad académica.

Para responder a la sociedad, la Universidad asume el compromiso de transmitir y aplicar los conocimientos de alto valor social y formar Técnicos Superiores y Profesionales Universitarios capaces de aplicar sus conocimientos en la solución creativa de los problemas del sector social y productivo que lo demande, formación que tiene entre sus pilares fundamentales Saber, Hacer y Ser, todo esto bajo un espíritu de solidaridad social y una enseñanza integral del alumnado.(PIDE 2013).

2.3 Decreto de la Universidad Tecnológica de Tecámac (UTTEC).

El día 28 de junio de 1996 se publicó en la Gaceta del Gobierno, el Decreto No. 146 mediante el cual la H. LII Legislatura del Estado de México, aprobó la Ley que Crea el Organismo Público Descentralizado de carácter Estatal denominado Universidad Tecnológica de Tecámac, ciclas UTTEC con personalidad jurídica y patrimonios propios. En esta Ley, se le faculta para adoptar la organización administrativa y académica que estime conveniente de acuerdo con los lineamientos generales previstos en ella, determinar sus propios planes y programas de estudio, fijar los términos de ingreso, permanencia y promoción de su personal académico y administrar su patrimonio. Asimismo, mediante reforma a la fracción I del artículo 4 de dicho decreto se amplía la impartición de estudios superiores a los niveles licenciatura, maestría y doctorado. (Gaceta de Gobierno del Estado de México 1996).

2.3.1 En este entorno la UTTEC declara como Misión:

“Formar integralmente personas con calidad profesional para contribuir al desarrollo social, tecnológico y económico de la región y del país. A través de un modelo educativo de vanguardia reconocido internacionalmente que propicia oportunidades para mejorar el nivel y calidad de vida de los egresados y la sociedad”. Bajo está encomienda la institución contribuye desde su ámbito de competencia a la innovación y desarrollo de la educación superior tecnológica, aplicando el modelo educativo del Subsistema de Universidades Tecnológicas, tomando aportaciones y experiencias de otras instituciones de Educación Superior que atienden con oportunidad las necesidades de formación y actualización de cuadros técnicos y profesionales universitarios calificados.

2.3.2 Visión

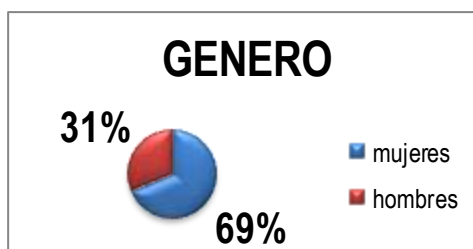
“Ser una Universidad de vanguardia con un modelo educativo innovador, pertinente y en búsqueda permanente de la excelencia, a través del desarrollo de su capital humano, (docentes, administrativos, operativos y directivos) reconocida por sus egresados competentes, con valores, de rápida inserción en el mercado laboral y como un proveedor confiable de soluciones para los diversos sectores de la sociedad”.

2.3.3 Valores Institucionales

La Universidad Tecnológica de Tecámac además de la excelencia en la formación académica, se ha preocupado por ofrecer a los jóvenes una educación integral que favorezca el desarrollo del ser y el convivir con los demás, a través de una sólida preparación centrada en los valores, con la finalidad de facilitar su inserción en el sector productivo.

2.4 Población estudiantil

Desde el año 1996 la universidad empezó a tener un crecimiento en la captación de matrícula albergando en sus inicios a un aproximado de 300 alumnos; a 20 años de su creación actualmente tiene una matrícula de 6,000 alumnos, distribuidos entre el nivel de Técnico Superior Universitario y la continuación de estudios a nivel licenciatura que ofrece este modelo, abarcando turno matutino, vespertino y nocturno; Se detectó que las mujeres estudiantes constituyen el sector mayoritario de la comunidad universitaria y tienen una intensa participación en la vida académica de la universidad.



Gráfica 1: Matricula por Genero

Como se observa, el informe revela que actualmente el 69% de los estudiantes universitarios de cuarto y quinto cuatrimestres son mujeres y el porcentaje de graduadas es alto a diferencia de los hombres estudiantes.

Actualmente la Universidad ofrece nueve programas educativos de Técnico Superior Universitario y seis de nivel Licenciatura, ambos niveles con un enfoque de educación basada en competencias profesionales y un modelo educativo centrado en el aprendizaje.

Programa Educativo
Administración área Recursos Humanos (ARH)
Química área Biotecnología (QBT)
Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia (DNM)
Mecatrónica área Automatización (MTA)
Mantenimiento área Industrial (MIN)
Procesos Industriales área Manufactura (PIM)
Tecnologías de la Información y Comunicación área Sistemas Informáticos (TIC 2009)
Administración área administración y Evaluación de Proyectos
Nanotecnología
TSU Nivel 5B
Negocios y Gestión Empresarial (IGE)
Biotecnología (IBT)
Mecatrónica (IMT)
Mantenimiento Industrial (IMI)
Procesos y Operaciones Industriales (IPO)
Tecnologías de Información y Comunicación (ITI)
Ingeniería Nivel 5A

Tabla 1: Programa Educativo

3. MODELO EDUCATIVO

La Universidad Tecnológica de Tecámac ofrece a los estudiantes que terminan la educación media superior, una formación intensiva que les permite incorporarse en corto tiempo (luego de dos años), al trabajo productivo o continuar estudios (Un año ocho meses más) al nivel licenciatura. En tres años ocho meses obtiene dos títulos y dos cédulas profesionales. El Modelo Educativo está orientado al aprendizaje como un proceso a lo largo de la vida, enfocado al análisis, interpretación y buen uso de la información.

Desde el inicio de la carrera, se tiene continuo contacto con el sector productivo y en el último cuatrimestre se realiza una estadía en una empresa de la región. Este sistema ha ayudado a que siete de cada diez de sus egresados encuentren trabajo en menos de seis meses.

El modelo educativo de la Universidad Tecnológica de Tecámac, se sustenta en seis atributos, que enmarcan y orientan el desarrollo curricular y su aplicación.

3.1 La calidad entendida como:

La cultura de la evaluación. En la que periódicamente se examinen cada uno de los elementos relacionados con el proceso educativo: planes y programas de estudio, métodos de enseñanza, planta docente, infraestructura y equipamiento, aprovechamiento escolar y desempeño administrativo.

- **Pertinencia**

La Universidad Tecnológica de Tecámac está estructurada para trabajar en continua comunicación y retroalimentación con los entornos social y económico. Su fortaleza radica, en gran medida, en su capacidad de vincularse con el sector productivo, ya que la instrumentación de carreras se determina de acuerdo con los requerimientos de los núcleos productivos del entorno.

- **Intensidad**

El modelo educativo enriquece el abanico de opciones desplegado por el sistema de educación superior, ya que éste se basa en un esquema de corta duración y alta intensidad, lo que implica una optimización de los tiempos, los recursos y los esfuerzos a lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje. Este esquema facilita que los egresados se vinculen con los sectores productivos, logrando que su tránsito del medio escolar al laboral sea inmediato.

- **Continuidad**

Es la posibilidad que se ofrece al estudiante para optar por salidas laterales: después del primer año de estudios de forma optativa puede solicitar una certificación profesional; a los dos años de manera obligatoria- obtendrá el título de Técnico Superior Universitario; y para los que así lo deseen, es posible continuar sus estudios de Licenciatura en la Universidad Tecnológica o en otras Instituciones de Educación Superior, públicas o privadas; así como -y de manera opcional- obtener después del tercer año, una Licencia Profesional.

- **Polivalencia**

La educación polivalente no está ceñida a una sola línea de conocimiento y puede abrirse a diversas opciones de especialización, de acuerdo con las exigencias temporales de la producción o las aspiraciones concretas de los jóvenes. Por principio, se otorga una formación profesional en uno o varios grupos de actividades propias de los procesos productivos, o bien en actividades generales aplicables a todas las ramas de la producción.

- **Flexibilidad**

Se promueve la flexibilidad de estructuras y planes de estudio para facilitar la formación multidisciplinaria, la integración del aprendizaje con la aplicación pertinente del conocimiento, así como el paso fluido de los estudiantes entre distintas instituciones.

3.2 Formación y actualización docente

Nivel académico de los profesores La constante y creciente demanda de servicios de educación superior que ha presentado la UTTEC en los últimos ciclos escolares, ha permitido incrementar de manera significativa la plantilla de personal docente; actualmente se cuenta con 113 con nombramiento de tiempo completo (40 con Perfil Deseable PROMEP) y 279 de asignatura, éstos últimos contratados bajo el régimen de obra determinada.

Nivel Académico	Profesores
Doctorado	2
Maestría	103
Especialidad	34
Licenciatura	210
Técnico Superior Universitario (laboratoristas)	43
Total	392

Fuente: Direcciones de carreras, UTTEC

Tabla 2: Nivel Académico de los profesores de la UTTEC

3.3 Aprovechamiento Escolar

Los resultados obtenidos en la impartición de planes de estudio con una metodología de aprendizaje basada en competencias, tutorías, asesorías especializadas a los estudiantes que presentan bajo rendimiento académico y una orientación psicopedagógica, el aprovechamiento resultó satisfactorio. En los cuatrimestres de enero-abril y mayo-agosto del 2015, se logró un promedio académico de 8.4, promedio similar al alcanzado en los mismos cuatrimestres del año 2014. En lo que se refiere a la reprobación, el índice registrado fue de 25.0% lo que representa un aumento de 2.3 puntos porcentuales; en tanto el índice de abandono escolar aumentó 1.5 puntos porcentuales.

Cabe señalar, que el incremento de estos indicadores, obedece a diversos factores: en algunos casos de tipo económico, que generan falta de recursos para adquirir los materiales requeridos en el desarrollo de sus tareas, así como limitaciones para cubrir el costo del transporte de su domicilio a la Universidad; y en otros, problemas de formación académica insuficiente, lo que impacta en la falta de conocimientos previos para comprender las unidades de aprendizaje, las dificultades de adaptación en la dinámica de trabajo y la carencia de hábitos de estudio; adicionalmente, se presentan en algunos casos problemas individuales generados por la desintegración familiar.

3.4 Proyectos y actividades extracurriculares

La UTTEC. Fomenta constantemente proyectos innovadores. Con la participación de alumnos inscritos en el quinto cuatrimestre de los diferentes Programas Educativos, se realiza cada cuatrimestre, la presentación de proyectos innovadores en un certamen denominado “Expo Integradora”. Actividad que tiene como objetivo dar a conocer las investigaciones que realizan los estudiantes en la asignatura “Integradora II”, enfocada a la mejora de la calidad de vida del ser humano. Los tipos de proyectos, entre los cuales destacan:

- Elaboración de una celda solar a base de cabello, como fuente de energía sustentable.
- Elaboración de dentífrico orgánico (libre de fluoruro de sodio).
- Elaboración de un tónico a base de diente de león, perejil y arándano para tratar afecciones urinarias.
- Elaboración de papel a base de cáscara de huevo.
- Elaboración de un protector solar a base de frutos rojos.
- Calentador parabólico con seguidor solar, que eficiente los rayos solares para brindar un calentamiento óptimo en el menor tiempo.
- Estabilizador de fruto de palma africana, para la producción de aceite.
- Pet-trónik, que acelera el proceso de reciclaje de pet

A efecto de contribuir al cuidado del medio ambiente. Los proyectos, son presentados a docentes, directivos, acompañantes y padres de familia dentro del campus universitario.

En el marco de las actividades de la Expo integradoras, se presentan conferencias, foros, paneles y exposiciones de sus proyectos.

Evento que sirve como un ejercicio profesional en donde los alumnos simulan el proceso de creación de un producto para consumo industrial, al considerar:

- Costos.
- Mercado.
- Impacto ambiental.
- Inversión y ganancia.
- Trabajo en equipo

3.5 Programa de movilidad internacional

Donde todos los alumnos pueden participar, siempre y cuando cumplan los requisitos de la convocatoria que da a conocer la universidad Tecnológica de Tecámac, y que tiene como objetivos:

- Permitir que los estudiantes se beneficien de los conocimientos y la experiencia de personal académico de instituciones de educación superior de otros países.
- Fomentar el intercambio de competencias y experiencia sobre métodos pedagógicos.
- Animar a las instituciones de educación superior a que amplíen y enriquezcan la variedad y el contenido de los cursos que ofertan.

3.6 Concurso Estatal de Interpretación “Yo soy Mexiquense”

Tiene la finalidad de fortalecer las actividades culturales, de coadyuvar al desarrollo de las competencias estéticas e incidir en el desarrollo de la identidad estatal en los jóvenes mexiquenses, por medio de la creatividad y el desarrollo de la expresión artística, se participó en Concurso Estatal de Interpretación “Yo soy Mexiquense”, logrando avanzar 9 alumnos de las diferentes carreras, logrando llegar a semifinales.

3.7 Encuentros deportivos

XIX Encuentro Regional Deportivo y Cultural

Eventos que se realizan en diferentes fechas del año, participando las universidades Tecnológicas que imperan en el país. El objetivo de esta justa es contribuir a la formación integral de los alumnos, así como a fomentar valores como el respeto, la tolerancia y el trabajo en equipo

La delegación deportiva de la Universidad Tecnológica de Tecámac, asiste con deportistas que participan en las disciplinas de atletismo, taekwondo, ajedrez, declamación, oratoria, canto y mural en gis; en esta ocasión, cosechando preseas de bronce en atletismo, en taekwondo en la categoría Fly, cinta negra.

3.8 Certamen de Oratoria

Con el objetivo de contribuir al desarrollo profesional y personal de los estudiantes, la Universidad, organiza un certamen de oratoria, contando con amplia participación de alumnos de las diferentes áreas académicas de esta Casa de Estudios, los temas son variados, entre los que destacan acoso escolar, violencia en el noviazgo, consumo de drogas, embarazos no deseados entre otros.

3.8 Semana de la Ciencia y la Tecnología

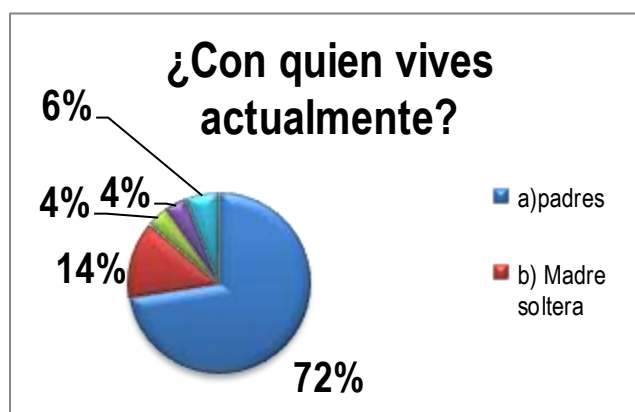
La Semana de la Ciencia y Tecnología forma parte de las actividades de comunicación de la ciencia y la tecnología que de manera anual se realizan en la Universidad. Se trata de un evento donde, durante una semana, convergen en un espacio común diversos actores con variadas formas de transmitir el conocimiento. Su propósito es despertar el interés por las disciplinas científicas y tecnológicas entre el público infantil y juvenil, así como propiciar un acercamiento entre científicos, divulgadores, investigadores, empresarios, en un escenario de cordialidad y respeto a las nuevas generaciones.

3.9 Experimentos y otros Cuentos en la UTTEC

Se lleva a cabo cada año en el mes de octubre con la finalidad de propiciar la curiosidad e interés de los niños y jóvenes sobre temas científicos y tecnológicos, así como preservar nuestras tradiciones, con actividades como talleres, exposiciones de prototipos, obras de teatro guiñol, experimentos y ofrendas realizados por los alumnos de esta casa de estudios.

4. ENTORNO FAMILIAR

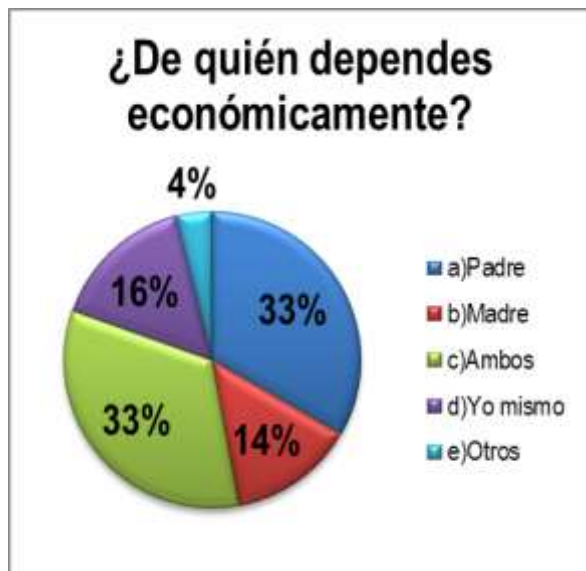
La familia es un elemento muy importante en la vida de la mayoría los estudiantes encuestados, se ha considerado que es un factor determinante en los planes de los jóvenes.



Gráfica 2: Entorno Familiar Genero

4.1 Economía que va de la mano con la organización familiar.

El estudio aporta información sobre el apoyo económico que recibe el estudiante por parte de los padres, para que pueda continuar con sus estudios universitarios.



Gráfica 3: Dependencia del alumno



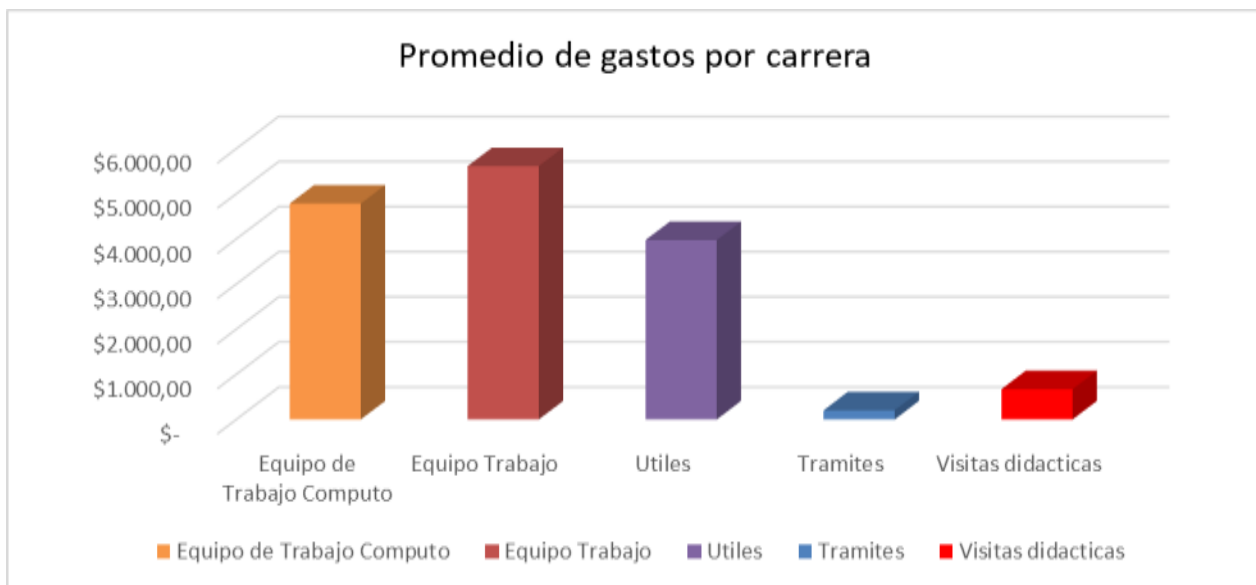
Gráfica 4: Estado Laboral del alumno

De acuerdo a las gráficas anteriores se puede interpretar que la gran mayoría tiene el respaldo de sus padres en cuanto a manutención y gastos que genera ser un estudiante de universidad.

Cabe destacar, que el estatus económico del municipio de Tecámac, está por debajo de la media, requerida para costear un gasto familiar, la población activa laboralmente son empleados que ocupan mandos medios, obreros calificados, y en otros casos son pequeños comerciantes.

5. ESTUDIO DE LA INVESTIGACIÓN

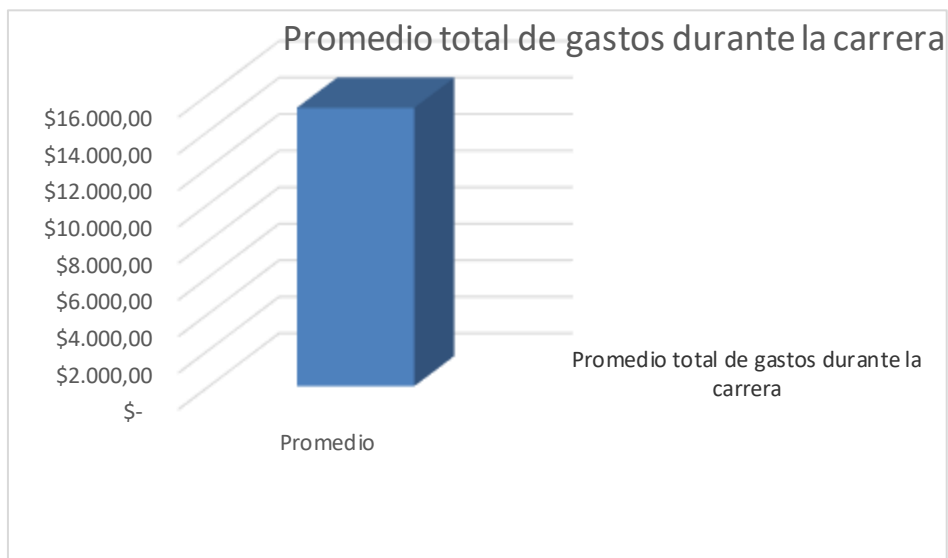
A partir del panorama arriba presentado, mostraremos los resultados obtenidos en nuestras encuestas sobre el costo y consumo de los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Tecámac; en específico de la Carrera de Administración área Recursos Humanos; de los siguientes materiales que adquieren para asistir a la universidad: cuadernos, carpetas de trabajo, memoria USB, hojas de contabilidad, impresiones, copias, calculadora científica, material para presentación de proyectos, y papelería en general. Así como identificar costos, que más imperan entre los alumnos de la universidad Tecnológica de Tecámac. Para conocer con más exactitud los hábitos de consumo y gasto de los alumnos se tomó una muestra de 60 alumnos de la carrera de Administración: área Recursos Humanos; ya que es la carrera con mayor matrícula y demanda. Los alumnos encuestados corresponden a los cuatrimestres de primero y quinto cuatrimestre, porque son los dos periodos donde los alumnos tienen conciencia del gasto escolar realizado; ya que los alumnos de nuevo ingreso, compran y estrenan artículos escolares porque consideran que ingresar a la universidad es un comienzo de algo nuevo donde tienen que ir preparados con lo que consideran una demanda por parte de la universidad, y los alumnos de quinto cuatrimestre porque ya tienen un recorrido; y conocen el gasto que demanda terminar la universidad.



Gráfica 5: Promedio de Gasto por Rubro

Gráfica con resultados reales y concretos de la encuesta realizada a alumnos de la carrera de Administración de la UTTEC.

Equipo de Computo: Memoria, CD, Laptop, Memoria USB etc.
Equipo de trabajo: Carpeta, Hojas, Cuadernos, Libros, Folder, Mochila, Copias, Cubrehojas etc.
Utiles: Cuadernos, Boligrafos, Lapiz, Goma, sacapuntas, tijeras. Pritt, corrector, etc
Tramites: Registro de servicio social
Visitas didacticas: Visitas a museos, teatros, cines etc.



Como se observa en las gráficas, los alumnos invierten un promedio de \$15,000.00 a \$ 20,000.00 durante su estancia en la universidad, el consumo en artículos escolares y equipo de cómputo, se considera alto ya que su carrera como Técnico Superior Universitario es de dos años.

CONCLUSIONES

En este estudio se presentan datos concretos, sobre el consumo y economía a la que se enfrentan los estudiantes universitarios, considerando que a muchos de ellos se les dificulta sostener este ritmo de gastos, por provenir de familias con bajos recursos y es uno de los detonantes para que el estudiante decida o no continuar con sus estudios superiores.

De manera general, podemos observar que los estudiantes que ingresan a la UTTEC, tienen necesidades de gastos propios y éstos pueden ser diferentes dependiendo la carrera que cursen, lo que propicia que el estudiante resuelva por sí mismo, el manejo de su economía, asumir su vida de una manera responsable, y en consecuencia a incorporar actitudes de previsión, calculo y disciplina si es que quiere concluir satisfactoriamente sus estudios y no desbalancear la economía familiar.

Lo que hace que ellos vayan madurando en la toma de decisiones económicas, también se van dando otros fenómenos, como el buscar una mayor socialización y aceptación, lo que implica derogar gastos destinados a fiestas, antros, festejos entre otros.

Como pudimos observar los padres de familia, son los que absorben la mayoría de los gastos de sus hijos estudiantes, durante toda su carrera y en ocasiones los estudiantes también señalan que les angustia que llega fin de mes o de quincena y ya no cuentan con el presupuesto que reciben, lo que se ve reflejado en su desempeño académico e incluso en la decisión de desertar de su carrera.

Para finalizar, creemos que es necesario y elemental que exista una mayor difusión formativa sobre el consumismo de marcas reconocidas, pues hemos observado a lo largo de toda nuestra investigación que existen contradicciones en las respuestas de los estudiantes ya que unos dicen que no es importante las marcas y otro aseguran que si te dan una posición, por lo que se debería de incluir a la universidad como elemento primordial para contribuir a la formación de futuros consumidores inteligentes y responsables que hagan frente a las diversas influencias de la sociedad del siglo XXI,

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, R. (2004). Nivel de Información de la Pequeña y Mediana Empresa sobre los ilícitos formales establecidos en el Código Orgánico Tributario. Trabajo de grado de Maestría en Gerencia Tributaria no publicada. Universidad Dr. Rafael Bellosó Chacín, Maracaibo.

LAMBIN, Jean Jacques. Marketing Estratégico. Madrid: McGraw-Hill. Tercera edición, 1995.

KOTLER, Philip. Mercadotecnia. Prentice Hall, 1986.

WEBER, Max, La ética protestante y el espíritu del capitalismo. Península, Barcelona (1989)

VEBLEN Thorstein. La Teoría de la clase Ociosa (1899).

Manual de Identidad de la Universidad Tecnológica de Tecámac 2010. Primera edición México.