

TESIS
COS2005
1433



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

Facultad de Humanidades y Educación

Escuela de Comunicación Social

Mención (es): Artes Audiovisuales y Periodismo

Trabajo de Grado

**AUDITORIA DE PROCESOS COMUNICACIONALES DE LA UCAB,
CANALIZADO DESDE EL DECANATO DE DESARROLLO ESTUDIANTIL**

Daniela Machado Salazar

Carolina Troncone Vidal

Tutor:

Lic. Víctor Maldonado

Caracas, Septiembre 2005

AGRADECIMIENTOS

De Daniela:

Al pensar en aquellos a los que debo agradecer por este trabajo, la lista se hace larga. Definitivamente no hubiera podido llegar a escribir estas líneas si no hubiera contado con la ayuda de todos ustedes.

Primero quiero agradecerle a mi mami, por haberme permitido seguir mi propio camino, haberme apoyado en el proceso y siempre haber creído en mí. Hoy me doy cuenta de que no me equivoqué, y eso sin duda te lo debo a ti y al ejemplo que me das cada día. Tu éxito me inspira y me motiva a seguir adelante y a desarrollarme para lograr ser una gran profesional. Además por todo la ayuda y la comprensión durante este tiempo de tesista, sin todas aquellas pequeñas cosas que nos facilitaste, no habríamos logrado culminar.

A mis hermanos, por las horas de messenger que sacrificaron para que yo pudiera trabajar, cuando estén en mi posición entenderán por qué son tantas horas de trabajo durante tantos meses. Enano, prometo recompensar todas las horas de juego que te negué por estar "tesiendo". A el resto de mi familia, mis abuelos, mi agüe y a mis tíos que siempre estuvieron pendientes de cómo iban las cosas y nunca se guardaron unas palabras de aliento o de orgullo por mi trabajo.

A Jesús, Rebe, Gre, Shirley, Zulmi y al resto de mis bellos amigos por ser y por estar ahí, cada uno en su tesis o en sus cosas, pero siempre pendientes, sonsacándome de vez en cuando y siempre siendo los mejores. ¡Los amo! Mención especial a Mich y a Zulmi que a parte de ser grandes amigas y panas, también me acompañaron en los consejos y en el aprendizaje que todo eso me dejó y que pude aplicar en este trabajo.

Por supuesto al profe Víctor por encaminarnos en la maraña de temas que teníamos en la cabeza cuando hicimos el anteproyecto, por creer

en nosotras como tesistas, representantes estudiantiles y personas y por todos los libros y las consultas que nunca nos negó.

A el profe Nacho, que me iluminó con sus conocimientos estadísticos para poder aprovechar los datos que obtuvimos. Por aguantar el acoso, especialmente las últimas semanas, y por siempre tener un huequito en su agenda para nosotras.

Al profe Ezenarro por las largas y divertidas conversaciones en la feria hasta las 11 de la noche que tantos puntos esclarecieron, por sus oportunos y sabios consejos y su constante preocupación por la cantidad de encuestas que nos faltaban. ¡A la final lo logramos!

A la profe Eugenia por no importarle atendernos en la piscina o al salir del cine y por haber extendido las clases de Seminario hasta agosto. Por los datos clave para la defensa y por todos sus consejos metodológicos cuando los libros no eran suficientes.

A Rubén, también por aguantar el acoso y sobre todo por abrirnos las puertas del Decanato y de su casa para que este trabajo tuviera validez y terminara siendo una herramienta útil para la Universidad. Tu participación fue fundamental para este trabajo.

A todos los otros profesores de la Escuela que siempre estuvieron pendientes de nosotras. Gracias por hacernos sentir que podíamos con el trabajo y que contábamos con ustedes, especialmente a mis ex compañeros consejeros de la Escuela que me dieron muchas herramientas para llegar a este tema y a los aportes que hoy hacemos aquí.

A nuestro equipo de encuestadores: Zulmi, Geraldine, Martha, Manuela, Adriana, Patricia... ¡Gracias muchachas!

A la familia Troncone por haberme adoptado durante tantas noches. Al señor Bernardo por sabotearnos el trabajo cuando estábamos muy estresadas, a Pasqual por la tecnología que puso a nuestra disposición y a la Catira por ayudarnos con las encuestas.

Y el agradecimiento más grande es para Caro por haber sido mi amiga, mi compañera de tesis, de RE, de clases, de rumba, de elders, de todo. Mameita ¡lo logramos! No hubiera podido hacer esto sin ti, hicimos un muy buen equipo, y para muestra un botón... aquí está el resultado.

De Carolina:

La necesidad, como periodista, de no caer en lugares comunes limita mi inspiración. Los agradecimientos que he leído siempre versan sobre los mismo: gracias por la dedicación, por el apoyo, por la confianza, por la ayuda... En fin gracias totales. ¿Será que no hay una manera diferente de mostrar gratitud en estos casos? Esta reflexión, por supuesto, no condiciona mi agradecimiento porque efectivamente estoy muy agradecida. Pero me mantiene un poco inconforme con todo lo que escribo. Lejos de seguir en cavilaciones infructuosas, dado que todavía no he encontrado esas palabras "originales" que satisfagan mi ego, empezaré de una vez.

En primer lugar agradezco a mi familia. A mi papá por su compañía nocturna y sus saboteos desestresantes sobre estudiar ingeniería. A mi mamá por estar siempre pendiente. A mi hermano por todo el soporte técnico. Muy especialmente a mi hermana por su apoyo incondicional y por el sistema eficiente para pasar las encuestas.

Agradezco a mi compañera de tesis por su eterna paciencia, por su amistad incondicional, por su comprensión, por su entrega a este proyecto, y por las conversaciones sobre datos interesantes.

Agradezco a nuestro tutor, Víctor, por su orientación las 24 horas del día, por su buen humor a toda hora, por su motivación para realizar el proyecto, y por su amistad.

Agradezco a los profesores que fueron segundos tutores de esta tesis. A Eugenia Canorea por su completa disposición a ayudar en cualquier

sitio. A Jorge Ezenarro por el cariño hacia el tema y todos sus consejos. A Rafael Suárez por su asesoría estadística. A Rubén Peñalver por su interés y crédito hacia nuestro trabajo.

Agradezco a mis compañeros representantes quienes prestaron un apoyo moral y técnico al pasar las encuestas con nosotras. Gracias a Adriana, Geraldine, Martha, Manuela, Zulmira, Diana y al centro de estudiantes Innova.

Agradezco a Alejandro, por estar ahí y ser simplemente lo que es.

Agradezco a la familia de mi compañera de tesis por recibirme en su casa en más de una ocasión y tratarme como una más del grupo familiar. A su mamá por estar siempre pendiente y ayudarnos en la impresión de la tesis. A su hermana por las conversaciones amenas en los ratos de descanso. A su hermano por su disposición a colaborar.

Agradezco a la Escuela de Comunicación Social. Muchos profesores se involucraron en algún momento con este trabajo y estuvieron pendientes. Gracias a: Acianela, Max, Pedro, Tiziana, Ibia, Lidia y Marcelino.

Por último agradezco a la universidad por ser mi segundo hogar y la fuente de inspiración para realizar este trabajo.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	XII
MARCO TEÓRICO.....	1
CAPÍTULO I	
1. ORGANIZACIONES.....	1
1.1. Definición.....	1
1.2. Diseño organizacional.....	1
1.2.1. Organización orgánica.....	1
1.2.2. Organización mecanicista.....	2
2. SISTEMAS ABIERTOS.....	2
2.1. Definición.....	2
2.2. Características.....	3
2.2.1. Importación de energía.....	3
2.2.2. El procesamiento.....	3
2.2.3. El resultado.....	3
2.2.4. Los sistemas como ciclos de acontecimientos.....	3
2.2.5. Entropía negativa.....	3
2.2.6. Insumo de información, retroalimentación negativa y el proceso de codificación.....	4
2.2.7. El estado estable y la homeostasis.....	4
2.2.8. Diferenciación.....	4
2.2.9. Equifinalidad.....	4
3. DESARROLLO ORGANIZACIONAL (DO).....	5
3.1. Definición.....	5
3.2. Fases de los programas de DO.....	5
3.2.1. Entrada.....	5
3.2.2. Hacer un contrato.....	6
3.2.3. Diagnóstico.....	6

5.1. Marco de referencia.....	15
5.2. Escucha selectiva.....	15
5.3. Juicios de valor.....	15
5.4. Credibilidad de la fuente.....	16
5.5. Problemas semánticos.....	16
5.6. Lenguaje interno del grupo.....	17
5.7. Presiones de tiempo.....	17
5.8. Sobrecarga comunicacional.....	17
CAPÍTULO II	
1. CLIENTES.....	18
1.1. Definición.....	18
1.2. Tipos de cliente.....	18
1.2.1. Cliente contacto.....	18
1.2.2. Cliente intermedio.....	18
1.2.3. Cliente primario.....	18
1.2.4. Cliente último.....	19
CAPÍTULO III	
1. LOS JESUITAS.....	19
1.1. Reseña histórica.....	19
1.2. Filosofía educativa de la Compañía de Jesús en América Latina y en Venezuela.....	20
MARCO REFERENCIAL.....	22
CAPÍTULO I	
1. LA UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO.....	22
1.1. Reseña histórica.....	22
1.2. Visión, misión y objetivos.....	22
1.3. Estructura y organigrama.....	24
1.3.1. Consejo Fundacional.....	25
1.3.2. Consejo Universitario.....	26

5.1. Marco de referencia.....	15	
5.2. Escucha selectiva.....	15	
5.3. Juicios de valor.....	15	
5.4. Credibilidad de la fuente.....	16	
5.5. Problemas semánticos.....	16	
5.6. Lenguaje interno del grupo.....	17	
5.7. Presiones de tiempo.....	17	
5.8. Sobrecarga comunicacional.....	17	
CAPÍTULO II		
1. CLIENTES.....	18	
1.1. Definición.....	18	
1.2. Tipos de cliente.....	18	
1.2.1. Cliente contacto.....	18	
1.2.2. Cliente intermedio.....	18	
1.2.3. Cliente primario.....	18	
1.2.4. Cliente último.....	19	
CAPÍTULO III		
1. LOS JESUITAS.....	19	
1.1. Reseña histórica.....	19	
1.2. Filosofía educativa de la Compañía de Jesús en América Latina y en Venezuela.....	20	
MARCO REFERENCIAL.....		22
CAPÍTULO I		
1. LA UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO.....	22	
1.1. Reseña histórica.....	22	
1.2. Visión, misión y objetivos.....	22	
1.3. Estructura y organigrama.....	24	
1.3.1. Consejo Fundacional.....	25	
1.3.2. Consejo Universitario.....	26	

1.3.3. Consejo Facultad.....	26
1.3.4. Consejo de Escuela.....	26
2. DECANATO DE DESARROLLO ESTUDIANTIL.....	29
2.1. Reseña histórica.....	29
2.2. Visión, misión y objetivos.....	29
2.3. Estructura y organigrama.....	30
2.4. Funciones.....	32

CAPÍTULO II

1. TIPOLOGÍA DE LOS JÓVENES VENEZOLANOS.....	34
1.1. Proyecto Pobreza.....	34
1.1.1. Datos del estudio.....	34
1.1.2. Características.....	35
1.1.2.1. Rezagados.....	35
1.1.2.2. Tutelados.....	35
1.1.2.3. Emancipados.....	36
1.1.2.4. Movilizados.....	36
1.1.2.5. Desarraigados.....	36
1.1.2.6. Integrados.....	36
1.2. Revista Producto.....	37
1.2.1. Datos del estudio.....	37
1.2.2. Características.....	38

MARCO METODOLÓGICO.....

1. OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	40
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	40
4. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	41
5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	42
6. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
6.1. Fases del Desarrollo Organizacional.....	43

6.1.1. Entrada.....	43
6.1.2. Contrato.....	44
6.1.3. Diagnóstico.....	45
6.1.3.1. Marco muestral.....	45
6.1.3.2. Definición de variables.....	48
6.1.3.2.1. Variables culturales.....	48
6.1.3.2.1.1. Locus de control.....	49
6.1.3.2.1.2. Preferencias valorativas.....	51
6.1.3.2.1.3. Confianza.....	52
6.1.3.2.2. Variables sociodemográficas.....	52
6.1.3.2.2.1. Datos demográficos.....	52
6.1.3.2.2.2. Trabajo.....	52
6.1.3.2.2.3. Nivel socioeconómico.....	53
6.1.3.2.3. Variables de consumo informacional.....	55
6.1.3.2.3.1. Tipos de información.....	55
6.1.3.2.3.2. Medios de información.....	55
6.1.3.3. Operacionalización de variables.....	55
6.1.4. Retroalimentación.....	67
6.1.5. Planificación del cambio.....	67
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	68
1. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS.....	68
1.1. Datos sociodemográficos.....	68
1.2. Consumo informacional.....	81
1.3. Variables culturales.....	117
2. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	121
CONCLUSIONES.....	138
RECOMENDACIONES.....	143

BIBLIOGRAFÍA.....	144
ANEXOS.....	148

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis DOFA de la UCAB según el Decano de Desarrollo Estudiantil (2004).....	44
Tabla 2. Distribución de la matrícula por facultad según año de estudio.....	46
Tabla 3. Distribución de la matrícula por facultad según año de estudio en porcentaje (%).....	47
Tabla 4. Distribución de la muestra por facultad según año de estudio.....	47
Tabla 5. Locus de control. Tomada de Detrás de la Pobreza.....	50
Tabla 6. Preferencias valorativas. Tomada de Detrás de la Pobreza.....	51
Tabla 7. Distribución de estratos según Graffar.....	53
Tabla 8. Ítems y variables del método Graffar según Méndez Castellano...54	
Tabla 9. Distribución de frecuencia Escuela a la que pertenece.....	68
Tabla 10. Distribución de frecuencia Facultad a la que pertenece.....	70
Tabla 11. Distribución de frecuencia Nivel académico.....	71
Tabla 12. Distribución de frecuencia Turno.....	72
Tabla 13. Distribución de frecuencia Sexo.....	73
Tabla 14. Distribución de frecuencia Edad.....	74
Tabla 15. Distribución de frecuencia Estado civil.....	75
Tabla 16. Distribución de frecuencia ¿Trabaja?.....	76
Tabla 17. Distribución de frecuencia Tipo de trabajo.....	77
Tabla 18. Distribución de frecuencia Dedicación.....	78
Tabla 19. Distribución de frecuencia Ingreso mensual de la familia.....	79
Tabla 20. Distribución de frecuencia Nivel socioeconómico.....	80

Tabla 21. Distribución de frecuencia Nivel de información.....	81
Tabla 22. Distribución de frecuencia Interés en recibir información.....	82
Tabla 23. Distribución de frecuencia Conoce al Decanato de Desarrollo Estudiantil.....	83
Tabla 24. Distribución de frecuencia Instancias que conoce del Decanato de Desarrollo Estudiantil.....	84
Tabla 25. Distribución de frecuencia Instancias que definen al Decanato de Desarrollo Estudiantil.....	85
Tabla 26. Distribución de frecuencia Cantidad de publicidad y promoción..	86
Tabla 27. Distribución de frecuencia Espacios de publicidad y promoción.	87
Tabla 28. Distribución de frecuencia Información de publicidad y promoción.....	88
Tabla 29. Distribución de frecuencia ¿Dónde busca la información?.....	89
Tabla 30. Distribución de frecuencia ¿A través de qué vía se informa?.....	90
Tabla 31. Distribución de frecuencia Postulaciones centros de estudiantes y RE.....	91
Tabla 32. Distribución de frecuencia Medio de las postulaciones.....	92
Tabla 33. Distribución de frecuencia Tiempo de anticipación de las postulaciones.....	93
Tabla 34. Distribución de frecuencia Acceso con TAI.....	94
Tabla 35. Distribución de frecuencia Medio de la TAI.....	95
Tabla 36. Distribución de frecuencia Inscripciones.....	96
Tabla 37. Distribución de frecuencia Notas certificadas.....	97
Tabla 38. Distribución de frecuencia Mascota UCAB.....	98

Tabla 39. Distribución de frecuencia. Suspensión de clases por vaguadas.....	99
Tabla 40. Distribución de frecuencia Medios suspensión de clases.....	100
Tabla 41. Distribución de frecuencia Canal adecuado.....	101
Tabla 42. Distribución de frecuencia Medios suficientes.....	102
Tabla 43. Distribución de frecuencia ¿Por qué?.....	103
Tabla 44. Distribución de frecuencia Correo UCAB.....	104
Tabla 45. Distribución de frecuencia Correo electrónico personal.....	105
Tabla 46. Distribución de frecuencia Página Web.....	106
Tabla 47. Distribución de frecuencia Carteleras.....	107
Tabla 48. Distribución de frecuencia Afiches en las paredes.....	108
Tabla 49. Distribución de frecuencia Delegados.....	109
Tabla 50. Distribución de frecuencia Autoridades.....	110
Tabla 51. Distribución de frecuencia Profesores.....	111
Tabla 52. Distribución de frecuencia Respuesta de los profesores.....	112
Tabla 53. Distribución de frecuencia Medios que prefieren para recibir información.....	113
Tabla 54. Distribución de frecuencia ¿Utiliza otro medio?.....	114
Tabla 55. Distribución de frecuencia Otros medios que utilizan.....	115
Tabla 56. Distribución de frecuencia Propuesta de nuevo medio.....	116
Tabla 57. Distribución de frecuencia Locus de control.....	117
Tabla 58. Distribución de frecuencia Preferencias valorativas.....	118
Tabla 59. Distribución de frecuencia Desconfianza.....	119
Tabla 60. Distribución de frecuencia Tipologías.....	120

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).....	28
Figura 2. Organigrama general del Decanato de Desarrollo Estudiantil.....	32
Figura 3. Distribución de frecuencia Escuela a la que pertenece.....	69
Figura 4. Distribución de frecuencia Facultad a la que pertenece.....	70
Figura 5. Distribución de frecuencia Nivel académico.....	71
Figura 6. Distribución de frecuencia Turno.....	72
Figura 7. Distribución de frecuencia Sexo.....	73
Figura 8. Distribución de frecuencia Edad.....	74
Figura 9. Distribución de frecuencia Estado civil.....	75
Figura 10. Distribución de frecuencia ¿Trabaja?.....	76
Figura 11. Distribución de frecuencia Tipo de trabajo.....	77
Figura 12. Distribución de frecuencia Dedicación.....	78
Figura 13. Distribución de frecuencia Ingreso mensual de la familia.....	79
Figura 14 . Distribución de frecuencia Nivel socioeconómico.....	80
Figura 15. Distribución de frecuencia Nivel de información.....	81
Figura 16. Distribución de frecuencia Interés en recibir información.....	82
Figura 17. Distribución de frecuencia Interés en recibir información.....	83
Figura 18. Distribución de frecuencia Instancias que conoce del Decanato de Desarrollo Estudiantil.....	84
Figura 19. Distribución de frecuencia Instancias que definen al Decanato de Desarrollo Estudiantil.....	85
Figura 20. Distribución de frecuencia Cantidad de publicidad y promoción.....	86

Figura 21. Distribución de frecuencia Espacios de publicidad y promoción.....	87
Figura 22. Distribución de frecuencia Información de publicidad y promoción.....	88
Figura 23. Distribución de frecuencia ¿Dónde busca la información?.....	89
Figura 24. Distribución de frecuencia ¿A través de qué vía se informa?.....	90
Figura 25. Distribución de frecuencia Postulaciones centros de estudiantes y RE.....	91
Figura 26. Distribución de frecuencia Medio de las postulaciones.....	92
Figura 27. Distribución de frecuencia Tiempo de anticipación de las postulaciones.....	93
Figura 28. Distribución de frecuencia Acceso con TAI.....	94
Figura 29. Distribución de frecuencia Medio de la TAI.....	95
Figura 30. Distribución de frecuencia Inscripciones.....	96
Figura 31. Distribución de frecuencia Notas certificadas.....	97
Figura 32. Distribución de frecuencia Mascota UCAB.....	98
Figura 33. Distribución de frecuencia. Suspensión de clases por vaguadas..	99
Figura 34. Distribución de frecuencia Medios suspensión de clases.....	100
Figura 35. Distribución de frecuencia Canal adecuado.....	101
Figura 36. Distribución de frecuencia Medios suficientes.....	102
Figura 37. Distribución de frecuencia ¿Por qué?.....	103
Figura 38. Distribución de frecuencia Correo UCAB.....	104
Figura 39. Distribución de frecuencia Correo electrónico personal.....	105

Figura 40. Distribución de frecuencia Correo electrónico personal.....	106
Figura 41. Distribución de frecuencia Carteleras.....	107
Figura 42. Distribución de frecuencia Afiches en las paredes.....	108
Figura 43. Distribución de frecuencia Delegados.....	109
Figura 44. Distribución de frecuencia Autoridades.....	110
Figura 45. Distribución de frecuencia Profesores.....	111
Figura 46. Distribución de frecuencia Respuesta de los profesores.....	112
Figura 47. Distribución de frecuencia Medios que prefieren para recibir información.....	113
Figura 48. Distribución de frecuencia ¿Utiliza otro medio?.....	114
Figura 49. Distribución de frecuencia Otros medios que utilizan.....	115
Figura 50. Distribución de frecuencia Propuesta de nuevo medio.....	116
Figura 51. Distribución de frecuencia Locus de control.....	117
Figura 52. Distribución de frecuencia Preferencias valorativas.....	118
Figura 53. Distribución de frecuencia Desconfianza.....	119
Figura 54. Distribución de frecuencia Tipologías.....	120

INTRODUCCIÓN

UCAB 2005 para Venezuela 2015 es un documento, producto del cincuentenario la Universidad Católica Andrés Bello, que representa una iniciativa para pensar sobre los logros, las metas y los retos que debe enfrentar la academia de cara al país. **¿Qué Universidad queremos para qué país?** es la interrogante central del escrito que se relaciona directamente con la misión de la Universidad: “contribuir a la formación integral de la juventud universitaria” a partir de valores cristianos, donde el éxito personal esté directamente relacionado con el crecimiento del país. La combinación equilibrada entre la parte académica y las actividades extra-curriculares permitirá alcanzar este objetivo.

La discusión de *UCAB 2005 para Venezuela 2015* en toda la comunidad ucabista (docentes, investigadores, estudiantes, empleados) busca establecer la conexión de la Universidad como un motor para construir el país que queremos y podemos tener. En una primera etapa de discusiones, los estudiantes expusieron su preocupación en torno a la brecha comunicacional existente entre autoridades y estudiantes; y plantearon que se debería modernizar y estandarizar los mecanismos de comunicación interna de la Universidad. A partir de ésta premisa surge la inquietud que representa el motivo principal para realizar esta tesis. A su vez, el desempeño como representantes estudiantiles durante toda la carrera, nos impulsa a mejorar las condiciones de la Universidad desde nuestros conocimientos en el área de la comunicación.

En investigaciones anteriores se ha propuesto planes de comunicaciones internas y estrategias comunicacionales para distintas instancias de la Universidad. Sin embargo, no se han realizado estudios sobre el Decanato de Desarrollo Estudiantil, debido a su reciente instauración. Esta dirección busca alentar el diálogo entre los miembros de

la comunidad universitaria en busca de una formación integral por lo que es la más indicada para implementar una mejora la comunicación entre autoridades y estudiantes, porque dada su misión es una de las vías más directas.

Aunque los estudios previos se refieren a otras unidades, se puede rescatar algunos planteamientos y resultados como: la “necesidad de optimizar el flujo de información para elevar el nivel de asistencia a eventos de corte académico” (Carbonell, 2001); la percepción de los estudiantes sobre la Dirección de Cultura de la Universidad Católica Andrés Bello (Rondón, 2001); y la comunicación de la misión, visión y objetivos de las instancias de la Universidad, para “crear un sentimiento de pertenencia”; además de crear medios y soportes de comunicación eficaces, a través de la experiencia (Dubuc y Michelena, 1996).

El propósito general de esta tesis se enfoca en diagnosticar la situación actual del flujo de información entre autoridades y estudiantes contemplado en el reglamento del Decanato de Desarrollo Estudiantil de la Universidad Católica Andrés Bello. Uno de sus objetivos trata sobre estimular la comunicación “entre los miembros de la comunidad universitaria en torno a la formación integral”. Partiendo de estos resultados se procederá a realizar una auditoria comunicacional para generar líneas de acción, que permitan agilizar el intercambio de mensajes entre las autoridades y los estudiantes.

Desde de la teoría de las organizaciones y de los sistemas abiertos se estudia la comunicación organizacional a través del método de Desarrollo Organizacional (DO), en su vertiente de consultoría de procesos. El procedimiento de DO se divide en siete etapas: entrada, hacer un contrato, diagnóstico, retroalimentación, planificación del cambio, intervención y evaluación.

Todas las fases del DO, menos el diagnóstico, se efectúan en un trabajo conjunto con el decano de Desarrollo Estudiantil de la universidad,

Rubén Peñalver, quien representa el cliente primario del proceso de consultoría.

El diagnóstico se realiza a partir de estudiantes de la UCAB (sede Caracas) de las 4 facultades (Humanidades y Educación, Derecho, Ciencias Económicas y Sociales e Ingeniería), entre 1ero y 5to año de pregrado. El instrumento de recolección de datos es una encuesta estructurada que mide ocho variables, reunidas en tres grandes grupos: sociodemográficas, informacionales y culturales. Estas últimas permiten la construcción de tipologías culturales de los estudiantes de la UCAB, basadas en el estudio *Proyecto Pobreza* (1997) hecho por la misma universidad.

La intervención de consultoría de procesos supone el establecimiento de una agenda, la retroalimentación de observaciones, orientación del cliente y sugerencias estructurales. La intervención estructural, que es la última etapa del proceso de consultoría para efectos de esta tesis, presume recomendaciones generales de los patrones comunicacionales.

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I

1. ORGANIZACIONES

1.1. Definición

Las organizaciones son definidas como redes de relaciones interdependientes que pueden ser consideradas según los principios de las tres escuelas más importantes: la escuela clásica, la escuela de relaciones humanas y las escuelas de los sistemas sociales

Para los efectos de este trabajo de investigación, se tomó como base el enfoque de la escuela de los sistemas sociales que estudia “las relaciones existentes entre las partes de la organización con la organización en su conjunto y la naturaleza interdependiente de dichas relaciones” (Goldhaber, 1984).

Dado el carácter de interdependencia de las partes de la organización que propone este enfoque, todo elemento que influya a una parte del sistema, también lo hará a su conjunto. Debido a la inminente interacción de las organizaciones con su medio ambiente, éstas se pueden definir como sistemas abiertos. (Goldhaber, 1984).

1.2. Diseño organizacional

Las organizaciones se pueden clasificar en dos tipos, según su diseño:

1.2.1. Organización orgánica

“Alienta a jefes y subordinados a trabajar en equipo y comunicarse abiertamente (...). La toma de decisiones suele descentralizarse. La autoridad, la responsabilidad y la rendición de cuentas giran en torno de los empleados que cuentan con la experiencia necesaria

para solucionar los problemas conforme se presentan. En consecuencia, una organización orgánica es ideal para un entorno cambiante” (Hellriegel, Jackson y Slocum, 2002:296).

1.2.2. Organización mecanicista

“La administración divide las actividades en tareas separadas y muy especializadas, depende en gran medida de reglas estandarizadas y centraliza la toma de decisiones en la cúspide. Este tipo de organización puede ser más adecuado cuando el entorno de una empresa es estable y predecible”. (Hellriegel, Jackson y Slocum, 2002:296).

Es importante establecer que es poco probable que las organizaciones sean puramente organicistas o mecanicistas, porque sus diferentes unidades podrían tener rasgos más aproximados a un tipo o al otro, haciendo que en conjunto cada organización sea predominantemente orgánica o predominantemente mecánica. (Kinicki y Kreitner, 2004)

2. SISTEMAS ABIERTOS

2.1. Definición

Un sistema abierto “tiene fronteras permeables que permiten las interacciones del sistema con el medio ambiente. Como resultado de ello, la estructura, la función y la conducta del sistema abierto están cambiando continuamente” (Fisher y Hawes en Goldhaber, 1984).

Los sistemas abiertos son dinámicos, cambian constantemente y reciben entradas (información, obreros, materias primas) y envían salidas (información, productos, servicios) al exterior. (Goldhaber, 1984)

2.2. Características

Existen diferentes clases de sistemas abiertos. Sin embargo, todos estos presentan las siguientes características comunes según Goldhaber (1984) y Katz y Kahn (1979):

2.2.1. Importación de energía

Todos los sistemas abiertos necesitan insumos del exterior para su funcionamiento. Esos insumos son denominados provisión de energía, procedentes de otras organizaciones, que se traducen en recursos naturales y humanos.

2.2.2. El procesamiento

Es la transformación de materia prima en productos y servicios.

2.2.3. El resultado

Es el producto final que surge del procesamiento de la materia prima, que es exportado al medio ambiente.

2.2.4. Los sistemas como ciclos de acontecimientos

El producto final que sale al exterior genera fuentes de energía para que se repita el proceso.

2.2.5. Entropía negativa

La supervivencia del sistema depende del almacenamiento de mayor cantidad de energía importada que de la energía exportada. En caso contrario, el sistema perecerá.

2.2.6. Insumo de información, retroalimentación negativa y el proceso de codificación

Los insumos de información proveen señales al sistema sobre el exterior y sobre su propio funcionamiento con respecto a este último. La retroalimentación negativa es un tipo de insumo de información del sistema que ayuda a corregir sus desviaciones para mantener la entropía negativa. El proceso de codificación filtra los elementos entrantes y los transporta a la organización.

2.2.7. El estado estable y la homeostasis

El estado estable es “la constancia en el intercambio energético”. La homeostasis dinámica significa preservar las condiciones de la estructura, reduciendo el cambio y manteniendo un ambiente físico con un mínimo de interferencias del exterior.

2.2.8. Diferenciación

Es la tendencia natural de los organismos sociales a la multiplicación y complejización de los subsistemas. (Crecimiento de la universidad).

2.2.9. Equifinalidad

Una organización puede obtener el mismo nivel de elementos salientes, a partir de las propiedades iniciales distintas y por diversas vías.

3. DESARROLLO ORGANIZACIONAL (DO)

3.1. Definición

El desarrollo organizacional es una técnica típica de la consultoría orientada hacia la cultura, los procesos y la estructura de la organización, a partir de una visión completa del sistema (French y Bell, 1996). El DO pretende aumentar la eficacia de la organización a través de la fusión de las aspiraciones individuales de desarrollo y crecimiento con las metas de la institución (Goldhaber, 1998).

3.2. Fases de los programas de DO

Los programas de desarrollo organizacional se dividen en siete etapas según French y Bell (1996):

3.2.1. Entrada

La entrada es el primer contacto entre el cliente y el consultor, en donde éste último tantea la situación organizacional e indaga sobre los problemas planteados por el cliente.

En las sesiones del mes de (mayo-junio) del Consejo Universitario del año académico 2003-2004 se expuso en diversas oportunidades el problema de las peticiones, fuera del lapso de estipulado, para inscripciones tardías en pregrado. En adición a los argumentos de dificultades económicas varios estudiantes plantearon el tema de la desinformación. Este asunto es recurrente todos los años, no solamente cuando se trata de inscripciones tardías sino con los demás servicios y actividades que ofrece la universidad.

En vista del problema y las circunstancias se efectuó una reunión con el decano de Desarrollo Estudiantil, Rubén Peñalver, porque representa uno de los canales de comunicación más directo entre estudiantes y autoridades.

3.2.2. Hacer un contrato

Hacer un contrato comprende, en primera instancia, exponer de manera clara las expectativas del cliente con respecto al servicio y las expectativas del consultor en referencia al trabajo. Una vez establecidas las aspiraciones se procede a determinar los costos en tiempo, recursos y energía para alcanzar un acuerdo mutuo y firmar un contrato.

3.2.3. Diagnóstico

La fase de diagnóstico implica una investigación más profunda sobre la situación organizacional, para poder construir un cuadro más amplio sobre los problemas. La evaluación contempla dos pasos:

- a. La recopilación de información a través de cuestionarios, entrevistas, documentos, entre otros
- b. El análisis de toda la información recolectada.

3.2.4. Retroalimentación

La retroalimentación se refiere al retorno de la información analizada por el consultor al cliente, quien debe examinarla para comprender la situación de la organización y sus problemas.

Una vez culminadas las dos etapas del diagnóstico se procede a entablar una reunión con el cliente, para presentarle los resultados del sondeo.

3.2.5. Planificación del cambio

Los cambios se planificaron una vez que el cliente conoció y entendió la información recopilada en el diagnóstico de la organización. Sobre la base de esto el cliente decidió algunos pasos a seguir que sirvieron para evaluar, seleccionar y desarrollar las líneas de trabajo.

3.2.6. Intervención

La intervención significa “poner en práctica una serie de acciones diseñadas para corregir los problemas” o mejorar la situación organizacional (French y Bell, 1996:134). En general existen tres modelos de consultoría para intervenir una organización (Schein, 1990:3):

3.2.6.1. Adquisición de un experto

El modelo de adquisición de un servicio experto estima la obtención de información de un especialista, en determinada área, para solventar alguna necesidad de la organización. El éxito de este tipo de consultoría depende: de la capacidad del gerente para determinar adecuadamente las necesidades de la empresa; de su aptitud para comunicárselas al experto; y de éste último para diagnosticar el problema y ofrecer respuestas acertadas.

En contadas ocasiones el consultor puede conocer lo suficiente a una organización para establecer las líneas de acción más eficaces. Por tanto al no involucrar al gerente en el diagnóstico y posteriormente en el proceso de recomendaciones puede generar su insatisfacción y escasas probabilidades de implantación en la empresa.

3.2.6.2. Médico-paciente

El modelo de asesoramiento médico-paciente implica que el gerente solicite los servicios de un consultor para revisar la empresa y detecte alguna falla en algún departamento. Con este método el consultor obtiene mucho poder en la medida que “diagnostica y receta” (Schein, 1990:5). Pero a pesar de este poder, el éxito de la consultoría dependerá de que el “paciente” dé a conocer información; acepte y crea en el diagnóstico; y que lo realice.

La ausencia del cliente dentro del proceso de diagnóstico y recomendaciones puede originar un rechazo de la "receta del médico".

3.2.6.3. Intervención de consultoría de procesos

La intervención de consultoría de procesos supone que el consultor ayude a la organización a aprender a resolver sus propios conflictos, proporcionando información valiosa que asista al cliente en el momento de tomar decisiones y llevar a cabo acciones pertinentes (Goldhaber, 1998).

El consultor de procesos enseña al cliente el autodiagnóstico y la autointervención para las mejoras en algunos procesos organizacionales como: comunicaciones, liderazgo y autoridad, conflictos de grupo y toma de decisiones, cooperación y competencia intergrupo, entre otros.

Más allá de diagnosticar las necesidades en el campo comunicacional de la universidad se intentó realizar un plan de acción efectivo y adaptado a las posibilidades del Decanato de Desarrollo Estudiantil. Para tal fin se empleó la consultoría de procesos como método de intervención porque al involucrar a la institución en el proceso de resolución del problema, la(s) modificación(es) pueden permanecer por más tiempo y ser más valiosas. Además la participación del cliente permitió un nivel de compromiso más real para el establecimiento de las nuevas líneas de acción.

A diferencia del concepto de intervención anteriormente expuesto para el consultor de procesos todas las maniobras, desde la alteración de percepción del cliente en el primer encuentro, suponen una intervención. Por eso los asesores intentaron predecir de varios tipos modificaciones posibles y se intentó orientarlas hacia los objetivos finales del proceso de asesoramiento.

Para efectos de esta tesis, la intervención final se concentró en generar líneas de acción para el proceso organizacional de las comunicaciones entre autoridades y estudiantes. La implantación y

posterior evaluación de sus resultados escaparon del objetivo general de la investigación dadas las limitaciones de tiempo.

3.2.6.3.1. Clases de intervención

Los tipos de intervenciones de consultoría de procesos realizados por los consultores fueron, según Schein:

3.2.6.3.1.1. Intervenciones de establecimiento de una agenda

Implica “preguntas que dirigen la atención a aspectos interpersonales; períodos de análisis del proceso; revisión de la agenda y procedimientos de verificación; juntas dedicadas a procesos interpersonales y aportaciones conceptuales sobre temas interpersonales del proceso”.

3.2.6.3.1.2. Retroalimentación de observaciones

Comprende “retroalimentación de los grupos durante el análisis del proceso o durante las horas de trabajo regulares; y retroalimentación a los individuos después de las juntas, o después de la recopilación de datos”.

La retroalimentación se hará a partir de la información recabada del cliente último, los estudiantes. Más allá de enfocarse en los procesos de comunicación y las dinámicas de trabajo del Decanato de Desarrollo Estudiantil, la investigación está orientada hacia el estudio de la eficacia de los medios utilizados por la universidad para la transmisión de información, y del análisis de las preferencias culturales y comunicacionales de los alumnos.

3.2.6.3.1.3. Orientación o consejo de los individuos

Supone complementar las opciones propuestas por el cliente, sumar nuevas alternativas y responder a interrogantes del cliente como

“¿Qué cree usted que debería hacer yo en este caso? Ahora que puedo ver algunas áreas en las que es posible mejorar ¿Cómo puedo cambiar mi conducta?”.

3.2.6.3.1.4. Sugerencias estructurales

Se refiere a “los patrones de comunicación o interacción; y la asignación de trabajo, de responsabilidades y las líneas de autoridad”. Como mencionamos anteriormente el objetivo general de este estudio apunta hacia el proceso de transmisión de información. Por eso a partir de la retroalimentación de observaciones se sugerirán “intervenciones de alternativas de acción” en el proceso de comunicación organizacional. En esta etapa el cliente tiene idea de cómo solucionar el problema y el consultor puede compartir sus impresiones acerca del proceso en estudio y ofrecer varias opciones con sus respectivas consecuencias (Schein, 1988).

Finalmente es importante comentar que la intervención estructural, en primera instancia, es una de las más influyentes porque trabaja sobre procesos constantes y por tanto en algunas ocasiones puede generar resistencia. Así mismo puede prestarse a confusiones porque son recomendaciones generales, que no buscan solventar escenarios particulares sino incrementar la habilidad del cliente para solucionar conflictos (Schein, 1988-1990).

3.2.7. Evaluación

La evaluación supone estimar los efectos del programa de desarrollo organizacional estableciendo los cambios se aplicaron, los mecanismos que se utilizaron, la efectividad de éstas modificaciones y la satisfacción con el producto obtenido.

En este trabajo de grado no se llevará a cabo la evaluación de la efectividad de las recomendaciones debido al corto lapso de tiempo que se

tiene para desarrollar las propuestas, no es suficiente para su implementación y posterior evaluación.

4. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

4.1. Definición

La comunicación organizacional se puede definir como “un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de una organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de las organizaciones, todo esto con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente sus objetivos. Estas técnicas y actividades deben partir idealmente de la investigación, ya que a través de ella se conocerán los problemas, necesidades y área de oportunidad en materia de comunicación. Así, el resultado provechoso de los programas que se implanten será más probable” (Fernández, 2002:12).

4.2. Dimensiones

4.2.1. Comunicación externa

4.2.1.1. Definición

La comunicación externa “es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos (proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.), encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o promover sus productos o servicios” (Fernández, 2002:12).

4.2.2. Comunicación interna

4.2.2.1. Definición

La comunicación interna “es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación de buenas relaciones y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informado, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales” (Fernández, 2002:12).

4.2.2.2. Clasificación

La comunicación interna se puede subdividir en cuatro tipos según su direccionalidad (Gibson, Ivancevich, y Donnely, 2001):

4.2.2.2.1. Comunicación descendente

Se refiere a la comunicación que surge desde los niveles superiores de una organización hasta los niveles inferiores de la misma. Las manifestaciones más de este tipo de comunicación son memorando oficiales, procedimientos, instrucciones de trabajo, publicaciones de la organización, etc.

En la UCAB este tipo de comunicación es muy común. Se da cuando “las autoridades informan algo a la comunidad, que puede ser desde una medida acerca de las inscripciones o una política de la universidad, hasta la invitación a un acto institucional...” (Peñalver, 2005)

4.2.2.2.2. Comunicación ascendente

Se refiere al proceso inverso a la comunicación descendente donde el flujo de información parte desde los niveles inferiores hasta los niveles superiores. Los tipos más usuales de comunicación ascendente se dan mediante reuniones de trabajo, cuadros de sugerencia, métodos de recolección de quejas, etc.

Peñalver comenta que la comunicación ascendente se produce constantemente a través de los correos electrónicos, cuando algún miembro de la comunidad ucabista (empleado o profesor a tiempo convencional) desea plantear su opinión acerca de alguna situación de la universidad. “Son planteamientos propios de la unidad que requieren ser considerados por una instancia superior, bien sea proyectos futuros o una especie de rendición de cuentas de las actividades realizadas”. (Peñalver, conversación personal, 2005).

4.2.2.2.3. Comunicación horizontal

Es el tipo de comunicación que se da entre dos o más instancias que se encuentran al mismo nivel en la organización.

Un ejemplo claro de comunicación horizontal, según el decano de Desarrollo Estudiantil, fue la organización de la Feria Internacional 2004 en la universidad, cuando había la necesidad de comunicación constante entre el Decanato de Desarrollo Estudiantil y la Dirección de Cultura. (Peñalver, conversación personal, 2005).

4.2.2.2.4. Comunicación diagonal

Las variables de tiempo y esfuerzo de una organización generan este tipo de comunicación que atraviesa las funciones y niveles del sistema sustituyendo los canales regulares en un momento determinado, en busca de una comunicación más eficiente.

“No es lo más conveniente pero se da por determinadas circunstancias. Hay situaciones donde es más importante acudir a una instancia superior” (Peñalver, conversación personal, 2005).

Por ejemplo el caso de Proyección a la Comunidad y el rectorado, que tienen la vinculación en algunos casos directa por los programas de

educación que ambos manejan en las comunidades aledañas. Normalmente Proyección a la Comunidad debería acudir al Decanato primero y seguidamente al vicerrectorado académico. “Eso es por razones prácticas, no se respeta la instancia media porque la naturaleza del trabajo lo amerita” (Peñalver, conversación personal, 2005).

4.3. Cultura organizacional

4.3.1. Definición

“La cultura organizacional es el conjunto de creencias y de valores compartidos que proporcionan un marco común de referencia, a partir del cual las personas que pertenecen a una organización tienen una concepción más o menos homogénea de la realidad y, por tanto, un patrón similar de comportamientos ante situaciones específicas” (Fernández, 2002:90). En vista de la importancia que tiene la cultura organizacional en la conducta de los miembros de una organización, es importante para la eficacia del consultor conocer las barreras culturales. La asesoría debe prestarse dentro de los límites culturales, porque implícitamente esas líneas de acción que favorecen a la organización están determinadas por la cultura. (Schein, 1988).

4.3.2. Valores

Son patrones de conducta individual y colectiva que se dan en el plano emocional, propios de la organización que establecen parámetros que delimitan el comportamiento correcto e incorrecto.

4.3.3. Creencias

“Son ideas reconocidas como verdaderas” por los integrantes de una organización. Estos planteamientos se dan en el plano racional y comprenden todo tipo de nociones. (Goldhaber, 1984).

4.3.4. Manifestaciones culturales

Las manifestaciones culturales son el producto de la concepción que se tiene de la organización, que muestra las creencias y los valores de sus integrantes.

5. BARRERAS PARA LA COMUNICACIÓN EFECTIVA

5.1. Marco de referencia

Cada individuo percibe los hechos de manera distinta según los procesos de decodificación. Los emisores pueden codificar y los receptores decodificar sobre la base de sus experiencias. Cuando sus marcos de referencia divergen se puede alterar el mensaje. Los conocimientos académicos obtenidos por los estudiantes pueden afectar el significado de estos mensajes dependiendo de la carrera que cursen.

5.2. Escucha selectiva

Cuando una información transmitida en la organización crea un conflicto con las creencias preconcebidas de los receptores, estos tienden a bloquearla. De esa manera, la realidad de los individuos “no puede ser alterada” (Gibson, 2001:463). Los estudiantes generalmente rechazan aquellos mensajes con los que no se sienten satisfechos o no están de acuerdo, alegando posteriormente desconocimiento de la información.

5.3. Juicios de valor

En todo proceso de comunicación, el decodificador puede valorar el mensaje antes de recibir la información completa. La manifestación de juicios de valor puede depender del análisis del emisor, del marco

referencial del receptor con respecto al emisor o la interpretación incompleta del mensaje. Un ejemplo claro de esta barrera se observa frecuentemente en la utilización del correo electrónico. Los estudiantes pueden rechazar algún mensaje recibido a través de este medio con solo examinar el título del mismo, sin llegar a leer la información completa para así determinar su interés en el tema.

5.4. Credibilidad de la fuente

La credibilidad de la fuente está relacionada directamente con la confianza que el receptor tiene en el emisor del mensaje. La efectividad del mensaje se ve afectada por el grado de confianza del emisor hacia el comunicador. Esto está relacionado, al igual que los juicios de valor, con el conocimiento previo que se tiene del receptor. Para los estudiantes, el nivel de status del emisor es directamente proporcional a la credibilidad de la fuente. Una información recibida del rector será más confiable que la recibida de una autoridad de rango menor o de otro estudiante.

5.5. Problemas semánticos

Para mantener una comunicación efectiva se deben utilizar símbolos comunes entre el emisor y el receptor. Muchas veces estos símbolos poseen diferentes significados entre los comunicadores. “No podemos transmitir entendimiento, podemos meramente transmitir información” (Gibson, 2001:463) por lo que la comprensión del mensaje depende básicamente del receptor. En algunos casos los estudiantes utilizan términos informales para denominar los espacios y actividades de la universidad y cuando los nombres reales son utilizados en la transmisión formal de información, desconocen a lo que se refiere.

5.6. Lenguaje interno del grupo

En todas las organizaciones se va creando un lenguaje interno común que manejan sus integrantes. Estas expresiones, aunque pueden ser entendidas por todos los miembros del grupo, muchas veces dificulta u obstaculiza la comunicación efectiva con otros individuos o grupos sociales. Entre los estudiantes e incluso las autoridades se le han asignados nombres a algunos lugares de la universidad como la plaza "Mickey" o el "cura Hilton" que no servirían de referencia a personas o grupos ajenos al campus.

5.7. Presiones de tiempo

Frecuentemente, por la falta de tiempo dentro de la agenda de los empleados de una organización, se saltan los canales regulares para transmitir una información. Esto trae como consecuencia que personas que normalmente están incluidas dentro de la estructura formal, no reciban esta información, lo que crea una "falla del sistema de comunicación formalmente prescrito". Esto es lo que Gibson define como "cortocircuito". (Gibson, 2001:466). La universidad realiza gran cantidad de actividades en paralelo, lo que implica una reducción en el tiempo de su planificación y promoción. Por esto se limita la utilización de los canales regulares, creando deficiencias en la recepción de la información.

5.8. Sobrecarga comunicacional

La gran cantidad de información al que cada individuo está expuesto a diario limita su capacidad de decodificar, absorber y responder todos los mensajes, por lo que la comunicación efectiva se ve afectada. Esto puede llevar al individuo a caer en otra barrera de la comunicación como el juicio de valor y las presiones de tiempo. Las paredes de la universidad están constantemente repletas de afiches con información

diversa que dificulta la lectura e interpretación de cada uno de ellos. Esto trae como consecuencia una reducción de la efectividad de los mensajes.

CAPÍTULO II

2. CLIENTES

2.1. Definición

El cliente, en el contexto de la consultoría de procesos, se puede definir como la persona interesada en recibir algún tipo de evaluación o asesoría sobre el estado de cualquier área de una organización (Schein, 1988).

2.2. Tipos de cliente

2.2.1. Cliente contacto

Todo proceso de colaboración empieza con un cliente contacto definido como “la primera persona con quien se reúne el consultor o el gerente para tratar el problema” (Schein, 1988:122).

2.2.2. Cliente intermedio

Los clientes intermediarios “son los que participan en las primeras reuniones o en la planeación de los siguiente pasos” (Schein, 1988:121). Eventualmente son quienes pondrán al consultor en comunicación con el cliente primario, dado que éstos no son los que tiene el problema sobre el cual hay que trabajar (Schein, 1988).

2.2.3. Cliente primario

“Un cliente primario es una persona o grupo con un problema determinado sobre el cual hemos acordado concentrarnos y cuyo

presupuesto cubrirá, en última instancia, los honorarios del consultor. Los clientes contacto y los intermedios pueden convertirse, o no, en clientes primarios” (Schein, 1988:129). Para efectos de este trabajo de grado el cliente contacto, el decano Rubén Peñalver, es también el cliente primario.

En vista de que el Decanato de Desarrollo Estudiantil contempla como misión la formación integral, es una canal importante en la comunicación entre autoridades y estudiantes. Además, el decano está en capacidad de generar un escenario favorable para la exitosa implementación de las líneas de acción que se propongan en esta tesis porque posee injerencia en la organización para contribuir a generar cambios importantes (Schein, 1988).

2.2.4. Cliente último

Los clientes últimos son “aquellas personas cuyos intereses deben protegerse finalmente, incluso si no están en contacto directo con el consultor” (Schein, 1988:129). El producto de la consultoría de procesos puede incidir en los clientes últimos, pero es posible que no adviertan que está pasando algo.

Los estudiantes de pre-grado de la Universidad Católica Andrés Bello representan el cliente último del proceso de consultoría de este trabajo de investigación.

CAPÍTULO III

2. LOS JESUITAS

2.1. Reseña histórica

La Compañía de Jesús es una Orden Religiosa de la Iglesia Católica fundada por San Ignacio de Loyola y varios estudiantes de la Universidad de París en 1540. La creencia en Dios y la crisis de la Iglesia durante la

Reforma protestante, abrieron el camino para su conformación. (Pagina Web Oficial de los Jesuitas en Perú)

A pesar de que en principio no se contempla la educación escolar y universitaria dentro del campo de acción de los jesuitas, las diferentes circunstancias de la época hicieron evidente esta necesidad y ya para el primer siglo de su fundación existían centros de educación en donde se aceptaba una “formación humanística pagana”. Toda esta labor se enmarca en un proceso interno de reflexión sobre las “realidades humanas” para luego transformarlas. (Ausjal, 1995)

2.2. Filosofía educativa de la Compañía de Jesús en América Latina y en Venezuela

La pedagogía jesuítica, en correspondencia con la primera etapa de su fundación y desarrollo, reza: “Como ideal: ella propone el Humanismo intelectual cristiano. Como instrumento de formación intelectual: propugna el profundo estudio de los clásicos grecolatinos y de la Filosofía. Como método: atiende a la formación más que a la erudición. Cultiva el activismo, la elaboración personal, el esfuerzo, la emulación. Como Humanismo cristiano: jerarquiza cuidadosamente los valores espirituales, dando preferencia a la formación del carácter, de la conciencia y del “homo *religiosus*”. Esta pedagogía está orientada a formar el tipo de hombre integralmente humanos y cristiano, en unidad indivisible” (Yépez, 1994).

En la actualidad y bajo un marco de reflexión frente a la globalización como uno de los retos del siglo XXI, las Universidades confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina reunidas en AUSJAL (Asociación de Universidades Confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina) plantean una serie de propósitos que guiarán su labor en la próxima década, entre los que se destaca para los efectos de esta tesis:

- “Dar absoluta prioridad a la formación integral de los alumnos mediante procesos educativos en los que el aprendizaje de los valores y de las opciones religiosas y sociales de inspiración cristiana sean fomentadas y aplicadas a un mundo marcado por la pobreza y por el creciente secularismo deshumanizante”
- “Contribuir a desarrollar un nuevo sentido de lo público donde se recupere la valoración de la responsabilidad común, de la honestidad y la capacidad de gestión de los servicios públicos y de administración de recursos escasos”. (AUSJAL, 1995:43)

MARCO REFERENCIAL

CAPÍTULO I

1. LA UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

1.1. Reseña histórica

La Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), fue fundada en octubre de 1953 y confiada por el Episcopado Venezolano a la Compañía de Jesús. Actualmente cuenta con 4 sedes: Caracas, Los Teques, Guayana y Coro. Su sede principal se encuentra ubicada en la Avenida Teherán, Urbanización Montalbán - La Vega de Caracas, capital de Venezuela.

La UCAB promueve los valores cristianos en defensa de la dignidad humana, la solidaridad y la apertura a la visión trascendente de la vida. Esta comprometida en promover el desarrollo integral, las oportunidades y la construcción de sociedades donde la justicia, la adhesión, la participación y el cuidado del medio ambiente hagan posible la paz duradera, en democracia y pluralismo.

La principal característica que distingue a la Universidad Católica Andrés Bello es su formación inspirada en la pedagogía ignaciana. Busca formar profesionales orientados al servicio para transformar la sociedad haciéndola mas justa y fraterna. La gestión de la Universidad es privada, pero su espíritu y finalidad es público, por cuanto no tiene fines de lucro, sino de servicio de calidad. (UCAB, 2002)

1.2. Visión, misión y objetivos

Según su Estatuto Orgánico (2001), en el artículo 6, la Universidad Católica Andrés Bello proclama como suyos los fines y objetivos siguientes:

- 1) La Universidad es fundamentalmente una comunidad de intereses espirituales que reúne a autoridades, profesores y estudiantes en la tarea de buscar la verdad y afianzar los valores trascendentales del hombre.

- 2) La Universidad es una institución al servicio de la nación y le corresponde colaborar en la orientación de la vida del país mediante su contribución doctrinaria en el esclarecimiento de los problemas nacionales.
- 3) La Universidad debe realizar una función rectora de la educación, la cultura y la ciencia. Para cumplir esta misión, sus actividades se dirigirán a crear, asimilar y difundir el saber mediante la investigación y la enseñanza; a completar la formación integral iniciada en los ciclos educacionales anteriores, y a formar lo equipos profesionales y técnicos que necesita la nación para su desarrollo y progreso.
- 4) La enseñanza universitaria se inspirara en un definido espíritu de democracia, de justicia social y de solidaridad humana, y estará abierta a todas las corrientes del pensamiento universal, las cuales se expondrán y analizarán de manera rigurosamente científica.
- 5) La Universidad Católica Andrés Bello considera como su misión específica:
 - a) Contribuir a la formación integral de la juventud universitaria, en su aspecto personal y comunitario, dentro de la concepción cristiana de la vida.
 - b) Esforzarse por acelerar el proceso de desarrollo nacional, creando conciencia de su problemática y promoviendo la voluntad de mejoramiento continuo. Por lo mismo, concederá especial importancia a la educación de los recursos humanos y particularmente de la juventud, a fin de lograr la promoción de toda persona y todas las personas.
 - c) Trabajar por la integración de América Latina y por salvaguardar y enriquecer su común patrimonio histórico-cultural; por la mutua comprensión y acercamiento de los pueblos de nuestro Continente; por la implantación de la justicia social; por la superación de los prejuicios y contrastes

que dividen y separan a las naciones, y por el establecimiento de la paz, fundada en hondo humanismo ecuménico.

- d) Irradiar su acción, especialmente a los sectores más marginados de la comunidad nacional.
- e) Promover el diálogo de las Ciencias entre sí y de éstas con la Filosofía y la Teología, a fin de lograr un saber superior, universal y comprensivo, que llene de sentido el quehacer universitario.

1.3. Estructura y organigrama

La Universidad Católica Andrés Bello es una organización principalmente de tipo orgánica porque las actividades que se desarrollan en ella son interdependientes y “se ajustan y redefinen continuamente por interacción” (Hellriegel, Jackson y Slocum, 2002:296) de acuerdo a los diferentes escenarios que se presenten.

A su vez, la toma de decisiones está distribuida en los órganos de co-gobierno que forman parte de su estructura, a diferencia de la estructura mecanicista donde las decisiones están centralizadas en la cima. El medio ambiente es un factor decisivo para estructurar el “funcionamiento de las organizaciones” (Chiavenato, 1999:822) y ante condiciones inestables provenientes del exterior, son los sistemas orgánicos los que poseen mayor capacidad de adaptación. A diferencia del sistema mecanicista que, por su rigidez estructural, es más apropiado para ambientes estables (Chiavenato, 1999).

Desde mediados de los '70', Venezuela ha experimentado una “prolongada y profunda declinación como país” (Torres, 2000:37) por distintos factores que propician condiciones inestables para cualquier empresa o institución. La universidad en diversas ocasiones ha superado este tipo de dificultades al replantear objetivos y esquemas de trabajo. Un ejemplo concreto es la actuación de la UCAB al culminar el paro cívico nacional convocado por la oposición en el año 2002. Dos meses de

inactividad podían significar la pérdida del año académico y la caída en un mayor déficit presupuestario. A partir de estos escenarios el Consejo Universitario, durante sus reuniones entre el 13 de diciembre de 2002 y el 11 de febrero de 2003, decidió:

- “Que el poder de eximir del examen final a los alumnos que tengan un promedio de 20 y 19 puntos se haga extensivo a los alumnos con promedio de 18 a 10 puntos y (...) se mantiene el derecho a presentar exámenes de reparación” (Acta No. 894, 2003)

- “Modificar el calendario académico 2002-2003 de manera que serán días laborales los siguiente: 19 de marzo; lunes y martes de Carnaval; lunes, martes y miércoles de Semana Santa, lunes 21 de abril después de Semana Santa; 31 de julio; y del 01 hasta el 08 de agosto”. (Acta No. 895, 2003)

- La elaboración de un nuevo cronograma de pagos para los estudiantes y un recorte salarial a los profesores y empleados durante el mes de enero de 2003. (Acta No. 891, 2003)

La respuesta que tuvo la institución durante los meses de paralización denota su capacidad de adaptación a escenarios inesperados, externos a la Universidad, pero que afectan igualmente a los miembros que la conforman.

La descentralización es otra de las características que definen a una organización organicista, entendiéndola como la distribución de toma de decisiones “en los niveles inferiores más próximos a la operación” (Chiavenato, 1999:819). A partir de ésta delegación de responsabilidades se deriva una estructura dividida en los siguientes órganos de co-gobierno, establecidos en su Estatuto Orgánico (2001):

1.3.1. Consejo Fundacional

“El Consejo Fundacional de la Universidad es el órgano a través del cual la Compañía de Jesús ejerce la alta conducción de la Universidad Católica Andrés Bello” (Estatuto Orgánico, 2001). El consejo está

conformado por el vice-canciller, el rector de la universidad, representantes del Episcopado Venezolano, de la Compañía de Jesús, de los profesores, de la Fundación Andrés Bello y tres miembros designados por los mencionados anteriormente con aprobación del vice-canciller.

1.3.2. Consejo Universitario

Dirige y coordina “las labores de enseñanza, investigación y otras actividades académicas de la Universidad”. El Consejo está compuesto por el rector, los vicerrectores, el secretario, los decanos, el director general de Estudios de Post-grado, y representantes de los profesores, estudiantes y egresados.

1.3.3. Consejo de Facultad

Vigila el buen funcionamiento de la facultad y el cumplimiento de todos sus objetivos. El Consejo está formado por el decano, los directores de escuela e institutos y representantes de los profesores, estudiantes y egresados.

1.3.4. Consejo de Escuela

Regula las tareas y el funcionamiento de la Escuela, sus departamentos y cátedras. El Consejo está compuesto por el director y representantes de los profesores, estudiantes y egresados.

La Universidad también cuenta con otras instancias de menor jerarquía que tienen cierta autonomía en la toma de decisiones correspondientes a su campo de acción.

Sin embargo, hay que tomar en cuenta que “la centralización y la descentralización no son propuestas excluyentes” y por tanto en las organizaciones pueden coexistir ambas formas de toma de decisiones, siempre en busca de un “equilibrio funcional” (Kinicki y Kreitner,

2004:391). La universidad no escapa a esta realidad a pesar de las instancias de co-gobierno.

Este tipo de organizaciones funcionan como un “sistema vivo, abierto y complejo, extrovertido y orientado especialmente hacia la integración con el ambiente externo” (Chiavenato, 2004:820). La UCAB es un sistema abierto porque se encuentra en continua interacción con el mundo externo, al percibir un constante flujo de entradas (información, bachilleres, docentes) y expedir un flujo constante de salidas (información, profesionales, docentes). La interacción con el medio ambiente se da gracias a la permeabilidad de sus fronteras que le permite conocer sus diferentes públicos. Al mismo tiempo posee un carácter dinámico propio de los sistemas abiertos, dadas las influencias externas (Goldhaber, 1984).

Un ejemplo claro de esa interacción es la iniciativa actual (2005) de reformar la Ley de Educación Superior, que afecta directamente a la Universidad porque está supeditada a organismos del medio ambiente como el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes (MED) y Consejo Nacional de Universidades (CNU). A pesar de que la UCAB goza de autonomía no puede desligarse de procesos o cambios que competen a todo el sistema de educación superior venezolano, muestra de su interdependencia y constante intercambio con el mundo exterior. Hecho que deriva en un comportamiento variable del sistema.

2. DECANATO DE DESARROLLO ESTUDIANTIL

2.1. Reseña histórica

Desde sus inicios, la Universidad se planteó como misión contribuir a la formación integral de la juventud universitaria, en su aspecto personal y comunitario, dentro de la concepción cristiana de la vida. Es por esto que durante los años ochenta se promovió la creación de la Dirección de Bienestar y Relaciones Estudiantiles, para fortalecer las actividades de extensión. Luego esta Dirección se transformó en la Dirección General de Servicios Estudiantiles y desde el 2003 se convirtió en el Decanato de Desarrollo Estudiantil.

En 1998 surgió la idea de conformar una instancia integradora que coordinara las actividades de las distintas unidades de apoyo. Luego en el año 2000, ante la solicitud del Vice-Rectorado Académico, se realiza un análisis de las unidades que prestan servicios a los estudiantes, donde queda demostrada la necesidad de contar con una institución coordinadora, que facilitara los procesos comunes. Es entonces cuando se desarrolla la propuesta de la creación del nuevo Decanato. Finalizando el 2000, se nombra una comisión para que elabore el Reglamento de esta nueva instancia.

Finalmente, luego de seguir los procedimientos de rigor, el Consejo Universitario, en su sesión ordinaria del 6 de mayo de 2003, aprueba la creación del Decanato de Desarrollo Estudiantil. (Página Web UCAB).

2.2. Visión, misión y objetivos

Según el reglamento del Decanato de Desarrollo Estudiantil, aprobado en el Consejo Universitario, en su sesión del 6 de mayo de 2003, esta instancia tiene como misión promover, junto con las unidades académicas y de investigación, la formación integral de los estudiantes. (Art. 1)

Son objetivos del Decanato de Desarrollo Estudiantil:

- a) Animar el diálogo entre los miembros de la comunidad universitaria en torno a la formación integral y los valores éticos universales.
 - b) Contribuir con la formación personal, comunitaria y profesional del estudiante y de la comunidad universitaria.
 - c) Acompañar al estudiante en su proceso de identificación, formación y desarrollo de la misión y los fines de la Universidad.
 - d) Gestionar los servicios de bienestar estudiantil y los programas de ayuda económica para los estudiantes que presta la Universidad.
- (Art. 2)

2.3. Estructura y organigrama

El Decanato de Desarrollo Estudiantil funciona como un subsistema de la UCAB y se encuentra adscrito al Vice Rectorado Académico. “Está integrado por un Decano y por las Direcciones de: Deportes, Pastoral, Cultura, Proyección a la Comunidad y el Centro de Asesoramiento y Desarrollo Humano” (Art. 4). Su oficina está ubicada en el Edificio Cincuentenario, Mezzanina.

“Las unidades que conforman el Decanato de Desarrollo Estudiantil serán las responsables de planificar, coordinar y ejecutar los servicios y programas que den oportunidad para el desarrollo integral”. (Art. 10)

“La Dirección de Cultura tiene como objetivo gestionar las actividades culturales y recreativas para los estudiantes y la comunidad universitaria en general”. (Art. 13) Su oficina está ubicada en el Centro Loyola, entrada A piso 2.

“La Dirección de Deportes tiene como objetivo gestionar las actividades deportivas -tanto competitivas como recreacionales- para todos los miembros de la comunidad universitaria”. (Art. 14) Su oficina está ubicada en el Edificio de Aulas Modulo I PB.

“La Dirección de Pastoral tiene como objetivo cuidar y motivar el desarrollo de la dimensión espiritual, religiosa y cristiana de los miembros de la comunidad universitaria y promover la solidaridad, la justicia y la paz”. (Art. 15) Su oficina está ubicada en el Centro Loyola PB.

“La Dirección de Proyección a la Comunidad tiene como objetivo fomentar el compromiso social y la solidaridad entre los miembros de la comunidad universitaria, dirigiendo su acción, de forma preferencial, hacia los sectores de menores recursos del país”. (Art. 16) Su oficina está ubicada en el Parque Social Manuel Aguirre.

“El Centro de Asesoramiento y Desarrollo Humano tiene como objetivo el cuidado del bienestar psicológico y de la capacidad de adaptación de todos los miembros de la comunidad ucabista, así como de diversas instituciones y personas de la comunidad externa a la UCAB que solicitan sus servicios”. (Art. 17). Su oficina está ubicada en el Edificio de Laboratorios PB.

Cada dirección funciona con cierta autonomía dentro de su campo de acción. Adicionalmente, el Decanato de Desarrollo Estudiantil “cuenta con el apoyo de un Consejo General que tiene funciones de asesoría, coordinación y toma de decisiones. Está conformado por el Decano, quien lo preside; un Secretario elegido entre sus miembros; el Director del Centro de Asesoramiento y Desarrollo Humano y los Directores de Pastoral, Proyección a la Comunidad, Cultura y Deportes; dos miembros nombrados por el Rector a proposición del Vice-Rector Académico y dos representantes estudiantiles”. (Art. 4)

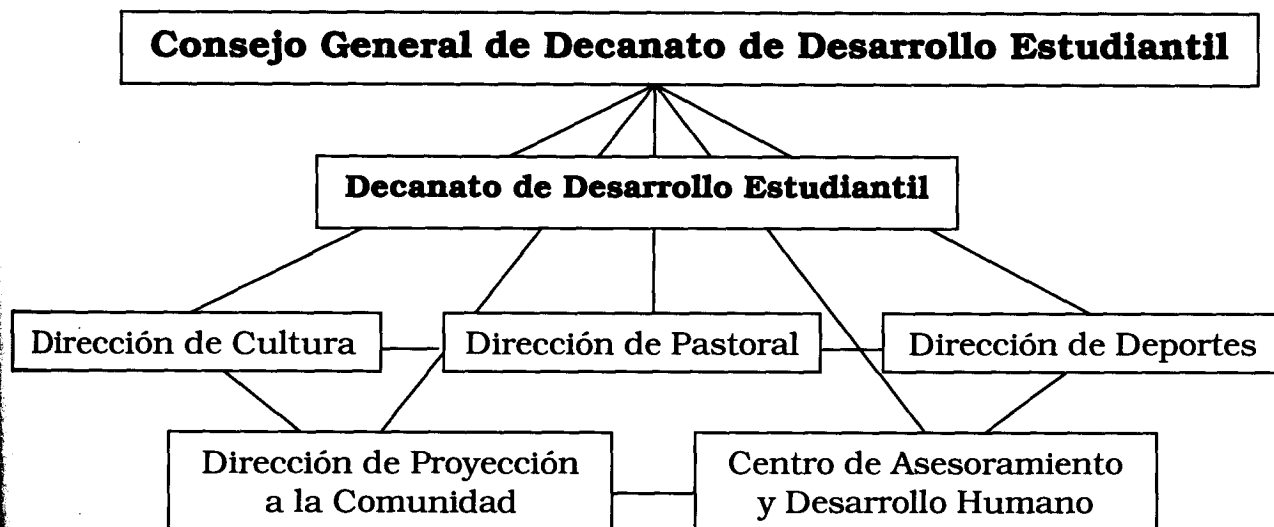


Figura 2. Organigrama general del Decanato de Desarrollo Estudiantil

2.4. Funciones

Son funciones del Consejo General del Decanato de Desarrollo Estudiantil:

- a) Promover planes que fomenten los procesos de identidad universitaria donde se evidencie la condición de universidad de inspiración cristiana y la opción por la ciencia, la fe, la cultura, la justicia y la paz.
- b) Coordinar y favorecer la fluidez de información y las actividades conjuntas entre las unidades adscritas al Decanato de Desarrollo Estudiantil y facilitar la comunicación con las demás instancias de la Universidad y con otras instituciones.
- c) Fomentar el apoyo institucional a los planes y proyectos estudiantiles, articulando las acciones de las diferentes unidades del Decanato y de otras instancias de la Universidad. (Art. 5)

Son atribuciones del Decano:

1. Velar por el apropiado funcionamiento de cada una de las Direcciones y unidades que conforman el Decanato de Desarrollo Estudiantil.

2. Promover, en beneficio del desarrollo de la comunidad universitaria, la cooperación y el trabajo entre los Centros de Estudiantes y otras organizaciones estudiantiles y la Representación Estudiantil
3. Promover la coordinación académica y las relaciones institucionales con unidades similares en otras universidades u organizaciones de la misma naturaleza.
4. Proponer al Consejo Universitario, previa consulta al Consejo General del Decanato de Desarrollo Estudiantil y de las unidades que lo componen, las políticas y planes anuales.
5. Orientar y asesorar las iniciativas, eventos y propuestas estudiantiles; así como brindarles el apoyo necesario en su organización y funcionamiento.
6. Autorizar y supervisar el apropiado uso de los espacios de la Universidad en los eventos promocionales y de otras actividades.
7. Velar y coordinar los servicios vinculados al bienestar de la comunidad universitaria como enfermería, servicios de cafetería, fotocopiado, librería, entre otros.
8. Gestionar los programas de ayuda económica que la Universidad ofrece a los estudiantes, tales como: Pensión Proporcional y Diferida, Becas - Trabajo, Créditos Educativos, entre otros.
9. Presidir el Consejo General del Decanato de Desarrollo Estudiantil.
10. Presentar al Consejo General del Decanato de Desarrollo Estudiantil un informe sobre su funcionamiento, antes del 31 de octubre de cada año.
11. Presentar al Vice Rectorado Académico el proyecto de presupuesto anual del Decanato de Desarrollo Estudiantil, elaborado con la participación de los directores de cada una de las unidades que lo conforman.
12. Coordinar los programas de reconocimiento estudiantil tales como el Premio Juris Vitols, Reconocimiento al Estudiante Ucabista,

trayectoria deportiva, participación en eventos académicos internacionales, entre otros. (Art. 9)

Las funciones y actividades del Decanato de Desarrollo Estudiantil están principalmente dirigidas a los estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello, que conforman nuestro universo de estudio. Según datos suministrados por el Centro de Investigación y Evaluación Institucional (CIEI), de los 10.345 estudiantes inscritos en pregrado para el período 2003-2004 en la sede de Caracas, más del 85% son jóvenes entre 18 y 24 años de edad, de clase social ABCD. Para los fines de esta investigación, definiremos a los estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello en general como jóvenes entre 18 y 25 años de las clases sociales ABCD. (CIEI, 2004)

CAPÍTULO II

1. TIPOLOGÍA DE LOS JÓVENES VENEZOLANOS

1.1. Proyecto Pobreza

1.1.1. Datos del estudio

“Con el fin de explorar dentro del ámbito individual las orientaciones actitudinales de las personas, expresadas en sus valores y creencias, y las posibles relaciones con las condiciones de vida socio-materiales”, la Universidad Católica Andrés Bello realizó un estudio sobre la pobreza en Venezuela en el año 1997. (Ugalde, España, Lacruz, De Viana, González, Luengo y Ponce, 2004:79).

Para este estudio se le realizó una encuesta a una muestra “representativa a escala nacional, regional y de los dominios de estudio” 13.698 de 12.842.263 individuos que conformaban el universo. Con la encuesta se buscaba obtener información sobre 11 temas: “situación socioeconómica, composición del hogar, situación laboral, historial laboral, percepción de la situación socioeconómica, consumo y riqueza, marcos cognoscitivos, preferencias valorativas, estructura familiar del entrevistado

y asociatividad". (Ugalde, España, Lacruz, De Viana, González, Luengo y Ponce, 2004, Pág. 80)

Con estos 11 temas a estudiar se buscaba describir "la existencia de orientaciones y actitudes personales, cónsonas con el principio fundamental de la modernidad, y que son un requerimiento para la superación de la pobreza". (Ugalde, España, Lacruz, De Viana, González, Luengo y Ponce, 2004:80)

Una vez procesados estos datos, se crearon 6 tipologías de venezolanos, según la modernidad de sus orientaciones actitudinales, a partir de la combinación de 3 elementos (control de la realidad, preferencias valorativas y confianza). Para los efectos de esta investigación, la tipología construida por el equipo de Proyecto Pobreza, nos servirá para caracterizar de manera general a nuestro universo de estudio (según datos del CIEI) haciendo un cruce de las variables anteriormente nombradas con la edad (18-25) y la clase social (ABCD).

1.1.2. Características

1.1.2.1. Rezagados

Son los individuos que se encuentran más alejados del concepto de modernidad. No creen tener control de la realidad y atribuyen lo que les ocurre a Dios, a la suerte o al destino. Presentan altos niveles de desconfianza y valoran a los otros por cualidades subjetivas. Un 12,2% de los jóvenes encuestados para este proyecto concuerdan con las características de este grupo.

1.1.2.2. Tutelados

Este grupo es bastante similar al anterior, pero sus niveles de desconfianza son menores y sus orientaciones valorativas son "menos no-modernas" que la de los rezagados. Dependen del control social para

cambiar su situación. Un 5,1% de los jóvenes encuestados para este proyecto concuerdan con las características de este grupo.

1.1.2.3. Emancipados

Poseen algunas orientaciones no modernas, pero se atribuyen cierto grado de control sobre la realidad, tienen un alto nivel de desconfianza y creen que las leyes no deben ser rígidas, porque a veces es necesario hacer excepciones. Un 29,6% de los jóvenes encuestados para este proyecto concuerdan con las características de este grupo.

1.1.2.4. Movilizados

Este grupo tiene tendencias individualistas, reconoce el control interno de los cambios. Presentan niveles medios de desconfianza. Es el grupo que está en la transición de lo tradicional a lo moderno. Un 2% de los jóvenes encuestados para este proyecto concuerdan con las características de este grupo.

1.1.2.5. Desarraigados

Es un grupo con orientaciones claramente modernas. Reconoce el control interno, tiene actitudes valorativas modernas y poca confianza hacia las instituciones. Presentan una tendencia individualista marcada. Un 35,7% de los jóvenes encuestados para este proyecto concuerdan con las características de este grupo.

1.1.2.6. Integrados

Este último grupo se puede considerar el más moderno. A diferencia del grupo anterior posee cierto grado de confianza hacia las personas y las instituciones, a pesar de ser igualmente individualista. Un

15,3% de los jóvenes encuestados para este proyecto concuerdan con las características de este grupo.

Según estos porcentajes, suministrados por el Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES) de la UCAB, los jóvenes caraqueños de los estratos ABCD, con edades comprendidas entre 18 y 24 años, se encuentran definidos mayoritariamente por las tipologías de desarraigados, emancipados e integrados, lo que en general los define como personas con valores bastantes modernos y bajos niveles de confianza, especialmente en las instituciones.

Estas tipologías nos permitirán definir a los estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello no solo por los medios que emplean, sino también por sus características culturales y cómo éstas tienen relación directa con la conducta. Estos datos serán finalmente comprobados durante el desarrollo de esta investigación.

1.2.Revista Producto

1.2.1. Datos del estudio

En julio del 2003, la revista *Producto* encargó una investigación a Codyr Consultores, C.A. para determinar la tipología de la *Generación Y* - “expresión que fue creada por el mercadeo con el objeto de definir un target o público objetivo en campañas publicitarias”- , que comprende a los jóvenes nacidos entre 1979 y 1995, quienes hoy en día tienen entre 10 y 24 años de edad. La principal interrogante era “¿dónde quieren trabajar los jóvenes?”. Para esto se encuestó a 406 estudiantes de las cinco universidades más importantes de área metropolitana de Caracas (Central de Venezuela, Católica Andrés Bello, Metropolitana, Santa María y Simón Bolívar) con edades comprendidas entre 17 y 24 años, “para indagar acerca de sus preferencias sobre su futuro laboral y sus inclinaciones de consumo”.

“La metodología aplicada fue cuantitativa, con la aplicación de un instrumento semi-estructurado a una muestra (de selección aleatoria) de

estudiantes de los tres últimos semestres de las universidades mencionadas, con cuotas por facultad y escuela". (Dávila, 2003:4)

La investigación arrojó como resultado que, entre una lista de 137 empresas que funcionan en Venezuela, "Pdvs, Polar, Procter & Gamble, Cantv, McKinsey, Citibank, Schlumberger, Hewlett Packard, RCTV y Telcel, en ese orden, son las primeras 10 compañías en las que los jóvenes encuestados les gustaría desarrollar su carrera profesional" (Dávila, 2003:64). Puras empresas privadas

1.2.2. Características

"En Venezuela para el año 2001 la población joven entre 8 y 24 años era de 8.047.787 personas, más de la tercera parte de la población total censada, que ese año alcanzó a 23.054.210 de personas." (Dávila, 2003:54). En estas cifras reside el interés del mundo publicitario en caracterizar a este grupo, que presenta un gran potencial de consumo y es a quienes van dirigidas la mayoría de las estrategias de mercadeo.

Según el estudio de la revista *Producto* (2003), las principales características que definen a este numeroso grupo, y que los diferencia de las generaciones anteriores (X, Baby Boomers y del Silencio) son:

- "No les importa la política".
- "No tienen héroes".
- "Asumen la sexualidad con libertinaje".
- "No les importa lo que los demás piensan de su apariencia, pero la utilizan para diferenciarse y mostrar la tendencia grupal a la que pertenecen, las cuales son muchas y muy distintas".
- "Son tolerantes ante otras culturas, tendencias, estilos de vida, costumbres e ideologías".
- "Tienen la mente más abierta a los cambios, al intercambio de razas, religiones y edades".
- "Creen en Dios, pero bajo un concepto más espiritual que como un dogma religioso impuesto".

- “Tienen una visión crítica de los medios masivos, pero a la vez son grandes consumidores de esos productos”.
- “Fueron criados por el televisor y los videojuegos”.
- “Les gusta comprar aunque buscan salirse de lo comercial”.
- “Han crecido inmersos en la tecnología; Internet es su principal fuente de información y su segundo hogar”.
- “Sus amigos están en cualquier parte del mundo y se mantienen en contacto casi permanentemente con ellos gracias a la Red”.
- “Su formación es multicultural y heterogénea, producto de la globalización”.
- “Saben más de tecnología y se les hace más fácil su comprensión y manejo que a cualquier generación anterior”.
- “Su principal entretenimiento es electrónico (CD, videojuegos, DVD)”.
- “El mensaje escrito (de texto SMS) es su principal medio de comunicación”.
- “Su creatividad se expresa principalmente en forma visual”.
- “Responden al humor, la creatividad, la ironía y a la verdad”.
- “Son aficionados a los deportes extremos”.
- “Les gusta desconectarse de la realidad”.
- “No creen en el futuro como un concepto a largo plazo, porque las cosas no siempre resultan como se planearon”.
- “Quieren ser profesionales, pero no saben en qué”.
- “Quieren ser padres, pero no padres solteros porque vienen de familias no tradicionales (monoparentales o recompuestas)”.

Estas características, resultados procesados por los editores de la revista *Producto*, sirven para enmarcar la tipología general de los estudiantes universitarios de Caracas (incluidos los de la UCAB) con edades comprendidas entre 18 y 24 años, que conformarán el universo de este estudio.

MARCO METODOLÓGICO

1. OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

Realizar una auditoria de procesos comunicacionales para la Universidad Católica Andrés Bello, canalizado desde el Decanato de Desarrollo Estudiantil.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar los problemas comunicacionales la universidad.
- Analizar a los estudiantes de la universidad en función de sus características culturales, sociodemográficas y de consumo informacional.
- Realizar un diagnóstico sobre la situación de la comunicación organizacional entre autoridades y estudiante.
- Trazar líneas de acción para el proceso de comunicación organizacional entre autoridades y estudiantes.

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo realizar una auditoria de procesos comunicacionales para la Universidad Católica Andrés Bello, canalizado desde el Decanato de Desarrollo Estudiantil?

4. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para determinar el tipo adecuado de investigación, según Hernández Sampieri (1998), es necesario tomar en cuenta dos factores: El estado del conocimiento del tema de estudio y el enfoque que el investigador quiere dar al mismo.

Esta investigación, se puede definir como una mezcla entre exploratoria y descriptiva. Exploratoria porque este trabajo busca “proporcionar elementos adicionales que clarifiquen áreas sobre las que existe un bajo nivel de conocimiento” como el Decanato de Desarrollo Estudiantil, debido a que por su corto tiempo de vida no ha sido estudiado anteriormente; y descriptiva porque se apoya en “la medición de variables como forma de establecer las principales características que afectan un cierto problema y permiten la obtención de resultados generalizables hasta un cierto punto”, como lo son las características y preferencias de los estudiantes, que no son homogéneos, pero tienen ciertas tendencias extensibles a la mayoría.

Este trabajo se interesa en descubrir nuevos datos sobre los procesos comunicacionales en una primera etapa exploratoria y finalmente medirlos con la mayor precisión posible y puntualizar las principales características de los procesos comunicacionales entre autoridades y estudiantes de la UCAB.

Según su propósito es básica debido a que lo más significativo en los resultados será el análisis de los datos obtenidos a partir del instrumento utilizado. Sin embargo, también se considerará proponer lineamientos generales sobre cómo optimizar los medios existentes, para ser considerados por la organización

Según su alcance temporal es transversal, ya que busca estudiar un corto período de tiempo, por las exigencias académicas de la investigación y por los constantes cambios que se presentan entre los gustos y hábitos de consumo informacional en los jóvenes universitarios. El

instrumento será aplicado en único momento, y serán encuestados los estudiantes de pregrado del período académico 2004-2005.

Según sus fuentes la investigación es mixta, pues combina fuentes primarias, como bibliografía del tema, en donde “los datos se recogen de la fuente original que los produce”, y secundarias donde “se toman de elementos que han recopilado la información de terceros” como las tesis desarrolladas en años anteriores.

Según el lugar donde se desarrollan las investigaciones esta investigación es de campo, pues “se realizan observando las situaciones en su ambiente natural”, en la Universidad, con los medios existentes.

Según su naturaleza es empírica, pues, como se explica en el siguiente punto, las variables no serán manipuladas durante el proceso de recolección de datos (Hurtado y Toro en “Manual del Tesista de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello”, 2004).

5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño se refiere al “plan o estrategia concebida para responder a las preguntas de la investigación” (Hernández Sampieri et al., 1998:106)

Según su naturaleza es no experimental, pues no se ejerce ningún control sobre las variables al hacer una investigación de campo “sino que se observa de manera no intrusiva el desarrollo de las situaciones y en virtud a un análisis cuidadoso se intenta extraer explicaciones de cierta validez” (Hurtado y Toro en “Manual del Tesista de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello”, 2004). En la investigación no experimental “las variables independientes ya han ocurrido, al igual que sus efectos y no pueden ser manipuladas, el investigador no tiene control directo” (Hernández Sampieri et al., 1998:184)

Esta investigación no experimental tiene como objetivo “examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes” (Hernández Sampieri et al., 1998:58). Partiendo de estos conceptos, durante el presente trabajo de grado se estudiarán variables sin manipular y de estas se obtendrán los resultados necesarios. En este trabajo de investigación no se manipulan las variables, solo se toman los datos recogidos del universo a estudiar. Otra característica de este diseño de investigación es que estas variables son estudiadas en un solo período de tiempo, por lo que se le clasifica como transversal o transeccional.

Asimismo, este diseño transversal es también de tipo descriptivo porque busca caracterizar un fenómeno por medio de los acontecimientos y valores de las variables establecidas para la investigación. “Los estudios transeccionales descriptivos nos presentan un panorama del estado de una o más variables en uno o más grupos de personas (...) en un determinado momento” (Hernández Sampieri et al., 1998:193).

En resumen, este trabajo de investigación es de tipo no experimental y de diseño transeccional descriptivo.

6. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

6.1. Fases del Desarrollo Organizacional

6.1.1. Entrada

El primer encuentro se hizo con el decano de Desarrollo Estudiantil, con Rubén Peñalver. La reunión se realizó a finales de julio del año 2004 y, después de presentar algunos antecedentes, el decano confirmó que existía un problema en la situación actual de la comunicación entre autoridades y estudiantes.

Posteriormente, al realizar un análisis DOFA, Peñalver determinó que el proceso de comunicaciones internas con los estudiantes presentaba

fallos. Una de las grandes interrogantes que sintetiza las necesidades expuestas por el decano es ¿cómo hablar el lenguaje de los estudiantes?

Oportunidades	Amenazas	Fortalezas	Debilidades
Mercado interesado en la Universidad	Situación del país	Personal comprometido	Política más agresiva de captación de recursos extraordinarios (saber venderse)
Egresados como factores de cambio	Conflictividad	Recurso humano capaz	Tener poco personal de planta
	Ser percibida como una amenaza política	Prestigio	Debilidad presupuestaria (mucha dependencia de la matrícula)
	Pérdida de autonomía	Transparencia en el manejo de recursos	Nuestro proceso de comunicaciones internas (estudiantes)
	Situación económica	Proceso institucionalizado (hacer lo que se tiene que hacer)	

Tabla 1 Análisis DOFA de la UCAB según el Decano de Desarrollo Estudiantil (2004)

6.1.2. Contrato

Tal como se explicó en el marco teórico, para efectos de esta tesis no se firmó ningún documento, ni se estipuló algún tipo de remuneración por el proceso de consultoría. Sin embargo se establecieron algunas condiciones tomando en cuenta los antecedentes, la situación actual y las expectativas del decano. En líneas generales, la coherencia y la adaptabilidad de las recomendaciones a la misión del Decanato son algunos de los requerimientos más importantes. De la misma manera una “propuesta despegada del presupuesto” de la instancia sería un inconveniente al momento de implantar el proyecto. (R. Peñalver, Entrevista Personal. Julio 28, 2004)

6.1.3. Diagnóstico

En el diagnóstico se administró una encuesta que midió la eficiencia de los medios de comunicación internos y algunas características culturales de los clientes últimos (estudiantes). La encuesta resultó un instrumento valioso para este trabajo de investigación tomando en cuenta el tamaño de la población de estudio. (Schein, 1990).

En el análisis se cruzaron las diferentes variables estudiadas que derivaron en información importante sobre el intercambio de mensajes entre autoridades y estudiantes. El análisis englobó una valoración del uso y funcionamiento de los medios, de los tipos de mensajes, de la clasificación de información, del interés del estudiante por recibir información, de sus preferencias y la construcción de una tipología cultural de los mismos.

6.1.3.1. Marco muestral

El universo a estudiar está compuesto por jóvenes de la Universidad Católica Andrés Bello, estudiantes de las 4 facultades de la sede de La Vega, Caracas (Humanidades y Educación, Derecho, Ciencias Económicas y Sociales e Ingeniería), entre 1ero y 5to año de pregrado.

La población que forma parte de este universo es de 10.345 individuos. De éstos se tomará una muestra representativa para ser encuestados, con cuotas por facultad y nivel académico. La distribución de estos datos para el período 2003 - 2004, según el Centro de Investigación y Evaluación Institucional (2004) es el siguiente:

FACULTAD	AÑO					Total General
	1	2	3	4	5	
Ciencias Económicas y Sociales	1313	647	391	326	440	3117
Derecho	331	284	267	232	228	1342
Humanidades y Educación	1123	587	444	393	548	3095
Ingeniería	1502	519	326	224	220	2791
Total General	4269	2037	1428	1175	1436	10345

Tabla 2. Distribución de la matrícula por facultad según año de estudio. CIEI (2004)

Partiendo de estas cifras se estimará una muestra no probabilística por cuotas que busca reproducir ciertas características de la población, en este caso facultad y nivel académico. El supuesto detrás de este procedimiento es que si la muestra reproduce a la población en estas características, también podría hacerlo en las cantidades que se tratan de medir. (Hernández Sampieri et al., 1998)

Para calcular el aproximado de la muestra que sería representativa para poder describir a nuestra población se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 p q N}{e^2 (N-1) + z^2 p q}$$

Donde

n: muestra

z: equivalente a nivel de confianza (95,5)

p: variabilidad 1 (se asume que es 50%)

q: variabilidad 2 (se asume que es 50%)

N: Población

e: error (se asume que es 0,05)

$$n = \frac{(0,96)^2 (0,5) (0,5) 10.345}{(0,05)^2 (10.345-1) + (0,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

Donde $n = 370,44 = 370$ personas, repartidos entre la población de la siguiente manera:

FACULTAD	AÑO					Total General
	1	2	3	4	5	
Ciencias Económicas y Sociales	12,69	6,25	3,78	3,15	4,25	30,13
Derecho	3,20	2,75	2,58	2,24	2,20	12,97
Humanidades y Educación	10,86	5,67	4,29	3,80	5,30	29,92
Ingeniería	14,52	5,02	3,15	2,17	2,13	26,98
Total General	41,27	19,69	13,80	11,36	13,88	100,00

Tabla 3. Distribución de la matrícula por facultad según año de estudio en porcentaje (%)

FACULTAD	AÑO					Total General
	1	2	3	4	5	
Ciencias Económicas y Sociales	47	23	14	12	15	111
Derecho	12	10	10	8	8	48
Humanidades y Educación	40	21	16	14	20	111
Ingeniería	54	19	11	8	8	100
Total General	153	73	51	42	51	370

Tabla 4. Distribución de la muestra por facultad según año de estudio

El instrumento de recolección de datos que se utilizará es el cuestionario estructurado. Este contará con 82 preguntas entre abiertas y cerradas que medirán 8 variables, divididas en tres grandes grupos (culturales, informacionales y sociodemográficas).

El método de recolección de información a través del instrumento diseñado para esta investigación será por entrevista personal, donde el entrevistador va haciéndole las preguntas al encuestado y va marcando las respuestas en el instrumento. En este caso, el respondiente tendrá una tarjeta de opciones donde podrá visualizar las escalas u opciones de respuesta de las preguntas que así lo ameriten. (Hernández Sampieri, 1998).

Para validar el instrumento requeriremos de la opinión de profesores expertos en el área, de la escuela de Comunicación Social de la UCAB: Profesor Jorge Ezenarro, quien dicta las cátedras de Estadística y Metodología; profesor Rafael Suárez, quien dicta la cátedra de Estadística I y participó como investigador en Proyecto Pobreza y profesora Eugenia Canorea, quien dicta las cátedras de Seminario de Trabajo de Grado e Investigación Publicitaria. También será válido por el profesor y tutor de este trabajo de Grado, Víctor Maldonado.

La información será tabulada utilizando el procesador de datos estadísticos SPSS, versión 12.0. Igualmente se utilizará este software para determinar los cruces y demás procesos estadísticos que sean necesarios para el análisis de los resultados.

6.1.3.2. Definición de variables

6.1.3.2.1. Variables culturales

Para este trabajo de investigación se tomarán como variables culturales las 3 grandes dicotomías que fueron utilizadas en el estudio de Proyecto Pobreza, realizado por la Universidad Católica Andrés Bello desde 1997. Estas variables buscan determinar “las creencias que orientan las actitudes de las personas hacia la realidad que los rodea” (Ugalde, *et al.*, 2004:81)

Las tipologías temáticas utilizadas comprenden 3 ejes “sobre los cuales se entiende la modernidad a escala individual” que permitirán la

construcción de una tipología cultural de los venezolanos. Estos son: “la convicción de poder intervenir sobre nuestro entorno (locus de control), la confianza en otros y en las instituciones y un conjunto de valores que orientan las acciones hacia el universalismo, la neutralidad afectiva, la valoración del otro por el desempeño, la especificidad y la orientación hacia la colectividad”. (Ugalde, et al., 2004:81).

Estas variables serán utilizadas en el presente trabajo de investigación para definir las características culturales de los estudiantes universitarios, ubicarlos según las tipologías del estudio antes citado y así determinar sus necesidades e intereses informacionales, según cada grupo. Este aporte servirá no solo para alcanzar los objetivos de este trabajo de grado, sino para futuras investigaciones que busquen o necesiten una descripción de los jóvenes universitarios según sus características culturales.

6.1.3.2.1.1. Locus de control

Esta primera variable está relacionada con la convicción del individuo de poder intervenir en su entorno. Se refiere a la pretensión a la que el individuo asigna la responsabilidad de los cambios que afectan su vida. Esta tipología puede distinguirse de acuerdo a si está o no al alcance del individuo y en qué grado. En el Proyecto Pobreza se diferencian dos tipos de locus: locus de control externo y locus de control interno. Cuando el individuo siente que la responsabilidad de los cambios está fuera del alcance de su voluntad, se considera que su locus de control es externo. En esta perspectiva “el individuo reconoce en sí poca o ninguna capacidad de incidir en su entorno y en su situación”. Si por el contrario, el individuo asume como suya la responsabilidad o parte de la responsabilidad y que tiene la capacidad de intervenir y formar parte de los cambios que ocurren a su alrededor, se considera que su locus de control es interno.

Para este estudio (Proyecto Pobreza) se utilizaron matices de esta dicotomía, basados en los resultados obtenidos en las preguntas del instrumento que correspondían al estudio de esta variable. Se procedió a desagregar cada polo en 2 tendencias, “una que representa la tendencia más pura de la dicotomía, y otra que representa la tendencia mixta de la dicotomía” (Ugalde, et al., 2004:83).

Para los individuos que reconocen tener un “alto nivel de control sobre la realidad” se puede ubicar dentro de la clasificación del locus de control interno. Sin embargo, a quienes atribuyen este control a la acción individual y otros que se lo atribuyen a instituciones colectivas más generales. Los matices asignados para esta tendencia son el control individual y el control interdependiente, respectivamente.

Para los individuos que reconocen tener un “bajo nivel de control sobre la realidad”, es decir, con un locus de control externo, los matices son el control metasocial y el control dependiente. El primero lo conforman los individuos que asignan los cambios a “factores extrasociales como la suerte o el destino, donde ninguna instancia social o individual tiene capacidad de control”. El segundo se refiere a los individuos que “atribuyen el cambio a factores sociales más allá de la esfera individual”. (Ugalde, et al., 2004:83)

El siguiente cuadro, extraído de *Detrás de la Pobreza* (2004), explica la clasificación final de la dicotomía.

Control sobre la realidad	Locus de control	Atribución del cambio	Tipo de control
Alto	Interno	A la acción individual	Individual
Alto	Interno	A instancias sociales (condición)	Interdependiente social
Bajo	Externo	A instancias sociales (atribución)	Dependiente
Bajo	Externo	A factores extrasociales	Metasocial

Tabla 5. Locus de control. Tomada de *Detrás de la Pobreza* (2004: 84)

6.1.3.2.1.2. Preferencias valorativas

Esta segunda variable se refiere al modo en que los individuos “valoran y evalúan las acciones que se llevan a cabo fuera del entorno personal” (Ugalde, *et al.*, 2004:86). Para esto, primero es necesaria una clara división entre el mundo personal y el mundo público. No se espera que los individuos evalúen su entorno personal de manera objetiva o por méritos. Sin embargo, en una sociedad moderna se espera que los individuos sean capaces de separar estos mundos, y que en el espacio público se guíen por sus normas y reglas. Para determinar las preferencias valorativas de los individuos encuestados, se crearon 5 categorías de dicotomías: afectividad-neutralidad afectiva, particularismo-universalismo, adscripción-desempeño, difusividad-especificidad, orientación hacia sí-orientación hacia el colectivo.

Descripción de la dicotomía			
Ambito familiar / personal		Ambito público / moderno	
Afectividad	Gratificación inmediata de los deseos y necesidades subjetivas	Diferimiento de la gratificación a favor de las exigencias o necesidades colectivas	Neutralidad afectiva
Particularismo	Los criterios generales para evaluar son dejados de lado para favorecer la relación particular con el actor o la singularidad de la situación	Los actores y las situaciones son juzgados de acuerdo a criterios generales aplicables a todos los actores o situaciones similares	Universalismo
Adscripción	Se estima al otro de acuerdo a lo que es y a sus atributos subjetivos	La estima es otorgada según el resultado de la acción del otro y lo que hace	Desempeño
Difusividad	Las personas son consideradas en su totalidad y uno se interrelaciona con ellas de manera total	El modo de relacionarse con otros es tomado en cuenta un aspecto de su ser y su acción	Especificidad
Orientación hacia sí	La persona decide actuar de acuerdo a objetivos personales	La acción está orientada por los intereses compartidos con los otros	Orientación hacia lo colectivo

Tabla 6. Preferencias valorativas. Tomada de *Detrás de la Pobreza* (2004: 87)

6.1.3.2.1.3. Confianza

La tercera y última variable se refiere al nivel de confianza de las personas y el nivel que le otorgan a otras personas y a las instituciones, es decir, “la posibilidad de aceptar que otras personas o instancias, que están más allá del ámbito familiar, representen sus propios intereses” (Ugalde, *et al.*, 2004:91).

Sin embargo, para los efectos del Proyecto Pobreza, la medición se hizo por niveles de desconfianza, después de demostrar que es en ese punto donde se nota una variación entre los resultados, pues debido a los problemas sociales y constantes cambios políticos que se han suscitado en el país estos últimos años, todos los venezolanos poseen cierto nivel de desconfianza. La clasificación del nivel de desconfianza se dividió en alta, media y baja.

6.1.3.2.2. Variables sociodemográficas

6.1.3.2.2.1. Datos demográficos

Esta variable busca determinar los datos sociodemográficos básicos de nuestro universo de estudio. El sexo, la edad y el estado civil se utilizarán como referencia de la distribución de los estudiantes de la universidad y determinarán si hay un patrón de variabilidad con respecto al resto de las características a ser tomadas en cuenta en este estudio. Estos indicadores se consideran independientes.

6.1.3.2.2.2. Trabajo

La variable trabajo medirá si existe alguna variación significativa entre el nivel de información que manejan los estudiantes con el hecho de compartir su tiempo de estudio con un trabajo. También se tomará en cuenta el tiempo que le dedican a la actividad laboral y si ésta es remunerada o no.

6.1.3.2.2.3. Nivel socioeconómico

(Adaptación del Método Graffar - Méndez Castellano)

Para medir la estratificación social se utilizará la adaptación que realizó el Dr. Hernán Méndez Castellano al método de medición de clases sociales creado por el profesor belga Marcel Graffar en 1954 (Fundacredesa). Este método utiliza cuatro criterios para determinar los estratos sociales de la población venezolana: profesión del jefe de la familia, nivel de instrucción de la madre, fuente o modalidad de ingreso y condiciones de alojamiento. Estas variables miden, a través de 4 ítems, la valoración de cada aspecto de los entrevistados. La suma de estos ítems determina el estrato social de cada uno de los entrevistados, de acuerdo a una escala planteada por Graffar y Méndez Castellanos.

La estratificación social que plantea este método clasifica a los encuestados de acuerdo a la siguiente puntuación:

Estrato I	4,5,6
Estrato II	7,8,9
Estrato III	10,11,12
Estrato IV	13,14,15,16
Estrato V	17,18,19,20

Tabla 7. Distribución de estratos según Graffar (Fundacredesa, 2001)

Las ponderaciones 4, 5 y 6 ubican al entrevistado en el estrato I, que “reúne las máximas condiciones para una alta calidad de vida”. Es la denominada clase alta. (Méndez Castellano y Méndez, 1994:34)

El estrato II, que incluye a los ponderados con 7, 8, y 9 se diferencia de la anterior por los grandes lujos y “el hecho de no ser poseedores de los medios de producción”. Es la clase media alta. (Méndez Castellano y Méndez, 1994:34)

El estrato III incluye a las clases media y media baja y “desciende con mayor acentuación que en el caso anterior”. (Méndez Castellano y Méndez, 1994:35)

La pobreza es la característica distintiva del estrato IV, definida como pobreza relativa porque “no implica el nivel absoluto de privación. Puede homologarse con la clase obrera no desempleada y con determinado nivel de escolaridad”. (Méndez Castellano y Méndez, 1994:35)

Por último, el estrato V está determinado por el descenso absoluto a la pobreza crítica, pues “implica un altísimo nivel de privación”. (Méndez Castellano y Méndez, 1994:35)

Estas ponderaciones son el resultado de la suma de los valores numéricos asignados a cada categoría, según lo siguiente:

Profesión del Jefe de Familia	1	Profesión Universitaria, financistas, banqueros, comerciantes, todos de alta productividad, Oficiales de las Fuerzas Armadas (si tienen un rango de Educación Superior)
	2	Profesión Técnica Superior, medianos comerciantes o productores
	3	Empleados sin profesión universitaria, con técnica media, pequeños comerciantes o productores
	4	Obreros especializados y parte de los trabajadores del sector informal (con primaria completa)
	5	Obreros no especializados y otra parte del sector informal de la economía (sin primaria completa)
Nivel de instrucción de la madre	1	Enseñanza Universitaria o su equivalente
	2	Técnica Superior completa, enseñanza secundaria completa, técnica media.
	3	Enseñanza secundaria incompleta, técnica inferior
	4	Enseñanza primaria, o alfabeta (con algún grado de instrucción primaria)
	5	Analfabeta
Principal fuente de ingreso de la familia	1	Fortuna heredada o adquirida
	2	Ganancias o beneficios, honorarios profesionales
	3	Sueldo mensual
	4	Salario semanal, por día, entrada a destajo
	5	Donaciones de origen público o privado
Condiciones de alojamiento	1	Vivienda con óptimas condiciones sanitarias en ambientes de lujo
	2	Viviendas con óptimas condiciones sanitarias en ambientes con lujo sin exceso y suficientes espacios
	3	Viviendas con buenas condiciones sanitarias en espacios reducidos o no, siempre menores que en las viviendas 1 y 2
	4	Viviendas con ambientes espaciosos o reducidos y/o con deficiencias en algunas condiciones sanitarias
	5	Rancho o vivienda con condiciones sanitarias marcadamente inadecuadas

Tabla 8. Ítems y variables del método Graffar según Méndez Castellano, 2001

6.1.3.2.3. Variables de consumo informacional

6.1.3.2.3.1. Tipos de información

Esta variable medirá el nivel de conocimiento que tiene el público encuestado sobre la información: académica, extraordinaria, de actividades extra cátedra y de servicios de la universidad. Se determinará con esta variable si el tipo de información influye en el conocimiento o en el medio que utilizan los estudiantes para consultar la información.

6.1.3.2.3.2. Medios de información

Esta variable mide el uso que le dan los estudiantes a los distintos medios que ofrece la universidad tales como: correo electrónico, página Web, carteleras, afiches, volantes, delegados, profesores y autoridades y su eficacia en la transmisión de información. Adicionalmente se les consultará a los estudiantes sobre la necesidad de un nuevo medio de transmisión de información en la universidad y cuál debería ser.

6.1.3.3. Operacionalización de variables

A continuación se presentan las tablas que operacionalizan cada una de las variables descritas anteriormente con los ítems dentro del instrumento que miden cada una de ellas, incluyendo las opciones de respuesta.

OBJETIVO	DIMENSIONES	VARIABLES	INDICADORES	ÍTEMS	OPCIONES
Describir a los estudiantes de la universidad en función de sus características culturales, socio-demográficas y de consumo informacional	Características socio-demográficas	Datos académicos	Profesión del jefe de la familia	Pregunta 4 Profesión del jefe de la familia	Administración, Ciencias Sociales, Educación, Letras, Psicología, Comunicación Social, Filosofía, Derecho, Ingeniería Civil, Ingeniería Industrial, Ingeniería Informática e Ingeniería en Telecomunicaciones
			Escuelas	Pregunta 5 Escuela a la que pertenece	
			Nivel académico	Pregunta 6 Nivel académico	1er, 2do, 3er, 4to o 5to año
		Datos demográficos	Turno	Pregunta 7 Turno	Mañana, Tarde, Noche, Todo el día
			Sexo	Pregunta 8 Sexo	Masculino, Femenino
			Edad	Pregunta 9 Edad	ABIERTA (en años)
		Trabajo	Estado Civil	Pregunta 10 Estado Civil	Soltero, Divorciado, Viudo, Casado, Otro
			Tipo de trabajo	Pregunta 11 ¿Trabaja?	Si, No
				Pregunta 12 Tipo de trabajo	Remunerado, No remunerado
Dedicación	Pregunta 13 Dedicación	Parcial, Completo, Eventual			

OBJETIVO	DIMENSIONES	VARIABLES	INDICADORES	ÍTEMS	OPCIONES
Describir a los estudiantes de la universidad en función de sus características culturales, socio-demográficas y de consumo informacional	Características socio-demográficas	Nivel socioeconómico (Adaptación del Método Graffar - Méndez Castellano)	Profesión del jefe de la familia	Pregunta 14 Profesión del jefe de la familia	ABIERTA
			Nivel de instrucción de la madre	Pregunta 15 Nivel de instrucción de la madre	Universitaria, TSU, Secundaria incompleta, Alfabeto, Inalfabeto
			Ingreso familiar	Pregunta 16 Principal fuente de ingreso de la familia	Negocio familiar, Honorarios, Sueldo, Salario, Donaciones
				Pregunta 22 Ingreso mensual de la familia (en Bs.)	Entre sueldo mínimo y más de 6.000.000, No sabe/No contesta
			Condiciones de alojamiento	Pregunta 17 Tipo de vivienda	Quinta, Casa, Apto de lujo, Apto/Bloque, Rancho
				Pregunta 18 Nº de habitaciones en el hogar	ABIERTA
				Pregunta 19 Nº de miembros en el hogar	ABIERTA
				Pregunta 20 Nº de miembros que trabajan	ABIERTA
				Pregunta 21 Activos en el hogar	Automóviles, Secadora, Regaderas, Teléfono, Calentador, Lavadora

OBJETIVO	DIMENSIONES	VARIABLES	INDICADORES	ÍTEMES	OPCIONES
Describir a los estudiantes de la universidad en función de sus características culturales, socio-demográficas y de consumo informacional	Consumo informacional	Tipos de información	Actividades extracátedras	Pregunta 23 ¿Qué tan informado te sientes sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?	Muy informado, Informado, Poco informado, Nada informado
				Pregunta 24 ¿Qué tan interesado estás en recibir información sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?	Muy interesado, Interesado, Poco interesado, Nada interesado
				Pregunta 28 La cantidad de publicidad y promoción de las actividades que se realizan en la UCAB	Bastante, Suficiente, Insuficiente, Muy escasa
				Pregunta 29 Los espacios de uso y colocación de la promoción de los eventos están:	Organizados, Medianamente organizados, Desorganizados
				Pregunta 30 La publicidad y promoción de los eventos que se realizan en la UCAB es:	Muy informativa, Medianamente informativa, Poco informativa, No informativa
			Servicios	Pregunta 25 ¿Sabes lo que es el Decanato de Desarrollo Estudiantil de la UCAB?	Si, No
				Pregunta 26 ¿Sabes qué instancias conforman al Decanato de Desarrollo Estudiantil de la UCAB?	ABIERTA (DEBE DAR LOS NOMBRES)
				Pregunta 27 ¿Cuál de estas instancias crees que define mejor la actividad del Decanato de Desarrollo Estudiantil?	ABIERTA (DEBE DAR LOS NOMBRES)

OBJETIVO	DIMENSIONES	VARIABLES	INDICADORES	ÍTEMS	OPCIONES
Describir a los estudiantes de la universidad en función de sus características culturales, socio-demográficas y de consumo informacional	Consumo informacional	Tipos de información	Servicios	Pregunta 36 ¿Te enteraste del nuevo sistema de acceso a la universidad con la Tarjeta Automática Inteligente antes de su implementación?	Si, No
				Pregunta 40 ¿Dónde obtienes las notas certificadas por la universidad?	ABIERTA (DEBE DAR EL NOMBRE)
			Información institucional y académica	Pregunta 38 ¿Te enteraste de la fecha del proceso de inscripciones antes del día asignado?	Si, No
				Pregunta 33 ¿Te enteraste de la fecha de las postulaciones para centros de estudiantes y representación estudiantil antes de las elecciones?	Si, No
				Pregunta 41 ¿Cuál es la mascota de la UCAB?	ABIERTA
				Pregunta 42 ¿Conoces el himno de la universidad?	Si, No
				Pregunta 43 El 9 de Febrero de 2005 se suspendieron las clases a nivel nacional por problemas de circulación en calles, avenidas y autopistas, debido a las fuertes y constantes lluvias (vaguadas) ¿Cuándo te enteraste de esta noticia?	ABIERTA

OBJETIVO	DIMENSIONES	VARIABLES	INDICADORES	ÍTEMS	OPCIONES
<p>Describir a los estudiantes de la universidad en función de sus características culturales, socio-demográficas y de consumo informacional</p>	<p>Consumo informacional</p>	<p>Medios de información</p>	<p>Eficacia de los medios</p>	<p>Pregunta 35 ¿Con cuánto tiempo de antelación te enteraste sobre las postulaciones para centros de estudiantes y representación estudiantil?</p>	<p>1, 2, 3, 4, 5 semanas antes</p>
			<p>Eficacia de los medios</p>	<p>Pregunta 37 ¿A través de qué medio te enteraste acerca del nuevo sistema de acceso a la universidad con la TAI?</p>	<p>Personal administrativo, Profesores, Delegados, Correo electrónico, Web, Carteleras, Representantes estudiantiles, Pared, Otro</p>
			<p>Eficacia de los medios</p>	<p>Pregunta 34 ¿A través de qué medio te enteraste de las postulaciones para centros de estudiantes y representación estudiantil?</p>	<p>Personal administrativo, Profesores, Delegados, Correo electrónico, Web, Carteleras, Representantes estudiantiles, Pared, Otro</p>
			<p>Eficacia de los medios</p>	<p>Pregunta 39 ¿A través de qué medio te enteras de la fecha del proceso de inscripciones académicas?</p>	<p>Personal administrativo, Profesores, Delegados, Correo electrónico, Web, Carteleras, Representantes estudiantiles, Pared, Otro</p>
			<p>Eficacia de los medios</p>	<p>Pregunta 44 ¿A través de qué medio te enteraste de la suspensión de clases el miércoles 9 de febrero de 2005?</p>	<p>Personal administrativo, Profesores, Delegados, Correo electrónico, Web, Un amigo, Representantes estudiantiles, Otro</p>
			<p>Eficacia de los medios</p>	<p>Pregunta 45 ¿Consideras que es el canal adecuado para dar este tipo de información?</p>	<p>Si, No</p>
			<p>Eficacia de los medios</p>	<p>Pregunta 46 ¿Consideras que los medios que utiliza la universidad son suficientes para mantener informados a los estudiantes? ¿Por que?</p>	<p>Si, No y ABIERTA</p>

OBJETIVO	DIMENSIONES	VARIABLES	INDICADORES	ÍTEMES	OPCIONES
Describir a los estudiantes de la universidad en función de sus características culturales, socio-demográficas y de consumo informacional	Consumo informacional	Medios de información	Eficacia de los medios	Pregunta 56 Al consultarle a los profesores sobre información institucional, generalmente:	Recibes la respuesta precisa, te remiten a otra instancia, no recibes respuesta
			Medios que prefiere	Pregunta 31 En general ¿dónde buscas la información?	ABIERTA
				Pregunta 32 Normalmente ¿a través de que vía se informa sobre las actividades de la UCAB?	Personal administrativo, Profesores, Delegados, Correo electrónico, Web, Carteleras, Representantes estudiantiles, Pared, Otro
				Pregunta 48 ¿Cuáles son los medios que prefieres para recibir de las autoridades información sobre la universidad?	Personal administrativo, Profesores, Delegados, Correo electrónico, Web, Carteleras, Representantes estudiantiles, Pared, Otro
			Frecuencia con que utiliza los medios	Pregunta 47 ¿Con que frecuencia utiliza el correo que le fue asignado por la universidad al momento de su inscripción?	2 o más veces al día, Diario, 2 o más veces a la semana, Semanal, Cada 15 días, Mensual, Bimensual, Nunca
				Pregunta 49 ¿Con qué frecuencia utilizas tu correo electrónico?	2 o más veces al día, Diario, 2 o más veces a la semana, Semanal, Cada 15 días, Mensual, Bimensual, Nunca
				Pregunta 50 ¿Con qué frecuencia utilizas la página Web de la universidad (www.ucab.edu.ve)?	Diario, Interdiario, Semanal, Cada 15 días, Mensual, Bimensual, Casi nunca, Nunca
				Pregunta 51 ¿Con qué frecuencia buscas información en las carteleras?	2 o más veces al día, Diario, 2 o más veces a la semana, Semanal, Cada 15 días, Mensual, Bimensual, Nunca

OBJETIVO	DIMENSIONES	VARIABLES	INDICADORES	ÍTEMS	OPCIONES
<p>Describir a los estudiantes de la universidad en función de sus características culturales, socio-demográficas y de consumo informacional</p>	<p>Consumo informacional</p>	<p>Medios de información</p>	<p>Frecuencia con que utiliza los medios</p>	<p>Pregunta 52 ¿Con qué frecuencia te detienes a leer los afiches que están pegados en las paredes de la universidad?</p>	<p>Diario, Interdiario, Semanal, Cada 15 días, Mensual, Bimensual, Casi nunca, Nunca</p>
				<p>Pregunta 53 ¿Con qué frecuencia consultas o recibes información de su delegado de curso?</p>	<p>Diario, Semanal, Mensual, Casi nunca, Nunca</p>
				<p>Pregunta 54 ¿Con qué frecuencia consultas o recibes información de las autoridades de la universidad?</p>	<p>Diario, Semanal, Mensual, Casi nunca, Nunca</p>
				<p>Pregunta 55 ¿Con qué frecuencia consultas o recibes información institucional del resto de tus profesores?</p>	<p>Diario, Semanal, Mensual, Casi nunca, Nunca</p>
				<p>Pregunta 57 ¿Utilizas algún otro medio? Especifique</p>	<p>ABIERTA</p>
			<p>Propuesta de un nuevo medio</p>	<p>Pregunta 58 De los medios que no utiliza la universidad ¿Cuál debería usar para transmitir la información?</p>	<p>ABIERTA</p>

OBJETIVO	DIMENSIONES	VARIABLES	INDICADORES	ÍTEMS	OPCIONES
Describir a los estudiantes de la universidad en función de sus características culturales, socio-demográficas y de consumo informacional	Características culturales	Locus de control	Independiente, Interdependiente social, Dependiente y metasocial	Pregunta 75 Las oportunidades llegan, no se buscan	Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo
				Pregunta 60 El vice-rector debería garantizar que los baños estén más limpios	Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo
				Pregunta 62 La mayoría de las veces suceden cosas que no dependen de nosotros	Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo
				Pregunta 71 La vida cambia mucho y el futuro es incierto, por eso no se debe hacer planes a largo plazo	Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo
		Preferencias valorativas	Adscripción - Desempeño	Pregunta 74 Deberían eliminar la prueba de admisión para aquellos estudiantes que provengan de las mejores unidades educativas de Caracas	Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo
				Pregunta 80 Las becas y la pensión proporcional deben asegurarse a los más pobres, aunque no mantengan un buen promedio de notas	Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo
				Pregunta 73 Las becastrabajo y las preparatorias tienen que reservarse a los estudiantes con mejores promedios académicos	Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo

OBJETIVO	DIMENSIONES	VARIABLES	INDICADORES	ÍTEMES	OPCIONES
<p>Describir a los estudiantes de la universidad en función de sus características culturales, socio-demográficas y de consumo informacional</p>	<p>Características culturales</p>	<p>Preferencias valorativas</p>	<p>Afectividad - Neutralidad afectiva</p>	<p>Pregunta 82 Los profesores deben ser evaluados en función de su simpatía y flexibilidad</p>	<p>Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo</p>
				<p>Pregunta 79 Al momento de seleccionar a un compañero para hacer un trabajo en equipo, lo más importante es la amistad</p>	<p>Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo</p>
				<p>Pregunta 68 Si un amigo que no asiste nunca a clases me pide mis apuntes para estudiar para el examen, yo se los presto sin ningún problema</p>	<p>Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo</p>
			<p>Particularismo - Universalismo</p>	<p>Pregunta 81 Se debería eliminar la norma que exige la asistencia a clase porque cada uno tiene sus problemas y necesidades</p>	<p>Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo</p>
				<p>Pregunta 61 Deberían realizarse varios tipos de examen para tomar en cuenta los esfuerzos de aquellos que asisten más a clase</p>	<p>Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo</p>
				<p>Pregunta 69 Si alguien quiere que yo sepa algo, que me consiga y me lo diga. Yo estoy muy ocupado</p>	<p>Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo</p>
				<p>Pregunta 67 Las leyes no deberían ser muy rígidas porque siempre es necesario hacer excepciones</p>	<p>Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo</p>

OBJETIVO	DIMENSIONES	VARIABLES	INDICADORES	ÍTEMES	OPCIONES
<p>Describir a los estudiantes de la universidad en función de sus características culturales, socio demográficas y de consumo informacional</p>	<p>Características culturales</p>	<p>Preferencias valorativas</p>	<p>Orientación hacia sí - Hacia el colectivo</p>	<p>Pregunta 72 Cuando salgo de clases me quedo conversando en los pasillos con mis compañeros, aunque los otros salones estén ocupados</p>	<p>Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo</p>
			<p></p>	<p>Pregunta 77 Si tuviera un perro, me gustaría traerlo a pasear a los jardines de la universidad. Allí pueden hacer sus cosas sin molestar a nadie</p>	<p>Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo</p>
			<p>Difusividad - Especificidad</p>	<p>Pregunta 64 Me gustaría que los demás me evaluaran por el comportamiento que tengo como estudiante: Que estudio mucho y saco buenas notas</p>	<p>Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo</p>
			<p></p>	<p>Pregunta 59 Cuando uno colabora con una organización, es justo que la organización colabore con uno</p>	<p>Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo</p>

OBJETIVO	DIMENSIONES	VARIABLES	INDICADORES	ÍTEMS	OPCIONES
Describir a los estudiantes de la universidad en función de sus características culturales, socio demográficas y de consumo informacional	Características culturales	Preferencias valorativas	Difusividad - Especificidad	Pregunta 70 Usualmente no comparto con otras personas que no sean mis amigos	Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo
				Pregunta 78 Los profesores deberían tener consideración con las necesidades de sus alumnos	Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo
		Confianza	Nivel de confianza	Pregunta 66 Siempre hay alguien que se aprovecha de los demás	Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo
				Pregunta 63 Nadie puede velar por mis intereses, a excepción de mis familiares	Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo
	Pregunta 65 Uno debe ocuparse siempre de sus propios asuntos porque cada quien se ocupa de lo suyo			Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo	
	Pregunta 76 Unirse con la gente lo que trae es problemas			Muy de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Muy en desacuerdo	

6.1.5. Retroalimentación DE RESULTADOS

Una vez concluido el diagnóstico se realizaron dos reuniones con Rubén Peñalver, el decano de Desarrollo Estudiantil, donde se le presentaron los resultados del análisis y en conjunto se discutió las posibles líneas de acción para mejorar la comunicación, a partir de lo datos surgidos de la aplicación del instrumento.

6.1.6. Planificación del cambio

A partir de la retroalimentación, y en trabajo conjunto con el decano, se evaluaron las áreas que se podían intervenir, se escogieron y se plantearon diferentes líneas de acción enfocadas en el proceso organizacional de las comunicaciones entre autoridades y estudiantes. Los tipos de intervención de consultoría de procesos que se realizaron fueron: retroalimentación de observaciones y orientación o consejo de los individuos. En las recomendaciones se agregarán algunos puntos que incluyen intervención de una agenda y sugerencias estructurales.

Para efectos del método de Desarrollo Organizacional y de este trabajo de grado el proceso de consultoría culmina en esta etapa. La ejecución de las recomendaciones y su estimación posterior pueden ser objeto de un nuevo proyecto de tesis.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Escuela a la que pertenece

1. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

A partir de los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta a los estudiantes seleccionados, se realizaron tablas de distribución de frecuencias, gráficos y cruces de las variables pertinentes al estudio. A continuación se presenta el análisis de los resultados observados.

1.1. Datos sociodemográficos

Esta primera parte presenta los datos sociodemográficos que se obtuvieron de la aplicación del instrumento a la muestra de estudiantes:

Escuela a la que pertenece

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Administración y contaduría	52	14,1	14,1	14,1
Ciencias Sociales	35	9,5	9,5	23,5
Comunicación Social	57	15,4	15,4	38,9
Derecho	48	13,0	13,0	51,9
Economía	24	6,5	6,5	58,4
Educación	29	7,8	7,8	66,2
Filosofía	4	1,1	1,1	67,3
Ingeniería Industrial	7	1,9	1,9	69,2
Ingeniería en Telecomunicaciones	43	11,6	11,6	80,8
Ingeniería Informática	37	10,0	10,0	90,8
Ingeniería Civil	12	3,2	3,2	94,1
Letras	14	3,8	3,8	97,8
Psicología	8	2,2	2,2	100,0
Total	370	100,0	100,0	

Tabla 9. Distribución de frecuencia Escuela a la que pertenece

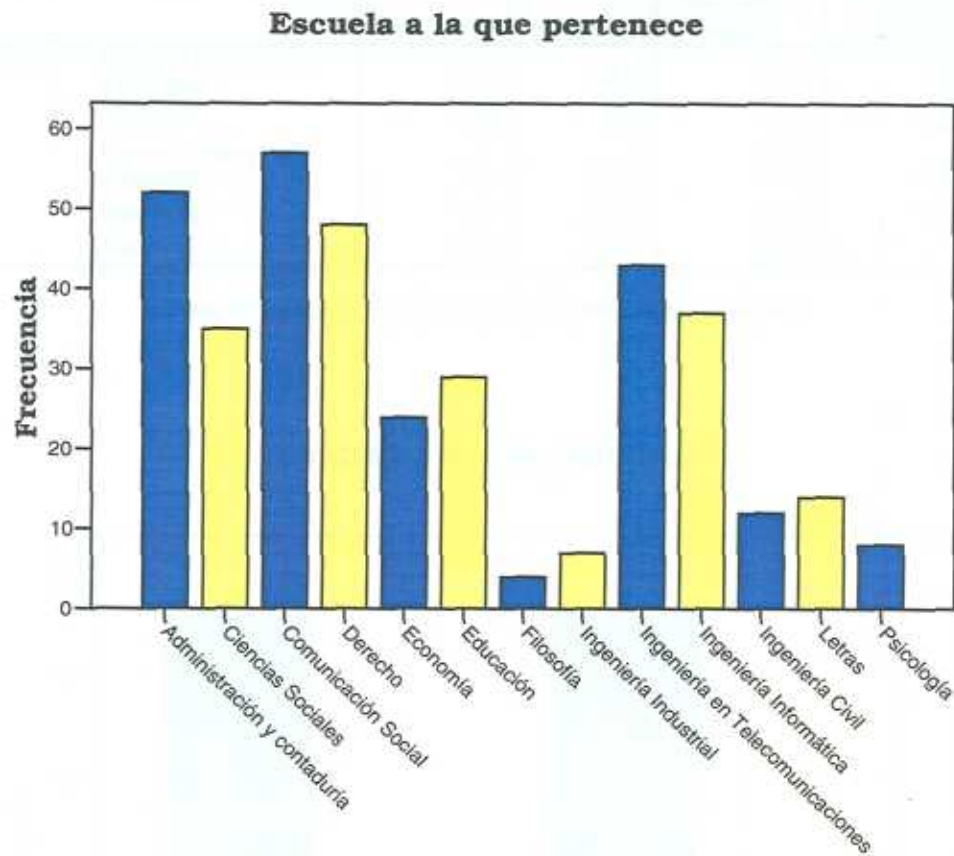


Figura 3. Distribución de frecuencia Escuela a la que pertenece

Proporcionalmente a la cantidad de estudiantes por escuela en la población de estudio, el mayor porcentaje de encuestados son de estudiantes de Administración y Contaduría, Comunicación Social, Derecho e Ingeniería en Telecomunicaciones. Igualmente, las escuelas más pequeñas como Filosofía, Ingeniería Civil, Ingeniería Industrial y Psicología, concentran un bajo porcentaje de la muestra.

Facultad a la que pertenece

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ciencias Económicas y Sociales	111	30,0	30,0	30,0
	Derecho	48	13,0	13,0	43,0
	Humanidades y Educación	111	30,0	30,0	73,0
	Ingeniería	100	27,0	27,0	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 10. Distribución de frecuencia Facultad a la que pertenece

Facultad a la que pertenece

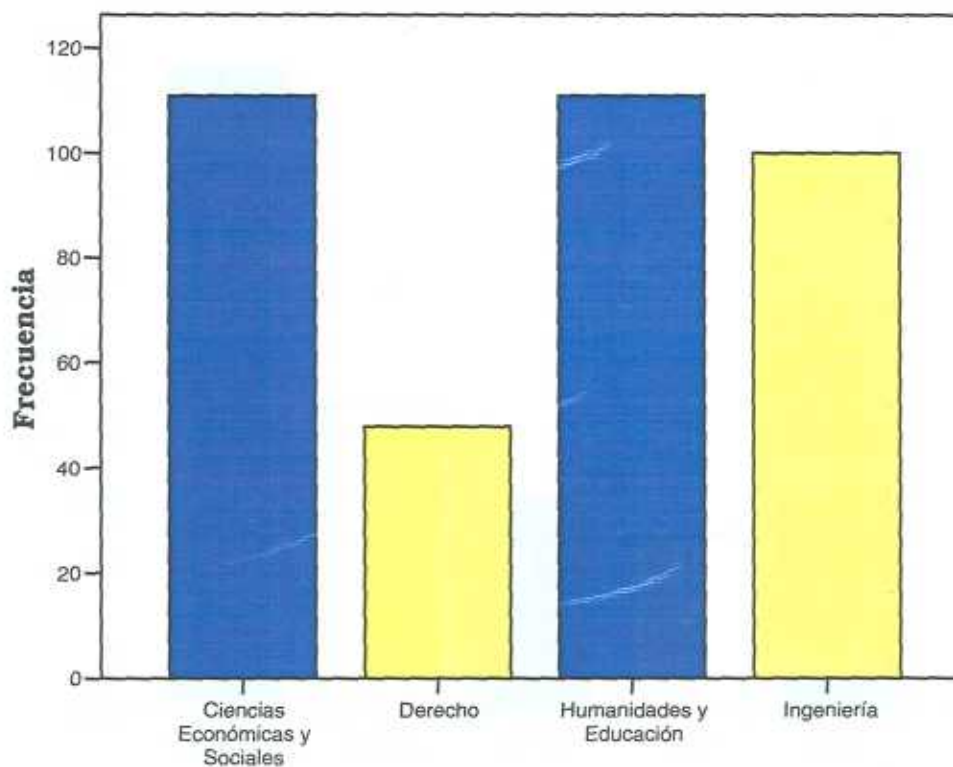


Figura 4. Distribución de frecuencia Facultad a la que pertenece

La facultad a la que pertenece fue uno de los datos que describieron mejor a la población, pues en la muestra se mantuvo la proporción exacta (Ciencias Económicas y Sociales, 30,13%; Derecho, 12,97%; Humanidades y Educación, 29,92% e Ingeniería, 26,98%)

Nivel académico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1er año	153	41,4	41,4	41,4
	2do año	73	19,7	19,7	61,1
	3er año	51	13,8	13,8	74,9
	4to año	42	11,4	11,4	86,2
	5to año	51	13,8	13,8	100,0
Total		370	100,0	100,0	

Tabla 11. Distribución de frecuencia Nivel académico

Nivel académico

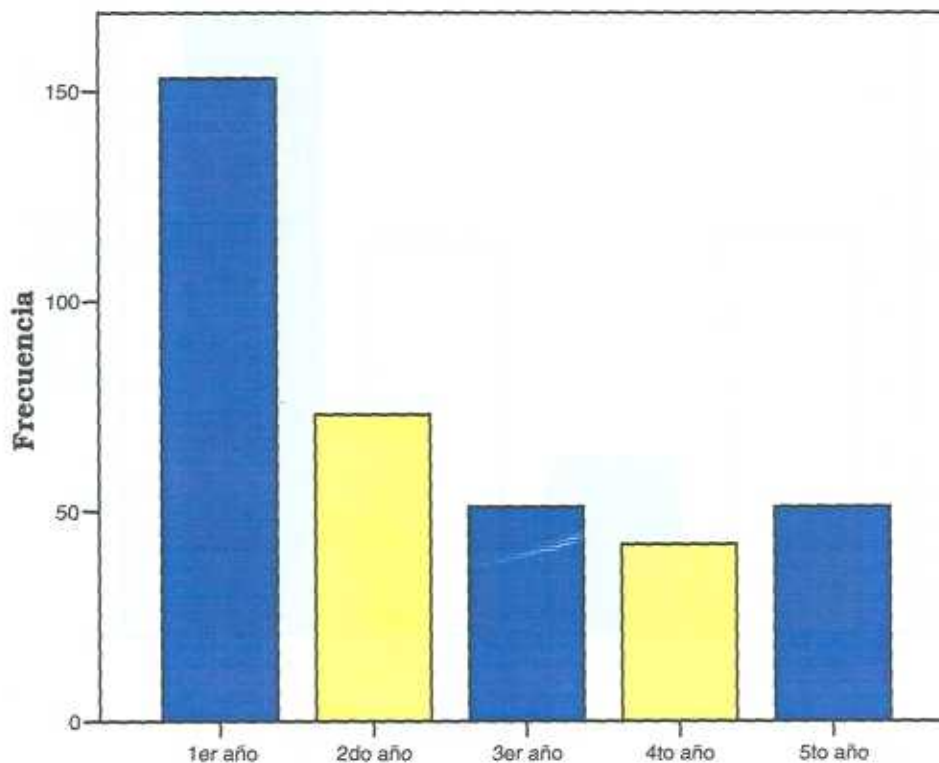


Figura 5. Distribución de frecuencia Nivel académico

El nivel académico fue el otro indicador que mejor describió la muestra; pues, al igual que la facultad, en este indicador se mantuvo la proporción exacta de la población (1er año, 41,27%; 2do año, 19,69%; 3er año, 13,8%; 4to año, 11,96% y 5to año, 13,88%)

		Turno			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mañana	145	39,2	39,2	39,2
	Tarde	91	24,6	24,6	63,8
	Noche	41	11,1	11,1	74,9
	Todo el día	93	25,1	25,1	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 12. Distribución de frecuencia Turno

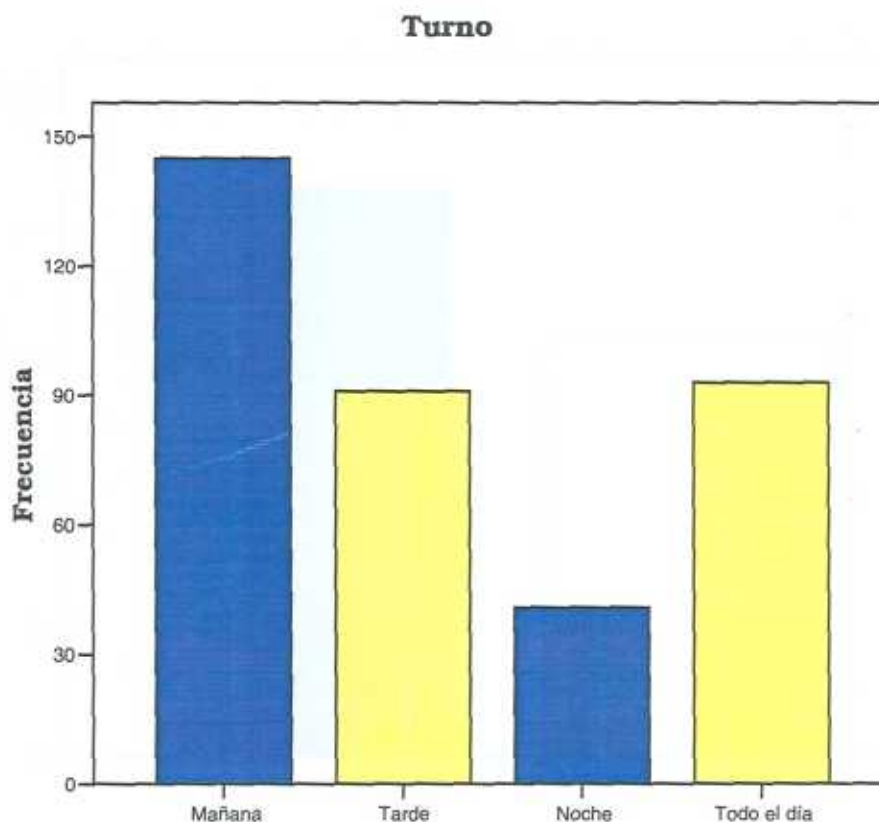


Figura 6. Distribución de frecuencia Turno

El 39,2% de los encuestados estudia en la mañana, el menor porcentaje está representado por los estudiantes de la noche (11,1%). Los estudiantes que dieron como opción de turno Todo el día son básicamente de Ingeniería, ellos explican que sus bloques de clase están dispersos desde muy temprano en la mañana hasta el final de la tarde. Son los que pasan más tiempo en el campus.

Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	214	57,8	57,8	57,8
	Masculino	156	42,2	42,2	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 13. Distribución de frecuencia Sexo

Sexo

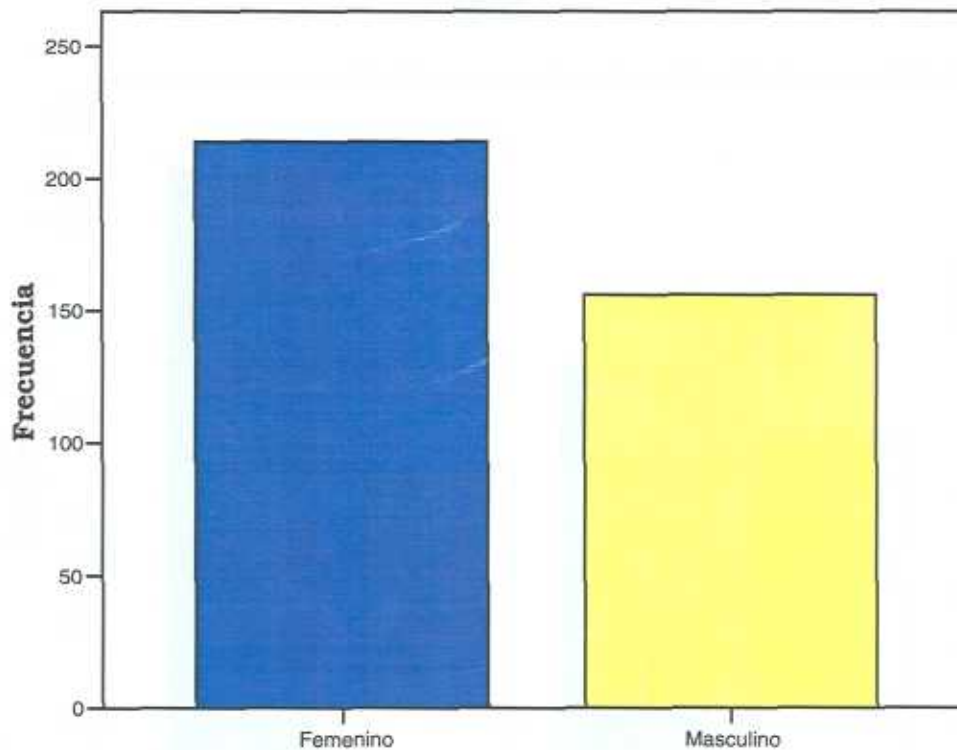


Figura 7. Distribución de frecuencia Sexo

Al igual que datos anteriores, en esta pregunta se mantiene la proporción estudiantil que está conformada mayoritariamente por mujeres.

Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	19 ó menos	130	35,1	35,1	35,1
	20 años	71	19,2	19,2	54,3
	21 a 22	91	24,6	24,6	78,9
	23 ó más	78	21,1	21,1	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 14. Distribución de frecuencia Edad

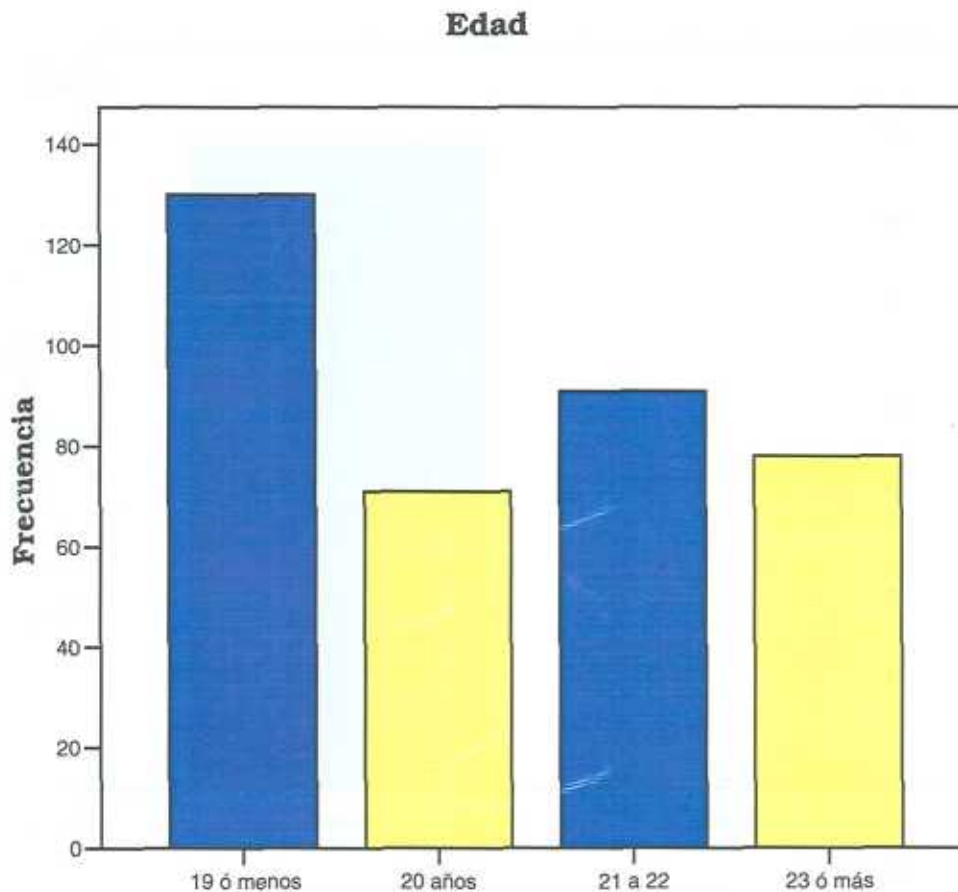


Figura 6. Distribución de frecuencia Edad

El rango de edad estuvo entre los 17 y 33 años, agrupados en 4 grupos. La mayoría tiene entre 17 y 19 años y a medida que aumenta la edad, disminuye la frecuencia de aparición. La mayoría de los estudiantes encuestados tenía 20 años.

Estado civil

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Soltero	365	98,6	98,6	98,6
	Casado	5	1,4	1,4	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 15. Distribución de frecuencia Estado civil

Estado civil

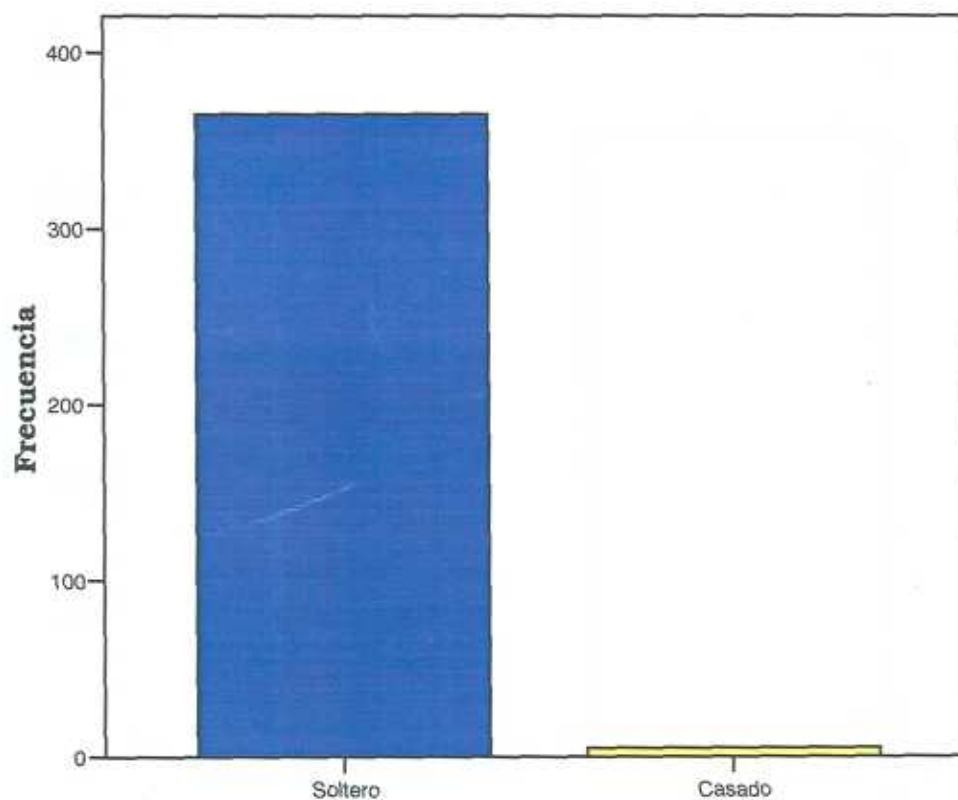


Figura 9. Distribución de frecuencia Estado civil

La población universitaria es concluyentemente soltera, solo 5 de los encuestados (1,4%) resultó ser casado.

¿Trabaja?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	146	39,5	39,5	39,5
	No	224	60,5	60,5	100,0
Total		370	100,0	100,0	

Tabla 16. Distribución de frecuencia ¿Trabaja?

¿Trabaja?

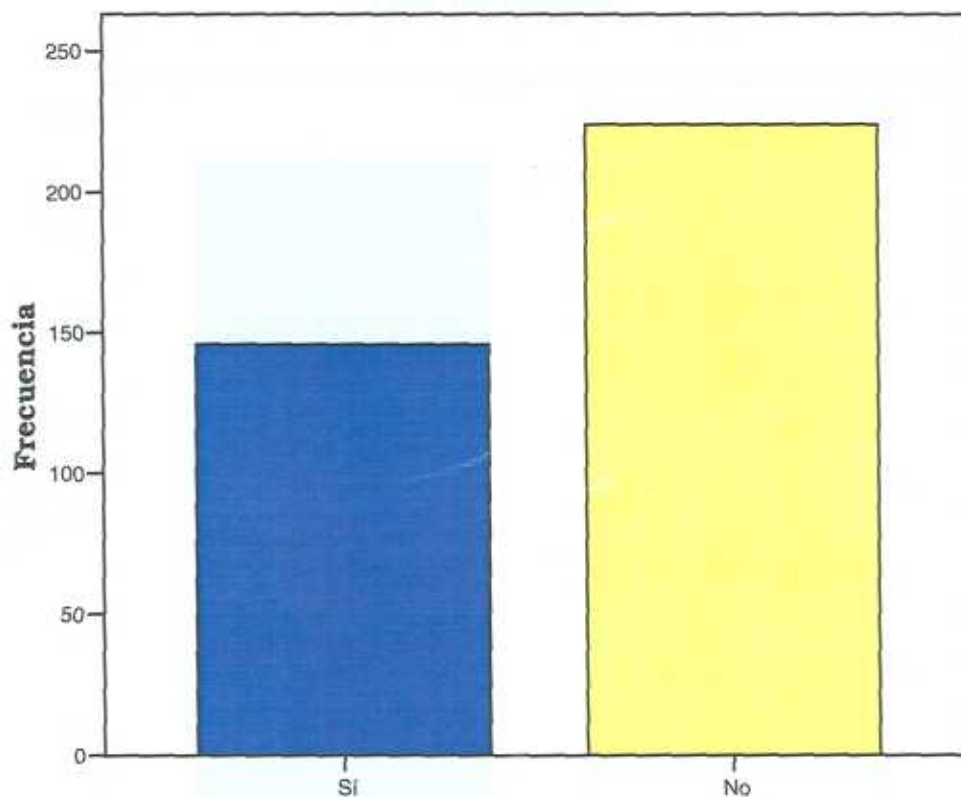


Figura 10. Distribución de frecuencia ¿Trabaja?

El 60,5% de los estudiantes no tiene trabajo. Se podría inferir que el porcentaje restante pasa menos tiempo en la universidad, por lo que no son el público meta para actividades extracurriculares.

Tipo de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Remunerado	132	35,7	90,4	90,4
	No remunerado	14	3,8	9,6	100,0
	Total	146	39,5	100,0	
Perdidos	Sistema	224	60,5		
Total		370	100,0		

Tabla 17. Distribución de frecuencia Tipo de trabajo

Tipo de trabajo

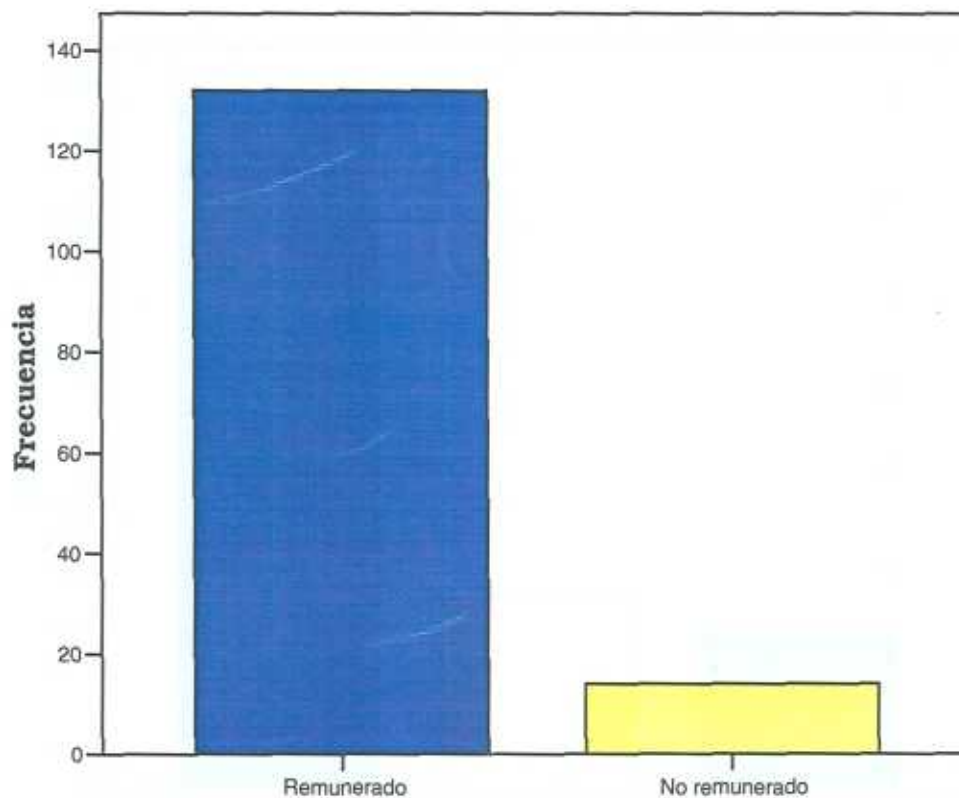


Figura 11. Distribución de frecuencia Tipo de trabajo

Del 39,5% de la muestra que respondió que sí trabaja, el 90,4% recibe un pago por su labor.

Dedicación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Parcial	97	26,2	66,4	66,4
	Completo	27	7,3	18,5	84,9
	Eventual	22	5,9	15,1	100,0
	Total	146	39,5	100,0	
Perdidos	Sistema	224	60,5		
Total		370	100,0		

Tabla 18. Distribución de frecuencia Dedicación

Dedicación

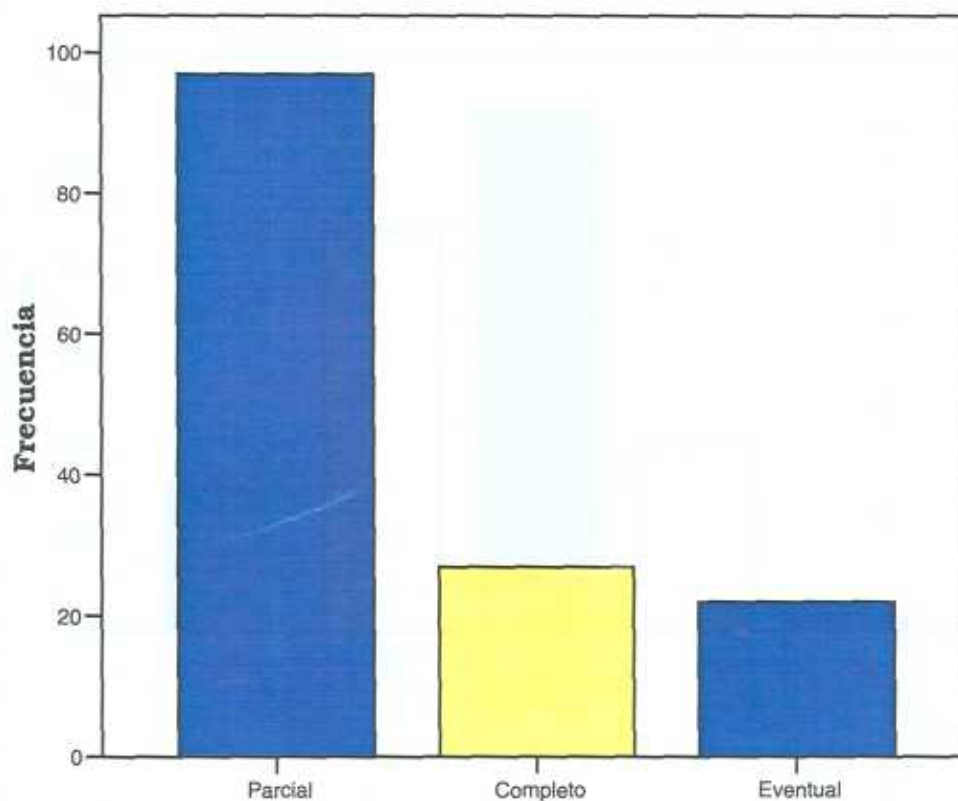


Figura 12. Distribución de frecuencia Dedicación

Nuevamente del 39,5% de la muestra que admitió trabajar, el 66,4% de los respondientes se dedica parcialmente a su actividad laboral. El 7,3% que trabaja tiempo completo, por lo general estudia en la noche.

Ingreso mensual de la familia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Más de 6 M	33	8,9	11,7	11,7
	Entre 3 y 6 M	88	23,8	31,2	42,9
	Entre 1 y 3 M	115	31,1	40,8	83,7
	Entre 400.000 y 1 M	42	11,4	14,9	98,6
	Sueldo mínimo	4	1,1	1,4	100,0
Total		282	76,2	100,0	
Perdidos	Sistema	88	23,8		
Total		370	100,0		

Tabla 19. Distribución de frecuencia Ingreso mensual de la familia

Ingreso mensual de la familia

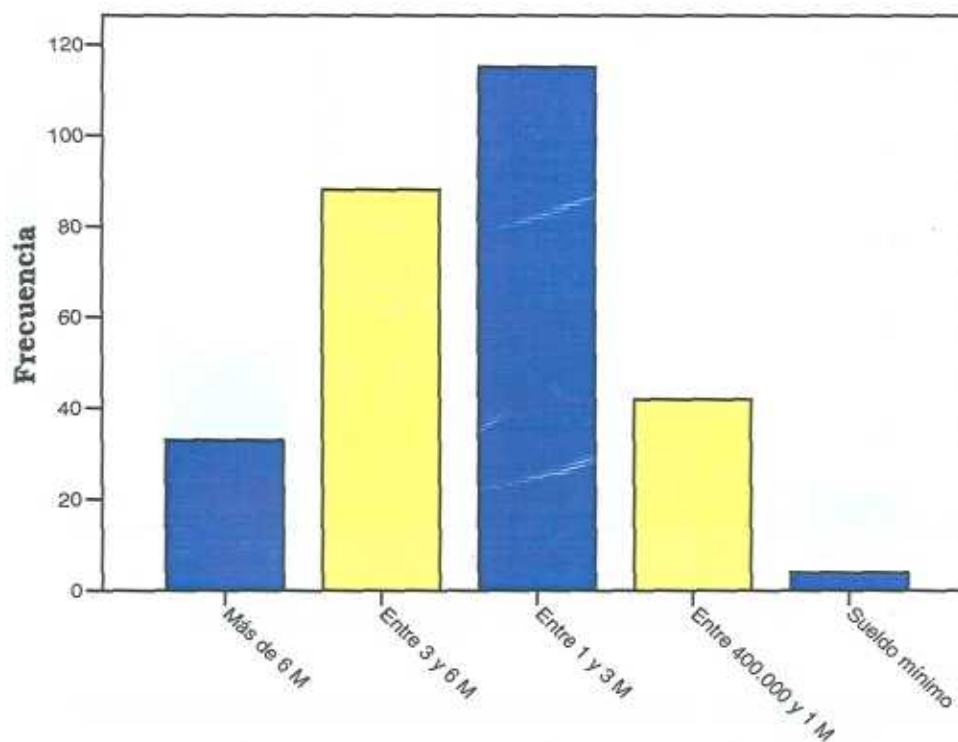


Figura 13. Distribución de frecuencia Ingreso mensual de la familia

Al preguntar sobre el ingreso mensual de la familia del encuestado, solo el 76,2% quiso o supo contestar. La mayoría de los estudiantes calcula que el ingreso en su hogar se ubica entre 1 y 3 millones de bolívares mensuales.

NSE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Estrato I	62	16,8	16,8	16,8
	Estrato II	185	50,0	50,0	66,8
	Estrato III	76	20,5	20,5	87,3
	Estrato IV	36	9,7	9,7	97,0
	Estrato V	11	3,0	3,0	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 20. Distribución de frecuencia Nivel socioeconómico

NSE

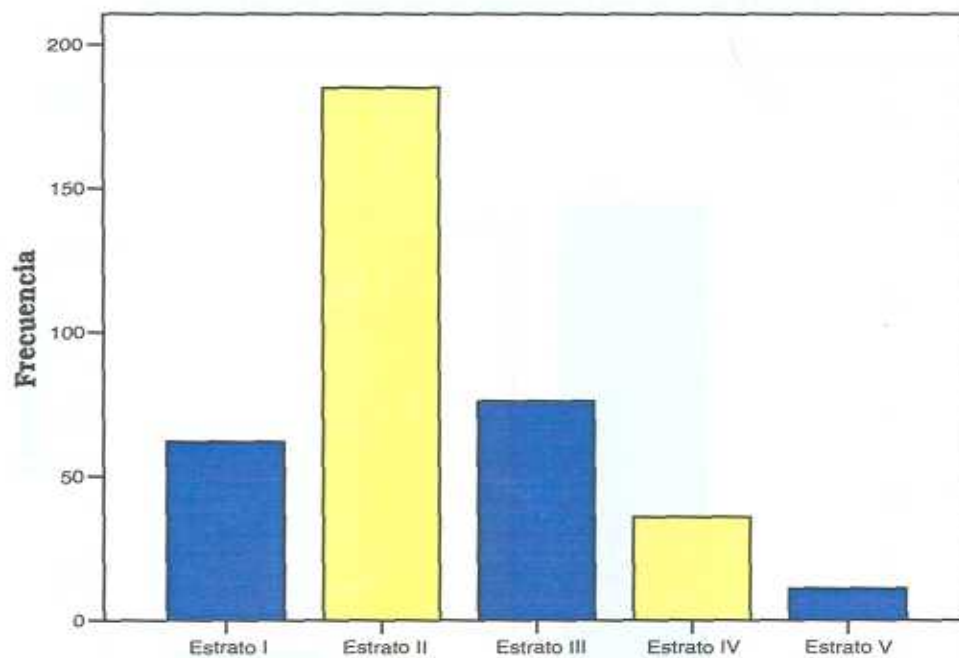


Figura 14. Distribución de frecuencia Nivel socioeconómico

Para hallar esta clasificación se utilizaron 8 preguntas dentro del instrumento. Las primeras 4 corresponden al método Graffar - Méndez Castellano y las 4 restantes fueron utilizadas como discriminantes.

La mitad de los encuestados pertenece al estrato II. El 87,3% se ubica entre los primeros 3 estratos y el 12,7% restante se ubica en los estratos IV y V, definidos por Méndez Castellanos como estratos de pobreza y pobreza extrema respectivamente.

1.2. Consumo informacional

¿Qué tan informado se siente sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy informado	26	7,0	7,0	7,0
	Informado	159	43,0	43,0	50,0
	Poco informado	166	44,9	44,9	94,9
	Nada informado	19	5,1	5,1	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 21. Distribución de frecuencia Nivel de información

¿Qué tan informado se siente sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?

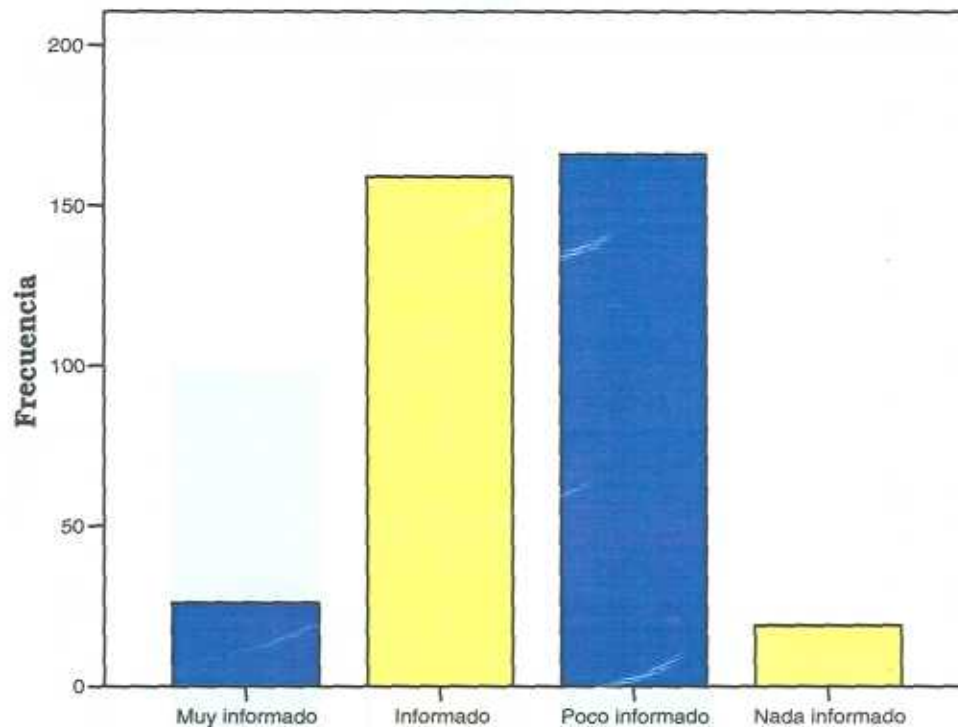


Figura 15. Distribución de frecuencia Nivel de Información

Esta pregunta de percepción ubica al 50% de los encuestados entre Muy informado e Informado y al 50% restante entre Poco informado y Nada informado. De estos datos se infiere que la mitad de la población se siente informada y la otra mitad no.

¿Qué tan interesado está en recibir información sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy interesado	117	31,6	31,6	31,6
	Interesado	198	53,5	53,5	85,1
	Poco interesado	51	13,8	13,8	98,9
	Nada interesado	4	1,1	1,1	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 22. Distribución de frecuencia Interés en recibir información

¿Qué tan interesado está en recibir información sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?

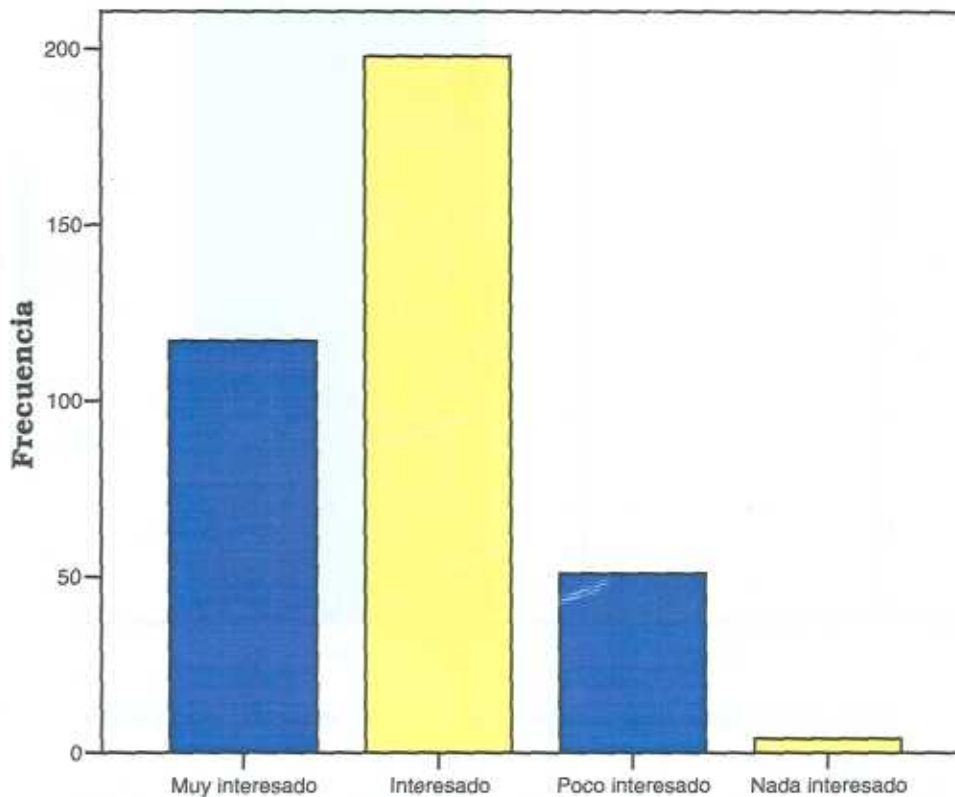


Figura 16. Distribución de frecuencia Interés en recibir información

A pesar del gran número de personas desinformadas, en este ítem podemos ver cómo el 85,1% dice estar interesado en recibir información. Solo el 1,1% está Nada interesado.

¿Conoce al Decanato de Desarrollo Estudiantil?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	176	47,6	47,6	47,6
	No	194	52,4	52,4	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 23. Distribución de frecuencia Conoce al Decanato de Desarrollo Estudiantil

¿Conoce al Decanato de Desarrollo Estudiantil?

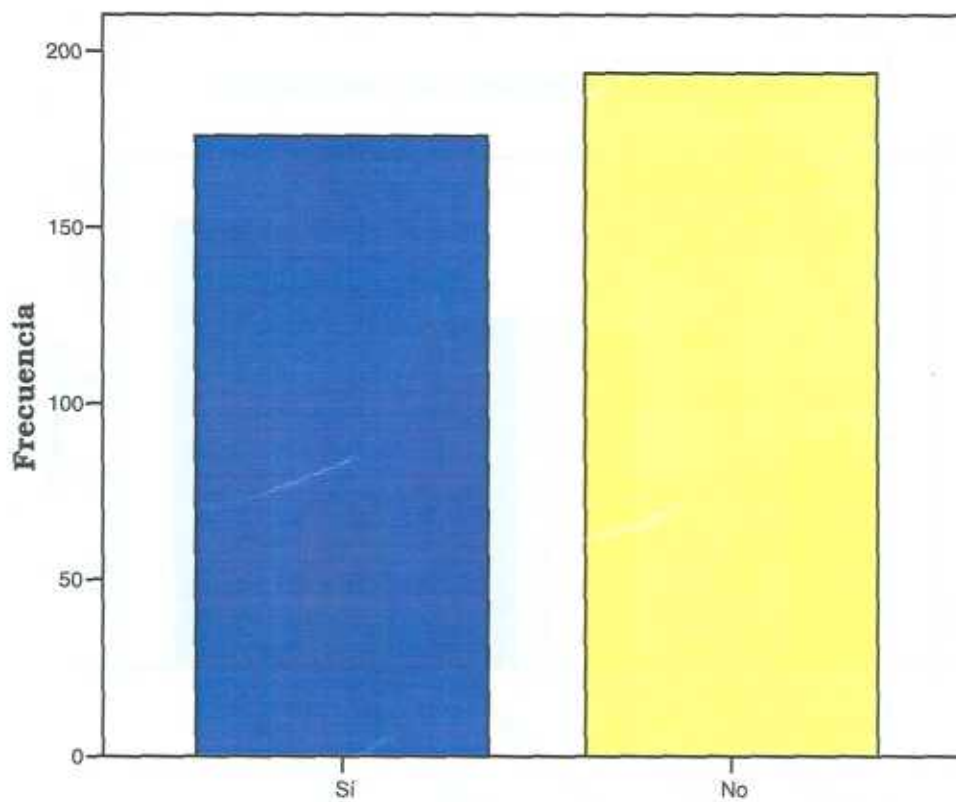


Figura 17. Distribución de frecuencia Conoce al Decanato de Desarrollo Estudiantil

Según estos datos, más de la mitad de los estudiantes (52,4%) no conocen al Decanato de Desarrollo Estudiantil.

Instancias que conoce del Decanato

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Dirección de Cultura	46	27,2	27,2	27,2
Dirección de Pastoral	17	10,1	10,1	37,3
Dirección de Deportes	36	21,3	21,3	58,6
Ayuda Económica	35	20,7	20,7	79,3
Dirección de Proyección a la Comunidad	12	7,1	7,1	86,4
Centro de Asesoramiento y Desarrollo Humano	23	13,6	13,6	100,0
Total	169	100,0	100,0	

Tabla 24. Distribución de frecuencia Instancias que conoce del Decanato de Desarrollo Estudiantil

Instancias que conoce del Decanato

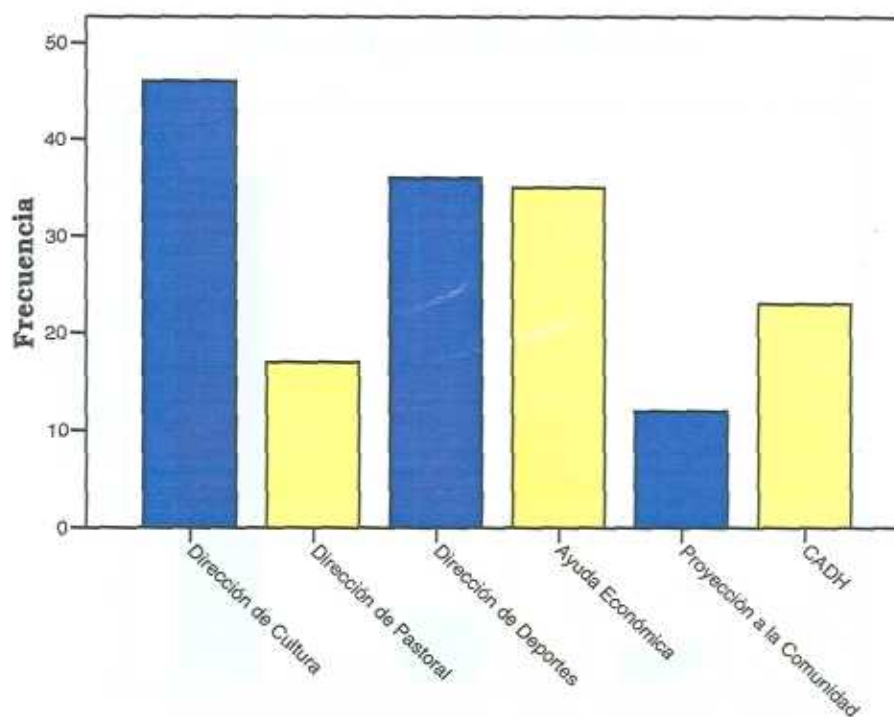


Figura 18. Distribución de frecuencia Instancias que conoce del Decanato de Desarrollo Estudiantil

De 176 estudiantes que conocían al Decanato de Desarrollo Estudiantil, 61 (35%) lo relacionaron con alguna instancia. La Dirección de Cultura es la instancia que más reconocen los estudiantes de todas las que componen el Decanato de Desarrollo Estudiantil.

Instancias que definen Decanato

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Dirección de Cultura	28	7,6	52,8	52,8
	Dirección de Pastoral	1	,3	1,9	54,7
	Dirección de Deportes	4	1,1	7,5	62,3
	Ayuda Económica	14	3,8	26,4	88,7
	Proyección a la Comunidad	2	,5	3,8	92,5
	CADH	4	1,1	7,5	100,0
	Total	53	14,3	100,0	
Perdidos	Sistema	317	85,7		
Total		370	100,0		

Tabla 25. Distribución de frecuencia Instancias que definen al Decanato de Desarrollo Estudiantil

Instancias que definen Decanato

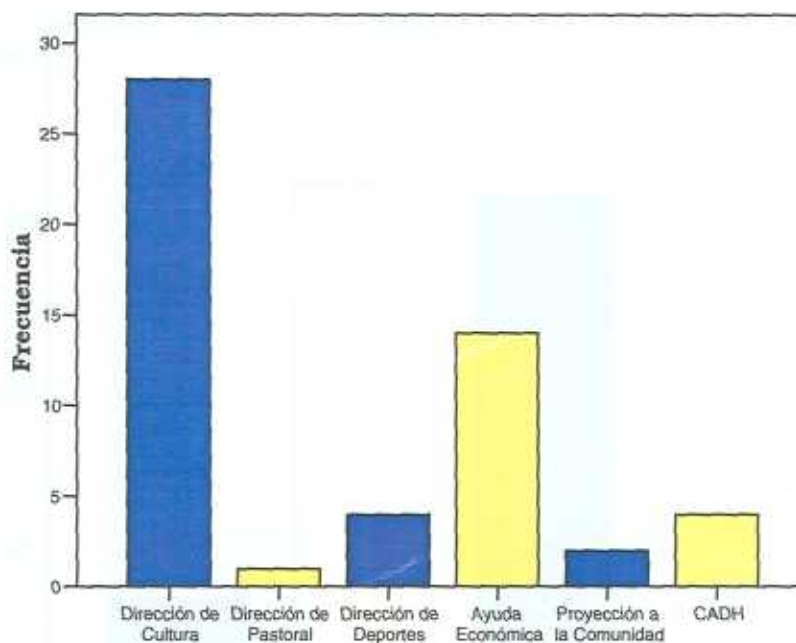


Figura 19. Distribución de frecuencia Instancias que definen al Decanato de Desarrollo Estudiantil

De los 176 estudiantes que respondieron que sí conocían al Decanato, solo 53 de éstos supieron algunas de las instancias la conforman. Al preguntar cuál define mejor la actividad del Decanato, la mayoría

contestó la Dirección de Cultura y Ayuda Económica, aunque este último no sea una instancia, sino un servicio.

Cantidad de publicidad y promoción de las actividades que se desarrollan en la UCAB es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bastante	35	9,5	9,5	9,5
	Suficiente	162	43,8	43,8	53,2
	Insuficiente	158	42,7	42,7	95,9
	Muy escasa	15	4,1	4,1	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 26. Distribución de frecuencia Cantidad de publicidad y promoción

La cantidad de publicidad y promoción de las actividades que se desarrollan en la UCAB es:

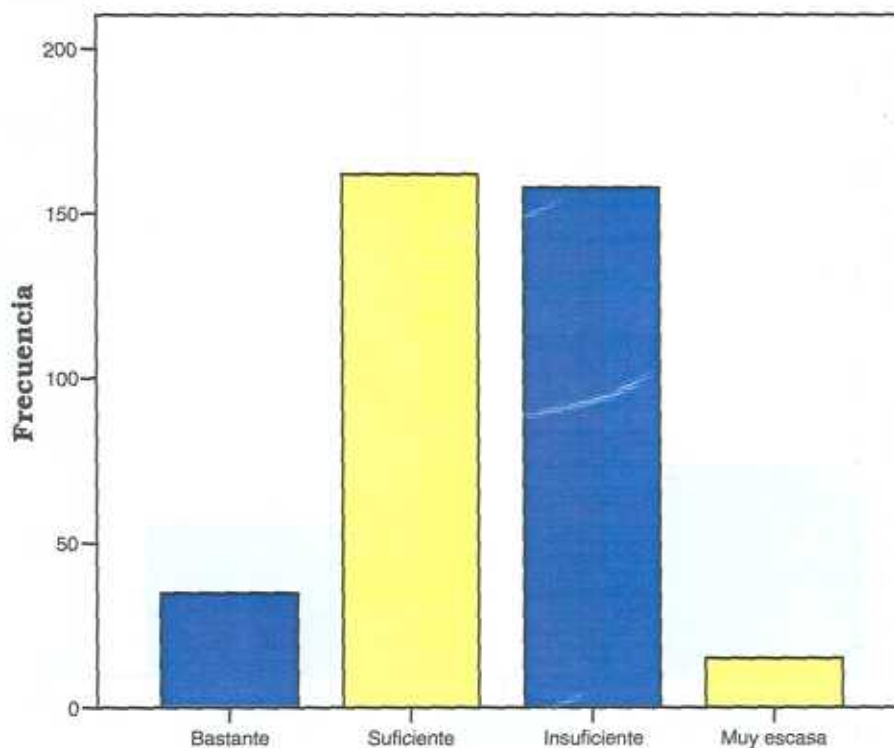


Figura 20. Distribución de frecuencia Cantidad de publicidad y promoción

En esta pregunta, la diferencia entre suficiente e insuficiente es muy pequeña, se podría decir que la mitad de los encuestados piensan que

la cantidad es Suficiente o Bastante y la otra mitad piensan que es Insuficiente o Muy escasa

Los espacios de uso y colocación de la promoción de los eventos están:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Organizados	56	15,1	15,1	15,1
	Medianamente organizados	237	64,1	64,1	79,2
	Desorganizados	77	20,8	20,8	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 27. Distribución de frecuencia Espacios de publicidad y promoción

Los espacios de uso y colocación de la promoción de los eventos están:

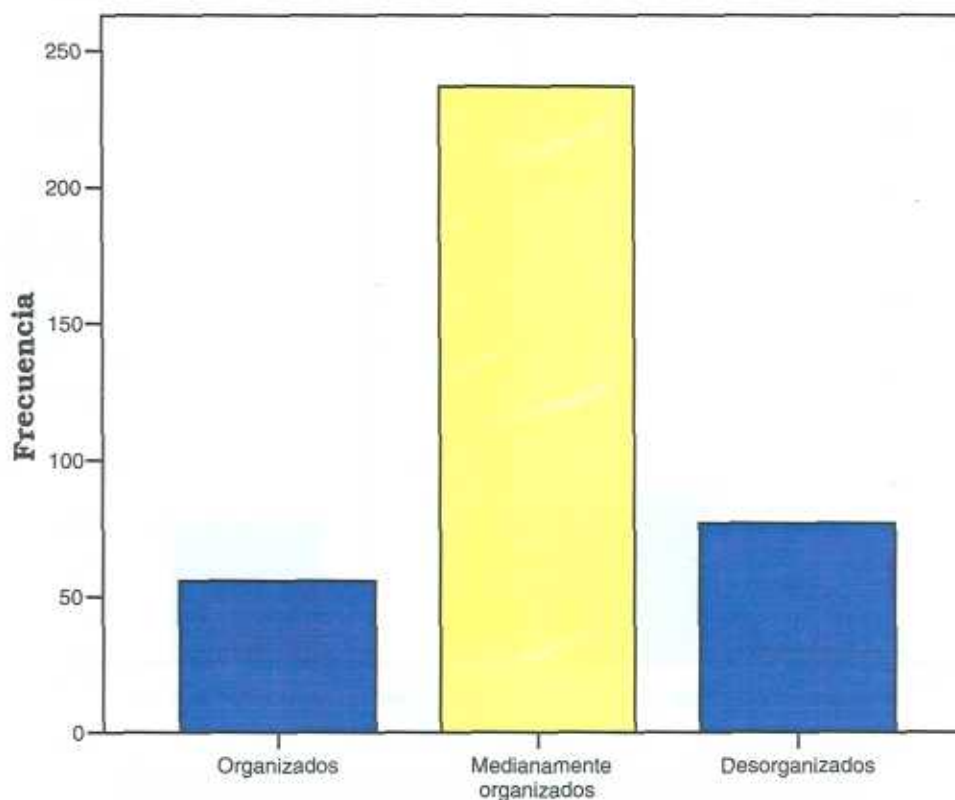


Figura 21. Distribución de frecuencia Espacios de publicidad y promoción

En el gráfico se observa claramente la tendencia de ir hacia los puntos medios. Sin embargo son más los que piensan que están desorganizados que los que piensan que están organizados.

La publicidad y promoción de los eventos que se realizan en la UCAB es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy informativa	51	13,8	13,8	13,8
	Medianamente informativa	249	67,3	67,3	81,1
	Poco informativa	65	17,6	17,6	98,6
	No informativa	5	1,4	1,4	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 28. Distribución de frecuencia Información de publicidad y promoción

La publicidad y promoción de los eventos que se realizan en la UCAB es:

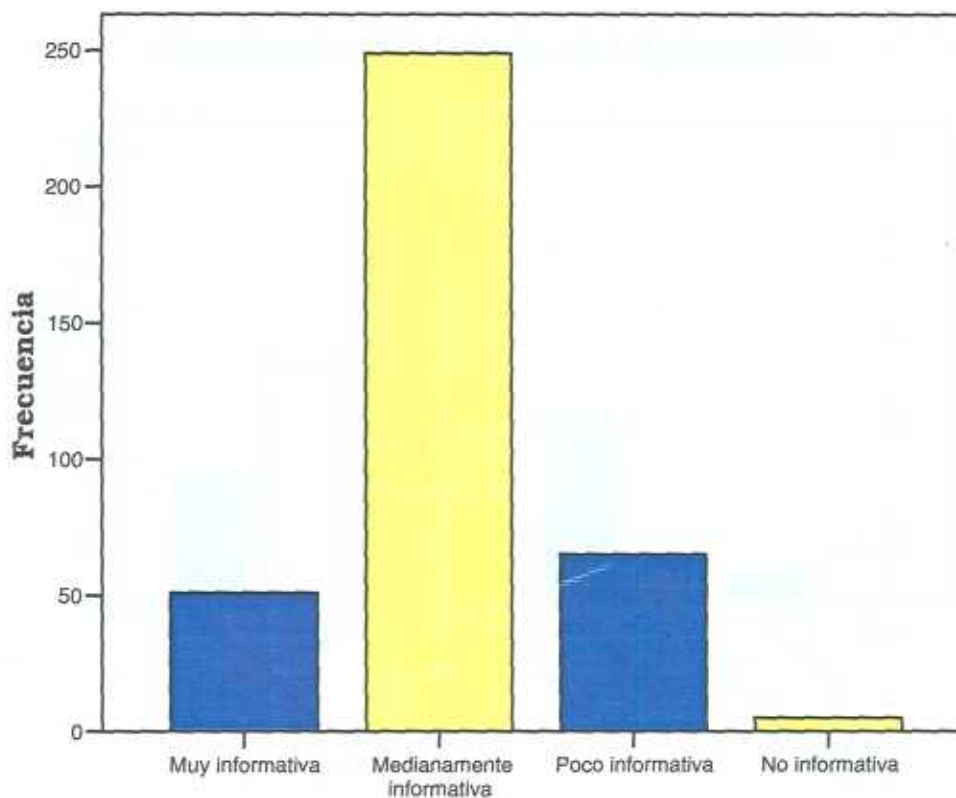


Figura 22. Distribución de frecuencia Información de publicidad y promoción

Al parecer la información no es el problema más criticado por los estudiantes, solo un 1,4% piensa que la publicidad y promoción no es informativa.

En general, ¿dónde busca la información?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Personal administrativo	39	10,5	10,8	10,8
	Web	72	19,5	19,9	30,7
	Pared	128	34,6	35,4	66,0
	Correo electrónico	29	7,8	8,0	74,0
	Carteleras	58	15,7	16,0	90,1
	Profesores, delegados o RE	11	3,0	3,0	93,1
	No la busco	9	2,4	2,5	95,6
	Otros	16	4,3	4,4	100,0
	Total	362	97,8	100,0	
Perdidos	Sistema	8	2,2		
Total		370	100,0		

Tabla 29. Distribución de frecuencia ¿Dónde busca la información?

En general, ¿dónde busca la información?

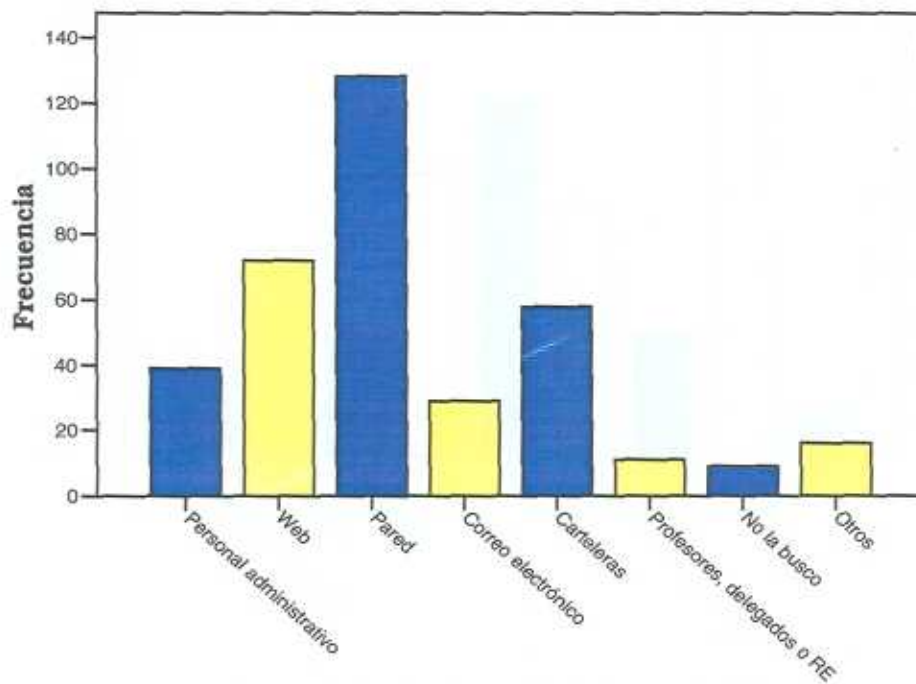


Figura 23. Distribución de frecuencia ¿Dónde busca la información?

El medio más utilizado por los estudiantes para buscar información son los afiches en las paredes de la universidad (34,6%). Los otros medios utilizados son Web, cartelera y Personal Administrativo.

Normalmente ¿a través de qué vía se informa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Personal Administrativo	46	4,4	4,4	4,4
	Profesores	106	10,2	10,2	14,6
	Delegados	68	6,5	6,5	21,1
	Correo electrónico	156	15,0	15,0	36,1
	Carteleras	197	18,9	18,9	55,0
	Representantes Estudiantiles	138	13,2	13,2	68,2
	Web	68	6,5	6,5	74,8
	Pared	240	23,0	23,0	97,8
	Amigos	23	2,2	2,2	100,0
	Total	1042	100,0	100,0	

Tabla 30. Distribución de frecuencia ¿A través de qué vía se informa?

Normalmente ¿a través de qué vía se informa?

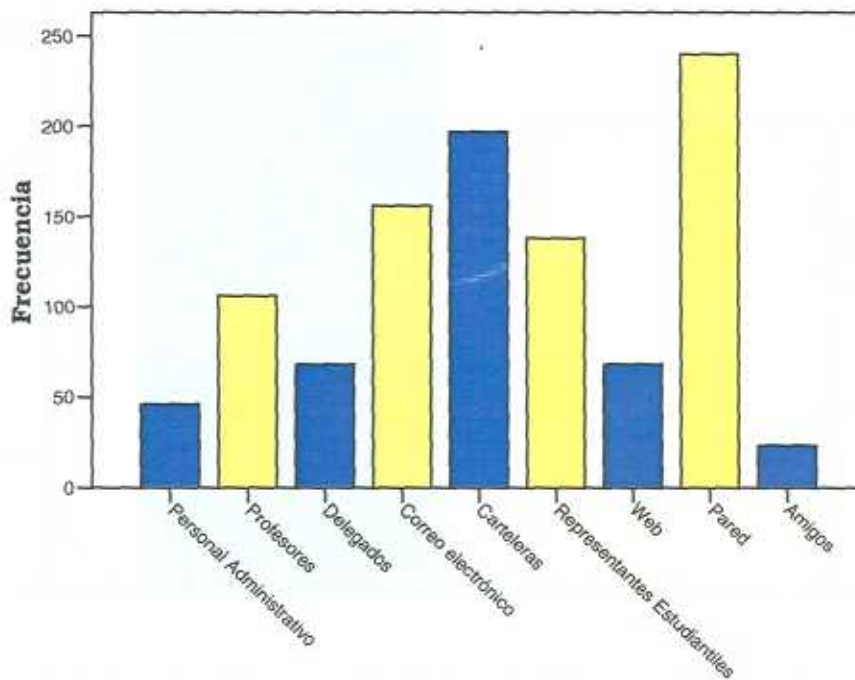


Figura 24. Distribución de frecuencia ¿A través de qué vía se informa?

El medio que más utilizan los estudiantes para informarse es la pared (23%), en segundo lugar las carteleras (18,9%) y en tercer lugar el correo electrónico (15%). Un 2,2% de los estudiantes manifestó que se informaba a través de sus amigos, a pesar de que éstos no se encontraban dentro de las opciones de respuesta.

¿Se enteró de la fecha de las postulaciones a centros de estudiantes y RE antes de las elecciones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	201	54,3	54,3	54,3
	No	169	45,7	45,7	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 31. Distribución de frecuencia Postulaciones centros de estudiantes y RE

¿Se enteró de la fecha de las postulaciones a centros de estudiantes y RE antes de las elecciones?

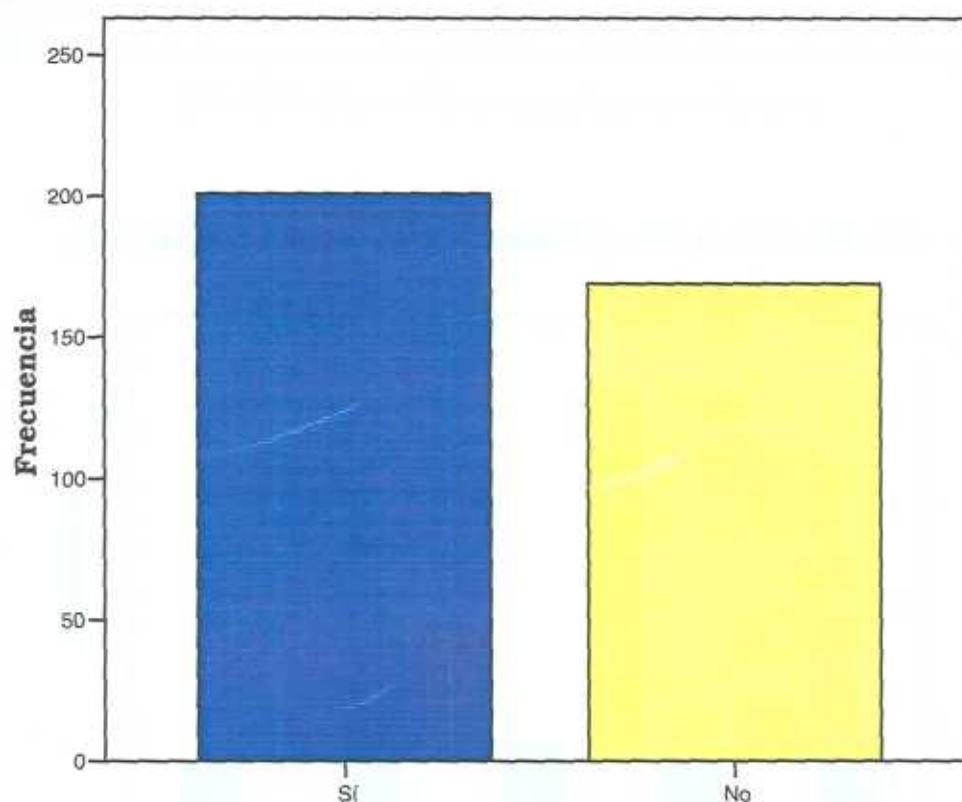


Figura 25. Distribución de frecuencia Postulaciones centros de estudiantes y RE

En el gráfico se advierte que más de la mitad de los estudiantes (54,3%) se enteraron de la fecha de las postulaciones para centros de estudiantes y representación estudiantil.

¿A través de qué medio se enteró de las postulaciones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Personal administrativo	8	2,2	4,0	4,0
	Profesores	6	1,6	3,0	7,0
	Delegados	21	5,7	10,4	17,4
	Correo electrónico	28	7,6	13,9	31,3
	Cartelera	11	3,0	5,5	36,8
	Representantes Estudiantiles	63	17,0	31,3	68,2
	Web	8	2,2	4,0	72,1
	Pared	18	4,9	9,0	81,1
	Amigos/compañeros	38	10,3	18,9	100,0
	Total	201	54,3	100,0	
Perdidos	Sistema	169	45,7		
Total		370	100,0		

Tabla 32. Distribución de frecuencia Medio de las postulaciones

¿A través de qué medio se enteró de las postulaciones?

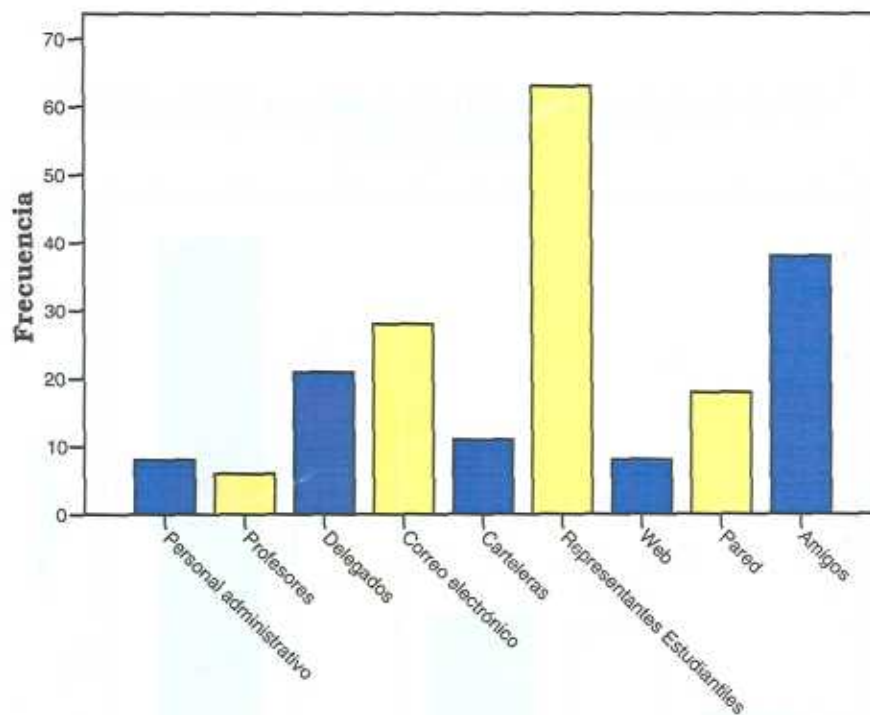


Figura 26. Distribución de frecuencia Medio de las postulaciones

De 201 personas que se enteraron de las postulaciones para centros de estudiantes y representación estudiantil, el 31,1% respondió que se informaron a través de los mismos representantes estudiantiles. El segundo grupo más grande (18,9%) fueron notificados por amigos y por último un 13,9% se enteraron por correo electrónico.

¿Con cuánto tiempo de anticipación se enteró de las postulaciones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 semana antes	78	21,1	38,8	38,8
	2 semanas antes	59	15,9	29,4	68,2
	3 semanas antes	27	7,3	13,4	81,6
	4 semanas antes	24	6,5	11,9	93,5
	5 semanas antes	13	3,5	6,5	100,0
	Total	201	54,3	100,0	
Perdidos	Sistema	169	45,7		
Total		370	100,0		

Tabla 33. Distribución de frecuencia Tiempo de anticipación de las postulaciones

¿Con cuánto tiempo de anticipación se enteró de las postulaciones?

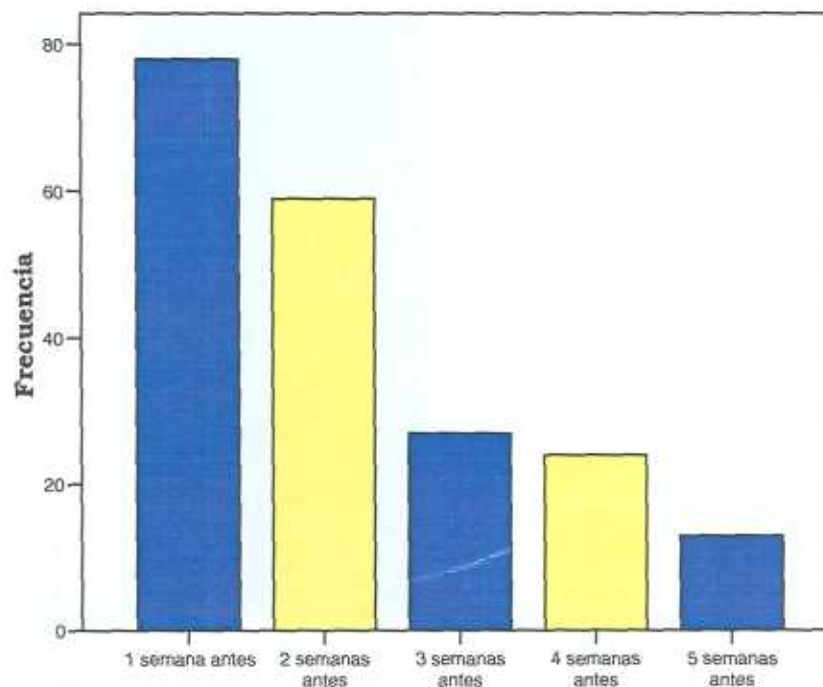


Figura 27. Distribución de frecuencia Tiempo de anticipación de las postulaciones

En el gráfico se observa que a medida que se aproxima la fecha de cierre de las postulaciones para centros de estudiantes y representación estudiantil hay más gente enterada. Un 6,5% se informó 5 semanas antes mientras que 38,8% se enteró una semana antes de la clausura del período de inscripciones.

¿Se enteró del nuevo sistema de acceso a la Universidad con la TAI?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Sí	313	84,6	84,6	84,6
No	57	15,4	15,4	100,0
Total	370	100,0	100,0	

Tabla 34. Distribución de frecuencia Acceso con TAI

¿Se enteró del nuevo sistema de acceso a la Universidad con la TAI?

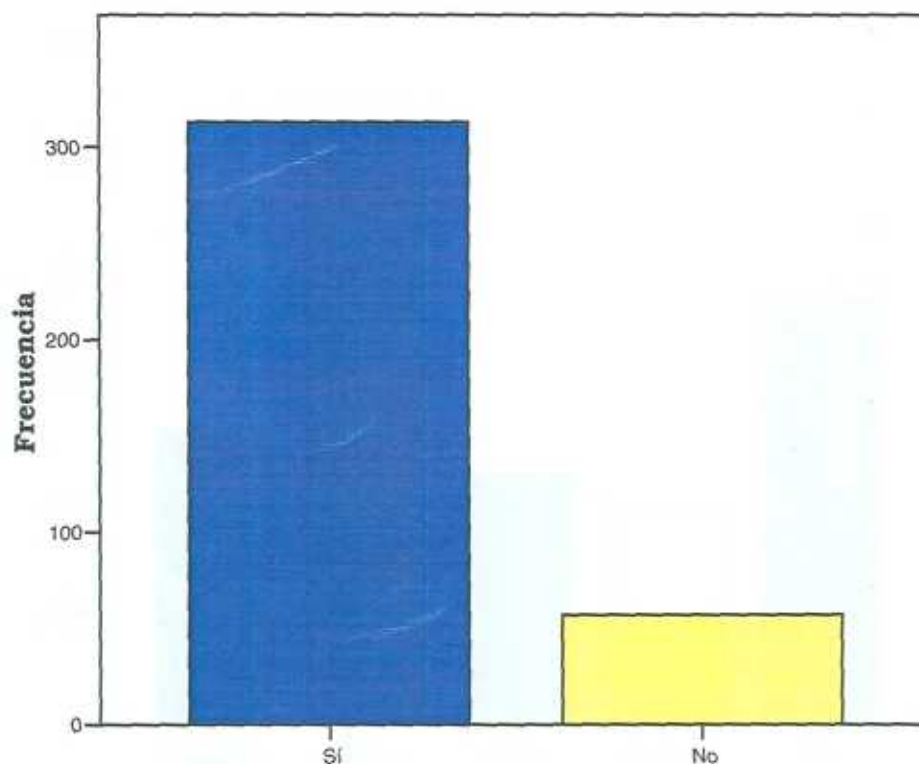


Figura 28. Distribución de frecuencia Acceso con TAI

Un 30% más de estudiantes (84,6%) se enteró del nuevo sistema de acceso a la universidad con la Tarjeta Automática Inteligente que de las postulaciones para centros de estudiantes y representación estudiantil.

¿A través de qué medio se enteró de la implementación de la TAI?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Personal de seguridad	52	14,1	16,6	16,6
	Volantes	105	28,4	33,5	50,2
	Afiches	44	11,9	14,1	64,2
	Correo electrónico	37	10,0	11,8	76,0
	Otro	75	20,3	24,0	100,0
	Total	313	84,6	100,0	
Perdidos	Sistema	57	15,4		
Total		370	100,0		

Tabla 35. Distribución de frecuencia Medio de la TAI

¿A través de qué medio se enteró de la implementación de la TAI?

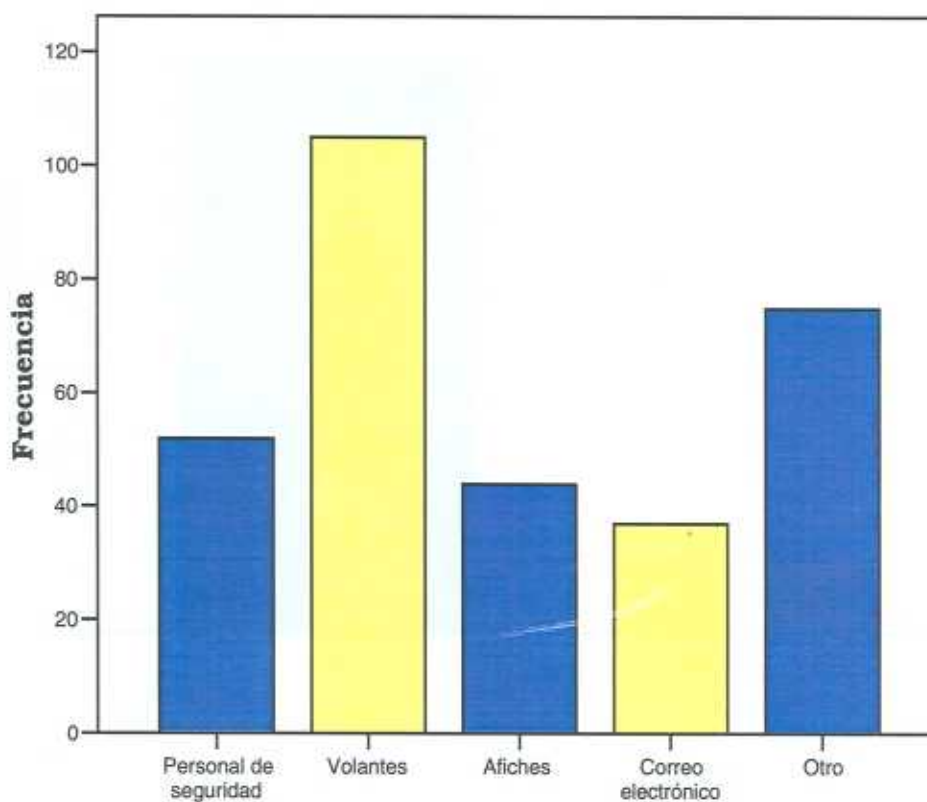


Figura 29. Distribución de frecuencia Medio de la TAI

El volante fue el medio más efectivo para informar sobre la implementación de la TAI según un 33,5% de estudiantes encuestados. Por otro lado un 24% expresó que se enteraron del nuevo sistema de acceso a la universidad a través de las pancartas y los amigos.

¿Se enteró de la fecha del proceso de inscripciones académicas antes del día asignado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	325	87,8	87,8	87,8
	No	45	12,2	12,2	100,0
Total		370	100,0	100,0	

Tabla 36. Distribución de frecuencia Inscripciones

¿Se enteró de la fecha del proceso de inscripciones académicas antes del día asignado?

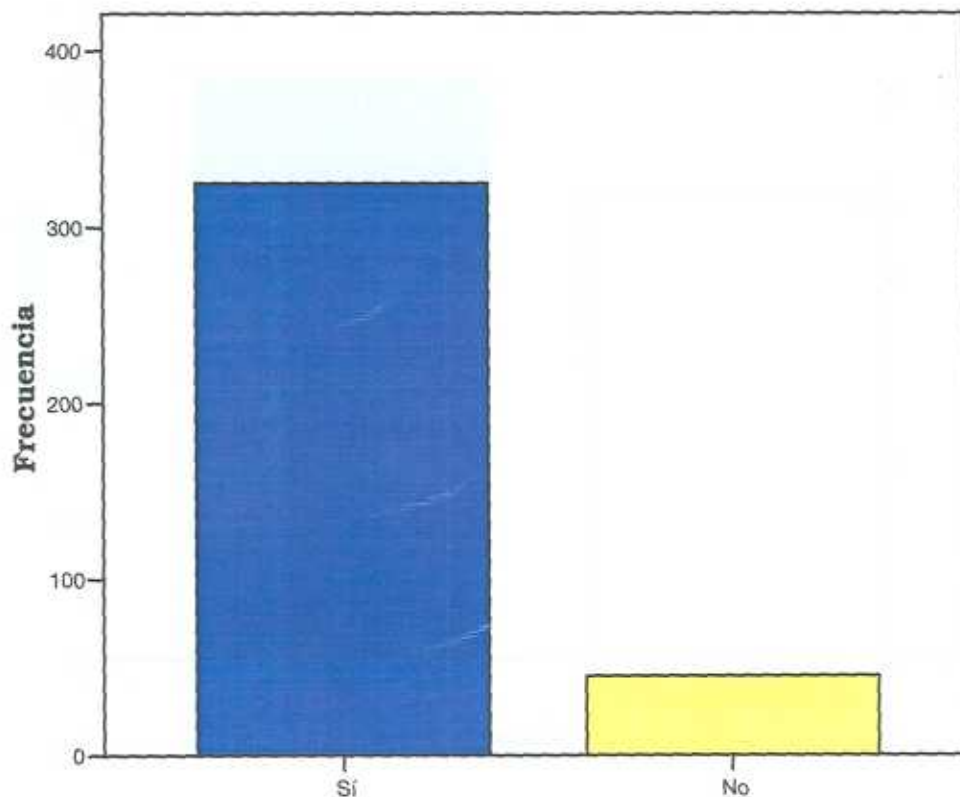


Figura 30. Distribución de frecuencia Inscripciones

Un 12,2% de los encuestados no se enteraron de la fechas de inscripciones académicas, que al estandarizar la muestra representa a más de 1.200 estudiantes de toda la población estudiantil.

¿Dónde obtiene las notas certificadas por la Universidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	206	55,7	55,7	55,7
	No	164	44,3	44,3	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 37. Distribución de frecuencia Notas certificadas

¿Dónde obtiene las notas certificadas por la Universidad?

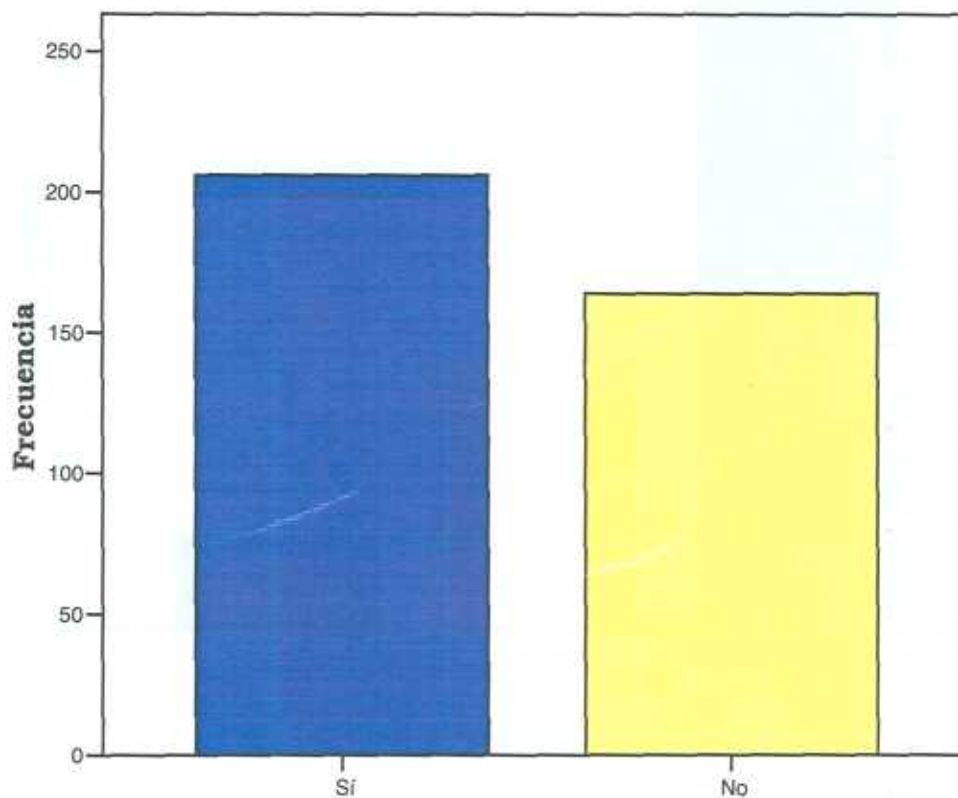


Figura 31. Distribución de frecuencia Notas certificadas

El 55,7% de los estudiantes que están en la categoría del sí respondieron el nombre de la oficina o la ubicación exacta del lugar. Mientras que el resto no supo contestar o respondieron erróneamente.

¿Cuál es la mascota de la UCAB?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No tiene	33	8,9	8,9	8,9
	Otro	96	25,9	25,9	34,9
	No sabe/no contesta	241	65,1	65,1	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 38. Distribución de frecuencia Mascota UCAB

¿Cuál es la mascota de la UCAB?

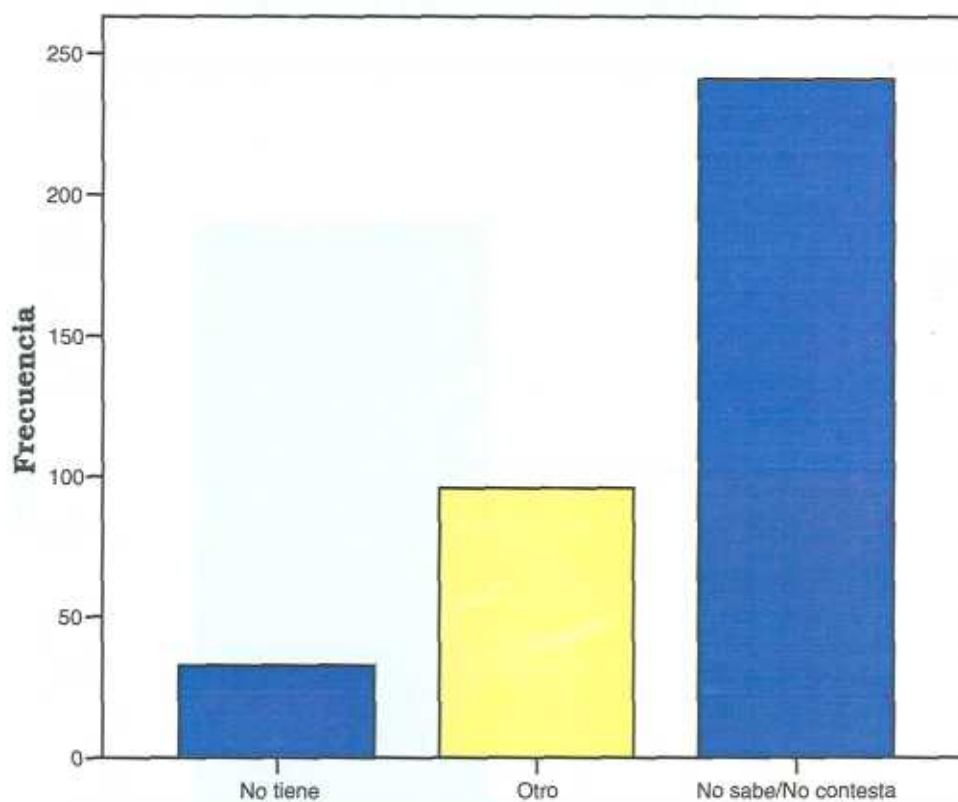


Figura 32. Distribución de frecuencia Mascota UCAB

La mayoría de los encuestados (65,1%) no contestaron o confesaron no saber cual era la mascota de la UCAB. Solo 8,9% sabían que no existía y el 25,9% mencionaron algunas opciones de mascotas.

**¿Cuándo se enteró de la suspensión de clases debido a las vaguadas en
Febrero de 2005?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Antes	209	56,5	63,3	63,3
	Después	121	32,7	36,7	100,0
	Total	330	89,2	100,0	
Perdidos	Sistema	40	10,8		
Total		370	100,0		

Tabla 39. Distribución de frecuencia. Suspensión de clases por vaguadas

**¿Cuándo se enteró de la suspensión de clases debido a las
vaguadas en Febrero de 2005?**

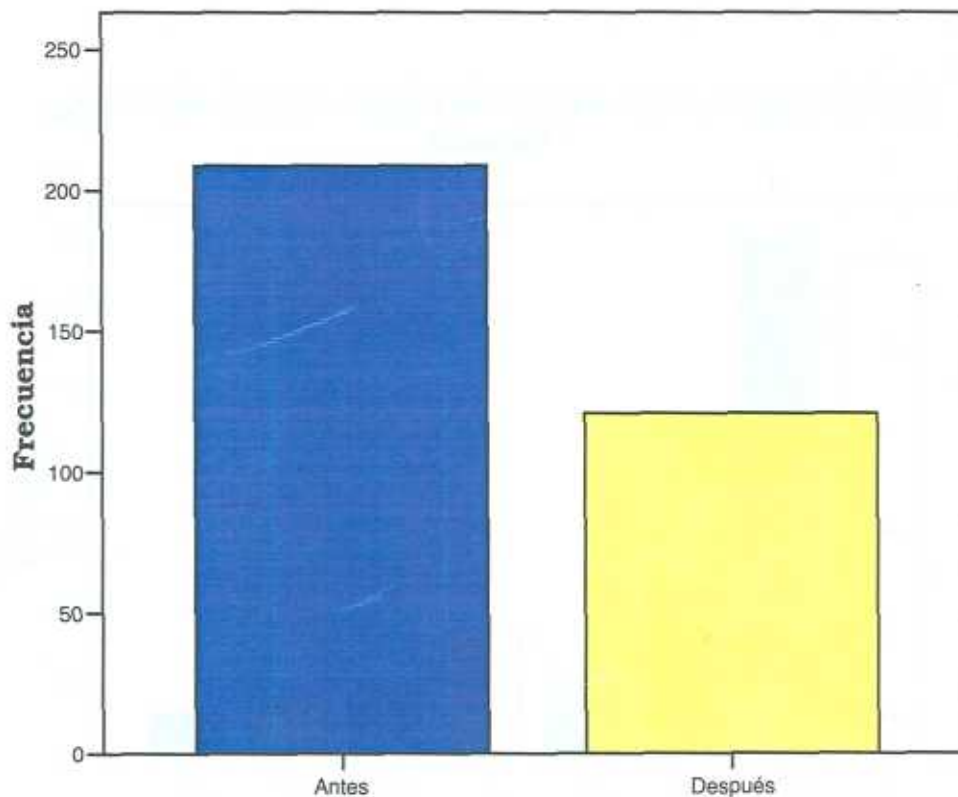


Figura 33. Distribución de frecuencia. Suspensión de clases por vaguadas

En la contingencia de las vaguadas de febrero del presente año 36,7% de los encuestados se enteró el mismo día o unos días después de la suspensión de las clases el miércoles 9 de febrero.

¿A través de que medio se enteró de la suspensión de clases?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Personal Administrativo	6	1,6	2,9	2,9
	Representantes Estudiantiles	8	2,2	3,8	6,7
	Delegados	9	2,4	4,3	11,0
	Web	17	4,6	8,1	19,1
	Profesores	11	3,0	5,3	24,4
	Correo electrónico	23	6,2	11,0	35,4
	Un amigo	69	18,6	33,0	68,4
	Otro	66	17,8	31,6	100,0
	Total	209	56,5	100,0	
Perdidos	Sistema	161	43,5		
Total		370	100,0		

Tabla 40. Distribución de frecuencia Medios suspensión de clases

¿A través de que medio se enteró de la suspensión de clases?

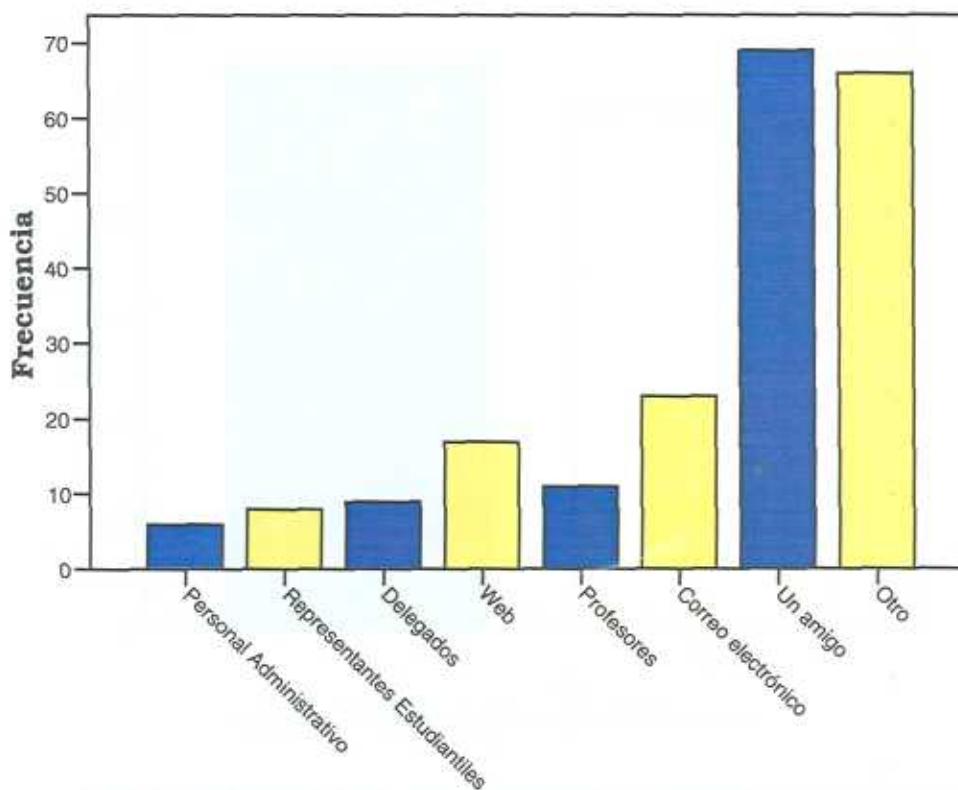


Figura 34. Distribución de frecuencia Medios suspensión de clases

Del total de encuestados (209) que se enteró con anticipación de la suspensión de clases el día miércoles, el 64,6% se informó a través de medios no institucionales como amigos y medios de comunicación externos.

¿Considera que ese es el canal adecuado para dar ese tipo de información?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	109	29,5	52,2	52,2
	No	100	27,0	47,8	100,0
	Total	209	56,5	100,0	
Perdidos	Sistema	161	43,5		
Total		370	100,0		

Tabla 41. Distribución de frecuencia Canal adecuado.

¿Considera que ese es el canal adecuado para dar ese tipo de información?

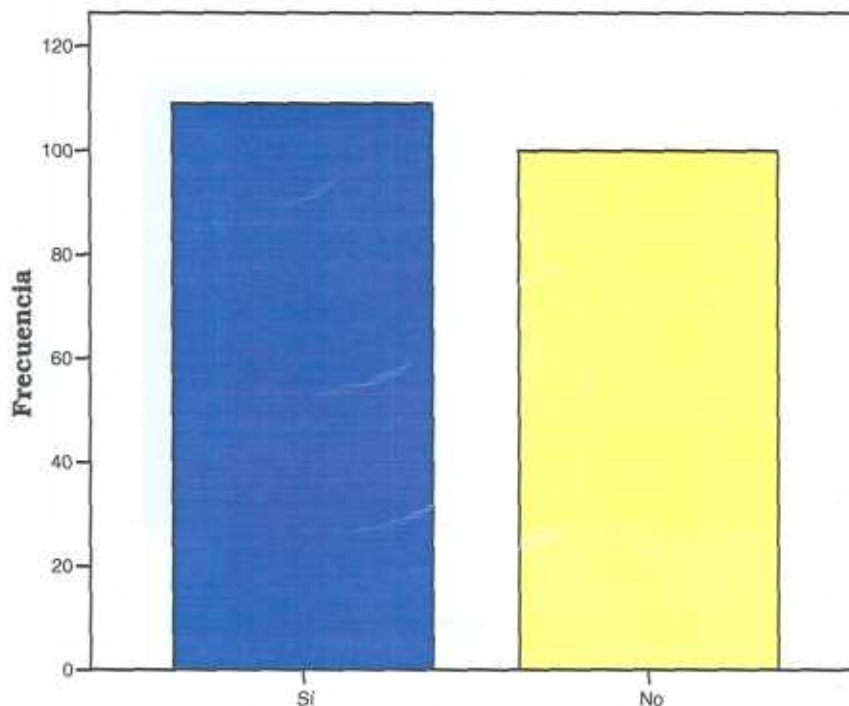


Figura 35. Distribución de frecuencia Canal adecuado.

Casi la mitad de los estudiantes de la muestra considera que los canales por los que se enteraron de la suspensión de las actividades no son los más adecuados para dar este tipo de información.

¿Considera que los medios que utiliza la Universidad son suficientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	157	42,4	42,4	42,4
	No	213	57,6	57,6	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 42. Distribución de frecuencia Medios suficientes

¿Considera que los medios que utiliza la Universidad son suficientes?

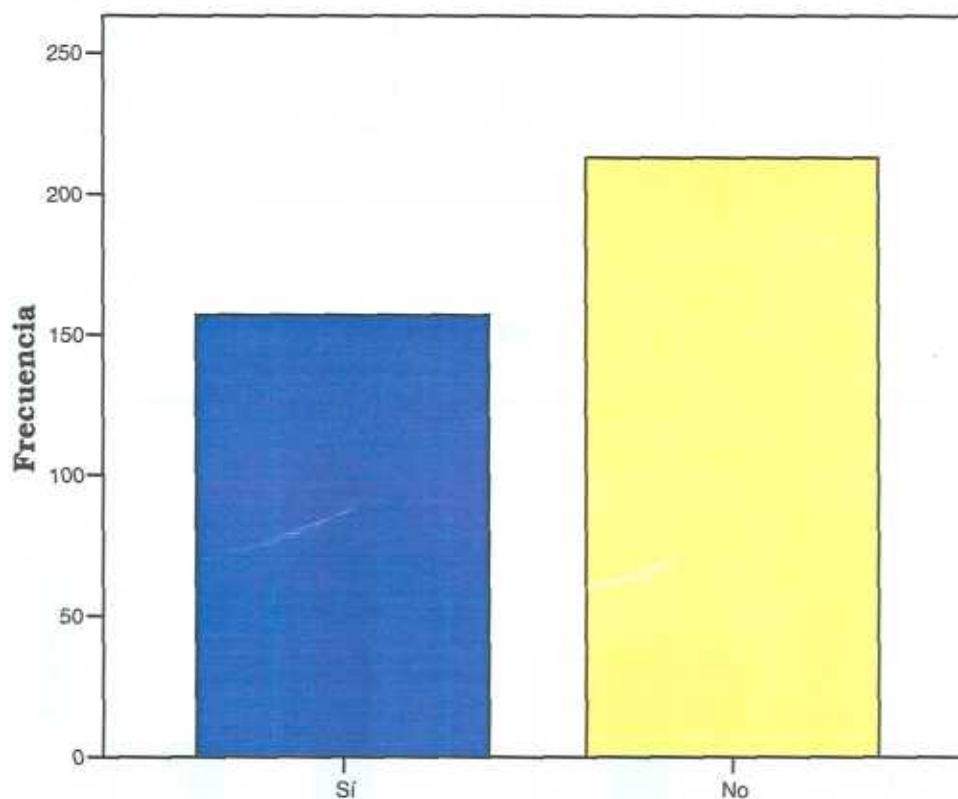


Figura 36. Distribución de frecuencia Medios suficientes

Más de la mitad de los estudiantes consideran que los medios que utilizan no son suficientes. Algunos de los piensan que sí lo son, consideran que están mal utilizados o que deben mejorarse y actualizarse.

¿Por qué?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Información disponible y accesible	24	6,5	9,3	9,3
	Son suficientes	11	3,0	4,3	13,6
	Mejorar los existentes	73	19,7	28,3	41,9
	Depende del interés del estudiante	19	5,1	7,4	49,2
	Son demasiados/ sobresaturación	3	,8	1,2	50,4
	Hay gente desinformada	39	10,5	15,1	65,5
	La información no llega	44	11,9	17,1	82,6
	La información llega tarde	16	4,3	6,2	88,8
	Inaccesibilidad	12	3,2	4,7	93,4
	Son pocos	17	4,6	6,6	100,0
	Total	258	69,7	100,0	
Perdidos	Sistema	112	30,3		
Total		370	100,0		

Tabla 43. Distribución de frecuencia ¿Por qué?

¿Por qué?

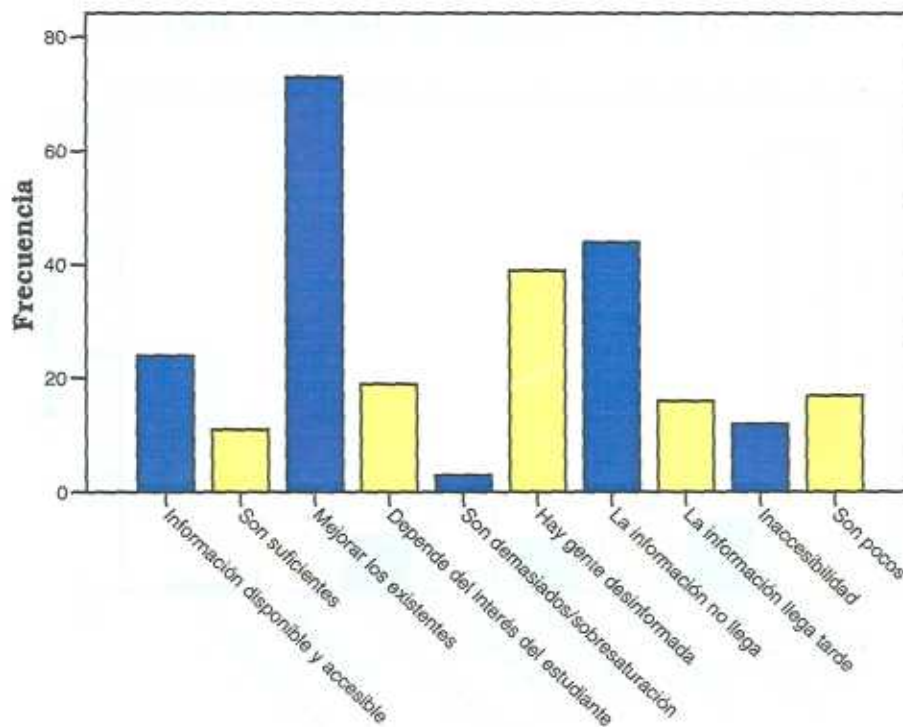


Figura 37. Distribución de frecuencia ¿Por qué?

Solo 258 de los encuestados (70%) explicó la razón por la que considera que los medios son suficientes o no. La mayoría argumentó que deberían mejorarse los existentes independiente de estar o no de acuerdo con la cantidad. Solo el 13.9% pareció estar de acuerdo con su funcionamiento.

¿Con qué frecuencia utiliza el correo de la UCAB?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 2 o más veces al día	4	1,1	1,1	1,1
Diariamente	32	8,6	8,6	9,7
2 o más veces a la semana	24	6,5	6,5	16,2
Semanalmente	36	9,7	9,7	25,9
Cada 15 días	22	5,9	5,9	31,9
Mensualmente	35	9,5	9,5	41,4
Bimensualmente	30	8,1	8,1	49,5
Nunca	187	50,5	50,5	100,0
Total	370	100,0	100,0	

Tabla 44. Distribución de frecuencia Correo UCAB

¿Con qué frecuencia utiliza el correo de la UCAB?

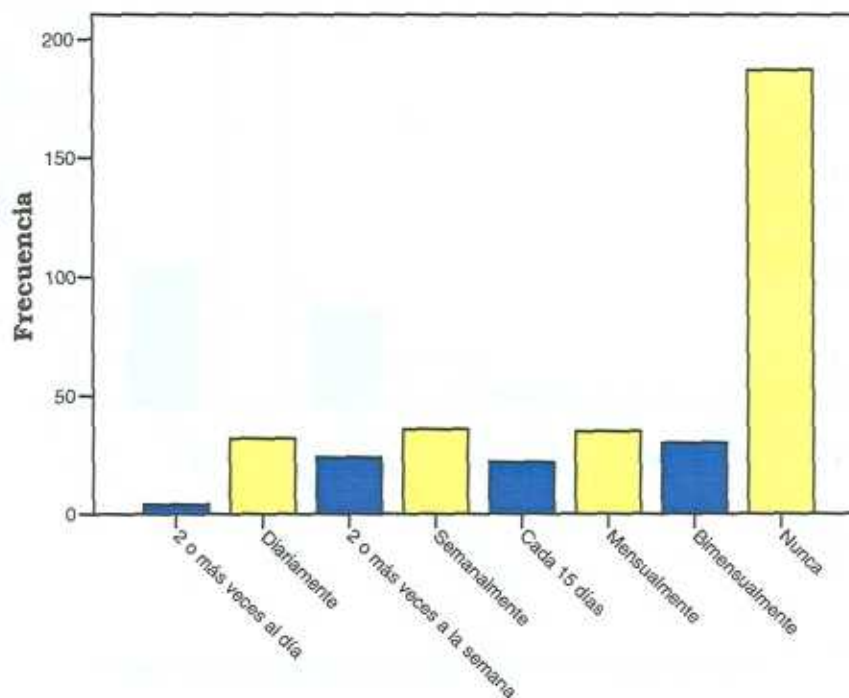


Figura 38. Distribución de frecuencia Correo UCAB

Más del 50% de los encuestados reconoció nunca utilizar el correo de la UCAB. Del porcentaje restante, el 23,5% no lo revisa frecuentemente.

¿Con qué frecuencia utiliza su correo personal?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
2 o más veces al día	71	19,2	19,2	19,2
Diariamente	204	55,1	55,1	74,3
2 o más veces a la semana	48	13,0	13,0	87,3
Semanalmente	24	6,5	6,5	93,8
Cada 15 días	10	2,7	2,7	96,5
Mensualmente	3	,8	,8	97,3
Bimensualmente	1	,3	,3	97,6
Nunca	9	2,4	2,4	100,0
Total	370	100,0	100,0	

Tabla 45. Distribución de frecuencia Correo electrónico personal

¿Con qué frecuencia utiliza su correo personal?

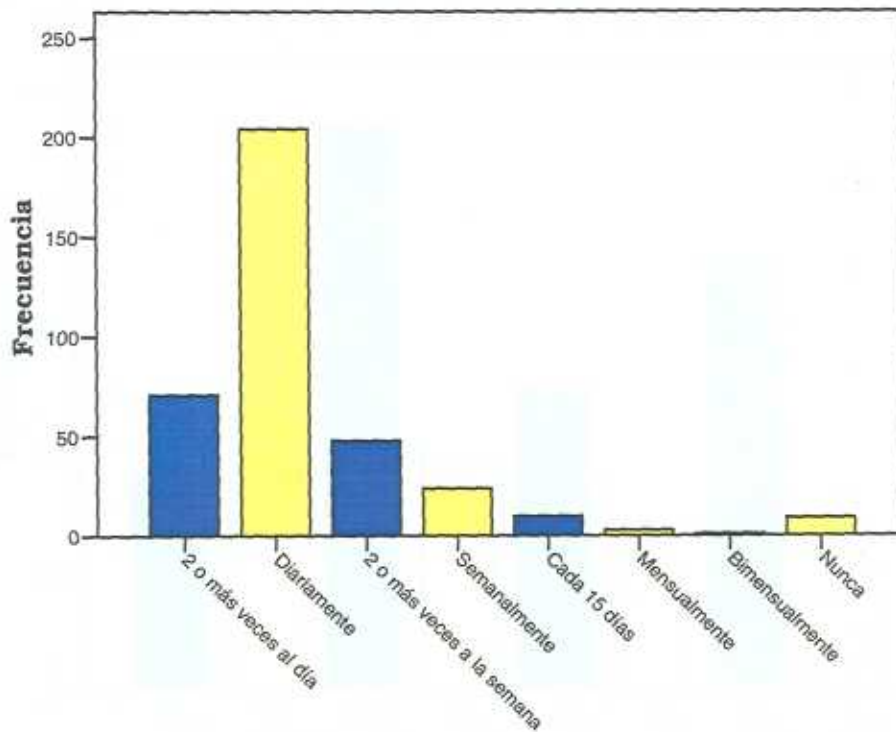


Figura 39. Distribución de frecuencia Correo electrónico personal

El 93,8% de la muestra admitió revisar su correo electrónico al menos una vez a la semana. Solo el 2,4% de los estudiantes no utiliza esta herramienta.

¿Con qué frecuencia consulta la Página Web de la UCAB?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Diariamente	36	9,7	9,7	9,7
	Interdiario	45	12,2	12,2	21,9
	Semanalmente	94	25,4	25,4	47,3
	Cada 15 días	39	10,5	10,5	57,8
	Mensualmente	50	13,5	13,5	71,4
	Bimensualmente	19	5,1	5,1	76,5
	Casi nunca	72	19,5	19,5	95,9
	Nunca	15	4,1	4,1	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 46. Distribución de frecuencia Página Web

¿Con qué frecuencia consulta la Página Web de la UCAB?

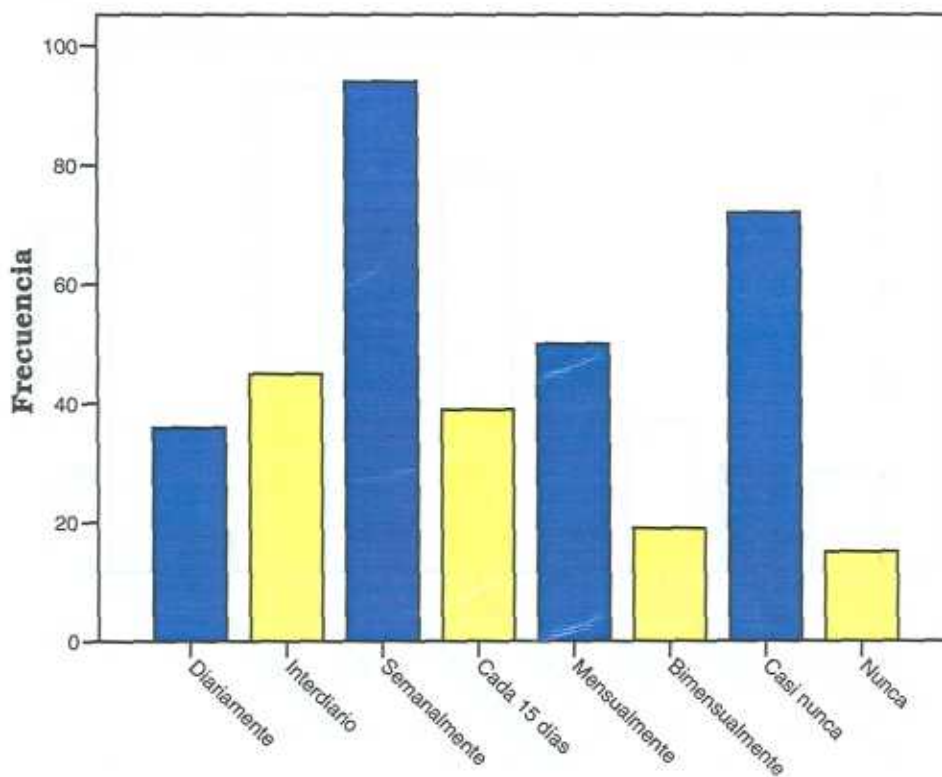


Figura 40. Distribución de frecuencia Página Web

Muy pocos estudiantes aceptaron nunca consultar información a través de la página Web. El 24.6% no la utilizan regularmente sino solo para búsquedas específicas.

¿Con qué frecuencia busca información en carteleras?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2 o más veces al día	8	2,2	2,2	2,2
	Diariamente	96	25,9	25,9	28,1
	2 o más veces a la semana	72	19,5	19,5	47,6
	Semanalmente	79	21,4	21,4	68,9
	Cada 15 días	43	11,6	11,6	80,5
	Mensualmente	30	8,1	8,1	88,6
	Bimensualmente	22	5,9	5,9	94,6
	Nunca	20	5,4	5,4	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 47. Distribución de frecuencia Carteleras

¿Con qué frecuencia busca información en carteleras?

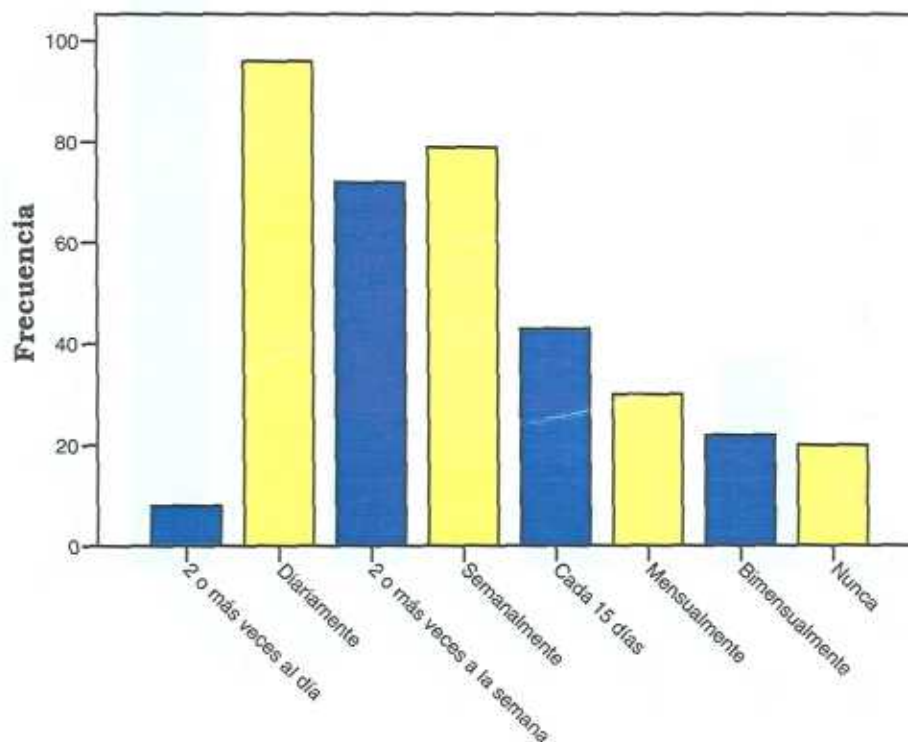


Figura 41. Distribución de frecuencia Carteleras

El uso de la cartelera supera el 80% cada 15 días. El 5.4% admite nunca consultar información a través de este medio.

¿Con qué frecuencia lee los afiches de las paredes de la UCAB?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Diariamente	121	32,7	32,7	32,7
	Interdiario	77	20,8	20,8	53,5
	Semanalmente	75	20,3	20,3	73,8
	Cada 15 días	28	7,6	7,6	81,4
	Mensualmente	14	3,8	3,8	85,1
	Bimensualmente	3	,8	,8	85,9
	Casi nunca	43	11,6	11,6	97,6
	Nunca	9	2,4	2,4	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 48. Distribución de frecuencia Afiches en las paredes

¿Con qué frecuencia lee los afiches de las paredes de la UCAB?

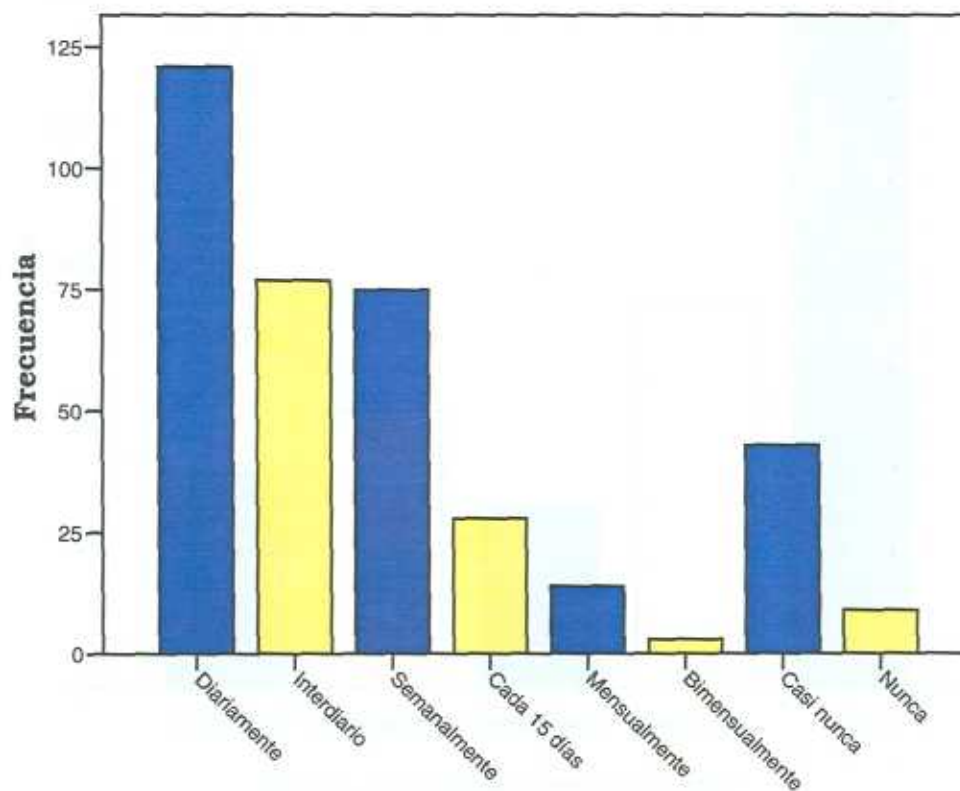


Figura 42. Distribución de frecuencia Afiches en las paredes

Semanalmente, más del 70% de la población estudiantil se ha detenido a leer los afiches y demás papeles pegados en las paredes de la Universidad. Poco más del 2% dice nunca leerlos.

¿Con qué frecuencia consulta información del delegado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Diariamente	46	12,4	12,4	12,4
	Semanalmente	59	15,9	15,9	28,4
	Mensualmente	39	10,5	10,5	38,9
	Casi nunca	82	22,2	22,2	61,1
	Nunca	144	38,9	38,9	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 49. Distribución de frecuencia Delegados

¿Con qué frecuencia consulta información del delegado?

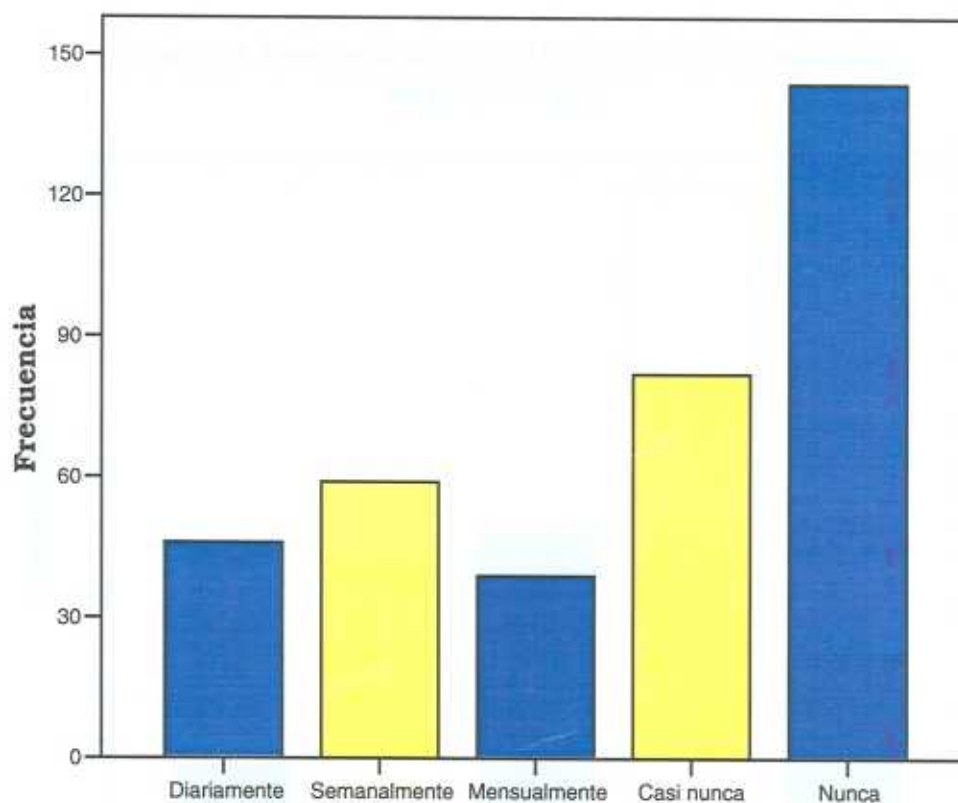


Figura 43. Distribución de frecuencia Delegados

Aunque el mayor porcentaje de estudiantes afirma nunca consultar o recibir información de su delegado de curso, gran parte de este grupo no cuenta con dicha figura dentro de su escuela (Ingeniería y Administración, por ejemplo). Sin embargo, el 38,9% de la población reconoce mantener periódicamente cierto contacto informativo con ellos.

¿Con qué frecuencia consulta información de las autoridades?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Diariamente	25	6,8	6,8	6,8
Semanalmente	70	18,9	18,9	25,7
Mensualmente	76	20,5	20,5	46,2
Casi nunca	150	40,5	40,5	86,8
Nunca	49	13,2	13,2	100,0
Total	370	100,0	100,0	

Tabla 50. Distribución de frecuencia Autoridades

¿Con qué frecuencia consulta información de las autoridades?

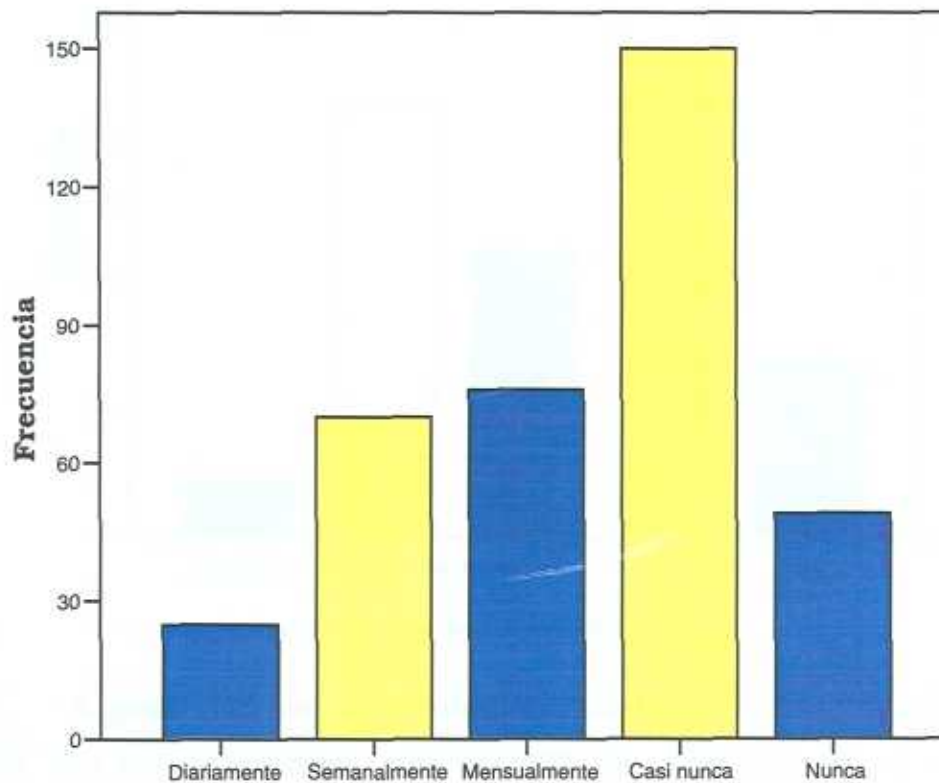


Figura 44. Distribución de frecuencia Autoridades

El 86,8% de los estudiantes reconoce recibir información de las autoridades alguna vez. Sin embargo, solo la cuarta parte de la población mantiene un contacto frecuente con ellos.

¿Con qué frecuencia consulta información de los profesores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Diariamente	13	3,5	3,5	3,5
	Semanalmente	102	27,6	27,6	31,1
	Mensualmente	67	18,1	18,1	49,2
	Casi nunca	147	39,7	39,7	88,9
	Nunca	41	11,1	11,1	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 51. Distribución de frecuencia Profesores

¿Con qué frecuencia consulta información de los profesores?

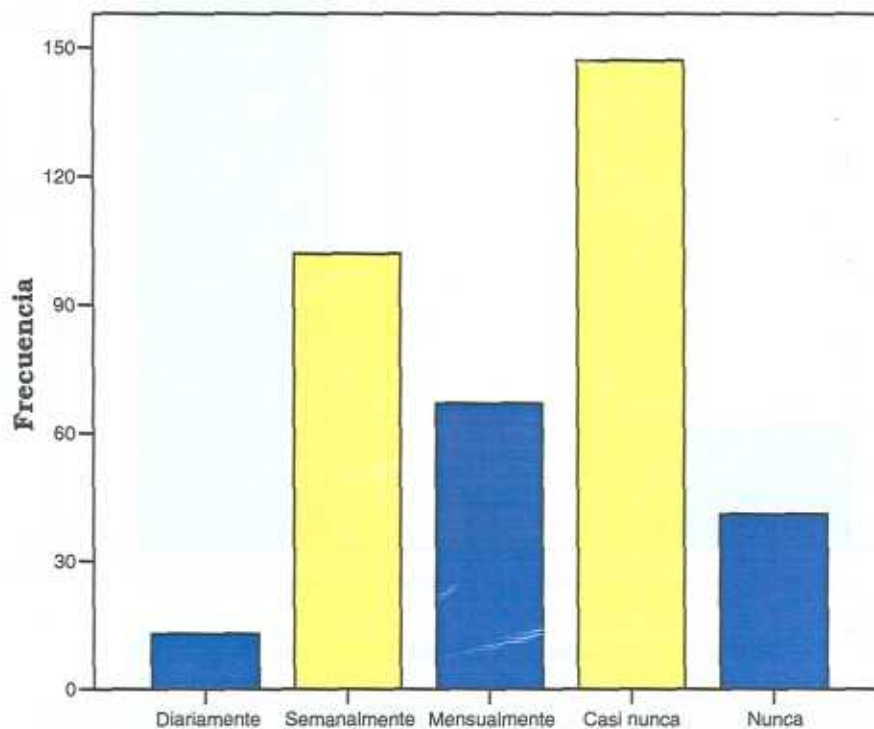


Figura 45. Distribución de frecuencia Profesores

A pesar de que los profesores mantienen contacto directo y regular con los estudiantes, más del 50% de estos últimos no reciben información constante de ellos.

Al consultar a los profesores información institucional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Recibes respuesta	160	43,2	43,2	43,2
	Remiten a otra instancia	174	47,0	47,0	90,3
	No dan respuesta	36	9,7	9,7	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 52. Distribución de frecuencia Respuesta de los profesores

Al consultar a los profesores información institucional

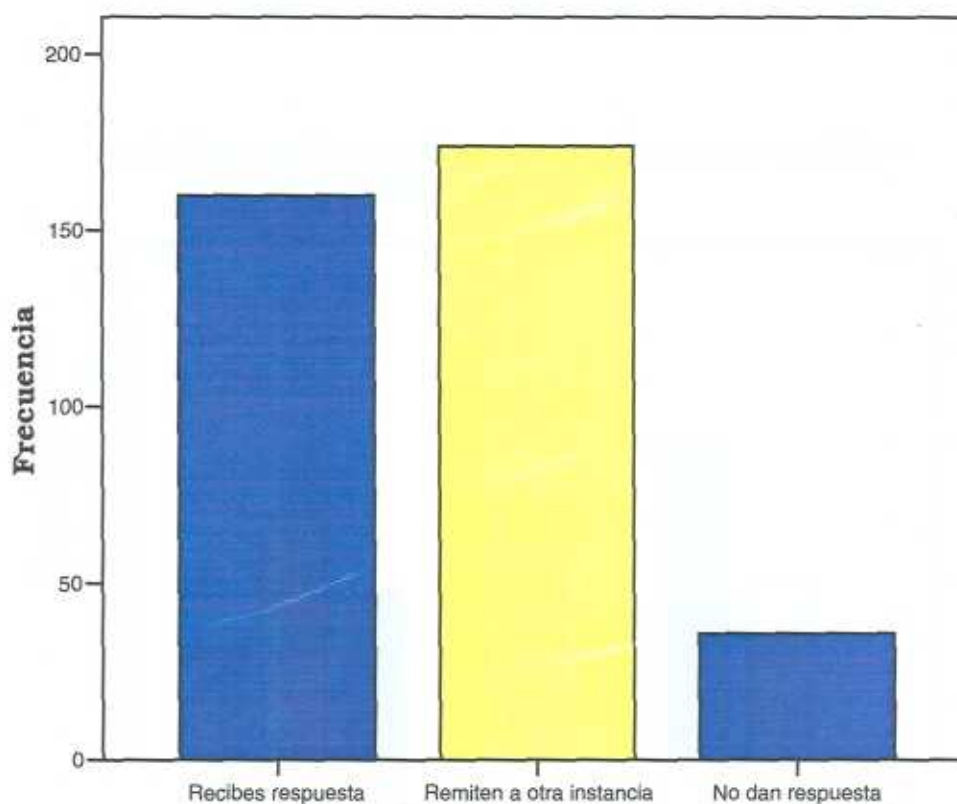


Figura 46. Distribución de frecuencia Respuesta de los profesores

El 56,7% de los estudiantes no recibe respuesta sobre información institucional por parte de sus profesores, algunos son remitidos a otra instancia y el resto no recibe respuesta alguna. El porcentaje restante confía en que los profesoras sabrán responder sus preguntas referentes a este tipo de información.

¿Cuáles son los medios que prefiere para recibir información?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Personal Administrativo	59	6,2	6,2	6,2
	Profesores	125	13,1	13,1	19,2
	Delegados	87	9,1	9,1	28,3
	Correo electrónico	216	22,6	22,6	50,9
	Carteleras	134	14,0	14,0	64,9
	Representantes Estudiantiles	75	7,8	7,8	72,7
	Web	163	17,0	17,0	89,8
	Pared	92	9,6	9,6	99,4
	Amigos	6	,6	,6	100,0
	Total	957	100,0	100,0	

Tabla 53. Distribución de frecuencia Medios que prefieren para recibir información

¿Cuáles son los medios que prefiere para recibir información?

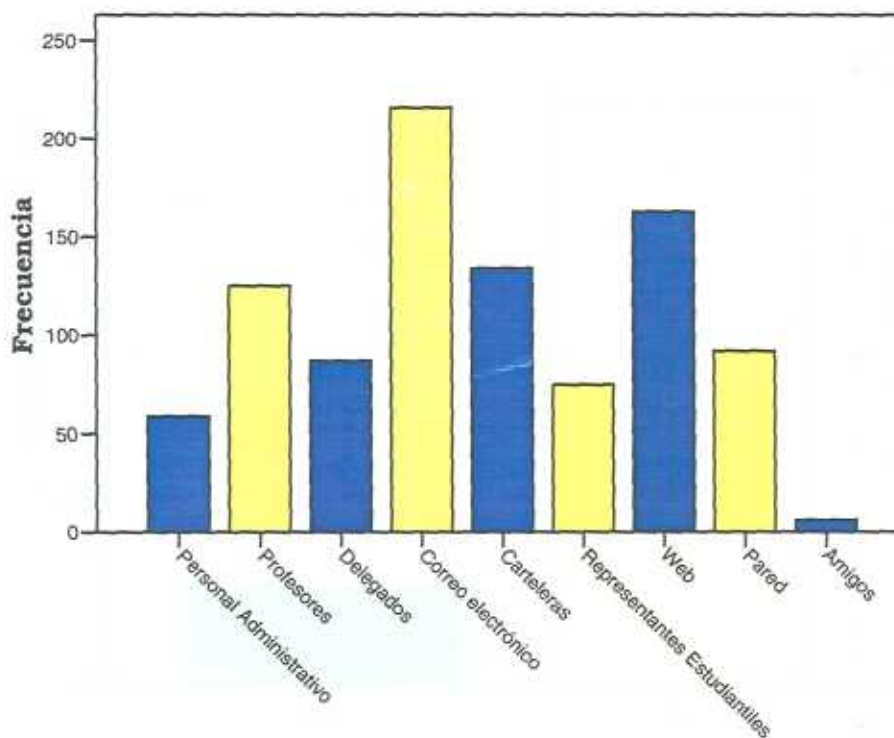


Figura 47. Distribución de frecuencia Medios que prefieren para recibir información

Al preguntarle a los estudiantes cuáles medios preferían que se utilizaran para enviarles información, los medios más nombrados fueron

correo electrónico, página Web y carteleras. Los menos preferidos son personal administrativo, delegados y representantes estudiantiles. Aunque no estaba dentro de las categorías de respuesta, unos pocos prefieren enterarse por amigos en lugar de utilizar medios institucionales.

¿Utiliza algún otro medio para consultar información?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	55	14,9	14,9	14,9
	No	315	85,1	85,1	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 54. Distribución de frecuencia ¿Utiliza otro medio?

¿Utiliza algún otro medio para consultar información?

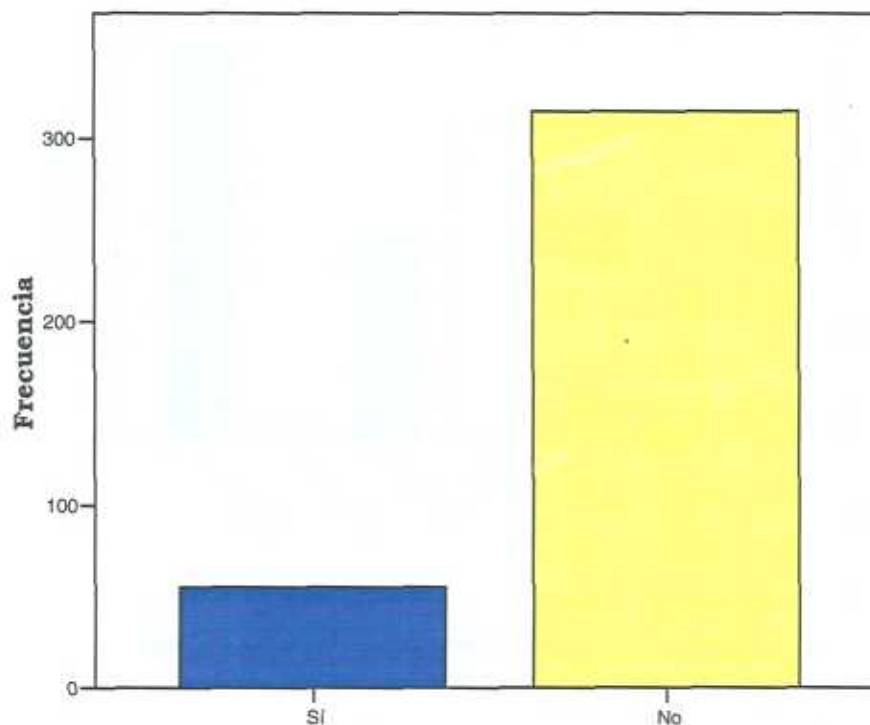


Figura 48. Distribución de frecuencia ¿Utiliza otro medio?

Solo el 14,9% utiliza algún otro medio a parte de los nombrados en el instrumento.

¿Cuál?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No especifica	21	5,7	38,2	38,2
	Grupo de MSN	1	,3	1,8	40,0
	El Ucabista	11	3,0	20,0	60,0
	Compañeros/amigos	16	4,3	29,1	89,1
	Medios externos	4	1,1	7,3	96,4
	Personal de seguridad	1	,3	1,8	98,2
	Protocolo	1	,3	1,8	100,0
	Total	55	14,9	100,0	
Perdidos	Sistema	315	85,1		
Total		370	100,0		

Tabla 55. Distribución de frecuencia Otros medios que utilizan

¿Cuál?

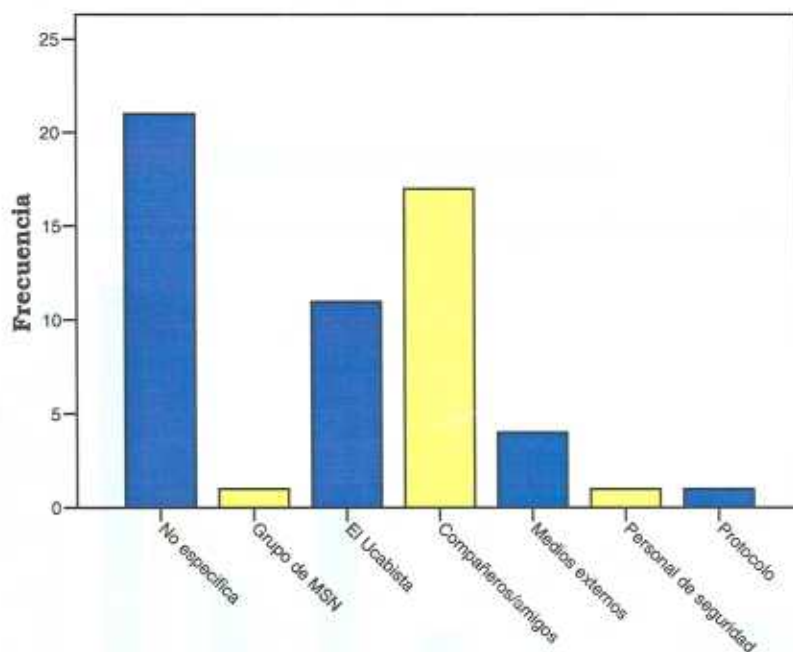


Figura 49. Distribución de frecuencia Otros medios que utilizan

De los 55 que manifestaron utilizar otro medio, solo 34 especificaron cuál. Algunos de los más usados son amigos y compañeros, El Ucabista y medios externos.

Propuesta de nuevo medio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mejorar los existentes	65	17,6	26,0	26,0
	Radio	36	9,7	14,4	40,4
	TV	22	5,9	8,8	49,2
	Medios externos	14	3,8	5,6	54,8
	Lista de correo actualizada	33	8,9	13,2	68,0
	Boletín	9	2,4	3,6	71,6
	Nuevas carteleras	14	3,8	5,6	77,2
	Pantallas electrónicas	6	1,6	2,4	79,6
	Central de información	10	2,7	4,0	83,6
	Mensajes de texto	7	1,9	2,8	86,4
	Periódico estudiantil	3	,8	1,2	87,6
	Cara a cara	15	4,1	6,0	93,6
	Otros	16	4,3	6,4	100,0
	Total	250	67,6	100,0	
Perdidos	Sistema	120	32,4		
Total		370	100,0		

Tabla 56. Distribución de frecuencia Propuesta de nuevo medio

Propuesta de nuevo medio

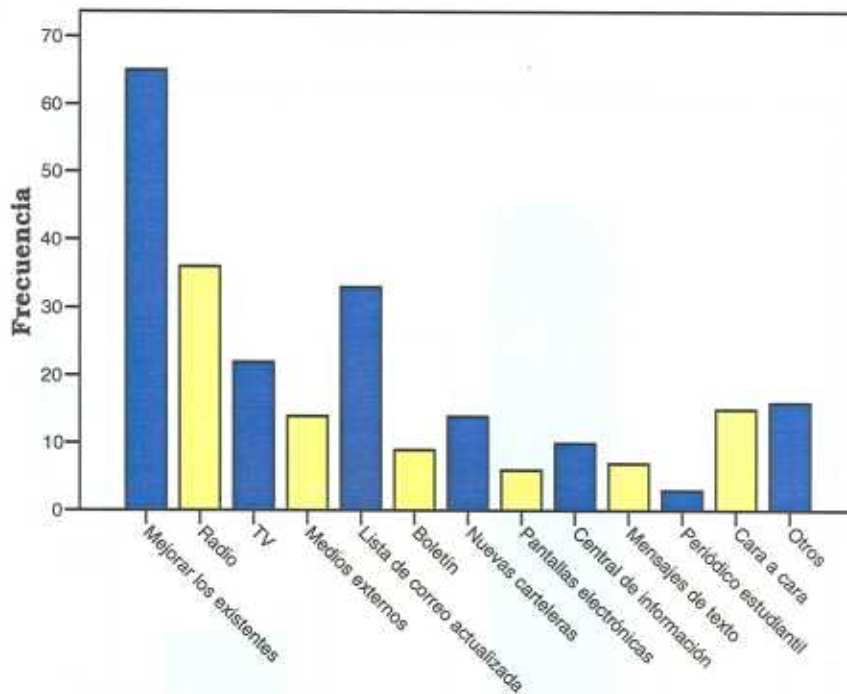


Figura 50. Distribución de frecuencia Propuesta de nuevo medio

El 26% de los encuestados no propuso un nuevo medio, sino que se mejoraran los existentes, para adaptarlos a sus necesidades comunicacionales. El 74% restante recomendó implementar una radio interna, crear listas de correo electrónico actualizadas y TV interna.

1.3. Variables culturales

En esta parte se presenta el resultado de las 3 variables y la tipología final de los estudiantes encuestados.

Locus de control

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Metasocial	23	6,2	6,2	6,2
	Dependiente	126	34,1	34,1	40,3
	Interdependiente social	172	46,5	46,5	86,8
	Individual	49	13,2	13,2	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 57. Distribución de frecuencia Locus de control

Locus de control

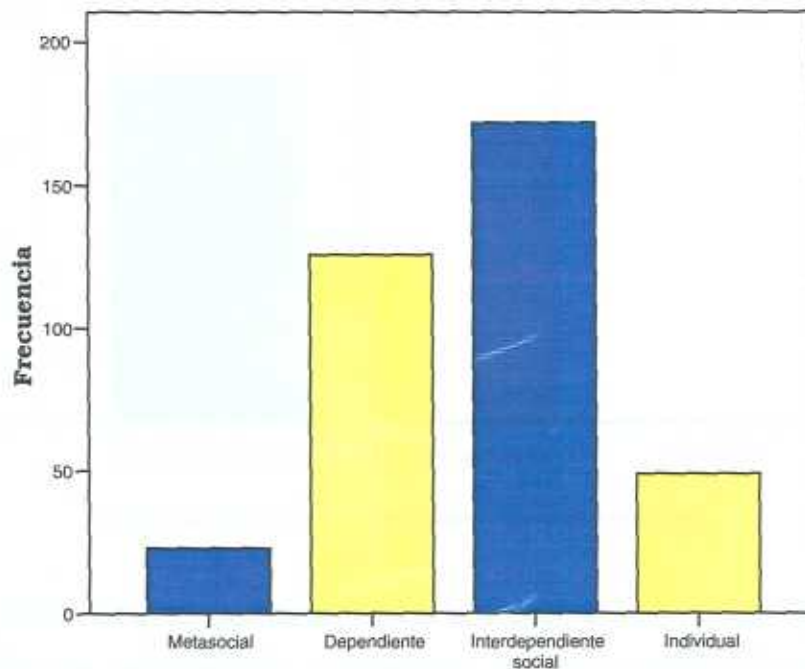


Figura 51. Distribución de frecuencia Locus de control

El 60% de la población presenta tendencia a controlar su realidad, siendo la mayoría interdependientes sociales. Un 6,2% adjudica su realidad a la suerte y al azar.

Preferencias valorativas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Tradicional moderado	128	34,6	34,6	34,6
	Moderno moderado	241	65,1	65,1	99,7
	Moderno	1	,3	,3	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 58. Distribución de frecuencia Preferencias valorativas

Preferencias valorativas

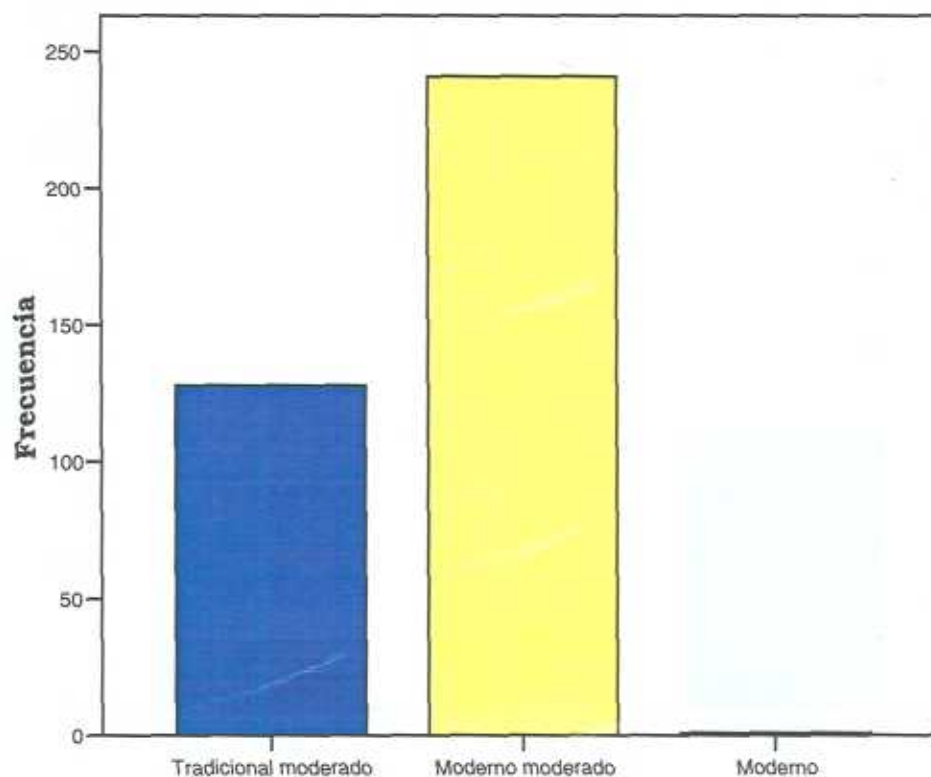


Figura 52. Distribución de frecuencia Preferencias valorativas

Casi toda la población está ubicada en el punto medio de la clasificación de preferencias valorativas. No hay ningún encuestado que haya estado ubicado en la categoría de tradicional y el 34,6% es tradicional

moderado. En la muestra solo 1 persona tiene tendencias claramente modernas

Desconfianza					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alta	24	6,5	6,5	6,5
	Media	250	67,6	67,6	74,1
	Baja	96	25,9	25,9	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 59. Distribución de frecuencia Desconfianza

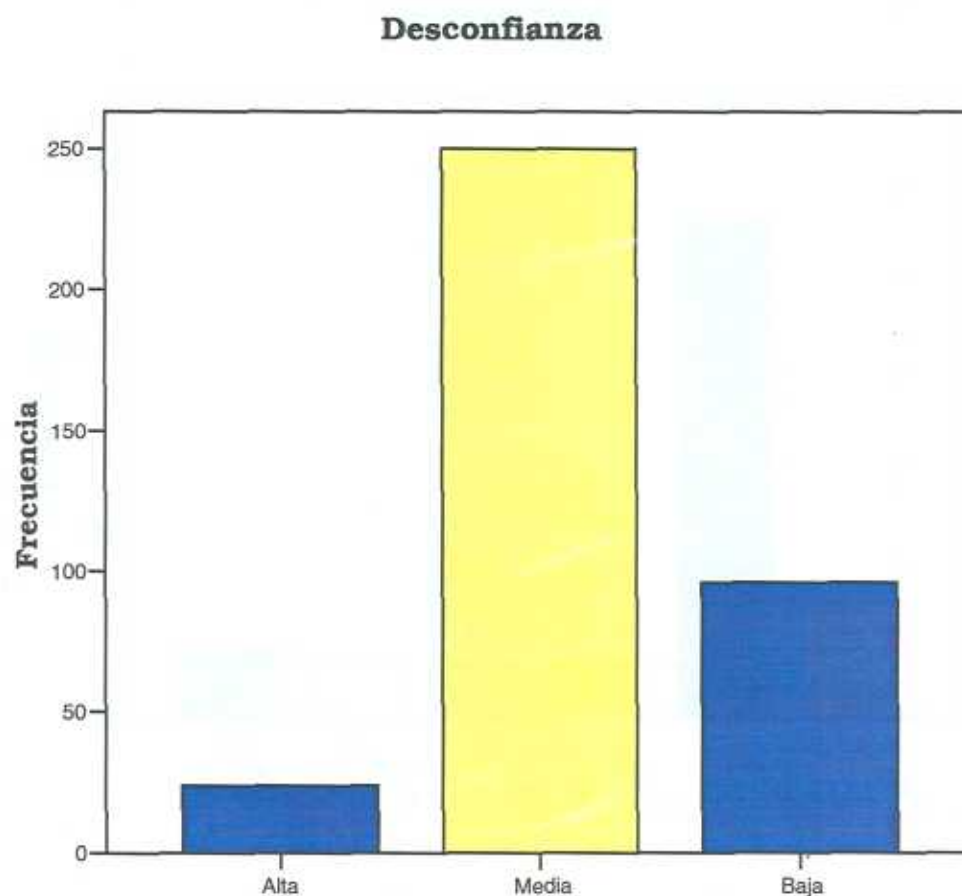


Figura 53. Distribución de frecuencia Desconfianza

La mayoría de la población se ubica en un nivel de desconfianza media. Solo el 6,5% de la muestra parece tener un alto nivel de desconfianza.

Tipología final

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Rezagados	19	5,1	5,1	5,1
	Tutelados	17	4,6	4,6	9,7
	Emancipados	152	41,1	41,1	50,8
	Movilizados	16	4,3	4,3	55,1
	Desarraigados	135	36,5	36,5	91,6
	Integrados	31	8,4	8,4	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Tabla 60. Distribución de frecuencia Tipologías

Tipología final

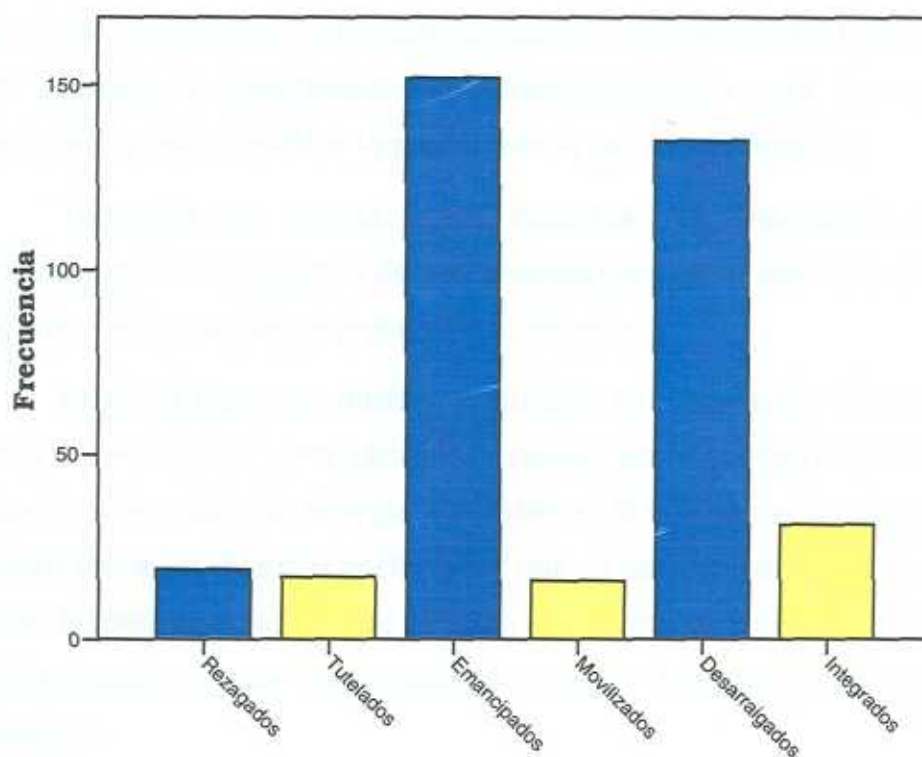


Figura 54. Distribución de frecuencia Tipologías

Finalmente, al cruzar las 3 variables anteriores según la descripción de las tipologías del estudio de Pobreza, la población de la universidad se encuentra mayormente ubicada en los grupos emancipados y desarraigados, dejando un pequeño porcentaje en los grupos restantes.

2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

La Universidad Católica Andrés Bello, entendida como un sistema fundamentalmente orgánico, es más proclive a adaptarse a un entorno cambiante. Sin embargo, es cuestionada actualmente por algunos estudiantes que alegan una brecha comunicacional entre ellos y las autoridades. Debido a esta inquietud, producto de las discusiones del documento *UCAB 2005 para Venezuela 2015*, plantean una modernización y estandarización de los canales de comunicación internos.

Al tratar con sistemas humanos abiertos, dinámicos y con límites permeables, se necesita información sobre su funcionamiento interno y del medio exterior para sobrevivir (entropía negativa). Al mismo tiempo, la tendencia de crecimiento y de complejización (diferenciación) del sistema abierto acentúa la importancia del autoconocimiento para “corregir sus desviaciones” y así garantizar la permanencia de la organización.

Tomando en cuenta estos aspectos, es importante que la universidad posea mecanismos de autoevaluación que le permitan detectar y componer las fallas que se presenten el sistema.

La UCAB tiene por misión “contribuir a la formación integral de la juventud universitaria”. No obstante, siendo los estudiantes una de las principales provisiones de energía del sistema, el 50% se siente poco o nada informado sobre las diversas actividades que se desarrollan en el campus. A pesar de la desinformación que revelan los alumnos, el 85,1% manifiesta estar interesado y muy interesado en recibir información sobre estas actividades.

La exigencia se acentúa al observar que el 42,4% de los estudiantes encuestados para este trabajo de grado considera que los medios no son suficientes y 38,4% de esas personas piensa que la información no llega, llega tarde y que la gente está desinformada.

Al evaluar la cantidad de publicidad y promoción de los eventos de la universidad, los estudiantes se dividen a la mitad. Mientras el 53,2%

considera que es bastante o suficiente, el 46,8% piensa que es insuficiente o muy escasa. Al indagar en la disposición de la publicidad el 64,1% afirma que está medianamente organizada, luego un 20,8% piensa que está desorganizada y el resto que está organizada. La mayoría también expresa que el contenido de los anuncios publicitarios es medianamente informativo. Y 17,6% dice que es poco informativa.

La mayoría de los estudiantes considera que no recibe toda la información que debería manejar y adicionalmente, que existen problemas de organización, cantidad y nivel informacional en las que sí le llegan. Esto genera la necesidad de gerenciar de alguna manera la información que manejan los estudiantes.

Para esto, en las últimas dos décadas la universidad ha creado varias direcciones en la búsqueda de su misión de una educación integral. Después de varias transiciones se fundó, en el 2003, el Decanato de Desarrollo Estudiantil que sostiene entre sus objetivos "acompañar al estudiante en su proceso de formación". Sin embargo tal meta se puede ver obstaculizada debido el desconocimiento del 52,4% de sus principales clientes, los estudiantes. Del resto que afirman conocer la instancia, solo 35% logra reconocer alguna de las direcciones que la componen.

En un contexto más amplio, no se cuenta con informes de gestión de las instancias previas a este decanato, y por tanto es una limitación para establecer comparaciones de eficiencia. Pero es importante mencionar que al suministrar las encuestas, aunque algunos estudiantes no lograban relacionar el ente de coordinación con sus diferentes gerencias, sí recordaron la figura del decano y algunos de los servicios que ofrece.

La comunicación es un proceso que supone un emisor, un canal y un receptor. La interdependencia de las tres variables es lo que permite que efectivamente haya comunicación. Cuando estas tres partes se conciben como independientes comienzan a aparecer vacíos

comunicacionales que con el tiempo pueden degenerar en una profunda incomunicación.

Al analizar con más cuidado el cuestionamiento de los estudiantes y la opinión de algunas autoridades se observa que cada uno se concibe independientemente del otro, y no lo son. Por un lado el estudiante siente que no se comunican con él y que los medios no son efectivos, por otra parte la autoridad piensa que sí hay comunicación pero que al receptor no le interesa. Situados en este escenario vemos que existe un ruido que interrumpe el proceso comunicacional.

Postulaciones para representación estudiantil

Al pasar a un evento particular como las postulaciones para centros de estudiantes y representación estudiantil encontramos que, a pesar de que más de la mitad de las personas (54,3%) se enteraron antes del cierre del período, un 45,7% nunca advirtió tal actividad. Profundizando en el medio empleado, hallamos que el 50,2% se informó gracias a los mismos representantes o candidatos y a los amigos. En tercer lugar con 13,9% está el correo electrónico. Los turnos de la mañana, tarde y todo el día se enteraron mayoritariamente por los representantes a diferencia de los estudiantes de la noche que se enteraron principalmente por sus amigos y compañeros. De aquí se podría deducir que los representantes no son un canal eficiente para el horario nocturno y que no toman en cuenta a esta población.

Adicionalmente, entra en juego la variable tiempo. A medida que se acerca la fecha de cierre es mayor la cantidad de gente que se entera. Estos corroboran la opinión de algunos estudiantes sobre la demora en la llegada de la información, expresa una curva ascendente que explica que la mayoría de los estudiantes se enteraron la semana antes, y se va reduciendo hasta llegar al pequeño grupo que se enteró con 5 semanas de anticipación.

Sin embargo, de toda la información recabada en las encuestas, la única actividad que tiene participación relevante de los representantes estudiantiles como medio de transmisión de información, es ésta. Se puede deducir que, dependiendo del tipo de información, un medio es más efectivo que otro. En este caso en especial, los aspirantes a representantes estudiantiles así como los delegados salientes tienen un interés particular, y por ello son más efectivos divulgando este tipo de información. Situación que por ahora no garantiza su eficacia o pertinencia en otros casos.

Tarjeta Automática Inteligente

El mayor porcentaje de conocimiento de la información se presentó en el caso de la implementación de la Tarjeta Automática Inteligente (TAI). En este caso queda claro como un medio bien empleado puede informar con eficiencia. El 84,6% de los encuestados afirmó haberse enterado de la implementación de la TAI, siendo éste el porcentaje más alto de informados sobre algún evento examinado en la investigación. La mayoría de los estudiantes (33,5%) recibieron la información a través de los volantes repartidos en las entradas de la universidad. Otro medio bastante reconocido por los encuestados fue la pancarta ubicada en las entradas principales de vehículos y peatones.

En este caso, la TAI es una información que compete a toda la institución y efectivamente los sitios empleados surtieron un efecto positivo. Aquí jugaron dos variables a su favor: Primero, un gran porcentaje de la muestra pertenece al turno de la mañana, quienes están más informados que el resto de los turnos. Mientras tanto, el turno de la tarde fue el único de los cuatro que no se enteró por los volantes, a diferencia del turno de la noche y todo el día. Aquí se evidencia una desigualdad en la distribución de la información.

Inscripciones

El tema de las inscripciones es algo que le compete a todos los estudiantes. No obstante, un 12,2% no se enteró del proceso antes del día asignado. Si estandarizamos la muestra hallaremos que más de 1.200 personas no se enteran de la fecha de las inscripciones. Este resultado afecta directamente la cantidad de solicitudes de inscripciones tardías que aparecen los primeros meses de cada año o semestre.

Notas certificadas

Las notas certificadas son un documento que avala el recorrido académico del estudiante durante sus años de universidad. Generalmente las solicitan las empresas para las pasantías del alumno, otras universidades para hacer postgrados o reválidas, entre otras cosas. Solo un 55,7% de los encuestados respondieron correctamente el nombre de la oficina o el sitio específico donde se solicita esta constancia. Esta cifra se explica mejor a partir del cruce de algunas variables como edad, nivel, turno y trabajo porque se derivan algunos patrones de comportamiento. Mientras más edad y mayor nivel académico hay más estudiantes que saben dónde obtener esta constancia. Igualmente aquellos encuestados que trabajan (39,5%) tienen más conocimiento del sitio para conseguirlas. Probablemente se deba a que a medida que avanzan en la universidad, empiezan a trabajar y a diversificar sus actividades aumenta la necesidad de pedir las notas certificadas.

La mascota de la UCAB

La mayoría de los encuestados (65,1%) mostraron su desconocimiento sobre la existencia o no de una mascota, entendida como símbolo de la institución. Una minoría (8,9%) sabía con precisión que efectivamente la universidad no tiene mascota. Al igual que en la variable anterior existe un patrón de conducta en algunas variables como la edad y el

turno. Mientras más jóvenes son los estudiantes, menos saben. De la misma forma, aquellas personas que pertenecen al turno de todo el día saben más que no existe tal símbolo.

El himno de la UCAB

El caso del himno resulta particular en comparación con otros datos recabados para demostrar qué tan informados están los estudiantes sobre la universidad. Contrario a lo que sucede con las variables notas certificadas y mascota, encontramos que mientras menor nivel académico más conocimiento poseen los estudiantes del himno. Varios encuestados manifestaron que recordaban haberlo escuchado en las inducciones o que lo habían leído en un marca libros entregado en el mismo evento. Aquí es importante reconocer que la iniciativa del Decanato de Desarrollo Estudiantil ha tenido un efecto importante sobre los nuevos alumnos. Otro dato discrepante con las variables anteriores es que el turno de la tarde conoce más el himno que los demás a pesar de ser el grupo de gente más desinteresado y desinformado. A diferencia de las notas certificadas y la mascota, donde el turno de todo el día tiene más predominio, en el tema del himno el turno de la tarde afirma tener mayor conocimiento.

Sin embargo, continúan modelos de comportamiento en el caso de los estudiantes que trabajan, quienes conocen más la existencia del himno que los inactivos laboralmente.

Suspensión de clases por las vaguadas de febrero

A principios del presente año, justo en los días de Carnaval, unas fuertes lluvias colapsaron algunos sectores del país. Después de un par de días el gobierno decretó un estado de emergencia nacional y la suspensión de las clases en todo el territorio. En principio, las actividades empezaban el día miércoles pero se suspendieron ese día y todas las evaluaciones el día siguiente. Antes de analizar algunos datos más específicos es importante

señalar que varios estudiantes manifestaron su molestia, al responder esta pregunta, porque alegaban que en sus escuelas sí hubo actividades y exámenes a pesar de la contingencia nacional.

En este tema existen tres niveles de información: Las personas que nunca se enteraron de la suspensión de clases. Algunos estudiantes de ingeniería comentaron que en ese período ya estaban en vacaciones semestrales, un grupo que se enteró el mismo miércoles o días después y las personas se informaron antes del miércoles.

Una de las referencias más interesante del conjunto de preguntas sobre este tema es la de los medios empleados. Un 31,6% asumió la suspensión de clases a partir de las declaraciones del ministro de educación superior por los medios de comunicación masivos (especialmente radio y televisión). Mientras el 33% se informaron gracias a un amigo. En suma un 64,6% de los estudiantes que se enteraron fue a través de medios no institucionales. Muy por debajo se encuentra la página Web de la UCAB (8,1%), que publicó la noticia el martes en la noche.

En resumen se puede establecer que la universidad carece de sistemas de información para los estudiantes, e incluso para profesores y autoridades, en caso de emergencia. De hecho, de las personas que se enteraron por amigos o compañeros, el 90% no lo consideran el medio adecuado. De los que se enteraron por medios externos, el 33,3% considera más adecuado informarse por un medio institucional.

Suficiencia de medios

Más de la mitad de los encuestados (57,6%) concluye que los medios de la universidad no son suficientes en oposición a un 42,4% que afirma lo contrario. Los argumentos que exponen ambas posturas son diversos, pero al menos un 60% se enfoca en dos argumentos, indistintamente de la respuesta negativa o positiva están: Los que afirman

que hay que mejorar los medios existentes (28,3%) y los que consideran que la información no llega y que hay gente desinformada (32,2%).

Solo un 9,3% considera que la información está disponible y accesible para todos los estudiantes.

De estos datos se puede inferir que más allá de la cantidad de medios internos, el conflicto se presenta en que la información no llega al destinatario, por la manera cómo éstos se emplean.

MEDIOS INTERNOS

La universidad posee varios medios para la comunicación interna, en esta investigación se evaluaron ocho, a partir de la frecuencia de uso. A continuación se exponen cada caso particular.

Correo electrónico

La universidad invirtió hace algunos años en un servidor propio, que permite asignarle a cada nuevo estudiante una dirección de correo institucional. Sin embargo, este medio tiene muy poca efectividad. El 50,5% de los encuestados respondieron que nunca han usado este correo. A partir de estos datos se puede deducir que el correo institucional no representa un canal de comunicación eficaz con los estudiantes.

Dentro del grupo de estudiantes que utilizan el correo UCAB, los 5to años son los que más lo emplean alguna vez. De la misma forma los encuestados que trabajan lo revisan más que los laboralmente inactivos, aunque no existe una diferencia muy marcada.

A diferencia del correo institucional, el correo electrónico que posee cada estudiante por iniciativa propia, el 74,3% lo revisa diariamente.

Este medio se torna más popular a medida que el nivel aumenta. La muestra completa (100%) de estudiantes de 4to y 5to año revisa su

correo al menos una vez al mes. A la par, el 100% de los encuestados del horario nocturno revisa su correo personal una vez a la semana.

Esta herramienta electrónica también es atractiva para el grupo de emancipados. Los estudiantes que conforman este grupo (41,4%) utilizan mayoritariamente este medio.

Página Web

A diferencia del correo UCAB, la página Web logra captar una buena porción de público en el mismo período de tiempo. El 25,4% de los encuestados afirmaron que revisan la página Web semanalmente.

Sin embargo, una cifra parecida (23,6%) al número de usuarios semanales navega nunca o casi nunca en la página. Por eso es importante evaluar bien qué tipo de información se transmite en este medio, porque ese varios de los encuestados que respondieron solo la revisaban para conseguir datos puntuales como fechas de inscripciones, notas, entre otras.

Carteleras

Las carteleras resultan un medio institucional más efectivo que la página Web y el correo UCAB porque al menos el 88,6% revisa la cartelera una vez al mes. La mayor cantidad de gente la ve diariamente (25,9%) seguidamente de la frecuencia semanal (21,4%). A partir de los resultados se puede considerar a este medio es inmediato porque presenta una curva casi perfecta desde el lapso de tiempo diario hasta bimensualmente/nunca. Sin embargo el correo sigue siendo más efectivo en cuanto a inmediatez porque más del 50% de la muestra se concentra en la consulta diaria.

Al igual que el correo personal, las carteleras son más consultadas por los estudiantes de mayor nivel y va descendiendo el consumo proporcionalmente con el nivel. Evidentemente el alumno, a medida que avanza en la carrera, se va adaptando mejor al sistema universitario y por

consiguiente tiene un mayor conocimiento sobre dónde buscar la información.

Afiches

El afiche, al igual que la cartelera, es más efectivo que la página Web y el correo institucional en vista de que al menos el 85,1% lo revisa una vez al mes. El mayor flujo de gente la consulta diariamente (32,7%) y seguidamente encontramos la frecuencia interdiaria (20,8%). También resulta más efectivo que la cartelera en cuanto a rapidez porque posee una categoría de tiempo (interdiario) adicional que permite establecer que al menos el 73,8% lo revisa una vez a la semana. Sin embargo y de la misma manera que la cartelera, no logra superar al correo electrónico personal.

Nuevamente se repite el patrón del correo electrónico y de las carteleras, mientras más edad y mayor nivel tienen los estudiantes, más se detienen a leer los afiches. Adicionalmente, el horario nocturno es el que más revisa este medio.

Delegados

El delegado es el primer eslabón de la cadena de representación estudiantil y es el canal de información de contacto más directo con los estudiantes. No obstante, carreras como Ingeniería y Administración, que concentran altos porcentajes de alumnos, no cuentan con esta vía de comunicación. Esto afecta directamente la opción de frecuencia nunca, que presenta un 38,9%. A pesar de esto, la segunda cifra más alta la presenta la frecuencia casi nunca (22,2%). Escuelas más pequeñas que las anteriores como Economía, Psicología y Comunicación Social son las que más emplean este medio. En materia de horarios, los educandos del turno matutino son los que más consultan al delegado de curso.

Utilizar solo a los delegados para transmitir información de competencia para todos los estudiantes no permitiría que la comunicación le llegará a todos por igual. Sin embargo, resulta un medio muy efectivo para información específica por salón o por escuela, para aquellas que cuenten con la figura. Al igual que el correo electrónico personal representa un medio efectivo para atacar a los últimos años de las carreras, el delegado es una vía para acceder a determinadas escuelas especialmente en el turno de la mañana. Igualmente es un medio que en unión con otros puede ser muy efectivo para dar información competente a toda la universidad.

Autoridades

La comunicación entre autoridades y estudiantes es limitada tomando en consideración que 50,8% de los encuestados afirma que casi nunca o nunca recibe o consulta información de parte de éstos. Es importante establecer que las autoridades no son ni deben ser el canal más directo con los estudiantes; para eso existen otros medios y una cadena de representación estudiantil. Empero, a partir de esta cifra se podría decir que el problema más allá del emisor y el receptor está en el canal.

Los estudiantes generalmente buscan la información en las paredes de la universidad, en la Web y en las carteleras. Sin embargo, prefieren medios como el correo electrónico personal. Las autoridades evidentemente prefieren utilizar el correo UCAB, que es un medio institucional, pero precisamente más del 50% de los estudiantes nunca revisa éste medio. Difícilmente puede haber una comunicación efectiva si alguna de las variables del proceso (emisor, canal y receptor) no está funcionando.

Profesores

Los docentes, que son un canal institucional y de contacto directo y permanente con los estudiantes, no representan para los estudiantes una

vía efectiva de comunicación. El 50,8% de los encuestados responde que nunca o casi nunca ha recibido o consultado información de parte de los profesores. Una de las causas de tal dinámica es que el 56,7% de los estudiantes que buscan información en los profesores son remitidos a otra instancia o simplemente no reciben respuesta. Todo esto genera una falta de credibilidad en la fuente y por tanto cae en desuso. Esto último se debe, según explica Rubén Peñalver, a la cantidad de profesores a tiempo convencional en la universidad. Dicha condición restringe la interacción del docente con la universidad y sus actividades.

Preferencia de medios

En la interrogante sobre los medios más usados para conseguir información sobre actividades de la universidad, los estudiantes señalaron en primer lugar a la pared (23%), luego a la cartelera (18,9%) y por último el correo electrónico (15%). Sin embargo en la pregunta de preferencia de medios respondieron de primero el correo (22,6%), después la Web (17%) y finalmente la cartelera (14%). A partir de estos resultados se observa que la pared es el primer sitio donde buscan información, pero no es el que prefieren. La pared se situó en el quinto lugar de preferencia con un 9,6%, justo después de los profesores (13,1%).

Por su parte la Web, que en un principio se ubicaba en un sexto lugar (6,5%) pasó a la segunda posición; mientras que el correo electrónico sube como primera opción, dada la preferencia de los estudiantes. Estos datos evidencian la importancia de la tecnología en los procesos comunicacionales de hoy en día. Por eso toda la serie de inconvenientes que presenta el correo de la UCAB, no lo hace competitivo con las demás plataformas.

Los profesores se sitúan en la cuarta posición de preferencia de medio, a pesar de que éstos no son un canal efectivo para más del 50% de los estudiantes. De esta información se puede deducir que,

independientemente de su poca eficacia, son potencialmente un buen medio de comunicación con los estudiantes.

Por su parte los amigos están en el último lugar de preferencia con un 0,6%. Este dato es curioso si tomamos en cuenta que resultaron un medio constante a lo largo de varias preguntas. A partir de esto se puede inferir que los amigos son un canal efectivo de comunicación, aunque no sea de las primeras opciones para los estudiantes.

Propuesta de un nuevo medio

A pesar de la variedad de opciones planteados (11) mejorar los medios existentes fue la que obtuvo mayor aceptación (26%) de parte de los estudiantes. En segundo lugar está la radio con un 14,4% y de tercero listas de correos propios actualizadas con un 13,2%. Los datos evidencian que los alumnos en general consideran que los medios son suficientes, y por tanto más allá de crear uno nuevo hay que emplear mejor los que están.

Cruces por escuelas

En la relación entre la variable independiente escuela y las de consumo informacional se detectó que las carreras que se sienten más informadas son Ciencias Sociales, Ingeniería en Telecomunicaciones, Comunicación Social y Educación. Mientras que Ingeniería Civil, Derecho y Economía son las menos informadas.

Al relacionar a las escuelas con el interés resultó que Educación, Administración, Ingeniería Informática, Ingeniería Civil y Economía son las menos interesadas. Entre tanto Filosofía, Psicología, Ingeniería en Telecomunicaciones, Derecho y Comunicación Social son las más interesadas.

La combinación de estas variables generales con casos específicos de información produjeron los siguientes resultados : la escuela de Filosofía

y la de Ingeniería en Telecomunicaciones son de las primeras escuelas en enterarse de los eventos por la mayoría de los medios (correo, Web, cartelera, afiche). Además los estudiantes de éstas carreras reciben más respuestas precisan de parte de sus profesores y tienen mayor comunicación con las autoridades.

En el otro extremo están escuelas como Administración que originaron los siguientes datos: es de las menos interesadas; la única de las de escuelas que no utiliza la pared como medio; los que menos se enteraron de las postulaciones para representación; de los que menos conocen el himno; de los que menos utilizan todos los medios (correo, afiche, Web); de los que menos se comunican con los profesores; y de los que menos reciben información de las autoridades.

En el medio se encuentran escuelas Ciencias Sociales que es de las más informadas y de las que recibe mayor respuesta precisa de sus profesores.

A partir de todos estos datos se puede inferir que la fluidez de la comunicación depende de características particulares de cada escuela. Dichos procesos exclusivos de cada carrera incluyen dinámicas como: el nivel de conocimiento de los profesores sobre las actividades de la universidad; el nivel de información del personal administrativo; procesos de información para eventos propios de la carrera, entre otros. En líneas generales la gestión de cada escuela podría influir positiva o negativamente en la comunicación interna.

Cruces por turnos

Una variable bastante determinante en este estudio resultó ser el turno. Cada uno marcó ciertos patrones a nivel de comunicación, lo que lleva a considerar planificar en función a esta característica.

El turno más informado es la mañana, el más grande de la universidad y de la muestra, a pesar de que no son los de los que se sienten

más informados, son de los más interesados en recibir información. Son los que más conocen al Decanato y en promedio utilizan y manejan todos los medios. En general son los que más dominan la información institucional, excepto el himno.

En el otro extremo están los de la tarde, quienes, a pesar de sentirse muy informados, no están interesados y no conocen la mayoría de la información que se utilizó para la medición en el instrumento. Paradójicamente son lo que consideran que los medios son suficientes. Este es el único grupo que no se enteró mayoritariamente por volantes de la implementación de la TAI y no manejan información institucional como la mascota y las notas certificadas. Son los que menos utilizan el correo electrónico y los que menos leen los afiches y proponen como nuevo medio una central de información.

El turno de la noche, por estar en el campus en las horas de menos actividad, también presentan ciertos huecos de información como el himno. En general están cerca del promedio y dejan claro que la mejor manera de hacerles llegar información es a través del correo electrónico, el 100% lo revisa al menos una vez a la semana. Son los únicos que no se enteraron de las postulaciones por los Representantes Estudiantiles, están desatendidos en esa área. Proponen que la información sea también transmitida por medios externos.

Por último, los de todo el día son de los que más informados se sienten, pero no de los más interesados. Consultan medios como la cartelera, el correo y la página Web. Proponen una radio como nuevo medio.

Tipologías

La clasificación por tipología cultural permite describir ciertas características de la población estudiantil de la universidad y relacionar el consumo de medios con dicho perfil, en busca de establecer patrones que

faciliten la implementación de estrategias comunicacionales de acuerdo a los valores, intereses y rasgos de cada grupo.

Según los datos suministrados por la muestra, los estudiantes están mayormente situados en el grupo de emancipados y desarraigados. Los primeros están orientados a los valores tradicionales, de manera moderada y los segundos a lo moderno, también de manera moderada. Los extremos están conformados por un muy bajo porcentaje (5,1% de rezagados y 8,4% de integrados) en comparación a estos 2 grupos.

Es importante destacar que el porcentaje del grupo de movilizados, aunque parezca pequeño, duplica a la población del *Proyecto Pobreza*. Este grupo se encuentra en la transición de lo tradicional a lo moderno. Se puede intuir que el cambio de porcentaje se debe principalmente a la inevitable necesidad de participación política de los jóvenes en los últimos años. Cada día son más las personas que deben formar parte activa de la sociedad para defender sus creencias y adaptarse a la sociedad en donde se desarrolla. Este grupo está especialmente informado de diversos aspectos universitarios y es uno de los más proclives a recibir información, ya que utiliza de manera regular la mayoría de los medios que le ofrece la institución. Proponen, entre otras cosas, crear un boletín de eventos y actividades.

El enfoque más moderno lo tienen los integrados. Este grupo es el más interesado en recibir información de la universidad, son los que más conocen al Decanato de Desarrollo Estudiantil y en general manejan la información institucional (himno, mascota, implementación de la TAI, inscripciones). Este grupo es el que está más informado y a pesar de eso consideran que los medios no son suficientes y deben ser mejorados. Proponen radio como nuevo medio.

En el otro extremo están los tutelados, son los más tradicionales después de los rezagados; sin embargo, están más desinformados incluso que ese grupo. Son los que menos utilizan los medios como consulta a

profesores, carteleros, página Web y correo, pero con todo son los que más utilizan el correo de la UCAB. Son los que menos conocen a Decanato y en general tampoco conocen la información institucional. Se puede decir que es el grupo más crítico de la universidad y está conformado por el 4,6% de los estudiantes. Proponen radio y TV interna como nuevos posibles medios a implementar.

Los grupos más grandes (desarraigados y emancipados) se mantienen cerca del promedio en el consumo de medios. Se destaca que los emancipados son los que más utilizan su correo personal y los desarraigados son los que más consultan a los delegados. Ambos proponen como nuevo medio crear listas de correo personales.

CONCLUSIONES

Generales

Actualmente la comunicación requiere un ámbito de *confort*, traducido en la tecnología que esencialmente busca simplificar procesos. En el mundo digital las variables de comunicación están claras: el usuario, la computadora y el otro usuario. Mientras exista una conexión entre cada variable habrá una comunicación más libre de interferencias.

En el proceso de intercambio de mensajes entre estudiantes y autoridades cada parte se concibe como independiente. Mientras los alumnos alegan ausencia de un vínculo y poca efectividad de medios; las autoridades argumentan desinterés de parte de los estudiantes. Partiendo de que la comunicación es un proceso, cada parte debe entender la interdependencia de la relación, y reenfocar su atención en la manera de emplear cada medio. Dependiendo del tipo de información hay un medio más efectivo para transmitirla. Además se deben contemplar tres conceptos al momento de transmitir un mensaje: calidad, calidez y comodidad de acceso a la información.

A partir de las premisas anteriores, es importante establecer mecanismos formales de evaluación que permitan y faciliten a la universidad adaptarse, sin abandonar sus principios, a las necesidades de su cliente primario: los estudiantes. Porque se demostró que las diferentes instancias de co-gobierno no son suficientes para establecer una comunicación ascendente y descendente fluida. En la medida que se abran nuevos espacios para el intercambio efectivo de mensajes entre autoridades y estudiantes, habrá una mayor respuesta de parte y parte.

Los nuevos espacios de comunicación ascendente y descendente no necesariamente deben plantearse a partir de la creación de un nuevo medio. La mayoría de los estudiantes encuestados considera que hace falta

mejorar los medios existentes más allá de instalar nuevos. De ahí que es importante redefinir el tipo de información que se transmite por cada vía.

Adicionalmente al uso de los medios es importante entender que no hay una sola universidad sino tres: en la mañana, en la tarde y en la noche. A pesar de que todos son estudiantes y por consiguiente comparten ciertas características, cada turno presenta necesidades diferentes. Por eso es importante establecer estrategias comunicacionales diferentes para cada horario.

Otras variables importante que incide en una comunicación efectiva son las rasgos particulares de cada escuela, tales como: el nivel de conocimiento de los profesores sobre las actividades de la universidad; el nivel de información del personal administrativo; procesos de información internos, entre otros. A *grosso modo* la gestión de instancia, en este caso las escuelas, puede influir de manera positiva o negativamente en la dinámica comunicación interna de la universidad.

Por otra parte se puede concluir que la universidad carece de un sistema de comunicación formal para situaciones de contingencia. Tal ausencia se comprobó a partir de que un 36,7% de estudiantes se enteró después de la fecha sobre la suspensión de las actividades. El porcentaje de alumnos que se enteró fue mayormente a través de medios no institucionales.

Específicas

- Mientras más edad y más nivel mayor conocimiento de la universidad y sus canales de comunicación. Progresivamente los estudiantes se van adaptando al sistema y generan modelos de referencia que les permiten moverse con más seguridad.
- Las personas que trabajan demuestran un alto nivel de conocimiento en todas las áreas de información de la universidad. Posiblemente la

necesidad de una mejor organización dada las responsabilidades acumuladas les exige tener más conciencia sobre el tiempo y su uso.

- Describir a la población universitaria por tipología solo aporta una pequeña idea de la relación entre sus características culturales y el consumo de medios. Sin embargo, se determinó que no hay ninguna otra constante que ayude a implementar procesos de mejora en la comunicación basados solo en este dato.
- Las autoridades no mantienen un flujo de información uniforme con todas las carreras, en especial las siguientes escuelas: ingeniería (Civil, Informática, Industrial), administración y derecho.
- Los amigos son un canal de comunicación informal efectivo pero los estudiantes, sin embargo prefieren el correo, la página Web y las carteleras para recibir información.
- El correo de la UCAB es un medio poco eficiente para comunicarse con los estudiantes, a diferencia del correo personal que es revisado diariamente por más de la mitad de la población. Adicionalmente este medio tiene mayor alcance en los 4tos y 5tos años, por tanto si se quiere enviar una información dirigida a este grupo el correo electrónico es una vía idónea. Al mismo tiempo este puede ser un medio efectivo para el público del horario nocturno.
- Los representantes estudiantiles son un medio potencialmente efectivo en la medida que exista un objetivo común, que los impulse a difundir la información. Tal y como se demostró durante el análisis del proceso de comunicación de las postulaciones de centro de estudiantes, los representantes son una vía para comunicarse con los estudiantes de la mañana y de la tarde.
- Las pancartas y los volantes son un medio eficiente en la medida que haya una distribución equitativa entre las dos entradas de la universidad: peatonal y vehicular. Al mismo tiempo la repartición en cada turno (mañana, tarde y noche) puede garantizar una mayor efectividad.

- Las inscripciones le competen a todos los estudiantes de la universidad, sin embargo la parte comunicacional es tarea de cada escuela. En la medida en que cada instancia tenga una gestión interna de comunicación más efectiva, el porcentaje (12,2%) de desinformados puede mejorar.
- La iniciativa del Decanato de Desarrollo Estudiantil ha demostrado sus efectos positivos en la población, dada la cantidad de estudiantes que conocen de la existencia del himno gracias al marca libros. A diferencia del resto de la información institucional que obedece a un patrón, mientras más edad y nivel más saben, el himno demostró lo contrario. De ahí que sea importante aprovechar estos espacios de encuentro, como las inducciones, para dar este tipo de información.
- La página Web es una herramienta muy útil para comunicarse con los estudiantes, si tomamos en cuenta que es el segundo medio que éstos prefieren. Pero es importante tomar en cuenta que esta vía es más efectiva para transmitir información puntual como fechas de inscripciones, notas, entre otras.
- La cartelera es un medio bien posicionado entre los estudiantes, dado que se encuentra en el segundo lugar donde buscan información y en el tercer lugar de preferencia. Pero al igual que la página Web, este no es un medio para colocar todo tipo de información, porque se sobresatura y pierde su efectividad.
- Los afiches ocupan el primer lugar de búsqueda de información de los estudiantes. Pero en el ámbito de sus preferencias salen del cuadro de las primeras posiciones. Todo esto en combinación con el porcentaje de estudiantes (más del 50%) que considera que la publicidad está medianamente organizada, es una señal para rediseñar el orden de este medio. Quizás sectorizar el tipo de información puede ser de utilidad.
- Los delegados por si solos no son un buen medio para transmitir información general, dado que no todas las carreras poseen esta figura. Sin

embargo en escuelas como Comunicación Social y Letras representa una vía efectiva.

- Los profesores no son un medio efectivo para comunicarse con los estudiantes, pero se encuentran en el cuarto lugar de sus preferencias. La primera premisa puede ser consecuencia del gran porcentaje de docentes a tiempo convencional, por eso sería importante generar mecanismos para informar a los docentes, y que éstos a su vez puedan ser una vía eficiente de comunicación con los estudiantes.

RECOMENDACIONES

Generales

Las intervenciones de consultoría de procesos que se deberían realizar son:

Establecimiento de una agenda

Supondría gerenciar espacios de encuentro con los delegados de curso, que son un canal directo con los estudiantes. Al mismo tiempo generar nuevos espacios de encuentro con los representantes estudiantiles para convertirlos en los mejores aliados. Dicha asociación puede facilitar el cumplimiento de las metas del Decanato de Desarrollo Estudiantil a través de la construcción de una imagen más sólida.

Sugerencias estructurales

- Nuevos espacios de comunicación ascendente y descendente entre autoridades y estudiantes.
- La distribución de información para las tres universidades, porque cada turno presenta necesidades comunicacionales diferentes.
- Políticas comunicacionales para situaciones de contingencias, que permitan un intercambio efectivo de información en casos de emergencias.
- Mecanismos de autoevaluación para estar conectados con las expectativas de los clientes principales de la universidad, los estudiantes.
- Políticas para informar a los profesores a tiempo convencional sobre las actividades que desarrolla la universidad, de esta manera éstos pueden fungir como un canal efectivo de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA**Fuentes bibliográficas**

- Asociación de universidades confiadas a la Compañía de Jesús AUSJAL (1996) *Desafíos de América Latina y propuesta educativa*. Caracas, Venezuela. Publicaciones UCAB.
- Chiavenato, I. (1999) *Introducción a la teoría general de la administración* (5ª Ed.) Los Ángeles, EEUU.
- Fernández Collado, C. (2002). *La Comunicación en la Organizaciones*. España. Editorial Trillas.
- French, W., Bell, Cecil. (1995/1996) *Desarrollo Organizacional. Aportaciones de las ciencias de la conducta para el mejoramiento de la organización*. (5ª Ed.) México, DF. Editorial Prentice Hall.
- Gibson, J., Ivancevich, J., Donnelly, J. (2001) *Las Organizaciones*. (10ª Ed.) Santiago de Chile. Mc Graw Hill.
- Goldhaber, G. (1984/1998). *Comunicación Organizacional*. (7ª Ed.) México, DF. Editorial Diana.
- Hellriegel, D., Jackson, S., Slocum, J. (2002) *Administración: Un enfoque basado en competencias*. (9ª Ed.) México. Editorial Thomson Learning.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (1998) *Metodología de la Investigación*. México, DF. Mc Graw Hill Interamericana Editores.
- Katz, D. y Kahn, R. (1979) *Psicología Social de las Organizaciones*. (1ª Ed.) México. Editorial Trillas.

- Kinicki, A. y Kreitner, R. (2003) *Comportamiento Organizacional. Conceptos, problemas y prácticas*. (5ª Ed.) Iztapalapa, México D.F. Mc Graw Hill.
- Méndez Castellano, H., Méndez, M. (1994) *Sociedad y estratificación* (1ª Ed.) Caracas, Venezuela. Editado por Fundacredesa.
- Santalla Peñaloza, Z. (2003) *Guía para la elaboración formal de reportes de investigación*. Caracas, Venezuela. Publicaciones UCAB.
- Schein, E. (1988) *Consultoría de procesos*. (Vol.2) Delaware, Estados Unidos. Addison-Wesley Iberoamericana.
- Schein, E. (1990) *Consultoría de procesos*. (Vol.1) Delaware, Estados Unidos. Addison-Wesley Iberoamericana.
- Torres, G. (2000) *Un sueño para Venezuela ¿Cómo hacerlo realidad?* Caracas, Venezuela. Liderazgo y Visión.
- Ugalde, L., España, L., Lacruz, T., De Viana, M., González, L., Luengo, N. y Ponce, M. (2004) *Detrás de la Pobreza. Percepciones, creencias, apreciaciones*. (2ª Ed.) Caracas, Venezuela. Universidad Católica Andrés Bello.
- Yépez Castillo, A. (1994) *La Universidad Católica Andrés Bello en el marco histórico-educativo de los jesuitas en Venezuela*. Caracas, Venezuela. Publicaciones UCAB.

Tesis de grado

- Carbonell, H. (2001) *Políticas generales de comunicación interna para fomentar la participación estudiantil: caso Comunicación Social*. Tesis de grado (Lic. Comunicación Social. Mención Publicidad y Relaciones Públicas). Universidad Católica Andrés Bello, Facultad de Humanidades y Educación. Caracas, Venezuela.

- Dubuc, B. y Michelena, R. (1996) *Diagnóstico de los procesos de comunicación organizacional interna existentes en la Escuela de Comunicación Social de la UCAB*. Tesis de grado (Lic. Comunicación Social. Mención Publicidad y Relaciones Públicas). Universidad Católica Andrés Bello, Facultad de Humanidades y Educación. Caracas, Venezuela.
- Rondón, M. (2002) *Estrategia comunicacional para aumentar la participación estudiantil en las actividades de la Dirección de Cultura*. Tesis de grado (Lic. Comunicación Social. Mención Publicidad y Relaciones Públicas) Universidad Católica Andrés Bello, Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Comunicación Social. Caracas, Venezuela.

Fuentes legales

- *Estatuto Orgánico de la Universidad Católica Andrés Bello* (2001, Junio) Caracas, Venezuela. Publicaciones UCAB.
- *Reglamento del Decanato de Desarrollo Estudiantil* (2003) Aprobado en Consejo Universitario del 06 de Mayo de 2003.
- UCAB (Enero, 2003) [Acta No. 891 de Consejo Universitario de la Universidad Católica Andrés Bello]
- UCAB (Febrero, 2003) [Acta No. 894 de Consejo Universitario de la Universidad Católica Andrés Bello]
- UCAB (Febrero, 2003) [Acta No. 895 de Consejo Universitario de la Universidad Católica Andrés Bello]

Folletos

- Decanato de Desarrollo Estudiantil UCAB (2004) *Decanato de Desarrollo Estudiantil. Somos equipo contigo*. Caracas, Venezuela. Publicaciones UCAB.

Fuentes electrónicas

- *Página Oficial de los Jesuitas del Perú*. (2002) [Página Web en línea] Consultado el 12 de diciembre de 2004 en: <http://www.jesuitasperu.org/pags/index.asp?id=135>
- *Universidad Católica Andrés Bello - Decanato de Desarrollo Estudiantil* (2005) [Página Web en línea] Consultado el 11 de diciembre de 2004 en: <http://www.ucab.edu.ve/ucabnuevo/index.php?seccion=193>.
- *Universidad Católica Andrés Bello - Organigrama UCAB* (2005) [Página Web en línea] Consultado el 05 de febrero de 2005 en: <http://www.ucab.edu.ve/ucab/organigrama.pdf>.
- *Fundacredesa* (2005) [Página Web en línea] Consultado el 12 de Agosto de 2005 en: http://fundacredesa.org/fundacredesa/tiki-page.php?pageName=fam_metod_graff

Revistas

- Dávila, E. (2003, Agosto) ¿Qué quiere la generación "Y"? *Revista Producto*. Año 19 (No. 237) Caracas, Venezuela. Grupo Editorial Producto.

ANEXOS

INSTRUMENTO APLICADO A LA MUESTRA

PARTE I PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

1. No DE ENTREVISTA

2. ENCUESTADOR

1 2

3. FECHA DE LA ENTREVISTA

____ / ____ / 2005

4. DURACIÓN DE LA ENTREVISTA

Buenas días / tarde / noche. Somos estudiantes de Comunicación Social y estamos realizando una investigación para el trabajo de grado y has sido escogido al azar para contestar una preguntas relacionadas con la utilización de los medios de comunicación de la universidad. Tu colaboración será de gran importancia para los resultados de la investigación. La encuesta dura entre 14y 18 min. aproximadamente. Los datos serán completamente confidenciales y sólo serán utilizados con fines académicos.

5. ESCUELA A LA QUE PERTENECE

Administración

Ciencias Sociales

Comunicación Social

Derecho

Economía

Educación

Filosofía

Ingeniería Industrial

Ingeniería en Telecomunicaciones

Ingeniería Informática

Ingeniería Civil

Letras

Psicología

6. NIVEL ACADÉMICO (AÑO/SEM)

7. TURNO

Mañana

Tarde

Noche

Todo el día

8. SEXO

Femenino

Masculino

9. EDAD

años

10. ESTADO CIVIL

Soltero

Divorciado

Viudo

Casado

11. ¿TRABAJA?

Sí

No

En caso de ser negativa, pasa a la 14

12. TIPO DE TRABAJO

Remunerado

No Remunerado

13. DEDICACIÓN

Parcial

Completo

Eventual

14. PROFESIÓN DEL JEFE DE LA FAMILIA

15. NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LA MADRE

Universitaria

TSU, Técnica Superior, Bachiller

Secundaria incompleta

Algún grado de instrucción primaria o alfabeta

Analfabeta

16. PRINCIPAL FUENTE DE INGRESO DE LA FAMILIA

Negocio familiar

Honorarios profesionales o negocio propio

Sueldo mensual o salario

Salario semanal, por día, entrada a destajo

Donaciones de origen público o privado

17. TIPO DE VIVIENDA

Quinta

Casa

Apartamento de lujo

Apartamento/Bloque

Rancho

18. N° DE HABITACIONES EN EL HOGAR

19. N° DE MIEMBROS EN EL HOGAR

20. N° DE MIEMBROS QUE TRABAJAN

21. ACTIVOS EN EL HOGAR ¿CUÁNTOS?

_____ Automóviles

_____ Regaderas

_____ Calentador de agua

_____ Secadora de ropa

_____ Teléfono residencial

_____ Lavadora

22. INGRESO MENSUAL DE LA FAMILIA (INCLUYE ALQUILER, HERENCIA, PENSIÓN...)

Sueldo mínimo (Bs. 400,000)

Entre Bs. 400,001 y Bs. 1,000,000

Entre Bs. 1,000,001 y Bs. 3,000,000

Entre Bs. 3,000,001 y Bs. 6,000,000

Más de Bs. 6,000,000

No sabe / No contesta

PARTE II CONSUMO INFORMACIONAL

23. ¿Qué tan informado te sientes sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?

Muy informado

Informado

Poco informado

Nada informado

INSTRUMENTO APLICADO A LA MUESTRA

24. ¿Qué tan interesado estás en recibir información sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB? <input type="checkbox"/> Muy interesado <input type="checkbox"/> Interesado <input type="checkbox"/> Poco interesado <input type="checkbox"/> No interesado
25. ¿Sabes lo que es el Decanato de Desarrollo Estudiantil de la UCAB? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No En caso de ser negativa, pasa a la 27
26. ¿Sabes qué instancias conforman al Decanato de Desarrollo Estudiantil de la UCAB? NO DAR OPCIONES. <input type="checkbox"/> Dirección de Cultura <input type="checkbox"/> Dirección de Pastoral <input type="checkbox"/> Dirección de Deportes <input type="checkbox"/> Ayuda Económica <input type="checkbox"/> Dirección de Proyección a la Comunidad <input type="checkbox"/> Centro de Asesoramiento y Desarrollo Humano
27. ¿Cuál de estas instancias crees que define mejor la actividad del Decanato de Desarrollo Estudiantil? NO DAR OPCIONES <input type="checkbox"/> Dirección de Cultura <input type="checkbox"/> Dirección de Pastoral <input type="checkbox"/> Dirección de Deportes <input type="checkbox"/> Ayuda Económica <input type="checkbox"/> Dirección de Proyección a la Comunidad <input type="checkbox"/> Centro de Asesoramiento y Desarrollo Humano
28. La cantidad de publicidad y promoción de las actividades que se realizan en la UCAB es: ENTREGAR TARJETAS CON OPCIONES <input type="checkbox"/> Bastante <input type="checkbox"/> Suficiente <input type="checkbox"/> Insuficiente <input type="checkbox"/> Muy escasa
29. Los espacios de uso y colocación de la promoción de los eventos están: <input type="checkbox"/> Organizados <input type="checkbox"/> Medianamente organizados <input type="checkbox"/> Desorganizados
30. La publicidad y promoción de las actividades que se realizan en la UCAB es: <input type="checkbox"/> Muy informativa <input type="checkbox"/> Medianamente informativa <input type="checkbox"/> Poco informativa <input type="checkbox"/> No informativa
31. En general ¿dónde buscas la información? _____
32. Normalmente ¿a través de qué vía se informa sobre las actividades de la UCAB (Varias opciones)? EXPLICAR DIFERENCIA WEB-CORREO <input type="checkbox"/> Personal administrativo <input type="checkbox"/> Profesores <input type="checkbox"/> Delegados <input type="checkbox"/> Correo electrónico <input type="checkbox"/> Carteleras <input type="checkbox"/> Representantes Estudiantiles <input type="checkbox"/> Web <input type="checkbox"/> Pared <input type="checkbox"/> Otro: _____
33. ¿Te enteraste de la fecha de las postulaciones para centros de estudiantes y representación estudiantil antes de las elecciones? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
34. ¿A través de qué medio te enteraste de las postulaciones para centros de estudiantes y representación estudiantil antes de las elecciones? <input type="checkbox"/> Personal administrativo <input type="checkbox"/> Profesores <input type="checkbox"/> Delegados <input type="checkbox"/> Correo electrónico <input type="checkbox"/> Carteleras <input type="checkbox"/> Representantes Estudiantiles <input type="checkbox"/> Web <input type="checkbox"/> Pared <input type="checkbox"/> Otro: _____
35. ¿Con cuánto tiempo de antelación te enteraste sobre las postulaciones para centros de estudiantes y representación estudiantil? <input type="checkbox"/> 1 semana antes <input type="checkbox"/> 2 semanas antes <input type="checkbox"/> 3 semanas antes <input type="checkbox"/> 4 semanas antes <input type="checkbox"/> 5 semanas antes
36. ¿Te enteraste del nuevo sistema de acceso a la universidad con la Tarjeta Automática Inteligente antes de su implementación? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
37. ¿A través de qué medio te enteraste acerca del nuevo sistema de acceso a la universidad con la TAI? <input type="checkbox"/> Personal de seguridad <input type="checkbox"/> Volantes <input type="checkbox"/> Afiches <input type="checkbox"/> Correo electrónico <input type="checkbox"/> Otro: _____
38. ¿Te enteraste de la fecha del proceso de inscripciones académicas antes del día asignado? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
39. ¿A través de qué medio te enteras de la fecha del proceso de inscripciones académicas? PRIMERA RESPUESTA CON 1, EL RESTO CON X <input type="checkbox"/> Personal administrativo <input type="checkbox"/> Profesores <input type="checkbox"/> Delegados <input type="checkbox"/> Correo electrónico <input type="checkbox"/> Carteleras <input type="checkbox"/> Representantes Estudiantiles <input type="checkbox"/> Web <input type="checkbox"/> Pared <input type="checkbox"/> Otro: _____
40. ¿Dónde obtienes las notas certificadas por la universidad? NO DAR OPCIONES _____
41. ¿Cuál es la mascota de la UCAB? NO DAR OPCIONES _____
42. ¿Conoces el himno de la universidad? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
43. El 9 de Febrero de 2005 (miércoles después de carnaval) se suspendieron las clases a nivel nacional por problemas de circulación en calles, avenidas y autopistas, debido a las fuertes y constantes lluvias (vaguadas) durante el lunes 7 y martes 8 ¿Cuándo te enteraste de esta noticia? _____

INSTRUMENTO APLICADO A LA MUESTRA

44. ¿A través de qué medio te enteraste de la suspensión de clases el miércoles 9 de febrero de 2005?

Personal administrativo Representantes Estudiantiles Delegados Web
 Profesores Correo electrónico Un amigo Otro: _____

45. ¿Consideras que es el canal adecuado para dar éste tipo de información?

Sí No

46. ¿Consideras que los medios que utiliza la universidad son suficientes para mantener informados a los estudiantes?

Sí No ¿Por qué? _____

47. ¿Con qué frecuencia utiliza el correo que le fue asignado por la universidad al momento de su inscripción (nombre_apellido@ucab.edu.ve)?

2 o más veces al día Diariamente 2 o más veces a la semana Semanalmente
 Cada 15 días Mensualmente Bimensualmente Nunca

48. ¿Cuáles son los medios que prefieres para recibir de las autoridades información sobre la universidad?

Personal administrativo Profesores Delegados Correo electrónico Carteleras
 Representantes Estudiantiles Web Pared Otro: _____

49. ¿Con qué frecuencia utilizas tu correo electrónico?

2 o más veces al día Diariamente 2 o más veces a la semana Semanalmente
 Cada 15 días Mensualmente Bimensualmente Nunca

50. ¿Con qué frecuencia utilizas la página Web de la universidad (www.ucab.edu.ve)?

Diariamente Interdiario Semanalmente Cada 15 días
 Mensualmente Bimensualmente Casi nunca Nunca

51. ¿Con qué frecuencia buscas información en las carteleras?

2 o más veces al día Diariamente 2 o más veces a la semana Semanalmente
 Cada 15 días Mensualmente Bimensualmente Nunca

52. ¿Con qué frecuencia te detienes a leer los afiches que están pegados en las paredes de la universidad?

Diariamente Interdiario Semanalmente Cada 15 días
 Mensualmente Bimensualmente Casi nunca Nunca

53. ¿Con qué frecuencia consultas o recibes información de tu delegado de curso?

Diariamente Semanalmente Mensualmente Casi nunca Nunca

54. ¿Con qué frecuencia consultas o recibes información de las autoridades de la universidad?

Diariamente Semanalmente Mensualmente Casi nunca Nunca

55. ¿Con qué frecuencia consultas o recibes información institucional del resto de tus profesores?

Diariamente Semanalmente Mensualmente Casi nunca Nunca

56. Al consultarle a los profesores sobre información institucional, generalmente

Recibes la respuesta precisa Te remiten a otra instancia No recibes respuesta

57. ¿Utilizas algún otro medio para consultar o recibir información sobre las actividades que se desarrollan en la UCAB?

Sí No Especifique _____

58. De los medios que no utiliza la universidad ¿cuál debería usar para transmitir la información? (propuesta de nuevo medio)

PARTE III CARACTERÍSTICAS CULTURALES

A continuación te voy a leer una serie de enunciados y quisiera que me dijeras qué tan de acuerdo estás con cada una de ellas. No hay respuestas correctas e incorrectas. Sólo queremos tu opinión. **TARJETA DE OPCIONES**

59. Cuando uno colabora con una organización, es justo que la organización colabore con uno

Muy de acuerdo De acuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo

60. El vice-rector debería garantizar que los baños estén más limpios

Muy de acuerdo De acuerdo En desacuerdo Muy en desacuerdo

INSTRUMENTO APLICADO A LA MUESTRA

- | | | | | | |
|-----|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 61. | Deberían realizarse varios tipos de examen para tomar en cuenta los esfuerzos de aquellos que asisten más a clase | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 62. | La mayoría de las veces suceden cosas que no dependen de nosotros | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 63. | Nadie puede velar por mis intereses, a excepción de mis familiares | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 64. | Me gustaría que los demás me evaluaran por el comportamiento que tengo como estudiante: Que estudio mucho y saco buenas notas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 65. | Uno debe ocuparse siempre de sus propios asuntos porque cada quien se ocupa de lo suyo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 66. | Siempre hay alguien que se aprovecha de los demás | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 67. | Las leyes no deberían ser muy rígidas porque siempre es necesario hacer excepciones | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 68. | Si un amigo que no asiste nunca a clases me pide mis apuntes para estudiar para el examen yo se lo presto sin ningún problema | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 69. | Si alguien quiere que yo sepa algo que me consiga y me lo diga. Yo estoy muy ocupado. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 70. | Usualmente no comparto con otras personas que no sean mis amigos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 71. | La vida cambia mucho y el futuro es incierto, por eso no se debe hacer planes a largo plazo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 72. | Cuando salgo de clases me quedo conversando en los pasillos con mis compañeros, aunque los otros salones estén ocupados | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 73. | Los becatrabajos y las preparadurías tienen que reservarse a los estudiantes con mejores promedios académicos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 74. | Deberían eliminar la prueba de admisión para aquellos estudiantes que provengan de las mejores unidades educativas de Caracas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 75. | Las oportunidades llegan, no se buscan | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 76. | Unirse con la gente lo que trae es problemas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 77. | Si tuviera un perro me gustaría traerlos a pasear en los jardines de la universidad. Allí pueden hacer sus cosas sin molestar a nadie | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 78. | Los profesores deben tener consideración con las necesidades de sus alumnos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 79. | Al momento de seleccionar un compañero para hacer un trabajo en equipo, lo más importante es la amistad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 80. | Las becas y la pensión proporcional deben asegurarse a los más pobres aunque no mantengan un buen promedio de notas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 81. | Se debería eliminar la norma que exige la asistencia a las clases porque cada uno tiene sus problemas y necesidades | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
| 82. | Los profesores deben ser evaluados en función de su simpatía y flexibilidad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |

Muchas gracias por su tiempo

RECORDAR TIEMPO DE DURACIÓN DE LA ENTREVISTA

CRUCE DE VARIABLES POR EDAD

Tabla de contingencia Edad * ¿Qué tan informado se siente sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?

Recuento

		¿Qué tan informado se siente sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?				Total
		Muy informado	Informado	Poco informado	Nada informado	
Edad	19 ó menos	6	60	55	9	130
	20 años	5	28	31	7	71
	21 a 22	12	36	42	1	91
	23 ó más	3	35	38	2	78
Total		26	159	166	19	370

Tabla de contingencia Edad * ¿Qué tan interesado está en recibir información sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?

Recuento

		¿Qué tan interesado está en recibir información sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?				Total
		Muy interesado	Interesado	Poco interesado	Nada interesado	
Edad	19 ó menos	49	63	15	3	130
	20 años	19	39	12	1	71
	21 a 22	28	52	11	0	91
	23 ó más	21	44	13	0	78
Total		117	198	51	4	370

Tabla de contingencia Edad * ¿Conoce al Decanato de Desarrollo Estudiantil?

Recuento

		¿Conoce al Decanato de Desarrollo Estudiantil?		Total
		Sí	No	
Edad	19 ó menos	57	73	130
	20 años	29	42	71
	21 a 22	48	43	91
	23 ó más	42	36	78
Total		176	194	370

Tabla de contingencia Edad * Instancias que definen Decanato

Recuento

		Instancias que definen Decanato					Total	
		Dirección de Cultura	Dirección de Pastoral	Dirección de Deportes	Ayuda Económica	Proyección a la Comunidad		CADH
Edad	19 ó menos	5	0	0	4	0	1	10
	20 años	6	1	2	2	0	2	13
	21 a 22	10	0	1	3	2	1	17
	23 ó más	7	0	1	5	0	0	13
Total		28	1	4	14	2	4	53

Tabla de contingencia Edad * Cantidad de publicidad y promoción de las actividades que se desarrollan en la UCAB es:

Recuento

		Cantidad de publicidad y promoción de las actividades que se desarrollan en la UCAB es:				Total
		Bastante	Suficiente	Insuficiente	Muy escasa	
Edad	19 ó menos	16	63	48	3	130
	20 años	8	29	31	3	71
	21 a 22	2	39	48	2	91
	23 ó más	9	31	31	7	78
Total		35	162	158	15	370

Tabla de contingencia Edad * Los espacios de uso y colocación de la promoción de los eventos están:

Recuento

		Los espacios de uso y colocación de la promoción de los eventos están:			Total
		Organizados	Medianamente organizados	Desorganizados	
Edad	19 ó menos	23	86	21	130
	20 años	15	39	17	71
	21 a 22	14	54	23	91
	23 ó más	4	58	16	78
Total		56	237	77	370

Tabla de contingencia Edad * La publicidad y promoción de los eventos que se realizan en la UCAB es:

Recuento

		La publicidad y promoción de los eventos que se realizan en la UCAB es:				Total
		Muy informativa	Medianamente informativa	Poco informativa	No informativa	
Edad	19 ó menos	24	89	15	2	130
	20 años	15	44	11	1	71
	21 a 22	6	62	22	1	91
	23 ó más	6	54	17	1	78
Total		51	249	65	5	370

Tabla de contingencia Edad * En general, ¿dónde busca la información?

Recuento

		En general, ¿dónde busca la información?								Total
		Personal administrativo	Web	Pared	Correo electrónico	Carteleras	Profesores, delegados o RE	No la busco	Otros	
Edad	19 ó menos	16	20	42	8	26	3	5	6	126
	20 años	9	26	23	3	4	1	2	2	70
	21 a 22	9	14	37	9	11	6	0	4	90
	23 ó más	5	12	26	9	17	1	2	4	76
Total		39	72	128	29	58	11	9	16	362

Tabla de contingencia Edad * ¿Se enteró de la fecha de las postulaciones a centros de estudiantes y RE antes de las elecciones?

Recuento

		¿Se enteró de la fecha de las postulaciones a centros de estudiantes y RE antes de las elecciones?		Total
		Sí	No	
Edad	19 ó menos	65	65	130
	20 años	41	30	71
	21 a 22	48	43	91
	23 ó más	47	31	78
Total		201	169	370

Tabla de contingencia Edad * ¿A través de qué medio se enteró de las postulaciones?

Recuento

		¿A través de qué medio se enteró de las postulaciones?								Total	
		Personal administrativo	Profesores	Delegados	Correo electrónico	Carteleras	RE	Web	Pared		Amigos/compañeros
Edad	19 ó menos	0	3	6	4	5	28	2	7	10	65
	20 años	1	0	7	4	1	14	2	4	8	41
	21 a 22	2	2	3	8	2	13	2	5	11	48
	23 ó más	5	1	5	12	3	8	2	2	9	47
Total		8	6	21	28	11	63	8	18	38	201

Tabla de contingencia Edad * ¿Con cuánto tiempo de anticipación se enteró de las postulaciones?

Recuento

		¿Con cuánto tiempo de anticipación se enteró de las postulaciones?					Total
		1 semana antes	2 semanas antes	3 semanas antes	4 semanas antes	5 semanas antes	
Edad	19 ó menos	32	15	10	5	3	65
	20 años	17	15	4	5	0	41
	21 a 22	14	9	6	10	9	48
	23 ó más	15	20	7	4	1	47
Total		78	59	27	24	13	201

Tabla de contingencia Edad * ¿Se enteró del nuevo sistema de acceso a la Universidad con la TAI?

Recuento

		¿Se enteró del nuevo sistema de acceso a la Universidad con la TAI?		Total
		Sí	No	
Edad	19 ó menos	109	21	130
	20 años	56	15	71
	21 a 22	76	15	91
	23 ó más	72	6	78
Total		313	57	370

Tabla de contingencia Edad * ¿A través de qué medio se enteró de la implementación de la TAI?

Recuento

		¿A través de qué medio se enteró de la implementación de la TAI?					Total
		Personal de seguridad	Volantes	Afiches	Correo electrónico	Otro	
Edad	19 ó menos	23	33	10	10	33	109
	20 años	6	24	10	8	8	56
	21 a 22	12	26	10	9	19	76
	23 ó más	11	22	14	10	15	72
Total		52	105	44	37	75	313

Tabla de contingencia Edad * ¿Se enteró de la fecha del proceso de inscripciones académicas antes del día asignado?

Recuento

		¿Se enteró de la fecha del proceso de inscripciones académicas antes del día asignado?		Total
		Sí	No	
Edad	19 ó menos	112	18	130
	20 años	61	10	71
	21 a 22	82	9	91
	23 ó más	70	8	78
Total		325	45	370

Tabla de contingencia Edad * ¿Dónde obtiene las notas certificadas por la Universidad?

Recuento

		¿Dónde obtiene las notas certificadas por la Universidad?		Total
		Sí	No	
Edad	19 ó menos	48	82	130
	20 años	35	36	71
	21 a 22	64	27	91
	23 ó más	59	19	78
Total		206	164	370

Tabla de contingencia Edad * ¿Cuál es la mascota de la UCAB?

Recuento

		¿Cuál es la mascota de la UCAB?			Total
		No tiene	Otro	No sabe/no contesta	
Edad	19 ó menos	6	30	94	130
	20 años	6	17	48	71
	21 a 22	13	24	54	91
	23 ó más	8	25	45	78
Total		33	96	241	370

Tabla de contingencia Edad * ¿Conoce el himno de la UCAB?

Recuento

		¿Conoce el himno de la UCAB?		Total
		Sí	No	
Edad	19 ó menos	67	63	130
	20 años	22	49	71
	21 a 22	51	40	91
	23 ó más	43	35	78
Total		183	187	370

Tabla de contingencia Edad * ¿Cuándo se enteró de la suspensión de clases debido a las vaguadas en Febrero de 2005?

Recuento

		¿Cuándo se enteró de la suspensión de clases debido a las vaguadas en Febrero de 2005?		Total
		Antes	Después	
Edad	19 ó menos	68	41	109
	20 años	38	27	65
	21 a 22	55	29	84
	23 ó más	48	24	72
Total		209	121	330

Tabla de contingencia Edad * ¿A través de que medio se enteró de la suspensión de clases?

Recuento

		¿A través de que medio se enteró de la suspensión de clases?								Total
		Personal Administrativo	RE	Delegados	Web	Profesores	Correo electrónico	Un amigo	Otro	
Edad	19 ó menos	2	2	1	5	2	7	24	25	68
	20 años	2	2	2	4	4	3	11	10	38
	21 a 22	1	3	2	3	3	5	19	19	55
	23 ó más	1	1	4	5	2	8	15	12	48
Total		6	8	9	17	11	23	69	66	209

Tabla de contingencia Edad * ¿Considera que ese es el canal adecuado para dar ese tipo de información?

Recuento

		¿Considera que ese es el canal adecuado para dar ese tipo de información?		Total
		Sí	No	
Edad	19 ó menos	38	30	68
	20 años	23	15	38
	21 a 22	22	33	55
	23 ó más	26	22	48
Total		109	100	209

Tabla de contingencia Edad * ¿Considera que los medios que utiliza la Universidad son suficientes?

Recuento

		¿Considera que los medios que utiliza la Universidad son suficientes?		Total
		Sí	No	
Edad	19 ó menos	63	67	130
	20 años	29	42	71
	21 a 22	28	63	91
	23 ó más	37	41	78
Total		157	213	370

Tabla de contingencia Edad * ¿Por qué?

Recuento

		¿Por qué?										Total
		Información disponible y accesible	Son suficientes	Mejorar los existentes	Depende del interés del estudiante	Son demasiados/ saturación	Hay gente desinformada	La información no llega	La información llega tarde	Inaccesibilidad	Son pocos	
Edad	19 ó menos	12	5	31	7	0	11	9	4	3	7	89
	20 años	3	4	9	2	0	6	8	6	2	4	44
	21 a 22	6	1	12	6	1	13	17	3	4	3	66
	23 ó más	3	1	21	4	2	9	10	3	3	3	59
Total		24	11	73	19	3	39	44	16	12	17	258

Tabla de contingencia Edad * ¿Con qué frecuencia utiliza el correo de la UCAB?

Recuento

		¿Con qué frecuencia utiliza el correo de la UCAB?							Total	
		2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanalmente	Cada 15 días	Mensualmente	Bimensualmente		Nunca
Edad	19 ó menos	1	7	13	14	9	14	10	62	130
	20 años	0	6	3	7	2	8	9	36	71
	21 a 22	0	10	6	5	5	9	5	51	91
	23 ó más	3	9	2	10	6	4	6	38	78
Total		4	32	24	36	22	35	30	187	370

Tabla de contingencia Edad * ¿Con qué frecuencia utiliza su correo personal?

Recuento

		¿Con qué frecuencia utiliza su correo personal?							Total	
		2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanalmente	Cada 15 días	Mensualmente	Bimensualmente		Nunca
Edad	19 ó menos	19	71	16	15	6	2	0	1	130
	20 años	14	39	9	2	2	0	0	5	71
	21 a 22	17	54	12	3	2	1	0	2	91
	23 ó más	21	40	11	4	0	0	1	1	78
Total		71	204	48	24	10	3	1	9	370

Tabla de contingencia Edad * ¿Con qué frecuencia consulta la Página Web de la UCAB?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta la Página Web de la UCAB?							Total	
		Diariamente	Interdiario	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensu almente	Casi nunca		Nunca
Edad	19 ó menos	8	18	37	14	21	7	22	3	130
	20 años	6	8	25	10	6	4	11	1	71
	21 a 22	9	7	16	7	12	5	28	7	91
	23 ó más	13	12	16	8	11	3	11	4	78
Total		36	45	94	39	50	19	72	15	370

Tabla de contingencia Edad * ¿Con qué frecuencia busca información en carteleras?

Recuento

		¿Con qué frecuencia busca información en carteleras?							Total	
		2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensu almente		Nunca
Edad	19 ó menos	4	33	27	26	12	8	10	10	130
	20 años	2	21	9	11	11	9	4	4	71
	21 a 22	2	21	22	22	8	6	7	3	91
	23 ó más	0	21	14	20	12	7	1	3	78
Total		8	96	72	79	43	30	22	20	370

Tabla de contingencia Edad * ¿Con qué frecuencia lee los afiches de las paredes de la UCAB?

Recuento

		¿Con qué frecuencia lee los afiches de las paredes de la UCAB?							Total	
		Diariamente	Interdiario	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensual mente	Casi nunca		Nunca
Edad	19 ó menos	45	28	22	7	5	0	20	3	130
	20 años	19	15	13	10	4	1	7	2	71
	21 a 22	23	19	22	9	1	2	14	1	91
	23 ó más	34	15	18	2	4	0	2	3	78
Total		121	77	75	28	14	3	43	9	370

Tabla de contingencia Edad * ¿Con qué frecuencia consulta información del delegado?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta información del delegado?				Total	
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca		Nunca
Edad	19 ó menos	14	20	11	30	55	130
	20 años	7	14	8	13	29	71
	21 a 22	14	13	8	23	33	91
	23 ó más	11	12	12	16	27	78
Total		46	59	39	82	144	370

Tabla de contingencia Edad * ¿Con qué frecuencia consulta información de las autoridades?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta información de las autoridades?					Total
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca	Nunca	
Edad	19 ó menos	4	23	28	58	17	130
	20 años	3	9	24	30	5	71
	21 a 22	7	21	14	32	17	91
	23 ó más	11	17	10	30	10	78
Total		25	70	76	150	49	370

Tabla de contingencia Edad * ¿Con qué frecuencia consulta información de los profesores?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta información de los profesores?					Total
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca	Nunca	
Edad	19 ó menos	3	36	26	55	10	130
	20 años	2	23	13	26	7	71
	21 a 22	3	17	13	44	14	91
	23 ó más	5	26	15	22	10	78
Total		13	102	67	147	41	370

Tabla de contingencia Edad * Al consultar a los profesores información institucional

Recuento

		Al consultar a los profesores información institucional			Total
		Recibes respuesta	Remiten a otra instancia	No dan respuesta	
Edad	19 ó menos	56	60	14	130
	20 años	34	31	6	71
	21 a 22	30	51	10	91
	23 ó más	40	32	6	78
Total		160	174	36	370

Tabla de contingencia Edad * ¿Utiliza algún otro medio para consultar información?

Recuento

		¿Utiliza algún otro medio para consultar información?		Total
		Sí	No	
Edad	19 ó menos	19	111	130
	20 años	15	56	71
	21 a 22	8	83	91
	23 ó más	13	65	78
Total		55	315	370

Tabla de contingencia Edad * ¿Cuál?

Recuento		¿Cuál?							Total
		No específica	Grupo de MSN	El Ucabista	Compañeros /amigos	Medios externos	Personal de seguridad	Protocolo	
Edad	19 ó menos	5	0	3	7	3	0	1	19
	20 años	6	0	4	5	0	0	0	15
	21 a 22	4	1	0	3	1	0	0	9
	23 ó más	6	0	4	2	0	1	0	13
Total		21	1	11	17	4	1	1	56

Tabla de contingencia Edad * Propuesta de nuevo medio

Recuento		Propuesta de nuevo medio												Total	
		Mejorar los existentes	Radio	TV	Medios externos	Lista de correo actualizada	Boletín	Nuevas carteleras	Pantallas electrónicas	Central de información	Mensajes de texto	Periódico estudiantil	Cara a cara		Otros
Edad	19 ó menos	23	6	8	6	11	4	5	2	4	4	0	6	6	85
	20 años	14	6	4	2	4	1	2	1	2	1	2	2	1	42
	21 a 22	16	13	4	4	7	1	5	1	1	1	0	5	6	64
	23 ó más	12	11	6	2	11	3	2	2	3	1	1	2	3	59
Total		65	36	22	14	33	9	14	6	10	7	3	15	16	250

CRUCE DE VARIABLES POR ESCUELA

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Qué tan informado se siente sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?

Recuento		¿Qué tan informado se siente sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?				Total
		Muy informado	Informado	Poco informado	Nada informado	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	1	19	27	5	52
	Ciencias Sociales	1	20	11	3	35
	Comunicación Social	3	28	24	2	57
	Derecho	2	15	29	2	48
	Economía	1	8	14	1	24
	Educación	4	13	11	1	29
	Filosofía	0	3	1	0	4
	Ingeniería Industrial	1	2	4	0	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	5	22	13	3	43
	Ingeniería Informática	2	17	17	1	37
	Ingeniería Civil	1	1	9	1	12
	Letras	4	8	2	0	14
	Psicología	1	3	4	0	8
	Total	26	159	166	19	370

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Qué tan interesado está en recibir información sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?

Recuento		¿Qué tan interesado está en recibir información sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?				Total
		Muy interesado	Interesado	Poco interesado	Nada interesado	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	12	28	10	2	52
	Ciencias Sociales	13	18	2	2	35
	Comunicación Social	25	26	6	0	57
	Derecho	18	25	5	0	48
	Economía	7	13	4	0	24
	Educación	11	11	7	0	29
	Filosofía	0	4	0	0	4
	Ingeniería Industrial	1	5	1	0	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	12	27	4	0	43
	Ingeniería Informática	5	24	8	0	37
	Ingeniería Civil	1	9	2	0	12
	Letras	7	5	2	0	14
	Psicología	5	3	0	0	8
Total		117	198	51	4	370

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Conoce al Decanato de Desarrollo Estudiantil?

Recuento

		¿Conoce al Decanato de Desarrollo Estudiantil?		Total
		Sí	No	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	16	36	52
	Ciencias Sociales	20	15	35
	Comunicación Social	33	24	57
	Derecho	23	25	48
	Economía	12	12	24
	Educación	18	11	29
	Filosofía	3	1	4
	Ingeniería Industrial	3	4	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	20	23	43
	Ingeniería Informática	13	24	37
	Ingeniería Civil	4	8	12
	Letras	7	7	14
	Psicología	4	4	8
Total	176	194	370	

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * Instancias que definen Decanato

Recuento		Instancias que definen Decanato						Total
		Dirección de Cultura	Dirección de Pastoral	Dirección de Deportes	Ayuda Económica	Proyección a la Comunidad	CADH	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	1	0	2	2	0	0	5
	Ciencias Sociales	6	0	0	0	0	1	7
	Comunicación Social	5	0	0	3	0	2	10
	Derecho	1	0	0	3	2	0	6
	Economía	2	0	0	2	0	0	4
	Educación	1	1	0	2	0	0	4
	Ingeniería Industrial	2	0	0	0	0	1	3
	Ingeniería en Telecomunicaciones	2	0	0	0	0	0	2
	Ingeniería Informática	2	0	2	1	0	0	5
	Ingeniería Civil	1	0	0	0	0	0	1
	Letras	3	0	0	0	0	0	3
	Psicología	2	0	0	1	0	0	3
Total		28	1	4	14	2	4	53

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * Cantidad de publicidad y promoción de las actividades que se desarrollan en la UCAB es:

Recuento		Cantidad de publicidad y promoción de las actividades que se desarrollan en la UCAB es:				Total
		Bastante	Suficiente	Insuficiente	Muy escasa	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	3	29	19	1	52
	Ciencias Sociales	4	15	12	4	35
	Comunicación Social	7	16	34	0	57
	Derecho	2	18	24	4	48
	Economía	5	9	9	1	24
	Educación	1	15	10	3	29
	Filosofía	1	1	2	0	4
	Ingeniería Industrial	1	2	4	0	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	5	24	13	1	43
	Ingeniería Informática	2	18	17	0	37
	Ingeniería Civil	1	5	5	1	12
	Letras	3	9	2	0	14
	Psicología	0	1	7	0	8
Total	35	162	158	15	370	

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * Los espacios de uso y colocación de la promoción de los eventos están:

Recuento		Los espacios de uso y colocación de la promoción de los eventos están:			Total
		Organizados	Medianamente organizados	Desorganizados	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	12	29	11	52
	Ciencias Sociales	10	20	5	35
	Comunicación Social	6	38	13	57
	Derecho	10	28	10	48
	Economía	0	15	9	24
	Educación	6	21	2	29
	Filosofía	0	3	1	4
	Ingeniería Industrial	1	5	1	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	5	28	10	43
	Ingeniería Informática	0	30	7	37
	Ingeniería Civil	3	5	4	12
	Letras	1	12	1	14
	Psicología	2	3	3	8
	Total	56	237	77	370

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * La publicidad y promoción de los eventos que se realizan en la UCAB es:

Recuento

		La publicidad y promoción de los eventos que se realizan en la UCAB es:				Total
		Muy informativa	Medianamente informativa	Poco informativa	No informativa	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	9	33	9	1	52
	Ciencias Sociales	6	26	3	0	35
	Comunicación Social	4	43	10	0	57
	Derecho	3	30	14	1	48
	Economía	3	16	5	0	24
	Educación	7	18	4	0	29
	Filosofía	0	4	0	0	4
	Ingeniería Industrial	3	3	1	0	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	8	30	4	1	43
	Ingeniería Informática	5	21	11	0	37
	Ingeniería Civil	1	8	2	1	12
	Letras	2	12	0	0	14
	Psicología	0	5	2	1	8
Total		51	249	65	5	370

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * En general, ¿dónde busca la información?

Recuento		En general, ¿dónde busca la información?								Total
		Personal administrativo	Web	Pared	Correo electrónico	Cartelera	Profesores, delegados o RE	No la busco	Otros	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	8	17	17	0	7	2	1	0	52
	Ciencias Sociales	1	8	13	1	11	0	0	1	35
	Comunicación Social	7	13	17	7	6	2	0	2	54
	Derecho	9	6	18	1	9	1	0	1	45
	Economía	2	4	9	1	6	0	1	1	24
	Educación	5	4	13	1	1	2	1	2	29
	Filosofía	0	1	3	0	0	0	0	0	4
	Ingeniería Industrial	0	1	3	1	0	0	0	2	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	2	10	11	6	6	2	4	1	42
	Ingeniería Informática	4	3	10	9	3	1	2	4	36
	Ingeniería Civil	0	1	6	0	4	0	0	1	12
	Letras	1	3	5	1	4	0	0	0	14
Psicología	0	1	3	1	1	1	0	1	8	
Total		39	72	128	29	58	11	9	16	362

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Se enteró de la fecha de las postulaciones a centros de estudiantes y RE antes de las elecciones?

Recuento

		¿Se enteró de la fecha de las postulaciones a centros de estudiantes y RE antes de las elecciones?		Total
		Sí	No	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	22	30	52
	Ciencias Sociales	19	16	35
	Comunicación Social	38	19	57
	Derecho	21	27	48
	Economía	22	2	24
	Educación	15	14	29
	Filosofía	2	2	4
	Ingeniería Industrial	3	4	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	20	23	43
	Ingeniería Informática	21	16	37
	Ingeniería Civil	4	8	12
	Letras	10	4	14
	Psicología	4	4	8
	Total	201	169	370

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿A través de qué medio se enteró de las postulaciones?

Recuento		¿A través de qué medio se enteró de las postulaciones?									Total
		Personal administrativo	Profesores	Delegados	Correo electrónico	Cartelera	RE	Web	Pared	Amigos/compañeros	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	0	2	2	0	0	10	1	3	4	22
	Ciencias Sociales	2	1	1	1	0	10	0	0	4	19
	Comunicación Social	0	0	6	10	2	10	1	5	4	38
	Derecho	1	0	2	1	3	6	1	4	3	21
	Economía	1	1	5	3	2	5	0	0	5	22
	Educación	0	1	5	4	0	4	0	0	1	15
	Filosofía	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	Ingeniería Industrial	0	0	0	0	0	1	0	1	1	3
	Ingeniería en Telecomunicaciones	1	1	0	2	1	6	1	2	6	20
	Ingeniería Informática	1	0	0	7	2	0	4	2	5	21
	Ingeniería Civil	0	0	0	0	0	1	0	1	2	4
	Letras	0	0	0	0	1	7	0	0	2	10
	Psicología	0	0	0	0	0	3	0	0	1	4
Total	8	6	21	28	11	63	8	18	38	201	

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Con cuánto tiempo de anticipación se enteró de las postulaciones?

Recuento

		¿Con cuánto tiempo de anticipación se enteró de las postulaciones?					Total
		1 semana antes	2 semanas antes	3 semanas antes	4 semanas antes	5 semanas antes	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	12	7	1	1	1	22
	Ciencias Sociales	9	3	4	2	1	19
	Comunicación Social	12	14	6	3	3	38
	Derecho	10	3	4	2	2	21
	Economía	7	8	2	4	1	22
	Educación	4	3	2	4	2	15
	Filosofía	2	0	0	0	0	2
	Ingeniería Industrial	1	0	0	1	1	3
	Ingeniería en Telecomunicaciones	7	8	2	3	0	20
	Ingeniería Informática	10	7	2	1	1	21
	Ingeniería Civil	2	1	1	0	0	4
	Letras	1	5	1	3	0	10
	Psicología	1	0	2	0	1	4
Total	78	59	27	24	13	201	

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Se enteró del nuevo sistema de acceso a la Universidad con la TAI?

Recuento		¿Se enteró del nuevo sistema de acceso a la Universidad con la TAI?		Total
		Sí	No	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	41	11	52
	Ciencias Sociales	32	3	35
	Comunicación Social	42	15	57
	Derecho	41	7	48
	Economía	23	1	24
	Educación	26	3	29
	Filosofía	3	1	4
	Ingeniería Industrial	7	0	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	38	5	43
	Ingeniería Informática	31	6	37
	Ingeniería Civil	11	1	12
	Letras	10	4	14
	Psicología	8	0	8
Total	313	57	370	

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿A través de qué medio se enteró de la implementación de la TAI?

Recuento		¿A través de qué medio se enteró de la implementación de la TAI?					Total
		Personal de seguridad	Volantes	Afiches	Correo electrónico	Otro	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	11	5	6	7	12	41
	Ciencias Sociales	6	17	2	1	6	32
	Comunicación Social	3	12	4	2	21	42
	Derecho	7	17	7	4	6	41
	Economía	1	11	4	4	3	23
	Educación	3	6	7	6	4	26
	Filosofía	2	0	1	0	0	3
	Ingeniería Industrial	1	3	0	0	3	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	8	13	8	3	6	38
	Ingeniería Informática	4	11	3	7	6	31
	Ingeniería Civil	2	4	0	1	4	11
	Letras	1	4	2	1	2	10
	Psicología	3	2	0	1	2	8
Total		52	105	44	37	75	313

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Se enteró de la fecha del proceso de inscripciones académicas antes del día asignado?

Recuento

		¿Se enteró de la fecha del proceso de inscripciones académicas antes del día asignado?		Total
		Sí	No	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	41	11	52
	Ciencias Sociales	30	5	35
	Comunicación Social	52	5	57
	Derecho	42	6	48
	Economía	22	2	24
	Educación	24	5	29
	Filosofía	4	0	4
	Ingeniería Industrial	7	0	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	43	0	43
	Ingeniería Informática	32	5	37
	Ingeniería Civil	11	1	12
	Letras	12	2	14
	Psicología	5	3	8
Total	325	45	370	

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Dónde obtiene las notas certificadas por la Universidad?

Recuento

		¿Dónde obtiene las notas certificadas por la Universidad?		Total
		Sí	No	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	25	27	52
	Ciencias Sociales	16	19	35
	Comunicación Social	35	22	57
	Derecho	25	23	48
	Economía	17	7	24
	Educación	16	13	29
	Filosofía	1	3	4
	Ingeniería Industrial	3	4	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	27	16	43
	Ingeniería Informática	24	13	37
	Ingeniería Civil	6	6	12
	Letras	4	10	14
	Psicología	7	1	8
	Total	206	164	370

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Cuál es la mascota de la UCAB?

Recuento

		¿Cuál es la mascota de la UCAB?			Total
		No tiene	Otro	No sabe/no contesta	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	2	13	37	52
	Ciencias Sociales	7	13	15	35
	Comunicación Social	3	10	44	57
	Derecho	4	7	37	48
	Economía	2	9	13	24
	Educación	0	9	20	29
	Filosofía	0	1	3	4
	Ingeniería Industrial	2	1	4	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	5	13	25	43
	Ingeniería Informática	3	12	22	37
	Ingeniería Civil	2	1	9	12
	Letras	0	6	8	14
	Psicología	3	1	4	8
	Total		33	96	241

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Conoce el himno de la UCAB?

Recuento		¿Conoce el himno de la UCAB?		Total
		Sí	No	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	19	33	52
	Ciencias Sociales	16	19	35
	Comunicación Social	27	30	57
	Derecho	21	27	48
	Economía	15	9	24
	Educación	23	6	29
	Filosofía	2	2	4
	Ingeniería Industrial	0	7	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	24	19	43
	Ingeniería Informática	18	19	37
	Ingeniería Civil	5	7	12
	Letras	9	5	14
	Psicología	4	4	8
	Total	183	187	370

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Cuándo se enteró de la suspensión de clases debido a las vaguadas en Febrero de 2005?

Recuento

		¿Cuándo se enteró de la suspensión de clases debido a las vaguadas en Febrero de 2005?		Total
		Antes	Después	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	22	25	47
	Ciencias Sociales	22	9	31
	Comunicación Social	32	16	48
	Derecho	23	23	46
	Economía	16	7	23
	Educación	18	6	24
	Filosofía	3	1	4
	Ingeniería Industrial	4	2	6
	Ingeniería en Telecomunicaciones	31	6	37
	Ingeniería Informática	17	14	31
	Ingeniería Civil	6	5	11
	Letras	9	5	14
	Psicología	6	2	8
Total		209	121	330

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿A través de qué medio se enteró de las postulaciones?

Recuento

		¿A través de qué medio se enteró de las postulaciones?									Total
		Personal administrativo	Profesores	Delegados	Correo electrónico	Carteleras	RE	Web	Pared	Amigos/compañeros	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	0	2	2	0	0	10	1	3	4	22
	Ciencias Sociales	2	1	1	1	0	10	0	0	4	19
	Comunicación Social	0	0	6	10	2	10	1	5	4	38
	Derecho	1	0	2	1	3	6	1	4	3	21
	Economía	1	1	5	3	2	5	0	0	5	22
	Educación	0	1	5	4	0	4	0	0	1	15
	Filosofía	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	Ingeniería Industrial	0	0	0	0	0	1	0	1	1	3
	Ingeniería en Telecomunicaciones	1	1	0	2	1	6	1	2	6	20
	Ingeniería Informática	1	0	0	7	2	0	4	2	5	21
	Ingeniería Civil	0	0	0	0	0	1	0	1	2	4
	Letras	0	0	0	0	1	7	0	0	2	10
	Psicología	0	0	0	0	0	3	0	0	1	4
	Total	8	6	21	28	11	63	8	18	38	201

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Considera que ese es el canal adecuado para dar ese tipo de información?

Recuento

		¿Considera que ese es el canal adecuado para dar ese tipo de información?		Total
		Sí	No	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	11	11	22
	Ciencias Sociales	16	6	22
	Comunicación Social	15	17	32
	Derecho	10	13	23
	Economía	8	8	16
	Educación	12	6	18
	Filosofía	3	0	3
	Ingeniería Industrial	2	2	4
	Ingeniería en Telecomunicaciones	14	17	31
	Ingeniería Informática	7	10	17
	Ingeniería Civil	5	1	6
	Letras	5	4	9
	Psicología	1	5	6
Total	109	100	209	

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Considera que los medios que utiliza la Universidad son suficientes?

Recuento		¿Considera que los medios que utiliza la Universidad son suficientes?		Total
		Sí	No	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	23	29	52
	Ciencias Sociales	17	18	35
	Comunicación Social	26	31	57
	Derecho	17	31	48
	Economía	11	13	24
	Educación	10	19	29
	Filosofía	1	3	4
	Ingeniería Industrial	3	4	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	23	20	43
	Ingeniería Informática	14	23	37
	Ingeniería Civil	3	9	12
	Letras	8	6	14
	Psicología	1	7	8
	Total	157	213	370

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Por qué?

Recuento		¿Por qué?										Total
		Información disponible y accesible	Son suficientes	Mejorar los existentes	Depende del interés del estudiante	Son demasiados/sobresaturación	Hay gente desinformada	La información no llega	La información llega tarde	Inaccesibilidad	Son pocos	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	3	2	12	2	0	5	5	4	1	1	35
	Ciencias Sociales	3	1	5	1	0	5	3	0	0	1	19
	Comunicación Social	3	3	12	4	1	6	4	2	2	3	40
	Derecho	4	0	10	1	0	4	8	2	1	0	30
	Economía	0	1	7	1	1	2	2	1	3	1	19
	Educación	2	2	4	4	0	2	7	2	0	4	27
	Filosofía	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	3
	Ingeniería Industrial	0	0	3	0	0	0	0	0	0	1	4
	Ingeniería en Telecomunicaciones	7	1	11	2	1	3	3	1	3	0	32
	Ingeniería Informática	0	0	3	2	0	5	7	2	2	2	23
	Ingeniería Civil	2	0	2	0	0	3	2	1	0	0	10
	Letras	0	1	2	1	0	1	1	1	0	2	9
	Psicología	0	0	1	1	0	3	1	0	0	1	7
Total	24	11	73	19	3	39	44	16	12	17	258	

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Con qué frecuencia utiliza el correo de la UCAB?

Recuento		¿Con qué frecuencia utiliza el correo de la UCAB?								Total
		2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensual mente	Nunca	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	0	4	3	7	2	3	6	27	52
	Ciencias Sociales	0	4	1	3	0	7	2	18	35
	Comunicación Social	1	3	2	3	7	6	4	31	57
	Derecho	0	4	1	1	1	4	3	34	48
	Economía	0	4	1	2	3	2	2	10	24
	Educación	2	4	2	3	1	3	3	11	29
	Filosofía	0	0	0	0	0	1	0	3	4
	Ingeniería Industrial	0	0	1	1	3	1	0	1	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	0	2	8	6	4	1	6	16	43
	Ingeniería Informática	1	5	2	4	0	4	4	17	37
	Ingeniería Civil	0	1	1	4	0	1	0	5	12
	Letras	0	1	1	2	1	1	0	8	14
	Psicología	0	0	1	0	0	1	0	6	8
	Total	4	32	24	36	22	35	30	187	370

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Con qué frecuencia utiliza su correo personal?

Recuento		¿Con qué frecuencia utiliza su correo personal?								Total
		2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensual mente	Nunca	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	9	27	8	1	5	0	0	2	52
	Ciencias Sociales	10	18	1	5	1	0	0	0	35
	Comunicación Social	14	28	8	2	3	1	0	1	57
	Derecho	6	31	6	3	0	1	0	1	48
	Economía	7	11	4	0	0	0	0	2	24
	Educación	3	16	5	2	0	1	0	2	29
	Filosofía	1	2	1	0	0	0	0	0	4
	Ingeniería Industrial	3	3	1	0	0	0	0	0	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	9	28	2	3	0	0	1	0	43
	Ingeniería Informática	8	22	6	1	0	0	0	0	37
	Ingeniería Civil	1	5	3	3	0	0	0	0	12
	Letras	0	10	1	2	1	0	0	0	14
	Psicología	0	3	2	2	0	0	0	1	8
Total		71	204	48	24	10	3	1	9	370

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Con qué frecuencia consulta la Página Web de la UCAB?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta la Página Web de la UCAB?							Total	
		Diariamente	Interdiario	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensual mente	Casi nunca		Nunca
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	4	8	15	7	5	2	10	1	52
	Ciencias Sociales	2	6	7	5	10	1	3	1	35
	Comunicación Social	4	4	19	6	10	4	9	1	57
	Derecho	4	0	9	4	6	4	16	5	48
	Economía	4	5	5	1	4	0	5	0	24
	Educación	8	3	3	0	2	2	7	4	29
	Filosofía	0	1	2	1	0	0	0	0	4
	Ingeniería Industrial	1	1	3	0	1	0	1	0	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	7	9	12	6	4	0	5	0	43
	Ingeniería Informática	1	4	6	4	7	5	8	2	37
	Ingeniería Civil	0	2	5	1	0	1	3	0	12
	Letras	1	2	5	4	1	0	1	0	14
	Psicología	0	0	3	0	0	0	4	1	8
Total	36	45	94	39	50	19	72	15	370	

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Con qué frecuencia busca información en carteleras?

Recuento		¿Con qué frecuencia busca información en carteleras?								Total
		2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanalmente	Cada 15 días	Mensualmente	Bimensualmente	Nunca	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	0	9	8	6	12	6	7	4	52
	Ciencias Sociales	1	5	7	10	6	4	1	1	35
	Comunicación Social	3	12	12	17	5	2	3	3	57
	Derecho	0	15	9	11	6	3	1	3	48
	Economía	1	5	4	5	4	4	1	0	24
	Educación	0	10	3	4	2	4	3	3	29
	Filosofía	0	2	2	0	0	0	0	0	4
	Ingeniería Industrial	0	3	1	1	0	0	0	2	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	1	11	13	8	4	5	1	0	43
	Ingeniería Informática	2	9	6	7	4	1	5	3	37
	Ingeniería Civil	0	3	2	5	0	1	0	1	12
	Letras	0	10	3	1	0	0	0	0	14
	Psicología	0	2	2	4	0	0	0	0	8
Total	8	96	72	79	43	30	22	20	370	

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Con qué frecuencia lee los afiches de las paredes de la UCAB?

Recuento		¿Con qué frecuencia lee los afiches de las paredes de la UCAB?								Total
		Diariamente	Interdiario	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensualmente	Casi nunca	Nunca	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	13	9	6	7	2	1	12	2	52
	Ciencias Sociales	15	5	6	3	2	1	3	0	35
	Comunicación Social	23	11	7	5	2	0	7	2	57
	Derecho	18	11	10	3	1	0	3	2	48
	Economía	6	5	9	1	1	0	1	1	24
	Educación	13	1	8	1	2	0	4	0	29
	Filosofía	3	1	0	0	0	0	0	0	4
	Ingeniería Industrial	2	0	3	0	0	0	2	0	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	13	17	7	2	1	0	2	1	43
	Ingeniería Informática	5	9	12	4	0	0	6	1	37
	Ingeniería Civil	4	1	2	1	2	1	1	0	12
	Letras	4	5	3	0	0	0	2	0	14
	Psicología	2	2	2	1	1	0	0	0	8
	Total	121	77	75	28	14	3	43	9	370

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Con qué frecuencia consulta información del delegado?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta información del delegado?					Total
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca	Nunca	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	3	3	2	12	32	52
	Ciencias Sociales	6	6	6	8	9	35
	Comunicación Social	8	13	13	19	4	57
	Derecho	9	9	5	16	9	48
	Economía	5	9	5	1	4	24
	Educación	9	5	4	6	5	29
	Filosofía	0	1	0	1	2	4
	Ingeniería Industrial	0	0	0	4	3	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	1	1	1	6	34	43
	Ingeniería Informática	0	1	0	5	31	37
	Ingeniería Civil	0	1	1	2	8	12
	Letras	2	6	1	2	3	14
	Psicología	3	4	1	0	0	8
Total		46	59	39	82	144	370

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Con qué frecuencia consulta información de las autoridades?

Recuento		¿Con qué frecuencia consulta información de las autoridades?					Total
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca	Nunca	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	2	4	10	28	8	52
	Ciencias Sociales	3	9	9	12	2	35
	Comunicación Social	8	20	8	14	7	57
	Derecho	3	4	6	25	10	48
	Economía	2	8	7	4	3	24
	Educación	1	8	6	12	2	29
	Filosofía	3	0	0	1	0	4
	Ingeniería Industrial	0	1	1	3	2	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	2	9	11	20	1	43
	Ingeniería Informática	1	2	9	15	10	37
	Ingeniería Civil	0	1	1	9	1	12
	Letras	0	3	6	5	0	14
	Psicología	0	1	2	2	3	8
	Total	25	70	76	150	49	370

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Con qué frecuencia consulta información de los profesores?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta información de los profesores?					Total
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca	Nunca	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	1	13	7	20	11	52
	Ciencias Sociales	1	15	7	11	1	35
	Comunicación Social	3	19	6	20	9	57
	Derecho	0	8	6	27	7	48
	Economía	0	7	5	8	4	24
	Educación	1	9	4	14	1	29
	Filosofía	3	0	1	0	0	4
	Ingeniería Industrial	0	2	1	4	0	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	2	15	14	11	1	43
	Ingeniería Informática	2	8	8	15	4	37
	Ingeniería Civil	0	3	2	6	1	12
	Letras	0	3	4	6	1	14
	Psicología	0	0	2	5	1	8
Total	13	102	67	147	41	370	

**Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * Al consultar a los profesores
información Institucional**

Recuento

		Al consultar a los profesores información institucional			Total
		Recibes respuesta	Remiten a otra instancia	No dan respuesta	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	17	27	8	52
	Ciencias Sociales	19	12	4	35
	Comunicación Social	26	24	7	57
	Derecho	14	29	5	48
	Economía	11	11	2	24
	Educación	10	18	1	29
	Filosofía	4	0	0	4
	Ingeniería Industrial	1	4	2	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	24	17	2	43
	Ingeniería Informática	18	14	5	37
	Ingeniería Civil	6	6	0	12
	Letras	6	8	0	14
	Psicología	4	4	0	8
	Total	160	174	36	370

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Utiliza algún otro medio para consultar información?

Recuento

		¿Utiliza algún otro medio para consultar información?		Total
		Sí	No	
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	5	47	52
	Ciencias Sociales	5	30	35
	Comunicación Social	9	48	57
	Derecho	5	43	48
	Economía	7	17	24
	Educación	3	26	29
	Filosofía	0	4	4
	Ingeniería Industrial	2	5	7
	Ingeniería en Telecomunicaciones	9	34	43
	Ingeniería Informática	5	32	37
	Ingeniería Civil	2	10	12
	Letras	2	12	14
	Psicología	1	7	8
	Total	55	315	370

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * ¿Cuál?

Recuento		¿Cuál?						Total	
		No especifica	Grupo de MSN	El Ucabista	Compañeros/ amigos	Medios externos	Personal de seguridad		Protocolo
Escuela a la que pertenece	Administración y contaduría	4	0	0	1	0	0	0	5
	Ciencias Sociales	2	0	0	2	0	0	1	5
	Comunicación Social	2	0	3	2	2	0	0	9
	Derecho	2	0	0	3	1	0	0	6
	Economía	1	0	2	3	0	1	0	7
	Educación	2	0	1	0	0	0	0	3
	Ingeniería Industrial	2	0	0	0	0	0	0	2
	Ingeniería en Telecomunicaciones	4	1	3	0	1	0	0	9
	Ingeniería Informática	0	0	1	4	0	0	0	5
	Ingeniería Civil	0	0	0	2	0	0	0	2
	Letras	2	0	0	0	0	0	0	2
	Psicología	0	0	1	0	0	0	0	1
	Total	21	1	11	17	4	1	1	56

Tabla de contingencia Escuela a la que pertenece * Propuesta de nuevo medio

Recuento	Propuesta de nuevo medio													Total
	Mejorar los existentes	Radio	TV	Medios externos	Lista de correo actualizada	Boletín	Nuevas carteleras	Pantallas electrónicas	Central de información	Mensaje de texto	Periódico estudiantil	Cara a cara	Otros	
Escuela : Administración y contaduría	8	3	3	3	1	1	0	2	3	1	0	3	2	30
Escuela : Ciencias Sociales	7	2	3	1	3	0	1	0	1	1	2	1	2	24
Escuela : Comunicación Social	9	4	3	1	1	3	4	0	2	0	0	4	3	34
Escuela : Derecho	9	1	1	5	7	2	4	0	1	0	0	1	2	33
Escuela : Economía	3	2	2	0	7	0	1	1	1	0	0	1	0	18
Escuela : Educación	4	7	3	0	0	1	0	0	0	2	0	2	2	21
Escuela : Filosofía	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Escuela : Ingeniería Industrial	2	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	6
Escuela : Ingeniería en Telecomunicaciones	6	3	0	1	8	1	3	2	1	3	0	0	2	30
Escuela : Ingeniería Informática	5	12	3	0	2	0	1	1	0	0	1	3	1	29
Escuela : Ingeniería Civil	2	0	1	1	3	0	0	0	1	0	0	0	0	8
Escuela : Letras	6	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10
Escuela : Psicología	3	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5
Total	65	36	22	14	33	9	14	6	10	7	3	15	16	250

CRUCE DE VARIABLES POR NIVEL ACADÉMICO

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Qué tan informado se siente sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?

Recuento

		¿Qué tan informado se siente sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?				Total
		Muy informado	Informado	Poco informado	Nada informado	
Nivel académico	1er año	11	70	59	13	153
	2do año	3	30	37	3	73
	3er año	6	20	24	1	51
	4to año	1	21	19	1	42
	5to año	5	18	27	1	51
Total		26	159	166	19	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Qué tan interesado está en recibir información sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?

Recuento

		¿Qué tan interesado está en recibir información sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?				Total
		Muy interesado	Interesado	Poco interesado	Nada interesado	
Nivel académico	1er año	48	80	24	1	153
	2do año	23	39	9	2	73
	3er año	18	28	4	1	51
	4to año	13	23	6	0	42
	5to año	15	28	8	0	51
Total		117	198	51	4	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Conoce al Decanato de Desarrollo Estudiantil?

Recuento

		¿Conoce al Decanato de Desarrollo Estudiantil?		Total
		Sí	No	
Nivel académico	1er año	66	87	153
	2do año	31	42	73
	3er año	28	23	51
	4to año	16	26	42
	5to año	35	16	51
Total		176	194	370

Tabla de contingencia Nivel académico * Instancias que definen Decanato

Recuento

		Instancias que definen Decanato						Total
		Dirección de Cultura	Dirección de Pastoral	Dirección de Deportes	Ayuda Económica	Proyección a la Comunidad	CADH	
Nivel académico	1er año	7	0	3	3	1	1	15
	2do año	3	1	0	3	0	3	10
	3er año	10	0	0	3	0	0	13
	4to año	3	0	1	0	1	0	5
	5to año	5	0	0	5	0	0	10
Total		28	1	4	14	2	4	53

Tabla de contingencia Nivel académico * Cantidad de publicidad y promoción de las actividades que se desarrollan en la UCAB es:

Recuento

		Cantidad de publicidad y promoción de las actividades que se desarrollan en la UCAB es:				Total
		Bastante	Suficiente	Insuficiente	Muy escasa	
Nivel académico	1er año	17	83	49	4	153
	2do año	7	28	37	1	73
	3er año	3	20	24	4	51
	4to año	2	18	17	5	42
	5to año	6	13	31	1	51
Total		35	162	158	15	370

Tabla de contingencia Nivel académico * Los espacios de uso y colocación de la promoción de los eventos están:

Recuento

		Los espacios de uso y colocación de la promoción de los eventos están:			Total
		Organizados	Medianamente organizados	Desorganizados	
Nivel académico	1er año	31	93	29	153
	2do año	10	52	11	73
	3er año	7	32	12	51
	4to año	4	27	11	42
	5to año	4	33	14	51
Total		56	237	77	370

Tabla de contingencia Nivel académico * La publicidad y promoción de los eventos que se realizan en la UCAB es:

Recuento

		La publicidad y promoción de los eventos que se realizan en la UCAB es:				Total
		Muy informativa	Medianamente informativa	Poco informativa	No informativa	
Nivel académico	1er año	28	99	23	3	153
	2do año	11	48	14	0	73
	3er año	4	37	8	2	51
	4to año	2	31	9	0	42
	5to año	6	34	11	0	51
Total		51	249	65	5	370

Tabla de contingencia Nivel académico * En general, ¿dónde busca la información?

Recuento

		En general, ¿dónde busca la información?							Total	
		Personal administrativo	Web	Pared	Correo electrónico	Carteleras	Profesores, delegados o RE	No la busco		Otros
Nivel académico	1er año	18	25	50	12	25	4	6	9	149
	2do año	12	18	24	1	12	1	0	3	71
	3er año	3	16	15	3	8	4	1	0	50
	4to año	2	7	17	3	11	1	0	1	42
	5to año	4	6	22	10	2	1	2	3	50
Total		39	72	128	29	58	11	9	16	362

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Se enteró de la fecha de las postulaciones a centros de estudiantes y RE antes de las elecciones?

Recuento

		¿Se enteró de la fecha de las postulaciones a centros de estudiantes y RE antes de las elecciones?		Total
		Sí	No	
Nivel académico	1er año	76	77	153
	2do año	39	34	73
	3er año	30	21	51
	4to año	21	21	42
	5to año	35	16	51
Total		201	169	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿A través de qué medio se enteró de las postulaciones?

Recuento

		¿A través de qué medio se enteró de las postulaciones?									Total
		Personal administrativo	Profesores	Delegados	Correo electrónico	Carteleras	Representantes Estudiantiles	Web	Pared	Amigos/compañeros	
Nivel académico	1er año	1	3	11	2	5	30	3	5	16	76
	2do año	0	2	2	6	2	12	2	7	6	39
	3er año	4	0	2	2	0	10	1	4	7	30
	4to año	1	1	2	5	1	4	2	1	4	21
	5to año	2	0	4	13	3	7	0	1	5	35
Total		8	6	21	28	11	63	8	18	38	201

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Con cuánto tiempo de anticipación se enteró de las postulaciones?

Recuento

		¿Con cuánto tiempo de anticipación se enteró de las postulaciones?					Total
		1 semana antes	2 semanas antes	3 semanas antes	4 semanas antes	5 semanas antes	
Nivel académico	1er año	35	23	10	7	1	76
	2do año	16	10	4	5	4	39
	3er año	10	9	4	4	3	30
	4to año	10	5	2	2	2	21
	5to año	7	12	7	6	3	35
Total		78	59	27	24	13	201

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Se enteró del nuevo sistema de acceso a la Universidad con la TAI?

Recuento

		¿Se enteró del nuevo sistema de acceso a la Universidad con la TAI?		Total
		Sí	No	
Nivel académico	1er año	120	33	153
	2do año	69	4	73
	3er año	42	9	51
	4to año	37	5	42
	5to año	45	6	51
Total		313	57	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿A través de qué medio se enteró de la implementación de la TAI?

Recuento

		¿A través de qué medio se enteró de la implementación de la TAI?					Total
		Personal de seguridad	Volantes	Afiches	Correo electrónico	Otro	
Nivel académico	1er año	23	43	17	8	29	120
	2do año	11	25	5	6	22	69
	3er año	9	10	8	8	7	42
	4to año	6	14	5	7	5	37
	5to año	3	13	9	8	12	45
Total		52	105	44	37	75	313

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Se enteró de la fecha del proceso de inscripciones académicas antes del día asignado?

Recuento

		¿Se enteró de la fecha del proceso de inscripciones académicas antes del día asignado?		Total
		Sí	No	
Nivel académico	1er año	131	22	153
	2do año	64	9	73
	3er año	49	2	51
	4to año	36	6	42
	5to año	45	6	51
Total		325	45	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Dónde obtiene las notas certificadas por la Universidad?

Recuento

		¿Dónde obtiene las notas certificadas por la Universidad?		Total
		Sí	No	
Nivel académico	1er año	57	96	153
	2do año	46	27	73
	3er año	28	23	51
	4to año	32	10	42
	5to año	43	8	51
Total		206	164	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Cuál es la mascota de la UCAB?

Recuento

		¿Cuál es la mascota de la UCAB?			Total
		No tiene	Otro	No sabe/no contesta	
Nivel académico	1er año	9	37	107	153
	2do año	3	18	52	73
	3er año	8	16	27	51
	4to año	6	11	25	42
	5to año	7	14	30	51
Total		33	96	241	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Conoce el himno de la UCAB?

Recuento

		¿Conoce el himno de la UCAB?		Total
		Sí	No	
Nivel académico	1er año	72	81	153
	2do año	31	42	73
	3er año	23	28	51
	4to año	22	20	42
	5to año	35	16	51
Total		183	187	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Cuándo se enteró de la suspensión de clases debido a las vaguadas en Febrero de 2005?

Recuento

		¿Cuándo se enteró de la suspensión de clases debido a las vaguadas en Febrero de 2005?		Total
		Antes	Después	
Nivel académico	1er año	76	56	132
	2do año	41	23	64
	3er año	34	13	47
	4to año	25	13	38
	5to año	33	16	49
Total		209	121	330

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿A través de que medio se enteró de la suspensión de clases?

Recuento

		¿A través de que medio se enteró de la suspensión de clases?							Total	
		Personal Administrativo	Representantes Estudiantiles	Delegados	Web	Profesores	Correo electrónico	Un amigo		Otro
Nivel académico	1er año	0	4	2	7	3	7	28	25	76
	2do año	2	0	1	4	1	3	14	16	41
	3er año	2	3	0	3	3	3	9	11	34
	4to año	2	0	1	2	1	6	6	7	25
	5to año	0	1	5	1	3	4	12	7	33
Total		6	8	9	17	11	23	69	66	209

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Considera que ese es el canal adecuado para dar ese tipo de información?

Recuento

		¿Considera que ese es el canal adecuado para dar ese tipo de información?		Total
		Sí	No	
Nivel académico	1er año	43	33	76
	2do año	22	19	41
	3er año	19	15	34
	4to año	15	10	25
	5to año	10	23	33
Total		109	100	209

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Considera que los medios que utiliza la Universidad son suficientes?

Recuento

		¿Considera que los medios que utiliza la Universidad son suficientes?		Total
		Sí	No	
Nivel académico	1er año	70	83	153
	2do año	33	40	73
	3er año	18	33	51
	4to año	13	29	42
	5to año	23	28	51
Total		157	213	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Por qué?

Recuento

		¿Por qué?										Total
		Información disponible y accesible	Son suficientes	Mejorar los existentes	Depende del interés del estudiante	Son demasiados / sobre saturación	Hay gente desinformada	La información no llega	La información llega tarde	Inaccesibilidad	Son pocos	
Nivel académico	1er año	13	6	28	6	1	13	17	7	5	7	103
	2do año	6	2	15	2	0	7	5	5	1	5	48
	3er año	3	2	8	5	0	6	6	1	2	3	36
	4to año	1	1	8	1	0	10	7	2	1	0	31
	5to año	1	0	14	5	2	3	9	1	3	2	40
Total		24	11	73	19	3	39	44	16	12	17	258

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Con qué frecuencia utiliza el correo de la UCAB?

Recuento

		¿Con qué frecuencia utiliza el correo de la UCAB?							Total	
		2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensual mente		Nunca
Nivel académico	1er año	1	11	14	15	9	15	12	76	153
	2do año	0	3	4	7	3	10	7	39	73
	3er año	0	2	4	5	3	4	8	25	51
	4to año	2	4	0	4	1	1	2	28	42
	5to año	1	12	2	5	6	5	1	19	51
Total		4	32	24	36	22	35	30	187	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Con qué frecuencia utiliza su correo personal?

Recuento

		¿Con qué frecuencia utiliza su correo personal?							Total	
		2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensual mente		Nunca
Nivel académico	1er año	17	86	22	12	9	1	0	6	153
	2do año	13	39	12	7	0	1	0	1	73
	3er año	9	35	4	1	0	0	0	2	51
	4to año	13	22	4	2	0	0	1	0	42
	5to año	19	22	6	2	1	1	0	0	51
Total		71	204	48	24	10	3	1	9	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Con qué frecuencia consulta la Página Web de la UCAB?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta la Página Web de la UCAB?							Total	
		Diariamente	Interdiario	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensual mente	Casi nunca		Nunca
Nivel académico	1er año	10	23	41	18	19	11	25	6	153
	2do año	5	7	25	9	10	3	12	2	73
	3er año	7	11	6	5	5	1	13	3	51
	4to año	7	1	7	3	7	4	10	3	42
	5to año	7	3	15	4	9	0	12	1	51
Total		36	45	94	39	50	19	72	15	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Con qué frecuencia busca información en carteleras?

Recuento

		¿Con qué frecuencia busca información en carteleras?							Total	
		2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensualmente		Nunca
Nivel académico	1er año	3	46	28	22	20	10	13	11	153
	2do año	2	16	17	18	8	6	2	4	73
	3er año	2	9	10	14	5	6	3	2	51
	4to año	1	10	8	11	4	4	1	3	42
	5to año	0	15	9	14	6	4	3	0	51
Total		8	96	72	79	43	30	22	20	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Con qué frecuencia lee los afiches de las paredes de la UCAB?

Recuento

		¿Con qué frecuencia lee los afiches de las paredes de la UCAB?							Total	
		Diariamente	Interdiario	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensual mente	Casi nunca		Nunca
Nivel académico	1er año	42	36	30	12	5	2	24	2	153
	2do año	32	9	11	6	2	1	8	4	73
	3er año	15	14	10	6	2	0	2	2	51
	4to año	16	7	9	1	2	0	6	1	42
	5to año	16	11	15	3	3	0	3	0	51
Total		121	77	75	28	14	3	43	9	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Con qué frecuencia consulta información del delegado?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta información del delegado?				Total	
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca		Nunca
Nivel académico	1er año	13	23	10	29	78	153
	2do año	9	13	7	23	21	73
	3er año	12	9	8	11	11	51
	4to año	7	3	4	11	17	42
	5to año	5	11	10	8	17	51
Total		46	59	39	82	144	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Con qué frecuencia consulta información de las autoridades?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta información de las autoridades?					Total
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca	Nunca	
Nivel académico	1er año	7	19	36	70	21	153
	2do año	2	15	14	33	9	73
	3er año	5	16	11	15	4	51
	4to año	2	8	8	17	7	42
	5to año	9	12	7	15	8	51
Total		25	70	76	150	49	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Con qué frecuencia consulta información de los profesores?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta información de los profesores?					Total
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca	Nunca	
Nivel académico	1er año	3	38	30	63	19	153
	2do año	3	22	10	33	5	73
	3er año	2	18	9	17	5	51
	4to año	1	7	9	17	8	42
	5to año	4	17	9	17	4	51
Total		13	102	67	147	41	370

Tabla de contingencia Nivel académico * Al consultar a los profesores información institucional

Recuento

		Al consultar a los profesores información institucional			Total
		Recibes respuesta	Remiten a otra instancia	No dan respuesta	
Nivel académico	1er año	76	59	18	153
	2do año	23	46	4	73
	3er año	22	24	5	51
	4to año	14	23	5	42
	5to año	25	22	4	51
Total		160	174	36	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Utiliza algún otro medio para consultar información?

Recuento

		¿Utiliza algún otro medio para consultar información?		Total
		Sí	No	
Nivel académico	1er año	20	133	153
	2do año	17	56	73
	3er año	7	44	51
	4to año	2	40	42
	5to año	9	42	51
Total		55	315	370

Tabla de contingencia Nivel académico * ¿Cuál?

Recuento		¿Cuál?							Total
		No especifica	Grupo de MSN	El Ucabista	Compañeros/ amigos	Medios externos	Personal de seguridad	Protocolo	
Nivel académico	1er año	8	1	2	6	2	0	1	20
	2do año	5	0	5	6	1	0	0	17
	3er año	4	0	1	1	0	1	0	7
	4to año	1	0	0	0	1	0	0	2
	5to año	3	0	3	4	0	0	0	10
Total		21	1	11	17	4	1	1	56

Tabla de contingencia Nivel académico * Propuesta de nuevo medio

Recuento		Propuesta de nuevo medio												Total	
		Mejorar los existentes	Radio	TV	Medios externos	Lista de correo actualizada	Boletín	Nuevas carteleras	Pantallas electrónicas	Central de información	Mensajes de texto	Periódico estudiantil	Cara a cara		Otros
Nivel académico	1er año	26	7	10	3	11	6	6	3	6	1	1	7	7	94
	2do año	17	6	4	5	5	1	3	1	0	2	0	3	0	47
	3er año	9	6	4	2	6	0	0	0	1	1	2	1	3	35
	4to año	6	7	0	3	2	1	2	0	2	1	0	2	6	32
	5to año	7	10	4	1	9	1	3	2	1	2	0	2	0	42
Total		65	36	22	14	33	9	14	6	10	7	3	15	16	250

CRUCE DE VARIABLES POR TURNO

Tabla de contingencia Turno * ¿Qué tan informado se siente sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?

Recuento

		¿Qué tan informado se siente sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?				Total
		Muy informado	Informado	Poco informado	Nada informado	
Turno	Mañana	8	58	73	6	145
	Tarde	8	43	33	7	91
	Noche	1	16	21	3	41
	Todo el día	9	42	39	3	93
Total		26	159	166	19	370

Tabla de contingencia Turno * ¿Qué tan interesado está en recibir información sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?

Recuento

		¿Qué tan interesado está en recibir información sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?				Total
		Muy interesado	Interesado	Poco interesado	Nada interesado	
Turno	Mañana	50	79	13	3	145
	Tarde	32	39	19	1	91
	Noche	13	23	5	0	41
	Todo el día	22	57	14	0	93
Total		117	198	51	4	370

Tabla de contingencia Turno * ¿Conoce al Decanato de Desarrollo Estudiantil?

Recuento

		¿Conoce al Decanato de Desarrollo Estudiantil?		Total
		Sí	No	
Turno	Mañana	79	66	145
	Tarde	41	50	91
	Noche	18	23	41
	Todo el día	38	55	93
Total		176	194	370

Tabla de contingencia Turno * Instancias que definen Decanato

Recuento

		Instancias que definen Decanato					Total	
		Dirección de Cultura	Dirección de Pastoral	Dirección de Deportes	Ayuda Económica	Proyección a la Comunidad		CADH
Turno	Mañana	12	1	0	7	2	3	25
	Tarde	9	0	1	6	0	0	16
	Noche	0	0	1	0	0	0	1
	Todo el día	7	0	2	1	0	1	11
Total		28	1	4	14	2	4	53

Tabla de contingencia Turno * Cantidad de publicidad y promoción de las actividades que se desarrollan en la UCAB es:

Recuento

		Cantidad de publicidad y promoción de las actividades que se desarrollan en la UCAB es:				Total
		Bastante	Suficiente	Insuficiente	Muy escasa	
Turno	Mañana	16	54	67	8	145
	Tarde	8	48	32	3	91
	Noche	2	17	20	2	41
	Todo el día	9	43	39	2	93
Total		35	162	158	15	370

Tabla de contingencia Turno * Los espacios de uso y colocación de la promoción de los eventos están:

Recuento

		Los espacios de uso y colocación de la promoción de los eventos están:			Total
		Organizados	Medianamente organizados	Desorganizados	
Turno	Mañana	29	87	29	145
	Tarde	14	59	18	91
	Noche	5	27	9	41
	Todo el día	8	64	21	93
Total		56	237	77	370

Tabla de contingencia Turno * La publicidad y promoción de los eventos que se realizan en la UCAB es:

Recuento

		La publicidad y promoción de los eventos que se realizan en la UCAB es:				Total
		Muy informativa	Medianamente informativa	Poco informativa	No informativa	
Turno	Mañana	18	99	25	3	145
	Tarde	15	61	15	0	91
	Noche	2	29	9	1	41
	Todo el día	16	60	16	1	93
Total		51	249	65	5	370

Tabla de contingencia Turno * En general, ¿dónde busca la información?

Recuento

		En general, ¿dónde busca la información?							Total	
		Personal administrativo	Web	Pared	Correo electrónico	Carteleras	Profesores, delegados o RE	No la busco		Otros
Turno	Mañana	16	25	56	7	27	2	3	4	140
	Tarde	13	20	27	6	14	5	2	3	90
	Noche	4	10	19	0	6	1	0	1	41
	Todo el día	6	17	26	16	11	3	4	8	91
Total		39	72	128	29	58	11	9	16	362

Tabla de contingencia Turno * ¿Se enteró de la fecha de las postulaciones a centros de estudiantes y RE antes de las elecciones?

Recuento

		¿Se enteró de la fecha de las postulaciones a centros de estudiantes y RE antes de las elecciones?		Total
		Sí	No	
Turno	Mañana	86	59	145
	Tarde	57	34	91
	Noche	11	30	41
	Todo el día	47	46	93
Total		201	169	370

Tabla de contingencia Turno * ¿A través de qué medio se enteró de las postulaciones?

Recuento

		¿A través de qué medio se enteró de las postulaciones?									Total
		Personal administrativo	Profesores	Delegados	Correo electrónico	Carteleras	RE	Web	Pared	Amigos/compañeros	
Turno	Mañana	3	3	9	13	6	29	2	10	11	86
	Tarde	0	2	11	6	2	22	1	3	10	57
	Noche	3	0	1	0	1	2	0	1	3	11
	Todo el día	2	1	0	9	2	10	5	4	14	47
Total		8	6	21	28	11	63	8	18	38	201

Tabla de contingencia Turno * ¿Con cuánto tiempo de anticipación se enteró de las postulaciones?

Recuento

		¿Con cuánto tiempo de anticipación se enteró de las postulaciones?					Total
		1 semana antes	2 semanas antes	3 semanas antes	4 semanas antes	5 semanas antes	
Turno	Mañana	32	20	15	11	8	86
	Tarde	24	20	6	7	0	57
	Noche	4	2	1	2	2	11
	Todo el día	18	17	5	4	3	47
Total		78	59	27	24	13	201

Tabla de contingencia Turno * ¿Se enteró del nuevo sistema de acceso a la Universidad con la TAI?

Recuento

		¿Se enteró del nuevo sistema de acceso a la Universidad con la TAI?		Total
		Sí	No	
Turno	Mañana	124	21	145
	Tarde	70	21	91
	Noche	36	5	41
	Todo el día	83	10	93
Total		313	57	370

Tabla de contingencia Turno * ¿A través de qué medio se enteró de la implementación de la TAI?

Recuento

		¿A través de qué medio se enteró de la implementación de la TAI?					Total
		Personal de seguridad	Volantes	Afiches	Correo electrónico	Otro	
Turno	Mañana	18	52	16	11	27	124
	Tarde	11	17	10	10	22	70
	Noche	8	9	7	5	7	36
	Todo el día	15	27	11	11	19	83
Total		52	105	44	37	75	313

Tabla de contingencia Turno * ¿Se enteró de la fecha del proceso de inscripciones académicas antes del día asignado?

Recuento

		¿Se enteró de la fecha del proceso de inscripciones académicas antes del día asignado?		Total
		Sí	No	
Turno	Mañana	123	22	145
	Tarde	77	14	91
	Noche	38	3	41
	Todo el día	87	6	93
Total		325	45	370

Tabla de contingencia Turno * ¿Dónde obtiene las notas certificadas por la Universidad?

Recuento

		¿Dónde obtiene las notas certificadas por la Universidad?		Total
		Sí	No	
Turno	Mañana	81	64	145
	Tarde	40	51	91
	Noche	24	17	41
	Todo el día	61	32	93
Total		206	164	370

Tabla de contingencia Turno * ¿Cuál es la mascota de la UCAB?

Recuento

		¿Cuál es la mascota de la UCAB?			Total
		No tiene	Otro	No sabe/no contesta	
Turno	Mañana	15	34	96	145
	Tarde	4	21	66	91
	Noche	2	14	25	41
	Todo el día	12	27	54	93
Total		33	96	241	370

Tabla de contingencia Turno * ¿Conoce el himno de la UCAB?

Recuento

		¿Conoce el himno de la UCAB?		Total
		Sí	No	
Turno	Mañana	71	74	145
	Tarde	48	43	91
	Noche	19	22	41
	Todo el día	45	48	93
Total		183	187	370

Tabla de contingencia Turno * ¿Cuándo se enteró de la suspensión de clases debido a las vaguadas en Febrero de 2005?

Recuento

		¿Cuándo se enteró de la suspensión de clases debido a las vaguadas en Febrero de 2005?		Total
		Antes	Después	
Turno	Mañana	85	48	133
	Tarde	49	30	79
	Noche	17	21	38
	Todo el día	58	22	80
Total		209	121	330

Tabla de contingencia Turno * ¿A través de que medio se enteró de la suspensión de clases?

Recuento

		¿A través de que medio se enteró de la suspensión de clases?								Total
		Personal Administrativo	Representantes Estudiantiles	Delegados	Web	Profesores	Correo electrónico	Un amigo	Otro	
Turno	Mañana	1	3	5	9	4	9	26	28	85
	Tarde	1	2	4	1	3	8	16	14	49
	Noche	3	1	0	3	1	1	5	3	17
	Todo el día	1	2	0	4	3	5	22	21	58
Total		6	8	9	17	11	23	69	66	209

Tabla de contingencia Turno * ¿Considera que ese es el canal adecuado para dar ese tipo de información?

Recuento

		¿Considera que ese es el canal adecuado para dar ese tipo de información?		Total
		Sí	No	
Turno	Mañana	47	38	85
	Tarde	29	20	49
	Noche	7	10	17
	Todo el día	26	32	58
Total		109	100	209

Tabla de contingencia Turno * ¿Considera que los medios que utiliza la Universidad son suficientes?

Recuento

		¿Considera que los medios que utiliza la Universidad son suficientes?		Total
		Sí	No	
Turno	Mañana	56	89	145
	Tarde	45	46	91
	Noche	15	26	41
	Todo el día	41	52	93
Total		157	213	370

Tabla de contingencia Turno * ¿Por qué?

Recuento

		¿Por qué?										Total
		Información disponible y accesible	Son suficientes	Mejorar los existentes	Depende del interés del estudiante	Son demasiados / sobre saturación	Hay gente desinformada	La información no llega	La información llega tarde	Inaccesibilidad	Son pocos	
Turno	Mañana	9	5	27	7	1	17	17	6	6	6	101
	Tarde	6	4	16	7	1	5	11	6	1	7	64
	Noche	3	1	11	1	0	5	5	1	1	1	29
	Todo el día	6	1	19	4	1	12	11	3	4	3	64
Total		24	11	73	19	3	39	44	16	12	17	258

Tabla de contingencia Turno * ¿Con qué frecuencia utiliza el correo de la UCAB?

Recuento

		¿Con qué frecuencia utiliza el correo de la UCAB?								Total
		2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensualmente	Nunca	
Turno	Mañana	1	16	5	13	4	19	11	76	145
	Tarde	2	6	8	6	8	9	8	44	91
	Noche	0	3	1	4	3	0	1	29	41
	Todo el día	1	7	10	13	7	7	10	38	93
Total		4	32	24	36	22	35	30	187	370

Tabla de contingencia Turno * ¿Con qué frecuencia utiliza su correo personal?

Recuento

		¿Con qué frecuencia utiliza su correo personal?								Total
		2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensualmente	Nunca	
Turno	Mañana	31	75	22	11	2	1	0	3	145
	Tarde	13	48	12	3	8	2	0	5	91
	Noche	8	27	3	3	0	0	0	0	41
	Todo el día	19	54	11	7	0	0	1	1	93
Total		71	204	48	24	10	3	1	9	370

Tabla de contingencia Turno * ¿Con qué frecuencia consulta la Página Web de la UCAB?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta la Página Web de la UCAB?								Total
		Diariamente	Interdiario	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensual mente	Casi nunca	Nunca	
Turno	Mañana	16	17	33	10	27	7	31	4	145
	Tarde	8	11	23	15	7	5	17	5	91
	Noche	3	3	11	3	7	3	8	3	41
	Todo el día	9	14	27	11	9	4	16	3	93
Total		36	45	94	39	50	19	72	15	370

Tabla de contingencia Turno * ¿Con qué frecuencia busca información en carteleras?

Recuento

		¿Con qué frecuencia busca información en carteleras?								Total
		2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensualmente	Nunca	
Turno	Mañana	3	27	28	40	18	13	10	6	145
	Tarde	2	31	16	11	10	6	8	7	91
	Noche	0	13	6	9	7	4	1	1	41
	Todo el día	3	25	22	19	8	7	3	6	93
Total		8	96	72	79	43	30	22	20	370

Tabla de contingencia Turno * ¿Con qué frecuencia lee los afiches de las paredes de la UCAB?

Recuento

		¿Con qué frecuencia lee los afiches de las paredes de la UCAB?							Total	
		Diariamente	Interdiario	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensual mente	Casi nunca		Nunca
Turno	Mañana	50	26	30	10	7	1	17	4	145
	Tarde	28	19	16	7	3	1	15	2	91
	Noche	20	6	7	3	1	0	3	1	41
	Todo el día	23	26	22	8	3	1	8	2	93
Total		121	77	75	28	14	3	43	9	370

Tabla de contingencia Turno * ¿Con qué frecuencia consulta información del delegado?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta información del delegado?					Total
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca	Nunca	
Turno	Mañana	24	27	22	42	30	145
	Tarde	12	18	12	20	29	91
	Noche	7	7	3	6	18	41
	Todo el día	3	7	2	14	67	93
Total		46	59	39	82	144	370

Tabla de contingencia Turno * ¿Con qué frecuencia consulta información de las autoridades?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta información de las autoridades?					Total
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca	Nunca	
Turno	Mañana	12	36	28	51	18	145
	Tarde	5	20	22	39	5	91
	Noche	5	1	4	20	11	41
	Todo el día	3	13	22	40	15	93
Total		25	70	76	150	49	370

Tabla de contingencia Turno * ¿Con qué frecuencia consulta información de los profesores?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta información de los profesores?					Total
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca	Nunca	
Turno	Mañana	3	48	18	64	12	145
	Tarde	3	27	18	31	12	91
	Noche	3	4	6	18	10	41
	Todo el día	4	23	25	34	7	93
Total		13	102	67	147	41	370

Tabla de contingencia Turno * Al consultar a los profesores información institucional

Recuento

		Al consultar a los profesores información institucional			Total
		Recibes respuesta	Remiten a otra instancia	No dan respuesta	
Turno	Mañana	60	73	12	145
	Tarde	41	40	10	91
	Noche	12	23	6	41
	Todo el día	47	38	8	93
Total		160	174	36	370

Tabla de contingencia Turno * ¿Utiliza algún otro medio para consultar información?

Recuento

		¿Utiliza algún otro medio para consultar información?		Total
		Sí	No	
Turno	Mañana	22	123	145
	Tarde	10	81	91
	Noche	5	36	41
	Todo el día	18	75	93
Total		55	315	370

Tabla de contingencia Turno * ¿Cuál?

Recuento		¿Cuál?							Total
		No especifica	Grupo de MSN	El Ucabista	Compañeros/ amigos	Medios externos	Personal de seguridad	Protocolo	
Turno	Mañana	6	0	5	10	0	1	1	23
	Tarde	6	0	1	1	2	0	0	10
	Noche	2	0	0	2	1	0	0	5
	Todo el día	7	1	5	4	1	0	0	18
	Total	21	1	11	17	4	1	1	56

Tabla de contingencia Turno * Propuesta de nuevo medio

Recuento		Propuesta de nuevo medio													Total
		Mejorar los existentes	Radio	TV	Medios externos	Lista de correo actualizada	Boletín	Nuevas carteleras	Pantallas electrónicas	Central de información	Mensajes de texto	Periódico estudiantil	Cara a cara	Otros	
Turno	Mañana	24	10	7	5	15	2	6	2	5	2	2	8	6	94
	Tarde	17	12	6	2	3	3	3	1	4	1	0	3	1	56
	Noche	8	1	3	5	4	2	2	0	1	1	0	1	4	32
	Todo el día	16	13	6	2	11	2	3	3	0	3	1	3	5	68
	Total	65	36	22	14	33	9	14	6	10	7	3	15	16	250

CRUCE DE VARIABLES POR TRABAJO

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Qué tan informado se siente sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?

Recuento

		¿Qué tan informado se siente sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?				Total
		Muy informado	Informado	Poco informado	Nada informado	
¿Trabaja?	Sí	12	69	60	5	146
	No	14	90	106	14	224
Total		26	159	166	19	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Qué tan interesado está en recibir información sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?

Recuento

		¿Qué tan interesado está en recibir información sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?				Total
		Muy interesado	Interesado	Poco interesado	Nada interesado	
¿Trabaja?	Sí	51	74	20	1	146
	No	66	124	31	3	224
Total		117	198	51	4	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Conoce al Decanato de Desarrollo Estudiantil?

Recuento

		¿Conoce al Decanato de Desarrollo Estudiantil?		Total
		Sí	No	
¿Trabaja?	Sí	83	63	146
	No	93	131	224
Total		176	194	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * Instancias que definen Decanato

Recuento

		Instancias que definen Decanato					Total	
		Dirección de Cultura	Dirección de Pastoral	Dirección de Deportes	Ayuda Económica	Proyección a la Comunidad		CADH
¿Trabaja?	Sí	12	1	4	9	2	1	29
	No	16	0	0	5	0	3	24
Total		28	1	4	14	2	4	53

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * Cantidad de publicidad y promoción de las actividades que se desarrollan en la UCAB es:

Recuento

		Cantidad de publicidad y promoción de las actividades que se desarrollan en la UCAB es:				Total
		Bastante	Suficiente	Insuficiente	Muy escasa	
¿Trabaja?	Sí	20	60	58	8	146
	No	15	102	100	7	224
Total		35	162	158	15	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * Los espacios de uso y colocación de la promoción de los eventos están:

Recuento

		Los espacios de uso y colocación de la promoción de los eventos están:			Total
		Organizados	Medianamente organizados	Desorganizados	
¿Trabaja?	Sí	20	91	35	146
	No	36	146	42	224
Total		56	237	77	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * La publicidad y promoción de los eventos que se realizan en la UCAB es:

Recuento

		La publicidad y promoción de los eventos que se realizan en la UCAB es:				Total
		Muy informativa	Medianamente informativa	Poco informativa	No informativa	
¿Trabaja?	Sí	22	94	28	2	146
	No	29	155	37	3	224
Total		51	249	65	5	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * En general, ¿dónde busca la información?

Recuento

		En general, ¿dónde busca la información?							Total	
		Personal administrativo	Web	Pared	Correo electrónico	Carteleras	Profesores, delegados o RE	No la busco		Otros
¿Trabaja?	Sí	14	33	50	13	23	4	1	6	144
	No	25	39	78	16	35	7	8	10	218
Total		39	72	128	29	58	11	9	16	362

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Se enteró de la fecha de las postulaciones a centros de estudiantes y RE antes de las elecciones?

Recuento

		¿Se enteró de la fecha de las postulaciones a centros de estudiantes y RE antes de las elecciones?		Total
		Sí	No	
¿Trabaja?	Sí	85	61	146
	No	116	108	224
Total		201	169	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿A través de qué medio se enteró de las postulaciones?

Recuento

		¿A través de qué medio se enteró de las postulaciones?								Total	
		Personal administrativo	Profesores	Delegados	Correo electrónico	Cartelera	Representantes Estudiantiles	Web	Pared		Amigos/compañeros
¿Trabaja?	Sí	5	1	6	20	2	27	3	8	13	85
	No	3	5	15	8	9	36	5	10	25	116
Total		8	6	21	28	11	63	8	18	38	201

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Con cuánto tiempo de anticipación se enteró de las postulaciones?

Recuento

		¿Con cuánto tiempo de anticipación se enteró de las postulaciones?					Total
		1 semana antes	2 semanas antes	3 semanas antes	4 semanas antes	5 semanas antes	
¿Trabaja?	Sí	30	25	10	12	8	85
	No	48	34	17	12	5	116
Total		78	59	27	24	13	201

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Se enteró del nuevo sistema de acceso a la Universidad con la TAI?

Recuento

		¿Se enteró del nuevo sistema de acceso a la Universidad con la TAI?		Total
		Sí	No	
¿Trabaja?	Sí	126	20	146
	No	187	37	224
Total		313	57	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿A través de qué medio se enteró de la implementación de la TAI?

Recuento

		¿A través de qué medio se enteró de la implementación de la TAI?					Total
		Personal de seguridad	Volantes	Afiches	Correo electrónico	Otro	
¿Trabaja?	Sí	21	34	20	19	32	126
	No	31	71	24	18	43	187
Total		52	105	44	37	75	313

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Se enteró de la fecha del proceso de inscripciones académicas antes del día asignado?

Recuento

		¿Se enteró de la fecha del proceso de inscripciones académicas antes del día asignado?		Total
		Sí	No	
¿Trabaja?	Sí	130	16	146
	No	195	29	224
Total		325	45	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Dónde obtiene las notas certificadas por la Universidad?

Recuento

		¿Dónde obtiene las notas certificadas por la Universidad?		Total
		Sí	No	
¿Trabaja?	Sí	92	54	146
	No	114	110	224
Total		206	164	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Cuál es la mascota de la UCAB?

Recuento

		¿Cuál es la mascota de la UCAB?			Total
		No tiene	Otro	No sabe/no contesta	
¿Trabaja?	Sí	13	48	85	146
	No	20	48	156	224
Total		33	96	241	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Conoce el himno de la UCAB?

Recuento

		¿Conoce el himno de la UCAB?		Total
		Sí	No	
¿Trabaja?	Sí	80	66	146
	No	103	121	224
Total		183	187	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Cuándo se enteró de la suspensión de clases debido a las vaguadas en Febrero de 2005?

Recuento

		¿Cuándo se enteró de la suspensión de clases debido a las vaguadas en Febrero de 2005?		Total
		Antes	Después	
¿Trabaja?	Sí	83	47	130
	No	126	74	200
Total		209	121	330

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿A través de que medio se enteró de la suspensión de clases?

Recuento

		¿A través de que medio se enteró de la suspensión de clases?							Total	
		Personal Administrativo	Representantes Estudiantiles	Delegados	Web	Profesores	Correo electrónico	Un amigo		Otro
¿Trabaja?	Sí	4	5	4	5	5	10	25	25	83
	No	2	3	5	12	6	13	44	41	126
Total		6	8	9	17	11	23	69	66	209

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Considera que ese es el canal adecuado para dar ese tipo de información?

Recuento

		¿Considera que ese es el canal adecuado para dar ese tipo de información?		Total
		Sí	No	
¿Trabaja?	Sí	40	43	83
	No	69	57	126
Total		109	100	209

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Considera que los medios que utiliza la Universidad son suficientes?

Recuento

		¿Considera que los medios que utiliza la Universidad son suficientes?		Total
		Sí	No	
¿Trabaja?	Sí	70	76	146
	No	87	137	224
Total		157	213	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿A través de que medio se enteró de la suspensión de clases?

Recuento

		¿A través de que medio se enteró de la suspensión de clases?								Total
		Personal Administrativo	RE	Delegados	Web	Profesores	Correo electrónico	Un amigo	Otro	
¿Trabaja?	Sí	4	5	4	5	5	10	25	25	83
	No	2	3	5	12	6	13	44	41	126
Total		6	8	9	17	11	23	69	66	209

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Con qué frecuencia utiliza el correo de la UCAB?

Recuento

		¿Con qué frecuencia utiliza el correo de la UCAB?								Total
		2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanalmente	Cada 15 días	Mensualmente	Bimensualmente	Nunca	
¿Trabaja?	Sí	3	22	5	13	6	14	10	73	146
	No	1	10	19	23	16	21	20	114	224
Total		4	32	24	36	22	35	30	187	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Con qué frecuencia utiliza su correo personal?

Recuento

	¿Con qué frecuencia utiliza su correo personal?								Total
	2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensual mente	Nunca	
¿Trabaja? Sí	33	90	11	6	2	2	1	1	146
No	38	114	37	18	8	1	0	8	224
Total	71	204	48	24	10	3	1	9	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Con qué frecuencia consulta la Página Web de la UCAB?

Recuento

	¿Con qué frecuencia consulta la Página Web de la UCAB?							Total	
	Diariamente	Interdiario	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensual mente	Casi nunca		Nunca
¿Trabaja? Sí	24	13	33	15	23	6	24	8	146
No	12	32	61	24	27	13	48	7	224
Total	36	45	94	39	50	19	72	15	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Con qué frecuencia busca información en carteleras?

Recuento

	¿Con qué frecuencia busca información en carteleras?								Total
	2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensual mente	Nunca	
¿Trabaja? Sí	2	33	32	35	17	14	7	6	146
No	6	63	40	44	26	16	15	14	224
Total	8	96	72	79	43	30	22	20	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Con qué frecuencia lee los afiches de las paredes de la UCAB?

Recuento

		¿Con qué frecuencia lee los afiches de las paredes de la UCAB?							Total	
		Diariamente	Interdiario	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensual mente	Casi nunca		Nunca
¿Trabaja?	Sí	58	28	29	10	6	1	10	4	146
	No	63	49	46	18	8	2	33	5	224
Total		121	77	75	28	14	3	43	9	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Con qué frecuencia consulta información del delegado?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta información del delegado?					Total
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca	Nunca	
¿Trabaja?	Sí	23	19	19	31	54	146
	No	23	40	20	51	90	224
Total		46	59	39	82	144	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Con qué frecuencia consulta información de las autoridades?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta información de las autoridades?					Total
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca	Nunca	
¿Trabaja?	Sí	15	25	28	62	16	146
	No	10	45	48	88	33	224
Total		25	70	76	150	49	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Con qué frecuencia consulta información de los profesores?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta información de los profesores?					Total
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca	Nunca	
¿Trabaja?	Sí	7	42	23	56	18	146
	No	6	60	44	91	23	224
Total		13	102	67	147	41	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * Al consultar a los profesores información institucional

Recuento

		Al consultar a los profesores información institucional			Total
		Recibes respuesta	Remiten a otra instancia	No dan respuesta	
¿Trabaja?	Sí	63	68	15	146
	No	97	106	21	224
Total		160	174	36	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Utiliza algún otro medio para consultar información?

Recuento

		¿Utiliza algún otro medio para consultar información?		Total
		Sí	No	
¿Trabaja?	Sí	21	125	146
	No	34	190	224
Total		55	315	370

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * ¿Cuál?

Recuento		¿Cuál?						Total	
		No especifica	Grupo de MSN	El Ucabista	Compañeros/ amigos	Medios externos	Personal de seguridad		Protocolo
¿Trabaja?	Sí	9	0	6	5	1	0	1	22
	No	12	1	5	12	3	1	0	34
	Total	21	1	11	17	4	1	1	56

Tabla de contingencia ¿Trabaja? * Propuesta de nuevo medio

Recuento		Propuesta de nuevo medio												Total	
		Mejorar los existentes	Radio	TV	Medios externos	Lista de correo actualizada	Boletín	Nuevas carteleras	Pantallas electrónicas	Central de información	Mensajes de texto	Periódico estudiantil	Cara a cara		Otros
¿Trabaja?	Sí	29	17	10	7	12	4	3	1	4	1	3	4	9	104
	No	36	19	12	7	21	5	11	5	6	6	0	11	7	146
	Total	65	36	22	14	33	9	14	6	10	7	3	15	16	250

CRUCE DE VARIABLES POR TIPOLOGÍA

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Qué tan informado se siente sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?

Recuento

		¿Qué tan informado se siente sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?				Total
		Muy informado	Informado	Poco informado	Nada informado	
Tipología final	Rezagados	2	7	10	0	19
	Tutelados	0	9	7	1	17
	Emancipados	7	63	78	4	152
	Movilizados	0	8	6	2	16
	Desarraigados	13	55	55	12	135
	Integrados	4	17	10	0	31
Total		26	159	166	19	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Qué tan interesado está en recibir información sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?

Recuento

		¿Qué tan interesado está en recibir información sobre los eventos y demás actividades que se desarrollan en la UCAB?				Total
		Muy interesado	Interesado	Poco interesado	Nada interesado	
Tipología final	Rezagados	10	7	2	0	19
	Tutelados	5	8	4	0	17
	Emancipados	35	93	23	1	152
	Movilizados	5	6	5	0	16
	Desarraigados	45	71	16	3	135
	Integrados	17	13	1	0	31
Total		117	198	51	4	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Conoce al Decanato de Desarrollo Estudiantil?

Recuento

		¿Conoce al Decanato de Desarrollo Estudiantil?		Total
		Sí	No	
Tipología final	Rezagados	7	12	19
	Tutelados	4	13	17
	Emancipados	63	89	152
	Movilizados	10	6	16
	Desarraigados	64	71	135
	Integrados	28	3	31
Total		176	194	370

Tabla de contingencia Tipología final * Instancias que definen Decanato

Recuento

		Instancias que definen Decanato						Total
		Dirección de Cultura	Dirección de Pastoral	Dirección de Deportes	Ayuda Económica	Proyección a la Comunidad	CADH	
Tipología final	Rezagados	0	0	1	1	0	0	2
	Tutelados	1	0	0	0	1	0	2
	Emancipados	9	0	2	5	0	1	17
	Desarraigados	13	1	1	6	1	1	23
	Integrados	5	0	0	2	0	2	9
Total		28	1	4	14	2	4	53

Tabla de contingencia Tipología final * Cantidad de publicidad y promoción de las actividades que se desarrollan en la UCAB es:

Recuento

		Cantidad de publicidad y promoción de las actividades que se desarrollan en la UCAB es:				Total
		Bastante	Suficiente	Insuficiente	Muy escasa	
Tipología final	Rezagados	1	11	5	2	19
	Tutelados	2	8	5	2	17
	Emancipados	16	76	55	5	152
	Movilizados	2	5	8	1	16
	Desarraigados	12	55	64	4	135
	Integrados	2	7	21	1	31
Total		35	162	158	15	370

Tabla de contingencia Tipología final * Los espacios de uso y colocación de la promoción de los eventos están:

Recuento

		Los espacios de uso y colocación de la promoción de los eventos están:			Total
		Organizados	Medianamente organizados	Desorganizados	
Tipología final	Rezagados	3	15	1	19
	Tutelados	6	6	5	17
	Emancipados	22	100	30	152
	Movilizados	3	9	4	16
	Desarraigados	17	91	27	135
	Integrados	5	16	10	31
Total		56	237	77	370

Tabla de contingencia Tipología final * La publicidad y promoción de los eventos que se realizan en la UCAB es:

Recuento

		La publicidad y promoción de los eventos que se realizan en la UCAB es:				Total
		Muy informativa	Medianamente informativa	Poco informativa	No informativa	
Tipología final	Rezagados	2	12	5	0	19
	Tutelados	3	11	2	1	17
	Emancipados	22	100	28	2	152
	Movilizados	5	11	0	0	16
	Desarraigados	17	95	21	2	135
	Integrados	2	20	9	0	31
Total		51	249	65	5	370

Tabla de contingencia Tipología final * En general, ¿dónde busca la información?

Recuento

		En general, ¿dónde busca la información?								Total
		Personal administrativo	Web	Pared	Correo electrónico	Carteleras	Profesores, delegados o RE	No la busco	Otros	
Tipología final	Rezagados	3	3	6	0	3	2	0	0	17
	Tutelados	1	4	5	0	2	1	2	0	15
	Emancipados	20	28	49	10	25	5	4	9	150
	Movilizados	2	4	3	1	4	0	1	1	16
	Desarraigados	11	28	53	13	19	2	2	5	133
	Integrados	2	5	12	5	5	1	0	1	31
Total		39	72	128	29	58	11	9	16	362

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Se enteró de la fecha de las postulaciones a centros de estudiantes y RE antes de las elecciones?

Recuento

		¿Se enteró de la fecha de las postulaciones a centros de estudiantes y RE antes de las elecciones?		Total
		Sí	No	
Tipología final	Rezagados	6	13	19
	Tutelados	11	6	17
	Emancipados	69	83	152
	Movilizados	9	7	16
	Desarraigados	84	51	135
	Integrados	22	9	31
Total		201	169	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿A través de qué medio se enteró de las postulaciones?

Recuento

		¿A través de qué medio se enteró de las postulaciones?									Total
		Personal administrativo	Profesores	Delegados	Correo electrónico	Carteleras	RE	Web	Pared	Amigos/compañeros	
Tipología final	Rezagados	0	1	3	0	0	0	1	0	1	6
	Tutelados	0	0	0	0	0	4	0	1	6	11
	Emancipados	4	2	7	7	5	22	5	6	11	69
	Movilizados	0	0	1	2	1	5	0	0	0	9
	Desarraigados	3	2	9	14	1	27	2	10	16	84
	Integrados	1	1	1	5	4	5	0	1	4	22
Total		8	6	21	28	11	63	8	18	38	201

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Con cuánto tiempo de anticipación se enteró de las postulaciones?

Recuento

		¿Con cuánto tiempo de anticipación se enteró de las postulaciones?					Total
		1 semana antes	2 semanas antes	3 semanas antes	4 semanas antes	5 semanas antes	
Tipología final	Rezagados	2	2	2	0	0	6
	Tutelados	6	3	1	1	0	11
	Emancipados	35	18	9	3	4	69
	Movilizados	1	3	3	2	0	9
	Desarraigados	31	26	7	14	6	84
	Integrados	3	7	5	4	3	22
Total		78	59	27	24	13	201

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Se enteró del nuevo sistema de acceso a la Universidad con la TAI?

Recuento

		¿Se enteró del nuevo sistema de acceso a la Universidad con la TAI?		Total
		Sí	No	
Tipología final	Rezagados	16	3	19
	Tutelados	11	6	17
	Emancipados	123	29	152
	Movilizados	14	2	16
	Desarraigados	120	15	135
	Integrados	29	2	31
Total		313	57	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿A través de qué medio se enteró de la implementación de la TAI?

Recuento

		¿A través de qué medio se enteró de la implementación de la TAI?					Total
		Personal de seguridad	Volantes	Afiches	Correo electrónico	Otro	
Tipología final	Rezagados	2	4	5	1	4	16
	Tutelados	3	6	0	1	1	11
	Emancipados	25	41	18	12	27	123
	Movilizados	1	3	3	2	5	14
	Desarraigados	16	40	15	18	31	120
	Integrados	5	11	3	3	7	29
Total		52	105	44	37	75	313

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Se enteró de la fecha del proceso de inscripciones académicas antes del día asignado?

Recuento

		¿Se enteró de la fecha del proceso de inscripciones académicas antes del día asignado?		Total
		Sí	No	
Tipología final	Rezagados	15	4	19
	Tutelados	11	6	17
	Emancipados	133	19	152
	Movilizados	15	1	16
	Desarraigados	123	12	135
	Integrados	28	3	31
Total		325	45	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Dónde obtiene las notas certificadas por la Universidad?

Recuento

		¿Dónde obtiene las notas certificadas por la Universidad?		Total
		Sí	No	
Tipología final	Rezagados	10	9	19
	Tutelados	8	9	17
	Emancipados	74	78	152
	Movilizados	11	5	16
	Desarraigados	83	52	135
	Integrados	20	11	31
Total		206	164	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Cuál es la mascota de la UCAB?

Recuento

		¿Cuál es la mascota de la UCAB?			Total
		No tiene	Otro	No sabe/no contesta	
Tipología final	Rezagados	1	8	10	19
	Tutelados	3	2	12	17
	Emancipados	11	39	102	152
	Movilizados	0	3	13	16
	Desarraigados	14	34	87	135
	Integrados	4	10	17	31
Total		33	96	241	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Conoce el himno de la UCAB?

Recuento

		¿Conoce el himno de la UCAB?		Total
		Sí	No	
Tipología final	Rezagados	7	12	19
	Tutelados	5	12	17
	Emancipados	72	80	152
	Movilizados	10	6	16
	Desarraigados	71	64	135
	Integrados	18	13	31
Total		183	187	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Cuándo se enteró de la suspensión de clases debido a las vaguadas en Febrero de 2005?

Recuento

		¿Cuándo se enteró de la suspensión de clases debido a las vaguadas en Febrero de 2005?		Total
		Antes	Después	
Tipología final	Rezagados	10	9	19
	Tutelados	6	7	13
	Emancipados	83	53	136
	Movilizados	10	2	12
	Desarraigados	82	40	122
	Integrados	18	10	28
Total		209	121	330

Tabla de contingencia Tipología final * ¿A través de que medio se enteró de la suspensión de clases?

Recuento

		¿A través de que medio se enteró de la suspensión de clases?								Total
		Personal Administrativo	Representantes Estudiantiles	Delegados	Web	Profesores	Correo electrónico	Un amigo	Otro	
Tipología final	Rezagados	0	1	0	0	0	1	4	4	10
	Tutelados	0	0	0	0	0	0	3	3	6
	Emancipados	4	3	2	9	3	7	25	30	83
	Movilizados	0	0	0	2	0	2	2	4	10
	Desarraigados	1	2	7	4	7	9	31	21	82
	Integrados	1	2	0	2	1	4	4	4	18
Total		6	8	9	17	11	23	69	66	209

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Considera que ese es el canal adecuado para dar ese tipo de información?

Recuento

		¿Considera que ese es el canal adecuado para dar ese tipo de información?		Total
		Sí	No	
Tipología final	Rezagados	7	3	10
	Tutelados	2	4	6
	Emancipados	50	33	83
	Movilizados	5	5	10
	Desarraigados	37	45	82
	Integrados	8	10	18
Total		109	100	209

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Considera que los medios que utiliza la Universidad son suficientes?

Recuento

		¿Considera que los medios que utiliza la Universidad son suficientes?		Total
		Sí	No	
Tipología final	Rezagados	5	14	19
	Tutelados	5	12	17
	Emancipados	59	93	152
	Movilizados	11	5	16
	Desarraigados	64	71	135
	Integrados	13	18	31
Total		157	213	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Por qué?

Recuento

		¿Por qué?										Total
		Información disponible y accesible	Son suficientes	Mejorar los existentes	Depende del interés del estudiante	Son demasiados/sobresaturación	Hay gente desinformada	La información no llega	La información llega tarde	Inaccesibilidad	Son pocos	
Tipología final	Rezagados	0	1	3	2	1	3	2	1	1	0	14
	Tutelados	0	0	1	2	1	2	2	1	0	2	11
	Emancipados	12	5	31	4	0	14	18	9	6	9	108
	Movilizados	4	2	2	1	1	1	2	0	1	0	14
	Desarraigados	5	2	29	10	0	12	16	4	4	6	88
	Integrados	3	1	7	0	0	7	4	1	0	0	23
Total		24	11	73	19	3	39	44	16	12	17	258

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Con qué frecuencia utiliza el correo de la UCAB?

Recuento		¿Con qué frecuencia utiliza el correo de la UCAB?								Total
		2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensualmente	Nunca	
Tipología final	Rezagados	1	1	0	4	0	1	0	12	19
	Tutelados	1	1	0	0	0	1	2	12	17
	Emancipados	1	9	13	13	6	14	13	83	152
	Movilizados	0	5	0	0	4	3	0	4	16
	Desarraigados	1	13	7	18	10	10	15	61	135
	Integrados	0	3	4	1	2	6	0	15	31
Total		4	32	24	36	22	35	30	187	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Con qué frecuencia utiliza su correo personal?

Recuento		¿Con qué frecuencia utiliza su correo personal?								Total
		2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensual mente	Nunca	
Tipología final	Rezagados	4	7	1	5	1	1	0	0	19
	Tutelados	2	7	1	1	1	0	0	5	17
	Emancipados	28	90	19	10	5	0	0	0	152
	Movilizados	6	7	2	0	1	0	0	0	16
	Desarraigados	25	75	20	8	1	2	1	3	135
	Integrados	6	18	5	0	1	0	0	1	31
Total		71	204	48	24	10	3	1	9	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Con qué frecuencia consulta la Página Web de la UCAB?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta la Página Web de la UCAB?								Total
		Diariamente	Interdiario	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensual mente	Casi nunca	Nunca	
Tipología final	Rezagados	3	5	2	1	2	2	1	3	19
	Tutelados	2	1	4	1	0	2	5	2	17
	Emancipados	17	20	31	18	20	6	34	6	152
	Movilizados	1	3	9	0	2	0	1	0	16
	Desarraigados	11	12	41	12	22	7	26	4	135
	Integrados	2	4	7	7	4	2	5	0	31
Total		36	45	94	39	50	19	72	15	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Con qué frecuencia busca información en carteleras?

Recuento

		¿Con qué frecuencia busca información en carteleras?								Total
		2 o más veces al día	Diariamente	2 o más veces a la semana	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensualmente	Nunca	
Tipología final	Rezagados	0	9	2	3	4	0	0	1	19
	Tutelados	0	2	1	5	5	1	1	2	17
	Emancipados	3	27	36	30	18	13	13	12	152
	Movilizados	0	5	5	3	0	3	0	0	16
	Desarraigados	4	43	24	29	12	11	8	4	135
	Integrados	1	10	4	9	4	2	0	1	31
Total		8	96	72	79	43	30	22	20	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Con qué frecuencia lee los afiches de las paredes de la UCAB?

Recuento

		¿Con qué frecuencia lee los afiches de las paredes de la UCAB?							Total	
		Diariamente	Interdiario	Semanal mente	Cada 15 días	Mensual mente	Bimensual mente	Casi nunca		Nunca
Tipología final	Rezagados	9	3	5	0	0	0	1	1	19
	Tutelados	7	4	2	3	0	0	1	0	17
	Emancipados	41	32	26	11	7	3	27	5	152
	Movilizados	4	5	5	0	0	0	2	0	16
	Desarraigados	50	26	31	10	6	0	9	3	135
	Integrados	10	7	6	4	1	0	3	0	31
Total		121	77	75	28	14	3	43	9	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Con qué frecuencia consulta información del delegado?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta información del delegado?				Total	
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca		Nunca
Tipología final	Rezagados	4	2	2	5	6	19
	Tutelados	0	2	4	2	9	17
	Emancipados	19	21	11	35	66	152
	Movilizados	1	6	0	1	8	16
	Desarraigados	19	24	19	32	41	135
	Integrados	3	4	3	7	14	31
Total		46	59	39	82	144	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Con qué frecuencia consulta información de las autoridades?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta información de las autoridades?					Total
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca	Nunca	
Tipología final	Rezagados	2	1	3	10	3	19
	Tutelados	0	2	7	4	4	17
	Emancipados	5	30	29	66	22	152
	Movilizados	6	3	2	4	1	16
	Desarraigados	10	24	29	55	17	135
	Integrados	2	10	6	11	2	31
Total		25	70	76	150	49	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Con qué frecuencia consulta información de los profesores?

Recuento

		¿Con qué frecuencia consulta información de los profesores?					Total
		Diariamente	Semanal mente	Mensual mente	Casi nunca	Nunca	
Tipología final	Rezagados	2	7	2	7	1	19
	Tutelados	0	3	2	8	4	17
	Emancipados	3	45	24	66	14	152
	Movilizados	2	5	1	8	0	16
	Desarraigados	4	36	33	44	18	135
	Integrados	2	6	5	14	4	31
Total		13	102	67	147	41	370

Tabla de contingencia Tipología final * Al consultar a los profesores información Institucional

Recuento

		Al consultar a los profesores información institucional			Total
		Recibes respuesta	Remiten a otra instancia	No dan respuesta	
Tipología final	Rezagados	8	11	0	19
	Tutelados	10	5	2	17
	Emancipados	62	71	19	152
	Movilizados	8	7	1	16
	Desarraigados	59	64	12	135
	Integrados	13	16	2	31
Total		160	174	36	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Utiliza algún otro medio para consultar información?

Recuento

		¿Utiliza algún otro medio para consultar información?		Total
		Sí	No	
Tipología final	Rezagados	2	17	19
	Tutelados	1	16	17
	Emancipados	17	135	152
	Movilizados	1	15	16
	Desarraigados	27	108	135
	Integrados	7	24	31
Total		55	315	370

Tabla de contingencia Tipología final * ¿Cuál?

Recuento		¿Cuál?							Total
		No especifica	Grupo de MSN	El Ucabista	Compañeros/ amigos	Medios externos	Personal de seguridad	Protocolo	
Tipología final	Rezagados	2	0	0	0	0	0	0	2
	Tutelados	0	0	1	0	0	0	0	1
	Emancipados	4	1	4	4	2	1	1	17
	Movilizados	1	0	0	0	0	0	0	1
	Desarraigados	11	0	5	11	1	0	0	28
	Integrados	3	0	1	2	1	0	0	7
Total		21	1	11	17	4	1	1	56

Tabla de contingencia Tipología final * Propuesta de nuevo medio

Recuento		Propuesta de nuevo medio												Total	
		Mejorar los existentes	Radio	TV	Medios externos	Lista de correo actualizada	Boletín	Nuevas carteleras	Pantallas electrónicas	Central de información	Mensajes de texto	Periódico estudiantil	Cara a cara		Otros
Tipología final	Rezagados	3	0	2	1	0	1	2	0	0	0	0	0	1	10
	Tutelados	4	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	10
	Emancipados	19	18	7	7	19	2	2	2	3	4	2	9	8	102
	Movilizados	3	2	2	0	0	2	0	1	0	0	0	1	0	11
	Desarraigados	29	8	7	6	12	3	9	2	5	3	1	4	5	94
	Integrados	7	6	2	0	2	0	1	1	2	0	0	1	1	23
Total		65	36	22	14	33	9	14	6	10	7	3	15	16	250