



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ARAGÓN**

**LA COLOCACIÓN EN LA BOLSA UNIVERSITARIA
DE TRABAJO: ANÁLISIS DE LOS INFORMES Y
MEMORIAS DE LA UNAM EN EL PERIODO
DE 1973 A 2013**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO**

**P R E S E N T A
A X E L O R T I Z S E R A F I N**

ASESOR:

LIC. ALICIA SUSANA ESTRADA RAMOS



Ciudad Nezahualcóyotl, Edo. de México 2017



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	
CARTA AL INVESTIGADOR	
DIAGNÓSTICO	I
Capítulo 1 Breve historia de las bolsas universitarias de trabajo	1
1.1 Los servicios de colocación	1
1.2 Colocación a la mexicana	4
1.3 Bolsas universitarias: la novedad en la UNAM	5
1.4 La colocación en la universidad: el nuevo departamento	7
1.5 Las bolsas a través de las ENEP´s/FES.....	9
Capítulo 2 análisis de contenido: historia y metodología.....	11
2.1 Qué es el análisis de contenido	11
2.1.1 Entre la perspectiva cuantitativa y la cualitativa	13
2.1.2 De dónde viene el nombre “Análisis de Contenido”	17
2.2 Klaus Krippendorff y sus aportaciones.....	18
2.3 Modelo de Krippendorff.....	21
2.3.1 Unidades	22
2.3.1.1 Las unidades de investigación.....	26
2.3.2 Muestreo	27
2.3.1.2 La UNAM a través de sus Memorias	28
2.3.3 Registro	30
2.3.4 Inferencias.....	32
2.3.5 Validación.....	35
2.4 Limitaciones.....	36
Capítulo 3 Las BUT y sus funciones	38
3.1 Cómo funciona una bolsa universitaria de trabajo	38
3.1.1 Los servicios fundamentales	38
3.1.2 Como fuentes externas de reclutamiento	43
3.1.3 Agencia de colocación frente al trabajo temporal.....	44
3.2 Seis ejemplos de bolsa	46
3.3 Departamentos vemos, funciones no sabemos	48
3.3.1 Portal Web	51
3.3.2 Talleres	53
3.3.3 Programa Primer Empleo	55
3.3.4 Becas de emprendimiento.....	55
3.3.5 Grupos de intercambio	55
3.3.6 Reclutamientos especiales.....	56
3.3.7 Pláticas, conferencias, presentaciones	56
3.3.8 Saloneo	57
3.3.9 Redes sociales.....	57
3.3.10 Feria del Empleo	57
CAPÍTULO 4 Los Informes y Memorias de la UNAM	59
4.1 Síntesis de informes	59
4.2 Categorización.....	59
4.2.1 Usuarios atendidos.....	60
4.2.2 Empresas registradas	61
4.2.3 Vacantes	62
4.2.4 Enviados	63

4.2.5 Seguimiento de enviados	64
4.2.6 Colocación	65
4.3.7 Talleres impartidos	66
4.2.8 Talleres por usuarios	67
4.3 Gráficas	68
4.3.1 Usuarios atendidos.....	68
4.3.2 Empresas registradas	68
4.3.3 Vacantes	68
4.3.4 Enviados	69
4.3.5 Seguimiento de enviados	69
4.3.6 Colocación	69
4.3.7 Talleres impartidos	70
4.3.8 Talleres por usuarios.....	70
4.4 Análisis interpretativo.....	71
4.4.1 La colocación en las BUT.....	71
4.4.2 La doble imagen de las bolsas universitarias	78
Capítulo 5 un cúmulo de propuestas.....	81
5.1 El universitario primero	81
5.2 ¡Cuidado! Talento en desarrollo.....	84
5.3 Segmentar estrategias.....	88
5.4 De la BUT hacia un nuevo departamento	93
5.5 Monetizar el desarrollo profesional.	95
Conclusiones.....	98
Fuentes	101
Bibliográficas	101
Hemerográficas	104
Convenios y reglamentos (Nacionales e Internacionales)	105
En línea.....	106
Anexos	110
Anexo 1.....	110
Anexo 2.....	113
Anexo 3.....	115
Anexo 4.....	127
Anexo 5.....	130
Anexo 6.....	132
Anexo 7.....	149

AGRADECIMIENTOS

Mi mamá alguna vez me contó sobre la suerte. Ella decía que, a diferencia de lo que todos pensamos, la suerte era algo que, en cierto grado, se construía. –La suerte–me dijo–existe por tres razones: Uno, porque existe la casualidad para encontrarla; dos, porque uno es capaz de reconocerla ahí, justo ahí donde aparece y; tres, porque uno tiene el conocimiento y la habilidad para aprovecharla–.

Ahora que lo pienso, mi madre tiene razón. Hay algo de sorprendente al encontrarse con las oportunidades, algo mágico, como una fortuna inesperada al encontrarse un billete caminando por la calle.

También hay coherencia al pensar que no basta con ser afortunado, se necesita desarrollar la capacidad de percibir oportunidades, sin esto, ninguna persona, por muy afortunada que sea, puede aprovechar alguna ocasión.

Y al final, no basta con las dos habilidades anteriores si no se tiene el conocimiento y la destreza para hacer florecer las oportunidades.

La suerte, entonces, no es simple gracia divina, aunque el azar tenga cierto grado de responsabilidad, es la persona quien la construye mejorándose a sí mismo.

Gracias mamá por este conocimiento tan valioso. Lo he llevado toda la carrera y lo seguiré practicando toda la vida.

Agradezco a mi padre y hermano quienes cimentaron mi forma científica de ver el mundo.

A Berenice a quien le debo grandes consejos que se reflejan en esta tesis. Sin sus observaciones y aportaciones, este trabajo no habría sido el mismo.

A Oscar y Gaby, Jocelyn y Vladimir con quienes he aprendido mucho y he vivido otro tanto.

A Ismael, Charly, Iván, Manuel, Chucho, Elías, Ana y Jeny por su apoyo durante todo este proceso.

A los profesores José Ángel Ortiz Gasca y Alcís Rodríguez García quienes se dieron el tiempo de escucharme y leer la tesis. Las revisiones constantes forman un mejor trabajo y se lo debo a ellos.

A los archivos históricos de la Fes Zaragoza y Fes Iztacala así como la Biblioteca de la Fes Cuatitlan-Izcalli del Campus 4 por apoyarme en la búsqueda de información.

A David por su apoyo. Los amigos se descubren en las buenas, y más, en las malas.

A Magali por su apoyo durante todo el proceso.

A Yessica por revisar y dar el último empujón al proyecto.

CARTA AL INVESTIGADOR

Saludos investigador:

Como colega tuyo, ahora que me lees, te será útil saber que el objetivo de esta tesis es reconocer cómo la Bolsa Universitaria de Trabajo influye en la colocación de los universitarios a través de los Informes y Memorias UNAM.¹

Hago este espacio para ti para poder orientarte en cómo está distribuida esta investigación. A saber, considera lo siguiente:

Incluyo un **Diagnóstico** que te permitirá contextualizarte con estadísticas de interés entre los años 2013 al 2017. En el **Capítulo 1** se relata de manera breve la historia de las bolsas de trabajo en donde podrás encontrar su nacimiento, su desarrollo como concepto hasta su formalización como instancias legales. En el **Capítulo 2** se desarrolla la metodología del Análisis de Contenido, orientado hacia las Ciencias de la Comunicación, lo que te explicará cómo se estableció esta investigación. En el **Capítulo 3** se describe a la Bolsa Universitaria de Trabajo así como todas las actividades que realiza para que conozcas su dinámica de trabajo. En el **Capítulo 4** se ejecuta el Análisis de Contenido aplicado a los Informes y Memorias UNAM y hallarás los resultados obtenidos del estudio. En el **Capítulo 5** viene la reflexión de los resultados así como una serie de propuestas aplicables a las bolsas universitarias.

¡Gracias por tu interés en las Bolsas Universitarias de Trabajo! Este tema necesita mucha investigación en todos sus aspectos. No tengo duda de que aportas algo que cambiará su rumbo. Te deseo mucha suerte en tu proceso de investigación y espero que mi tesis pueda serte de ayuda.

¹ Se incluye el proyecto de investigación (ANEXO 1) para apoyo.

DIAGNÓSTICO

Se reduce el número de jóvenes desocupados de 2013 a 2016. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) a través de su Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE)² indica que en México durante el 2013 la población desocupada era mayor a 2 millones de personas, de los cuáles, cerca de 900 mil jóvenes tenían entre 15 y 24 años. Para 2016 baja el número de desocupados a poco más de 1.9 millones, y de estos, 660 mil son jóvenes.

Se reportan dos millones más de empleos en tres años. El Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) reportó que para el año 2013,³ se tenían registrados más de 16 millones puestos de trabajo. De ellos 86.2 por ciento eran plazas permanentes y 13.8 por ciento eran eventuales. Para 2016,⁴ se registraron más de 18 millones empleos. De ellos, 86 por ciento son permanentes y 14 por ciento son eventuales.

Por su parte, el ENOE indica que para el 2013, menos de 140 mil personas han desistido de buscar empleo y casi seis millones consideran no tener posibilidades para conseguirlo. Para 2016, 110 mil individuos han desistido de buscar empleo y 5.7 millones consideran no poder obtener uno.

6 de cada 10 jóvenes se colocan a través del PAE. La Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), mediante su Programa de Apoyo al Empleo (PAE), de enero a junio de 2014 (STPSa, 2014:28) atendió a 158 mil jóvenes de entre 16 a 30 años, de los cuales 65.5 por ciento fueron colocados en un puesto de trabajo. Para el mismo periodo del 2017 (STPSb, 2017:27) 65 mil jóvenes fueron atendidos con una colocación del 65.4 por ciento.

² Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) Consulta interactiva de indicadores estratégicos http://www3.inegi.org.mx/sistemas/infoenoe/Default_15mas.aspx?s=est&c=26227&p= Consulta: 10 de septiembre de 2017.

³ IMSS (2014) *Puestos de trabajo afiliados al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) al mes de diciembre de 2013.* http://www.imss.gob.mx/sites/all/statics/i2f_news/004_PDF_0.pdf Comunicado IMSS. México. Consulta: Consulta: 27 de septiembre de 2017.

⁴ IMSS (2017) *Puestos de trabajo afiliados al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) al mes de diciembre de 2016.* http://www.imss.gob.mx/sites/all/statics/i2f_news/Com.%20011.-%20Puestos%20de%20trabajo%20afiliados%20al%20Instituto%20Mexicano%20del%20Seguro%20Social%20al%20mes%20de%20diciembre%20de%202016.pdf Comunicado IMSS. México. Consulta: Consulta: 27 de septiembre de 2017.


1 de cada 20 egresados de licenciatura, consiguen empleo a través de la Bolsa Universitaria de Trabajo. La UNAM reporta que, en sus últimas tres Encuestas a Egresados de Nivel Licenciatura, las Bolsas Universitarias de Trabajo se han posicionado como la sexta y octava opción para colocar egresados por debajo de las Recomendaciones Familiares, Internet u Otra Bolsa de Trabajo:

Cuadro 1. Posicionamiento de las bolsas universitarias UNAM – encuestas a egresados


#	Encuesta 2011-12 Servicios a la comunidad (Egresados de nivel licenciatura 2008) ⁵	Encuesta 2012-13 Servicios a la comunidad (Egresados de nivel licenciatura 2010) ⁶	Encuesta 2013-14 Servicios a la comunidad (Egresados de nivel licenciatura 2007) ⁷	#
1	Recomendaciones familiares (23.95%)	Recomendaciones familiares (23.97%)	Recomendaciones familiares (25.27%)	1
2	Internet (11.24%)	Internet (12.77%)	Internet (11.05%)	2
3	Otra bolsa de trabajo (10.41%)	Otra bolsa de trabajo (10.49%)	Otra bolsa de trabajo (10.14%)	3
4	Relaciones servicio social (7.84%)	Relaciones servicio social (7.92%)	Recomendaciones de profesores (8.34%)	4
5	Recomendaciones de profesores (7.42%)	Recomendaciones de profesores (7.83%)	Iniciativa propia (7.76%)	5
6	Bolsa de Trabajo UNAM (7.35%)	Iniciativa propia (6.91%)	Relaciones servicio social (6.89%)	6
7	Iniciativa propia (6.96%)	Recomendaciones de amigos (6.51%)	Recomendaciones de amigos (6.77%)	7
8	Recomendaciones de amigos (6.92%)	Bolsa de Trabajo UNAM (5.73%)	Bolsa de Trabajo UNAM (6.56%)	8
9	Avisos periódico (3.33%)	Relaciones laborales previas (3.81%)	Relaciones laborales previas (3.75%)	9
10	Práctica profesionales (3.14%)	Ofrecimiento directo (3.34%)	Avisos periódico (3.60%)	10
11	Relaciones laborales previas (3.10%)	Práctica profesionales (2.87%)	Práctica profesionales (2.69%)	11
12	Ofrecimiento directo (2.95%)	Autoempleo (2.56%)	Ofrecimiento directo (2.61%)	12
13	Otra (2.62%)	Avisos periódico (2.46%)	Otra (2.40%)	13
14	Autoempleo (2.27%)	Otra (2.36%)	Autoempleo (1.70%)	14
15	Integración de negocio familiar (0.49%)	Integración de negocio familiar (0.47%)	Integración de negocio familiar (0.46%)	15

⁵ UNAM. Encuesta 2011-2012 Egresados de nivel licenciatura 2008 <http://www.pve.unam.mx/encuesta/01/menu8.php> Consulta 1 de febrero 2014. Encuestados: 5,765. Para acceder al estudio favor de seguir los siguientes pasos: 1) Ingresar al link; 2) Dar click en la pestaña de Estadística descriptiva; 3) Seleccionar apartado UNAM; 4) Ingresar al botón Incorporación al mercado laboral.

⁶ UNAM. Encuesta 2012-2013 Egresados de nivel licenciatura 2010 <http://www.pve.unam.mx/encuesta/01/menu10.php> Consulta: 8 de enero 2015. Encuestados: 6,140. Para acceder al estudio favor de seguir los siguientes pasos: 1) Ingresar al link; 2) Dar click en la pestaña de Global UNAM; 3) Seleccionar apartado Resumen; 4) Ingresar al botón Estadística descriptiva que viene acompañada que viene

acompañada de la imagen .

⁷ UNAM. Encuesta 2013-2014 Egresados de nivel licenciatura 2007 <http://www.pve.unam.mx/encuesta/01/menu11.php> Consulta: 8 de enero 2015. Encuestados: 4,831. Para acceder al estudio favor de seguir los siguientes pasos: 1) Ingresar al link; 2) Dar click en la pestaña de Global UNAM; 3) Seleccionar apartado Resumen; 4) Ingresar al botón Estadística descriptiva que viene acompañada que viene acompañada de la

imagen .

En contraste, el Centro de Investigación para el Desarrollo A.C. (CIDAC) [2014] en su *Encuesta de competencias profesionales ¿Qué buscan -y no encuentran- las empresas en los profesionistas jóvenes?* posiciona a las bolsas universitarias en el tercer lugar, a nivel nacional, como fuente para obtener un empleo (37).

Del mismo modo, la Asociación de Internet.mx, también conocida como Amipci, en su estudio *Búsqueda de Empleo en México 2016*⁸ indica que las bolsas universitarias por internet o presenciales tienen muy poca o nula participación entre los usuarios de internet que buscan empleo frente a otras opciones de vinculación laboral.

Cuadro 2. Posicionamiento de las bolsas universitarias - nivel nacional

#	CIDAC Encuesta de competencias profesionales (ENCOP) 2014	AMIPCI Búsqueda de Empleo en México 2016	#
1	Bolsa de Trabajo en línea (18.84%)	Bolsas de trabajo en internet / Aplicaciones móviles (65%)	1
2	Bolsa de trabajo del gobierno municipal (16.3%)	Recomendaciones de amigos o familiares (17%)	2
3	Recomendaciones (14.03%)	Buscadores (ej. Google, Yahoo, Bing) (3%)	3
4	Bolsas de trabajo universitarias (10.2%)	Periódico (Impreso no en Internet) (3%)	4
5	Conocidos de trabajadores en la empresa (9.82%)	Redes sociales (ej. Facebook, Twitter, etc.) (3%)	5
6	Ferías de empleo y anuncios de periódicos (7.82%)	Asisto [sic] directamente a la empresa (2%)	6
7	Familiares de trabajadores en la empresa (5.01%)	Sitio web de una empresa en específico (2%)	7
8	Cercanía con las facultades (1%)	Head Hunter / Outsourcing (2%)	8
9	Anuncios fuera de local (0.8%)	Bolsa de trabajo universitarias en internet (1%)	9
10	Facebook y reclutamiento interno (0.6%)	Ferías de empleo presenciales (1%)	10
11	Sindicato (0.2%)	Revistas profesionales o comerciales (Impresas, no en internet) (1%)	11
12		Tablones de anuncios en la universidad / escuela (0%)	12
13		Bolsa de trabajo universitarias presenciales (0%)	13

Fuente: Cuadro 1 y 2 creados a partir de la información disponible que incluyen

⁸ Amipci. <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/estudios> Consulta: 27 de septiembre de 2017. Para ingresar a los estudios, síganse los siguientes pasos: 1) Ingrese al link citado; 2) Dé click a la pestaña *Búsqueda de Empleo por Internet*; 3) Se desglosarán todos los estudios realizados sobre el tema, por lo que debe elegir el(los) año(s) que desea revisar.

En la UNAM por cada dos licenciados hay un especialista, maestro o doctor.

Para el ciclo escolar 2013-2014,⁹ cuenta con más de 190 mil estudiantes de licenciatura entre las 108 carreras existentes y más de 27 mil cursan el posgrado dentro de los 73 programas de posgrado y especialización. Ese mismo año, se titularon 20 mil universitarios y casi ocho mil especialistas, maestros y doctores. Para el periodo 2016-2017,¹⁰ se tiene a 200 mil personas inscritas a una de las 120 carreras de licenciatura y 30 mil en alguno de los 81 programas disponibles. En este tiempo, se titularon 24 mil licenciados y más de 9 mil especialistas, maestros y doctores.

Ausencia de las bolsas universitarias de la UNAM en registro de agencias de colocación de la STPS. En el 2013, la STPS registró¹¹ 245 agencias de colocación privadas y 54 públicas. Cuatro años después, en 2017,¹² aumentó a 304 agencias de colocación privadas y 74 públicas. Entre las instituciones educativas inscritas están: la Universidad Autónoma de Aguascalientes; la Universidad Tecnológica de Aguascalientes; la Universidad de Monterrey; la Universidad Tecnológica de Hermosillo Sonora; el Centro Estudios Superiores del Estado de Sonora; la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla; el Instituto Tecnológico de Querétaro y; la Universidad Politécnica de Querétaro.

⁹ UNAM. *Agenda estadística 2014* UNAM <http://www.planeacion.unam.mx/Agenda/2014/pdf/Agenda2014.pdf> Consulta: 27 de septiembre de 2017.

¹⁰ UNAM. *Agenda estadística 2017* UNAM <http://www.planeacion.unam.mx/Agenda/2017/pdf/Agenda2017.pdf> Consulta: 27 de septiembre de 2017.

¹¹ STPS. *Constancia de autorización de funcionamiento y registro otorgadas a las agencias de colocación de trabajadores con y sin fines de lucro a noviembre 2013.* http://www.stps.gob.mx/bp/secciones/conoce/areas_atencion/areas_atencion/servicio_empleo/archivos/Constancias%20otorgadas-a-%20NOVIEMBRE%202013.pdf Consulta: 10 de febrero 2014.

¹² STPS. *Constancia de autorización de funcionamiento y registro otorgadas a las agencias de colocación de trabajadores con y sin fines de lucro a abril 2017.* https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/217768/Constancias_otorgadas-a_ABRIL_2017.pdf Consulta: 27 de septiembre de 2017.

CAPÍTULO 1 Breve historia de las bolsas universitarias de trabajo

Para poder entender el objeto de estudio, se requiere conocer la historia que lo envuelve y que lo ha llevado hasta lo que hoy se conoce. Aquí una relación de las bolsas de trabajo y su llegada a la universidad.

1.1 Los servicios de colocación

Las bolsas de trabajo como hoy se les conoce, surgen bajo la figura legal de las *Agencias de colocación*¹³ y se les puede definir como “empresas intermediarias destinadas a acercar la oferta de trabajo a la demanda de empleo” (Rodolfo Capón *et al.*, 1987: 24). Para ser precisos, la *colocación* es un servicio destinado a la vinculación de oferta y demanda de empleo (OIT, 1997: 2)

Por su recopilación histórica, las agencias de colocación re-surgen a mediados de 1800. Fernand Pelloutier relata en su libro *Historia de las bolsas de trabajo* (1978) que en Francia existió el proyecto promovido por un ciudadano apellidado De Corcelles quien lo publicó un 2 de marzo de 1790. Tiempo después, el documento se extravió. A pesar de ello, el redactor y jefe del periódico *Journal des Economistes* llamado De Molinari concibió la idea de una bolsa de trabajo basándose en la obra de De Corcelles (79). Ambos personajes fallaron en su objetivo debido a que sus contextos y sociedades apenas entendían el valor del proyecto, logrando su desarrollo a partir de la mitad del siglo XIX.

Para 2007, la especialista en servicios públicos de empleo e intermediación laboral, Carolina Serrano Falcón, en su tesis doctoral *Servicios públicos de empleo y Agencias de empleo privadas público y privado en la actividad de colocación*, cita a Pérez Juste P., quien reseña que el surgimiento de estas agencias fue a

¹³ C002 - Convenio sobre el desempleo, 1919 (núm. 2) http://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=1000:12100:0::NO::P12100_INSTRUMENT_ID,P12100_LANG_CODE:312147,es:NO Consulta: 19 de agosto 2013. En este documento se les refiere como agencias públicas no retribuidas de colocación.

principios del siglo XVII bajo el nombre de Oficina de Colocación en París-Francia en el *Bureau d'adresse et de renouveau* por Teofrasto Renadout, fundador del periodismo moderno, hacia el año 1630 (2007:19). En ambos trabajos, Pelloutier y Serrano coinciden en que fue una idea gala la creadora del nombre –*Bourse du travail*– Bolsas de trabajo.

Para entender el desarrollo de la colocación, se requiere observar sus cambios a nivel internacional por lo que las asistencias que la Organización Internacional del Trabajo (OIT) refiere sobre el tema son las siguientes:

CO-34 Convenio sobre las agencias retribuidas de colocación (1933) en el que se atribuye la figura mas no se define el significado de *colocación*;

CO-88 Convenio sobre el servicio de empleo (1948) añade la figura gubernamental y la obliga a regular la colocación, el mercado de trabajo y a garantizar el empleo; más tarde

CO-96 Convenio sobre las agencias retribuidas de colocación [revisado] (1949) adopta la actitud de erradicar o restringir las agencias de colocación privadas proponiendo una *Reglamentación de las Agencias Retribuidas de Colocación* con el fin de limitarlas;

El último de los ajustes amplía la definición de las agencias de colocación nombrándolas *agencias de empleo privadas*. Su postura abre la opinión a una necesidad de éstas para equilibrar el desempleo. *C-181 Convenio sobre las agencias de colocación privadas (1997)*;

Un acercamiento histórico general de los servicios de empleo en *Historic Origins: From Labour Exchanges to PESs en Social partners and the governance of public employment services: Trends and experiences from the western Europe (2011)*;¹⁴

Así como reuniones, artículos y obra añadida que se materializó en recomendaciones que la OIT difundía a través de sus miembros.

¹⁴ Disponible en línea a través de este *link*: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---lab_admin/documents/publication/wcms_156033.pdf Consulta: 19 de agosto de 2013.

Carolina Serrano Falcón explica que la colocación tiene dos acepciones desde un punto de vista legal (el cual es el que encamina a su construcción dentro de la sociedad): 1) Como un sinónimo de empleo; 2) “no se refiere a un único acto, sino al conjunto de acciones destinadas a la consecución de un empleo” (2007:5-6). De esta última, derivan los siguientes conceptos relevantes (5-6):

Proceso de colocación. Conjunto de actos jurídicos previos que imponen los poderes públicos y que son necesarios para la celebración del contrato de trabajo.

Política de colocación. Las acciones llevadas a cabo o dirigidas por los poderes públicos para hacer posible la consecución de un empleo.

Actividad de colocación. Conjunto de acciones realizadas por cualquier sujeto o institución pública o privada, que tiene como fin principal procurar¹⁵ o facilitar el empleo.

Las bolsas de trabajo, como también se les puede conocer a las agencias de colocación, tienen por fin “un sentido ocupacional de proyección hacia la comunidad, aun cuando se encuentren imposibilitadas para ejercerlo” (González, 1981: 220), lo que las categoriza bajo la actividad de colocación que menciona Carolina Serrano Falcón. Sin embargo, la colocación se interpreta como un “procurar o facilitar” el empleo y no como una garantía el obtenerlo.

A pesar de lo anterior, la colocación tanto en España, como en muchos otros países, es un indicador de “eficacia” que se utiliza para evaluar “la actividad desarrollada por las agencias de colocación”.¹⁶ Según Abraham Aparicio Cabrera, maestro en gobierno y asuntos públicos, la colocación mide la eficacia de los servicios de colocación cuando se les compara con el número de desempleados de un país (2006: 73). La colocación, entonces, viene a ser el parámetro principal para valorar los servicios que éstas ofrecen. No por nada las *agencias de colocación* tienen este nombre.

¹⁵ La Real Academia Española define el término procurar como: hacer diligencias o esfuerzos para que suceda lo que se expresa; ejercer el oficio de procurador y; conseguir o adquirir algo. En este último da un ejemplo “se procuró un buen empleo”. <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=procurar> Consulta: 12 de diciembre 2013.

¹⁶ Boletín Oficial del Estado. *Real Decreto 1796/2010, de 30 de diciembre, por el que se regulan las agencias de colocación.* http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2010-20151. Consulta: 15 de enero 2014.

En México existen registros de demandas sobre servicios de colocación a finales del Siglo XIX y los primeros años del XX. En esa época gobernaba Porfirio Díaz, y no sería absurdo pensar que durante el Porfiriato, México fue un gran admirador e importador de ideas francesas. Así como el cine llegó durante la gestión de Díaz, las Bolsas de Trabajo pudieron no haber sido la excepción.

1.2 Colocación a la mexicana

Ya en la época porfiriana existían los servicios de colocación, pero no fue hasta 1917, a través de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que Venustiano Carranza establece que éstos deben ser gratuitos para los trabajadores (artículo 123, fracción XXV).¹⁷

A partir de eso, pasarían diecisiete años antes de conocer el primer *Reglamento de Agencias de Colocaciones* promulgado en el Diario Oficial de la Federación (DOF, 1934) el cual seguía la normativa establecida por el *CO-34 Convenio sobre las agencias retribuidas de colocación* (OIT, 1933) a pesar de que México no lo había ratificado.

Su siguiente *Reglamento de agencias de colocación de trabajadores* (DOF, 1982) pasó a tener más información a nivel regulatorio. Entre los cambios más representativos se estipula que habrá preferencia a quienes representen la única fuente de ingresos de su familia (39).¹⁸

El último (DOF, 2006) hace una modificación en donde se integra el respeto a los derechos humanos a través de la no discriminación (104) como actividad de vital importancia.

La visión nacional de la colocación entiende que las agencias tendrán como objeto principal relacionar a los trabajadores desocupados o en demanda de mejor colocación, con los patrones que necesiten sus servicios (DOF, 1934: 668).

17 Aunque tres años antes, se fundó la primera bolsa de trabajo, el 16 de septiembre de 1914, por el Departamento del Trabajo (Arcos et. al., 1980: 7).

18 Para mayor información léase a Narváez García, María Virginia (1977) Estudio dogmático de la bolsa de trabajo (**tesis de licenciatura**). México: UNAM

Asimismo, su posterior revisión trata de igual manera el tema. Sería hasta el reglamento actual donde se establece que la colocación son “todas las acciones cuyo objeto principal sea el reclutamiento, la selección de personal y la localización de vacantes, para vincular laboralmente a un trabajador con un empleador o éste con aquel, bajo cualquier modalidad” (DOF, 2006: 104).

Tres clases de este servicio se formarían con las añadiduras, correcciones y derogaciones de estas leyes: Privado, Gubernamental y Público.

Cuadro 3. Clasificación de las agencias de colocación por sus fines

<p style="text-align: center;">PRIVADO</p> <p style="text-align: center;">Agencia de colocación de trabajadores con fines de lucro</p>	<p style="text-align: center;">GUBERNAMENTAL</p> <p style="text-align: center;"><i>Servicio Nacional del Empleo</i> Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS)</p>	<p style="text-align: center;">PÚBLICO</p> <p style="text-align: center;">Agencia privadas y oficiales de colocación de trabajadores sin fines lucrativos</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Personas físicas o morales de derecho privado. - Obtiene ingresos por brindar el servicio de colocación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Unidades administrativas STPS y de Entidades Federales. - Prestan el servicio de colocación bajo los artículos 538 y 539-D de la Ley Federal del trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Toda persona física o moral, dependencia u organismo oficial. - No obtiene ninguna retribución económica por ofrecer el servicio.

Fuente: Propia

En este sentido, se puede decir que los dos primeros reglamentos generados durante el Siglo XX¹⁹ y la política de Estado de Bienestar²⁰ ejercida en aquellos años, son la base práctica de las bolsas que posteriormente emergerían en el país. Lo que le daría antecedentes a la forma actual que prevalece en México.

1.3 Bolsas universitarias: la novedad en la UNAM

Si éstas tienen su historia en Francia, las universitarias (en México) florecen en la UNAM. La bolsa universitaria de trabajo, mejor conocida como BUT, nace en 1953 por iniciativa del licenciado Horacio Labastida al entonces rector Nabor Carrillo Flores (Excelente Rendimiento..., 1974: 2). La idea se basaba en el modelo

¹⁹ En los cuales el gobierno toma el papel de regulador de estos servicios.

²⁰ El “Estado benefactor” toma la responsabilidad para asegurar el bienestar de la gente monopolizando: El seguro para el retiro, atención médica, la educación y la seguridad de empleo o ingreso (Tom G. Palmer, 2012, p.34). Disponible en línea <https://studentsforliberty.org/wp-content/uploads/2012/04/After-the-Welfare-State-PDF.pdf>.

conocido de bolsa de trabajo –gubernamental–, con el fin de apoyar económicamente a los universitarios durante sus estudios.

A decir verdad, esta dependencia fue la promesa para transformar la situación de los estudiantes con carencias económicas para continuar sus estudios. También fue en ese tiempo cuando la iniciativa de congelar las cuotas escolares se constituyó en norma ¿el propósito? ampliar las posibilidades de acceso de la juventud mexicana a estudios de educación superior (Quintana Adriano *et al.*, 2001: 744).

Nadie ignora que la administración en el año de 1954 fue todo un desafío. Sin mencionar su actividad administrativa como rector, Nabor confrontó un momento histórico en la Universidad: el traslado a Ciudad Universitaria. Nuestro dignatario, por si fuera poco, confrontó un problema más: *El crecimiento explosivo de la población universitaria* (Carrillo, 1953).

Bajo este contexto, el 30 de agosto de 1954, aparece la BUT a página completa en la *Gaceta de la Universidad* (6) iniciando labores. La intención de conseguir un empleo adecuado a los estudiantes, es que les permitiera resolver su problema económico, es decir, los gastos generados para el sostenimiento de la carrera universitaria, cuidando que ésta “no gravite sobre la economía familiar”.

Por otro lado, Nabor tenía razón al indicar que el crecimiento explosivo de la población universitaria constituiría un reto que demandaría nuevos organismos descentralizados de Ciudad Universitaria. Para ello, se tendrían que idear nuevas instituciones cuyos nombres formarían parte de la historia de la Capital y su área metropolitana. Las Escuelas Nacionales de Estudios Profesionales (ENEP’s).

Las ENEP’s son campus encargados de acercar la educación superior a regiones más alejadas de Ciudad Universitaria. Su creación se llevó a cabo durante dos rectorados: Pablo González Casanova propuso edificar nuevos planteles fuera de la sede en San Ángel; Guillermo Soberón Acevedo aprobó la inauguración de los nuevos planteles: Cuautitlán-Izcalli (22 de abril de 1974); Acatlán (17 de marzo de 1975); Zaragoza (19 enero de 1975); Iztacala (19 de marzo de 1975); Aragón (16 de enero de 1976).

Hasta la apertura de Aragón, la BUT en Ciudad Universitaria era la única dependencia en ofrecer servicios formales de colocación para universitarios. La centralización de la actividad acarreó muchos problemas de vinculación. Si bien todas las ENEP's contaban con la difusión de vacantes, no todas las carreras ejercían tal función. Esto sucede con frecuencia en la educación cuando no se tiene claro qué carreras poseen un mercado de vacantes visible a las organizaciones externas. Lo que genera una disparidad entre las carreras que lo tienen y las que no.

1.4 La colocación en la universidad: el nuevo departamento

Después de que las ENEP's fueron inauguradas, cada campus se tomó su tiempo para crear su bolsa de trabajo. Este proceso se divide en dos etapas: 1) Difusor de vacantes e; 2) Instancia oficial.

La información disponible indica que en la primera etapa la difusión de vacantes era realizada por una área con otras obligaciones administrativas; la segunda estaba encaminada al servicio de colocación y sólo a este se dedican.

Cuadro 4. El antes y el después de la colocación en la UNAM

ANTES - Difusor de vacantes		DESPUÉS - Instancia oficial	
A)	Es realizado por las jefaturas de carrera.	a)	Es un departamento.
B)	No existe un proceso de vinculación.	b)	Está dedicada a la vinculación/colocación universitaria.
C)	No todas las carreras lo realizaban.	c)	Establece relaciones estratégicas con organismos externos.
D)	Su relación con organismos externos depende del acercamiento con las jefaturas.	d)	Cuenta con servicios extra para mejorar la relación entre universitarios y medio laboral.
		e)	Organiza y participa en eventos de índole profesional.

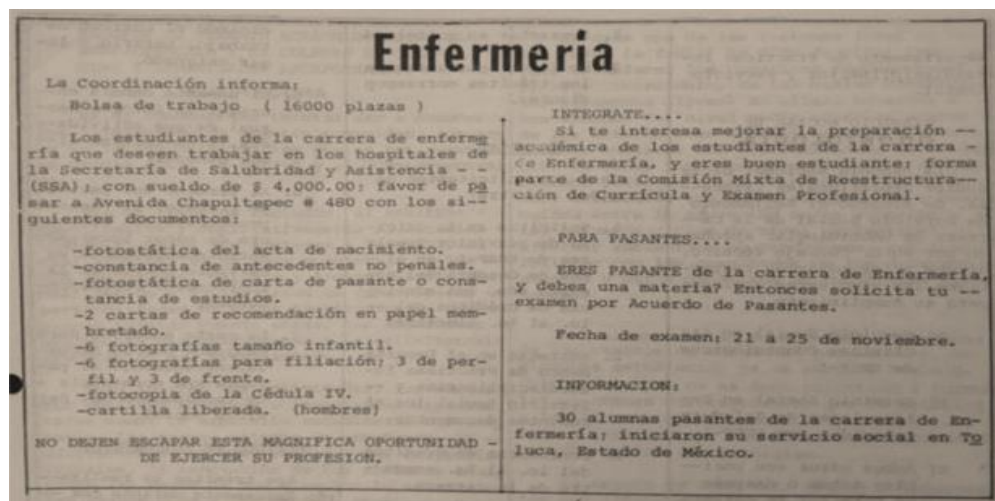
Fuente: Propia

De esta manera en su primera etapa, las bolsas universitarias no existían como tal y la actividad de colocación era realizada de manera poco estructurada dentro de otras instancias con cercanía a los alumnos. Por ejemplo, la jefatura de carrera o los servicios escolares (aún hoy se difunden vacantes a través de los espacios de esta última).

La transición como instancia oficial se logró gracias al rector Octavio Rivero Serrano, quien firmó, el 13 de octubre de 1982 (*Gaceta Universitaria*: 5 y 29), un convenio para que las dependencias externas a Ciudad Universitaria formalizaran²¹ sus bolsas de trabajo. En él se nombraba a las entonces ENEP's Aragón, Zaragoza, Acatlán e Iztacala. En el caso Cuautitlán, ahora Facultad de Estudios Superiores (FES), también se le proporcionó asesoría según refiere el *Informe 1983* (UNAM, 1984:228) para lograr este cometido.

La actividad de colocación, antes de la formalización, indudablemente existía pero no era para todos. Esta situación se presentaba cuando las empresas se acercaban con los universitarios con campos de trabajo bien definidos mientras que otras carreras eran relegadas. De aquí la necesidad de un departamento que atendiera a toda la comunidad universitaria en este sentido. Prueba de ello es el registro que tiene la FES Iztacala y el cual se transmitía a través de las jefaturas de carrera.

Figura 1. Promoción de vacante en jefaturas - Iztacala



FUENTE: Cortesía Archivo Histórico Iztacala

Con este contexto se puede definir que: una bolsa de trabajo universitaria es el departamento encargado de vincular a la comunidad universitaria con el mercado de trabajo.

²¹ El término *formalizar* se entiende como el acto de brindar el servicio de colocación, a través de un departamento, dentro de las instituciones de la UNAM.

1.5 Las bolsas a través de las ENEP's/FES

El nacimiento de las bolsas dentro de las instancias de la UNAM no es información de conocimiento general, ni mucho menos de fácil acceso. Su ausencia, hace interesante el esfuerzo por acceder a ella y, aunque el propósito no fue alcanzado, aquí se presenta los datos recabados.

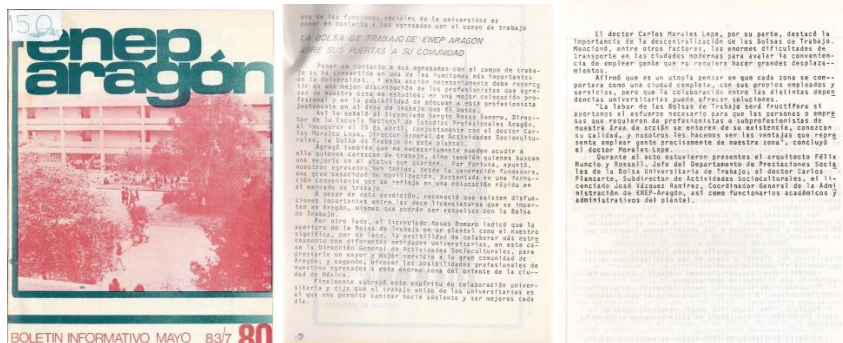
En las dependencias externas a Ciudad Universitaria, se recopilaron las fechas para aproximar su creación por lo que se advierte que existe una falta sobre el registro de su fundación. El listado siguiente recopila algunas fuentes que sustentan las fechas aproximadas. Para esta investigación será suficiente determinar su año. Aquí la cronología:

- 1) Ciudad Universitaria (30 de agosto de 1954)
- 2) ENEP Zaragoza (enero de 1983)
- 3) ENEP Aragón (26 de abril de 1983)
- 4) FES Cuautitlán-Izcalli (1983)
- 5) ENEP Acatlán (1983)
- 6) ENEP Iztacala (1995)

En armonía con los acontecimientos, Ciudad universitaria es la primera institución en implementar una. Su creación fue bajo el mandato de Nabor Carrillo Flores, rector de la UNAM.

Fue cerca del mes de enero de 1983 que la ENEP Zaragoza abrió la propia (*Gaceta Zaragoza*, 1983: 1 y 4) y se convierte en la segunda en formalizar el servicio; Por su parte, Aragón vio nacer su propia bolsa de trabajo el martes 26 de abril de 1983 (*Boletín Aragón*, 1983: 2-4). Estas dos ENEP's son referidas en el *Informe 1983* de la UNAM junto con Cuautitlán, sin embargo esta última no cuenta con una referencia exacta.

Figura 2. Inicio de labores Bolsa de Trabajo ENEP Aragón



FUENTE: Archivo del Departamento de Publicaciones Fes Aragón

A pesar de esto, Cuautitlán cuenta dentro de su archivo muerto (Campus 4) con la *Guía del Estudiante 1984-1985* (1984: 7-8) donde se presenta un organigrama ubicando la Unidad de Extensión Universitaria como coordinadora de los departamentos: Educación integral, Relaciones públicas, Actividades deportivas y recreativas y –finalmente– Servicio Social y **Bolsa de Trabajo**.

El origen en Acatlán (Cordero, 2006: 36) comienza en el mismo año que las anteriores. No obstante que su integración parece haberse hecho después de la recopilación de datos para el Informe 1983 del rector. El *Informe 1984* (UNAM, 1985) no refiere nada sobre el tema.

Al final del listado está Iztacala. Durante el primer periodo del Dr. Felipe Tirado (1995) dentro de las *Memorias Iztacala 1995-1998* (1998: 32) se indica por primera vez a este departamento con una línea muy delgada: “La bolsa de trabajo atendió 263 solicitudes, logrando una respuesta positiva para 79 casos”. Previo a este documento, no se encontró información en su Archivo Histórico.

CAPÍTULO 2 Análisis de contenido: historia y metodología

En este capítulo se explicará todo sobre el Análisis de Contenido. Desde su historia hasta su actual implementación. Además se hablará de la metodología que Klaus Krippendorff ha implementado y desarrollado en su obra más celebre: Content Analysis; An Introduction to Its Methodology (2004).

2.1 Qué es el análisis de contenido

En el siglo XVIII, explica Karin Doving en su artículo *Semántica Cuantitativa en el Siglo XVIII en Suecia [Quantitative Semantics in 18th Century Sweden]* (Krippendorff and Bock, 2009), surge la primera fuente del análisis de contenido realizada sobre una colección de 90 himnos titulada *Songs of Zion*, publicada en 1743. Fue en 1745, durante su segunda edición, cuando surgió una controversia debido a ciertos efectos que se estaban reportando en la región (ausencia en las iglesias, reuniones ilegales en donde los himnos eran usados; además de que tales cánticos recordaban a Nicolaus Ludwing von Zinzendorf –lo cual era una atracción de fieles contra la iglesia luterana por parte de los pietistas-moravos en Suecia–). Este conflicto trajo consigo la primera forma de análisis del contenido (sobre los himnos) para determinar su propósito (4-8).

Hoy se reconoce que la mayoría de métodos que se usaron en aquel análisis son los mismos métodos que se usan en la actualidad. A partir de la mitad del Siglo XX, estos procesos obtuvieron una expresión más clara y sistemática (más científica) y se refleja en los conceptos con los que aquellos autores la definen. Por ejemplo, Bernard Berelson define al análisis de contenido como “una técnica de investigación para describir objetiva, sistemática y cuantitativamente el contenido manifiesto de la comunicación” (1952:18). Esta definición antecede a la gran mayoría de las definiciones desarrolladas y que actualmente se usan. Kimberly A. Neuendorf sigue esta tendencia pues define el análisis de contenido

como “el análisis sistemático, objetivo y cuantitativo de las características de los mensajes” (Neuendorf, 2002: 1)

Las primeras definiciones entienden al análisis de contenido como un proceso de establecer las características (como un estudio biológico o físico) de los mensajes; al describir éstas, su estudio estaría determinado y el análisis tendría validez y sería replicable. Esto permitiría que posteriores analistas interpretaran los datos o reprodujeran el análisis. Este fue el ideal científico.

Desde la segunda mitad de siglo, poco a poco las definiciones tuvieron un vuelco hacia la capacidad de inferir como característica excepcional de esta técnica de investigación. La diferencia entre éstas y aquellas era que infería el sentido (no sólo describía las características) de los mensajes que se estudiaban. Así, el gobierno de Estados Unidos de Norteamérica define al análisis de contenido como “un conjunto de procedimientos para recolectar y organizar información de manera estandarizada que permita a los analistas hacer inferencias acerca de las características y significados de los textos u otro material grabado” (GAO, 1989).

En un sentido similar, Sarah Stonebely entiende que “el análisis de contenido se refiere al registro y análisis visual o textual de datos con el fin de encontrar un patrón significativo”.²² Este patrón tiene un sentido, es decir, una intención o propósito. Por ello se entiende que la característica más importante del análisis de contenido es la posibilidad de identificar y explicar “las representaciones cognitivas que otorgan el sentido a todo relato comunicativo” “producido, recibido y comprendido por actores que tendrán ante sí la tarea de compatibilizar la estructura del mismo con otras estructuras de sentido existentes en la sociedad y con otras informaciones memorizadas anteriormente de forma individualizada” (Bardin, 1996:5).

Hasta este punto resulta importante hacer algunas observaciones. El análisis de contenido aplica para todo contenido perdurable como el audio, el video, la pintura; no sólo textos escritos. La Universidad de Sheffield, al sur de Yorkshire, Inglaterra, establece que un contenido puede ser cualquier texto o material

²²Sarah Stonebely. Content Analysis. http://www.academia.edu/1974455/Content_Analysis Consulta: 25 de enero 2014.

multimedia (por ejemplo videos, fotos, páginas web) o una colección de datos (transcripciones de entrevistas, discusiones, grupos de enfoque, transcripciones y observaciones de video diarios, etcétera.)²³ Por ello, su amplitud es reconocida en distintos grados comunicativos (desde medios de difusión masiva hasta medios individuales). Lo que lo hace una herramienta amplia para estudios de diversas disciplinas.

Klaus Krippendorff, investigador reconocido en la materia, retoma toda la información y entiende que “el análisis de contenido es una técnica de investigación para realizar inferencias replicables y válidas de los textos (o de cualquier contenido) a partir de los contextos en los que se usa” (2004:18). El modelo de este autor se desarrolla a lo largo de esta investigación.

Al ser un método de investigación, el análisis de contenido forma parte del (casi) eterno conflicto sobre la postura metodológica entre lo cuantitativo y lo cualitativo. En el apartado siguiente se verá más a fondo.

2.1.1 Entre la perspectiva cuantitativa y la cualitativa

El debate entre las posturas cuantitativa y cualitativa lleva más de un siglo de existencia. Al referir la palabra cuantitativo se describe a la capacidad de establecer modelos que otorguen una cantidad (cuantifiquen) a los valores establecidos, con el fin de deducir o inducir un patrón o una ley de comportamiento. Por otro lado, la orientación cualitativa tiene la intención de hacer estudios de caso más específicos, por ende, más abstractos y no buscan –ni tienen la intención– de derivar en una ley o patrón.

El tipo de método elegido tiende a revelar la perspectiva teórica. Mientras se menosprecia a los métodos cualitativos para evaluar relaciones generales (deducción o inducción) para determinar leyes o comportamientos cíclicos, los métodos cuantitativos a menudo no capturan los aspectos más importantes de las condiciones sociales (Poteete *et al.*, 2012:49). Sintetizando el debate, tres

²³ The University of Sheffield. Content analysis. <http://www.shef.ac.uk/lets/strategy/resources/evaluate/general/data-analysis/content-analysis#pageTop> Consulta: 25 de enero 2014.

aspectos tienen suma importancia: “(1) los objetivos de la investigación social, (2) cuestiones filosóficas y teóricas y, (3) las consideraciones prácticas, en particular relacionadas con la calidad de los datos” (45). Ésta última, es la de mayor importancia para el análisis de contenido por motivos de validación y reproducción de datos y de las inferencias que de ellos emanan.

La dicotomía de estas posturas en la actualidad resulta anticuada para el análisis de contenido. Krippendorff reconoce que el papel que juega el investigador es una postura subjetiva sin la cual no existe significado alguno del contenido pues “un texto no existe sin un lector, un mensaje no existe sin un intérprete y un dato no existe sin un observador” (2004:22); “ultimadamente, todas las lecturas de los textos son cualitativas, incluso cuando ciertas características del texto sean convertidas a números” (16).

Así el investigador busca dentro del contenido, demostrar la existencia o inexistencia de un significado o sentido que haya sido percibido antes. Lo siguiente es hacer que dicha postura sea evaluada de manera sistemática para demostrarse o invalidarse. De este modo se determina que el uso de uno u otro o ambos métodos es delineado por los intereses del investigador (para extraer, ordenar y presentar los datos).

Dentro del análisis de contenido, los méritos entre lo cuantitativo y lo cualitativo sólo se dividen en cuatro contrapuntos de investigación según Alexander George (*véase Cuadro 5, página siguiente*).

Como ya se dijo, en el análisis de contenido la importancia metodológica tiene su centro en la obtención, selección y presentación de datos así como de las inferencias que de ellos resulten. Tomando eso en cuenta, Alexander George establece dos diferencias sustantivas: la frecuencia y la no frecuencia al momento de inferir (Krippendorff *et al.*, 2009:145-146).

Cuadro 5. Diferencias metodológicas en el análisis de contenido por Alexander George

CUANTITATIVO	CUALITATIVO
Análisis sistemático del contenido con el propósito de comprobar una hipótesis	Lectura preliminar de los materiales comunicativos con el propósito de formar y descubrir una nueva relación (o hipótesis)
Procedimiento sistemático para obtener datos precisos, objetivos y replicables	Procedimiento basado en las impresiones (reacciones u opiniones) ²⁴ para hacer observaciones acerca de las características del contenido
Los atributos permiten una medición exacta o un rango	Los atributos son dicotómicos (pueden o no pertenecer al objeto)
Procedimiento rígido para hacer lo mismo	Procedimiento flexible para hacer observaciones descriptivas del contenido o juicios de registro

FUENTE: Generada a partir Krippendorff *et al.* 2009:144-145.

La frecuencia es la característica del análisis de contenido cuantitativo que se preocupa por la *ocurrencia* de una característica dada en el contenido para generar una inferencia. Al contabilizar (por medio de la estadística) las palabras de un discurso, es posible definir su tendencia a partir de la repetición con la que se menciona una postura (ésta fundamenta la inferencia que se hace del discurso). Este análisis tiene como un fin “comprobar una hipótesis”.

La no frecuencia, perteneciente al análisis de contenido cualitativo, sólo requiere de la mera *presencia o ausencia* de un contenido dado para generar una inferencia. En estos casos no se hace un conteo estadístico. Este análisis tiene como un fin “formar una hipótesis”. Lo que le da las siguientes características (Krippendorff, 2004: 17): (1) Requiere de una lectura más asidua del contenido (o parte de él); (2) Interpreta el contenido según ciertas narrativas de comunidades académicas (marxista, feminista, etcétera.); (3) Reconoce que los investigadores trabajan dentro de círculos hermenéuticos (de ahí la importancia que tiene la interpretación para hacer inferencias).

²⁴ La definición de *impressionistic* en el texto se usa como adjetivo por el autor. Su significado es el siguiente “based on reactions or opinions, rather than on specific facts or details” (Basado en reacciones u opiniones en lugar de hechos o detalles específicos). Aunque su traducción literal sería impresión, ésta se refiere a las reacciones u opiniones que generó o generará un contenido o parte de él.
<http://www.macmillandictionary.com/us/dictionary/american/impressionistic> Consulta: 20 de noviembre 2014.

Una de las propuestas más innovadoras de Alexander es que las inferencias generadas con uno u otro método tienen la posibilidad de llevar a una inferencia similar (Krippendorff *et al.*, 2009:145-146). Su uso se determina por los propósitos de investigación que se quieran demostrar así como “la disponibilidad de información y los incentivos profesionales” (Poteete *et al.*, 2012: 50). Al final, lo que se debe buscar es una presentación de datos clara y que permita una mejor sustentación de la(s) inferencia(s) dentro de las posibilidades de investigación.

Existen diversos trabajos que han destinado esfuerzos cuantitativos como cualitativos en distintas ciencias. Éstos han hecho uso del análisis de contenido para demostrar o establecer hipótesis. Entre ellas encontramos a la comunicación, la historia, la educación, la filología, la literatura, la lingüística, la sociología, la ciencia política, la antropología, la etnografía, la psicología o la psiquiatría, entre las más conocidas.

En su forma histórica, el análisis de contenido tuvo su auge con los estudios realizados en forma cuantitativa a la prensa y la opinión pública a partir del auge visible en la producción propagandística (Laswell, 1938)²⁵ y de periódicos impresos (Krippendorff, 2004: 5). Más tarde, esta noción simplista de la objetividad científica sería llamada “*análisis cuantitativo de la prensa*” [*quantitative newspaper analysis*]. Cuando otros medios masivos de comunicación ganaron popularidad, el análisis cuantitativo comenzó a implementarse en la radio, las películas y la televisión (6).

El análisis cualitativo, a pesar de ser más viejo que el cuantitativo, tuvo un resurgimiento a partir de contraponerse o compensar al análisis cuantitativo de la prensa. Para lograr esto, los estudios realizados bajo esta metodología ofrecían nuevos protocolos para explorar los textos de manera sistemática (Krippendorff, 2004: 6). Entre ellos encontramos: el análisis de discurso, al análisis retórico, el análisis etnográfico y el análisis conversacional (16-17).

²⁵ Versión original en línea: <http://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015000379902;view=1up;seq=9> Consulta: 24 de enero 2014.

2.1.2 De dónde viene el nombre “Análisis de Contenido”

Una de las preguntas más frecuentes sobre cualquier término es: ¿de dónde salió? Roberto Franzosi, profesor de la Universidad Ca'Foscari en Venecia-Italia, nos da la respuesta en su trabajo *Content Analysis: Objective, Systematic, and Quantitative Description of Content*.²⁶

Ya en los años cuarenta del Siglo XX, el análisis de contenido era utilizado por distintas comunidades académicas en conexión y por sugerencia de Harold D. Lasswell. Leites y De Sola Pool en 1942 como Kaplan en 1943, afirmaron que fue Lasswell la figura clave para su existencia, desarrollo y uso.

También es cierto que años previos a su etiqueta formal tenía otras expresiones (a saber: contenido de la prensa, contenido de programas de radio, contenido editorial, contenido de medios masivos, contenido de comunicaciones de masa, contenido de comunicación). Pero la más conocida no existió escrita hasta los años cuarenta.

En 1940 Waples, Berelson y Brandshaw usaron la etiqueta en su libro *Qué hacen las lecturas a la gente* [*What Reading Does to People*]. Un año después, en abril de 1941, Waples y Berelson usaron el término en un documento mecanografiado titulado *Qué fue lo que dijeron los votantes* (*Un ensayo sobre Análisis de Contenido*) [*What the Voters Were Told (An Essay in Content Analysis)*].

A pesar de que Harold D. Lasswell es reconocido como la figura clave, éste demuestra cierta ambigüedad al momento de usar el término ‘análisis de contenido’. Esto lo demuestra un documento interno realizado para la División Experimental para Estudios de las Comunicaciones en Tiempo de Guerra [*Experimental Division for the Study of War Time Communications*] nombrado *La técnica del análisis del símbolo* (*Análisis de Contenido*) [*The Technique of Symbol Analysis (Content Analysis)*] (1941) donde se ve claramente que encierra en paréntesis el término y prefiere utilizar ‘análisis del símbolo’. Incluso en 1949, uno

²⁶ Roberto Franzosi. *Content Analysis: Objective, Systematic, and Quantitative Description of Content*. http://www.unive.it/media/allegato/Scuola-Dottorale/2011/allegato/Content_Analysis_-_Introduction.pdf Consultado: 24 de enero 2014.

de sus libros, el cual contenía una temprana metodología y contribuciones substantivas a esta nueva técnica de investigación, Lasswell y Leites prefieren titularlo como *Semánticas Cuantitativas* [*Quantitative Semantics*] –término que retoma Karina Dovring en su artículo *Semánticas cuantitativas en el siglo XVIII en Suecia* [*Quantitative Semantics in 18th Century Sweden*] (1954) – en lugar de Análisis de Contenido.

Fue la publicación de Bernard Berelson, en 1952, *Análisis de contenido en la investigación sobre las comunicaciones* [*Content Analysis in Communication Research*] y la obra de Ithel de Sola Pool *Tendencias en el Análisis de Contenido* [*Trends in Content Analysis*] (1959) quienes dispararon el término de una vez y por todas en su formalidad. Así fue como los libros posteriores ajustarían el término análisis de contenido a todos sus títulos.

2.2 Klaus Krippendorff y sus aportaciones

Klaus Krippendorff es una eminencia en el análisis de contenido. Con más de 40 años de estudio en el área, Krippendorff ha desarrollado grandes proyectos y formado parte de los círculos más reconocidos sobre el tema. La Universidad de Pensilvania (Upenn, por sus siglas en inglés), en su Escuela de Comunicación - Annenberg, tiene un apartado para el investigador. <http://web.asc.upenn.edu/usr/krippendorff/>²⁷ en donde se encuentra su Currículum Vita. Aquí enlistamos los apartados más importantes sobre el análisis de contenido que lo han llevado a ganar reconocimiento como un experto:²⁸

- A) Doctorado en Comunicaciones por la Universidad de Illinois, Urbana con la tesis titulada *Un examen al Análisis de Contenido: Propuesta para un marco general y un cálculo de información para mensajes en situación de análisis*

²⁷ Hace poco volví a consultar el link <http://web.asc.upenn.edu/BinaryData.aspx?path=usr/krippendorff/VITA.pdf> para descubrir que no está disponible. La Upenn creó otro <http://web.asc.upenn.edu/usr/krippendorff/page2vita.htm>. Consulta: 25 de diciembre 2014.

²⁸ Para un chequeo completo de su obra escrita sobre el análisis de contenido, se puede consultar el siguiente link: <http://web.asc.upenn.edu/usr/krippendorff/CONTENT%20ANALYSIS.pdf>

[*An Examination of Content Analysis: A Proposal for a General Framework and an Information Calculus for Message Analytic Situations*] (1967)

- B) Coorganizador en la Conferencia Nacional sobre “Análisis de Contenido” [National Conference on "Content Analysis"], Filadelfia, Estados Unidos de Norteamérica (Noviembre, 1967)
- C) Organizador de dos talleres sobre *Aplicaciones Computacionales en Análisis de contenido* [Computer Applications in Content Analysis] para las conferencias de ICA en Acapulco (2001) y Washington DC (2002)
- D) Gana el premio ICA *Fellows Book Award* por su libro *Content Analysis; An Introduction to Its Methodology* (2004).

El modelo de Klaus Krippendorff estudia el análisis de contenido a partir de seis características que él considera necesarias (2004: 22-25):

- 1) Los textos (o cualquier material multimedia o colección de datos) no tiene cualidades objetivas. Los significados que del texto se interpretan son aportados por “alguien”, es decir, el texto en sí no tiene ningún significado pues “un texto no existe sin un lector, un mensaje no existe sin un intérprete y un dato no existe sin un observador”. A diferencia de investigadores anteriores del análisis de contenido como Berelson, Krippendorff considera que no se puede separar al investigador del objeto de estudio debido a que en las Ciencias Sociales el investigador es quien da sentido al texto;
- 2) Los textos (o cualquier material multimedia o colección de datos) no tienen significados individuales que pueden ser ‘encontrados’, ‘identificados’ y ‘descritos’ por lo que son. Debido al punto anterior, la forma en como los textos pueden ser estudiados difiere. La psiquiatría, la sociología, la política o la poesía podrían interpretar un texto lo cual es válido para cada área pero también las hace diferentes pues ellas estudian desde la perspectiva que les interesa;
- 3) Los significados apelados por los textos (o cualquier material multimedia o colección de datos) no tienen que ser divididos. Exigir, como Berelson lo hizo, un ‘terreno común’ restringe el dominio empírico del análisis de

contenido a pequeños grupos que ven el mundo desde una misma perspectiva. Aunque el acuerdo intersubjetivo²⁹ podría simplificar el análisis de contenido, lamentablemente ese consenso es un hecho raro. Si el análisis de contenido (y su interpretación) se somete a la aceptación social de lo que cualquiera considera como verdad, esto lo reduciría a validar sus resultados sí y solo si concuerda con el criterio social (del grupo interesado en la investigación);

- 4) Los significados (o contenidos) dicen algo más que los textos en sí. Analizar los textos en sí es similar al análisis que hace una computadora: ésta está confinada a las concepciones de sus programadores, por lo tanto, su análisis no puede puntualizar nada fuera de lo que procesa. Probablemente la característica más distintiva de las comunicaciones (específicamente los textos) es que informan a sus receptores, avocan a sus sentimientos o causan cambios de comportamiento. Así el analista debe ser capaz de formar y verbalizar la información y los cambios que ésta provoca y no lo que dicen meramente los textos;
- 5) Los textos (o cualquier material multimedia o colección de datos) tienen significados relativos a contextos particulares, discursos o propósitos. Cada disciplina tiene razones para interpretar de manera diferente un texto. El análisis de contenido debe reducir estas interpretaciones al elegir un contexto dentro de cual se intenta dar sentido a un texto (desde la política, la economía, la comunicación o la sociología, por ejemplo). El analista debe, en efecto, construir un mundo en el cual los textos tengan sentido y puedan responder a las preguntas de investigación. Para que el análisis de contenido sea replicable, el analista debe explicar el contexto que guía sus inferencias. Sin tal explicitud, el análisis sería inválido;
- 6) La naturaleza de los textos (o cualquier material multimedia o colección de datos) requiere que el análisis de contenido establezca inferencias específicas desde el cuerpo del texto hacia el contexto elegido. Las

²⁹ También conocida como *transubjetividad*. Ésta se puede definir como “una experiencia que garantiza que esa experiencia cuenta con un ser más allá de la subjetividad individual”, es decir, la realidad es tal porque es captada en común por varios sujetos en Oscar de la Borbolla (2006). *La rebeldía de pensar*. México: Nueva Imagen. P. 104

inferencias son la pieza central de esta técnica de investigación pues con ellas se puede llegar a la construcción del contexto o la realidad social. Klaus Merten, parafraseando la definición de Krippendorff, escribió: “El análisis de contenido es un método que indaga la realidad social y consiste en inferir características de un contexto no manifiesto a partir de las características de un texto manifiesto.”

De este modo, el análisis de contenido es un método científico de construcción de la realidad social a partir de inferencias realizadas por la investigación sistemática, explícitamente informada y verificable de un texto más allá de lo que un lector ordinario hace con sus lecturas.

2.3 Modelo de Krippendorff

Cualquier procedimiento científico, sea en ciencias sociales como en ciencias naturales, genera datos. El análisis de contenido no está exento de esto. En los siguientes párrafos se hablará de los procesos y la importancia que tiene explicar el procedimiento a través del cual se crean los datos en el análisis de contenido. Todo a través de la perspectiva de Krippendorff.

Un dato, para entrar en materia, “es una unidad de información registrada a través de un medio durable” (Krippendorff, 2004:81). Un libro, una grabación, un video, notas personales, cartas, etcétera. son ejemplos de esto. Esta unidad de información es analizable con otros datos con el fin de responder a un problema específico.

A diferencia de lo que se cree, los datos no son observaciones y lecturas en sí mismas, en cambio, son resultado de procesos previamente seleccionados y dirigidos hacia un fin específico. De modo que “los datos son producidos, no encontrados y los investigadores están obligados a explicar cómo generaron tales datos” (Krippendorff, 2004: 81).

Existen diversas razones para establecer estos pasos. Entre las más importantes se encuentra el garantizar la confiabilidad y neutralidad de los resultados. Además,

al estandarizarse el proceso, se permite que otros investigadores lo evalúen (y en su caso, lo repliquen). Asimismo esta serie de pasos sirve como un instructivo que guía a investigadores y críticos respecto de la investigación realizada.

Krippendorff, al diseñar la metodología de investigación, propone cinco elementos que constituyen al análisis de contenido:

- A) Unidades
- B) Muestreo
- C) Registro
- D) Inferencias
- E) Validación

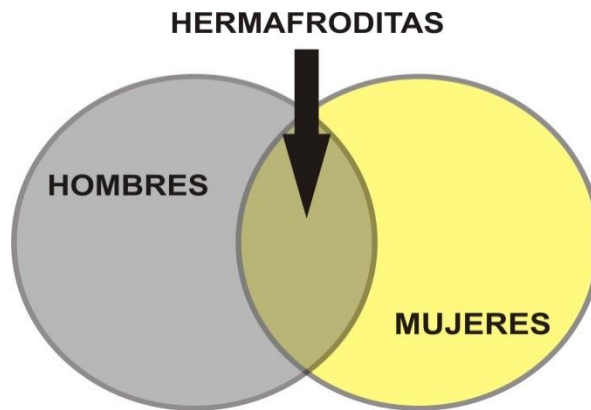
2.3.1 Unidades

Una manera simple de entenderlas es en forma de conjuntos. Un conjunto es un grupo de individuos u objetos que comparten una o más características. Por ello, Krippendorff las define como los “conjuntos que los analistas distinguen y tratan como elementos independientes” (2004: 97) para la generación de datos.

Los datos, escribe Krippendorff, “son pequeñas unidades de información que están registradas en algún medio” que se distinguen y comparan entre sí a través de “técnicas claramente delineadas” (2004: 81). Estos surgen de establecer los conjuntos que se han de estudiar pues representan aquellas observaciones que el analista hace del objeto de estudio.

Estas observaciones, que a su vez son datos, no deben verse como formas explícitas que solo deben registrarse sino como una construcción a través “de procedimientos elegidos” (Krippendorff, 2004:81) previamente. Los datos no existen en sí, son generados por el analista. Así los conjuntos toman forma dependiendo de la perspectiva del analista. Por ejemplo, un biólogo podría construir el siguiente diagrama:

Figura 3. Ejemplo de diagrama



Fuente: Propia

De modo que este biólogo divide las características de una población respecto de sus órganos sexuales. Hombres tienen pene, Mujeres tienen vagina y Hermafroditas tienen pene y vagina; esto con el fin de establecer las probabilidades de nacimiento de un hermafrodita dentro de una comunidad específica.

El mismo diagrama puede ser utilizado por un economista para determinar el nivel de salario de estos tres grupos para establecer la existencia o no de inequidad salarial o; un comunicólogo al comparar los tres para determinar un segmento de mercado más propenso a comprar una revista que se quiere difundir. Los datos que se produzcan dependen del problema de investigación que el analista busca resolver.

En el caso del análisis de contenido, a los conjuntos se les llama unidades de análisis. Existen tres tipos de unidades y estas se pueden definir como el proceso que determina la absorción de los datos para la investigación y tiene la siguiente lógica: 1) las **unidades de muestreo** determinan las fuentes; 2) las **unidades de registro** determinan la información que se extraerá, de las fuentes elegidas, para su análisis y; 3) las **unidades de contexto** ayudan a establecer el(los) sentido(s) o significado(s) a las unidades de registro.³⁰

Aquí un desglose de cada unidad según su tipo (Krippendorff, 2004: 98-103):

³⁰ El analista no debe preocuparse porque existan muchos significados, en cambio debe delimitar bien cuales de ellos sirven para su investigación. Esto reduce a un número considerable y manejable la cantidad de significados que vayan a analizarse.

De muestreo. Éstas se determinan a través de una “inclusión selectiva”, es decir, es el analista quien determina aquellas fuentes que serán analizadas a través de métodos estadísticos o no-estadísticos (Anexo 2). Se caracterizan por tener un comienzo y un final bien definidos, tal es el caso de un programa de TV, radio o una nota periodística. Estas unidades seleccionan las fuentes, lo que determina si serán incluidas en el análisis.

De registro. Éstas se localizan dentro de las unidades de muestreo (una fuente elegida), sin embargo se caracterizan por “describir o categorizar” un segmento de la información de dicha unidad. En muchos casos, el estudio de unidades de muestreo es muy amplio, por ejemplo, las películas, a través de las unidades de muestreo, se pueden dividir de la siguiente manera: ficción, terror, suspenso, drama, tragedia, etcétera; estas etiquetas, si bien son generales y fáciles de determinar, poco dicen sobre el contenido. Las unidades de registro son más específicas y requieren de un lenguaje más rico para describir o categorizar la información. En un programa de TV, por ejemplo, el inicio y el fin están bien definidos por lo que una división del programa por un solo personaje rompería la narrativa del discurso pues no se puede estudiar un personaje X sin considerar a los demás que interactúan con él; no obstante, se puede describir a X por medio de segmentos de información que establezcan la posición que asume éste dentro de la narrativa a través de: 1) la posición que asume con los demás personajes ; 2) su orden de aparición y; 3) las interacciones en las que participa. Así cada personaje es una unidad de registro que se le puede aplicar los tres criterios anteriores y que, posteriormente, sirven de base para comparar, analizar, resumir e inferir. Estas unidades dan soporte a la información procesada y sirven de base para el análisis.

De contexto. Estas unidades envuelven a la unidad de registro en forma de materia textual y su función principal es de dotar de un solo sentido o significado a las unidades de registro. Por ejemplo, en su forma más pequeña, son oraciones; en su forma más amplia, pueden llegar a un párrafo o un discurso completo. Las unidades de contexto sirven para delimitar el alcance de la información además de

que determinan su lugar dentro de las categorías que generan las unidades de registro.

El proceso de crear unidades no está dado, emerge durante la lectura e implica la experiencia y competencia del analista quien debe identificar conceptos significativos sobre los propósitos de investigación (Krippendorff, 2004: 98). Estas unidades son necesarias y ningún análisis de contenido puede construirse si no se establecen.

Por otro lado, las unidades se distinguen por las propiedades que las discriminan, es decir, las propiedades son formas que sirven para definir unidades de manera práctica. Existen cinco (Krippendorff, 2004:103-109):

Físicas. Se discrimina el material analizado por el tiempo, longitud, tamaño o volumen, no por su información (significado). Por ejemplo, el tamaño que ocupa una nota, el tiempo que se ha referido y el lugar en el que se encuentra en el periódico.

Sintácticas. Se fragmenta el texto hasta su forma más pequeña y segura: la palabra o el símbolo. A través de ella se busca su significado en relación a la gramática determinada de un medio de comunicación. De este modo la palabra *gato* no se podrá confundir con *gato hidráulico* o viceversa.

Categóricas. Se selecciona la información respecto a alguna afinidad en común cuando se refieren a un mismo objeto, individuo, país o idea. Así Enrique Peña Nieto puede ser entendido como @EPN, Pena Nieto, el presidente de las reformas, *Saving Mexico*, etcétera.

Proposicionales. Éstas dividen el texto en proposiciones que relacionan un término—constante con un término—respuesta en una sola unidad de análisis. Éstas se utilizan en forma de silogismos y sirven generalmente para destacar un estímulo—respuesta.

Temáticas. Se fracciona la información en tópicos que a su vez incluyen diversas categorías (éstas se establecen antes, durante o después del proceso de lectura). De esta manera, los datos que generan estas categorías se manejan de forma

independiente y que al compararse permiten descubrir patrones (como esquemas o construcciones psicológicas, de pensamiento, sociales, etcétera.).

Para investigaciones sociales es común que las unidades de muestreo sean definidas por sus propiedades físicas pues las fuentes a analizar siempre se precisan por una lectura superflua que no interviene, de manera importante, en el significado de la lectura sino en su aparición y posterior registro; lo mismo ocurre con las propiedades categóricas que sirven para definir un discurso muy utilizado en las Ciencias de la Comunicación, ya que dota de un(os) significado(s) específico(s).

2.3.1.1 Las unidades de investigación

Como se ha visto, existen diferentes maneras de formar unidades de análisis. En esta investigación, como en otras, las unidades expresan características que se han de extraer de los textos y deben corresponder con las preguntas de investigación las cuales son:

A) ¿Cuál es el índice de **usuarios atendidos** en la BUT?

Indica el número de usuarios que hicieron uso de uno o más servicios de la BUT por medio de ventanillas, publicidad de la BUT, inscripción a algún taller, etcétera.

B) ¿Cuál es el índice de **empresas registradas** en la BUT?

Indica el número de instituciones, gubernamentales o privadas, con las cuales tenía contacto institucional la BUT.

C) ¿Cuál es el índice de **vacantes** en la BUT?

Indica el número de empleos que fueron captados por la dependencia.

D) ¿Cuál es el índice de **enviados** en la BUT?

Indica el número de universitarios que habían sido dirigidos hacia las empresas por ser un posible candidato.

A) ¿Cuál es el índice de **seguimiento de enviados** en la BUT?

Indica el número de visitas a las empresas, realizadas por la BUT, para saber si algún(os) universitario(s) era(n) o no contratado(s) por las empresas.

B) ¿Cuál es el índice de **colocación** en la BUT?

Indica el número de personas que obtuvieron un empleo debido a la vinculación de la BUT.

C) ¿Cuál es el índice de **talleres** en la BUT?

Indica tanto el número de participantes así como el número de talleres que se llevaron a cabo por parte de la BUT.

Como se puede ver, estas preguntas traen en sí mismas el nombre de cada unidad de análisis. Estas guías de trabajo sólo son creadas a partir del conocimiento y ciertas lecturas que se han hecho sobre el tema de las bolsas universitarias de trabajo. Sin embargo, hasta este punto no se ha elegido los materiales de los cuales se han de sustraer.

2.3.2 Muestreo

Existe una gran cantidad de material que puede ser analizado (documentos, periódicos, colecciones, grabaciones, videos, etcétera.). Este *gran* no es una exageración. La cantidad de información que existe en la actualidad es tal que el simple hecho de contabilizarla es una hazaña. Sirva de ejemplo Manuel Castells quien alude al trabajo de un alumno suyo que destaca que “97 por ciento de la información del planeta está digitalizada, y de ello, 80 por ciento está en internet”.³¹ Con esta gran cantidad de información, resulta necesario contar con técnicas que permitan el tratamiento de tan vastos datos.

Para solucionar este problema, la mayoría de los investigadores pioneros en el análisis de contenido, adoptaron en sus procesos las propuestas que daba la

³¹ Manuel Castells. La obsolescencia de la educación. <https://www.youtube.com/watch?v=eb0cNrE3I5g> Consulta: 13 de enero 2014.

estadística. Su intención, en un principio, era limitar el análisis a subconjuntos de unidades que representasen al total del universo. Esto con el fin de hacer de la información, extractos manejables y analizables.

Esta situación se deriva de la reducción de costos y la ineficiente necesidad de cotejar todos los datos cuando se puede llegar a los mismos resultados a través de muestras representativas. En lugar de tener que elegir toda la información existente (por ejemplo todos los números de algún periódico) se puede elegir un número específico de ellos como números representativo.

A pesar de que esto parece una tarea fácil, no lo es. Krippendorff (*et al.*, 2009:84) identifica que el muestreo rara vez se cumple cabalmente “por ejemplo –dice Klaus– cuando uno busca establecer inferencias acerca de poblaciones, eventos o sucesos, las muestras necesitan ser representativas de tales, no de los textos que llevan a tales inferencias”. Aunque se pueden encontrar documentos que certifiquen la opinión de unos cuantos sobre algún problema, éstos deben ser un número representativo de la población de otro modo el resultado sería inválido. Tal caso sucede con las encuestas que realizan los noticieros o la opinión que se hace a la gente sobre alguna problemática social. Aquí lo que destaca es la falta de rigurosidad al momento de extraer y expresar los datos.

El uso de muestras está directamente relacionado con la extracción de los datos a partir de los textos (u otros materiales) analizados. Por ello, Krippendorff especifica que existen ciertas técnicas de muestreo que son aplicables a los textos (Anexo 2).

2.3.1.2 La UNAM a través de sus Memorias

Tomando en cuenta todo lo anterior, dentro de esta investigación existen diversas fuentes para investigar a las bolsas universitarias UNAM. La *Gaceta UNAM*, los informes internos, los Informes institucionales de la UNAM, a través de medios externos de comunicación, etcétera; todas ellas son fuentes activas que pueden contener información relevante.

Dado que las unidades de análisis son una guía (para plantearlas se debieron haber leído algunos documentos previos de diferentes clases), se seleccionó a los Informes y Memorias UNAM como los medios para el análisis. Esto debido a que es la fuente más importante entre todos los documentos existentes. Además, es encabezada por el rector e incluye con mayor detalle información que otros medios no disponen. Igualmente se eligió por ser la perspectiva institucional respecto de las bolsas universitarias pues no funciona como un medio de comunicación masivo (como la *Gaceta UNAM*) sino como un documento-administrativo-informativo con mayor restricción a su acceso por difusión, conocimiento de su existencia o periodicidad de publicación.

Los documentos de los cuales se extrae la información a analizar se les conoce como *Informes UNAM* y *Memorias UNAM*. En total existen 39 documentos. Éstos se han “publicado anualmente” con el fin de comunicar “las actividades logros y resultados que las diferentes entidades académicas y dependencias administrativas han realizado y alcanzado en el año que se informa”.³²

La Dirección General de Planeación, la cual celebra sus más de 40 años de servicio, a través de su portal divide los informes y las memorias en tres grupos o rangos de años:

- 1) Informes 1973-1992
- 2) Memorias 1993-1998
- 3) Memorias 2000-2013

La calidad de éstos sobre otras fuentes radica en que estos documentos son imprescindibles para visualizar los cambios que a lo largo del tiempo ha tenido la Universidad en sus niveles administrativos. Al mismo tiempo, la información que contiene demuestra su relevancia para la comunidad universitaria desde la perspectiva institucional.

Todos los Informes y Memorias cuentan con un mensaje del rector, lo que respalda su importancia a nivel institucional. Divide las áreas en cómo está

³² Dirección General de Planeación (DGPL) <http://www.planeacion.unam.mx/unam40/> Consulta: 15 de enero 2014

organizada la UNAM para que vayan presentando sus logros. La información contiene datos de todas las áreas, departamentos e instancias. Lo que lo hace un documento invaluable si se quiere indagar su evolución institucional-administrativa.

Recurriendo a la recomendación de Krippendorff sobre la explicitud del muestreo se indica lo siguiente: No existe muestra pues la presente investigación es de tipo CENSO porque los *Informes y Memorias UNAM* provienen de una misma fuente. Estos se eligieron por la relevancia que tienen para la investigación pues se busca reconocer la información que fue relevante para la UNAM referente a su BUT. A su vez, se reconoció dentro de los reportes que el modelo de bolsa de trabajo se reprodujo en otras instancias de la UNAM (entre ellas Acatlán, Aragón, Cuautitlán Izcalli y Zaragoza) que también son de nuestro interés (véase 3.2 *Seis ejemplos de bolsa*, Cap. 3).

El término memorias no sólo se refiere a los documentos arriba explicados, también incluye a aquellos que contengan información registrada de la bolsa universitaria y que pudiera contrastar con los datos arriba citados. Tal es el caso de la *Gaceta UNAM. Suplemento especial* del 13 de agosto de 2012, *La Universidad de 1953 a 1960* (UNAM, 1961), el *Informe 1996. Relación del acontecer universitario 1989-1996* de José Sarukhán (1996) y la *Encuesta 2011 - 2012. Egresados de la Licenciatura 2008* que realizó la UNAM (Anexo 3).

Mientras que los Informes y Memorias UNAM serán analizados cuantitativamente, las memorias (documentos) “extra” serán contrastados con los primeros de manera cualitativa para sacar inferencias sobre la ausencia o presencia del contenido que incluyen uno y omiten otros.

2.3.3 Registro

Mientras que las dos actividades anteriores se desempeñan a un nivel más teórico, el registro es la actividad (práctica) de rastrear, sustraer y catalogar los datos directamente de las fuentes con el fin de describir las observaciones en un

código (textual) el cual pueda ser examinado (Krippendorff, 2004:125). Sintetizando, es el ordenamiento de datos para su posterior análisis.

Este proceso tiene suma importancia cuando los documentos a analizar son ordenados por más de una persona. Esto sucede como consecuencia de las perspectivas que cada individuo entiende. Por esto se genera un manual y se otorgan instrucciones y/o cursos con el fin de que todos los implicados en la extracción de información no tergiversen el dato al momento de extraerlo.

Debido a que esta investigación es realizada por una sola persona, este proceso no será necesario establecerlo. Sin embargo, este apartado puede servir para hacer algunas observaciones.

A decir verdad, los Informes y Memorias UNAM están llenos de datos (muchos de ellos sin importancia) lo cual puede complicar la extracción de información, por ello se establecerán ciertas instrucciones para limitar la búsqueda directamente en los datos de interés. Con estos pasos lo que se busca es garantizar que el procedimiento sea replicable y alcance validez. Los datos serán obtenidos de la siguiente manera:

- 1) Se extraerán las menciones de la bolsa universitaria de trabajo como un departamento u oficina dentro de los Informes y Memorias UNAM.

- 2) Éstos se deben suscribir en las siguientes instancias: Dirección General de Actividades Socioculturales, Dirección General de Servicios a la Comunidad, Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad, Dirección General de Atención a Egresados y Servicio Social y Dirección General de Orientación y Servicios Educativos.

- 3) La información será cuantificada si solo si se habla de la Bolsa Universitaria de Trabajo, en su totalidad o en parte o cuando la frase o el párrafo aporten algo a las (véase) *2.3.1.1 unidades de investigación*.

- 4) Cuando existan datos polivalentes (es decir, que puedan referirse a dos o más unidades de análisis) se hará la observación pertinente indicando con qué otro dato se pueden estar mezclando. Esto es con el fin de darle claridad a la presentación de datos.

- 5) Las siguientes palabras tienen más de una forma de referenciarlas.
- *Bolsa Universitaria de Trabajo* también puede ser: BUT, bolsa de trabajo.
 - *Usuarios registrados* también puede ser: estudiantes, egresados, universitarios, comunidad universitaria o similares.
 - *Empresas registradas* también puede ser: organizaciones públicas, organizaciones privadas o similares.
 - *Enviados* también puede ser: dirigidos, remitidos o similares
 - *Colocación* también puede ser: empleadas, incorporados, insertados, contratados o similares.
 - *Talleres* también puede ser: cursos; al mismo tiempo se le puede referir como un programa o servicio de capacitación para la búsqueda de empleo, creación de CV, entrevistas de trabajo o similares.

2.3.4 Inferencias

Las inferencias son sentencias básicas (de origen lógico o empírico) a través de las cuales se puede afirmar, negar o probabilizar algo. En general, existen tres tipos de inferencias (Krippendorff, 2004:36):

Deductivas. Son conclusivas y vienen implícitas en premisas para afirmar el todo. Por ejemplo, Todo ser humano es hombre; Juan es hombre; por lo tanto Juan es un ser humano. *Pasa de lo general a lo particular.*

Inductivas. Éstas no son conclusivas pero sí generalizan de cierta forma. Por ejemplo, Todos mis vecinos hablan el idioma español como todos los seres humanos. Aunque esta inferencia no es lógicamente conclusiva, tiene alta probabilidad de ser correcta. *Pasa de lo particular a lo general.*

Abductivas. Éstas se basan en la probabilidad. Debido a la naturaleza de los fenómenos sociales, es difícil –tal vez imposible– comprobar o repetir un

fenómeno, de este modo las inferencias que emanan solo tiene cierto grado de posibilidad. Éstas son las inferencias *per excellent* para el análisis de contenido.

Lo cierto es que el análisis de contenido es muy parecido a la forma de razonamiento que utiliza Sherlock Holmes –explica Krippendorff– Sir Arthur Conan Doyle “deja que [Sherlock Holmes] encuentre conexiones empíricas y aplique atisbos de sentido común en los contextos de hechos registrados, solo entonces [Holmes] es capaz de tejer ingeniosamente, una red inferencial que contenga una cadena irreconocible de pasos lógicos desde los hechos conocidos hasta el autor de un crimen no-observado” (Krippendorff, 2004:38). Este andar sirve de base para establecer inferencias.

Pero no sólo está ese ejemplo en la literatura. Edgar Allan Poe también ocupa y define la abducción desde un personaje peculiar y similar a Holmes: C. Auguste Dupin. Curiosamente el cuento *El asesinato de María Rogêt*, es –en general– un atisbo de inferencias abductivas hechas a partir de la consulta de diarios e informes (cumpliendo con la estructura de un análisis de contenido). Entre los diálogos del narrador y Dupin, este último alude al conjunto de hechos que aumentan la probabilidad de encontrarse con la verdad. Por ejemplo, si los zapatos, el vestido, la talla, la altura de la víctima coinciden con los rasgos del cadáver, es muy probable que el cadáver sea la víctima. Si, además, coincide con los accesorios que llevaba la víctima el día que desapareció “dudar ahora, es realmente más que una locura”.

“Cada evidencia sucesiva” aumenta “la probabilidad de acercarse a lo cierto” escribió Poe, y ésta es quizás, la mejor definición que se pueda dar sobre la abducción. El análisis de contenido argumenta sus inferencias por la acumulación de evidencia (desde su perspectiva cuantitativa hasta la cualitativa). “Lo que por sí solo no sería evidencia de identidad [del cadáver], llega a ser, por su posición corroborativa [acumulativa], la prueba más segura”.

Las inferencias abductivas dentro del análisis de contenido son muy comunes. Tal y como lo demuestra Krippendorff (2004), las inferencias que emergen del análisis de contenido son todas abductivas en su naturaleza (37) pues:

- A) Se puede fechar un documento por el vocabulario que utiliza
- B) Se puede inferir una afiliación religiosa de líderes políticos por las metáforas usadas en sus discursos
- C) Se puede inferir la legibilidad de un ensayo a través de medir la complejidad de su composición
- D) Se puede inferir que alguien está mintiendo por su comportamiento (facial) no verbal
- E) Se pueden inferir los problemas de una ciudad por la preocupaciones expresadas en las cartas escritas a la oficina del alcalde de esa localidad
- F) Se pueden inferir las conceptualizaciones predominantes en los escritores y lectores desde la proximidad de sus palabras en textos frecuentemente utilizados
- G) Se pueden inferir las bases editoriales a partir de comparar las páginas editoriales de diferentes periódicos
- H) Se puede inferir la psicopatología de un escritor a través de las imágenes que usa en su prosa
- I) Se puede inferir la autoría de un documento no firmado por sus similitudes estadísticas respecto de los textos conocidos de ese autor.
- J) Se puede inferir las afiliaciones políticas de los ciudadanos por la elección de programas televisivos que deciden ver
- K) Se puede inferir la propensión de un individuo a participar en crímenes de odio por las categorías étnicas que usa en su lenguaje cotidiano
- L) Se puede inferir la probabilidad de guerra por medio de la cobertura de asuntos internacionales en los periódicos de élite de países vecinos

Para inferir, el analista debe tener cuidado en basar sus inferencias sobre los datos extraídos. De otro modo el juicio que emergería del análisis sería más la búsqueda por imponer la verdad que la verdad misma. Esto se explicará más en el siguiente apartado.

2.3.5 Validación

Evaluar la validez es un punto crucial en cualquier investigación. Ésta dota de confiabilidad al proceso así como a sus resultados. La validez en otros procesos de investigación se logra repitiendo el experimento. Sin embargo, en el análisis de contenido tiende a ser impracticable debido a que actúa sobre hechos fuera de la observación. El hecho de que sea una necesidad teórica, en la práctica es más que una actividad (casi) imposible de realizarse.

Para solucionar el dilema, Krippendorff entiende que el sentido de validar “previene al analista de perseguir preguntas de investigación que no permitan validación empírica o que sitúe resultados sin soporte debido a la autoridad del investigador” (2004:39). Tal como se menciona en el apartado anterior, la validez de las inferencias tiende más a cuidar que las inferencias se argumenten bajo los hechos descubiertos que bajo la imposición de un punto de vista.

Estudiar la validez de un análisis de contenido, ayuda a prevenir o revelar los errores al momento de inferir. Se debe recordar que las inferencias surgen de la relación que existe entre el texto y el contexto. Por ejemplo, el contar la incidencia de una palabra no es una abducción, por tanto no puede ser tomada como una inferencia válida porque el conteo (por sí solo) no es una demostración sobre el sentido de la palabra. Para ser válida “el analista necesita establecer la validez de sus inferencias a través de argumentos convincentes, lo que incluye volver a analizar los pasos que se han tomado y justificar cada uno en términos de si se adhieren a los modelos o representaciones que son conocidas acerca de los contextos de los textos” (Krippendorff, 2004: 363). Es decir, se debe demostrar un cierto grado de probabilidad de uso (de la palabra) que indique la existencia de una relación entre el texto y el contexto.

Finalmente, la validez del análisis de contenido no debe detenerse ante la obviedad ni porque aparente serlo debido a la comunidad académica en la que se esté inmerso. La validez es un proceso continuo para generar argumentos sólidos y conclusivos.

2.4 Limitaciones

Hasta aquí, el análisis de contenido en toda su extensión. Las limitaciones a las cuales se refieren este apartado, son aquellas características específicas de las fuentes que se consultarán para extraer los datos de los Informes y Memorias UNAM.

Para entender los problemas a los cuales nos podemos enfrentar al elegir estos documentos, se debe reconocer que tipo de material son, cómo se evalúan y que estructura tienen. Así se establecerán los límites que se deberán enfrentar para satisfacer las preguntas de investigación.

Los Informes y Memorias UNAM, son tipificados como “contabilidad social” [*social bookkeeping*] por Vernon K. Dibble y se les conoce así porque se refieren a todos los documentos que pretenden registrar la información de grupos y organizaciones (Krippendorff *et al.*, 2009:123). La UNAM es una organización, por lo tanto tiene sus Informes y Memorias como registro de su quehacer institucional. Asimismo, la UNAM, como todas las organizaciones de cualquier sociedad, tiene su modo y forma de registrar sus hechos y eventos. Esto permite desentrañar la forma en que trabaja su sistema social (123).

A sabiendas de que los registros que hace una institución pueden ser modificados por diversos motivos, Dibble enlista las razones por las cuales se pueden alterar (Krippendorff *et al.*, 2009:123-124):

- El interés de quien hace el registro hace variar su extensión;
- Los intereses, de quienes hacen el registro, de consultar la fuente después de publicada hace variar su extensión;
- Los intereses de quienes controlan la información que se incluirá, varían la extensión con toda libertad y a favor de alguna(s) parte(s) interesada(s);
- La curaduría de información es realizada por alguna parte interesada lo que puede alterar la extensión del registro;
- El que no exista una tercera parte que consulte los datos registrados da libertad a alterar el documento;

- En algunas ocasiones quienes hacen el registro no son quienes presentan los datos, lo que permite que se altere la información debido a que no existe una comunicación ni una regulación entre el registrante y el que ocupa sus datos.

No se debe descartar la idea de que toda institución está en constante cambio. Si la información tiene cierta estructura, y esa estructura se repite, esto significa que la institución tiene un punto de vista o entiende de ese modo la instancia o departamento que informa, lo cual puede ser significativamente valioso.

Todos los anteriores factores, si bien son problemáticos, también son inferencias potenciales. Sin duda alguna, utilizarlos para justificar quehaceres así como fines o labores, es un proceso que permite entender más a la Bolsa Universitaria de Trabajo.

CAPÍTULO 3 Las BUT y sus funciones

En este capítulo se detallan las funciones principales que tiene una bolsa universitaria, así como sus características. Asimismo se estudian aquellos modelos con los cuales se puede confundir y que pueden ser atribuidos a éstas.

3.1 Cómo funciona una bolsa universitaria de trabajo

Como toda instancia, las bolsas universitarias (a las que ahora se llaman BUT, Bolsa Universitaria de Trabajo) son instancias dentro de las cuales se desarrollan diversos servicios. Cada uno tiene una razón de ser que requiere justificación empírica pues sus servicios atienden una necesidad.

3.1.1 Los servicios fundamentales

La primera razón por la cual un individuo asiste a una bolsa de trabajo es porque ésta se halla “en contacto con una serie de empresarios potenciales” (Reyes, 1995: 95). Su trabajo es orientar a los usuarios directamente con aquellos que buscan candidatos. Correspondiendo a este sentido, Hasan Mir, del portal ZeroToProTraining.com, especifica que la “agencia de colocación actúa como una conexión entre empleadores [Employers] y buscadores de empleo [Job Seekers]” (véase figura 4).

Esta conexión difiere según las instituciones a las que pertenece la agencia de colocación (véase cuadro 3, *Las agencias de colocación por sus fines*). Los objetivos cambian según los modelos de trabajo así como sus propósitos institucionales. Por ejemplo:

Figura 4. La vinculación



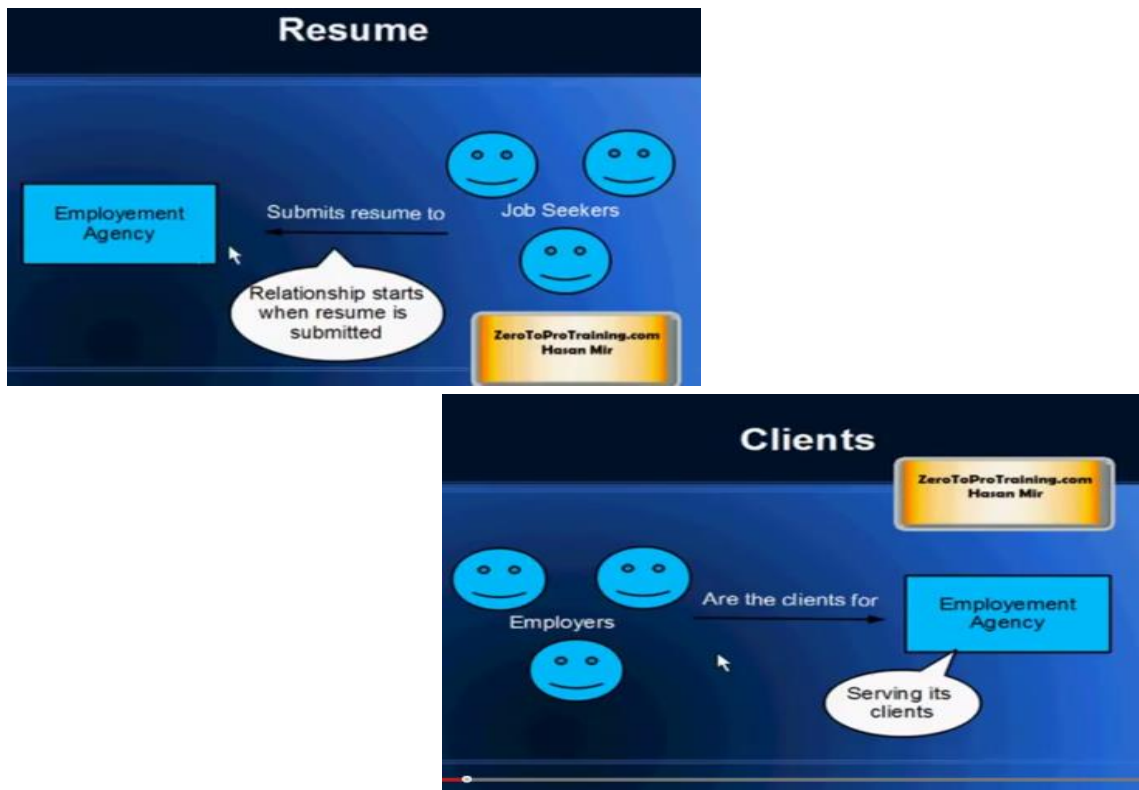
Fuente: Hasan Mir. How the employment agencies work? <https://www.youtube.com/watch?v=4OfuUaCsCxM> (Video)

Consulta: 13 de enero de 2014.

Una oficina gubernamental tendría por objetivo ocupar al mayor número de usuarios (público en general); mientras que una BUT tendría como meta ayudar a sus universitarios a ocupar un puesto de trabajo (comunidad universitaria). La diferencia estriba en el mercado de trabajo y el mercado profesional al que se dirigen pues los enfrenta a retos distintos. Los encargados de las bolsas, en coordinación con la institución, establecen como resolverán dicho dilema.

La relación entre la bolsa-empresa y bolsa-usuario se establece cuando ambos (empresas y usuarios) comparten información a la bolsa, quien se encargará de distribuir dicha información con la contraparte interesada:

Figura 5 y 6. La relación bolsa-usuarios (arriba) y bolsa-empleadores (abajo) respectivamente



Fuente: Hasan Mir. How the employment agencies work? <https://www.youtube.com/watch?v=4OfuUaCsCxM> (Video)
Consulta: 13 de enero de 2014.

La información que otorga el usuario se resume dentro del CV (pues en él se incluyen los intereses, la carrera, el grado escolar, la experiencia laboral, etcétera.); mientras que las empresas entregan los “requerimientos con cierto detalle, a fin de que [puedan las bolsas] realizar un trabajo de selección preliminar [reclutamiento]” (Reyes, 1995: 95), es decir, el perfil de la(s) vacante(s). En ambos casos se establece un vínculo.

Debido a su desarrollo histórico, las bolsas de trabajo comenzaron a funcionar bajo un proceso que priorizaba la absorción de vacantes para su distribución entre los demandantes de empleo. Su objetivo se medía a través del número de vacantes que fueran ocupadas por sus usuarios (a esto se le conoce como colocación).

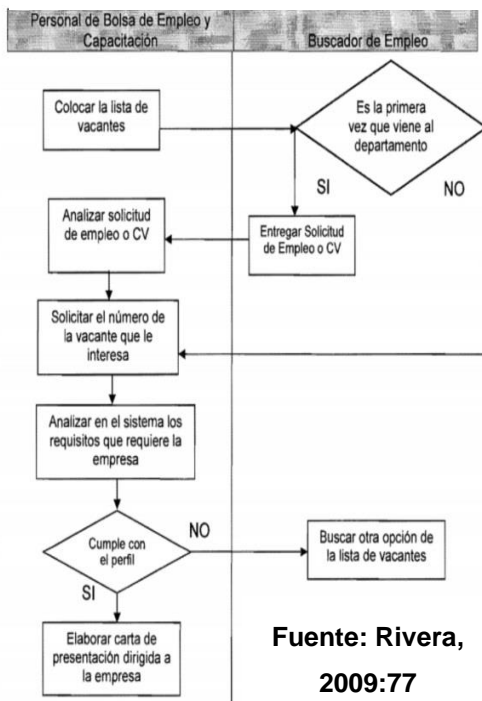
La figura 7 refiere ese proceso de atención a usuarios cuando están interesados en buscar un empleo a través de una bolsa de trabajo. Basados en este modelo, las bolsas de trabajo tienen como primera –y fundamental– función, la difusión de la lista de las vacantes que las empresas tienen disponibles.

Los beneficios de este proceso son muy claros. Para los usuarios su búsqueda

sería más breve pues conocerían a las empresas que requieren sus habilidades generales; las empresas, por otro lado, recibirían solicitudes de manera más rápida para agilizar su proceso de reclutamiento. Por esta razón se le presta mucha atención a la colocación como actividad principal.

Como se verá más adelante, la OIT refiere que existen tres modelos de trabajo que las agencias de colocación tienen (véase 3.1.3 *Agencias de colocación frente al trabajo temporal*). La colocación forma parte de la primera (servicios destinados a vincular ofertas y demandas de empleo). Sin embargo, la difusión de vacantes ha cambiado generando nuevas interacciones

Figura 7. Diagrama de Flujo para atender a buscadores de empleo.



con las empresas.

Por ejemplo, realizar un listado de vacantes parece no ser suficiente, por lo que algunas bolsas de trabajo también elaboran un catálogo de usuarios (en donde incluyen el nombre, carrera, conocimientos y habilidades, teléfono, e-mail, entre otros datos) que se les proporcionan a las empresas para que tengan contacto y conocimiento de los usuarios y puedan considerarlos en sus procesos de selección. Otro ejemplo similar es el uso de reclutamientos especiales, el cual puede estar dirigido a empresas de la misma rama económica (grupo de empresas) o para una sola empresa. Esto con el fin de especializar el proceso de

reclutamiento sobre las características de los usuarios en conseguir un empleo o por petición de las empresas.

En su forma legal, las bolsas de trabajo no están limitadas a realizar la vinculación entre demandantes y oferentes de trabajo sin ningún control. Las leyes mexicanas extienden y exigen dentro de sus funciones, la recopilación y difusión de datos estadísticos a la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS). Éstos se fueron incluyendo en cada reglamento y dieron forma a la regulación actual (cuadro comparativo de tales requisitos, Anexo 4). Así, la STPS establece un formato (Anexo 5) que fija la información a recopilar y entregar y es la siguiente:

- A) Información de los solicitantes de empleo
 - Número de solicitantes
 - Grado de estudios
 - Rango de edad
 - Experiencia laboral
- B) Información de los solicitantes de empleo colocados
 - Número de solicitantes colocados
 - Grado de estudios
 - Rango de edad
 - Experiencia laboral
- C) Información de las empresas atendidas y vacantes registradas
 - Total de empresas atendidas
 - Total de vacantes registradas
 - Grado de estudios requerido
 - Experiencia laboral requerida
 - Empresas atendidas según su tamaño
- D) Información de las ocupaciones con mayor demanda y oferta
 - Ocupaciones más demandadas (vacantes)
 - Ocupaciones más solicitadas (solicitantes)

Uno de los conflictos latentes, es la confusión que provoca su forma de trabajo. Aquí se exponen dos de las confusiones (una por cada apartado) que se han presentado durante la investigación. Éstas son de marcada importancia ya que influyen directamente en el significado que se le da a una bolsa universitaria.

3.1.2 Como fuentes externas de reclutamiento

Un factor de confusión surge al definir su papel dentro del proceso de reclutamiento y selección. Sin entrar en detalles, para esta obra las bolsas de trabajo realizan únicamente la labor de reclutamiento por lo que se explica a continuación.

Algunos autores en la rama de la psicología identifican que el reclutamiento tiene como finalidad:

- a) Reunir la cantidad suficiente de candidatos (Reyes, 1995: 41);
- b) Conseguir un grupo numeroso de candidatos (Melgarejo, 2009: 2);
- c) Debe atraer suficiente cantidad de candidatos (Ramiro *et al.*, 2013: 74)

...para que el proceso de selección se lleve a cabo.

Las bolsas universitarias cumplen la función de ser “fuentes externas de reclutamiento” pues se les considera como aquellos “medios [externos a la institución] de que se vale una organización para atraer candidatos adecuados a sus necesidades” (Reyes, 1995:46). Entre estos se puede considerar los siguientes (47):

- 1) Asociaciones profesionales
- 2) Presentación espontánea
- 3) Viajes de reclutamiento
- 4) Agencias de empleo o colocación**
- 5) Bolsas de trabajo**
- 6) Medios de comunicación

Cada medio enlistado, tiene cierto potencial para ligar las vacantes de interés a un público meta que cumpla con los requisitos para postularse. La BUT es un medio de vinculación con la comunidad universitaria. Desde este punto de vista, el reclutamiento de universitarios que serán remitidos a las empresas. Así, éstas son un medio de comunicación para atraer, de entre la comunidad universitaria, a un número suficiente de personas capaces de ocupar alguna vacante.

Por otra parte, la selección de personal está encargada en determinar si un postulante es adecuado o no para un empleo específico.³³

3.1.3 Agencia de colocación frente al trabajo temporal

Una segunda forma de confundirlo es con agencias de trabajo temporal o tercerización. La OIT reconoce 3 modelos de trabajo que las agencias de colocación (o empleo) pueden tener (OIT, 1997):³⁴

- I. Son servicios destinados a vincular ofertas y demandas de empleo, sin que la agencia de empleo privada³⁵ pase a ser parte en las relaciones laborales que pudieran derivarse
- II. Son servicios consistentes en emplear trabajadores con el fin de ponerlos a disposición de una tercera persona, física o jurídica (“empresa usuaria”), que determine sus tareas y supervise su ejecución **[tercerización]**³⁶
- III. Son otros servicios relacionados con la búsqueda de empleo, determinados por la autoridad competente, previa consulta con las organizaciones más

³³ Este aspecto sugiere que el reclutamiento es una actividad comunicativa (como objeto de estudio) y complementaria al proceso de selección que los psicólogos han desarrollado por varias décadas. Las bolsas de trabajo, por su lado, se especializan en la vinculación (reclutamiento) lo que reduce el impacto de realizar un proceso de selección previo (por ejemplo, una entrevista o una prueba psicométrica) pues es la empresa la que determina las pruebas que se aplicarán y lo que busca específicamente en el postulante para ser considerado para un empleo. Esto requiere que las bolsas conozcan más allá de lo que el perfil refiere, sin embargo, casi nunca sucede esto. Este aspecto requiere más investigación.

³⁴ La OIT afirma que esto es para las agencias de colocación privadas. Sin embargo, este modelo ha nutrido a las áreas públicas. Esto implica que el modelo privado también es aplicado por organismos públicos.

³⁵ Esto también es aplicable a las agencias públicas y gubernamentales.

³⁶ Este aspecto sí parece ser una característica única de organismos privados. Hasta este momento no se conoce organismo público que realice servicios de tercerización de trabajadores.

representativas de empleadores y de trabajadores, como brindar información, sin estar por ello destinados a vincular una oferta y una demanda específicas

Si bien el primer apartado es el más común de encontrar, esto se debe a su desarrollo histórico, económico y político. Las agencias de colocación son espacios para publicar los empleos disponibles que los empleadores buscan difundir. Lo que les da una forma específica a la BUT.

A diferencia de lo que se puede pensar, la BUT dentro de la UNAM tienen un modelo de trabajo híbrido. El apartado c también lo desarrollan con sus talleres. Lo que le da una gama de actividades más amplia para trabajar con su comunidad universitaria sin vincularlos a ofertas específicas.

La tercerización no es un efecto que las bolsas universitarias se hayan propuesto lograr (aunque probablemente lo hayan provocado). Ésta es un efecto inducido por la flexibilización del trabajo en el mercado laboral. Se produce cuando los servicios de colocación son requeridos más veces en un menor tiempo debido a búsquedas más constantes de empleos provocada por contrataciones más cortas. Sólo para demostrar, ya en la década de los años cincuenta existía esta vinculación dando un registro de 847 estudiantes que habían “tenido trabajos temporales” (UNAM, 1961:90).

Tom Peters, en 1994, sugirió dos preguntas inquietantes (39): “¿Qué presagia el final de la seguridad laboral? ¿Trabajaremos todos para Manpower Inc. [o cualquier agencia de empleo] dentro de 20 años?” Esos 20 años ya pasaron. Las bolsas de trabajo en internet, o los portales del empleo, han ganado terreno en la red debido que permiten el acceso a vacantes de manera rápida. Si bien el usuario no trabaja para ellas, sí empieza a depender de la información que éstas publican aunque no garanticen el empleo (a mediano o largo plazo) ni una contratación (fija).

Más adelante se descubrirá que para poder garantizar el empleo, las bolsas universitarias deberán trabajar de manera conjunta con empresas (es decir, tomar responsabilidad conjunta por los universitarios) para brindar oportunidades de acceso al mercado laboral profesional. Tal es el caso de las becas-trabajo (que en

algunos casos requiere que el seguro de las universidades cubra los gastos que se presenten durante la estancia del becario en la empresa) y que se reflejará en programas como el que tiene la UNAM de Primer empleo (véase 3.3.3 *Programa Primer Empleo*).

3.2 Seis ejemplos de bolsa

El estudio del funcionamiento de una instancia no puede estar completo si no se conoce su(s) objetivo(s). Todas las prácticas, en cualquier organismo, requieren de un propósito al cual dirigirse. Éste manda sus actividades y proyectos. He aquí un análisis de los seis objetivos generales de las seis Bolsas Universitarias de Trabajo de la UNAM que se han venido estudiando en el capítulo 1:

Ciudad Universitaria (CU)

“Apoyar al estudiante y egresado de la UNAM en su incorporación al mercado de trabajo dotándoles, bajo un modelo de competencias,³⁷ de las estrategias y herramientas que le permitan satisfacer sus expectativas y motivaciones, enriqueciendo así su relación con el medio laboral.”³⁸

Ubicación: San Ángel (sur de la Ciudad de México); la primera de todas las bolsas. Ofrece sus servicios a todas las instituciones de la UNAM por ende a todas sus áreas.³⁹

FES Acatlán

“La Bolsa de Trabajo de la FES Acatlán establece vínculos con las organizaciones del sector público y privado, captando vacantes en forma constante y efectiva para la incorporación de nuestros estudiantes y egresados en el sector laboral.”⁴⁰

Ubicación: Naucalpan (Norponiente, Distrito Federal); atiende a las licenciaturas del áreas 1, 3 y 4.

FES Iztacala

“Impulsar la eficacia de la Bolsa de Trabajo Iztacala, brindando atención a estudiantes y egresados de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala para facilitar su inserción en el mercado laboral, así como brindar apoyo a las empresas e instituciones públicas y privadas para la

³⁷ Se entiende por competencia “cualidades de las personas para desempeñarse productivamente en una situación de trabajo” (Melgarejo Solano, 2009, p.55).

³⁸<http://www.dgoserver.unam.mx/portaldgose/bolsa-trabajo/htmls/bolsa-objetivo.html> Consulta 19 de agosto de 2013.

³⁹La UNAM divide sus áreas de estudio en cuatro: Área 1 – Ciencias físico-matemáticas y las ingenierías; Área 2 –Ciencias biológicas, químicas y de la salud; Área 3 – Ciencias sociales; Área 4 – Ciencias humanidades y las artes. <https://www.dgae.unam.mx/planes/licenciatura.html> Consulta 18 de marzo de 2014.

⁴⁰<http://www.acatlan.unam.mx/bolsa/> Consulta: 19 de agosto de 2013.

contratación de egresados de Iztacala con el perfil solicitado, a través de implantar nuevas herramientas y mejoras ya utilizadas.”⁴¹

Ubicación: Tlalhepantla (Edo. de México); Este campus proporciona una guía a licenciados del área 2.

FES Cuautitlán

“Fungir como intermediario entre tú y el aparato productivo del país, obteniendo ofertas de empleo en áreas relacionadas a tu carrera.”⁴²

Ubicación: Situado al norte de la Ciudad de México en el municipio de Cuautitlán Izcalli (Edo. de México) ofreciendo sus servicios a las 15 licenciaturas de las cuatro áreas de conocimiento.

FES Zaragoza

“El servicio ofrece a los alumnos y egresados, la posibilidad de emplearse en organismos y empresas de los sectores social, público y privado, de acuerdo a su formación profesional.”⁴³

Ubicación: Oriente (Ciudad de México) a orillas con el Edo. de México; Su oferta educativa es principalmente del Área 2.

FES Aragón

“Apoyar al estudiante y egresado de la UNAM en su incorporación al mercado de trabajo dotándoles, bajo un modelo de competencias, de las estrategias y herramientas que le permitan satisfacer sus expectativas y motivaciones, enriqueciendo así su relación con el medio laboral.”⁴⁴

Ubicación: Nororiente de la zona metropolitana (Edo. De México) y centra la formación profesional de sus alumnos en ingenierías, así como en ciencias sociales y humanidades.

Para entender la actualidad de estas dependencias, se necesita establecer metas comunes y diferencias para reconocer el papel que juegan dentro de la comunidad universitaria. Asimismo se revela que las dependencias se encuentran descentralizadas, hecho que da cierta autonomía sobre las decisiones que cada institución toma. Comparando los objetivos generales se puede encontrar que:

A) Como ya se explicó, las BUT son las dependencias encargadas de vincular universitarios con ofertas de empleo. Departamentos cuyas actividades se encaminan a incrementar las posibilidades de que el universitario se emplee

⁴¹http://deu.iztacala.unam.mx/deu_bienvenida01.php Consulta: 19 de agosto de 2013.

⁴²<http://www.cuautitlan.unam.mx/alumnos/bolsadetrabajo.html> Consulta: 19 de agosto de 2013.

⁴³<http://www.zaragoza.unam.mx/> Consulta: 19 de agosto de 2013. Debe ingresar por el apartado ALUMNOS >> Bolsa de Trabajo.

⁴⁴ Folleto difundido en la última feria del empleo de la UNAM, Ciudad Universitaria.

de lo que estudió a través de puestos de trabajo que genere el “mercado”, “sector” o “medio” “laboral”; “organismos y empresas de los sectores social, público y privado” o “aparato productivo del país”.

B) A excepción de Cuautitlán, todas comparten el discurso de la colocación/ocupación⁴⁵ a través de los términos “inserción”, “incorporación” y “emplearse”; refiriendo que sus servicios están encaminados a ocupar al usuario. Sólo en el caso de FES Cuautitlán no se menciona un término similar pero la frase “obteniendo ofertas de empleo...de tu carrera” respeta el sentido de las demás.

C) Todas las dependencias hacen clara alusión a que sus servicios están destinados a “estudiante[s]” o “alumnos” y “egresados”. Con excepción de la FES Cuautitlán quien solo refiere a un “tú” que puede ser universitarios de esa institución. En su mayoría, los servicios que ofrecen las bolsas universitarias están encaminados a los universitarios en general.

D) Iztacala es el único que “brinda apoyo” a los organismos externos mediante el uso de “nuevas herramientas”. Lo que da a entender que esta dependencia, por su objetivo, debe establecer programas que ayuden al mejoramiento de los procesos de selección que realizan las empresas para “contratación” (al mismo tiempo es la única en utilizar esta palabra en su objetivo).

E) Ciudad Universitaria y Aragón mencionan el modelo de competencias dentro de sus objetivos.

3.3 Departamentos vemos, funciones no sabemos

En la actualidad, el funcionamiento de la BUT en la UNAM está definido en dos apartados: la enseñanza del método por competencias y la difusión de vacantes. El primero comprende la impartición de talleres que permitan al universitario “identificar sus competencias y motivaciones, elaborar su currículum vitae y

⁴⁵ El término colocados es utilizado como sinónimo de ocupados. De esta manera el índice de colocación u ocupación mide la efectividad de la agencia de colocación (véase Capítulos 5 y 6).

desarrollar entrevistas exitosas” (UNAM, 2002: 955); el segundo se refiere a todas aquellas actividades encaminadas a dar conocer vacantes, a darles publicidad.

Históricamente esto no siempre fue así. En un principio, la BUT de Ciudad Universitaria tenía por objeto “ayudar a los estudiantes a conseguir un empleo que les permita resolver parte de su problema económico...no se pretende solucionar un problema familiar, sino únicamente ayudar al estudiante a cubrir sus gastos menores y cuidar de que el sostenimiento de su carrera universitaria no gravite sobre la economía familiar” (*Gaceta de la universidad...*, 1954:6; texto íntegro véase Anexo 3).

Durante 1954 y 1983, las BUT en algún momento modificaron su propósito de difundir vacantes que sólo apoyaran a los estudios universitarios (es decir, sólo a estudiantes) a buscar y difundir vacantes que fueran propias para desempleados o personas en búsqueda de mejor colocación laboral (para la comunidad universitaria egresada).

Fue hasta el *Informe 1983* (UNAM, 1984: 27) que el rector Dr. Octavio Rivero Serrano indica la importancia del consolidar las dependencias en un sentido formal en su labor (véase *1.4 La colocación en la universidad: el nuevo departamento*).

Para la *Memoria 1993* (UNAM, 1994) se encuentra uno de los cambios más significativos. La BUT se circunscribe bajo un proyecto que se conoció como “Políticas de bienestar”. Éstas pretendían “fomentar la calidad académica de los profesionistas”, elevar “la eficiencia terminal” y abatir “los índices de deserción” (265). Lo cual deja poco claro los propósitos de esta política en materia de colocación en el mercado laboral pues su intención es interna, no externa.

En la *Memoria 1995* (UNAM, 1996) se modifica el nombre de las Políticas de Bienestar pasando a llamarse “Programa de atención y bienestar para los estudiantes y profesionistas universitarios” (298). Con este programa se busca crear condiciones de “bienestar a los estudiantes y profesionistas universitarios” y al mismo tiempo “fortalecer su vínculo con la Universidad y la sociedad” (298). A diferencia de su etapa anterior, este programa parece contemplar la vinculación

entre el universitario y la sociedad cosa que el precedente no mencionaba. El término bienestar continúa siendo amplio y poco específico.

Un año después, en la *Memoria 1996* (UNAM, 1997) se refiere a las “condiciones de bienestar” a diferencia del “fortalecimiento de la formación académica” (330).

Desde 1993 hasta 1996 se puede entender que el término *bienestar*⁴⁶ es un compromiso con los universitarios por reducir el impacto económico de su preparación así como de su inserción laboral. Por esa razón, el bienestar forma parte de la responsabilidad (no obligatoria) que la universidad adquiere con los universitarios.

A la llegada de la Memoria 1998 (UNAM, 1999) se le refiere por primera vez como Bolsa de Trabajo en letras negritas. Esto no sucedió en otros periodos lo que da a entender que se le reconoce como instancia. Además surge en este mismo periodo, el modelo de competencias desarrollado con la participación de un asesor externo para lograr “incrementar el porcentaje de *colocación*⁴⁷ de alumnos y egresados de la UNAM” (1079).

La importancia del documento anterior expone que, por primera vez, se reconoce que la BUT de Ciudad Universitaria trabaja para incrementar la colocación (es decir, la contratación) de universitarios. Lo cual supone una reafirmación del término bienestar (como un garante del empleo) que ya en 1993 se hacía referencia.⁴⁸

El modelo por competencias es el más actual y dirige las actividades de las BUT. Los únicos cambios representativos a partir de 1998 fueron a nivel tecnológicos. La implementación de tres sistemas de cómputo: 1) 1998. Permitía la consulta de ofertas y el registro de usuarios (UNAM, 1999:1079); 2) 2001 es el sistema

⁴⁶ Resulta curioso reconocer que los programas políticos de bienestar a finales del siglo XIX y principios del XX implementados por variadas naciones, entre ellas México, consideraban al Estado de Bienestar como la garantía de tres principios fundamentales: El ingreso o empleo (garante de la economía), el servicio social o de salud (garante de la salubridad social) y la educación (garante del desarrollo humano necesario para la industria). Al nombrar estas políticas y su implementación en la Bolsa Universitaria de Trabajo, la UNAM parece tomar un papel activo en garantizar dichos aspectos (tal como el gobierno mexicano lo hiciera en su momento), lo que se traduce en una obligación para garantizar el empleo.

⁴⁷ Las cursivas son mías, no de la fuente.

⁴⁸ Al igual que sigue la idea nacional sobre políticas de bienestar o, mejor conocido como, Estado de Bienestar.

anterior pero con disponibilidad a través la WEB, lo que permitió que empresas registraran las vacantes a través de un proceso de inscripción (UNAMe, 2003:1017) y; 3) 2010. Derivado del convenio entre la UNAM, Universia y la empresa Trabajando.com, se implementó un nuevo sistema automatizado (portal WEB) que era más amigable con los usuarios (universitarios como empresas).⁴⁹

De esta manera, las labores que actualmente desarrollan las BUT a lo largo de la UNAM se dividen en dos ramas de interés: la de difusión y vinculación con vacantes y empresas y el modelo de competencias para capacitar a los universitarios en los procesos de reclutamiento y selección:

3.3.1 Portal Web

Es el medio más reconocido y de mayor acceso para los universitarios. Surge en 1998 (UNAM, 1999:1079) como un sistema interno de consulta. En el año 2001 se le transfiere a una plataforma Web, lo que permitió que las consultas se hicieran desde cualquier computadora con acceso a Internet. Para el año 2010, la UNAM implementó un nuevo Sistema Automatizado de Bolsa Universitaria de Trabajo que es el que actualmente ocupa gracias al convenio con UNIVERSIA y Trabajando.com.

Figura 8. PORTAL DEL EMPLEO UNAM

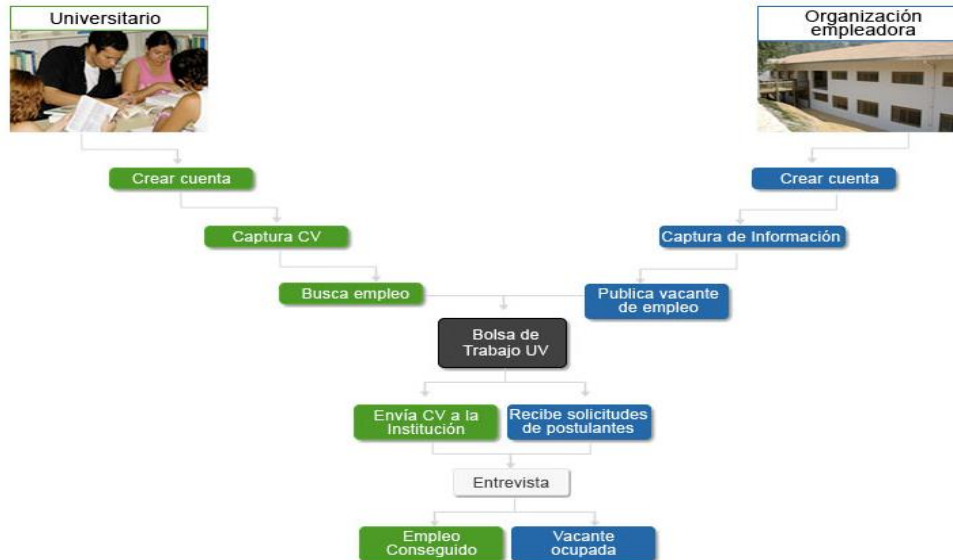


FUENTE: <http://bolsa.trabajo.unam.mx/> Consulta: 24 de febrero de 2014.

⁴⁹ UNAM. MEMORIA 2010. <http://www.planeacion.unam.mx/Memoria/2010/> Consulta: 27 de enero 2014.

El portal tiene las funciones de: difundir vacantes, controlar datos de empresas, usuarios y vincularlos entre sí (véase figura 9).

Figura 9. Funcionamiento del portal WEB de la Bolsa de Trabajo de la Universidad Veracruzana



FUENTE: <https://www.uv.mx/bolsadetrabajo/que-es-la-bolsa-de-trabajo-uv/> Consulta: 30 de agosto 2017.

El servicio difiere según la instancia que lo lleve a cabo. El portal, generado por el convenio con UNIVERSIA y TRABAJANDO.COM, no es un sistema que todas las bolsas de trabajo ocupen para fomentar las vacantes que absorben y distribuyen entre su comunidad universitaria. Aquí los links de los portales de todas las bolsas universitarias que contempla este estudio:

- i. [Http://bolsa.trabajo.unam.mx/](http://bolsa.trabajo.unam.mx/)
- ii. http://www.cuautitlan.unam.mx/alumnos/bolsa_trabajo.html⁵⁰
- iii. <http://www.acatlan.unam.mx/bolsa/3714/>⁵¹
- iv. <http://www.aragon.unam.mx/aragon/bolsa-de-trabajo.html>⁵²
- v. <http://deunam.iztacala.unam.mx/index.php/bolsa-de-trabajo-but-unam>⁵³
- vi. <http://www.zaragoza.unam.mx/bolsa-de-trabajo/>⁵⁴

⁵⁰ El portal fue actualizado. Consulta: 29 de agosto 2017.

⁵¹ *Idem.*

⁵² *Idem.*

⁵³ *Idem.*

3.3.2 Talleres

Estos apoyan al universitario en el desarrollo de habilidades específicas para la búsqueda y obtención de empleo (UNAM, 1993: 291; UNAM, 2002:955; UNAMf, 2003:1026). Actualmente se registran los siguientes:

Cuadro 6. Lista de talleres por campus⁵⁵

CAMPUS/CURSO	IMAGEN PÚBLICA	ENTREVISTA DE TRABAJO	OBTENIENDO TRABAJO	CV	IMAGEN PERSONAL	PLAN DE NEGOCIOS	COMPETENCIAS LABORALES
1 CIUDAD UNIVERSITARIA		X	X				X
2 FES ACATLÁN		X		X	X		
3 FES IZTACALA		X		X		X	
4 FES CUATITLÁN			X	X			
5 FES ZARAGOZA							
6 FES ARAGÓN	X	X		X			X

FUENTE: A PARTIR DE INFORMACIÓN DISPONIBLE EN LOS PORTALES WEB.

En el cuadro se identifican los talleres que las cinco dependencias reportan:⁵⁶

- a) Los cursos más realizados son el de ELABORACIÓN DE CV (Currículum Vitae) y el de ENTREVISTA DE TRABAJO.
- b) OBTENIENDO EL TRABAJO QUE DESEO se imparte en CU y FES Cuautitlán.
- c) Los campus cuentan con diferentes talleres: Imagen Pública (FES Aragón), Imagen Personal (Acatlán), Plan de negocios (Iztacala), Competencias Laborales (FES Aragón y Ciudad Universitaria).

De ello se deriva que cada bolsa cuenta con independencia para determinar sus talleres. FES Zaragoza no cuenta con información disponible, por lo que se no presenta información.

⁵⁴Esta dependencia no tiene espacio directo de consulta. Además, el portal fue actualizado. Consulta: 29 de agosto 2017.

⁵⁵ Existe la probabilidad de que los talleres tengan otro nombre según el campus que lo imparta. Por ejemplo Competencias profesionales puede ser llamado Estrategias para la búsqueda de empleo (nombre que no aparece en el cuadro pero se encuentra en folletos) y que puede repetir contenido dado que la orientación es hacia las competencias profesionales del taller Obteniendo el trabajo que deseo; otro ejemplo es el de Imagen personal o Entrevista de trabajo. Estas situaciones varían según la información que ofrecen las dependencias.

⁵⁶ Esto no quiere decir que lo brinden al momento de la consulta pero se entiende que lo contemplan dentro de su plan de trabajo.

Ahora ¿de qué trata cada taller? El mantener en constante capacitación a la comunidad universitaria es una prioridad. La inserción profesional *depende de aprehender los métodos de selección* para obtener más posibilidades de *colocación* en una empresa a entendido de la BUT.

Los talleres que se ofrecen proporcionan datos de interés, motivaciones y logros a tomar en cuenta para una búsqueda de empleo exitosa. Las funciones y los talleres son:

Obteniendo el trabajo que deseo. Este taller permite al alumno identificar puestos de trabajo a los que aspira así como sus motivaciones personales y competencias profesionales con las que cuenta.

Entrevista de Trabajo. El alumno como el egresado puede concientizar sus comportamientos durante el proceso de entrevista con el fin de corregir los errores más comunes y así garantizar un mejor desenvolvimiento en el proceso.

Elaboración de CV. El asistente aprenderá a utilizar las herramientas que le permitan plantear sus fortalezas y logros en dos cuartillas con el formato reconocido de *Curriculum Vitae* (CV).

Imagen pública. Este curso está enfocado a generar una imagen personal del usuario con el fin de proporcionar la información necesaria para reconocerse y proyectar lo mejor de sí a los reclutadores.

Competencias laborales. Aquí el interesado desarrolla un autoconocimiento de su forma de trabajo, crecimiento y logros para proyectarlos al entrevistador.

Imagen profesional en las redes sociales.⁵⁷ Este taller orienta al universitario en la selección y uso de las redes sociales para su presentación como profesionista.

Los cursos tienen una duración mínima de dos horas y se otorgan a los interesados cuando ellos por petición lo solicitan al departamento y/o a las jefaturas de carrera o se publican según el calendario de trabajo de la BUT.

⁵⁷ Este curso solo se localiza en Acatlán hasta este momento de la investigación.

Estas actividades engloban todo el modelo de competencias puesto que enseñan al universitario a reconocer los procesos de reclutamiento y selección.

3.3.3 Programa Primer Empleo

Nacido en 2012,⁵⁸ es un programa de *becas trabajo* que tiene por objetivo establecer la incorporación de egresados por un periodo de seis a doce meses en algún puesto de trabajo. Transcurrido ese tiempo, su colocación se determinará si su desempeño fuera satisfactorio y existan vacantes disponibles en las empresas participantes.

Éste se llevó a cabo gracias a la relación entre las bolsas universitarias y la Coordinación de Innovación y Desarrollo a partir de dos convenios celebrados con la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco) y la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (Concamin).

3.3.4 Becas de emprendimiento

Esta actividad es una de las más recientes. Se otorgan apoyos económicos con el objeto de ayudar a los estudiantes interesados en desarrollar una empresa. En el periodo 2013⁵⁹ se benefició a 163 universitarios que participaron en el taller *Emprende* de la Fundación ProEmpleo, impartidos en la FES Acatlán y en Ciudad Universitaria.

3.3.5 Grupos de intercambio

Estos se encargan de reunir a grupos de reclutadores que buscan personal para ocupar vacantes que tienen disponibles sus empresas. Estas reuniones se realizan cada uno o dos meses con el fin de intercambiar *cartera*,⁶⁰ crear relaciones de trabajo entre reclutadores y exponer a las empresas frente a otras.

⁵⁸ UNAM. MEMORIA 2012. <http://www.planeacion.unam.mx/Memoria/2012/> Consulta: 27 de enero 2014.

⁵⁹ UNAM. MEMORIA 2013. <http://www.planeacion.unam.mx/Memoria/2013/> Consulta: 27 de enero 2014.

⁶⁰ El término se refiere a datos de algún(os) usuario(s) o de vacantes de empleo.

Las bolsas universitarias de trabajo encuentran en estos espacios el lugar ideal para la obtención de vacantes así como el contacto con las empresas para que consideren a los universitarios en sus procesos de selección. La primera vez que se les menciona es en la MEMORIA 1993 (UNAM, 1994:267).

3.3.6 Reclutamientos especiales

Estos se realizan desde 2004 (UNAM, 2005: 1167) y se encargan de reclutar personal (a petición de las empresas) específico para las instituciones interesadas. Entre las organizaciones que han requerido el servicio se encuentran: UNILEVER, INROADS México, la Agencia Federal de Investigación (AFI), Reaseguradora Patria, Halliburton, el Centro de Desarrollo Ford, Banamex, Procter and Gamble, Kraft, Assessment L'Oréal, Pfizer, Wal-Mart, HSBC, ING, Instituto Electoral del Distrito Federal, Gigante, Bosch, Evenflo, Getronics México, Ford Motor Company, Siemens, Grupo Bocar, Colgate, Palmolive, Abengoa, Secretaria de la Función Pública, Secretaría de Gobernación, Jafra, IDS, Secretaría de Educación Pública, Nestlé, Pepsico, AstraZéneca, Microsoft, Universidad Politécnica del Estado de Guerrero y el Gobierno del Distrito Federal.

3.3.7 Pláticas, conferencias, presentaciones

Estas actividades se realizan con la petición o apoyo de alguna institución interesada en el contacto con la comunidad universitaria. La organización de éstos los gestiona la BUT junto con la empresa. Su función radica en la atracción e invitación a programas tales como exposiciones de tópicos laborales, reclutamiento de talentos, mercado laboral, entre otros. Aunque estas pueden funcionar como un método de capacitación para la búsqueda de empleo, también se caracteriza por dar a conocer a las empresas para que los universitarios puedan, en un futuro, considerarlas como candidatos para petición de empleo (Gaceta Aragón, 2011:8; 2012:16).

3.3.8 Saloneo

Por excelencia éste es el contacto más directo entre los universitarios y el departamento. Consta de visitas a los salones durante las clases. En estos se brinda información de todo tipo: desde invitaciones a eventos, presentaciones, talleres así como promoción de vacantes que el departamento tiene de cada carrera. Estas intervenciones, por lo general, duran poco tiempo (entre 1 a 3 minutos) para no interrumpir las cátedras.

3.3.9 Redes sociales

Aunque no todas las instituciones las utilizan, las redes sociales juegan un papel importante en la difusión. La interacción que tengan los usuarios permite dar a conocer su perfil profesional. Al mismo tiempo, algunas redes sociales como Facebook o LinkedIn permiten establecer procesos más rápidos para la difusión de vacantes y su postulación. Estas redes sociales se crearon y activaron en el 2012.⁶¹

Por su novedad, las redes sociales pueden ocuparse para generar redes de contacto y requieren dedicación. Además, los esfuerzos por enseñar a usar estas herramientas aún están en una fase temprana.

3.3.10 Feria del Empleo

Es un evento en el cual se reúnen a empresas y universitarios con el fin de que interactúen y puedan estrechar lazos que, después del proceso de selección que realicen las empresas, puedan concretarse en una contratación. La primera se realizó en el año 2001 (UNAMe, 2003).

A pesar de que la Feria del Empleo, u otros nombres que pueda tener (en Aragón se le llama Expo Futuro Profesional), esta actividad realmente se realiza en coordinación con otras dependencias, es decir, no es un proyecto meramente de

⁶¹ UNAM. MEMORIA 2012. <http://www.planeacion.unam.mx/Memoria/2012/> Consulta: 27 de enero 2014.

las bolsas de trabajo sino la labor de varias instancias que se suman al proyecto. Aunque la Feria del Empleo en la UNAM es un evento con gran trascendencia, no existe una correspondencia directa entre las Bolsas de Trabajo y ésta. A lo sumo, las actividades que realizan en las BUT ayudan a los usuarios a aprovechar este evento.

Por motivos de investigación la Feria del Empleo será excluida. Esto se debe a dos circunstancias:⁶² 1) en las Memorias UNAM no aparecen datos que relacionen a las BUT con la Feria del Empleo pues sus resultados están separados en dos apartados distintos dando la sensación de que son dos actividades diferentes entre sí y; 2) se está estudiando los servicios que de manera cotidiana ofrecen las BUT y la Feria del Empleo es un evento anual, no cotidiano.

⁶² Estas circunstancias se encuentran dentro de las Memorias UNAM a partir del 2001 en adelante, año en que la Feria del Empleo fue implementada por primera vez.

CAPÍTULO 4 Los Informes y Memorias de la UNAM

En este capítulo se concentrarán toda la información que será analizada. A su vez se incluyen los resultados obtenidos y la interpretación de éstos para la construcción de inferencias y su posterior interpretación.

4.1 Síntesis de informes

En este apartado se encuentran dos formas: La primera corresponde al análisis de contenido en su apartado cuantificado (es decir que los datos corresponden a las unidades de análisis que se han formulado) [véase Anexo 6]; mientras que los datos extra [véase Anexo 3] son fuentes de información que tienen relevancia por hacer mención a aspectos que los anteriores no consideran.

4.2 Categorización

En este apartado se tabula la información que se buscaba dentro de los informes y Memorias UNAM. Las tablas extraen los datos que son de interés para esta investigación. Su orden está designado tal y como se especificó en el apartado *2.3.1.1 Las unidades de investigación.*

Cada cuadro se compone de dos columnas: la primera indica los años (izquierda); la segunda transcribe los datos extraídos (derecha). Algunos cuadros incluyen una tercera columna que indica los periodos de fechas de cambio tecnológico.

El último cuadro de talleres no tuvo esta forma dada la información extraída. Se dividió de la siguiente manera: Años (izquierda); cursos impartidos (en medio) y; usuarios (derecha).⁶³

Todos los cuadros incluyen un apartado de observaciones que indica precisiones o dudas sobre la información al momento de extraerla.

⁶³ Usuarios que cursaron los talleres.

4.2.1 Usuarios atendidos

AÑO	USUARIOS ATENDIDOS	
1973		
1974		
1975	3700	
1976	3945	
1977	3873	
1978	3252	
1979	2050	
1980	1896	
1981	9730	
1982	15000	
1983	20000	
1984	15000	
1985	3129	
1986	3527	
1987	14428	
1988	5255	
1989		
1990		
1991		
1992	2400	
1993		
1994	3084	
1995	5131	
1996	7337	
1997	4005	
1998		SISBUT/ Etapa 1
2000	5082	
2001		SISBUT/ Etapa 2
2002	14587	
2003		
2004	8408	
2005		
2006		
2007		
2008		

2009		
2010		SISBUT/Etapa 3
2011		
2012		
2013		

OBSERVACIONES

1) La existencia de números tan extremistas se debe a una probable sumatoria de tres aspectos: Atendidos en ventanillas, usuarios inscritos o reinscritos, actualizados, etcétera. Esto se debe a los informes y memorias por la información que contienen.

SISBUT Etapa 1 (Sistema Automatizado), 2 (Página WEB), 3 (Tercerización a Trabajando.com) se refieren a los cambios de plataforma de trabajo, principalmente en difusión de vacantes.

4.2.2 Empresas registradas

AÑO	EMPRESAS REGISTRADAS	
1973		
1974		
1975		
1976		
1977		
1978		
1979		
1980		
1981		
1982		
1983		
1984		
1985		
1986	2157	
1987	1218	
1988	1215	
1989		
1990		
1991		
1992		
1993		
1994		
1995		
1996		
1997		
1998		SISBUT/Etapa 1
2000		
2001		SISBUT/Etapa 2
2002	1500	
2003	1133	
2004	1576	
2005	1941	
2006	4136	
2007	6067	
2008	5592	

2009	6359	
2010	6000+	SISBUT/Etapa 3
2011	6000+	
2012	6292	
2013	9281	

OBSERVACIONES

1) SISBUT Etapa 1 (Sistema Automatizado), 2 (Página WEB), 3 (Tercerización a Trabajando.com) se refieren a los cambios de plataforma de trabajo, principalmente en difusión de vacantes.

SISBUT Etapa 1 (Sistema Automatizado), 2 (Página WEB), 3 (Tercerización a Trabajando.com) se refieren a los cambios de plataforma de trabajo, principalmente en difusión de vacantes.

4.2.3 Vacantes

AÑO	VACANTES	
1973		
1974		
1975	4974	
1976	4125	
1977	4036	
1978	1963	
1979	3600	
1980	2780	
1981	2100	
1982	1233	
1983	4570	
1984	5253	
1985	2164	
1986	4458	
1987	4856	
1988	2108	
1989		
1990	4178	
1991		
1992	4200	
1993		
1994	3808	
1995	2631	
1996	5341	
1997	5637	
1998	6647	SISBUT/ Etapa 1
2000	3443	
2001	5908	SISBUT/ Etapa 2
2002	4500	
2003	5742	
2004	9702/7259	
2005	9800	
2006	12544	
2007	27304	
2008	30078	

2009	24306	
2010	25424	SISBUT/ Etapa 3
2011	38538	
2012	39636	
2013	22674	

Dato obtenido por cálculo u otro informe

OBSERVACIONES

- 1) El año 1994 presentaba un -30.9 por ciento según el documento del año siguiente.
- 2) Del 2002 al 2004 se calculó a 9 meses.
- 3) El año 2004 presenta una anomalía que puede deberse al promedio y es la siguiente: Según la memoria de 2004, el número de vacantes ofertadas en promedio es de 1078 que, tomando en cuenta los datos anteriores por 9 meses de días activos en la Universidad, dan un total de **9702 vacantes**; por otro lado, según la memoria de 2005, el número de vacantes se incrementó 35 por ciento respecto al año anterior (tomando en cuenta el dato otorgado por la memoria de 2006) el número de ofertas sería de **7529 vacantes**. Estos datos varían entre sí.
- 4) El año 2005 presentaba un -28 por ciento según el documento del año siguiente.

SISBUT Etapa 1 (Sistema Automatizado), 2 (Página WEB), 3 (Tercerización a Trabajando.com) se refieren a los cambios de plataforma de trabajo, principalmente en difusión de vacantes.

4.2.4 Enviados

AÑO	ENVIADOS
1973	
1974	
1975	
1976	3483
1977	4992
1978	5915
1979	4100
1980	5287
1981	6336
1982	3200
1983	5050
1984	6510
1985	6010
1986	6249
1987	6021
1988	3832
1989	
1990	
1991	
1992	
1993	
1994	
1995	
1996	
1997	
1998	
2000	
2001	
2002	
2003	
2004	
2005	
2006	
2007	
2008	
2009	
2010	

2011	
2012	
2013	

OBSERVACIONES

Ninguna.

4.2.5 Seguimiento de enviados

AÑO	SEGUIMIENTO DE ENVIADOS (VISITAS)
1973	
1974	
1975	
1976	
1977	
1978	
1979	
1980	
1981	
1982	
1983	
1984	
1985	
1986	
1987	1054
1988	916
1989	
1990	
1991	
1992	
1993	
1994	
1995	
1996	
1997	
1998	
2000	
2001	
2002	
2003	
2004	
2005	
2006	
2007	
2008	
2009	
2010	

2011	
2012	
2013	

OBSERVACIONES

Ninguna.

4.2.6 Colocación

AÑO	COLOCADOS
1973	
1974	
1975	
1976	
1977	
1978	
1979	
1980	
1981	
1982	
1983	
1984	
1985	
1986	
1987	339
1988	304
1989	
1990	
1991	
1992	
1993	
1994	
1995	54
1996	
1997	370
1998	165
2000	
2001	
2002	
2003	
2004	
2005	
2006	52
2007	
2008	
2009	
2010	

2011	
2012	
2013	

OBSERVACIONES

- 1) El 2001 presenta un 30 por ciento de incremento respecto el año anterior mas no una cifra exacta ni la referencia para calcularla.

4.3.7 Talleres impartidos

AÑO	TALLERES
	IMPARTIDOS
1973	
1974	
1975	
1976	
1977	
1978	
1979	
1980	
1981	
1982	
1983	
1984	
1985	
1986	
1987	
1988	
1989	
1990	
1991	
1992	
1993	
1994	
1995	
1996	
1997	
1998	
2000	6
2001	151
2002	158
2003	159
2004	131
2005	138
2006	184
2007	123

2008	185
2009	179
2010	167
2011	182
2012	183
2013	165

OBSERVACIONES

- 1) Los talleres fueron condensados en una sola cifra. Estos talleres incluyen: Obteniendo el trabajo que deseo, Elaboración de CV, preparando mi entrevista de trabajo como alguna derivación de éstos.
- 2) Impartidos se refiere a los talleres realizados.

4.2.8 Talleres por usuarios

AÑO	TALLERES
	USUARIOS
1973	
1974	
1975	
1976	
1977	
1978	
1979	
1980	
1981	
1982	
1983	
1984	
1985	
1986	
1987	
1988	
1989	
1990	
1991	
1992	300
1993	394
1994	
1995	
1996	604
1997	467
1998	
2000	108
2001	1688
2002	1129
2003	1575
2004	841
2005	987
2006	1413
2007	868

2008	1122
2009	1103
2010	1142
2011	1372
2012	1662
2013	1853

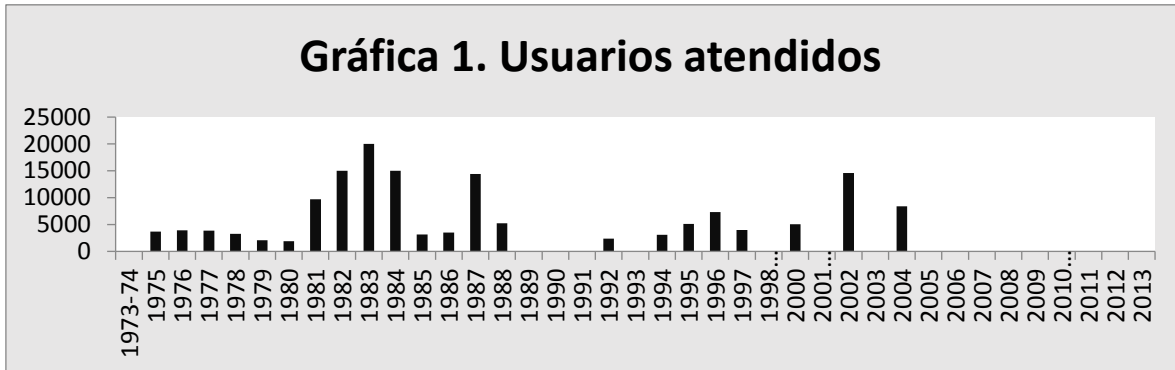
OBSERVACIONES

1) Usuarios se refiere tanto a alumnos externos como universitarios que cursaron los talleres. Este dato lo otorga el documento correspondiente.

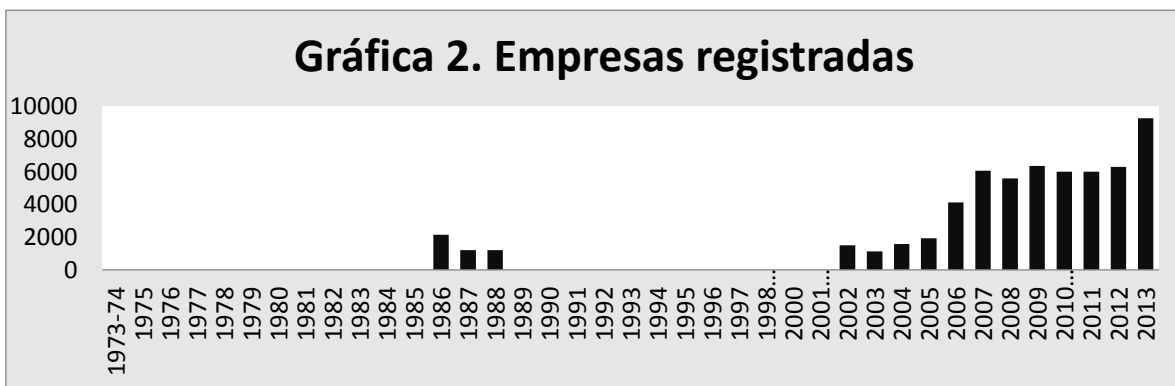
4.3 Gráficas

Aquí se grafican los cuadros de los apartados anteriores.

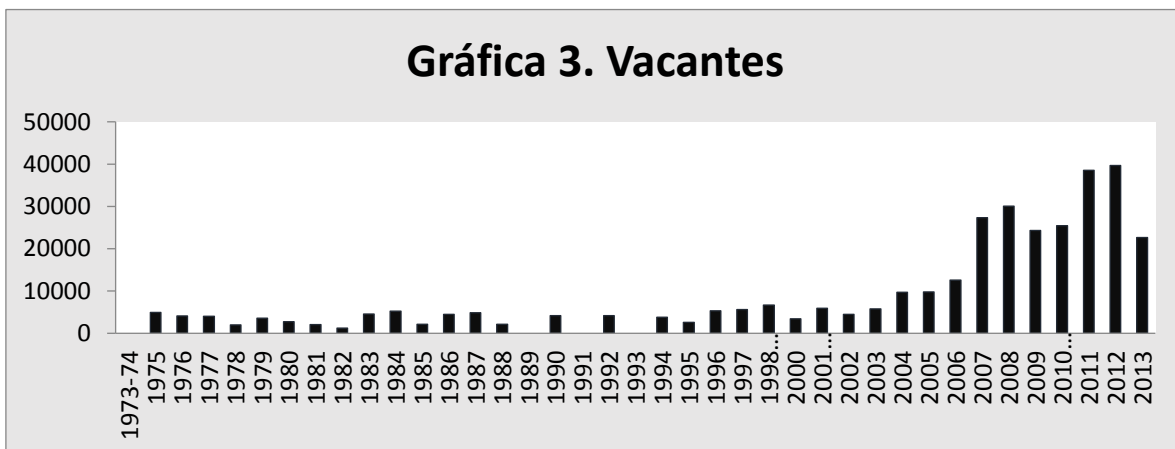
4.3.1 Usuarios atendidos



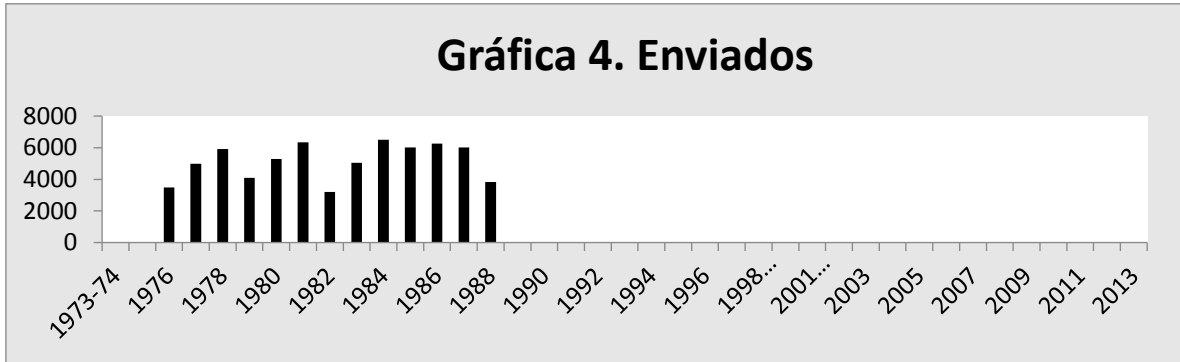
4.3.2 Empresas registradas



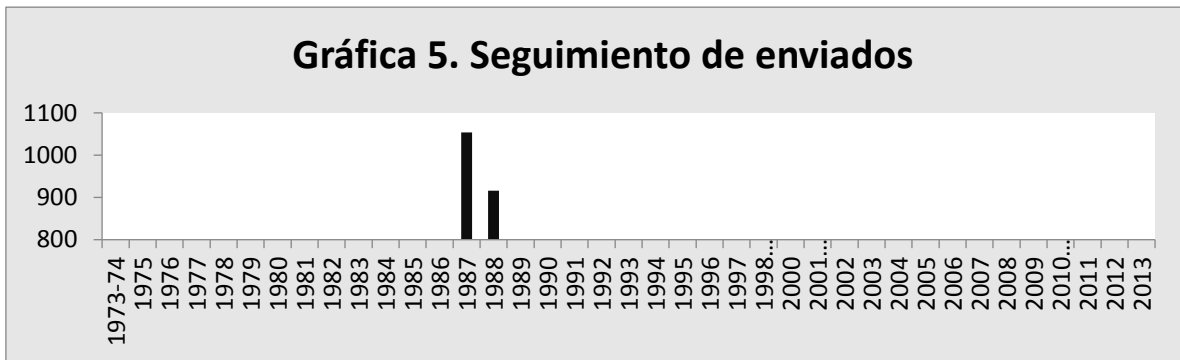
4.3.3 Vacantes



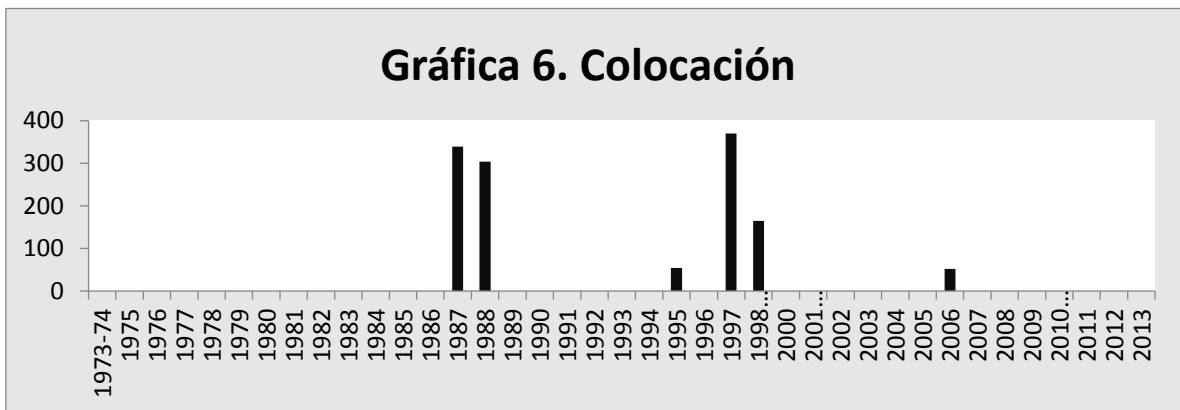
4.3.4 Enviados



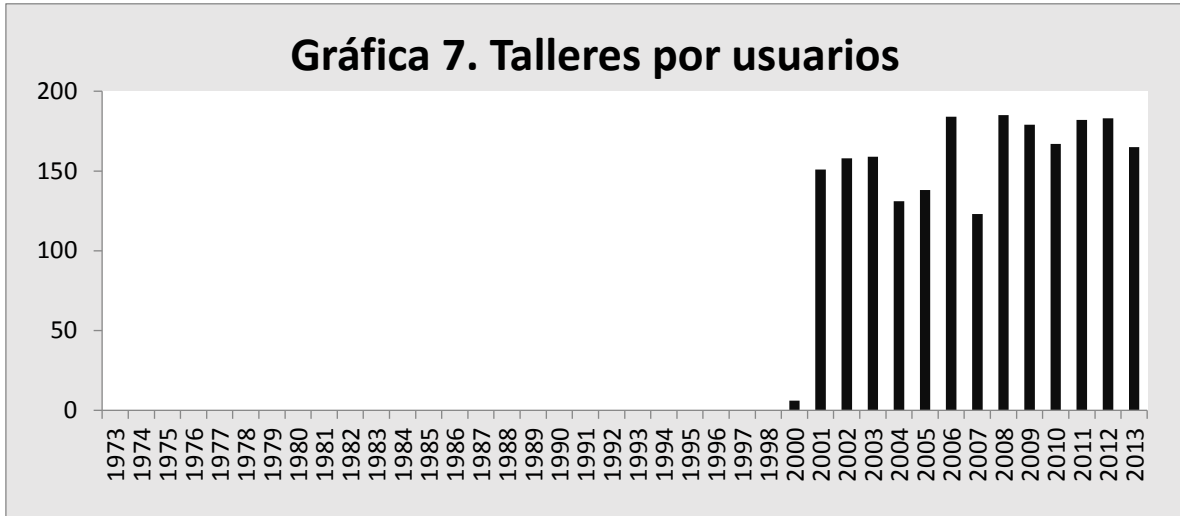
4.3.5 Seguimiento de enviados



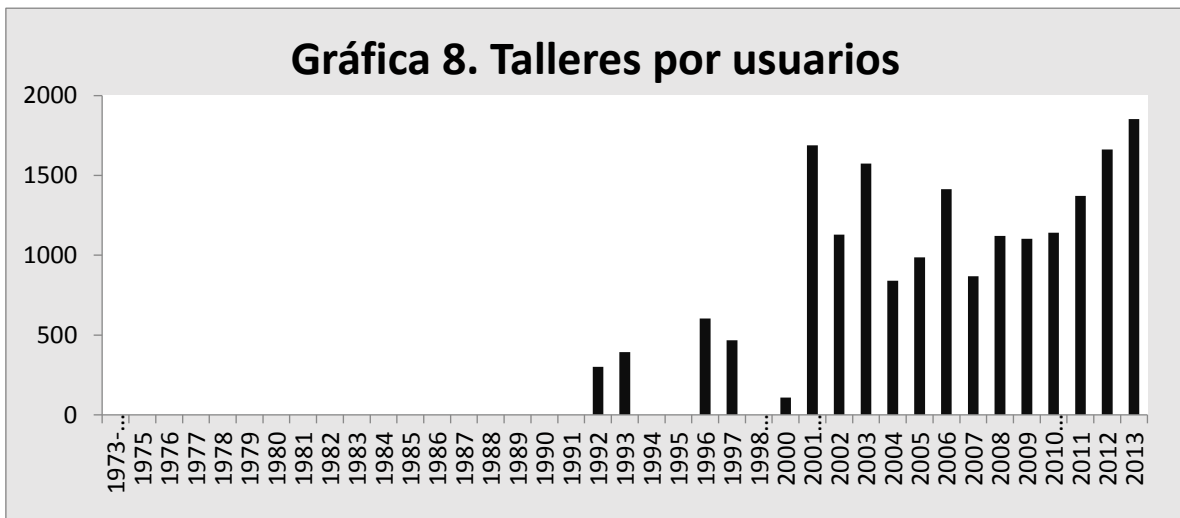
4.3.6 Colocación



4.3.7 Talleres impartidos



4.3.8 Talleres por usuarios



4.4 Análisis interpretativo

Como se recordará, en el capítulo 2 se han manejado unidades de análisis. A saber son las siguientes: usuarios atendidos, empresas registradas, vacantes, enviados, seguimiento de enviados, colocación, talleres. Estos ejes sirven para establecer la información que ha aparecido dentro de la categorización así como de las gráficas.

Ahora, existen dos formas de analizar los datos recopilados: cuantitativa y cualitativa (véase 2.1.1 *Entre la perspectiva cuantitativa y la cualitativa*). Correspondiendo al método cuantitativo (frecuencia) los datos se analizan por el número de veces que aparecen o son mencionados; por otro lado, el método cualitativo (presencia y ausencia de datos) analiza los datos según la importancia que tienen al aparecer o ausentarse. El análisis utiliza estas dos visiones para formar las inferencias resultantes de la lectura de las tablas.

También se debe recordar que la intención de los Informes y Memorias UNAM es ofrecer datos sobre los “logros y resultados”, por ende, éstos forman parte de una visión institucional, es decir, **lo que se lee en los Informes y Memorias UNAM es la idea que se tiene de la BUT en la UNAM.**

Al analizar las tablas y las gráficas, se ha encontrado que algunos datos resaltan por su presencia y/o ausencia. Lo que permite inferir lo siguiente:

4.4.1 La colocación en las BUT

Todas las instancias que realizan funciones específicas deben medirse para determinar su eficiencia al realizarlas. En un primer análisis, se considerará a la colocación como un medio para calcular la eficacia de la BUT.

Desde que se crearon las BUT, el término colocación ha sido aquella cantidad que determina la eficacia de sus servicios pues aquella BUT que coloca más usuarios es la que más funciona. Esta visión ya existía en 1954, el documento *La Universidad de 1953 a 1960* es el primero en dar a conocer una cifra de universitarios colocados (“colocados definitivamente: 2,100” y “Estudiantes que

han tenido trabajos temporales: 847”). Lo que expone que la colocación es una postura de trabajo no declarada⁶⁴ (tal como lo indican la mayoría de los objetivos institucionales que tienen las BUT, véase apartado 3.2 *Seis ejemplos de Bolsa*).

El término colocación (con sus derivaciones gramaticales: colocado, colocador, colocaron) no siempre se ha usado en todos los Informes y Memorias UNAM (al parecer es desconocido en su sentido legal) aunque sí tiene sinónimos que han ocupado su lugar en los documentos oficiales: contratación, contratados, contratarlos, empleadas, incorporación, incorporados, incorporar, inserción (laboral). Fue hasta 1998 que la colocación se formaliza a partir de la modificación del objetivo de la BUT: “lograr incrementar el porcentaje de colocación” de universitarios. En correspondencia con ese objetivo el *Suplemento Especial* de la *Gaceta UNAM*, 13 de agosto de 2012, asegura que “esta bolsa [BUT] coloca anualmente en el mercado laboral a entre 60 y 70 por ciento de los universitarios registrados”. Lo que destaca que colocar universitarios es el fin principal de las BUT aunque, después se indica, “es sólo una opción más”,⁶⁵ es decir no es lo único que hace según Laura Pérez Montoya Jiménez, exjefa del Departamento de la BUT Ciudad Universitaria.

La colocación, se ha demostrado, es un índice de eficacia de las BUT. Ésta determina el número de personas que han encontrado un empleo (fijo o temporal) y a pesar de ser una postura de trabajo, en los Informes y Memorias UNAM sólo aparece información en 6 de los 39 documentos analizados. Lo cual es una carencia de información muy representativa.

Además, no sólo basta con tener información de la colocación. Según indica el *Suplemento Especial* de la *Gaceta UNAM* antes citado, el número de personas

⁶⁴ La frase “no declarada” aquí se refiere a la falta de datos que sugieran que la BUT estaba destinada a colocar universitarios. De hecho, no existen objetivos claros. El primer objetivo en incluirse surge en 1998 como se leerá más adelante.

⁶⁵ Como se dijo antes, la colocación no es la única actividad de una BUT pero, por historia, se le reconoce como la función principal, por ende, encabeza la imagen social que se tiene de todas aquellas instancias que así se nombren (es difícil pensar en una Bolsa de Trabajo que no coloque). Esto ya había sido reconocido, a finales del Siglo XIX, en la obra de Fernand Pelloutier (1972:95-98) en la que indica que dentro del funcionamiento interno de una Bolsa de Trabajo, la colocación “constituye, efectivamente, la primera y más importante de las ventajas que la agrupación federativa puede ofrecer a los trabajadores”, es decir, es el “más importante de los servicios de socorros mutuos instituidos por las Bolsas de Trabajo”. Esto explica porque el nombre “Colocación” se incluye en los respectivos nombres legales en México: *Reglamento de Agencias de Colocaciones* (1934) o *Reglamento de Agencias de Colocación de Trabajadores* (1982/2006).

colocadas va en relación con el número de personas registradas, es decir, que la eficacia viene a ser el cálculo de las personas que solicitaron el servicio y las que terminaron encontrando un trabajo.

Para calcular esto, se contrastan los cuadros 4.3.1 *Usuarios atendidos* contra el índice y 4.3.6 *Colocación*. Ambos generan el siguiente cuadro:

CUADRO 7.

PORCENTAJE DE COLOCADOS POR NÚMERO DE REGISTRADOS POR AÑO*

	1987	1988	1995	1997
Personas registradas	14428	5255	5131	4005
Colocados	339	304	54	370
Porcentaje de colocación	2.35	5.78	1.05	9.24

*El cuadro indica los años en que es posible calcular la fórmula anterior, los años restantes tienen carencia de uno o ambos datos, y por ello no se les puede calcular.

Al ver el cuadro, es posible constatar que solo existen 4 años en que es posible calcular el porcentaje de colocación respecto el número de usuarios registrados por año. Esto indica que en el primer año de 43 personas, una se coloca; del segundo 17 personas, una se coloca; el tercero de 95 personas, una se coloca y; del cuarto año de cada 11 personas, una se coloca.

Es posible que los datos no sean los más fidedignos para calcular este porcentaje de eficacia. A la vez, también es posible que haya un error de interpretación del término “universitarios registrados” que utiliza el Suplemento de la *Gaceta UNAM* pues los usuarios registrados no siempre son los usuarios que desean recibir el servicio de colocación. Por ello, existe una segunda manera de calcular el índice de eficacia de colocación a través de abordar el problema desde la perspectiva del reclutamiento.

Desde la postura de la psicología laboral, el proceso de reclutamiento y selección de personal es un sistema establecido para determinar a los mejores candidatos para un puesto de trabajo (véase apartado 3.1.2 *Como fuentes externas de reclutamiento*). Las BUT son instancias que corresponden a la tercerización del reclutamiento, es decir, las bolsas universitarias son aquellas encargadas de

reclutar universitarios capaces de ocupar una vacante. Por tanto, las BUT tienen como tarea proveer de un número suficiente de personas para que el proceso de selección de las empresas sea el adecuado.

Ahora, si se toma en cuenta que la BUT es reclutadora por naturaleza, lo que se debe calcular es el número de personas que han sido colocadas por el número de personas que fueron enviadas como candidatos a procesos de selección de las vacantes disponibles. Este dato se encuentra en el análisis que realizamos con el nombre de *4.3.4 Enviados*.

Según indica su gráfica, existen 13 registros en los 39 documentos analizados en el periodo de 1976 a 1988. Lo que representa una cierta importancia en llevar un registro de los universitarios reclutados en estos años. Para 1989 desaparece el dato y, hasta el año 2013, no se ha vuelto a informar.

Si se utiliza el mismo método que se utilizó antes para medir la efectividad de la colocación, la fórmula sería calcular el número de colocados entre el número de enviados por año.⁶⁶ El cuadro queda de la siguiente forma:

CUADRO 8. PORCENTAJE DE EFECTIVIDAD DEL RECLUTAMIENTO DE LAS BUT*

	1987	1988
Enviados	6021	3832
Colocación	339	304
Porcentaje de efectividad del reclutamiento	5.63	7.93

*El cuadro indica los años en que es posible calcular la fórmula anterior, los años restantes tienen carencia de uno o más datos, y por ello no se les incluye.

Al ver el cuadro, es posible constatar que solo existen 2 años en que es posible calcular el porcentaje de colocación respecto del número de enviados por año. Esto indica que en el primer año de 18 personas enviadas, una se coloca y; del segundo año de cada 13 personas enviadas, una se coloca.⁶⁷

⁶⁶ Esto determinaría si existe una relación entre el reclutamiento que realizan las BUT y la colocación de los universitarios.

⁶⁷ Se debe tomar en cuenta que los datos que obtienen a veces no están bien definidos y podrían tener un error metodológico pues sucede con frecuencia que éstos se confunden entre las personas que han sido colocadas por las BUT

Esto indica que no es posible evaluar el nivel de eficacia (colocación) de las BUT tanto por el número de usuarios registrado ni como enviados. Por lo que no existe ninguna forma de evaluar a la BUT. Esto puede deberse a dos razones: la omisión intencional de datos para hacer incalculable la eficacia del servicio o la omisión por ignorancia que se debe al desconocimiento de los factores relevantes a medir (ésta surge por la falta de un criterio que dé forma específica a los datos que serán incluidos en los informes y Memorias UNAM). En cierta medida ambas son ciertas, pero después de 1998, queda marcado que la falta de esos datos es intencional puesto que el objetivo era incrementar el porcentaje de colocación (pero no pudo ser calculado ni verificado por la omisión de los datos).

Por otro lado, el problema también puede surgir por otros factores (falta de recursos económicos y/o humanos, contacto con las empresas, procesos administrativos,⁶⁸ entre otros) que impiden a las BUT absorber los datos suficientes para evaluar sus logros. Si bien es cierto que la colocación se mide, no es forzoso considerar que la postulación de un universitario finalice con la obtención del empleo.⁶⁹

Hasta ahora el problema ha sido interpretado por su factor administrativo. Sin embargo, esta situación refleja un aspecto aún más profundo en su sentido comunicativo. Esta imagen de colocador puede generar una idea falsa de lo que es una BUT en la UNAM.

Para contextualizar este problema se debe recordar que la colocación es un aspecto histórico marcado por la concepción social. De modo que puede exigirse su medida pero aun así el dato puede no aparecer. Asimismo, se puede argumentar que los datos se omiten pues colocar no es la función única a la que se dedica las BUT y ello justifica el hecho de que no existan datos sobre el tema.

y aquellos candidatos de la UNAM que han llegado por otros medios. Una buena metodología requiere considerar si los universitarios han sido enviados o no por las BUT.

⁶⁸ El Informe de 1987 indica que los colocados no pudieron ser medidos en su totalidad pues algunos se encontraban todavía en el proceso de selección.

⁶⁹ "las bolsas de trabajo...[tienen] un sentido ocupacional de proyección hacia la comunidad, aun cuando se encuentren imposibilitadas para ejercerlo." González Salazar, Gloria (1981). Los problemas de la mano de obra en México. México: UNAM. P. 220

Además, existe otro problema con el nombre Bolsa de Trabajo debido a que una confusión se palpa entre lo que es una agencia de colocación y la BUT. Al realizar esta investigación, las fuentes históricas remiten a las Agencias de colocación como un antecedente de las Bolsas de Trabajo, por ende, su labor es similar. Pero en la actualidad existen puntos diversos que complican su entendimiento. Por ejemplo, ¿por qué las BUT UNAM no son reconocidas como agencias de colocación como lo son: la Universidad Autónoma de Aguascalientes; Universidad Tecnológica de Aguascalientes; Universidad de Monterrey; Universidad Tecnológica de Hermosillo Sonora; Centro Estudios Superiores del Estado de Sonora; Benemérita Universidad Autónoma de Puebla; Instituto Tecnológico de Querétaro o la Universidad Politécnica de Querétaro? Todas ellas registradas⁷⁰ ante la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

Otra confusión similar, y que puede ser la respuesta a esta cuestión, es que el servicio que se implementó en la UNAM se basaba en el modelo gubernamental, el cual no fue considerado por el Reglamento de Agencias de Colocación de Trabajadores⁷¹ pues éste no tenía la intención de regular al gobierno sino a las instancias privadas (principalmente) y públicas que tuvieran el servicio de colocación. De este modo, las BUT permanecieron con esta idea que las exceptuaba en su regulación.

El que las BUT sean o no una agencia de colocación, es parte fundamental para el entendimiento de sobre su naturaleza dentro de una institución educativa. Esta cuestión lleva a muchas dudas en su forma interna.

En lo que respecta a esta confusión en su forma externa, existe una idea falsa transferida de la idea interna: las BUT son colocadoras. Esto da a entender a los usuarios que las bolsas universitarias son aquellas instancias encargadas de

⁷⁰ STPS. *Constancia de autorización de funcionamiento y registro otorgadas a las agencias de colocación de trabajadores con y sin fines de lucro a abril 2017.* https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/217768/Constancias_otorgadas-a_ABRIL_2017.pdf Consulta: 27 de septiembre de 2017.

⁷¹ De hecho, los servicios de colocación que realiza el gobierno no son considerados por la ley de agencias de colocación de trabajadores: "Las oficinas del Servicio Nacional del Empleo, no serán consideradas como agencias de colocación de trabajadores, para los efectos del presente Reglamento" Artículo tres, reglamento de Agencias de Colocación de Trabajadores (2006).

conseguir empleo a los solicitantes. Sin embargo, los usuarios no saben que la vinculación laboral no lleva a una contratación segura. El reclutamiento y el proceso de selección son diferentes entre sí: mientras que el primero maneja posibilidades de postulación, el segundo da por sentado quién o quiénes son los candidatos más idóneos para ser contratados. Al final, la colocación se realiza durante el proceso de selección, no la determina el reclutamiento. De hecho, ningún proceso de reclutamiento que venga de una universidad interfiere en los procesos de selección de las empresas. Esta situación es la causa principal que divide el alcance de la labor de las BUT y las decisiones que toman las empresas al contratar a su personal.

Considerando lo anterior, la duda sobre si una BUT es o no una colocadora de universitarios es considerada falsa. No existen datos suficientes sobre la colocación para considerar que las BUT colocan debido a que son las empresas quienes eligen al personal que han de emplear y porque no le dan valor el incluir información sobre la colocación (lo cual no quiere decir que no lo calculen sino que no tiene importancia para registrarla en los Informes y Memorias UNAM). Esto da a entender que la colocación no es su fin y, por tanto, no son agencias de colocación pero tampoco Bolsas de Trabajo.

Por otro lado, el problema que enfrenta la BUT en su imagen parte de que al no colocar, el nombre que ocupa no va en relación con su labor cotidiana. Esto involucra un choque entre las expectativas tanto de usuarios como de administradores, quienes esperan realizar un objetivo que no va en concordancia con las actividades reales de una BUT. De modo que no se ha estudiado lo que es, y no es, una bolsa universitaria y el trabajo que desarrolla dentro de una institución educativa. Colocar universitarios es su labor pero este objetivo no siempre es el fin que persigue toda Universidad.⁷² De hecho, tal y como afirma Laura Montoya, “el proceso de búsqueda de empleo es un proceso donde la

⁷² Existe una división dentro de la comunidad académica sobre si el estudiar garantiza un mejor porvenir económico. Asimismo surge la duda sobre si la Universidad, cualquiera que esta sea, tiene la obligación de garantizar que lo que estudia el universitario tenga un campo de trabajo claro y disponible para cuando egrese. Si reducimos la cuestión a una pregunta de investigación sería esta: ¿Tiene la UNAM la obligación de conseguir empleo a sus universitarios o son sus universitarios los encargados de garantizárselo?

responsabilidad recae en el candidato.”⁷³ Lo que invalida a la colocación como nivel de eficacia y de imagen de las BUT.

4.4.2 La doble imagen de las bolsas universitarias

Cómo se ha dicho antes, las BUT enfrentan un problema de distorsión de objetivos (dicen colocar pero no lo cuantifican) y de imagen (ser o no ser un servicio de colocación). Al respecto de esta última, la cuestión genera un problema de interés: las BUT ¿al servicio de los universitarios o de las empresas?

Dado que la intención de una BUT es colocar, los efectos que tiene esta idea en los responsables de la dependencia se reflejan en la intención de apoyar a universitarios como empresas a satisfacer sus necesidades, de empleo a los primeros y de cubrir la vacante a los segundos. Al respecto, la Memoria 1998 lo expone de manera clara:

“Con el objetivo de vincular a los alumnos y egresados con el mercado laboral, se desarrolló un proyecto, con la participación de un asesor externo, a fin de adecuar el proceso de la Bolsa Universitaria de Trabajo y **lograr incrementar el porcentaje de colocación** de alumnos y egresados de la UNAM, **en condiciones que den satisfacción tanto al usuario como al oferente de empleo.**”

Mientras que su objetivo departamental, el cual se ocupa cuando se promueve, es el siguiente:

“Apoyar al estudiante y egresado de la UNAM en su incorporación al mercado de trabajo dotándoles, bajo un modelo de competencias, de las estrategias y herramientas que le permitan satisfacer sus expectativas y motivaciones, enriqueciendo así su relación con el medio laboral.”⁷⁴

Al momento de comparar los datos del análisis entre las gráficas de *4.3.1 Usuarios atendidos* y *4.3.2 Empresas registradas*, existe una tendencia marcada en dar prioridad a los usuarios sobre las empresas (véase gráfica 8). Los *4.3.1 Usuarios atendidos* están siendo registrados de manera constante de 1975 a 1988. A partir del año siguiente empezaría la irregularidad de su registro hasta su desaparición

⁷³ Villanueva Solorio, Mario. *Bolsa Universitaria de Trabajo de la UNAM. Un caso de éxito*. <http://www.revistauniversolaboral.com/universolaboral2/index.php/biblioteca/exclusivas/item/334-bolsa-universitaria-de-trabajo-de-la-unam-un-caso-de-exito.html>. *Revista Universo laboral en línea*. Consulta: 15 de enero 2014.

⁷⁴ <http://www.dgosever.unam.mx/portaldgose/bolsa-trabajo/htmls/bolsa-objetivo.html>. Consulta: 19 de agosto 2013.

en el 2005. Las 4.3.2 *Empresas registradas*, por otro lado, aparecieron en 1986 a 1988 pero empezaron a ganar importancia a partir de 2002 pues año con año se han venido registrando el número de empresas con las cuales las BUT han tenido una relación. De modo que antes de los años noventa, los universitarios vienen a ser un dato de importancia para la BUT mientras que las empresas vienen a tomar su lugar a principios del 2000 en adelante.



Si se toma en cuenta que el reclutamiento (la tarea principal de las BUT) tiene por principio la colocación, las bolsas universitarias, entonces, trabajan para las empresas. Aquí radica el problema de la imagen pues no se puede esperar un servicio dirigido al unamense si se prioriza el beneficio de las empresas por sobre el beneficio universitario.

Esto no quiere decir que las bolsas universitarias deban centrarse en los universitarios sin considerar a las empresas. En cambio, deben fungir como dependencias de criterios más amplios en el sentido de la vinculación laboral pues sólo se enfocan en la difusión de vacantes (la cual siempre beneficia a las empresas pero no siempre asegura un desarrollo profesional del universitario).

Para demostrar lo anterior basta con observar los servicios que ofrecen. En el caso de los principales talleres: “Obteniendo el trabajo que deseo”, “*Currículum Vitae*” y “*Entrevista de trabajo*” se manifiestan como cursos destinados a preparar a los universitarios para los filtros durante el proceso de selección. La difusión de vacantes a través del Portal WEB o los reclutamientos especiales también se

enfocan a satisfacer las necesidades de las empresas de personal. Sin duda cubrir requerimientos no es garantía de cumplir expectativas profesionales. La intención de colocar universitarios no refleja un interés real por los universitarios. Así, cuando el unamense se percató de esto, es posible que sienta que no existe una preocupación verdadera por su situación lo que impide generar relaciones duraderas con él.

Finalmente, esta postura de beneficiar a las empresas no siempre existió. La *Gaceta de la universidad. Boletín de información interna de la Universidad Nacional Autónoma de México*, el lunes 30 de agosto de 1954, establece que el servicio “únicamente [busca] ayudar al estudiante a cubrir gastos menores y cuidar de que el sostenimiento de su carrera universitaria no gravite sobre la economía familiar”. Entre ésta y aquella, existen dos propuestas diferentes de trabajo.

CAPÍTULO 5 Un cúmulo de propuestas

En el siguiente capítulo se ha hecho un esfuerzo por crear algunas ideas que puedan formalizarse en proyectos nuevos a desarrollar. Estos expresan en cuatro ejes que se relacionan entre sí.

A partir del análisis interpretativo, se mostró que todas las bolsas universitarias proponen una visión centrada en la colocación. Al considerar esto, las siguientes propuestas que aquí se exponen buscan dar apertura a nuevas perspectivas en la vinculación laboral universitaria que las instituciones educativas realizan.

Las propuestas siguientes parten de un proceso de adaptación natural a nuevos tiempos en el área organizacional y su relación con el mercado laboral al cual están destinados los universitarios. Por ello, su implementación dependerá de entender los cambios en su manera abstracta (***El universitario primero*** y ***¡Cuidado! Talento en desarrollo***) hasta su forma de implementarla en la práctica (***Segmentar estrategias, De la BUT hacia un nuevo departamento y Monetizar el desarrollo profesional***) Se recomienda que éstas se apliquen poco a poco y se evalúen para determinar su pertinencia y utilidad. Incluso, algunas de estas propuestas son aplicables al modelo actual de la BUT pero el cambio que se propone, es más profundo si se consideran todas las ideas aportadas a cabalidad.

5.1 El universitario primero

Como se ha revisado, el efecto de considerar a la colocación como objetivo principal de la bolsa universitaria ha provocado un desplazamiento a segundo plano de los universitarios. Una nueva BUT requiere de retomar la importancia de sus usuarios principales para generar propuestas comunicativas de valor.

Como se ha visto, desde hace varios años se ha tomado a las empresas –y a sus vacantes– como a los usuarios principales a satisfacer, esto delegó al universitario

a la forma de producto que hay que hacer más atractivo a los empleadores. Esto se debe a que los modelos de trabajo de la BUT en la UNAM, parten del paradigma de que la rentabilidad de éstas está determinada por las relaciones que se establecen con las empresas. Esto es cierto en bolsas de trabajo privadas, no en bolsas universitarias puesto que las primeras viven del ingreso de las empresas, mientras que las segundas son ajenas (en gran medida) a esta dependencia económica pues son las universidades las que mantienen su presupuesto.

Lo que resulta difícil reconocer es que **los universitarios son los usuarios finales y las empresas son proveedores**. La BUT depende, por su naturaleza, de las vacantes que el mercado laboral genera pero éstas, aun existiendo, no valen tanto como la necesidad que tiene de aportar soluciones a los universitarios.

Suponga el siguiente ejemplo: se cuenta con una vacante y diez alumnos postulantes de la carrera de Comunicación y Periodismo de la FES Aragón. Si la preocupación fuera colocar al universitario, ocuparlo medirá la eficacia del departamento. Se emplea al aragonés, se llena la vacante. Todo bien hasta aquí ¿Se ha preguntado sobre el número restante de postulantes? Quedan nueve. Pero la vacante ya ha sido ocupada y el servicio ha sido efectivo. Esto se hace claro si se considera que de las 108 carreras que reporta la UNAM⁷⁵ en el 2013, sólo se tiene la capacidad de vinculación al 53 por ciento de las licenciaturas.⁷⁶ El servicio de colocación apenas supera la mitad de las carreras en la UNAM. Si la colocación es una finalidad, las vacantes no están al alcance de todas ellas. La preocupación por el llenado de la vacante hace perder de vista a los universitarios relegados.

La preocupación por los universitarios no es la prioridad en un modelo basado en la colocación pues el problema no se halla en la intención de emplear al universitario sino a que sus expectativas profesionales están atadas a una única forma de satisfacerse, es decir, ser un colocado. Y esto, no siempre se logra.

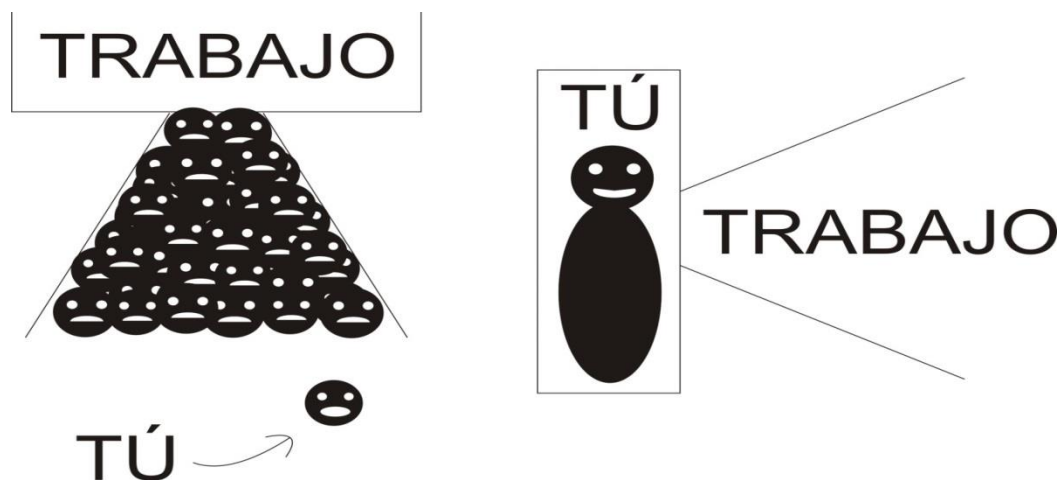
⁷⁵<http://oferta.unam.mx/> Consulta 12 de Marzo de 2014.

⁷⁶ La Memoria UNAM del 2000 reporta que ese año se vincularon 56 carreras; la Memoria UNAM 2001 menciona a 58.

El desarrollo profesional, por otro lado, si es una finalidad de la BUT. La razón por la cual las personas estudian la universidad es para que las habilidades y conocimientos que se obtienen durante la carrera sean una oportunidad para obtener un ingreso económico. No por nada el ex rector Dr. Jorge Carpizo, en el Informe UNAM de 1987, menciona que “la gran oportunidad de prepararse [estudiar la universidad] tiene dos finalidades: realizarse como personas para llevar una vida decorosa con base en su profesión y ser buenos profesionales para servir bien a la sociedad” (41).

El desarrollo profesional, como finalidad de la BUT, no es una preocupación porque los universitarios encuentren empleo sino que encuentren, o en su caso generen, oportunidades de ingreso económico con base en su profesión. Así el punto fuerte de la BUT viene a ser su capacidad para ver en el trabajo una proyección profesional abierta y no una pirámide limitada a aquellos que alcanzan un trabajo o empleo.

FIGURA 10. COLOCACIÓN CONTRA DESARROLLO PROFESIONAL



Fuente: Propia

De modo que “una mejor coordinación entre lo que las instituciones de educación superior enseñan y lo que las empresas e industrias necesitan” (CIDAC, 2014:20) no parte meramente de las necesidades empresariales sino de aquello que el universitario es capaz de solucionar en las organizaciones o industrias en las cuales se busque desarrollar profesionalmente.

5.2 ¡Cuidado! Talento en desarrollo

En correspondencia con el apartado anterior, las ideas que se tienen comienzan a cambiar. Una de ellas es la condición que tienen los universitarios al ser llamados mano de obra u obreros en lugar de talento. Así, durante la plática informativa en el programa *Hola México*,⁷⁷ Catalina Delgado, representante del proyecto *ComparaCarreras.org*, mencionó la frase “mano de obra” como una forma de referirse a los universitarios pues el término es adecuado para la visión que se tiene de los jóvenes. Pero para la BUT esta visión no es aceptable.

Octavio Paz (2005:74-75), en contraparte, ve en el obrero una creación fuera de lugar. Ni persona ni artista. No puede considerarse persona a alguien que sólo cumple funciones de una máquina; y no es obrero porque, por historia, éste no es constructor de ninguna obra que le pertenezca y sea digna de memoria. “El obrero es demasiado reciente. Y se parece a sus señores: Todos son hijos de la máquina”. Si los universitarios estudian para ser obreros entonces no son universitarios.

A finales del siglo pasado, el término talento empezó a ganar popularidad desde que algunos autores comenzaron a darse cuenta del valor del conocimiento sobre los medios de producción. Esto es, el talento sobre la maquinaria. Kjell Nordström y Jonas Ridderstråle (2006) indican que: “el principal medio de producción es pequeño, gris y pesa alrededor de 1.300 gramos. Se trata del cerebro humano” (26). O Tom Peters (1994:34): “el único activo de la fábrica es la imaginación humana. Bienvenido al mundo del ‘soft’, el mundo de la materia gris. Y cuídese si usted sigue pensando que los músculos definen a los obreros.”

El talento, o la imaginación humana, define aquello “para lo que realmente [uno vale] y, tal vez, cien veces mejor que los demás” (Nordström *et al.*, 2006:94). ¿Acaso podría asegurarse que se difunde al *talento universitario*? No es posible puesto que los formatos de la BUT consideran el estudio de las vacantes y no el de sus universitarios.

⁷⁷ Transmitido el 15 de abril de 2014 a través de Azteca 7.

Difundir el talento requiere nuevas propuestas. Para difundir el talento lo que se requiere no es considerar aquello que tienen las empresas para ofrecer sino aclarar aquello que los universitarios pueden hacer y que a las empresas les puede interesar ¿Se imagina una Feria del Empleo que en lugar de recibir currículums reciba proyectos? Esta idea bien puede servir para aquellas carreras que tienen nula o baja frecuencia de vacantes dirigidas a su campo de estudio. Esto demuestra que sin vacantes las labores de cualquier BUT no están limitadas.

Otro aspecto importante es no considerar que el talento es un requisito difícil de encontrar. En cambio, se debe reconocer que, desde este punto de vista, la BUT deben diseñar programas para **atraer y difundir talento universitario**. De esta forma se alcanzarán nuevos objetivos y propuestas que, desde una perspectiva tradicional, serían impracticables por el paradigma bajo el cual trabajan las bolsas universitarias.

Esto parece tener más sentido que la colocación pues la difusión del talento utiliza la motivación personal del universitario para una mejoría continua en el campo profesional; la colocación, por otra parte, es sólo la incorporación del universitario a un empleo disponible.

Desde esta perspectiva se entiende que los universitarios necesitan motivarse aplicando sus conocimientos en situaciones empresariales, sociales o personales. Parte de desarrollar y difundir al talento requiere ayudar a usuarios a sentirse confiados a transmitir sus ideas a la esfera laboral. Para la comunicación implicaría enfrentar el reto de los recursos humanos (RRHH) sobre el vincular a talentos universitarios con los medios más adecuados para lograr su desarrollo profesional. De modo que las bolsas universitarias pasarán de ser distribuidores de empleo a agencias que dan a conocer el talento universitario.

Una propuesta que emerge de esta idea es que no sólo las empresas en el exterior se verán beneficiadas por la distribución del talento, la UNAM también puede favorecerse de programas con este interés. Imagínese ahora que el universitario haga algo extraordinario, quizá tengamos suerte y lo haga para nosotros (Peters, 1995: 230) para la UNAM.

Muchos de los proyectos o ideas que tienen los universitarios no tienen un futuro pues no saben cómo dirigirlos a las empresas. Esto es generar una oportunidad laboral. Esta argumentación surge dentro del compromiso a la innovación. Los trabajadores –descubrió Tom Peters (1995: 103)– deben contar con mentalidad de empresarios. Este alto grado de responsabilidad sólo puede darse con el talento, no con obreros.

Así la generación de empresas también es otra forma de dirigir a los universitarios al mercado laboral. Esto ya existe de manera vaga en la BUT pues en la Memoria UNAM 2013 registra el apoyo que le otorgó a 165 universitarios para participar en un taller de emprendimiento empresarial realizado por la Fundación Pro Empleo. Lo cual podría reflejarse en un proyecto que estrechen más la relación entre la BUT y las incubadoras de la UNAM (también conocidas como Innova UNAM).⁷⁸ Pues ambos son proyectos encaminados a apoyar al universitario a promover sus habilidades profesionales así como el desarrollo de sus conocimientos.

Más allá de esta visión, resulta difícil concebir una BUT realizando programas capaces de generar propuestas de valor para el desarrollo profesional (una bolsa de trabajo está hecha para colocar no para desarrollar). Que tal la siguiente idea:

El sitio web <http://www.rentalocalfriend.com/> es un lugar en donde los usuarios pueden ofrecer sus servicios de guías turísticos a extranjeros. Para ello se debe conocer las partes principales de las ciudades y estar interesado en generar itinerarios de interés para los extranjeros. Los extranjeros pagan por el servicio desde 50 hasta 250 dólares por día.

La idea resulta interesante no sólo por su novedad sino por su aplicabilidad. Tal es el caso de los idiomas pues en lugar de hablar una lengua en común, el universitario puede perfeccionar otras lenguas a partir de los extranjeros y al mismo tiempo desarrollar la competencia profesional de comunicación oral en otra habla ¿Se imagina a una BUT realizando esto? Quizás la imagen que desprende, enmarca mucho la idea de emplear y no de innovar.

⁷⁸ <http://innovacion.unam.mx/> Consulta: 30 de enero 2014.

Otro proyecto sería ayudar a los universitarios a generar agendas de contacto. Tom Peters (1994) entiende que la red de contactos “encabeza la lista de lo que es indispensable para un contratista independiente e inteligente...y para cualquiera en estos días” (130). La seguridad de un ingreso económico, ya no provendrá de una sola empresa sino del conjunto de contactos que el universitario logre agendar. Hacer crecer, mantener y desarrollar las relaciones con la agenda de contactos es parte importante del desarrollo profesional en estos días. La BUT puede ocupar esta idea para ligar a sus universitarios con empresas que si acepten a unamenses y generar talleres de relaciones públicas para crear sus propios contactos (qué herramientas existen, cómo utilizarlas y cómo tratar y negociar con la agenda de contactos). Al respecto, EL PAÍS y las consultoras Ray Human Capital y Odgers Bernston tuvieron una iniciativa de acercar a 15 estudiantes de pasar un día con un alto ejecutivo de una gran empresa en España.⁷⁹ Es posible que estas propuestas sean aplicables a la BUT si se quiere dar a conocer a los universitarios.

Por mucho tiempo se ha creído que la creación de empleo radica sólo en las empresas. En realidad se está convencido de que un universitario es incapaz de modificar dicha situación. De la misma manera se limita a las bolsas universitarias a esta condición. Pero en la actualidad presenciamos la muerte del universitario modelo para ver surgir al universitario emprendedor.⁸⁰

Sintetizando, en lo que respecta a la comunicación, la idea es difundir el talento por medio de la proyección profesional pues **los universitarios no son capital humano que se absorbe, es talento que se desarrolla** (empleado, un emprendedor empresarial, un innovador, etcétera.) de manera que las empresas o la sociedad se interesen en ellos por su grado de desarrollo profesional en ciertas industrias o habilidades y no solamente por su capacidad de integración a las vacantes.

⁷⁹ [Cristina Delgado / Dani Cordero / Andrés R. Gavino. El gusanillo de emprender desde el aula. EL PAÍS 17 de febrero 2013. http://economia.elpais.com/economia/2013/02/15/actualidad/1360963605_724581.html](http://economia.elpais.com/economia/2013/02/15/actualidad/1360963605_724581.html)

Consulta: 22 de diciembre 2013

⁸⁰ A manera de aclaración, el emprendimiento no es una definición que sea propia de los empresarios. Según la Real Academia Española (RAE) se le define como: “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro” <http://lema.rae.es/drae/?val=emprender> Consulta: 2 de febrero 2014.

5.3 Segmentar estrategias

Dado que negamos a la colocación como índice de eficacia sería correcto preguntar ¿cómo se medirá la eficacia de la BUT? Se ha dicho que la BUT es un medio de reclutamiento, por ende, hay que medir el público al que llega. Para lograrlo, es necesario segmentar a la comunidad universitaria para medir el verdadero alcance de las actividades que se realizan como departamento.

Uno de los problemas de las bolsas universitarias es que muchas de sus actividades están estratégicamente pensadas pero tienen algunas fallas de implementación. Por ejemplo, cualquiera de los usuarios de una BUT puede presentarse a los talleres que estas ofrecen, o puede no tomarlos. “Es sólo una opción más” indica Laura Montoya Jiménez en la *Gaceta UNAM (Suplemento Especial, 2012:16)*. La BUT, aunque obligada a dar el servicio a todos los universitarios, sí debería generar filtros para adecuar sus servicios a las necesidades de cada universitario. Así, los talleres pueden ser obligatorios previa búsqueda de empleo a través de su portal.

Segmentar a la comunidad universitaria es considerar las actividades del departamento por lo adecuadas que son a las necesidades de los usuarios. Se debe tener en cuenta que no todas las actividades de la BUT van dirigidas a todos los universitarios.

Para ilustrar esto, he aquí algunos ejemplos que consideran la pertinencia de los servicios hacia los universitarios utilizando datos de la Fes Aragón.

Una de las maneras más comunes de segmentar a la población aragonés es a partir de una selección por carreras. La FES Aragón tiene una población escolarizada 17,152⁸¹ alumnos a nivel licenciatura de los cuales (Anexo 7):

- 1) 30 por ciento de la población escolarizada estudia Derecho

⁸¹ 4° Informe 2012-2013. http://www.aragon.unam.mx/nuestra_facultad/FES/Aragon/pdf/4TO_INFORME.pdf Consulta: 7 de enero 2014.

- 2) Derecho, Comunicación y Periodismo, Pedagogía, Ingeniería en Computación, Ingeniería Civil son el 65 por ciento de los alumnos de licenciatura
- 3) Diseño Industrial, Planeación para el Desarrollo Agropecuario, Ingeniería Eléctrica Electrónica, Sociología e Ingeniería Mecánica son las carreras con menor población; sumándolas contemplan al 13 por ciento de la población

Dividir a los universitarios de esta manera permite dirigir los esfuerzos de manera más efectiva. Derecho cuenta con un gran porcentaje de la población por lo que se podría diseñar un evento para ellos. Este conocimiento ayuda a establecer acciones comunicativas específicas, ya que dar a conocer los servicios de la BUT-Aragón entre la población más numerosa, proporciona un gran número de personas que podrían difundir *boca a boca* al departamento de manera positiva.

Segmentar es un acto creativo (debido a que no existe una fórmula idónea) pues los elementos que más comparten los usuarios es un criterio que establece el departamento. Si se consideran más criterios uno de los menos explorados podría ser por intereses.

En el caso de Derecho y Comunicación y Periodismo el criterio por intereses consideraría las expectativas del usuario y las proyecciones que el plan de estudios le otorga:

- a) Comunicación y Periodismo tiene tres especializaciones: Radio, Televisión y Prensa.
- b) Derecho: Derecho (D.) Administrativo, D. Civil, D. Internacional, D. fiscal, D. laboral, entre otros.

Por lo tanto, una vinculación atendería las expectativas de los usuarios buscando opciones que lleven a un desarrollo profesional en las especialidades de mayor interés para los usuarios.

Otra manera de segmentarlos es por su relación con la universidad. Así podríamos definir tres tipos de usuarios: estudiantes, egresados y titulados. Si la actividad

que se realizará fuera vincular a los universitarios con empleos de tiempo completo, los egresados y los titulados son los más adecuados para ocuparlos. De ellos se puede todavía segmentar más. Un egresado tiene más probabilidades de relacionarse con la BUT debido a que su situación está inconclusa (no se ha titulado) a diferencia de un universitario que ha terminado todo su ciclo dentro de la universidad.

Considérese lo siguiente: según la FES Aragón “de Agosto de 2009 a mayo de 2010 la matrícula de la FES Aragón se conformó por 17,014 alumnos” activos. Al mismo tiempo reporta que en ese mismo periodo “egresaron 1,535 estudiantes de 12 de las 15 licenciaturas, de los cuales el 75 por ciento concluyó sus estudios en tiempo curricular” (*Gaceta Aragón*, 2013:3). Es decir, sin considerar al 25 por ciento de los que no terminaron en tiempo curricular, 1,151 estudiantes son usuarios potenciales de la BUT que pudieron haber sido vinculados con vacantes de tiempo completo. Este número es más aprehensible que dirigirse a toda la población universitaria del campus.

Una manera poco convencional de segmentar sería a través de sus hábitos al momento de buscar empleo. Al respecto, los universitarios utilizan los medios más reconocidos para encontrar lo que buscan. Aunque no existe investigación alguna que resalte estos datos, en España la *Mobile Marketing Association Spain* (MMA) ha dicho que el dispositivo móvil será la herramienta más usada para buscar trabajo en 2015.⁸² Por lo que ya no basta con tener un portal, ahora se necesita una aplicación para *smartphones*.

Al segmentar se trata de dividir considerando aquellas actividades de mayor utilidad para el usuario. De nada serviría ligar vacantes a un público estudiantil que está más preocupado por su desarrollo académico u ofrecer más preparación a un público egresado más ávido por emplearse.

Otra manera de dividir es por talleres. Éstos son los encargados de capacitar a los universitarios en los procesos de selección que llevan a cabo las empresas. A

⁸²<http://www.eleconomista.es/primer-empleo/noticias/5652529/03/14/El-movil-sera-la-herramienta-mas-usada-para-buscar-trabajo-en-2015.html#.Kku8J5GWOFhFJsR> Consulta: 26 de marzo 2014.

diferencia de otros servicios, son proyectos que sí tienen un alcance general. Sin embargo, esta condición puede ser engañosa. Suponga lo siguiente:

La BUT-Aragón cuenta con los talleres de *Desarrollando mis competencias profesionales* y *Elaboración de currículum vitae y competencias profesionales* (*Gaceta Aragón*, 2013:21). En ambos se considera las competencias profesionales. Dos alumnos de la misma carrera deciden tomar los talleres anteriores; uno cursa quinto semestre y el otro es un recién egresado. Ambos descubren que cuentan con el 50 por ciento de las competencias para alcanzar sus expectativas profesionales. Pregunta ¿a quién le beneficia más conocer sus competencias profesionales?

La lógica arguye que a ambos. Sin embargo, parece más beneficiarle al de quinto que al de último semestre. El universitario de quinto semestre cuenta con más tiempo para obtener las competencias profesionales para alcanzar sus expectativas laborales. El recién egresado debe resignarse a enfrentar el mercado laboral con las competencias con las que cuenta (sean o no acordes a sus expectativas profesionales). Esto se reafirma al considerar el proceso de la BUT sobre el descubrimiento de las competencias profesionales. Una vez que el individuo descubre que no las tiene ¿la BUT ofrece cursos/talleres para obtenerlas? Y la respuesta es un tajante NO. Mientras que al alumno de quinto le da tiempo de orientar su desarrollo profesional hacia sus deseos, el recién egresado debe resignarse a su situación actual.

Otra forma de fraccionar a la comunidad universitaria es por el beneficio de las actividades. La BUT en sí, tiene como fin emplear a los universitarios y sus servicios están al alcance de cualquier universitario. Sin embargo, no se ha estudiado su relación con la vida estudiantil ¿Qué tanto afecta el desempeño académico por la obtención de un empleo? ¿Da los mismo resultados un alumno que trabaja a un alumno de tiempo completo? ¿Deberían de recibir propuestas de empleo los universitarios en etapas tempranas de su carrera? ¿A partir de qué semestre? ¿Qué características debería tener el empleo al cual se les podría vincular para que contribuya o no afecte su desempeño académico? Todas estas

preguntas tienen un centenar de respuestas pero es la institución la que debe determinar la pertinencia de cada uno para cada universitario.

El segmentar tiene muchas utilidades. La que aquí compete es la posibilidad que tiene para incrementar las probabilidades de alcanzar los objetivos que tenga la BUT si plantea de manera correcta hacia dónde va a dirigir sus esfuerzos. Un manual, o de menos una guía, pondría orden sobre estos aspectos que tienen mucha repercusión tanto en la implementación de los servicios como en su difusión.

Sólo para ejemplificar su uso. Si se sabe que el taller de *Obteniendo el trabajo que deseo* va dirigido a semestres más tempranos de las carreras, entonces, la difusión va dirigida a tales grados escolares. La dinámica sería esta: hacer obligatorio este curso con la finalidad de concientizar a los alumnos a mitad de su carrera sobre las competencias que les hacen falta para postularse a ciertas vacantes. Esto marca una lógica de orientación profesional, lo que remarca la responsabilidad de las bolsas universitarias por realizar acciones enfocadas a universitarios.

En el caso de la difusión de vacantes, si lo que se busca es un grupo de personas específicas para éstas, se puede retomar los datos de las generaciones que egresan y hacer un listado que incluya la información de los recién egresados, para poder difundirlos con los empleadores.

Dado que se evalúa a la BUT a partir del número de colocados respecto al total de la población desempleada (Aparicio, 2006:73) ¿se cree que la BUT sería capaz de conseguir poco más de 200 mil⁸³ vacantes para todos los universitarios que tiene inscritos toda la UNAM? pero en la BUT esto no es viable. Una mejor manera de evaluarla es cuantificando segmentos y comparándolos contra el número de personas que participan (recuérdese que no todos los universitarios requieren el servicio de la BUT, por ello no todos van a participar en todas sus actividades). De esta manera se descubre que aunque existan 200 mil alumnos es probable que

⁸³ Número de alumnos de licenciatura inscritos en el periodo 2016-2017. UNAM. *Agenda estadística 2017 UNAM* <http://www.planeacion.unam.mx/Agenda/2017/pdf/Agenda2017.pdf> Consulta: 27 de septiembre de 2017.

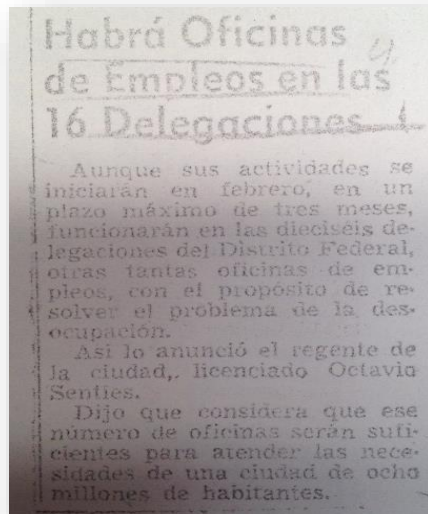
algún porcentaje de ellos no requiera los talleres, el portal o algún reclutamiento especial, lo que reduce el tamaño para evaluar su difusión de servicios (y también permite ahorrar tiempo y esfuerzos).

5.4 De la BUT hacia un nuevo departamento

Como se ha visto, existe una doble imagen dentro de la BUT. Esta surge debido al modelo basado en la colocación. Históricamente, el problema de la imagen surge en las recién creadas ENEP's, pues al formalizar su servicio de bolsas de trabajo universitarias, una década antes, las recién inauguradas delegaciones del Distrito Federal, habían creado dependencias similares (tenían el mismo nombre). Lo que les dotó de igualdad en sus objetivos, procesos e imagen.

Lo anterior estableció un formato social estereotipado de las bolsas de trabajo. Bajo ese modelo, las bolsas universitarias no reconocieron que dicha actividad pudiera apegarse o no a los objetivos que buscaba la UNAM. Esto explica por qué muchas de ellas tienen procesos parecidos (por ejemplo los portales o las Ferias del Empleo). Cambiar el nombre es una buena forma de renovar su imagen si se consideran todas las propuestas anteriores.

Figura 11 y 12. Notas periodísticas de los años



Fuente:

Archivo General de la Nación (AGN), Caja: 1638ª Expediente: 4

Según el objetivo de la UNAM, en su ley orgánica (artículo primero), en ella se desarrollaran “profesionistas, investigadores, profesores universitarios y técnicos útiles a la sociedad.”⁸⁴ Esta utilidad está marcada por el beneficio que obtiene la sociedad de incluir a los universitarios en sus organizaciones. De modo que la imagen de la bolsa de trabajo es, en principio, contradictoria con el principio de la Universidad.

Para solventar esto, la BUT ha ido desarrollando todo tipo de actividades encaminadas a colocar a los universitarios pero esto trajo una preocupación por las empresas y no por los universitarios. Con 60 años de trabajar esta misma imagen, la BUT se ve en la necesidad de cambiar de nombre para modificar la percepción que los universitarios tienen de ella.

Si las vacantes ya no son el único medio de relación laboral, el llamar bolsa de trabajo ya no sería lo más acertado. De hecho el centrar la labor de la BUT en el modelo por competencias (los talleres) haría que ésta perdiera su imagen de bolsa de trabajo pues no liga a ninguna vacante u empresa específica como socialmente se les ubica. Si un universitario asiste a una bolsa universitaria con el objetivo de buscar un empleo, descubrirá que la bolsa se centra en ofrecer otros servicios (aunque sean interesantes no resuelven la necesidad que lo trae a consultarla: el emplearse).

Cambiar el nombre permite modificar la imagen que se tiene de este departamento. Uno de los beneficios directos de esto, es modificar la creencia general que se tiene de garantes del empleo. Si los universitarios asisten a la bolsa con la intención de que se les consiga un empleo, el no hacerlo será visto como la falla de la instancia. El unamense tiene una idea del servicio por lo que nutrir esperanzas falsas a partir de un nombre contaminado por las expectativas, no parece ser una opción para seguirlo utilizando. Por lo que se incluyen algunas propuestas para un nuevo nombre:

- 1) Agencia de Talento
- 2) Agencia de Talento Universitario

⁸⁴ <http://www.dgelu.unam.mx/m2.htm> Consulta: 24 de febrero 2014.

- 3) Servicios de Desarrollo Profesional
- 4) Servicios de Orientación y Desarrollo Profesional
- 5) Departamento de Talento
- 6) Expansión Universitaria
- 7) Talento UNAM

Cualquier nombre que se elija, no será de gran ayuda si los procesos de trabajo (a decir verdad, los procesos de atracción y difusión de talento universitario) no cambian. A partir de esta investigación, se ha descubierto que la necesidad de un cambio implica la transformación de la imagen por lo que esta recomendación es una de las más necesarias. Si se toman estas ideas, no solo cambia la imagen de la bolsa sino también la manera en cómo se les concibe en la actualidad.

5.5 Monetizar el desarrollo profesional.

Todas las propuestas anteriores tienen cierta relación con la difusión del trabajo y la imagen que la BUT tiene. Esto es en su sentido comunicativo. Sin embargo, la última propuesta está dirigida a su estructura de trabajo. Esto puede parecer fuera de lugar para los propósitos de la tesis pero considero importante no dejar perder esta información en proporción de lo original que puede parecer la siguiente idea, pues, hasta ahora, ninguna BUT enseña esto:

La razón principal por la que un universitario es universitario es porque "vivirá de su profesión" (UNAM, 1988: 41) diría el Dr. Jorge Carpizo, exrector de la UNAM. En este sentido, el universitario estudia para obtener ingresos económicos de su desarrollo profesional. En pocas palabras, el fin de estudiar un grado universitario es aprender a monetizar el desarrollo profesional. Esto va más allá de un mero proyecto, es el fundamento que dota de originalidad a las actividades de vinculación laboral que realizan las universidades.

Existen muchos servicios de colocación: servicio nacional de empleo, oficina de empleo delegacionales en el Distrito Federal, bolsas de trabajo municipales, bolsas de trabajo privadas, bolsa de trabajo en línea, entre muchos otros. Todos

ellos, ofrecen servicios similares. No obstante, ninguno de ellos tiene un panorama específico respecto a la comunidad universitaria que atiende. Las bolsas universitarias pueden aprovechar esto para brindar un servicio único y original.

Monetizar el desarrollo profesional lleva a que los universitarios aprendan los tres tipos de fuentes de ingresos económicos:

Las vacantes. Son el medio más común y al que se aspira comúnmente al terminar la carrera. El ingreso se obtiene por la relación laboral (contratos en materia laboral) que se establece con una empresa específica.

El autoempleo. Es el medio a través del cual se llega a generar ingresos económicos aunque no sea una fuente de empleo formal (trabajos por proyectos o encargos). También puede ser conocido como *freelance*, En el caso de las carreras de derecho, por ejemplo, el autoempleo sería llevar los casos judiciales de la familia y amigos cercanos (crear un red de contactos) o; en el de la carrera de comunicación y periodismo se puede trabajar de *freelance* para una agencia de noticias, por ejemplo. No existe un contrato laboral pues tiende a ser más un contrato civil por la prestación de un servicio.

El emprendimiento empresarial. Es la forma predilecta de generar ingresos a través de la creación de empresas. Su desarrollo ha crecido en la actualidad en todo el mundo. Permite que los interesados generen ingresos económicos no solo para ellos sino también para terceros. Esto requiere de conocer negocios, mejorarlos y desarrollarlos con el conocimiento y la experiencia profesional que puede aportar un universitario.

La pregunta que surge generalmente terminada la carrera es ¿ahora en qué puedo trabajar? Las vacantes pueden ser la fuente de ingresos más directa y a la mano que existe, pero no son las únicas. Ayudar a los universitarios a concebir las distintas formas de generar ingresos económicos no sólo abre las puertas a la variedad en el mercado laboral, también ofrece una nueva visión del departamento que extiende sus perspectivas de incorporación laboral y, aún mejor, abre las posibilidades a los universitarios a generar propuestas innovadoras para que su desarrollo profesional no se vea truncado por la falta de “empleo”.

El saber esto abre el panorama de trabajo de la BUT así como del universitario. Transforma su perspectiva del trabajo y aporta a su desarrollo profesional lo cual es un propósito de la UNAM pues lo que se espera de esta institución, es que sus “profesionistas, investigadores, profesores universitarios y técnicos [sean] útiles a la sociedad.”⁸⁵ Saber que las bolsas universitarias diferencian sus servicios al poner más hincapié en aspectos como estos genera oportunidades de crecimiento como departamento.

⁸⁵ <http://www.dgelu.unam.mx/m2.htm> Consulta: 24 de febrero 2014.

CONCLUSIONES

A lo largo de la investigación no ha sido posible corroborar la hipótesis, **no existen datos suficientes para medir la eficacia de las BUT dentro de los Informes y Memorias UNAM**. Lo que demuestra, de manera general, la falta de un formato que defina aquella información útil y necesaria que debe incluirse dentro de estos registros oficiales.

En lo que respecta a la información de los Informes y Memorias UNAM, la falta de datos sobre la colocación, el número de universitarios atendidos y enviados a las empresas, provoca una desinformación al momento de consultar estos documentos pues al no incluirlos, la posibilidad de evaluar al departamento se hace nula. De esto derivan muchas preguntas, la más importante: ¿Cómo saber que la BUT está alcanzando sus objetivos o metas?

Para resolver esta situación las BUT, si no consideran realizar servicios de colocación (tal y como lo han venido demostrando con su ausencia de datos al respecto) entonces su labor debe ser medida utilizando el número de vacantes absorbidas y el número de personas enviadas a procesos de selección. Es decir, evaluar su capacidad de reclutamiento. Incluso, se debe enfrentar el reto de cuantificar sus demás funciones para tener un mapa global de su evolución. Quizás la regulación gubernamental no sea idónea para medir las necesidades específicas de estos departamentos. Por otro lado, si es necesario contemplar la creación de un consejo de arbitraje que determinen los parámetros a medir sobre el trabajo que realizan las BUT. Esta idea es similar a la Federación de Bolsas de Trabajo que Fernand Pelloutier había dedicado gran parte de su vida en Francia. Sólo que ahora, el éxito de ésta se consagrará por su dedicación a los problemas específicos que enfrentan las universidades sobre la orientación profesional que da a los universitarios y al momento de vincularlos al campo laboral.

Por otro lado, existen motivos para no incluir la información respecto a la colocación, tal es el caso que existe sobre si las BUT son agencias de colocación.

Este aspecto o cisma legal parece no tener un orden y ello obliga a que las BUT proporcionen poca información al respecto para no ser tratadas como tal. Este tema también considera el hecho de que si la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) debería regular estos servicios puesto que aunque no son comparativos de otras instituciones, sí tienen todos los elementos que regulan los Reglamentos en materia de colocación.

El segundo aspecto de interés es la existencia de una doble imagen de la BUT. Dentro de las instancias que tiene cualquier organización, una doble imagen puede acarrear problemas de comunicación. En este caso, la claridad se puede perder entre los propósitos que establece el modelo de trabajo y la difusión que se da de dicho trabajo. La expectativa de colocación muestra que su implementación trae como efecto una baja en la preocupación por los universitarios. De esta manera, el unamense puede sentir que aunque el fundamento de la BUT sea ayudarlo, las acciones que se realizan no concuerdan con esta idea y, al compararlo con la atención que muestra la BUT hacia las empresas, éstas reviven un trato más preferencial que los mismos universitarios. Lo que deja entrever que las empresas son más importantes que los universitarios. Sin embargo, se debe recordar que una universidad es tal por sus universitarios. Lo mismo ocurre con la BUT. Si esto no se considera, el servicio tendrá siempre la tendencia a rechazar a los universitarios y esto se reflejará en el trabajo que otorgan.

Al mismo tiempo, la doble imagen no proviene del comportamiento mencionado un párrafo antes, sino de un proceso histórico. La colocación a principios del Siglo XX no es la misma que en la actualidad. El uso de la frase Bolsa de Trabajo viene condicionado en sus funciones o expectativas. Los universitarios así como el público que conoce estas dependencias, crea expectativas falsas de lo que éstas pueden lograr. La comunicación por el sólo hecho de nombrarse así, Bolsa de Trabajo, genera problemas de expectativas de los usuarios. Las BUT son instancia afectadas en su imagen por aspectos internos y externos. La adaptación a este aspecto contextual, es un paso crucial hacia una nueva percepción de las BUT dentro de la comunidad universitaria.

Otro aspecto es que las BUT aún no se han considerado como servicios dirigidos hacia un público específico con ciertas necesidades y expectativas. Los universitarios, por esta razón, son tratados como usuarios de un servicio estandarizado y público o, lo mismo, un servicio que es aplicable para todos. Pero los universitarios no sólo están relegados a la obtención de un empleo como único método de desarrollo profesional, ellos tienen más opciones de trabajo (empleo, autoempleo o emprendimiento empresarial) los cuales los deberían orientar para “vivir de su profesión” como dijo Jorge Carpizo.

Al final, la existencia de un departamento de vinculación laboral tiene por objetivo el enseñar a monetizar el desarrollo profesional. Si se me pregunta como investigador, este es el motivo principal por el cual los universitarios reciben un servicio que vincule con el mercado laboral profesional. Ellos quieren saber cómo ganarse la vida desarrollando los conocimientos, habilidades y destrezas que se aprenden al estudiar en la universidad.

Fuentes

Bibliográficas

Arcos Santos, Oscar M., Rivera Pinedo, Raúl, Cervin García, Joaquín **(1980)**. *La Bolsa de Trabajo en el sector público y su importancia en el empleo en el Valle de México (tesis de licenciatura)*. México: Facultad de Contaduría y Administración, UNAM.

Bardin, Laurence **(1996)** *Análisis de Contenido*. España: AKAL.

Berelson, Bernard **(1952)**. *Content Analysis in Communication Research*. EEUUA: The Free Press.

Capón Filas, Rodolfo/Gior Landini, Eduardo **(1987)**. *Diccionario de derecho social. Derecho del trabajo y la seguridad social*. Argentina: Rubinzal y Culzoni Editores.

Carrillo Flores, Nabor **(1953)**. *Notas sobre el problema del crecimiento explosivo de la población universitaria*. México: IISUE-UNAM, Fondo: Nabor carrillo Flores (NCF). Caja : 2

CIDAC **(2014)**. *Encuesta de Competencias Profesionales 2014*. México: USAID.

Cordero Luna, José de Jesús **(2006)**. *Análisis de clima organizacional en el departamento de Servicio Social y Bolsa de Trabajo de la FES Acatlán (tesis de licenciatura)*. México: Facultad de Estudios Superiores Acatlán-UNAM.

De la Borbolla, Oscar **(2006)** *La rebeldía de pensar*. México: Nueva Imagen.

G. Palmer, Tom **(2012)**. *After the Welfare State*. United States of America: Students for liberty & Atlas Network / James Books Inc.

GAO **(1989)** *Content Analysis: A methodology for structuring and analyzing written material*. EEUUA: United States General Accounting Office.

González Salazar, Gloria **(1981)** *Problemas de la mano de obra en México*. México: UNAM.

ILO **(2011)** *Social Partners and the Governance of Public Employment Services. Trends and Experiences from Western Europe*. Suiza: International Labour Organization.

Krippendorff, Klaus **(2004)** *Content Analysis. An Introduction to its Methodology*. EEUUA: SAGE PUBLICATIONS.

Krippendorff, Klaus / Bock, Mary Angela [compiladores] **(2009)** *The content analysis reader*. EEUUA: SAGE PUBLICATIONS.

Lasswell, Harold D. **(1938)** *Propaganda Technique in the World War*. EEUUA: University of Michigan.

Melgarejo Solano Claudia **(2009)** *Análisis de los requerimientos y competencias profesionales del mercado laboral de la licenciatura en psicología en la Bolsa Universitaria de Trabajo en la UNAM (tesis de licenciatura)*. México: UNAM-Facultad de Psicología.

Narváez García, María Virginia **(1977)** *Estudio dogmático de la bolsa de trabajo (tesis de licenciatura)*. México: UNAM.

Neuendorf, Kimberly A. **(2002)** *The Content Analysis Reader*. EEUUA: SAGE PUBLICATIONS.

Nordström Kjell/Ridderstråle, Jonas **(2006)** *Funky Business: El talento mueve al capital*. España: Pearson Educación.

Paz, Octavio **(2005)** *El laberinto de la soledad. Posdata. Vuelta al laberinto de la soledad*. México: Fondo de Cultura Económica.

Pelloutier, Ferdinand **(1978)**. *Historia de las Bolsas de Trabajo*. España: ZERO.

Peters, Tom **(1995)** *El seminario de Tom Peters: tiempos locos requieren organizaciones locas*. México: Lasser Press Mexicana.

Poteete, Amy R. / Janssen, Marco A. /Ostrom, Elinor **(2012)** *Trabajar Juntos. Acción colectiva, bienes comunes y múltiples métodos en la práctica*. México: UNAM, CEIICH, CRIM, FCPS, FE, IIEc, IIS, PUMA; IASC, CIDE, Colsan, CONABIO, CCMSS, FCE, UAM.

Ramiro Barajas, Sandra/Retiz Adame, Liliana Sarai **(2013)** *Factores que impiden la contratación de candidatos enviados por la Bolsa Universitaria de Trabajo de la UNAM a empresas de consumo masivo (tesis de licenciatura)*. México: UNAM-Facultad de Psicología.

Reyes Martínez, María del Rosario **(1995)** *Bolsa de trabajo y agencia de colocación como fuentes de reclutamiento y selección para el psicólogo (tesis de licenciatura)*. México: UNAM-Facultad de Psicología.

Rivera Rodríguez, Marina Sofía **(2009)** *Elaboración de un manual de procedimientos y adiestramiento de la jefatura de Bolsa de Trabajo y Capacitación (tesis de licenciatura)*. México: Universidad Lasallista Benavente.

S/A **(1984)**. *La Guía del Estudiante 1984-1985*. México: Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán-UNAM

S/A **(1998)** *Memorias Iztacala 1995-1998*. México: Escuela Nacional de Estudios Profesionales Iztacala.

Sarukhán, José **(1996)** *Informe 1996. Relación del acontecer universitario 1989-1996*. México: UNAM.

Serrano Falcón Carolina **(2007)**. *Servicios Públicos de Empleo y Agencias de Empleo Privadas. Público y Privado en la actividad de colocación (tesis de doctorado)*. España: Universidad de Granada.

STPSa **(2014)** *2^{do} Informe de Labores 2013-2014*. México: Gobierno de la República.

STPSb **(2017)** *5^{do} Informe de Labores 2016-2017* México: Gobierno de la República.

UNAM **(1961)** *La Universidad de 1953 a 1960*. México: UNAM.

UNAMa **(1976)**. *INFORME 1973 y 1974*. MÉXICO: UNAM

UNAMb **(1976)**. *INFORME 1975*. MÉXICO: UNAM

UNAM **(1977)**. *INFORME 1976*. MÉXICO: UNAM

UNAM **(1978)**. *INFORME 1977 TOMO I*. MÉXICO: UNAM

UNAM **(1979)**. *INFORME 1978 TOMO I*. MÉXICO: UNAM

UNAMc **(1980)**. *INFORME 1979 TOMO I*. MÉXICO: UNAM

UNAMd **(1980)**. *INFORME 1980 TOMO I*. MÉXICO: UNAM

UNAM **(1982)**. *INFORME 1981 TOMO I*. MÉXICO: UNAM

UNAM **(1983)**. *INFORME 1982 TOMO I*. MÉXICO: UNAM

UNAM **(1984)**. *INFORME 1983 TOMO I*. MÉXICO: UNAM

UNAM **(1985)**. *INFORME 1984 TOMO I*. MÉXICO: UNAM

UNAM **(1986)**. *INFORME 1985 TOMO I*. MÉXICO: UNAM

UNAM **(1987)**. *INFORME 1986 TOMO I*. MÉXICO: UNAM

UNAM (1988). INFORME 1987 TOMO I. MÉXICO: UNAM
UNAM (1989). INFORME 1988 TOMO I. MÉXICO: UNAM
UNAM (1990). INFORME 1989 TOMO I. MÉXICO: UNAM
UNAM (1991). INFORME 1990 TOMO I. MÉXICO: UNAM
UNAM (1992). INFORME 1991 TOMO I. MÉXICO: UNAM
UNAM (1993). INFORME 1992 TOMO I. MÉXICO: UNAM
UNAM (1994). MEMORIA 1993. MÉXICO: UNAM
UNAM (1995). MEMORIA 1994. MÉXICO: UNAM
UNAMe (1996). MEMORIA 1995. MÉXICO: UNAM
UNAMf (1996) Informe 1996. Relación del acontecer universitario 1989-1996 José Sarukhán. México: UNAM.
UNAM (1997). MEMORIA 1996. MÉXICO: UNAM
UNAM (1998). MEMORIA 1997. MÉXICO: UNAM
UNAM (1999). MEMORIA 1998. MÉXICO: UNAM.
UNAM (2002). MEMORIA 2000. MÉXICO: UNAM.
UNAMg (2003). MEMORIA 2001. MÉXICO: UNAM.
UNAMh (2003). MEMORIA 2002. MÉXICO: UNAM.
UNAM (2004). MEMORIA 2003. MÉXICO: UNAM.
UNAM (2005). MEMORIA 2004. MÉXICO: UNAM.
UNAM (2006). MEMORIA 2005. MÉXICO: UNAM.
UNAM (2007). MEMORIA 2006. MÉXICO: UNAM.

Hemerográficas

Bautista, Eduardo (2012) "Instruyendo a estudiantes en la obtención de empleo". *Gaceta Aragón*. 1 de noviembre.

G. Pantaleón, Alba (2011) "Visita INROADS a estudiantes" *Gaceta Aragón*. 16 de septiembre.

Redacción **(2010)** “Alumnos de reciente ingreso conocen esencia universitaria” *Gaceta Aragón*. Núm. 1^{er} quincena de agosto. 15 de agosto.

S/A **(1954)** “Bolsa Universitaria de Trabajo”. *Gaceta de la Universidad.* *Boletín de Información interna de la Universidad Nacional Autónoma de México*. 30 de agosto.

S/A **(1974)** “Excelente Rendimiento de la Bolsa Universitaria de Trabajo”. *Universal Gráfico*. 18 de Enero.

S/A **(1982)** “Programa de formalización de la Bolsa Universitaria de Trabajo.” *Gaceta de la Universidad*. 14 de octubre.

S/A **(1983)** “Bolsa de Trabajo Zaragoza”. Comunidad Zaragoza. 31 de enero.

S/A **(1983)** “La Bolsa de Trabajo de ENEP Aragón abre sus puertas a su comunidad”. *Boletín Aragón*. 7 de mayo.

UNAM. **(2012)** Espacio esencial para alumnos de licenciatura y posgrado. *Gaceta UNAM. Suplemento especial*. 13 de agosto.

S/A **(2013)** “Vinculación, Proyección y Extensión Universitaria 2009-2013” *Gaceta Aragón*. Núm. Especial. Mayo.

Convenios y reglamentos (Nacionales e Internacionales)⁸⁶

OIT **(1919)** COO-2 *Convenio sobre el desempleo, 1919 (núm.2)*. Washington, EEUU.

OIT **(1933)** CO-34 *Convenio sobre las agencias retribuidas de colocación*. Ginebra, Suiza.

Diario Oficial de la Federación **(1934)** *Reglamento de Agencias de Colocaciones*. México: Secretaría de Gobernación.

OIT **(1948)** CO-88 *Convenio sobre el servicio de empleo*. San Francisco, EEUU.

OIT **(1949)** CO-96 *Convenio sobre las agencias retribuidas de colocación [revisado]*. Ginebra, Suiza.

Diario Oficial de la Federación **(1982)** *Reglamento de Agencias de Colocación de Trabajadores*. México: Secretaría de Gobernación.

OIT **(1997)** C-181 *Convenio sobre las agencias de colocación privadas*. Ginebra, Suiza.

⁸⁶ Orden cronológico.

Diario Oficial de la Federación **(2006)** *Reglamento de Agencias de Colocación de Trabajadores*. México: Secretaría de Gobernación.

En línea

<http://www.acatlan.unam.mx/bolsa/> Consulta: 19 de agosto de 2013.

<http://www.cuautitlan.unam.mx/alumnos/bolsadetrabajo.html> Consulta: 19 de agosto de 2013.

<http://www.dgelu.unam.mx/m2.htm> Consulta: 24 de febrero 2014.

<http://www.dgoserver.unam.mx/portaldgose/bolsa-trabajo/htmls/bolsa-objetivo.html>
Consulta 19 de agosto de 2013.

<http://innovacion.unam.mx/> Consulta: 30 de enero 2014.

http://deu.iztacala.unam.mx/deu_bienvenida01.php Consulta: 19 de agosto de 2013.

<https://www.uv.mx/bolsadetrabajo/que-es-la-bolsa-de-trabajo-uv/> Consulta: 30 de agosto 2017.

<http://web.asc.upenn.edu/usr/krippendorff/> Consulta: 25 de diciembre 2014

<http://www.zaragoza.unam.mx/> Consulta: 19 de agosto de 2013. Se debe ingresar por el apartado ALUMNOS >> Bolsa de Trabajo.

4° Informe 2012-2013.

http://www.aragon.unam.mx/nuestra_facultad/FES/Aragon/pdf/4TO_INFORME.pdf

Consulta: 7 de enero 2014.

Amipci. <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/estudios> Consulta: 27 de septiembre de 2017.

STPS. Constancias de autorización de funcionamiento y registro otorgadas Aguascalientes, Baja California, Campeche, Chihuahua y Chiapas (1 de 3) a las agencias de colocación de trabajadores con y sin fines de lucro a noviembre 2013.
http://www.stps.gob.mx/bp/secciones/conoce/areas_atencion/areas_atencion/servicio_empleo/archivos/Constancias%20otorgadas-a%20NOVIEMBRE%202013.pdf Consulta: 10 de febrero 2014.

STPS. Constancia de autorización de funcionamiento y registro otorgadas a las agencias de colocación de trabajadores con y sin fines de lucro a abril 2017. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/217768/Constancias_otorgadas-a_ABRIL_2017.pdf Consulta: 27 de septiembre de 2017.

Cristina Delgado / Dani Cordero / Andrés R. Gavino. *El gusanillo de emprender desde el aula.* EL PAÍS 17 de febrero 2013. http://economia.elpais.com/economia/2013/02/15/actualidad/1360963605_724581.html Consulta: 22 de diciembre 2013.

Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) Consulta interactiva de indicadores estratégicos http://www3.inegi.org.mx/sistemas/infoenoe/Default_15mas.aspx?s=est&c=26227&p= Consulta: 10 de septiembre de 2017.

Dirección General de Planeación (DGPL) <http://www.planeacion.unam.mx/unam40/> Consulta: 15 de enero 2014

Hasan Mir. How the employment agencies work? <https://www.youtube.com/watch?v=4OfuUaCsCxM> Consulta: 13 de enero 2014.

IMSS (2014) *Puestos de trabajo afiliados al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) al mes de diciembre de 2013.* http://www.imss.gob.mx/sites/all/statics/i2f_news/004_PDF_0.pdf Comunicado IMSS. México. Consulta: 27 de septiembre de 2017.

IMSS (2017) *Puestos de trabajo afiliados al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) al mes de diciembre de 2016.* http://www.imss.gob.mx/sites/all/statics/i2f_news/Com.%20011.-%20Puestos%20de%20trabajo%20afiliados%20al%20Instituto%20Mexicano%20del%20Seguro%20Social%20al%20mes%20de%20diciembre%20de%202016.pdf Comunicado IMSS. México. Consulta: 27 de septiembre de 2017.

Manuel Castells. La obsolescencia de la educación. <https://www.youtube.com/watch?v=eb0cNrE3l5g> Consulta: 13 de enero 2014

Villanueva Solorio, Mario. Bolsa Universitaria de Trabajo de la UNAM. Un caso de éxito. <http://www.revistauniversolaboral.com/universolaboral2/index.php/biblioteca/exclusivas/ite>

m/334-bolsa-universitaria-de-trabajo-de-la-unam-un-caso-de-exito.html. *Revista Universo laboral en línea*. Consulta: 15 de enero 2014.

Roberto Franzosi. Content Analysis: Objective, Systematic, and Quantitative Description of Content. http://www.unive.it/media/allegato/Scuola-Dottorale/2011/allegato/Content_Analysis_-_Introduction.pdf Consultado: 24 de enero 2014.

Sarah Stonebely. Content Analysis. http://www.academia.edu/1974455/Content_Analysis Consulta: 25 de enero 2014.

Quintana Adriano, Elvia Arcelia/Valadés, Diego **(coordinadores) (2001)**. *Compendio de Legislación Universitaria 1910-2001, Vol. II*. México: UNAM. Versión en línea: <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/1/255/66.pdf> Consulta: 31 de enero 2014.

The University of Sheffield. Content analysis. <http://www.shef.ac.uk/lets/strategy/resources/evaluate/general/data-analysis/content-analysis#pageTop> Consulta: 25 de enero 2014.

Trabajo temporal a través de agencias. <http://www.ilo.org/sector/activities/topics/temporary-agency-work/lang--es/index.htm> Consulta: 10 de enero 2014.

UNAM. *Agenda estadística 2014 UNAM* <http://www.planeacion.unam.mx/Agenda/2014/pdf/Agenda2014.pdf> Consulta: 27 de septiembre de 2017.

UNAM. *Agenda estadística 2017 UNAM* <http://www.planeacion.unam.mx/Agenda/2017/pdf/Agenda2017.pdf> Consulta: 27 de septiembre de 2017.

UNAM. MEMORIA 2007. <http://www.planeacion.unam.mx/Memoria/2007/> Consulta: 27 de enero 2014.

UNAM MEMORIA 2008. <http://www.planeacion.unam.mx/Memoria/2008/> Consulta: 27 de enero 2014.

UNAM. MEMORIA 2009. <http://www.planeacion.unam.mx/Memoria/2009/> Consulta: 27 de enero 2014.

UNAM. MEMORIA 2010. <http://www.planeacion.unam.mx/Memoria/2010/> Consulta: 27 de enero 2014.

UNAM. MEMORIA 2011. <http://www.planeacion.unam.mx/Memoria/2011/> Consulta: 27 de enero 2014.

UNAM. MEMORIA 2012. <http://www.planeacion.unam.mx/Memoria/2012/> Consulta: 27 de enero 2014.

UNAM. MEMORIA 2013. <http://www.planeacion.unam.mx/Memoria/2013/> Consulta: 27 de enero 2014.

UNAM. *Encuesta 2011-2012 Egresados de nivel licenciatura 2008* <http://www.pve.unam.mx/encuesta/01/menu8.php> Consulta 1 de febrero 2014.

UNAM. *Encuesta 2012-2013 Egresados de nivel licenciatura 2010* <http://www.pveu.unam.mx/encuesta/01/menu10.php> Consulta: Consulta: 8 de enero 2015.

UNAM. *Encuesta 2013-2014 Egresados de nivel licenciatura 2007* <http://www.pveu.unam.mx/encuesta/01/menu11.php> Consulta: 8 de enero 2015.

Anexos

Anexo 1

Este apartado añade algunos apartados del **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN** con el fin de clarificar los objetivos de la investigación.

a) ENUNCIADO DEL PROBLEMA

La colocación como mecanismo de evaluación de la vinculación de la Bolsa Universitaria de Trabajo.

b) DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Bolsas Universitarias de Trabajo en la UNAM de los años 1973 a 2013.

c) JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

La inserción al trabajo es un reto que toda universidad tiene. Su capacidad de incorporar a los universitarios al mercado laboral siempre ha sido valorada pues proporciona al individuo una mayor oportunidad para mejorar su vida (desde lo económico hasta lo cultural). Hoy en día muchas universidades utilizan el modelo de bolsas de trabajo como un mecanismo para solventar esta necesidad.

Las bolsas universitarias de trabajo de la UNAM tienen una historia de 60 años de existencia, de los cuales 40 han sido registrados bajo Informes y Memorias que exponen su quehacer y alcance de metas dentro de la comunidad universitaria.

Para los universitarios el alcance de éstas permite tener un contacto más cercano con el mercado laboral. A su vez, estudiarlas permitiría reconocer la imagen que el departamento tiene de sí y determinar su importancia dentro de la comunidad universitaria. Para los universitarios es de utilidad saber que su carrera tiene ciertas posibilidades de desarrollo profesional.

Las bolsas universitarias de trabajo carecen de investigaciones a nivel comunicativo, si bien existen tesis del área, todas ellas estudian la relación entre bolsas y empresas pero carecen de estudios suficientes entre bolsa y universitarios. Para mí como investigador, resulta necesario indagar sobre la

incorporación de los universitarios al mercado laboral a través de este medio de vinculación pues su existencia indica que son el mecanismo de búsqueda de trabajo que por excelencia el unamense debe conocer para encontrar un trabajo. Siendo ésta la preocupación de cualquier universitario cercano al momento de egresar.

d) OBJETIVOS

a. GENERAL

Proponer acciones específicas para mejorar la comunicación entre el departamento y la comunidad universitaria.

b. PARTICULARES

Exponer el alcance de las bolsas universitarias de trabajo hacia la comunidad universitaria que presenta en los Informes y Memorias UNAM.

Explicar el funcionamiento de la bolsa de trabajo y su desarrollo histórico.

Reflexionar la imagen que como departamento proyecta la bolsa universitaria de trabajo a la comunidad universitaria.

e) ESQUEMA PRELIMINAR (se omite)

f) HIPÓTESIS

La Bolsa Universitaria de Trabajo UNAM carece de información sobre la colocación debido a que no se considera una Agencia de Colocación como indica la ley, lo que complica la percepción de su imagen como institución hacia su comunidad.

g) MARCO CONCEPTUAL (se omite)

h) MÉTODOS Y TÉCNICAS

Técnica de investigación documental.- Se recopilará información libros, revistas especializadas, tesis, fuentes gubernamentales, Internet e institucionales; lo que permitirá entender e interpretar los cambios que ha tenido las bolsas de trabajo a través de la UNAM.

Método de análisis de contenido.- Éste se utiliza para comparar información de distintas fuentes documentales que permiten su interpretación. Esto con el fin de determinar su intencionalidad en ciertos momentos históricos.

Método histórico.- Se hará una comparativa histórica con el fin de comprender y contextualizar los cambios que ha presentado las bolsas universitarias a lo largo de su historia.

i) FUENTES DE CONSULTAS (se omite)

j) AGENDA DE TRABAJO (se omite)

Anexo 2

TÉCNICAS DE MUESTREO APLICABLES A LOS TEXTOS SEGÚN KRIPPENDORFF (2004:113-121)		
	1 Aleatorio	Se enlistan las unidades que serán analizadas (Periódicos, Páginas WEB, discursos, etcétera.). Entonces el investigador aplica un dispositivo que garantice la misma probabilidad de incluir cualquier dato enlistado.
	2 Sistemático	El investigador selecciona un número por el cual selecciona la unidad en la que caiga dicho número. La primera unidad elegida será por un criterio aleatorio. Ejemplo de 20 unidades enumeradas se elige que cada 4 unidades se debe de extraer una unidad de muestra lo que dará que las unidades 4, 8, 12,16 y 20 sean elegidas.
	3 Estratificado	El investigador forma diversos subgrupos para dividir los textos (por fecha de publicación, por su distribución geográfica, por audiencia, etcétera.). Una vez divididos, saca muestras proporcionales de cada subgrupo (o estrato).

Continúa sig. página



Desigualdad Informativa o no probabilístico (No-estadístico)	4 Por probabilidad variada	Dado que los textos no ofrecen información uniforme a las preguntas del analista, éste asigna a cada unidad de la muestra un porcentaje por su contribución a tales dudas
	5 Por conglomerados Esta es la técnica que más se realiza (Krippendorff: 2004:117).	Se utiliza para cuando se tienen grandes cantidades de unidades. Se recaban estas conglomeraciones (listados) y se eligen por muestreo aleatorio, sistemático o estratificado. Se puede o no subcategorizar los conglomerados pero esto lo determina la lectura del investigador
	6 Bola de nieve	Esta se realiza durante varias etapas. El analista elige una muestra de unidades pequeña, después de las cuales aplica el mismo criterio a las fuentes que ligan a la primera muestra. El proceso debe seguir hasta que el investigador considera tener suficientes datos recabados o ya no tiene más fuentes de consulta.
	7 Por su relevancia	El analista comienza a explorar de manera superficial los textos para poder especificar que textos tienen mayor relevancia a las preguntas de investigación. Esto se hace a través de palabras clave para reducir el número de textos a analizar hasta que sean manejables.
	8 Censo	Este no es una muestra estadística. Considera todos los textos de una misma fuente (autor, institución, etcétera.).
	9 Por conveniencia	El analista retoma los textos que están a su alcance. En él, no se buscan las muestras representativas de la población, por ende carece de rigor metodológico, lo cual lo invalida casi siempre como muestra.

Anexo 3

INFORMACIÓN EXTRA

La siguiente información contiene datos que los informes pueden o no poseer. Éstos sirven para comparar la información que se presenta en los Informes y Memorias UNAM y al mismo tiempo para complementar el análisis. En la parte superior y en negritas se indica la fuente de donde es extraída la información.

Gaceta de la Universidad. Boletín de información interna de la Universidad Nacional Autónoma de México. Lunes 30 de agosto de 1954. Vol. 1 Núm. 2 pág. 6 (transcripción del original) Fondo: NCF- IISUE

TÍTULO: BOLSA UNIVERSITARIA DE TRABAJO

Con el propósito de auxiliar eficazmente a los jóvenes estudiantes, se ha creado una Bolsa de Trabajo, dependiente de la Dirección General de Servicios Sociales. La Bolsa se ha planteado del siguiente modo:

1° Objetivos

La Bolsa de Trabajo Universitaria tiene como objeto ayudar a los estudiantes a conseguir un empleo que les permita resolver parte de su problema económico, mediante un trabajo adecuado a los horarios escolares y a sus conocimientos, y en donde además, se tenga oportunidad de resolver prácticamente los problemas de la vida diaria y los de la vida profesional.

Como es fácil comprender, los trabajos proporcionados bastan para cubrir sólo el mínimo de necesidades, que se sabe les son apremiantes y por lo mismo son de escasa remuneración, pues no se pretende solucionar un problema familiar, sino únicamente ayudar al estudiante a cubrir sus gastos menores y cuidar de que el sostenimiento de su carrera universitaria no grave sobre la economía familiar.

Asimismo, tiene como objetivo al proporcionar estos empleos, crear en los estudiantes un sentimiento de mayor seguridad que les permita dedicarse a las labores escolares sin la preocupación de quien no tiene satisfechas sus necesidades económicas más apremiantes.

2° Orientación vocacional

La Bolsa de Trabajo Universitaria trata siempre de unir la vocación del estudiante con el empleo proporcionado, más no en todos los casos es posible lograrlo. La dificultad mayor se

presenta cuando el solicitante pertenece a los primeros años de la carrera universitaria, pues entonces, sus conocimientos no le permiten desempeñar un trabajo técnico.

Otro factor que impide la relación entre los conocimientos y el empleo proporcionado a los estudiantes, es la irregularidad del tiempo de que dispone para trabajar, en oposición a los horarios regulares que observan la industria, la banca y el comercio. A causa de ello con frecuencia los trabajos proporcionados son manuales y de servicio por ser éstos más fáciles de adaptar a un horario especial.

Sin embargo, el hecho de que se proporcione un contrato de prestación de servicios manuales, no debe de interpretarse por el estudiante como menosprecio de sus conocimientos, ni tampoco de su calidad de persona que posee una calificación cultural y educativa muy superior al término medio de las personas que trabajan en estos menesteres. Por el contrario, se ha considerado que el estudiante que acepta un empleo de este tipo y lo desempeña con éxito y entusiasmo, se hace merecedor de los mayores elogios, pues al no escatimar ningún esfuerzo con tal de alcanzar las metas propuestas, demuestra lo efectivo de su vocación.

En las páginas de nuestra historia se encuentra el ejemplo de grandes hombres que han poseído un espíritu semejante. Las condiciones humildes en que trabajaron Morelos y Benito Juárez a fin de poder concurrir más tarde a los centros de enseñanza superior, no les impidieron realizar sus ideales, que fueron los ideales de la patria.

3° Responsabilidad

La responsabilidad adquirida por la Bolsa de Trabajo Universitaria al recomendar los servicios de los estudiantes, requiere el convencimiento de cada uno de ellos sobre la parte de responsabilidad que les corresponde, tanto en lo concerniente a la aplicación de sus conocimientos técnicos, como en la honorabilidad con que deben cumplir la tarea encomendada.

Además, es de tomarse en cuenta que el buen comportamiento de los estudiantes recomendados, no sólo les garantiza mejores oportunidades en el porvenir, sino que ayuda a crear un ambiente favorable a la Bolsa de Trabajo cuando se muestra que los estudiantes por ella colocados, poseen características suficientes para hacerlos merecedores de una plena confianza.

4° Estímulos

El sistema de organización de la Bolsa permite observar el desenvolvimiento de los estudiantes en sus labores cotidianas, con lo cual se está en la posibilidad de promover el cambio a

un puesto de mayor responsabilidad, de aquellos estudiantes que logren cumplir satisfactoriamente con su trabajo sin perjuicio de sus labores escolares. Además, y como estímulo a quienes realicen ambas tareas logrando obtener al finalizar el año, un promedio de calificaciones superior al promedio presentado al inscribirse en la Bolsa de Trabajo, se ha pensado en proporcionarles los empleos que reúnan las mejores condiciones entre los solicitantes a la Bolsa de Trabajo Universitaria.

5° Requisitos

Toda persona que desee su registro como solicitante de trabajo en la Bolsa de Trabajo Universitaria deberá llenar los requisitos siguientes:

- a) Ser estudiante de la UNAM
- b) Llenar la solicitud respectiva
- c) Presentar examen médico
- d) Pasar entrevista de admisión
- e) Entregar dos retratos credencial
- f) Presentar constancia del promedio de calificaciones del último año de estudios

Aceptar la visita, en su domicilio, de un investigador social debidamente acreditado.

UNAM (1961) *La Universidad de 1953 a 1960*. México: UNAM. P. 89-90

“La DIRECCIÓN DE SERVICIOS SOCIALES fue creada en 1954 con la mira de que estudiara cierto tipo de problemas sociales que se presentan en la Universidad de México, y de que, en su caso, señalara la política adecuada para tratarlos o los atendiera con su propia actividad.”

“Considerando que uno de los problemas más graves a que se enfrentaba la Universidad era la apremiante necesidad económica de muchos estudiantes –causa frecuente de la deserción de sus estudios– la Dirección General de Servicios Sociales fundó, en 1954, la Bolsa Universitaria de Trabajo.”

“La creación de dicho organismo, supuso una serie de estudios previos, como son los relativos a: A) Situación económica media del estudiante universitario; B) Mercado de Trabajo en el Distrito Federal; C) Organización técnica de la Bolsa de Trabajo y D) Cuestionarios de investigación social para el solicitante de trabajo. Además de los mencionados estudios, se hizo un análisis del mercado pre-profesional del Distrito Federal, en donde se clasificaron las distintas fuentes de trabajo: Industria, Comercio, Organismos Administrativos del estado, Sindicatos, Banca y la propia Universidad, para estar en condiciones de determinar las posibilidades de emplear a los alumnos en diferentes cargos y puestos que les permitan obtener auxilios económicos.”

“La Bolsa de Trabajo consta de dos secciones: la Administrativa y la de Servicios Sociales. La Sección administrativa está constituida por un Consejo, integrado por todos los miembros oficiales de la mencionada Bolsa y por el jefe de la misma, quienes se ocupan de dictaminar las soluciones pertinentes en cada uno de los casos. La sección del Servicio Social atiende los siguientes problemas: a) el de relacionar las fuentes y la fuerza de trabajo, b) el de hacer el estudio social de los estudiantes y c) el de hacer el estudio psicológico de los mismos. Dichos estudios se llevan a cabo por un grupo de trabajadores sociales y psicólogos.”

“Los resultados obtenidos por la Bolsa de Trabajo desde su creación en 1954 hasta la fecha, son los siguientes:”

“Solicitudes recibidas: 5,205”

“Estudiantes colocados definitivamente: 2,100”

“Estudiantes que han tenido trabajos temporales: 847”

“Empresas visitadas: 4,130”

“En la mayoría de los casos se ha logrado que los empleos vayan de acuerdo con la carrera que cursa el solicitante, y se han obtenido magníficos resultados. El promedio del sueldo ha sido de \$600.00 mensuales por alumno, y en algunas ocasiones, cuando se trata de pasantes, se han logrado de más de \$2,000.00”

“La Bolsa Universitaria de Trabajo ha colaborado, en la elaboración de proyectos para la creación de organismos semejantes, con la Cámara de la Industria de Transformación, el Instituto Politécnico Nacional y la Universidad de Sonora.”

“Ha cooperado con el Departamento de Intercambio Cultural y Becas, realizando 3,023 estudios económico sociales; con la Secretaría de Salubridad y Asistencia, en los estudios sobre el Comedor Universitario, comedores asistenciales, y con los estudiantes becados por dicha dependencia; con la Dirección General de Servicios Escolares, realizando, 4,047 investigaciones en hogares de estudiantes foráneos; con la Escuela de Medicina Veterinaria, en la obtención de una *Granja internado* para 54 estudiantes, a los que se orienta en sus estudios y trabajo; con la Escuela de Odontología, en donde se organizó el trabajo social, y en la que actualmente colaboran 4 trabajadoras sociales.”

“Próximamente se publicarán los resultados del estudio sociológico realizado sobre 3,000 estudiantes que han solicitado empleo en la Bolsa de Trabajo, y del estudio hecho sobre estudiantes de provincia.”

“Cada año se les da práctica de trabajo social a las trabajadoras que se gradúan en la Universidad, y se les consigue empleo por medio de la Bolsa.”

“Entre las diversas labores que realizó esta Dependencia destacan:”

“Psicoterapia de apoyo a 127 estudiantes”

“Ayuda para 63 alumnos para obtener tratamientos médicos de distinta índole;”

“obtención de la casa ubicada en Puente Alvarado No. 34, en donde actualmente está instalada la Preparatoria No. 4;”

“consecución de 7 becas cada año, de \$200.00 mensuales, a través del Comité Israelita.”

“La promoción, organización y programación de las actividades de las misiones universitarias hechas por esta dirección, ha tenido un éxito apreciado por todas las Universidades del país, varias de las cuales las han establecido, siguiendo el ejemplo de la Universidad de México.”

Sarukhán, José. (1996) *Informe 1996. Relación del acontecer universitario 1989-1996.*

México: UNAM. P. 18 y Cuadro 11

“También se diseñaron y pusieron en marcha acciones de carácter extracurricular tales como...la Bolsa Universitaria de Trabajo...”

CUADRO 11
Bolsa Universitaria de Trabajo

Población	Ciclo escolar								Total
	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	
Ofertas de empleo recibidas	2574	1899	1916	1896	1686	1807	1207	3185	16166
Vacantes en las ofertas recibidas	4490	4187	4673	4611	4080	3810	2631	5340	33822
Remisiones de personal a las empresas por consulta directa de ventanilla	6227	5431	9483	9580	15354	20540	28442	41665	136722
Remisiones de personal por preselección de candidatos	3238	2840	1798	488	433	725	1155	1687	12364
Ofertas de empleo remitidas a escuelas y facultades	179	94	144	132	107	173	60	220	1109
Ofertas de empleo proporcionadas en <i>Gaceta UNAM</i>	642	474	479	474	361	465	430	640	3965
Universitarios inscritos en la BUT	2931	2223	2341	2393	2991	3343	41231	7380	28733
Universitarios atendidos en el taller de orientación laboral ¹		60		311	394	448	568	604	22385

¹ Inicia plan piloto en 1990 y se reanuda en 1992. Fuente: DGSCA, Secretaría de Asuntos Escolares, 1996.

UNAM. Bolsa de Trabajo. Espacio esencial para alumnos de licenciatura y posgrado. *Gaceta UNAM. Suplemento especial.* 13 de Agosto 2012 P. 16-18

“Con un registro promedio anual de dos mil candidatos en búsqueda de empleo, la Bolsa Universitaria de Trabajo (BUT) de la UNAM se ha consolidado como un espacio esencial para que alumnos de los últimos semestres, egresados de licenciatura y el posgrado, se inserten de mejor manera al mercado laboral.”

“Adscrita desde 1998 a la Dirección General de Orientación y Servicios Educativos (DGOSE), esta bolsa coloca anualmente en el mercado laboral a entre 60 y 70 por ciento de los universitarios registrados. De ellos, más de 30 por ciento declara tener empleo, y buscar mejorar o cambiar el que tiene.”

“Es sólo una opción más. Algunos quieren conocer la oferta profesional, otros desean mejorar su ingreso, otros más buscan prácticas profesionales y beca-trabajo [becario], porque aún estudian, y hay quienes, sencillamente, pretenden conocer perfiles, explicó la jefa del Departamento de la BUT, Laura Pérez Montoya Jiménez.”

Competencias

“A partir de su incorporación a la DGOSE, ofrece el modelo de atención basado en competencias, diseñado con base en el diagnóstico del servicio, con ayuda de un consultor externo. Su propósito es apoyar a los universitarios al proporcionarles herramientas que les permitan incorporarse al mercado laboral en condiciones que satisfagan sus necesidades y motivaciones, y las de los oferentes de empleo.”

“Incluye la impartición de talleres breves para la elaboración del *currículum*, la preparación de entrevistas de trabajo exitosas y la identificación de las competencias requeridas por los empleadores. Asimismo, mediante una entrevista, personal especializado apoya a corroborar la congruencia entre las competencias y motivaciones de los universitarios, con los requerimientos para el puesto al que se postulan.”

“Por otra parte, la BUT cuenta con un sistema automatizado vía internet que agiliza la comunicación de los universitarios y empleadores en un ambiente amigable. Aquellos pueden consultar las vacantes, registrarse en el modelo de atención e incorporarse a la base de datos de candidatos, mientras que a las empresas e instituciones les facilita el registro de puestos y

vacantes, y la consulta de la base de datos de universitarios, así como entrar en contacto con ellos de manera inmediata.”

“Montoya destacó que a través de este sistema, la DGOSE mantiene relación con más de seis mil firmas, que ofertan un promedio de 30 mil vacantes al año.”

Feria del Empleo

“En otro esfuerzo por estrechar los vínculos de la institución con el sector productivo, Mónica Zama, subdirectora de Planeación y Vinculación, mencionó que se organiza anualmente la Feria del Empleo UNAM, como una estrategia más para facilitar la interacción de los estudiantes y egresados de licenciatura y posgrado con los principales empleadores del país.”

“Entonces, se reúnen en el campus más de 200 empresas e instituciones pertenecientes a los diferentes giros, que ven satisfechas sus expectativas al entrar en contacto, en un solo escenario, con profesionales de alto nivel provenientes de todas las carreras que la UNAM ofrece. Los resultados confirman el interés del sector productivo por los recursos formados en esta casa de estudios, que son reconocidos por su calidad y su capacidad para adaptarse e impulsar los cambios que se requieren.”

“Otra de las estrategias de gran impacto para la incorporación al mercado laboral es la organización de reclutamientos especiales con firmas como Nestlé, Pepsico, AstraZeneca, Microsoft, Procter & Gamble, L’Oréal, y el Gobierno del Distrito Federal, entre otros.”

“Con la Bolsa Universitaria de Trabajo la DGOSE desarrolla acciones para implantar un programa de primer empleo para egresados de la UNAM, en coordinación con los servicios de bolsa de trabajo de facultades y escuelas y las cámaras, empresas e instituciones de los sectores público, social y privado.”

“Finalmente, invitó a los universitarios a participar en la XII feria del Empleo de la UNAM 2012, que se efectuará los días 12 y 13 de septiembre en el Estacionamiento para Aspirantes, en AVENUIDAD DEL Imán. Los interesados deberán registrarse en la página www.dgose.unam.mx.”

Feria del Empleo (Empresas y Vacantes)

AÑO	NÚMERO EMPRESAS	NÚMERO VACANTES	% OCUPACIÓN VACANTES
2007	245	7054	89.6
2008	264	7263	90
2009	195	3334	87.3
2010	217	3630	90
2011	220	3981	88

Feria del Empleo (Asistentes)

AÑO	NÚMERO
2007	14320
2008	15100
2009	14900
2010	14248
2011	14591

UNAM. Encuesta 2011 -2012. Egresados de nivel Licenciatura 2008.

<http://www.pve.unam.mx/encuesta/01/menu8.php> Consulta 1 de febrero 2014.

Para acceder al estudio favor de seguir los siguientes pasos: 1) Ingresar al link; 2) Dar click en la pestaña de Estadística descriptiva; 3) Seleccionar apartado UNAM; 4) Ingresar al botón Incorporación al mercado laboral.

Medio para encontrar 1er trabajo en la profesión	Sexo				Total	
	Femenino		Masculino			
	N	%	N	%	N	%
Bolsa de trabajo UNAM	233	7.13%	191	7.66%	424	7.35%
Otra bolsa de trabajo	356	10.89%	244	9.78%	600	10.41%
Recomendaciones familiares	780	23.85%	601	24.09%	1,381	23.95%
Recomendaciones de amigos	205	6.27%	194	7.78%	399	6.92%
Recomendaciones de profesores	238	7.28%	190	7.62%	428	7.42%
Avisos periódico	118	3.61%	74	2.97%	192	3.33%
Relaciones laborales previas	94	2.87%	85	3.41%	179	3.10%
Relaciones servicio social	282	8.62%	170	6.81%	452	7.84%
Autoempleo	74	2.26%	57	2.28%	131	2.27%
Integración negocio familiar	12	0.37%	16	0.64%	28	0.49%
Iniciativa propia	226	6.91%	175	7.01%	401	6.96%
Internet	367	11.22%	281	11.26%	648	11.24%
Prácticas profesionales	112	3.43%	69	2.77%	181	3.14%
Ofrecimiento directo	91	2.78%	79	3.17%	170	2.95%
Otra	82	2.51%	69	2.77%	151	2.62%
Total	3,270	100%	2,495	100%	5,765	100%

UNAM. Encuesta 2012-2013 Egresados de nivel licenciatura 2010.

<http://www.pveu.unam.mx/encuesta/01/menu10.php> Consulta: 8 de enero 2015. Para


acceder al estudio favor de seguir los siguientes pasos: 1) Ingresar al *link*; 2) Dar *click* en la pestaña de *Global UNAM*; 3) Seleccionar apartado *Resumen*; 4) Ingresar al botón

Estadística descriptiva que viene acompañada que viene acompañada de la imagen .

Medio para encontrar 1er trabajo en la profesión	Sexo				Muestra UNAM	
	Femenino		Masculino		N	%
	N	%	N	%		
Bolsa de trabajo UNAM	207	6.06%	145	5.32%	352	5.73%
Otra bolsa de trabajo	368	10.77%	276	10.13%	644	10.49%
Recomendaciones familiares	819	23.98%	653	23.97%	1,472	23.97%
Recomendaciones de amigos	210	6.15%	190	6.98%	400	6.51%
Recomendaciones de profesores	272	7.96%	209	7.67%	481	7.83%
Avisos periódico	81	2.37%	70	2.57%	151	2.46%
Relaciones laborales previas	142	4.16%	92	3.38%	234	3.81%
Relaciones servicio social	293	8.58%	193	7.09%	486	7.92%
Autoempleo	91	2.66%	66	2.42%	157	2.56%
Integración negocio familiar	12	0.35%	17	0.62%	29	0.47%
Iniciativa propia	214	6.26%	210	7.71%	424	6.91%
Internet	408	11.94%	376	13.80%	784	12.77%
Prácticas profesionales	104	3.04%	72	2.64%	176	2.87%
Ofrecimiento directo	110	3.22%	95	3.49%	205	3.34%
Otra	85	2.49%	60	2.20%	145	2.36%
Total	3,416	100%	2,724	100%	6,140	100%

UNAM. Encuesta 2013-2014 Egresados de nivel licenciatura 2007.

<http://www.pveu.unam.mx/encuesta/01/menu11.php> Consulta: 8 de enero

2015. Para acceder al estudio favor de seguir los siguientes pasos: 1) Ingresar al link; 2) Dar click en la pestaña de Global UNAM; 3) Seleccionar apartado Resumen; 4) Ingresar al botón Estadística descriptiva que viene acompañada que viene acompañada de la imagen .

Medio para encontrar 1er trabajo en la profesión	Sexo				Muestra UNAM	
	Femenino		Masculino		N	%
	N	%	N	%		
Bolsa de trabajo UNAM	193	7.07%	124	5.90%	317	6.56%
Otra bolsa de trabajo	289	10.59%	201	9.56%	490	10.14%
Recomendaciones familiares	691	25.33%	530	25.20%	1,221	25.27%
Recomendaciones de amigos	192	7.04%	135	6.42%	327	6.77%
Recomendaciones de profesores	202	7.40%	201	9.56%	403	8.34%
Avisos periódico	90	3.30%	84	3.99%	174	3.60%
Relaciones laborales previas	98	3.59%	83	3.95%	181	3.75%
Relaciones servicio social	200	7.33%	133	6.32%	333	6.89%
Autoempleo	37	1.36%	45	2.14%	82	1.70%
Integración negocio familiar	12	0.44%	10	0.48%	22	0.46%
Iniciativa propia	198	7.26%	177	8.42%	375	7.76%
Internet	306	11.22%	228	10.84%	534	11.05%
Prácticas profesionales	75	2.75%	55	2.62%	130	2.69%
Ofrecimiento directo	74	2.71%	52	2.47%	126	2.61%
Otra	71	2.60%	45	2.14%	116	2.40%
Total	2,728	100%	2,103	100%	4,831	100%

Anexo 4

Comparativa de los Reglamentos de Agencias de Colocación a través del tiempo			
No.	REGLAMENTO DE AGENCIAS DE COLOCACIONES (1934)	REGLAMENTO DE AGENCIAS DE COLOCACIÓN DE TRABAJADORES (1982)	REGLAMENTO DE AGENCIAS DE COLOCACIÓN DE TRABAJADORES (2006)
1		Prestar sus servicios en forma regular, continúa y uniforme	
		<p>A) El número y las características de las vacantes captadas</p> <p>B) El número y las características de los solicitantes atendidos, y</p> <p>C) El número y las características de las colocaciones de trabajadores efectuadas</p>	
3		Informar ampliamente a los solicitantes respecto de las vacantes que ofrecen, especificando duración, horario, salario y el grado de riesgo del trabajo de que se trate:	

5		Comunicar al público y a las autoridades competentes en la materia, con 15 días hábiles de anticipación, el cambio de su domicilio, dejando, de ser posible, avisos que permitan su localización	Dar aviso por escrito la Secretaría, dentro de los 30 días siguientes, respecto de:
			a) El cambio de domicilio de la matriz o sucursales b) La suspensión temporal de actividades, o c) El cierre definitivo de la agencia O sucursales
7		Permitir la inspección y vigilancia que las autoridades del trabajo practiquen en sus instalaciones, con el objeto de cerciorarse del cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias aplicables en la materia, proporcionando los informes que a ese efecto les sean solicitados	Permitir a las autoridades laborales la inspección y vigilancia de sus establecimientos, con el propósito de verificar el cumplimiento de las disposiciones aplicables al servicio de colocación de trabajadores, proporcionando la información que para tal efecto les sea requerida, y
8	Cooperar a la selección profesional, aprendizaje y reeducación de los trabajadores		
9	Obtener datos que contribuyen a la investigación de las diversas causas de los paros y demás movimientos de la población trabajadora		
10		Informar a la Dirección de la Unidad Coordinadora del Empleo, Capacitación y Adiestramiento, en cuanto tengan conocimiento de alguna solicitud para la contratación de mexicanos para trabajar en el extranjero, así como extranjeros que pretendan trabajar en México	

11		Colocar en lugares visibles, dentro de las instalaciones de la agencia, la leyenda de que sus servicios son gratuitos para los trabajadores	
12		Conservar y mantener sus instalaciones en condiciones adecuadas, de tal forma que garanticen la óptima prestación del servicio, y	
13			Adoptar las medidas conducentes para que el transporte, alojamiento y alimentación para el traslado de los trabajadores que vayan a laborar en centros de trabajo que se encuentren a una distancia superior a 100 kilómetros del lugar de reclutamiento, sea debidamente proporcionado sin costo alguno para ellos
14			Vigilar que su personal se abstenga de realizar actos de hostigamiento sexual, así como conductas discriminatorias en agravio de los solicitantes de empleo
15			Indicar en la publicidad su nombre, razón social, domicilio, teléfono y el número de autorización y registro de funcionamiento

Anexo 5

Informe sobre la participación en el mercado de trabajo de las agencias de colocación.
[HTTP://WWW.STPS.GOB.MX/BP/SECCIONES/CONOCE/AREAS_ATENCION/AREAS_ATENCION/SERVICIO_EMPLEO/ARCHIVOS/FORMATOINFORME.PDF](http://www.stps.gob.mx/bp/secciones/conoce/areas_atencion/areas_atencion/servicio_emp_leo/archivos/formatoinforme.pdf) Consulta: 28 de febrero 2014.



SUBSECRETARÍA DE EMPLEO Y POLÍTICA LABORAL COORDINACIÓN GENERAL DE EMPLEO

Formato AC-8

"Informe sobre la participación en el mercado de trabajo
de las Agencias de Colocación"

Número de Autorización
y Registro o Registro

--

Nombre, denominación o razón social de la agencia de colocación de trabajadores

	Con fines de lucro ()	Sin fines de lucro ()
--	------------------------	------------------------

Área de Influencia

Municipio o Delegación Política	Entidad federativa
---------------------------------	--------------------

Periodo que se informa

al

(DD/MM/AAAA) (DD/MM/AAAA)

INFORMACIÓN DE LOS SOLICITANTES DE EMPLEO ATENDIDOS

	%		%
Número solicitantes		Rango de edad	
Hombres		De 14 a 19 años	
Mujeres		De 20 a 29 años	
Total		De 30 a 39 años	
Grado de estudios		De 40 a 49 años	
Primaria		De 50 a 59 años	
Secundaria		Mayores de 60 años	
Carrera comercial y técnica		Total	
Preparatoria		Experiencia laboral	
Profesional		Ninguna	
Posgrado		6 meses – 1 año	
Total		1 a 3 años	
		Más de 3 años	
		Total	

INFORMACIÓN DE LOS SOLICITANTES DE EMPLEO COLOCADOS

Número solicitantes colocados	%	Rango de edad	%
Hombres		De 14 a 19 años	
Mujeres		De 20 a 29 años	
Total		De 30 a 39 años	
		De 40 a 49 años	
		De 50 a 59 años	
		Mayores de 60 años	
		Total	
Grado de estudios	%	Experiencia laboral	%
Primaria		Ninguna	
Secundaria		6 meses – 1 año	
Carrera comercial y técnica		1 a 3 años	
Preparatoria		Más de 3 años	
Profesional		Total	
Posgrado			
Total			

INFORMACIÓN DE LAS EMPRESAS ATENDIDAS Y VACANTES REGISTRADAS

Total de empresas atendidas		Experiencia laboral requerida	%
Total de vacantes registradas		Ninguna	
Grado de estudios requerido	%	6 meses – 1 año	
Primaria		1 a 3 años	
Secundaria		Más de 3 años	
Carrera comercial y técnica		Total	
Preparatoria		Empresas atendidas según su tamaño	%
Profesional		Micro/pequeña	
Posgrado		Mediana	
Total		Grande	
		Total	

INFORMACIÓN DE LAS OCUPACIONES CON MAYOR DEMANDA Y OFERTA

Ocupaciones más demandadas (VACANTES)		Ocupaciones más solicitadas (SOLICITANTES)	
Número	%	Número	%

La Secretaría del Trabajo y Previsión Social podrá difundir y publicar la información contenida en la presente solicitud en los términos de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.

NOMBRE DEL REPRESENTANTE	FIRMA
--------------------------	-------

Anexo 6

Aquí se transcribe la información de cada Informe y Memoria UNAM para el análisis. El orden es cronológico y contiene la información transcrita sin ningún cambio.

Informe UNAM 1973-1974

Dirección General de Actividades Socioculturales. Director: Lic. Eduardo López Betancourt (febrero 1973)

“En la oficina de la Bolsa Universitaria de Trabajo se atendieron diez mil novecientos setenta y dos casos en 1973, tanto de empresas como de estudiantes, y doce mil doscientos ochenta y cuatro en 1974. El número de personas empleadas fue considerable, no contándose con un dato exacto ya que en diversas ocasiones las empresas no proporcionan esta información.”

“A fin de agilizar sus servicios, la oficina de BUT introdujo procedimientos técnicos modernos, tales como sistema de entrevistas con personal calificado, orientación ocupacional y otros. Se estableció en forma permanente un programa de promoción tanto para la oferta como para la demanda.”

“En el periodo 1973-1974 elaboró La Bolsa Universitaria de Trabajo un manual para supervisores.”

“La oficina de Bolsa Universitaria desarrolló un coloquio con los jefes de personal de varias empresas”

Informe UNAM 1975

Dirección General de Actividades Socioculturales. Director: Lic. Eduardo López Betancourt (febrero 1973-mayo 1975)/Ing. Gerardo Dorantes Aguilar (mayo 1975)

“Durante 1975, la Oficina de la Bolsa Universitaria de Trabajo de la Dirección tramitó cuatro mil novecientos setenta y cuatro plazas para estudiantes universitarios en diferentes organismos y empresas, e inscribió en sus listas de demanda de trabajo a tres mil setecientos estudiantes que lo solicitaron.”

“En 1975, la Dirección general de Actividades Socioculturales se realizaron las siguientes investigaciones: La situación laboral de los estudiantes de la UNAM, con objeto de planificar la Bolsa Universitaria de Trabajo”

Informe UNAM 1976

Dirección General de Actividades Socioculturales. Director: Ing. Gerardo I. Dorantes Aguilar (abril 1975)

“En el transcurso de 1976, la Bolsa Universitaria de Trabajo, dependiente de la Dirección general de Actividades Socioculturales, inscribió a tres mil novecientos cuarenta y cinco estudiantes que solicitaron trabajo; obtuvo cuatro mil ciento veinticinco plazas de diferentes organismos y empresa y preseleccionó tres mil cuatrocientos ochenta y tres estudiantes para dichas vacantes.”

“[Se] elaboró un audiovisual del funcionamiento de la Bolsa Universitaria”

Informe UNAM 1977

Dirección General de Actividades Socioculturales. Director: Dr. Eduardo López Betancourt (enero 1977)

“La Bolsa Universitaria de Trabajo, dependiente de la Dirección General de Actividades Socioculturales, inscribió en su sección de registro para solicitar trabajo a tres mil ochocientos setenta y tres alumnos; ciento cincuenta y cinco mil estudiantes llenaron la solicitud censal de los recursos humanos en la población universitaria; se atendieron cuatro mil cuatrocientas treinta y seis demandas empresariales para lo cual se remitieron a cuatro mil novecientos noventa y dos estudiantes...”

Informe UNAM 1978

Dirección General de Actividades Socioculturales. Director: Dr. Eduardo López Betancourt (enero 1977)

“La Dirección General de Actividades Socioculturales inscribió en la Sección de registro de la Bolsa Universitaria de Trabajo, a tres mil doscientos cincuenta y dos alumnos; atendió mil novecientas sesenta y tres demandas empresariales y remitió a cinco mil novecientos quince estudiantes para atender dichas demandas.”

“Se brindó asesoría a la Facultad de Economía en la elaboración de un proyecto de bolsa de trabajo para la misma.”

“En 1978 se terminó el Folleto sobre a Bolsa Universitaria de Trabajo.”

Informe UNAM 1979

Dirección General de Actividades Socioculturales. Director: Dr. Eduardo López Betancourt (enero 1977-mayo 1979)/Lic. Raúl Ortiz y Ortiz (junio 1979)

“Durante 1979 la Dirección inscribió a dos mil cincuenta alumnos en la Bolsa Universitaria de Trabajo, atendió a tres mil seiscientas demandas empresariales y remitió cuatro mil cien estudiantes para atender dichas demandas...”

Informe UNAM 1980

Dirección General de Actividades Socioculturales. Director: Lic. Raúl Ortiz y Ortiz (junio 1979)

“La Dirección General de Actividades Socioculturales, a través de la Bolsa Universitaria de Trabajo inscribió a mil ochocientos noventa y seis alumnos, atendió dos mil setecientos ochenta demandas empresariales y remitió cinco mil doscientos ochenta y siete alumnos para atender dichas demandas.”

“Se reacondicionaron las áreas del mostrador y ventanillas de recepción para la Bolsa Universitaria de Trabajo.”

Informe UNAM 1981

Dirección General de Actividades Socioculturales. Director: Dr. Carlos Morales Lepe (enero 1981)

“La Dirección General de Actividades Socioculturales, a través de la Bolsa Universitaria de Trabajo, inscribió a nueve mil setecientos treinta alumnos; atendió dos mil cien demandas empresariales; remitió a seis mil trescientos treinta y seis alumnos para atender dichas demandas...”

“En unión con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología se apoyó a la Coordinación de Bolsas de Trabajo de Universidades e Institutos de Educación Superior en el área metropolitana, con la participación de la Escuela Nacional de Enfermería y Obstetricia, con la facultades de Contaduría y Administración, de Ingeniería (Química) y de Medicina y Veterinaria y Zootecnia; del Instituto politécnico Nacional; de diversos colegios de profesionales y dos universidades particulares.”

Informe UNAM 1982

Dirección General de Actividades Socioculturales. Director: Dr. Carlos Morales Lepe (enero 1981)

“La Dirección General de Actividades Socioculturales, a través de la bolsa de trabajo, inscribió 15 mil alumnos; atendió mil 233 demandas empresariales; remitió a tres mil 200 alumnos para atender dichas demandas...”

“Vinculación de la UNAM con la sociedad... Con el propósito de impulsar la vinculación de la comunidad universitaria con la sociedad, se estableció el programa de descentralización de la Bolsa Universitaria de Trabajo hacia escuelas nacionales de estudios profesionales y la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán.”

“Se asesoró a la Universidad Autónoma Metropolitana en la implantación de su bolsa de trabajo.”

“Se ha logrado impulsar y consolidar el programa de descentralización de la Bolsa Universitaria de Trabajo.”

Informe UNAM 1983

Dirección General de Servicios a la Comunidad. Director: Dr. Carlos Morales Lepe (junio 1983)

“Por otra parte, de su bolsa de trabajo, la Dirección [General] de Actividades Socioculturales inscribió a 20 mil alumnos; atendió 4 mil 570 demandas empresariales; remitió a 5 mil 50 alumnos para atender dichas demandas...”

“Servicios de asesoría. Durante 1983, fueron asesoradas las ENEP’s Zaragoza y Aragón y la FES-Cuautitlán en la implantación de la bolsa de trabajo. Este mismo tipo de asesoría se ofreció a la Universidad Autónoma Metropolitana.”

Informe UNAM 1984

Dirección General de Servicios a la Comunidad. Director: Dr. Carlos Morales Lepe (junio 1983)

“Por otra parte, a través de la Bolsa Universitaria de Trabajo, la Dirección inscribió a 15 mil alumnos; atendió 5 mil 253 demandas empresariales, y remitió a 6 mil 510 alumnos para atender dichas necesidades.”

“Políticas - Vinculación de la UNAM con la Sociedad. Dentro de las actividades que vinculan a la institución con la sociedad, se puede contar con...la Bolsa Universitaria de Trabajo, que sirve como enlace entre los estudiantes y las empresas privadas y públicas, al ocupar plazas por ellas ofrecidas.”

Informe UNAM 1985

Dirección General de Actividades Socioculturales. Director: Act. Héctor Pérez Peraza (enero 1985)

“Durante 1985 la Dirección General de Actividades Socioculturales...a través de la Bolsa Universitaria de Trabajo inscribió a 3 mil 129 alumnos; atendió 2 mil 164 demandas empresariales y remitió a 6 mil 10 alumnos para atender dichas demandas.”

“Servicios de asesoría. Durante 1985 se brindó asesoría...a otras instituciones...en la formación de Bolsas de Trabajo.”

Informe UNAM 1986

Dirección General de Actividades Socioculturales. Director: Act. Héctor Pérez Peraza (enero 1986)

“Durante 1985 la Dirección General de Actividades Socioculturales...a través de la Bolsa Universitaria de Trabajo inscribió a 3 mil 527 alumnos; atendió 2 mil 157 demandas empresariales y remitió a 4 mil 458 plazas vacantes, y remitió a 6 mil 249 alumnos para atender dichas demandas.”

“Actividades complementarias. Estudios. Los egresados de la UNAM: ¿a qué se dedican?/Antecedentes de la creación de la bolsa de trabajo universitaria/Qué es y cómo debe de ser la selección de personal/La importancia de la promoción de la BUT/La Bolsa universitaria de Trabajo y el perfil del aspirante/La importancia del *currículum vitae*/remuneración económica/Causas de no aceptación de los candidatos.”

“Publicaciones. Durante el año la Dirección General de Actividades socioculturales publicó 12 números del *Boletín de BUT y servicio social*”

“Conferencias, reuniones y diálogos. [Se realizó] la Primera reunión de bolsas universitarias de trabajo”

“Servicios de asesoría. En el transcurso del año se brindó asesoría a todas las escuelas y facultades universitarias, sobre el manejo y desarrollo de bolsas de trabajo”

Informe UNAM 1987

Dirección de Apoyo y Servicios a la Comunidad. Director: Lic. Jorge Stergios Gómez (marzo 1987)

“En la Bolsa Universitaria de Trabajo (BUT) se atendieron en ventanilla a 14,428 solicitantes del servicio (estudiantes, pasantes, titulados y posgraduados universitarios); se cuenta con un directorio de 1,218 empresas para el servicio de la BUT, de las cuales 487 solicitaron personal durante 1987; se inscribieron 2,995 universitarios en la BUT; se atendieron 2,527 ofertas empresariales mediante las cuales solicitaron la cobertura de 4,856 plazas; se remitieron a las empresa oferentes de empleo 6,021 candidatos; se realizaron 1,054 visitas para seguimiento de remitidos; se detectaron a 339 universitarios colocados por la BUT; y se llevaron a cabo 459 visitas de promoción del servicio de Bolsa Universitaria de Trabajo.”

“Se atenderán en ventanilla a 14,948 alumnos. Cumplimiento 96%. Se atendieron en ventanilla a 14,428 universitarios que solicitaron el servicio de la Bolsa Universitaria de Trabajo. Se contará con 1,009 empresas en cartera para el servicio de Bolsa Universitaria de Trabajo. Cumplimiento 100%. Se integró un directorio con 1,218 empresas. Se atenderán 1,832 ofertas empresariales. Cumplimiento 100%. Se atendieron 2,527 ofertas empresariales. Serán remitidos 6,293 candidatos a las empresas. Cumplimiento 96%. Se remitieron 6,021 candidatos a las empresas. Se realizarán 4,433 visitas para seguimiento de remitidos. Cumplimiento 24%. Se realizaron 1,054 visitas para seguimiento de remitidos. Serán colocados 756 alumnos por la Bolsa Universitaria de Trabajo. Cumplimiento 45%. Se detectaron a 339 universitarios colocados, haciendo notar que un número de candidatos a ser contratados por las empresas se encuentra en proceso de selección. Se realizarán 1,167 visitas a empresas para promoción de la Bolsa Universitaria de Trabajo. Cumplimiento 39%. Se realizaron 459 visitas para la promoción de la BUT.”

Informe UNAM 1988

Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad. Director: Lic. Jorge Stergios Gómez (marzo 1987)/Dr. André Calcáneo Arboleya (junio 1988)

“Asimismo, en la Bolsa Universitaria de Trabajo (BUT) se atendieron en ventanilla 5,255 solicitantes del servicio (estudiantes, pasantes, titulados y posgraduados universitarios); se entregaron a universitarios 2,998 formatos de inscripción y se inscribió a la BUT un total de 2,304 solicitantes, de los cuales 544 renovaron inscripción y 645 la actualizaron; se aplicaron 1,927 entrevistas psicológicas a universitarios inscritos en la BUT y se integró su expediente; se preseleccionaron a 2,554 candidatos de empleo; remitiéndose 3,832 a las empresas oferentes; se detectaron 304 candidatos colocados y 532 en proceso de selección; se recibieron 3,518 solicitudes de personal de parte de empresas públicas y privadas y 2,108 ofertas de trabajo; se integraron 413 expedientes de empresas; se visitaron 1,220 empresas y se efectuaron 916 visitas de seguimiento tanto para captar ofertas de trabajo como para llevar a cabo seguimiento de los candidatos remitidos.”

“Estudios realizados. Estudio para la integración de un banco de candidatos a empleo realizado dentro de la Bolsa Universitaria de Trabajo.”

“Desconcentración, descentralización y agilización administrativa. Se inició y concluyó la reestructuración de la Bolsa Universitaria de Trabajo que ha redundado en una mayor optimización del servicio, así como en una preselección y remisión de candidatos más eficaz.”

“Atender 14,000 solicitudes del servicio Bolsa Universitaria de Trabajo (BUT); continuar con el directorio de 1,300 empresas para el servicio de la BUT; inscribir en la BUT a 3,000 universitarios que lo soliciten; atender 2,500 ofertas de empleo de las empresas; enviar a 5,000 candidatos a las empresas oferentes de empleo; realizar 1,250 para seguimiento de remitidos a las empresas; colocar a 600 universitarios a través de la BUT; y llevar a cabo 500 visitas a empresas para promoción de los servicios de la BUT. Cumplimiento 77%. Se atendieron 5,255 solicitudes del servicio de la BUT debido a que no hubo más solicitudes; se formó un directorio con 1,215 empresas, debido a la interrupción de labores; se inscribieron a 3,493, universitarios; se recibieron 2,108 ofertas de empleo por las limitaciones económicas de las empresas; se remitieron 3,832 candidatos, en correspondencia al número de ofertas recibidas; se realizaron 916 visitas de seguimiento, en correspondencia al número de candidatos remitidos; fueron colocados 309 universitarios; y se llevaron a cabo 1,226 visitas de promoción del servicio.”

Informe UNAM 1989

Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad. Director: Lic. Rafael Cordera Campos (febrero 1989)

“La Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad proporcionó durante el año [el servicio de] Bolsa Universitaria de Trabajo”

Informe UNAM 1990

Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad. Director: Lic. Rafael Cordera Campos (febrero 1989)

“La Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad brindó [el servicio de] 4,178 vacantes captadas en la bolsa universitaria de trabajo”

Informe UNAM 1991

Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad. Director: Lic. Rafael Cordera Campos (febrero 1989)

“Durante el año 1991, la Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad...brindó 2,341 servicios de la bolsa universitaria de trabajo”

Informe UNAM 1992

Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad. Director: Lic. Rafael Cordera Campos (febrero 1989)

“Durante el año 1992, la Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad...en la Bolsa Universitaria de Trabajo inscribió a 2,400 solicitantes de empleo y captó 4,200 vacantes, además de atender a 300 universitarios en su taller de apoyo a la búsqueda autónoma de empleo”

Memoria UNAM 1993

Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad. Director: Lic. José Luis Victoria Toscano (febrero 1993)

“Bolsa Universitaria de Trabajo (BUT). Una de las tareas que la Universidad se ha impuesto, es la de integrar a sus egresados al mercado de trabajo y en particular, al sector productivo del país; como una muestra inequívoca del vínculo obligado entre la Universidad y las necesidades nacionales. A este respecto, la Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad, pone a disposición de los estudiantes, graduados y posgraduados de la institución, los servicios de la BUT.”

“Asimismo, la Bolsa Universitaria de Trabajo, se ha dado a la tarea de capacitar –a los universitarios- en estrategias que reduzcan los tiempos de búsqueda de empleo y que les proyecten a mejores posiciones dentro de su ámbito profesional. Para ello, ha creado el Taller de desarrollo de potencial en la búsqueda de empleo, impartido por personal calificado y que en el año de 1993 atendió a 394 usuarios.”

“Para cumplir con lo anterior, la Bolsa lleva a cabo una serie de gestiones, entre las que destacan: la promoción entre las empresas del sector público y privado del perfil profesional de los egresados de la UNAM, mediante la participación en grupos de intercambio de cartera y de entrevista con los responsables del área de reclutamiento y selección de personal; difusión de las ofertas de empleo en los medios de comunicación universitarios y en el periódico Uno más Uno; coordinación con las bolsas de trabajo de escuelas y facultades, para intercambio de información.”

Memoria UNAM 1994

Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad. Director: Lic. José Luis Victoria Toscano (febrero 1993)

“Por lo que respecta a la bolsa Universitaria de Trabajo (BUT) cuyo propósito es vincular a los universitarios con el mercado laboral, en el año sobre el que versa este informe, se inscribieron y se atendieron a 3084 universitarios. Adicionalmente esta Bolsa ha venido fortaleciendo los vínculos de cooperación con las bolsas de trabajo establecidas en: FES Cuautitlán, ENEP Aragón, Facultad de Contaduría y Administración, Facultad de Química, Facultad de Psicología, Escuela Nacional de Enfermería y Obstetricia y la Escuela Nacional de Trabajo Social.”

“Durante 1994, esta área se incorporó al Comité Delegacional de Empleo de la Delegación Coyoacán, desarrollando labores de coordinación y regulación de criterios de operación de bolsas de trabajo y agencias de colocación, circunscritas a dicha delegación política.”

“Asimismo, la BUT asesoró a la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, para la estructuración y puesta en marcha de su bolsa de trabajo. En la Actualidad funciona en forma autónoma y, a decir de sus responsables, con buenos resultados.”

“Como parte de los servicios que presta la BUT, se imparte un taller de capacitación para la búsqueda de empleo, mismo que se ha extendido a otras dependencias e instituciones, como son los casos de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM y la Universidad de las Américas.”

Memoria UNAM 1995

Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad. Director: Lic. José Luis Victoria Toscano (febrero 1993)

“Para apoyar a los egresados universitarios en el mercado laboral, la DGASC interviene con dos acciones relativas a la inserción de los universitarios en este campo. Estas son: la Beca-Trabajo y la Bolsa universitaria de Trabajo.”

“La segunda, que corresponde a la Bolsa Universitaria de Trabajo, vio afectado su equilibrio oferta-demanda que mantuvo en años anteriores. En lo referente a la oferta captó 2, 631 vacantes de empleo, lo que representó una baja del 30.9% en relación a 1994; en cuanto a los demandantes, la relación se presentó a la inversa ya que durante 1995 se inscribieron 5,131 universitarios, es decir, el 53,5% más que el año anterior.”

“Es importante destacar que pese a las circunstancias adversas, el servicio no se interrumpió; por el contrario, las ofertas de trabajo recibidas se mantuvieron en calidad; la relación con las empresas se mantuvo (Olivetti Mexicana, ONU, Digital, Iusacell, PEMEX, etc.); la contratación de universitarios como en años anteriores, se vio beneficiada por otros organismos tales como el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores Monterrey, que contrató a 54 egresados de la UNAM. Por otro lado, la relación de las bolsas de trabajo de escuelas y facultades se ha consolidado.”

Memoria UNAM 1996

Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad. Director: Lic. José Luis Victoria Toscano (febrero 1993)

“La Bolsa Universitaria de trabajo cobra especial relevancia al convertirse en punto de enlace entre la oferta y la demanda laboral; de este modo, durante el año, la oferta de trabajo tuvo un incremento del 103%, mientras que la demanda creció el 43%. Si bien es cierto que el equilibrio entre oferta y demanda todavía no se puede alcanzar debido, principalmente, a la problemática por la que atraviesa el país, sí se pudo incorporar al mercado de trabajo a mayor número de estudiantes, en relación con años anteriores. Como parte de esta tarea, la dirección organizó el taller de Desarrollo de Potencial en la Búsqueda de Empleo, el cual atendió a 604 alumnos.”

Memoria UNAM 1997

Dirección General de Atención a Egresados y Servicio social. Director: Dr. Ángel González Caamaño (febrero 1997)/Dra. María Elisa Celis Barragán (octubre 1997)

“Vinculación con el mercado laboral. Atendiendo la necesidad de vincular a los estudiantes y egresados con el mercado laboral, en el ámbito específico de su disciplina profesional como una respuesta al compromiso de la Universidad con la sociedad, en la Bolsa Universitaria de Trabajo se desarrollan diversas acciones encaminadas tanto a promover el perfil profesional de los egresados de la UNAM como a captar ofertas de empleo, mediante la participación en grupos de intercambio de cartera y el contacto permanente con los responsables del área de reclutamiento y selección de personal de empresas e instituciones del sector público y privado.”

“Con estas acciones, durante este periodo se captaron un total de 5,637 ofertas de trabajo, se atendió a 4,005 universitarios que solicitaron el servicio y se colocaron 370 personas.”

“Como apoyo a los solicitantes, se impartieron varios talleres para el desarrollo de potencialidades e la búsqueda de empleo a los que asistieron 467 personas.”

“Se mantuvo relación con un promedio de 1,000 fuentes de empleo, se estrecharon los vínculos con las bolsas de trabajo de escuela y facultades, y se aprovecharon algunos medios masivos de comunicación para difundir entre los universitarios las ofertas de trabajo registradas.”

Memoria UNAM 1998

Dirección General de Orientación y Servicios Educativos. Director: Dra. María Elisa Celis Barragán (marzo 1998)

“Con el objetivo de vincular a los alumnos y egresados con el mercado laboral, se desarrolló un proyecto, con la participación de un asesor externo, a fin de adecuar el proceso de la Bolsa Universitaria de Trabajo y lograr incrementar el porcentaje de colocación de alumnos y egresados de la UNAM, en condiciones que den satisfacción tanto al usuario como al oferente de empleo.”

“El proceso, basado en el enfoque de competencias y en el modelo de selección eficaz, cuenta actualmente con un sistema de cómputo que facilitará la consulta de las ofertas y el registro de los usuarios, incluyendo las competencias requeridas por la empresa y las identificadas por el alumno o egresado, así como su seguimiento.”

“La participación de un importante número de instituciones del sector público y de empresas privadas en una reunión de un Grupo de Enfoque permitió mostrar esta nueva imagen de la Bolsa de Trabajo, así como identificar las competencias requeridas del egresado universitario con miras al siglo XXI, de manera de enriquecer el modelo y estrechar la vinculación entre la Universidad y la empresa.”

“Se pretende extender el modelo a todas las facultades y escuelas, de manera de ofrecer con mayor calidad y agilidad los servicios que se presentan a los alumnos y egresados, y a las empresas e instituciones, así como incrementar el número de colocados en condiciones adecuadas.”

“Durante 1998 se recibieron 3,726 ofertas con un total de 6,647 vacantes, que a través de sistemas computarizados se pusieron a disposición de los usuarios en el Centro de Orientación Educativa, substituyendo la consulta en papel lo que ha permitido agilizar el proceso y brindar un mejor servicio.”

“Se mantuvo relación con un promedio de 1,000 fuentes de empleo, se estrecharon los vínculos con las bolsas de trabajo de escuelas y facultades, y se aprovecharon algunos medios masivos de comunicación para difundir entre los universitarios las ofertas de trabajo registradas. Cabe destacar que sólo se tiene información de 165 colocados, cifra que se espera incrementar con la aplicación del nuevo modelo.”

Memoria UNAM 2000

Dirección General de Orientación y Servicios Educativos. Director: Dra. María Elisa Celis Barragán

“Bolsa de Trabajo. Con el objeto de apoyar al estudiante y egresado de la UNAM en su incorporación al mercado de trabajo, mediante la Bolsa Universitaria de Trabajo de la Dependencia se ofrecen al usuario dos tipos de servicios: el de información, en el que pueden consultar por medios computarizados las ofertas y vacantes disponibles y el de atención integral, que bajo un modelo basado en competencias, pretende dotarle de las estrategias y herramientas que le permitan satisfacer tanto al usuario como al oferente de empleo.”

“Este modelo comprende la impartición del Taller “Obteniendo el trabajo que deseo”, a fin de proporcionarles herramientas modernas que les permitan identificar sus competencias y motivaciones, elaborar su currículum vitae y

desarrollar entrevistas exitosas en la búsqueda de empleo, y el sistema de "Selección Eficaz", en el que el usuario es entrevistado por dos personas entrenadas para valorar si cuenta con las competencias requeridas para el puesto."

"El rediseño del proceso, basado en el enfoque de competencias y el modelo de "Selección Eficaz", cuenta actualmente con un sistema de cómputo que facilita la consulta de las ofertas y el registro de los usuarios, incluyendo las competencias requeridas por la empresa y las identificadas por el alumno o egresado, así como su seguimiento."

"Durante el año se registraron 1,782 ofertas con 3,443 vacantes, 87 por ciento provenientes del sector privado y trece por ciento del sector público, cifras similares a las obtenidas antes del paro de labores. De las 416 empresas oferentes de empleo 25 por ciento están consideradas dentro de las más importantes del país. Cabe destacar que se ha incrementado el número de carreras solicitadas de 36 a 56, entre ellas Ingeniería Agrícola, Geografía, Matemáticas Aplicadas a la Computación, Optometría y Biología, sin embargo siguen predominando las ofertas para las carreras económico administrativas y de las ingenierías."

"La sistematización del registro de ofertas ha permitido contar con información de los requerimientos generales, como son el manejo del idioma inglés y de la computación, así como de las siguientes competencias: adaptabilidad, trabajo en equipo, aprendizaje continuo, comunicación e iniciativa."

"Durante este periodo se atendió a un total de 5,082 usuarios de la bolsa de trabajo, de los cuales 3,981 utilizaron el servicio de información y 1,100 se registraron en el modelo de atención integral, logrando una colocación del 30 por ciento."

"Se pretende extender este modelo a todas las facultades y escuelas, de manera de ofrecer con mayor calidad y agilidad los servicios que se prestan a los alumnos y egresados y a las empresas e instituciones, e incrementar el número de colocados en condiciones adecuadas."

"Con este fin se estrecharon los vínculos con los responsables del servicio de bolsa de trabajo de escuelas y facultades realizando diez reuniones; se capacitó al 91 por ciento como instructores del Taller "Obteniendo el trabajo que deseo" y al 82 por ciento para realizar entrevistas con base en el modelo de 'Selección Eficaz'."

"Cuatro facultades -Química, Medicina Veterinaria y Zootecnia, Contaduría y Administración, así como Ciencias Políticas- impartieron en sus sedes seis talleres "Obteniendo el trabajo que deseo", capacitando a 108 usuarios. Para complementar estas acciones, se diseñó el Curso-taller "Elaboración de Currículum", el cual se impartió a 15 miembros del personal de las diversas bolsas de trabajo."

Memoria UNAM 2001

Dirección General de Orientación y Servicios Educativos. Director: Dra. María Elisa Celis Barragán (marzo 1998)

"Bolsa de Trabajo. A través de la Bolsa Universitaria de Trabajo se desarrollan diversas acciones encaminadas a favorecer la interacción de los universitarios con los empleadores y a proporcionarles herramientas modernas que les permitan identificar sus competencias y motivaciones, elaborar su currículum vitae y desarrollar entrevistas exitosas en la búsqueda de empleo, así como estrategias para favorecer su incorporación al mercado laboral."

"Se ofrecen al universitario dos tipos de servicio: el de información, en el que puede consultar por medios computarizados las ofertas y vacantes disponibles, y el de atención integral, que bajo un modelo basado en competencias, pretende dotarle de las estrategias y herramientas que permitan satisfacer tanto sus expectativas como las del oferente de empleo."

"Este modelo comprende la impartición del Taller "Obteniendo el trabajo que deseo", a fin de proporcionarles elementos que les permitan identificar sus competencias y motivaciones, elaborar su currículum vitae y desarrollar

entrevistas exitosas en la búsqueda de empleo, y el sistema de “Selección Eficaz”, en el que el usuario es entrevistado por dos personas entrenadas para valorar si cuenta con las competencias requeridas para el puesto. Durante 2001 se impartieron 151 talleres, beneficiando a 1,287 participantes, además de que se formaron 29 replicadores en escuelas y facultades. Se atendió a 211 usuarios en el sistema ‘Selección Eficaz’.”

“Este modelo se ha extendido a todas las facultades y escuelas, a manera de ofrecer con mayor calidad y agilidad los servicios que se prestan a los alumnos, egresados y a las empresas e instituciones, así como incrementar el número de colocados en condiciones adecuadas.”

“Siete dependencias académicas –ENEP Aragón, ENEP Acatlán, las escuelas nacionales de Enfermería y Obstetricia, y de Artes Plásticas, así como las facultades de Contaduría y Administración, Ciencias Políticas y Sociales, y Química– impartieron en sus sedes 29 talleres ‘Obteniendo el trabajo que deseo’, capacitando a 401 usuarios.”

“Con base en las acciones anteriores se ha desarrollado el Sistema Universitario de Bolsa de Trabajo, que al conjuntar los esfuerzos y recursos, tanto de la DGOSE como de las facultades y escuelas, y de los sectores público, social y privado, ha permitido homogeneizar su operación e incrementar la colocación de los universitarios en un 30%.”

“En el primer semestre del año se cambió la plataforma de trabajo del sistema a ambiente WEB, con lo que a partir de julio se favoreció la interacción de los universitarios y los empleadores: el universitario está en posibilidad de consultar las ofertas y vacantes, registrarse en el modelo de atención integral, e incorporarse a la base de datos de Candidatos a Empleo, la cual es un medio por el que empresas e instituciones captan recursos humanos. A las empresas e instituciones les facilita el registro de puestos y vacantes y la consulta de la base de datos de universitarios, así como entrar en contacto con ellos.”

“La sistematización del registro de ofertas ha permitido identificar como requerimientos generales de los empleadores, el manejo del idioma inglés y de la computación, así como las siguientes competencias: adaptabilidad, trabajo en equipo, aprendizaje continuo, comunicación e iniciativa.”

“A través del Sistema Universitario de Bolsa de Trabajo se atendió un total de 10,727 usuarios, de los cuales 9,136 utilizaron el servicio de información y 1,591 se registraron en el modelo de atención integral.”

“Asimismo, en el SISBUT se registraron 5,908 vacantes, provenientes de las 533 empresas oferentes de empleo con que la UNAM mantiene relación, 25% de las cuales están consideradas dentro de las más importantes del país. Cabe destacar que en dos años se ha incrementado el número de carreras solicitadas de 36 a 58, entre ellas Ingeniería Agrícola, Geografía, Matemáticas Aplicadas a la Computación, Optometría y Biología; sin embargo siguen predominando las ofertas para las carreras económico administrativas y de las ingenierías.”

Memoria UNAM 2002

Dirección General de Orientación y Servicios Educativos. Director: Dra. María Elisa Celis Barragán (marzo 1998)

“Bolsa Universitaria de Trabajo. A través de la Bolsa Universitaria de Trabajo se desarrollan diversas acciones encaminadas a favorecer la interacción de los universitarios con los empleadores y a proporcionarles herramientas modernas que les permitan identificar sus competencias y motivaciones, elaborar su currículum vitae y desarrollar entrevistas exitosas en la búsqueda de empleo, así como estrategias para favorecer su incorporación al mercado laboral. “Se ofrecen al universitario dos tipos de servicio: el de información, en el que puede consultar por medios computarizados las ofertas y vacantes disponibles, y el de atención integral, que bajo un modelo basado en

competencias, pretende dotarle de las estrategias y herramientas que permitan satisfacer tanto sus expectativas como las del oferente de empleo.”

“Este modelo comprende la impartición del Taller “Obteniendo el trabajo que deseo”, a fin de proporcionarles elementos que les permitan identificar sus competencias y motivaciones, elaborar su currículum vitae y desarrollar entrevistas exitosas en la búsqueda de empleo. Durante 2002 se impartieron 158 talleres, 30 de ellos en escuelas y facultades, beneficiando a 1,129 participantes, además de que se formaron 29 replicadores.”

“Este modelo se ha extendido a todas las facultades y escuelas, de manera de ofrecer con mayor calidad y agilidad los servicios que se prestan a los alumnos y egresados y a las empresas e instituciones, e incrementar el número de colocados en condiciones adecuadas.”

“Se diseñaron y desarrollaron los materiales de los talleres de corta duración ‘Elaboración de Currículum Vitae’ y ‘Preparando mi entrevista de trabajo’, además de que se pusieron a disposición en línea seis materiales de apoyo: ¿Cómo elaborar tu currículum vitae? ¿Cómo tener entrevistas de trabajo exitosas? Modelo de competencias, Prepárate para la Feria del Empleo UNAM, Programación de talleres y el Directorio de Responsables de Bolsa de Trabajo en la Universidad.”

“La operación vía Internet del Sistema Automatizado de Bolsa de Trabajo para el registro y consulta de ofertas, y el registro y seguimiento de usuarios favoreció la interacción de los universitarios y los empleadores: el universitario está en posibilidad de consultar las ofertas y vacantes, registrarse en el modelo de atención integral e incorporarse a la base de datos de Candidatos a Empleo, mientras que a las empresas e instituciones les facilita el registro de puestos y vacantes y la consulta de la base de datos de universitarios, así como entrar en contacto con ellos. Actualmente el sistema registra un total de 1,500 empresas, que ofertan un promedio de 500 vacantes mensualmente. En 2002 se atendió a 14,587 usuarios.”

“Se estableció un Programa de Becas Trabajo del Gobierno del D.F. con el objetivo de seleccionar alumnos de los últimos semestres y egresados de la UNAM para incorporarse por un semestre, con posibilidad de renovación y, posteriormente ser contratados para realizar funciones de nivel directivo; 453 universitarios de los últimos semestres y egresados de 47 carreras respondieron a la convocatoria; se propusieron 200 candidatos, entre los cuales el Gobierno de la Ciudad seleccionó 100 para ocupar la totalidad de las vacantes. El programa no ha tenido deserciones y dado su éxito se espera la firma de un convenio específico que permita la extensión y permanencia del mismo. “Con base en las acciones anteriores se ha desarrollado el Sistema Universitario de Bolsa de Trabajo, que al conjuntar los esfuerzos y recursos, tanto de la DGOSE como del Grupo de Responsables de los Servicios de Bolsa de Trabajo de Facultades y Escuelas y de los sectores público, social y privado, ha permitido homogeneizar su operación e incrementar la colocación de los universitarios en el mercado laboral.”

Memoria UNAM 2003

Dirección General de Orientación y Servicios Educativos. Director: María Elisa Celis Barragán

“BOLSA DE TRABAJO. A través de la Bolsa Universitaria de Trabajo se desarrollan diversas acciones encaminadas a favorecer la interacción de los universitarios con los empleadores y a proporcionarles herramientas modernas que les permitan identificar sus competencias y motivaciones, elaborar su currículum vitae y desarrollar entrevistas exitosas en la búsqueda de empleo, así como estrategias para favorecer su incorporación al mercado laboral.”

“Se ofrecen al universitario dos tipos de servicio: el de información, en el que puede consultar por medios computarizados las ofertas y vacantes disponibles, y el de atención integral, que bajo un modelo basado en

competencias, pretende dotarle de las estrategias y herramientas que permitan satisfacer tanto sus expectativas como las del oferente de empleo.”

“Este modelo comprende la impartición del taller “Obteniendo el trabajo que deseo”, a fin de brindar elementos que permitan identificar competencias y motivaciones, elaborar el currículum vitae y desarrollar entrevistas exitosas en la búsqueda de empleo. Durante 2003 se impartieron 169 talleres en la DGOSE, 21 de ellos en escuelas y facultades, beneficiando a 1,575 participantes, además de que se formaron 57 replicadores. Este modelo se ha extendido a todas las facultades y escuelas, de manera de ofrecer con mayor calidad y agilidad los servicios que se prestan a los alumnos y egresados y a las empresas e instituciones, e incrementar el número de colocados en condiciones adecuadas.”

“Se diseñaron y publicaron los materiales de los talleres de corta duración ‘Elaboración de Currículum’ y ‘Preparando mi entrevista de trabajo’, además de que se mantienen actualizados materiales de apoyo en línea: ¿Cómo elaborar tu currículum vitae? ¿Cómo tener entrevistas de trabajo exitosas?, Modelo de competencias, Prepárate para la Feria del Empleo UNAM, Programación de Talleres y el Directorio de Responsables de Bolsa de Trabajo en la UNAM, entre otros.”

“La operación vía Internet del Sistema Automatizado de Bolsa de Trabajo para el registro y consulta de ofertas y el registro y seguimiento de usuarios, favoreció la interacción de los universitarios y los empleadores: el universitario está en posibilidad de consultar las ofertas y vacantes, registrarse en el modelo de atención integral e incorporarse a la base de datos de Candidatos a Empleo, mientras que a las empresas e instituciones les facilita el registro de puestos y vacantes y la consulta de la base de datos de universitarios, así como entrar en contacto con ellos. Actualmente el sistema registra un total de 1,133 empresas, que ofertan un promedio de 638 vacantes mensualmente.”

“Con base en las acciones anteriores se ha desarrollado el Sistema Universitario de Bolsa de Trabajo, que al conjuntar los esfuerzos y recursos, tanto de la DGOSE como del Grupo de Responsables de los Servicios de Bolsa de Trabajo de Facultades y Escuelas y de los sectores público, social y privado, ha permitido homogeneizar su operación e incrementar la colocación de los universitarios en el mercado laboral.”

Memoria UNAM 2004

Dirección General de Orientación y Servicios Educativos. Director: María Elisa Celis Barragán

“BOLSA DE TRABAJO. A través de la Bolsa Universitaria de Trabajo se desarrollan diversas acciones encaminadas a favorecer la incorporación de los universitarios al mercado laboral, dotándoles de herramientas modernas que les permitan identificar sus competencias y motivaciones, elaborar su currículum vitae y desarrollar entrevistas exitosas en la búsqueda de empleo.”

“Se ofrecen al universitario dos tipos de servicio: el de información, en el que puede consultar por medios computarizados las ofertas y vacantes disponibles, y el de atención integral, que bajo un modelo basado en competencias, pretende dotarle de las estrategias y herramientas que permitan satisfacer tanto sus expectativas como las del oferente de empleo.”

“El modelo comprende la impartición del taller ‘Obteniendo el trabajo que deseo’, a fin de brindar elementos que permitan identificar competencias y motivaciones, elaborar el currículum vitae y desarrollar entrevistas exitosas en la búsqueda de empleo. Durante el año, se impartieron 131 talleres tanto en la DGOSE como en escuelas y facultades, beneficiando a 841 participantes, además de que se formaron 57 replicadores. Este modelo se ha extendido a todas las facultades y escuelas, de manera de ofrecer con mayor calidad y agilidad los servicios que se prestan a los alumnos y egresados y a las empresas e instituciones, e incrementar el número de colocados en condiciones adecuadas.”

“Asimismo, a través del portal de la DGOSE se ofrecen materiales de apoyo en línea: ¿Cómo elaborar tu currículum vitae?, ¿Cómo tener entrevistas de trabajo exitosas?, Modelo de competencias, Prepárate para la Feria del Empleo UNAM, Programación de talleres y el Directorio de Responsables de Bolsa de Trabajo en la UNAM, entre otros.”

“La operación vía Internet del Sistema Automatizado de Bolsa de Trabajo, para el registro y consulta de ofertas y el registro y seguimiento de usuarios, favorece la interacción de los universitarios y los empleadores: el universitario puede consultar las ofertas y vacantes, registrarse en el modelo de atención integral, e incorporarse a la base de datos de Candidatos a Empleo, mientras que a las empresas e instituciones les facilita el registro de puestos y vacantes y la consulta de la base de datos de universitarios, así como entrar en contacto con ellos. En 2004 se mantuvo relación con 1,576 empresas, que ofertaron un promedio de 1,078 vacantes mensualmente. En 2004 se atendió a 8,408 usuarios.”

“Otra de las estrategias de apoyo a la incorporación al mercado laboral es la organización de reclutamientos especiales, los cuales se realizaron en coordinación con el Programa "Trainees" de UNILEVER; el Programa de formación de líderes de INROADS de México; la Agencia Federal de Investigación AFI; el Proyecto 'Semillero' de Reaseguradora Patria; Halliburton, dirigido a candidatos de carreras de Ingeniería, y el Centro de Desarrollo Ford. La UNAM participó en la Segunda Cumbre Mundial del Empleo Juvenil, a través de un equipo de trabajo coordinado por la DGOSE y conformado por estudiantes interesados en el tema y personal del Programa Emprendedores de la Facultad de Contaduría y Administración. Su participación en este evento y en el Seminario 'Desarrollo de Redes Estatales por el Empleo Juvenil', ha permitido conformar La Red UNAM por el Empleo Juvenil (REUNE), que participó posteriormente en la IV Feria del Empleo UNAM 2004, donde dieron a conocer el proyecto a los estudiantes y egresados asistentes. Se recabó información sobre aproximadamente 3,000 universitarios interesados en formar parte de la Red.”

“Con base en las acciones anteriores se ha fortalecido el Sistema Universitario de Bolsa de Trabajo, como mecanismo que al conjuntar los esfuerzos y recursos, tanto de la DGOSE como del Grupo de Responsables de los Servicios de Bolsa de Trabajo de Facultades y Escuelas, y de los sectores público, social y privado, ha permitido homogeneizar su operación e incrementar la colocación de los universitarios en el mercado laboral.”

Memoria UNAM 2005

Dirección General de Orientación y Servicios Educativos. Director: Dra. María Elisa Celis Barragán

“Bolsa de trabajo. A través de la bolsa Universitaria de trabajo se desarrollan acciones encaminadas a favorecer la incorporación de los universitarios al mercado laboral, dotándoles de herramientas modernas que les permitan identificar sus competencias y motivaciones, elaborar su currículum vitae y desarrollar entrevistas exitosas en la búsqueda de empleo.”

“Basado en el modelo de competencias desarrollado por la dirección, se imparte el taller 'obteniendo el trabajo que deseo', a fin de brindar elementos que permitan identificar competencias y motivaciones, elaborar el currículum vitae y desarrollar entrevistas exitosas en la búsqueda de empleo. Durante el año se impartieron 138 talleres, tanto en la Dirección como en escuelas y facultades, beneficiando a 987 participantes, además de formar 16 replicadores. Este modelo se ha extendido a todas las facultades y escuelas, para ofrecer con mayor calidad y agilidad los servicios que se presentan a los alumnos y egresados así como a las empresas e instituciones, para incrementar el número de colocados en condiciones adecuadas.”

“La operación vía internet del Sistema Automatizado de Bolsa de Trabajo para el registro y consulta de ofertas y el registro y seguimiento de usuarios, favorece la interacción de los universitarios y los empleadores; el universitario puede consultar las ofertas y vacantes, registrarse en el modelo de atención integral, e incorporarse a la base de datos de

Candidatos a Empleo, mientras que a las empresas e instituciones les facilita el registro de puestos y vacantes y la consulta de la base de datos de universitarios, así como entrar en contacto con ellos. Se incrementó 35% el número de vacantes ofertadas a través del Sistema y se tiene relación con 1,941 empresas.”

“otra de las estrategias de apoyo a la incorporación al mercado laboral, es la organización de reclutamientos especiales, los cuales se realizaron en coordinación con Banamex, Programa de Trainees; Procter and Gamble; Kraft; Assessment Lóreal; Pfizer; Wal-Mart; HSBC e ING.”

Memoria UNAM 2006

Dirección General de Orientación y Servicios Educativos. Director: Dra. María Elisa Celis Barragán

“Bolsa de Trabajo. A través de la Bolsa Universitaria de Trabajo se desarrollan acciones para favorecer la incorporación de los universitarios al mercado laboral, dotándoles de herramientas modernas que les permitan identificar sus competencias y motivaciones, elaborar su currículum vitae y desarrollar entrevistas exitosas en la búsqueda de empleo. Sustentados en el modelo basado en competencias desarrollado por la DGOSE, se impartieron 184 talleres ‘Obteniendo el trabajo que deseo, en los que participaron 1413 personas, y se formaron 21 replicadores. Este modelo se ha extendido a todas las facultades y escuela para ofrecer servicios con mayor calidad y agilidad a los alumnos y egresados, así como a las empresas e instituciones, e incrementar el número de colocados en condiciones adecuadas.”

“En forma permanente se revisan y actualizan los materiales de apoyo que se ofrecen en línea a través de la página WEB de la Dirección: ¿Cómo elaborar tu currículum vitae? ¿Cómo tener entrevistas de trabajo exitosas? Modelo de competencias, prepárate para la Feria del empleo UNAM, programación de talleres y el Directorio de Responsables de Bolsa de Trabajo en la UNAM, entre otros.”

“Mediante el Sistema Automatizado de Bolsa de Trabajo vía Internet se incrementó a 4136 el número de empresas con las que la DGOSE mantiene relación, y a 12544 el número de vacantes ofertadas, el cual se incrementó 28% en relación con el año anterior. El sistema permite el registro y consulta de ofertas y e registro y seguimiento de usuarios, y favorece la interacción de los universitarios y los empleadores.”

“Otra de las estrategias de apoyo a la incorporación al mercado laboral es la organización de reclutamientos especiales, los cuales en 2006 se realizaron en coordinación con el Instituto Electoral del Distrito Federal, Gigante, Procter & Gamble, Kraft, Bosch, INROADS, Evenflo, Getronics México, Ford Motor Company, HSBC, Siemens y Grupo Bocar. Como resultado de estas acciones se han reportado 52 universitarios contratados.”

Memoria UNAM 2007

Dirección General de Orientación y Servicios Educativos. Director: Dra. María Elisa Celis Barragán

“Bolsa de trabajo. A través de la Bolsa Universitaria de Trabajo se desarrollan acciones para favorecer la incorporación de los universitarios al mercado laboral, dotándoles de herramientas modernas que les permitan identificar sus competencias y motivaciones, elaborar su currículum vitae y desarrollar entrevistas exitosas en la búsqueda de empleo. Sustentados en el modelo basado en competencias desarrollado por la DGOSE, se impartieron 123 talleres ‘Obteniendo el trabajo que deseo’ en los que participaron 868 personas. Este modelo se ha extendido a todas las facultades y escuelas para ofrecer servicios con mayor calidad y agilidad a los alumnos y egresados, así como a las empresas e instituciones, e incrementar el número de colocados en condiciones adecuadas. Mediante el Sistema Automatizado de Bolsa Universitaria de Trabajo vía Internet, se incrementó a 6067 el número de empresas con las que la DGOSE mantiene relación y a 27304 el número de vacantes ofertadas, el cual incrementó 117% en relación con el año anterior. El sistema permite el registro y consulta de ofertas y el registro y seguimiento de usuarios y, favorece la interacción de los

universitarios y empleadores. Otra de las estrategias de apoyo a la incorporación al mercado laboral es la organización de reclutamientos especiales; durante 2007 se realizaron 21 con la participación de 787 universitarios.”

Memoria UNAM 2008

Dirección General de Orientación y Servicios Educativos. Director: Dra. María Elisa Celis Barragán

“A través de la Bolsa Universitaria de Trabajo se desarrollan acciones para favorecer la incorporación de los universitarios al mercado laboral, dotándoles de herramientas modernas que les permitan identificar sus competencias y motivaciones, elaborar su currículum vitae y desarrollar entrevistas exitosas en la búsqueda de empleo. Sustentados en el modelo basado en competencias desarrollado por la DGOSE, se impartieron 185 talleres ‘Obteniendo el trabajo que deseo’, ‘Preparando mi Entrevista de Trabajo’ y ‘Elaboración del Currículum’, en los que participaron 1122 personas. Este modelo se ha extendido a todas las facultades y escuelas para ofrecer servicios con mayor calidad y agilidad a los alumnos y egresados, así como a las empresas e instituciones, e incrementar el número de colocados en condiciones adecuadas”

“En forma permanente se revisan y actualizan los materiales de apoyo que se ofrecen en línea a través de la página web de la Dirección y se mantiene relación con 5592 empresas, las cuales ofrecieron un total de 30078 vacantes, cifra que representa un incremento de 10% en relación con el año anterior.”

“Una estrategia de gran impacto en la incorporación al mercado laboral de los universitarios, es la organización de reclutamientos especiales con empresas tales como Wal-Mart, Kraft, Colgate, Palmolive, Abengoa, Secretaria de la Función Pública, Secretaría de Gobernación y Procter and Gamble, entre otras; durante este año se realizaron 18 con la participación de 863 universitarios de 32 licenciaturas.”

Memoria UNAM 2009

Dirección General de Orientación y Servicios Educativos. Director: Dra. María Elisa Celis Barragán

“Bolsa de Trabajo. Se impartieron 179 talleres: Obteniendo el trabajo que deseo, Preparando mi entrevista de trabajo y Elaboración del currículum, en los que participaron 1103 personas. Este modelo se ha extendido a todas las facultades y escuelas para ofrecer servicios con mayor calidad y agilidad a los alumnos y egresados, así como a las empresas e instituciones, e incrementar el número de colocados en condiciones adecuadas.”

“Mediante el Sistema Automatizado de Bolsa Universitaria de Trabajo vía Internet, la DGOSE mantiene relación con 6359 empresas, las cuales ofrecieron un total de 24306 vacantes. El sistema permite el registro y consulta de ofertas y el registro y seguimiento de usuarios y favorece la interacción de los universitarios y los empleadores. Igualmente, se organizaron reclutamientos especiales con empresas tales como Unilever, Colgate Palmolive, Jafra, IDS, Secretaría de Educación Pública, Procter & Gamble. Durante 2009 se realizaron once, con la participación de 1201 universitarios de 30 licenciaturas.”

Memoria UNAM 2010

Dirección General de Orientación y Servicios Educativos. Director: Dra. María Elisa Celis Barragán

“Se impartieron 167 talleres ‘Obteniendo el trabajo que deseo’, ‘Preparando mi entrevista de trabajo’ y ‘Elaboración del currículum’, en los que participaron 1142 personas. Este modelo se ha extendido a todas las facultades y escuelas para ofrecer servicios con mayor calidad y agilidad a los alumnos y egresados, así como a las empresas e instituciones, e incrementar el número de colocados en condiciones adecuadas.”

“Derivado de la firma del convenio entre la UNAM, Universia y la empresa Trabajando.com, se implantó un nuevo Sistema Automatizado de Bolsa Universitaria de Trabajo vía Internet, que ha permitido eficientar la promoción de

convocatorias y agiliza la comunicación entre los universitarios y los empleadores, en un ambiente más amigable. A través de este sistema, la dependencia mantiene relación con más de 6000 empresas las cuales ofrecieron un total de 25424 vacantes. El sistema permite el registro y consulta de ofertas y el registro y seguimiento de usuarios, y favorece la interacción de los universitarios y los empleadores.”

“Una estrategia de gran impacto en la incorporación al mercado de los universitarios es la organización de reclutamientos especiales con empresas e instituciones tales como Nestlé, Pepsico, AstraZéneca, Microsoft, Procter & Gamble, Universidad Politécnica del Estado de Guerrero, Gobierno del Distrito Federal, entre otros. Durante 2010 se realizaron 78, con la participación de 1663 universitarios.”

Memoria UNAM 2011

Dirección General de Orientación y Servicios Educativos. Director: Dra. María Elisa Celis Barragán

“Sustentados en el modelo basado en competencias desarrollado por esta Dirección General, se impartieron 182 talleres de Obteniendo el trabajo que deseo, Preparando mi entrevista de trabajo y Elaboración del currículum, en los que participaron 1372 personas. Este modelo se ha extendido a todas las facultades y escuelas para ofrecer servicios con mayor calidad y agilidad a los alumnos y egresados, así como a las empresas e instituciones, e incrementar el número de colocados en condiciones adecuadas.”

“En forma permanente se revisan y actualizan los materiales de apoyo que se ofrece en línea a través del sitio web de la Dirección: ¿Cómo elaborar tu currículum vitae?, ¿Cómo tener entrevistas de trabajo exitosas?, Modelo de competencias, Prepárate para la Feria del Empleo UNAM, Programación de talleres y el Directorio de Responsables de Bolsa de Trabajo en la UNAM, entre otros.”

“A través del Sistema Automatizado de Bolsa de Trabajo, esta Dirección general mantiene relación con más de 6000 empresas, las cuales ofrecieron un total de 38538 vacantes. El sistema permite el registro y consulta de ofertas y el registro y seguimiento de usuarios, y favorece la interacción de los universitarios y los empleadores.”

“Una estrategia de gran impacto en la incorporación al mercado laboral de los universitarios es la organización de reclutamientos especiales con empresas e instituciones; en el transcurso del año se coordinaron 13 reclutamientos especiales, con la participación de 1514 universitarios.”

Memoria UNAM 2012

Dirección General de Orientación y Servicios Educativos. Director: Dra. María Elisa Celis Barragán

“Bolsa de trabajo. Como parte del Plan de Desarrollo de la Universidad 2011-2015, se elaboró una propuesta para el Sistema Institucional de Asesoría para estudiantes con el propósito de apoyarlos para su ubicación en el servicio social, los programas de posgrado o en el mercado laboral, bajo un modelo de orientación profesional, así como para promover la creación de programas de primer empleo para egresados, con la participación de los sectores público y privado.”

“En coordinación con los servicios de Bolsa de trabajo de facultades y escuelas se diseñó el programa de Primer Empleo para egresados, y con el apoyo de la Coordinación de Innovación y Desarrollo se estableció relación con las cámaras más importantes. Durante el año 2012 se celebraron dos convenios de colaboración con la Concanaco y Concamin, con el objeto de establecer un programa de becas para la incorporación de egresados por un periodo de seis a doce meses y con base en la evaluación del desempeño contratarlos en las vacantes disponibles en las empresas participantes.”

“A través de la Bolsa Universitaria de Trabajo se desarrollan acciones para favorecer la incorporación de los universitarios al mercado laboral, dotándoles de herramientas modernas que les permitan identificar sus competencias y motivaciones, elaborar su *currículum vitae* y desarrollar entrevistas exitosas de trabajo en la búsqueda de empleo.

Sustentados en el modelo basado en competencias desarrollado por la Dirección General de Orientación y Servicios Educativos, se impartieron 183 talleres: Obteniendo el trabajo que deseo, Preparando mi entrevista de trabajo y elaboración del *currículum*, en los que participaron 1662 personas, tanto en las instalaciones de la Dirección General de Orientación y Servicios Educativos como en facultades y escuelas, donde este modelo se ha extendido para ofrecer servicios con mayor calidad y agilidad a los alumnos y egresados, así como a las empresas e instituciones.”

“En forma permanente se revisan y actualizan los materiales de apoyo que se ofrecen en línea a través del sitio web de la Dirección: ¿Cómo elaborar tu *currículum vitae*?, ¿Cómo tener entrevistas de trabajo exitosas?, Modelo de competencias, Prepárate para la Feria del Empleo UNAM, Programación de talleres y el Directorio de Responsables de Bolsa de Trabajo en la UNAM, entre otros.”

“A través del Sistema Automatizado de Bolsa de Trabajo, la Dirección General de Orientación y Servicios Educativos mantiene relación con 6292 empresas, las cuales ofrecieron un total de 39636 vacantes. El sistema permite el registro y consulta de ofertas y el registro y seguimiento de usuarios, y favorece la interacción de los universitarios y los empleadores.”

“A solicitud de empresas e instituciones se coordinaron 18 reclutamientos especiales, con la participación de 1510 universitarios. Esta estrategia ha demostrado su eficacia en la incorporación de los universitarios al mercado laboral.”

Memoria UNAM 2013

Dirección General de Orientación y Servicios Educativos. Director: Dra. María Elisa Celis Barragán

“Bolsa de trabajo. Como parte del Plan de Desarrollo de la Universidad 2011-2015, proyecto 3.8, se elaboró una propuesta para el desarrollo del Sistema Institucional de Asesoría, con el propósito de apoyar a los estudiantes en su ubicación en el servicio social, los programas de posgrados o en el mercado laboral, bajo un modelo de Orientación Profesional, así como para promover la creación de programas de primer empleo para egresados, con la participación de los sectores público y privado.”

“Actualmente se está en el proceso de articulación de los sistemas automatizados de servicio social y bolsa de trabajo, así como de la integración de la información de posgrado que se incorporará para establecer el Sistema Institucional de Asesoría presencial y en línea, el cual permitirá la consulta de programas y vacantes así como recomendaciones para la elección.”

“En coordinación con los servicios de bolsa de trabajo de facultades y escuelas se diseñó el Programa de Primer Empleo para egresados. Con el apoyo de la Coordinación de Innovación y Desarrollo se mantiene relación con las cámaras más importantes. Durante 2013 se realizó el seguimiento de los convenios de colaboración celebrado en Concanaco y Concamín, con el objeto de conocer los resultados del programa de becas para la incorporación a egresados. En este periodo se incorporaron 24 empresas al programa y se realizaron diversos reclutamientos especiales en los que participaron 733 universitarios. Esta estrategia ha demostrado su eficacia en la incorporación de los universitarios al mercado laboral.”

“A través de la Bolsa Universitaria de Trabajo se desarrollan acciones para favorecer la incorporación de los universitarios al mercado laboral, dotándoles de herramientas modernas que les permitan identificar sus competencias y motivaciones, elaborar su *currículum vitae* y desarrollar entrevistas exitosas en la búsqueda de empleo. Sustentados bajo un modelo basado en competencias desarrollado por la DGOSE, se impartieron 165 talleres universitarios ‘Obteniendo el trabajo que deseo’, ‘Preparando mi entrevista de trabajo’ y ‘Elaboración del *currículum*’, tanto en las

instalaciones de la DGOSE como en facultades y escuelas, con la participación de 1853 universitarios. Este modelo se ha extendido para ofrecer servicios más ágiles y de mayor calidad a alumnos, egresados, empresas e instituciones.”

“En forma permanente se revisan y actualizan los materiales de apoyo que se ofrecen en línea a través del sitio web de la Dirección: ¿Cómo elaborar tu currículum vitae?, ¿Cómo tener entrevistas de trabajo exitosas?, Modelo de competencias, Prepárate para la Feria del Empleo UNAM, Programación de talleres y el Directorio de Responsables de Bolsa de Trabajo en la UNAM, entre otros.”

“A través del Sistema Automatizado de Bolsa de Trabajo la DGOSE mantiene relación con 9281 empresas, las cuales ofrecieron 22674 vacantes. El Sistema permite el registro y consulta de ofertas, el registro y seguimiento de usuarios, y favorece la interacción de los universitarios y los empleadores.”

“Con el objeto de apoyar a los estudiantes interesados en desarrollar una empresa se otorgaron becas a 165 universitarios para participar en el taller Emprende de la Fundación Pro Empleo, el cual se impartió en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán y en Ciudad Universitaria.”

Anexo 7

Población de alumnos inscritos respecto de la población total registrada en la Fes Aragón y su porcentaje

No.	Carrera	No. De alumnos inscritos (agosto 2010)	Población 2012-2013 por carrera	Porcentaje respecto a población
1	Arquitectura	207	963	5.62
2	Comunicación y periodismo	456	2122	12.37
3	Derecho	1127	5244	30.58
4	Diseño Industrial	66	307	1.79
5	Economía	201	935	5.45
6	Ingeniería Eléctrica Electrónica	91	423	2.47
7	Ingeniería Civil	274	1275	7.43
8	Ingeniería en Computación	278	1294	7.54
9	Ingeniería Industrial	115	535	3.12
10	Ingeniería Mecánica	146	679	3.96
11	Pedagogía	287	1335	7.79
12	Planeación para el Desarrollo Agropecuario	75	349	2.03
13	Relaciones Internacionales	246	1145	6.67
14	Sociología	117	544	3.17
	TOTAL	3686	17152	100

Fuente:

Gráfica generada a partir de datos proporcionados por la Gaceta Aragón (2010:3) y 4° Informe 2012-2013.

http://www.aragon.unam.mx/nuestrafacultad/FES/Aragon/pdf/4TO_INFORME.pdf

Consulta: 7 de enero 2014.

