



**CREENCIAS Y PERCEPCIONES DE ESTUDIANTES DE UNDECIMO
GRADO DE LOS COLEGIOS PRIVADOS EL DIVINO NIÑO Y DIOCESANO
SAN JOSE EN SANTA MARTA ACERCA DE LA UNIVERSIDAD DEL
MAGDALENA**

GRUPO DE INVESTIGACIÓN

**Claudia Milena Pardo Luna
Leidys Diana Pérez Africano
Saile Milena Prado Olivo**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONOMICAS
DIPLOMADO COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y ESTRATEGIAS
DE MARKETING
SANTA MARTA DTCH
2010**



**CREENCIAS Y PERCEPCIONES DE ESTUDIANTES DE UNDECIMO
GRADO DE COLEGIOS PRIVADOS EL DIVINO NIÑO Y DIOCESANO SAN
JOSE EN SANTA MARTA ACERCA DE LA UNIVERSIDAD DEL
MAGDALENA**

GRUPO DE INVESTIGACIÓN

**Claudia Milena Pardo Luna
Leidys Diana Pérez Africano
Saile Milena Prado Olivo**

**Investigación realizada como requisito parcial para obtener Título
Profesional en Administración de Empresas**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONOMICAS
DIPLOMADO COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y ESTRATEGIAS
DE MARKETING
SANTA MARTA DTCH
2010**



TABLA DE CONTENIDO

ANTECEDENTES.....	4
JUSTIFICACION.....	7
OBJETIVOS.....	8
Objetivo Principal	8
Objetivos Específicos	8
MARCO CONCEPTUAL	9
METODOLOGÍA	10
MUESTRA	10
ESTRATEGIA INVESTIGATIVA	11
TECNICAS DE RECOPIACIÓN.....	11
TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	12
RESULTADOS.....	13
CONCLUSIÓN.....	15
RECOMENDACIÓN.....	17
BIBLIOGRAFÍA.....	18
WEBGRAFÍA	18

ANEXOS



ANTECEDENTES

Con el restablecimiento de la democracia en nuestro país a finales de la década de los años 50, surgió en diferentes regiones un inusitado interés por su desarrollo socioeconómico. En nuestro Departamento -el Magdalena Grande- vuelve a surgir la idea de crear un centro de estudios superiores que sirviera de apoyo a dicho proceso; además, por que se vivía un momento crucial que generaba inmensas expectativas sobre el futuro desenvolvimiento de las actividades económicas, políticas, sociales y culturales no solo de la región y el país, sino también de todo el Continente Americano, pues el triunfo de la revolución cubana impactó tan fuertemente a la opinión pública que se convirtió en un obligado punto de referencia en la generación de nuevas ideas y esperanzas¹.

A partir de lo anterior surge la Universidad del Magdalena como una de las Universidades más prestigiosas e importantes de la Región Caribe Colombiana. Posee uno de los campus universitarios más grandes de la región, con un área de 50ha.² Es una institución de educación superior de carácter estatal y del orden territorial que ejerce su autonomía en el marco de la constitución y la ley y cuyo propósito fundamental es el de contribuir al desarrollo de la región y del país mediante el fomento de la educación pública, la ciencia y la cultura.

La Universidad del Magdalena se ha proyectado como una institución de educación superior de excelencia académica, con un modelo de desarrollo y gestión que consolida su autonomía hacia la búsqueda del liderazgo científico y cultural; vinculada activamente al desarrollo de Santa Marta y el Magdalena,

¹ <http://www.unimagdalena.edu.co/?service=infoG>

² Tomado de la página web: http://es.wikipedia.org/wiki/Universidad_del_Magdalena



con un amplio reconocimiento y liderazgo en el ámbito de la Región Caribe, el país y la comunidad internacional.

Es una Universidad con las siguientes características:

- **Pública**, que trabaja en beneficio de la equidad social, la preservación del patrimonio cultural, el desarrollo sustentable del país y en la construcción del proyecto de Región y de Nación.
- De **excelencia académica**, gracias a los procesos permanentes de autoevaluación conducente a la acreditación de sus programas académicos.
- Con **amplia cobertura académica** de calidad, acorde con las necesidades de la región y su desarrollo.
- **Moderna** con procesos y estructuras académicas y administrativas ágiles, eficientes y eficaces en el servicio, en donde prevalece el trabajo en equipos interdisciplinarios, la visión compartida y el mejoramiento continuo en una comunidad universitaria dotada de un gran sentido de pertenencia y responsabilidad social.
- **Líder en la región** en los programas de postgrados, educación continuada y a distancia con calidad y pertinencia.
- En **interacción permanente** con otras instituciones públicas y privadas en aras del desarrollo y la excelencia en el ámbito departamental, regional y nacional.³

³ Tomado de la página web: <http://www.unimagdalena.edu.co/?service=infoG>



Aunque es una Institución ya reconocida, esta, como cualquier tipo de organización en su propósito de impartir educación a la ciudad y a la región principalmente, no debe conformarse con la idea de saber que sus programas no dejarán de tener demanda, y que sus resultados siguen siendo los mejores, atraerán muchos más en el futuro, pues en su enfoque investigativo no debe hacerse a un lado el estudio del perfil de sus aspirantes, y de los potenciales, teniendo en cuenta que son los resultados de estos, la causa directa del posicionamiento de la misma.

Ahora bien, como estudiantes de dicha Institución y en aras de generar un crecimiento tal de la Universidad a nivel académico, que le permita expandirse hacia nuevos horizontes, cabe resaltar la importancia de estudiar los pensamientos de aquellos estudiantes que tienen posibilidades más amplias de elegir una Universidad que además de una formación académica ideal, el prestigio suficiente para presentarse ante el mercado laboral como una profesional competitivo.

Al estar en contacto directo con los estudiantes que hacen parte de la Universidad del Magdalena, es posible identificar que la Universidad tiene una categorización a nivel de estrato social de 1 a 3, sin descartar a aquellos que pertenecen a un grupo de estrato más elevado.

Por lo anterior está claro que la Universidad cuenta con estudiantes que se encuentran en distintas posibilidades de estudiar y que esta no deja de ser una opción para la comunidad samaria.

Haciendo un análisis desde el punto de vista del estudiante, se puede afirmar que la Universidad tiene un amplio mercado de estudiantes potenciales y que solo el hecho de ser tan reconocida en la región es un indicador de que algo bueno pasa en ella, pasa en sus estudiantes y en todos los miembros de la comunidad de la misma.



JUSTIFICACIÓN

La Universidad del Magdalena como principal Institución formadora de profesionales en la ciudad de Santa Marta, tiene como principal mercado la población samaria y más específicamente los estudiantes de último grado de sus colegios. Ahora bien, aunque dicha Institución esta posicionada no solo a nivel local, sino también regional, e incluso nacional, debe estar en constante proceso de investigación, y a través de sus resultados poder interpretar y a través de estrategias, desarrollar actividades que le permitan satisfacer las necesidades académicas de sus clientes actuales y potenciales.

Teniendo en cuenta que la Universidad del Magdalena tiene gran competencia en cualquiera de las ciudades, no sólo de la región, sino también del país, debe preocuparse por lo menos, por ser la primera opción al momento de iniciar estudios profesionales todos los estudiantes samarios, incluyendo a aquellos que por diferentes razones, cuentan con más facilidades económicas, quienes como otros, deciden en muchas ocasiones escoger en otra ciudad una Institución que satisfaga sus necesidades no sólo del aspecto académico, sino personales, sociales, entre otras.

Partiendo de lo anterior, es necesario empezar por reconocer la necesidad de la Universidad del Magdalena, por indagar entre la población estudiantil de aquellos colegios donde la mayoría de los estudiantes cuentan con más posibilidades a nivel económico de ingresar a Universidades que aunque sus programas sean más costosos, tienen connotaciones más allá de eso; acerca de las razones por las cuales escogerían o no a dicha Institución, y por supuesto conocer las creencias y percepciones que tienen los educandos de la Universidad en cuanto a los aspectos académicos, con lo cual se puedan desarrollar estrategias que no solo los atraigan sino que mantengan a los que ya hacen parte de sus procesos académicos.



OBJETIVOS

PRINCIPAL

Estudiar las creencias y percepciones de los estudiantes de undécimo grado de los colegios Divino Niño, san Luis Beltrán y Diocesano San José de la ciudad de santa marta, acerca de la Universidad del Magdalena y su influencia en la elección de esta como opción para desarrollar estudios de pregrado.

ESPECÍFICOS

- Conocer las inclinaciones profesionales de los estudiantes de undécimo grado de los colegios Divino Niño y Diocesano San José de la ciudad de Santa Marta.
- Indagar acerca de la información que tienen los estudiantes de undécimo grado de los colegios Divino Niño y Diocesano San José de la ciudad de Santa Marta, acerca de los programas que ofrece la Universidad del Magdalena.
- Estudiar las creencias que tienen los estudiantes de undécimo grado de los colegios Divino Niño y San José de la ciudad de Santa Marta, en cuanto a los aspectos académicos de la Universidad del Magdalena.
- Conocer la influencia de las personas alrededor de los estudiantes de undécimo grado de los colegios Divino Niño y Diocesano San José de la ciudad de santa marta, al momento de elegir la Institución para realizar estudios profesionales.



MARCO CONCEPTUAL

Para llevar a cabo un proyecto de investigación, es necesario tener claridad en los propósitos del mismo, así como en el conjunto de conceptos coherentes organizados de tal manera que sean fáciles de comunicar a los demás.

A continuación veremos un grupo de tres palabras claves y sus respectivas definiciones con el fin de entender y comprender con más precisión dicha investigación.

Creencias: De acuerdo con Kotler (1991) "una creencia es un pensamiento descriptivo acerca de algo".

Por otro lado encontramos otra definición de **creencias** que dice que estas es la preconcepción de la vida que ha perdurado por muchos años y que afecta el comportamiento de casi la totalidad de las personas que conforman una comunidad.⁴

Del mismo modo Domingo José Martínez Díaz define a las creencias como afirmaciones verbales o mentales del tipo "yo creo"; sobre la manera de ver productos o acciones.⁵

La percepción: es el proceso por el cual el individuo selecciona, organiza e interpreta estímulos para construir una pintura significativa y coherente del mundo. El consumidor toma decisiones basadas en lo que percibe más que en la realidad objetiva.⁶

⁴ PEREZ Romero, Luis Alfonso. Marketing Social Teoría y Práctica. Editorial Pearson Prentice Hall. Pág. 10

⁵ Domingo José Martínez Díaz, Valores y creencias en el consumo de comida de los hogares barranquilleros. pensamiento y gestión, N° 27 ISSN 1657-6276, Universidad del Norte 2006 - 2007

⁶http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo_y_publicidad/comportamientodelconsumidor/default4.asp



Oferta académica: entendiendo por oferta académica la composición de los planes de estudio y de las asignaturas que la universidad está en disposición de impartir.⁷

METODOLOGÍA

Por su objeto de estudio y finalidad y dado que se pretende vincular teoría y práctica el tipo investigación más apropiada es la Cualitativa. Pues este tipo de investigación permite que recojamos información con la más alta precisión y fidelidad posible, lo que nos permitirá llegar a los resultados esperados, es decir describir las cualidades del fenómeno a estudiar en este caso las creencias y percepciones que tienen los alumnos de undécimo grado de tres de los colegios privados de la ciudad de Santa Marta acerca de la Universidad del Magdalena.

Con respecto a la procedencia de la información se utilizaron dos fuentes:

- La información necesaria para plantear metodológica y conceptualmente la investigación, fue tomada y recopilada a través de artículos en internet.
- La información de carácter práctico fue obtenida a través de entrevistas realizadas a los estudiantes anteriormente mencionados.

MUESTRA

Para esta investigación fueron escogidos los colegios Divino Niño y Diocesano San José, como población, cuya muestra fue de 11 estudiantes por colegio, los cuales fueron elegidos al azar, por los docentes encargados de atenderlos en el momento de la entrevista.

⁷ <http://www.uco.es/gestion/sigma/manuales/atlas/manualDOA.pdf>



ESTRATEGIA INVESTIGATIVA

Partiendo del hecho de que la investigación es de tipo cualitativa y teniendo en cuenta las características de esta, la estrategia investigativa utilizada es la entrevista, puesto que *el propósito de dicha investigación es reconstruir la realidad tal como la observan los actores de un sistema social previamente definido* (Sampieri y Cols.,2003)⁸, facilitando pues a través de las preguntas planteadas de manera abierta es conocer las creencias y percepciones de los estudiantes con más facilidad, haciendo posible captar otras cosas más aparte de las esperadas ó halladas.

TECNICAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

Para recopilar información fueron utilizadas las siguientes técnicas:

1. Entrevistas: Se aplicaron 20 entrevistas a estudiantes de undécimo grado, repartidas de la siguiente manera: 10 a estudiantes del colegio Divino niño y 10 a estudiantes del colegio Diocesano San José, las cuales Para el almacenamiento de la información recolectada durante la entrevista a los estudiantes, fue usada una grabadora tipo periodística y un celular con la tecnología para grabar (duración que oscila entre 3 a 5 minutos cada una).
- Registro Fotográfico: Consistió en tomar algunas fotografías en el momento de las entrevistas, como evidencia.

⁸ Tomado de la página web: <http://www.geiuma-oax.net/cursos/entrevistacualitativa.pdf>



TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Luego de escuchar cada una de las entrevistas realizadas, se procedió a analizar los resultados que arrojaron, y atendiendo a cada pregunta y por supuesto cada respuesta, se extrajeron los puntos claves teniendo en cuenta los objetivos de la investigación. La información que no era relevante, aunque fue escuchada no se tuvo en cuenta para los análisis, la conclusión ni las recomendaciones respectivas.

Por último, se plantearon las conclusiones de acuerdo al tema tratado sujetas a cada objetivo planteado esbozando algunas recomendaciones a la Universidad partiendo de las respuestas dadas por los entrevistados.



RESULTADOS

Los siguientes fueron los resultados obtenidos:

1. En cuanto a las inclinaciones profesionales de los entrevistados, las carreras más mencionadas fueron Derecho, Administración de Empresas y negocios Internacionales, programas que ofrece la Universidad del Magdalena.
2. La mayoría de los estudiantes a los que se les aplicó la entrevista tienen como primera opción a la Universidad del Magdalena al momento de escoger la Institución donde realizar sus estudios de pregrado, aludiendo este hecho de la creencia que tienen de la calidad académica y la infraestructura de la misma.
3. Todos los estudiantes entrevistados coincidieron en afirmar que la Universidad del Magdalena no ha realizado ninguna clase de promoción para dar a conocer sus programas académicos en las instalaciones de sus colegios, lo que es una de las razones por las cuales no conocen la oferta académica de la Institución de formación superior.
4. Las referencias dadas por estudiantes de alguno de los programas que ofrece la Universidad e incluso por personas ajenas a sus actividades, califican a la misma como una Institución seria, responsable, de muy buena calidad académica, con un espacio propicio para el desarrollo de actividades de esa índole y con egresados competitivos en su área de estudio.
5. Los padres de los estudiantes de undécimo, según sus comentarios están de acuerdo en que sea la Universidad del Magdalena la



encargada de formar a su hijo profesionalmente, es decir son indiferente ante la elección del lugar escogido, bien sea por motivos económicos, o por la ubicación geográfica de la Universidad.

6. Uno de los entrevistados, estudiante del Diocesano San José, aspira estudiar Derecho, como otros, pero ni siquiera se inscribió en la Universidad del Magdalena, pues solo tiene conocimiento de que esta solo es muy buena en la Medicina.
7. Entre la entrevistadas del colegio Divino Niño, una de las estudiantes afirmó que el motivo principal por el cual no estudiaría en la Universidad del Magdalena es el hecho de que pertenece al sector público, pues esto le indica que tiende a perder muchas horas de clases y no es de su agrado, ni es lo adecuado para algo tan importante como la educación de un profesional, aunque en ningún momento cree que por su condición sea “mala académicamente”, pues tiene buenas referencias de ella y le gusta mucho su infraestructura.
8. Los estudiantes creen que la Universidad entre otras cosas, tiene prestigio a nivel no solo regional, sino nacional, por los convenios con otras Universidades nacional e internacionalmente, y por los acuerdos que ha acordado con algunas empresas para realizar posibilitarle a los estudiantes desarrollar el ciclo de prácticas profesionales.
9. Los entrevistados consideran que entre las características primordiales para escoger una Universidad están: la infraestructura, la excelencia académica, la acreditación, contar con docentes reconocidos, que tenga carácter investigativo.



CONCLUSIÓN

La Universidad el Magdalena definitivamente esta posicionada en la parte académica y por su infraestructura, de forma positiva dentro de los estudiantes de undécimo grado de los colegios escogidos en la ciudad de Santa Marta y por supuesto dentro de la muestra escogida para la investigación. Ya que estos creen que la Universidad es muy buena académicamente hablando y mencionan que les gusta la infraestructura, diciendo textualmente que “el espacio es el ideal para sentirse cómodo y responder adecuadamente a sus deberes académicos”.

Lo anterior también se debe a las referencias recibidas de los estudiantes de la Universidad que son buenas, y los entrevistados se han creado esa percepción pues han evidenciado casos de egresados que han obtenido resultados exitosos a nivel laboral. Por lo cual piensan que la Universidad es una de las mejores opciones en la región Caribe a nivel de Universidades Públicas, para llevar a cabo estudios universitarios.

Así mismo los entrevistados conocen que la Universidad del Magdalena brinda beneficios a sus estudiantes, cuyos beneficios se manifiestan en becas al ingresar a la Institución y durante el pregrado, logrando con esto que los resultados sean los esperados, tanto por los estudiantes como para la Universidad en general. Además dicen que la Universidad tiene carácter investigativo y que es una de las características más atractivas con las que cuenta la Universidad a nivel de la academia.

Para los entrevistados es un “prestigio” pertenecer al grupo tan selecto de los escogidos para estudiar sobretodo el programa de Medicina, bien sea solo por el hecho de que es el programa más demandado, ó por la alta calidad que tiene. De esta misma forma el hecho de saber que el examen realizado por la



Universidad es el mismo aplicado por la Universidad Nacional, les hace pensar que es una garantía para creer que ingresar a ella es una oportunidad que muy pocos tienen y que es imperdonable desaprovechar.

En cuanto al tema de las preferencias profesionales, los programas de Derecho, Administración de Empresas y Negocios Internacionales, que fueron los más mencionados, todos los ofrece la Universidad del Magdalena, aunque la información que tienen de ellos es entregada en su mayoría por estudiantes de dichos programas ó es encontrada por medios propios.

La principal competencia de la Universidad del Magdalena en la Ciudad es la Universidad Sergio Arboleda sobretodo en el Derecho, ya que los entrevistados en su mayoría creen que es la mejor en el área, siendo la segunda y en ocasiones la primera opción de los estudiantes entrevistados, quienes ya han realizado sus procesos de inscripción en ambas, por lo cual cabe resaltar que el costo del semestre por programa no es una razón decisiva al momento de escoger la Universidad.

Por todo lo anteriormente nombrado podemos decir que las creencias y percepciones que tienen los estudiantes con mayores posibilidades económicas frente a otros, de poder escoger cualquier Universidad en la cual estudiar, son tan buenas que al final es posible afirmar que sin ningún problema accederían a estudiar en la Universidad del Magdalena, y que por el contrario serían considerados egresados tan competitivos como los de cualquier Universidad bien sea pública o privada.



RECOMENDACIONES

A partir de los resultados y la información obtenida de la investigación acerca de las creencias y percepciones de los estudiantes de undécimo grado de los colegios Divino Niño y Diocesano Sn José, planteamos las siguientes recomendaciones a la Universidad:

1. Debe realizar visitas a los colegios o reuniones de promoción de sus programas donde se inviten a los estudiantes de undécimo grado de los colegios bien sean privados o públicos de Santa Marta.
2. Debe aprovechar las ceremonias de grado de los colegios y entregar sobres con información de sus programas académicos, con todos los beneficios que esta ofrece a la comunidad interesada.
3. Cuando se obtengan logros en los diferentes programas ofrecidos por la Universidad, debe encargarse de hacer llegar esa información a toda la comunidad samaria, para que expandir su reconocimiento y por lo tanto atraer más estudiantes.
4. Sería ideal crear una base de dato con los datos de estudiantes de undécimo grado de colegios de Santa Marta y enviar a sus correos información permanente de los programas de su interés, invitarlos a convocatorias, entre otras.
5. A los estudiantes de undécimo se les debería abrir un espacio donde puedan asistir bien sea a talleres, seminarios, simposios, charlas, entre otras, que les permitan familiarizarse no solo con el programa de su interés sino también con la Universidad y sus procesos.



BIBLIOGRAFÍA

Domingo José Martínez Díaz, Valores y creencias en el consumo de comida de los hogares barranquilleros. Pensamiento y gestión, N° 27 ISSN 1657-6276, Universidad del Norte 2006 – 2007.

PEREZ Romero, Luis Alfonso. Marketing Social Teoría y Práctica. Editorial Pearson Prentice Hall. Pág. 10

WEBGRAFÍA

<http://www.unimagdalena.edu.co/?service=infoG>

http://es.wikipedia.org/wiki/Universidad_del_Magdalena

<http://www.uco.es/gestion/sigma/manuales/atlas/manualDOA.pdf>

http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo_y_publicidad/comportamientodelconsumidor/default4.asp



ANEXOS



Anexo 1

FORMATO DE ENTREVISTA
Objetivo: Conocer las percepciones y creencias de los estudiantes del Undécimo grado de Colegios privados de Santa Marta acerca de la Universidad del Magdalena. Sus resultados serán utilizados solo con fines académicos.
Entrevistador: Saile Milena Prado Olivo, Leidys Diana Pérez Africano y Claudia Pardo Luna
PREGUNTAS
1. ¿Qué programa académico le gustaría estudiar?
2. ¿Dónde le gustaría realizar sus estudios universitarios y por qué?
3. ¿Conoce la oferta académica de la Universidad del Magdalena, Por cual medio se entero?
4. ¿Si en la Universidad del Magdalena se ofreciera la carrera de su preferencia, la estudiaría en ella?
5. ¿Tiene conocimiento de las actividades que realiza la Universidad del Magdalena para dar a conocer sus Programas Académicos?
6. ¿Conoces personas que actualmente estén estudiando en la Universidad del Magdalena?
7. ¿Qué referencias dan estas personas de la Universidad del Magdalena?
8. ¿Cómo calificaría la Calidad Académica de la Universidad del Magdalena?
9. ¿Están de acuerdo sus padres con su inclinación profesional?
10. ¿Qué percepción tienen sus padres de la Universidad del Magdalena?

Anexo 2

Registro Fotográfico de aplicación de entrevistas

