

El dilema para elegir la formación profesional, caso de estudio región del Alto Magdalena¹

Professional training, case study region of Alto Magdalena

O dilema na escolha da formação profissional, estudo de caso região Alto Magdalena

Ulises Segura Barón²
Blanca Leider Arias Esquivel³

Recibido: 27 de julio de 2021

Aceptado: 17 de noviembre de 2021

Publicado: 12 de febrero de 2022

Cómo citar este artículo:

Segura Barón, U. y Arias Esquivel, B. L. (2022). El dilema para elegir la formación profesional, caso de estudio región del Alto Magdalena. *Rastros Rostros*, 24(1), 1-22. doi: <https://doi.org/10.16925/2382-4921.2022.01.01>

Artículo de Investigación. <https://doi.org/10.16925/2382-4921.2022.01.01>

¹ Artículo de investigación del proyecto "Formación De Profesionales Región Del Alto Magdalena", de la Universidad Piloto de Colombia.

² Doctor en Educación. Magíster en Desarrollo Educativo y Social. Economista. Profesor investigador de la Universidad Piloto de Colombia, seccional del Alto Magdalena.

Correo electrónico: doctorusb.edu@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4879-4957>

³ Administradora Turística y Hotelera. Magíster en Planificación y Gestión del Turismo. Decana de Ciencias Sociales y Empresariales. Universidad Piloto de Colombia, seccional del Alto Magdalena.

Correo electrónico: blanca-arias@unipiloto.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8933-8272>

Resumen

El presente documento es el resultado de un proyecto investigativo que indaga acerca de la necesidad de formación de profesionales en la región de Girardot y el Alto Magdalena. Se presenta como aporte al diálogo e indagaciones críticas orientadas a la determinación de los factores o a causas que definen la decisión de los estudiantes de bachillerato para el ingreso a la educación superior. El objetivo es identificar las necesidades y demandas sociales, la oferta y demanda educativa, regional a fin de sustentar y proponer condiciones de formación acorde al desarrollo territorial. La investigación tuvo un enfoque mixto en donde se utilizaron instrumentos cuantitativos y cualitativos, que, sumado a una etapa descriptiva y exploratoria, permitieron recolectar información de valor para analizar el caso de estudio: la seccional del Alto Magdalena de la Universidad Piloto de Colombia con base en su situación actual. De este modo, a partir de las condiciones particulares de la ciudad, se conoció el interés de formación profesional de los estudiantes, el lugar de formación y sus principales motivaciones; esto contrastado con las expectativas de los empresarios de la región, que buscan profesionales con habilidades y competencias específicas. Como resultado preliminar, las carreras en derecho y *marketing* son las más demandadas por los estudiantes, los empresarios por su parte se inclinan por las ciencias administrativas a nivel general, lo que abre un campo de estudio más profundo que al respecto de identificar el impacto de esta formación en la región.

Palabras clave: identidad profesional, motivación profesional, estudiantes, oferta educativa.

Abstract

This document is the result of a research project that investigates the need for training professionals in the Girardot and Alto Magdalena region, it is presented as a contribution to dialogue and critical inquiries aimed at determining the factors and/or causes that define the decision of high school students to enter higher education. The objective is to identify the social needs and demands, the educational, regional supply and demand in order to support and propose training conditions according to territorial development, the research had a mixed approach where quantitative and qualitative instruments were used, which added to a stage descriptive and exploratory, allowed to collect valuable information to analyse the case study: the Alto Magdalena Section of the Pilot University of Colombia based on its current situation. This allowed us to know from the particular conditions of the city-region the interest in professional training of the students, the place of training and their main motivations, this contrasted with the expectations of entrepreneurs in the region, who are looking for professionals with skills and specific competences. As a preliminary result, careers in Law and Marketing are the most demanded by students, businessmen for their part are inclined towards administrative sciences at a general level, which opens a field of study that is deeper than in relation to identifying the impact of this training in the region.

Keywords: Professional identity, professional motivation, students, educational offer.

Resumo

Este documento é resultado de um projeto de pesquisa que investiga a necessidade de formação profissional nas regiões de Girardot e Alto Magdalena, apresenta-se como uma contribuição ao diálogo e questionamentos críticos visando determinar os fatores e/ou causas que definem a decisão de alta alunos da escola para ingressar no ensino superior. O objetivo é identificar as necessidades e demandas sociais, a oferta e a demanda educacional, regionais para apoiar e propor condições de formação de acordo com o desenvolvimento territorial, a pesquisa teve uma abordagem mista onde foram utilizados instrumentos quantitativos e qualitativos, que somados a uma etapa descritivo e exploratório, permitiu coletar informações valiosas para analisar o estudo de caso: a Seccional Alto Magdalena da Universidad Piloto de Colombia com base em sua situação

atual. O que permitiu conhecer das condições particulares da região da cidade o interesse de formação profissional dos alunos, o local de formação e as suas principais motivações, contrastou com as expectativas dos empresários da região, que procuram profissionais com competências e competências. Como resultado preliminar, as carreiras em Direito e Marketing são as mais procuradas pelos estudantes, os empregadores, por sua vez, inclinam-se para as ciências administrativas a nível geral, o que abre um campo de estudo mais profundo do que a este respeito para identificar o impacto desta formação na região.

Palavras-chave: Identidade profissional, motivação profissional, estudantes, oferta educativa.

Introducción

Actualmente, la demanda de programas educativos para los jóvenes es amplia y variada, el Alto Magdalena cuenta con cuatro instituciones de educación superior que ofertan programas de nivel tecnológico y profesional. Dicha oferta se concentra principalmente en programas educativos relacionados con las ciencias sociales y la ingeniería. A nivel general, los jóvenes de Girardot y la región cuentan con beneficios económicos que les permiten acceder a la educación superior en universidades públicas y privadas, lo que se convierte en un beneficio y una oportunidad para garantizar la sostenibilidad de su proceso de formación.

El presente estudio es producto del trabajo en equipo realizado por personal académico de la Facultad de Ciencias Sociales y Empresariales, con la finalidad de identificar las necesidades y demandas sociales, la oferta y demanda educativa regional a fin de sustentar y proponer condiciones educativas acorde al desarrollo territorial, ya que se debe partir del capital humano que existe y se forma en ella para actuar en pro de lo económico y social de la ciudad y la región.

Así que las universidades tienen un reto, y es el de cumplir con las expectativas de formación en términos de innovación, calidad y pertinencia, frente a las necesidades de formación, en primer lugar, a nivel de pregrado para así contribuir a la formación de profesionales que atiendan las necesidades y problemáticas de la región, el Estado y el país.

En este orden de ideas, se realizó un proceso investigativo que da cuenta de las condiciones en que se encuentra la estructura de formación de los estudiantes de la ciudad y la región.

Situación problema

En el marco del proyecto de investigación acerca de la necesidad de recursos humanos para la región, se detectó que los estudiantes de secundaria no tienen claras

las opciones de formación profesional, sus motivaciones son dispersas, por lo que se les dificulta seleccionar una ciudad e institución en donde realizar su proceso de formación, esta situación, sumada al criterio variable natural de la edad, les puede hacer cometer errores que van a marcar su futuro y entorno en el que habitan. Para el caso en la región del Alto Magdalena, con Girardot como su principal centro urbano, tenemos que, según resultados del observatorio laboral para la seccional del Alto Magdalena, “el 52 % de los graduandos inició su formación profesional con un tiempo inferior a tres meses de haber finalizado su formación en educación media” (Universidad Piloto de Colombia, 2017, p. 6), lo que es propio según los ciclos de inscripción y matrícula para un pregrado. Sin embargo, este mismo documento también indica que existe un 28 % de estudiantes que se demora más de un año para definir su carrera profesional, lugar e institución. Esto denota la incertidumbre que tienen los estudiantes una vez egresan como bachilleres. Y aunque se podría pensar que una de las razones es económica, la encuesta del Observatorio Laboral (OLE) indica que “40 % de los estudiantes realizan su formación académica con el apoyo de los padres/acudientes, un 27 % lo hacen con recursos propios y un 24 % lo hacen con crédito educativo” (Universidad Piloto de Colombia, 2017, p. 9), es decir que existen otros motivos distintos al económico por los cuales los estudiantes presentan indecisión y postergan su ingreso a la educación superior.

Es claro que uno de los problemas clave para el desarrollo de las regiones es la alianza que debe existir entre la sociedad, la universidad y el Estado, ¿pero se reconocen las condiciones en que esta alianza se realiza?, así mismo se identifica que por lo menos uno de cada tres estudiantes que inician los procesos de formación no logran terminar su carrera, la pregunta es y ¿cuál es el motivo?

El problema, entonces, es identificar a partir de las condiciones particulares de la ciudad-región, lo que los aspirantes desean estudiar, dónde lo harían y por qué lo harían, luego determinar qué están requiriendo los empresarios de la región, relacionar las dos fuentes y definir qué es lo que el territorio necesita, lo que deriva la siguiente pregunta de investigación: ¿cuáles son las necesidades y demandas sociales, la oferta y demanda educativa, regional que aporte a la cualificación del talento humano y al desarrollo territorial?

Aspectos metodológicos

La investigación tuvo un enfoque cualitativo, que para Bernal (2010) “este enfoque utiliza métodos que se orientan a profundizar casos específicos y su mayor preocupación no es medir, sino cualificar y describir el fenómeno social objeto de estudio a

partir de rasgos determinantes" (p. 71). En este caso, el objeto de estudio se ubica en la región del Alto Magdalena. A su vez, se utiliza un método descriptivo que reseña las características de un fenómeno existente (Salkind, 1998). Por su parte, desde el enfoque cuantitativo se utilizan los análisis estadísticos y se da a partir de la recolección y la medición de datos, la obtención de frecuencias y estadígrafos de población (Otero-Ortega, 2018). Esta combinación de enfoques permite describir y explorar el objeto de investigación. Para ello se realiza una revisión documental, de material bibliográfico, estadístico y de información diversa y la aplicación de un trabajo de campo que implicó: observación directa, entrevistas, aplicación de cuestionarios, pláticas y visitas a diversas instancias, incluyendo las encuestadas.

El primer instrumento se aplicó con el objetivo de determinar la necesidad de formación de profesionales en Girardot a estudiantes de los grados once de los colegios de Girardot y su área de influencia (marzo-abril de 2019), de los cuales, 263 corresponden a estudiantes de los colegios de Girardot, 52 de Agua de Dios, 33 de Ricaurte, 92 de Tocaima y 13 de Flandes.

Así mismo, se enriquece con los resultados de una investigación de mercados realizada para determinar la viabilidad para la implementación de nuevos programas a nivel profesional en la Universidad Piloto de Colombia, seccional Alto Magdalena Girardot en 2017.

Girardot ciudad región

Girardot es una de las ciudades más importantes de Cundinamarca por su población, centros de educación superior, economía y extensión urbana. También es una de las ciudades con más afluencia de turistas y población flotante del país, conforma una conurbación junto con los municipios de Flandes y Ricaurte los cuales son administrativamente independientes y geopolíticamente vinculados a Cundinamarca y Tolima, que suman una población de 144.248 habitantes.

Los límites que definen los municipios son elementos naturales de gran relevancia y que hacen parte integral del paisaje urbano y rural; por un lado, el río Magdalena, que es una división administrativa de los departamentos de Cundinamarca y de Tolima y que sirve de frontera entre Flandes, Girardot y Ricaurte. Y por el otro lado está el río Bogotá, que define los límites entre Girardot y Ricaurte.

Las principales actividades económicas del municipio son el turismo y el comercio, la ciudad posee infraestructura hotelera y de recreación, destacándose los condominios vacacionales, centros recreacionales de gran capacidad, restaurantes, clubes nocturnos y atracciones ecoturísticas. La ciudad cuenta con centros

comerciales, como Unicentro, El Parque, Pasaje Real, Bahía, San Andresito, La 14 y grandes superficies como Jumbo, Éxito y Home center; posee una buena cobertura de servicios públicos, facilidades comerciales y entidades financieras con capacidad para atender la demanda regional y los flujos turísticos.

En la actualidad, Girardot es de una de las ciudades del país más atractivas para visitar, pues la planta hotelera de la ciudad es considerada por su calidad, diversidad y capacidad como una de las más importantes del país, es sede oficial desde 1969 del Reinado Nacional del Turismo, del que uno de sus precursores fue el destacado presentador de programas turísticos televisivos Héctor Mora Pedraza, tal es su importancia que, en 1996, la Ley General de Turismo, en el artículo 110, ratificó legalmente a Girardot, como anfitriona del certamen (Ley 300 de 1996).

En cuanto a la cobertura en educación, al analizar la tasa de cobertura bruta (TCB), que corresponde a la "relación porcentual entre los alumnos matriculados en un nivel de enseñanza específico (independiente de la edad que tengan) y la población escolar que tiene la edad apropiada para cursar dicho nivel" (Ministerio de Educación Nacional [MEN], 2007), frente a la tasa de cobertura neta (TCN) que representa "los estudiantes matriculados en un nivel educativo que tienen la edad adecuada para cursarlo y el total de la población en el rango de edad apropiado para dicho nivel" Ministerio de Educación Nacional [MEN], 2007).

Una aproximación desde consideraciones conceptuales

En cuanto a la deserción escolar, Laura Toribio (2015) transcribe las experiencias de dos expertas en el tema quienes afirman que "los riesgos de una mala decisión son frustración, deserción escolar y subocupación, dicen expertos" (párr. 1).

Afirma la autora que Ana Paula Rodríguez, directora de Vocación Central manifestó: "Tenemos 40 por ciento de personas que no escogieron lo que querían, no identificaron al momento de estudiar que no era la profesión y, entonces, en algunos casos viene el abandono escolar" (Toribio, 2015, párr. 7).

Manifiesta que Telma Ríos, experta en el tema de orientación vocacional, de la UNAM considera que: "Muchas veces se quedan con lo que les dicen sus familiares, lo que les dicen sus amigos, las personas cercanas a ellos, o con las ideas que ellos se forman a través de lo que ven en los medios de difusión y que muchas veces estereotipan las profesiones" (Toribio, 2015, párr. 18).

Por otra parte y ratificando lo expuesto, Luz Adriana Pineda, en su investigación *Factores que afectan la elección de carrera: caso Bogotá*, trae a colación lo planteado por Camarena cuando afirma que “la elección de carrera es un proceso de alta complejidad debido a que la mayoría de individuos que afrontan esta situación lo hacen a temprana edad, y deben enfrentarse a una amplia oferta de programas académicos de los cuales no poseen la información suficiente sobre las áreas que lo componen ni su perfil profesional” (Pineda, 2015, p. 3); así que como afirma la autora, “la elección de carrera se ve influenciada por la motivación que esta genere en el estudiante a nivel personal, social y laboral” (p. 5).

La autora realizó una revisión de la literatura existente y encontró que algunos detalles como que Jiménez y Salas (1999, citado por Pineda, 2015) indicaron que “estudiantes con ingresos familiares altos o con padres cuyo nivel educativo es alto tienen mayor probabilidad de estudiar carreras de ciclo largo, de igual manera para aquellos que tuvieron un buen desempeño académico durante el colegio” (p. 7). Ahora bien, en un estudio de ciencias básicas, humanas y sociales, Di Gresia (2009, citado por Pineda, 2015) detectó que “los resultados obtenidos observan que las carreras con mayor demanda son ciencias económicas, ingeniería, derecho y medicina, y hay heterogeneidad de las carreras en ingresos, situación laboral y género” (p. 7), sin embargo, dice la autora que “para ninguno de los modelos, el autor tiene en cuenta el rendimiento académico durante el colegio, el cual es un determinante que ayuda a perfilar al estudiante en su vocación profesional” (Pineda, 2015, p. 5).

Por otra parte, en Colombia Morales *et al.* (2014, citado por Pineda, 2015) detectaron que “los estudiantes con computador, ingresos familiares altos y madre ama de casa con educación superior, optan por estudiar una carrera profesional. Sin embargo, la educación del padre, la educación del hermano y tener ingresos familiares medios no tiene incidencia en la elección de este tipo de programas” (p. 6).

Finalmente, la autora propone los factores que inciden en la elección de la carrera y los autores que la soportan, como se ilustra en la tabla 1.

Tabla 1. Factores que explican la elección de carrera

| Factores | Autores |
|---------------------|--|
| Individuales | |
| Edad | Porter, S. R., & Umbach, P. D. (2006), Di Gresia (2009), Jiménez & Salas (1999), Lepel, Williams & Waldaver (2001). |
| Género | Porter, S. R., & Umbach, P. D. (2006), Di Gresia (2009), Lepel, Williams & Waldaver (2001), Miranda, Benavides, Trujillo e Higuera (2014). |

(continúa)

(viene)

| Factores | Autores |
|---------------------------------|--|
| Individuales | |
| Estado civil | Di Gresia (2009). |
| Socioeconómicas | |
| Estrato social | Jiménez & Salas (1999), Porter, S. R., & Umbach, P. D. (2006). |
| Educación de los padres | Jiménez & Salas (1999), Lepel, Williams & Waldaver (2001), Di Gresia (2009), González (2009). |
| Ocupación laboral de los padres | Jiménez & Salas (1999), Lepel, Williams & Waldaver (2001), Porter, S. R., & Umbach, P. D. (2006), González (2009). |
| Ingresos familiares | Jiménez & Salas (1999), Di Gresia (2009), Miranda, Benavides, Trujillo e Higuera (2014). |
| Estudiante trabaja | Di Gresia (2009), Miranda, Benavides, Trujillo e Higuera (2014). |
| Fuente de financiación | Jiménez & Salas (1999). |
| Reside en el hogar familiar | Jiménez & Salas (1999), Lepel, Williams & Waldaver (2001). |
| Académicas | |
| Colegio privado | Porter, S. R., & Umbach, P. D. (2006). |
| Resultado en pruebas de estado | Porter, S. R., & Umbach, P. D. (2006). González (2009). |
| Motivacionales | |
| Aspectos motivacionales | Gámez & Marrero (2003). |

Fuente: Pineda, 2015, p. 12.

Todos estos factores recogen un gran entramado a la hora de definir qué tipo de profesión desean realizar los estudiantes, como lo indica Pineda (2015), la elección de un programa académico “se ve influenciada positivamente si la madre del estudiante tiene educación superior y/o si los ingresos familiares son superiores a tres salarios mínimos legales vigentes” (Pineda, 2015, p. 19).

Es importante, entonces, precisar conceptualmente los principales ingredientes que dan cuenta de los aspectos motivacionales y de identidad profesional, para este propósito se trae a colación el trabajo de Vázquez y García Fonseca (2015), denominado, “Elegir una profesión significa elegir el futuro. Mirada a la dialéctica: motivación-elección profesión”. Las autoras precisan, primeramente:

Por motivación profesional define:

Una formación psicológica, reguladora de la actuación del sujeto, en la cual se integran en una unidad dialéctica sus aspectos de contenido y funcionamiento que posibilitan en su desarrollo, alcanzar el nivel superior de autorregulación del sujeto en su actuación profesional: la autode-terminación. (González, 1999a). (Vázquez y García Fonseca, p. 59).

Y afirman que Jorge Luis del Pino conceptualiza la identidad profesional como:

Una configuración subjetiva que expresa el sentido personal de pertenencia a una profesión. La identidad de cada individuo expresa la dialéctica de lo general y lo particular. El sujeto piensa, siente y actúa como un profesional concreto, conformado desde su identidad nacional en un contexto sociopolítico determinado, pero a través de su propia historia personal. Esto explica que en sujetos de una misma profesión puedan observarse roles y actitudes profesionales diferentes. (Del Pino, 1999. p. 68, citado por Vázquez y García Fonseca, 2015, p. 59).

A partir de estos principios, y luego del análisis, llegan a concluir, entre otros aspectos fundamentales:

La caracterización del desarrollo de la motivación profesional demostró que en estos estudiantes no se ha alcanzado un nivel de estructuración que propicie que la elección profesional se realice basada en un acto de autodeterminación, pues estos jóvenes no están en condiciones de realizar una valoración de sus intereses, capacidades y posibilidades, partiendo de sus aspiraciones, y en correspondencia con esta evaluación, tomar una decisión responsable:

1.1- El contenido de la motivación profesional se caracteriza por la existencia de una combinación de motivaciones intrínsecas y extrínsecas asociadas al estudio de la futura profesión, ya que los estudiantes asocian un gusto o interés por el contenido esencial de la profesión con la identificación de beneficios de orden económico asociados al desempeño de esta.

1.2- La dimensión cognitiva de la motivación profesional se encuentra insuficientemente desarrollada dado el pobre conocimiento sobre las carreras de su preferencia y la información poco precisa que poseen, así como el desconocimiento de determinados aspectos esenciales de la profesión necesarios para tomar la decisión de estudiar cualquier carrera universitaria.

1.3- La dimensión afectiva de la motivación profesional es la más desarrollada, pues se expresa una gran implicación afectiva con las carreras de su preferencia y el predominio de un vínculo afectivo positivo con las carreras que desean estudiar:

- Como tendencia se evidencia una falta de racionalidad en la elección pues esta se sustenta en un gusto o preferencia que carece de la información necesaria para hacer una elección responsable. (Vázquez y García Fonseca, 2015, p. 72).

Desarrollo de la investigación y discusión

A continuación, el desarrollo de la investigación con base en tres escenarios: los estudiantes, la oferta educativa y lo que los empresarios desean. El análisis en tanto el estudio de mercado reciente se trabajó de forma deductiva y presenta las siguientes consideraciones a partir de las tablas que para el efecto se construyeron.

Tabla 2. Universidad, profesión y motivo general

| Universidad | n.º | % |
|--------------------|------------|----------|
| U. Nacional | 96 | 21,2 |
| U. Piloto | 91 | 20,1 |
| U. Tolima | 32 | 7,1 |
| U. Cundinamarca | 59 | 13,0 |
| U. Ibagué | 30 | 6,6 |
| UNIMINUTO | 35 | 7,7 |
| Otra | 110 | 24,3 |
| Total | 453 | 100,0 |

| Profesión | n.º | % |
|----------------------------------|------------|----------|
| Profesional de Marketing | 42 | 9,3 |
| Derecho | 77 | 17,0 |
| Periodismo, Comunicación. Social | 40 | 8,8 |
| Autor de contenidos digitales | 33 | 7,3 |
| Otra | 261 | 57,6 |
| Total | 453 | 100,0 |

| Motivo | n.º | % |
|-----------------|------------|----------|
| Gusto | 345 | 76,2 |
| Prestigio | 26 | 5,7 |
| Ciudad | 18 | 4,0 |
| Valor matrícula | 43 | 9,5 |
| Pensum | 11 | 2,4 |
| Jornada | 3 | 0,7 |
| Otra | 7 | 1,5 |
| Total | 453 | 100,0 |

Fuente: elaboración propia.

Una primera observación (encuesta 1) se refiere a la preferencia acerca de la Universidad Nacional, la cual siempre ocupa el primer lugar, para el caso representa el 21,2 % de los encuestados; sin embargo, la Universidad Piloto está muy cerca, con el 20,2 %; siguiendo en el orden, la Universidad de Cundinamarca con el 13,0 %; se infiere que en el área de influencia el peso de la Universidad Piloto es muy alto frente a las diferentes alternativas propuestas. Por otra parte, referidos a la profesión seleccionada en la misma tabla 2, se observa cómo el Derecho corresponde a la primera opción, con el 17; seguida por Marketing con el 9,3 %; Periodismo cuenta con el 8,8 %.

Finalmente, referidos al porqué de las escogencias de los estudiantes, solo observando la tabla 2 se encuentra que: como aspecto general, en todos los niveles de la población encuestada el simple gusto individual es el motivo principal de selección (76 %); el valor de la matrícula corresponde al 9,5 %; y el prestigio, al 5,7 %, el cual es otro aspecto favorable en la región y la ciudad para la Universidad Piloto.

Por otra parte, en el estudio realizado por el profesor Garzón Cabrera (2017a) afirma:

Al solicitar a los bachilleres mencionar las instituciones donde les gustaría estudiar, se observa que la inclinación por adelantar estudios en la Universidad Nacional de Colombia es la más alta (aproximadamente uno de cada seis estudiantes así lo manifiestan), y esta alcanza una figuración del 16,6 %. Esta opinión está respaldada principalmente por: nivel académico alto, bajos costos, prestigio de la universidad y gusto, especialmente.

Posteriormente, se ubica la Universidad Piloto de Colombia, y para este caso, aproximadamente uno de cada diez estudiantes manifiesta que les gustaría estudiar allí (8,9 %). Luego figuran: Universidad del Tolima, Cundinamarca, carrera militar/policia y UNIMINUTO, donde aproximadamente solo a uno de cada veinte futuros bachilleres, les gustaría estudiar allí (5,9 %, 5,0 %, 4,7 % y 4,5 %, respectivamente). (Garzon Cabrera, pp. 9-10).

Con lo cual se ratifica lo expuesto en las tendencias de las preferencias por universidades.

Así mismo, al revisar las profesiones preferidas, el profesor Garzón Cabrera (2017a) afirmó:

Medicina sigue siendo la carrera que más gustaría estudiar a los futuros bachilleres de la zona. En el total, aproximadamente uno de cada siete

manifiesta que le gustaría estudiarla (13,8 %), seguida por Ingeniería Civil, que para el caso solo a uno de cada catorce de los futuros bachilleres le gustaría estudiarla (7,0 %).

Importante resaltar que de las carreras a nivel profesional que algo tienen que ver con las que podría ofertar la Universidad Piloto de Colombia en Girardot, se destacan: Derecho, Psicología y Diseño Gráfico, con 6,1 %, 5,6 % y 3,6 %, respectivamente; es decir, para el caso de Derecho, a uno de cada 17 de los futuros bachilleres les gustaría estudiarla, mientras que Psicología y Diseño Gráfico, a uno de cada 18, y a uno de cada 28, respectivamente, les gustaría estudiarlas. Para el caso de Mercadeo, solamente a uno de cada 170 de los futuros bachilleres le gustaría estudiarla, es decir al 0,6 %. (pp. 10-11).

Ratificando particularmente el caso de Derecho como una opción importante para la región.

De la misma forma concluye respecto a los motivos:

Claramente, para más de la mitad de los futuros bachilleres el aspecto que más incide en la elección de la carrera a estudiar es: el gusto por la carrera (56,3 %), para aproximadamente uno de cada cinco de los futuros bachilleres; así como el prestigio de la Universidad y la ciudad (19,3 % y 18,4 %, respectivamente). Entre tanto, aproximadamente para uno de cada seis de los futuros bachilleres el valor de la matrícula y el pensum son factores determinantes (17,9 % y 15,6 %, respectivamente). (Garzón Cabrera, 2017a, p. 13).

En la tabla 3, otras universidades, se encuentra que el 24,3 % de los encuestados refieren a otra posibilidad: Fuerzas Armadas.

Tabla 3. Otras universidades general

| Otras universidades | | | | | |
|---------------------|-----|-----|--------------|-----|-----|
| Universidad | n.º | % | Universidad | n.º | % |
| U. Nueva Granada | 3 | 3,0 | U. del Norte | 1 | 1,0 |
| U. Caldas Manizales | 3 | 3,0 | Exterior | 3 | 3,0 |
| U. Corpas | 1 | 1,0 | U. Antioquia | 3 | 3,0 |

(continúa)

(viene)

| Otras universidades | | | | | |
|----------------------------|------------|----------|--------------------|------------|----------|
| Universidad | n.º | % | Universidad | n.º | % |
| U. Javeriana | 4 | 4,0 | UIS | 1 | 1,0 |
| Escuela de Ingenieros | 1 | 1,0 | ITFIP | 2 | 2,0 |
| U. El Bosque | 2 | 2,0 | E. Artes y Letras | 8 | 8,0 |
| Fuerzas Armadas | 24 | 24,3 | Sena | 7 | 7,0 |
| U. Tadeo | 1 | 1,0 | U. Sergio Arboleda | 2 | 2,0 |
| U. Santo Tomás | 2 | 2,0 | U. Surcolombiana | 1 | 1,0 |
| UNAD | 1 | 1,0 | U. Distrital | 1 | 1,0 |
| U. Pedagógica | 1 | 1,0 | U. Libre | 1 | 1,0 |
| Politécnico | 1 | 1,0 | U. Andes | 2 | 2,0 |
| ICESI | 1 | 1,0 | Ajuste | 31 | 21,0 |
| U. Externado | 1 | 1,0 | | 110 | 100,0 |
| U. Católica | 1 | 1,0 | | | |

Fuente: elaboración propia.

La opción relevante la ocupan la opción de Fuerzas Armadas, el cual es un segmento que ocupa una franja de población que no es de forma directa el mercado a profundizar. A tener en cuenta en la región la Escuela de Artes y Letras, que en el momento en la opción otra representa el 8 % de esta opción y el Sena, con el 7 %, el resto de preferencias no superan el 4 %. Universidades de importancia a nivel nacional, como la Javeriana, los Andes y la Universidad de Antioquia, apenas tienen el 3 % y 2 %.

Respecto a otras profesiones, como se visualiza en la tabla 2 corresponde al 57,6 %, tendencia que se ratifica a nivel general desde la ciudad y la región, como se observa en la tabla 4. Siendo la participación de las fuerzas armadas de gran importancia con el 11,5% del total.

Tabla 4. Otras profesiones

| Otras profesiones | | | | | |
|---------------------------|------------|----------|---------------------------|------------|----------|
| Profesión | n.º | % | Profesión | n.º | % |
| Actor | 4 | 1,6 | Ing. Sistemas | 5 | 2,0 |
| Administración - Economía | 10 | 4,0 | Ing. Ambiental - Ecología | 4 | 1,6 |
| Arquitectura | 4 | 1,6 | Ing. Eléctrica | 1 | 0,4 |
| Astronomía | 1 | 0,4 | Licenciaturas Deportes | 8 | 3,2 |
| Biología - Agroindustria | 2 | 0,8 | Mecatrónica | 1 | 0,4 |
| Criminalística | 8 | 3,2 | Medicina | 20 | 7,9 |

(continúa)

(viene)

| Otras profesiones | | | | | |
|--------------------------------------|-----|------|--------------------------|-----|-------|
| Profesión | n.º | % | Profesión | n.º | % |
| Diseño Gráfico- Fotografía Diseño | 13 | 5,1 | Negocios Internacionales | 7 | 2,8 |
| Enfermería Nutrición | 30 | 11,9 | Odontología | 1 | 0,4 |
| Finanzas - Contaduría | 7 | 2,8 | Psicología | 9 | 3,6 |
| Fisioterapia | 1 | 0,4 | Psicología | 8 | 3,2 |
| Fuerzas Armadas | 29 | 11,5 | Química | 1 | 0,4 |
| Gastronomía | 5 | 2,0 | Robótica | 1 | 0,4 |
| Geología | 5 | 2,0 | Salud Ocupacional | 3 | 1,2 |
| Idiomas | 5 | 2,0 | Trabajo Pedagogía Social | 5 | 2,0 |
| Ingeniería Civil | 14 | 5,5 | Veterinaria - Zoología | 9 | 3,6 |
| Ing. Industrial | 1 | 0,4 | Ajuste | 26 | 7,1 |
| Ing. Mecánica - Automotriz | 13 | 5,1 | | 261 | 100,0 |

Fuente: elaboración propia.

La población encuestada prefiere a las Fuerzas Armadas en un 11,5 %, sin embargo, Enfermería, ofertada por la Universidad de Cundinamarca, representa el 11,9 %, siendo una condición histórica de la región y que un poco explica el 13 % de su preferencia en la tabla 2, dejando en esa tabla la opción UNIMINUTO con el 7,7 % como preferente número tres.

Por otra parte, la siguiente opción en cuanto profesión en la tabla 4, corresponde a otro componente histórico el cual es Medicina con el 7,9 %; Diseño Gráfico Fotografía y diseño en general con el 5,1 %, como sustento en la Escuela de Artes y Letras; y un punto a tener en cuenta, el 5,5 % de Ingeniería Civil, mostrando de alguna forma la importancia del programa de la Universidad Piloto en la región.

Siguiendo con los programas de la U. Piloto, Ingeniería de Sistemas representa el 2 %; agrupados, Economía y Administración cuentan con el 4 %, sin embargo, no se nombra Administración Logística, Ambiental ni Turística.

A nivel región

En torno a la situación en los municipios propios del estudio, en la tabla 5 se relaciona la situación en cuanto a las preferencias por la universidad, la profesión y los motivos para esta condición.

Tabla 5. Preferencias por universidad, profesión y motivo a nivel región

| Resumen área | | |
|---------------------|------------|----------|
| Universidad | n.º | % |
| U. Nacional | 40 | 21,1 |
| U. Piloto | 56 | 29,5 |
| U. Tolima | 10 | 5,3 |
| U. Cundinamarca | 26 | 13,7 |
| U. Ibagué | 9 | 4,7 |
| UNIMINUTO | 15 | 7,9 |
| Otra | 34 | 17,9 |
| Total | 190 | 100,0 |

| Profesión | n.º | % |
|-----------------------------------|------------|----------|
| Profesional en Marketing | 19 | 10,0 |
| Derecho | 30 | 15,8 |
| Comunicación. Social y Periodismo | 14 | 7,4 |
| Autor de contenidos digitales | 17 | 8,9 |
| Otra | 110 | 57,9 |
| Total | 190 | 100,0 |

| Motivo | n.º | % |
|-----------------|------------|----------|
| Gusto | 135 | 71,1 |
| Prestigio | 14 | 7,4 |
| Ciudad | 7 | 3,7 |
| Valor matrícula | 28 | 14,7 |
| Pensum | 4 | 2,1 |
| Jornada | | 0,0 |
| Otro | 2 | 1,1 |
| Total | 190 | 100,0 |

Fuente: elaboración propia.

Así las cosas, el 21,1 % desean estudiar en la Universidad Nacional; mientras en la U. Piloto, el 29,5 % denotando una fuerte tendencia en la región; a la Universidad de Cundinamarca la prefirieron el 13,7 % de los encuestados; la opción otra tiene el 17,9 %; esto refleja una marcada tendencia en general por la U. Piloto.

La carrera de Derecho, igualmente como en la generalidad, es preferida y Marketing la segunda opción, con el 10 %, lo que confirma la tendencia general del estudio.

En cuanto el motivo, sin duda los estudiantes confirman la observación de que son ellos, a través de sus gustos, quienes definen la opción por estudiar, con el 71,1 % y el valor de la matrícula, con el 14,7 %.

Ahora bien, en cuanto a la escogencia por otras universidades, que en el caso, esta opción fue escogida por el 17,4 %, se puede afirmar lo que se muestra en la tabla 6.

Tabla 6. Otras universidades preferidas región

| Otras universidades | | |
|----------------------------|----|-------|
| SENA | 5 | 14,7 |
| Politécnico | 1 | 2,9 |
| Manizales | 1 | 2,9 |
| U. Javeriana | 1 | 2,9 |
| U. Santo Tomás | 2 | 5,9 |
| U. El Bosque | 1 | 2,9 |
| Fuerzas Armadas | 4 | 11,8 |
| UNAD | 1 | 2,9 |
| Pedagógica | 1 | 2,9 |
| Exterior | 1 | 2,9 |
| U. Antioquia | 1 | 2,9 |
| E. Artes y letras | 4 | 11,8 |
| U. Andes | 1 | 2,9 |
| Ajuste | 10 | 29,4 |
| | 34 | 100,0 |

Fuente: elaboración propia.

Se confirma lo observado hasta el momento: el Sena representa el 20,8 %; las Fuerzas Armadas, el 16,7 %; Escuela de Artes y Letras, el 16,7 %; la U. Santo Tomás el 8,3 % y el resto apenas rodean el 4,2 %, entre las universidades importantes del país como Politécnico, la Javeriana, El Bosque y la U. de Antioquia y los Andes.

En cuanto a las carreras observadas, en la región sobresalen algunas tradicionales como Medicina, Ingeniería Automotriz y Mecánica, Fuerzas Armadas, con el 8,8 %, junto con Ingeniería Civil, con un fuerte componente por la Universidad Piloto en el grueso de preferencias por los futuros estudiantes.

Tabla 7. otras profesiones preferidas a nivel región

| Otras profesiones | | | | | |
|-------------------------------|---|-----|--------------------------|-----|-------|
| Actuación | 4 | 3,6 | Idiomas | 1 | 0,9 |
| Administración - Economía | 5 | 4,5 | Ing. Automotriz Mecánica | 9 | 8,2 |
| Arquitectura | 3 | 2,7 | Ing. Civil | 9 | 8,2 |
| Astronomía | 1 | 0,9 | Ing. Eléctrica | 1 | 0,9 |
| Biología - Agroindustria | 2 | 1,8 | Ing. Sistemas | 1 | 0,9 |
| Contaduría | 4 | 3,6 | Medicina | 9 | 8,2 |
| Criminalística | 4 | 3,6 | Negocios Internacionales | 4 | 3,6 |
| Deportes | 3 | 2,7 | Psicología | 8 | 7,3 |
| Enfermería | 4 | 3,6 | Robótica | 1 | 0,9 |
| Fisioterapia | 1 | 0,9 | Salud Ocupacional | 3 | 2,7 |
| Fotografía y Estética, Diseño | 5 | 4,5 | Trabajo Pedagogía Social | 5 | 4,5 |
| Fuerzas Armadas | 9 | 8,2 | Veterinaria Zootecnia | 3 | 2,7 |
| Gastronomía | 2 | 1,8 | Ajuste | 8 | 7,3 |
| Geología | 1 | 0,9 | | 110 | 100,0 |

Fuente: elaboración propia.

Hay que destacar el tema de actuación, que sumado con fotografía y diseño suman el 8,9 % y es ofertado por la Escuela de Artes y Letras.

El programa de Contaduría Pública lo prefieren el 3 %, mientras los programas administrativos apenas, sumados con los económicos en general, los prefieren el 4,9 %.

Tabla 8. preferencias por universidad, profesión y motivo

| Resumen Girardot | | |
|-------------------------|-----|----------|
| Universidad | | % |
| U. Nacional | 56 | 21,3 |
| U. Piloto | 35 | 13,3 |
| U. Tolima | 22 | 8,4 |
| U. Cundinamarca | 33 | 12,5 |
| U. Ibagué | 21 | 8,0 |
| UNIMINUTO | 20 | 7,6 |
| Otra | 76 | 28,9 |
| Total | 263 | 100,0 |

| Profesión | | % |
|-----------------------|----|----------|
| Profesional Marketing | 23 | 8,7 |
| Derecho | 47 | 17,9 |

(continúa)

(viene)

| Profesión | | % |
|----------------------------------|-----|----------|
| Comunicación Social y Periodismo | 26 | 9,9 |
| Autor contenidos digital | 16 | 6,1 |
| Otra | 151 | 57,4 |
| Total | 263 | 100,0 |

| Motivo | | % |
|-----------------|-----|----------|
| Gusto | 210 | 79,8 |
| Prestigio | 12 | 4,6 |
| Ciudad | 11 | 4,2 |
| Valor matrícula | 15 | 5,7 |
| Pensum | 7 | 2,7 |
| Jornada | 3 | 1,1 |
| Otro | 5 | 1,9 |
| Total | 263 | 100,0 |

Fuente: elaboración propia.

A nivel local, la Universidad Nacional es la preferida por los estudiantes, en una primera opción la definen el 21,3 % de los encuestados; la U. piloto en segundo lugar, con el 13,3 %; y en tercero la Cundinamarca, con el 12,5 %. La tendencia es muy similar en la generalidad.

Por otro lado, Derecho es la carrera que más gusto tiene en la ciudad, siguiéndole Periodismo y Comunicación Social, con el 9,9 %; mientras que la de Profesional en Marketing la prefiere el 8,7%. De igual forma la tendencia es la misma.

Los estudiantes por su propio gusto deciden qué y dónde estudiar en un 79,8 %, y el valor de la matrícula influye en el 5,7 %.

La opción Fuerzas Armadas es la opción distinta a las propuestas con mayor incidencia en un 26,3 %; le sigue la Escuela de Artes y Letras con el 5,3 % y la Universidad Nueva Granada, con el 3,9 %, al igual que la Javeriana. La tendencia no cambia.

En cuanto a las otras profesiones, se observa que los estudiantes de la ciudad prefieren Enfermería, ofertada por la U. de Cundinamarca, lo cual confirma la tendencia; le sigue las Fuerzas Armadas, con el 13,2 %; por resaltar Psicología con el 6 %, e Ingeniera Civil, con el 3,3 %; se reconoce a Ingeniería de Sistemas el 2,6 %, Diseño Gráfico, con el 4% y Diseño de Modas (lo que explica la preferencia por la Escuela de Artes y letras).

Oferta educativa

Con base a las estadísticas obtenidas de la red RUAM (Red Regional de Universidades del Alto Magdalena), en la región se cuenta con 105 programas académicos, en las áreas de ciencias sociales, administración, economía, derecho, comunicación social e ingenierías, lo que evidencia que existe una amplia oferta educativa regional, siendo las relacionadas con Administración (7 IES), Ingeniería de Sistemas (6 IES), Ingeniería Civil (5 IES), seguidas de Psicología y Derecho (4 IES), las carreras más ofertadas por las universidades de la región vinculadas a la red RUAM.

Y ¿qué pide el sector empresarial?

Para el caso se toman los resultados del estudio de mercado realizado por (Garzón Cabrera, 2017b), en tanto el segmento representado por gerente, propietario, administrador, jefe de personal o encargado de talento humano, de las organizaciones que operan en la región y pertenecen a los diferentes sectores económicos, ubicadas dentro del área de influencia definida.

Dicho estudio se refiere a la percepción que tienen los empresarios de la región entorno a las universidades que operan en la misma así:

La Universidad Piloto de Colombia es preferida por más de la mitad de los empresarios, (54,5 %), en segundo y tercer lugar figuran la U. de Cundinamarca y la UNIMINUTO, con 33,3 % y 30,0 %, respectivamente, es decir, cerca de una tercera parte de los empleadores, las mencionan. Es decir, la U. Piloto tiene una buena imagen. (Garzón Cabrera, 2017b, p. 6).

Lo cual es muy concluyente, además, teniendo como referencia el paralelo con la Universidad Nacional, lo cual ya es contundente acerca de la imagen institucional.

Respecto a los programas académicos los más demandados son:

La Administración con (35,0 %), es decir, para algo más de la tercera parte de los empleadores, es la carrera que más llama la atención seguida por carreras relacionadas con Mercadeo con 23,5 %, Finanzas y Contaduría, que respectivamente logran 16,5 % y 14,5 %. (Garzón Cabrera, 2017b, p. 7).

En este aspecto, es preciso aclarar que los intereses de los empresarios no corresponden a los de los estudiantes de la región, pues surgiría la pregunta clave: ¿quién decide lo que va a estudiar?

Igualmente, el distanciamiento se visualiza cuando afirma:

Para los empleadores, la opinión respecto a las carreras a nivel profesional que consideran se deben ofrecer en Girardot, están bastante relacionadas con las carreras en las que les gustaría que se capacitaran los colaboradores y ellas son: las relacionadas con Administración 24,0 %. Las relacionadas con Mercadeo 19,5 %. Las relacionadas con Finanzas 16,5 %. Y las que tienen que ver con; Contaduría, con Hotelería y las relacionadas con Turismo, cada una con 10,5 %. (Garzón Cabrera, 2017b, p. 9).

Por otra parte, el autor concluye en general que:

El favoritismo que logra el Mercadeo o Marketing a todo nivel, dentro de la opinión de los empleadores o empresarios, quienes la prefieren o consideran como la que les gustaría estudiar, le gustaría que la estudiaran los empleados, también creen que sería la que mayor demanda tendría, así mismo consideran que esta carrera es la que más aporta al desarrollo regional y la más necesaria para Girardot. (Garzón Cabrera, 2017b, p. 12).

Interesante sería ahondar un poco más desde el tema de la orientación profesional de las instituciones educativas de la región, cuál o cuáles son las condiciones, los factores y, en general, cómo definirían los estudiantes de la región la opción de estudio. Por lo pronto, es claro que son los estudiantes quienes definen mal o bien su destino profesional.

Conclusiones

Es importante reconocer el impacto que tiene la educación superior para el desarrollo de la región, además de considerar el rol que cumple la universidad en la formación de profesionales. Cabe anotar que las universidades no deben competir vía costos de matrículas, la diferencia se logra a partir de la calidad en las funciones sustantivas y áreas de apoyo. Particularmente, teniendo en cuenta las opciones de financiación con las que cuentan los estudiantes, que van desde los créditos Icetex, becas y convenios de las administraciones locales con instituciones de educación superior.

En cuanto al panorama de los estudiantes aspectos como la motivación y la realidad de lo que significa estar en la universidad inciden en los niveles de deserción, pues los estudiantes tienen problemas a la hora de decidir, entre otras razones, por:

1. Falta de información clara y concisa acerca de su carrera, como contenidos, alternativas de trabajo y no solo rumores o especulaciones al respecto. Implica, por lo tanto, tener bastante clara información al respecto.
2. Algunos deciden estudiar algo solo por estudiar, sin tener ninguna motivación, esto es otro aspecto preocupante.
3. No se logra hacer un análisis de valoración de alternativas posibles.
4. Peor aún es el hecho de influenciarse por opiniones de la familia, el entorno, los compañeros y hasta de los mismos profesores del bachillerato.
5. Escoger algo que no cueste mucho trabajo realizar, por ejemplo, la fobia por determinadas asignaturas puede condicionar algunas decisiones.
6. Tomar decisiones porque ya se llegó la hora de la universidad y ni siquiera se toma el tiempo y el trabajo de indagar por las posibilidades.

Por lo que tanto la sociedad como la academia deben entender qué está sucediendo con los bachilleres egresados de los colegios públicos y privados frente al dilema de elegir su formación profesional.

Para los empleadores, la opinión respecto a las carreras a nivel profesional que consideran se deben ofrecerse en Girardot está bastante relacionada con las carreras en las que les gustaría que se capacitaran los colaboradores, y ellas son las relacionadas con Administración (24,0 %), Mercadeo (19,5 %), con Finanzas (16,5 %) y con Contaduría, Hotelería y Turismo, cada una con un 10,5 %.

Por lo pronto, es claro que son los estudiantes quienes definen mal o bien su destino profesional. Siendo Derecho la primera opción y Marketing la segunda; con respecto a programas como Enfermería, Medicina, Fuerzas Armadas, Artes y similares, no están en los espacios reservados a una tradición histórica en la región, como lo es la Universidad de Cundinamarca con Enfermería, Medicina con la U. Nacional, Artes y Diseño con la Escuela de Artes y Letras y las Fuerzas Armadas con sus escuelas de formación especiales.

Otro aspecto a tener en cuenta es la necesidad de fortalecer la presencia de las universidades, particularmente en la ciudad, se considera en principio que se debe ser muy agresivos en la proyección de la imagen de cada universidad.

Referencias

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. Pearson Educación.

Garzón Cabrera, G. (2017a). *Análisis segmento estudiantes*. [Estudio de mercado]. Girardot.

- Garzón Cabrera, G. (2017b). *Segmento empleadores-empresarios*. [Estudio de mercado]. Girardot. Ley 300, 1996). Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. D. O.: 42.845, de 30 de Julio de 1996. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0300_1996.html
- Ministerio de Educación Nacional (MEN). (2007). Educación de Calidad. Bogotá, Colombia. Recuperado el 15 de 12 de 2022, de <https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-123926.html>
- Otero-Ortega, A. (2018). *Enfoques de investigación*. Universidad del Atlántico. <https://www.researchgate.net/publication/326905435>
- Pineda, L. (2015). Factores que afectan la elección de carrera caso Bogotá. (Tesis de maestría, Pontificia Universidad Javeriana). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.10554.18494>
- Salkind, N. J. (1998). *Métodos de investigación*. Pearson Educación.
- Toribio, L. (14 de 8 de 2015). *40% se equivoca en la elección de carrera*. Excelsior. <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/08/14/1040196#view-1>
- Universidad Piloto de Colombia. (2017). *Informe Observatorio Laboral 2017*.
- Vázquez A. A. y García Fonseca, T. (2015). Elegir una profesión significa elegir el futuro. Mirada a la dialéctica: motivación-elección profesional. *Integración Académica en Psicología*, 3(7), 56-74.