

**VARIABLES QUE INFLUYEN EN LOS ESTUDIANTES DE LOS COLEGIOS DE
MEDIA Y MEDIA VOCACIONAL, PARA ACCEDER A LOS PROGRAMAS
ACADÉMICOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
ECONÓMICAS Y CONTABLES UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA,
FUSAGASUGÁ.**

Estudiantes:

BRANDON ALEXIS RODRIGUEZ QUINTERO

Código: 110213167

SLENDY LORENA SOSA JIMENEZ

Código: 110213180

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FUSAGASUGÁ

2018

**VARIABLES QUE INFLUYEN EN LOS ESTUDIANTES DE LOS COLEGIOS DE
MEDIA Y MEDIA VOCACIONAL, PARA ACCEDER A LOS PROGRAMAS
ACADÉMICOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
ECONÓMICAS Y CONTABLES UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA,
FUSAGASUGÁ.**

BRANDON ALEXIS RODRIGUEZ QUINTERO

SLENDY LORENA SOSA JIMENEZ

COMITÉ OPCIONES DE GRADO

Asesor:

CARLOS ARTURO NARVÁEZ BENAVIDES

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

ESPECIALISTA EN GERENCIA DE MERCADEO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FUSAGASUGÁ

2018

DEDICATORIAS

Damos gracias a Dios primeramente, el cual, nos permitió culminar esta gran meta para nuestras vidas, regalándonos la sabiduría y pasión por nuestra carrera, así como cada uno de nuestros logros futuros. Agradecemos también a nuestras familias quienes confiaron en nosotros y nos apoyaron en cada prueba dando fortaleza y amor en esta etapa, a nuestros compañeros por llenar este camino de alegrías y nuevas experiencias.

Agradecemos a nuestros docentes que con cariño transmitieron sus conocimientos, haciéndolo con dedicación y compromiso, sin ellos no hubiese sido posible el aprendizaje a lo largo de los años. Queremos agradecer en especial al profesor Carlos Narváz por su tiempo y apoyo a nuestro proyecto siendo nuestro asesor para esta investigación.

HOJA DE ACEPTACIÓN

Nota de Aceptación

Nota

Jurado 1

Jurado 2

TABLA DE CONTENIDO

1	TITULO.....	19
2	TEMA DE INVESTIGACION	20
1.1.	ÁREA.....	20
1.2.	LÍNEA.....	20
1.3.	PROGRAMA.....	20
1.4.	TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	20
3	DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	21
4	OBJETIVOS	22
4.1.	OBJETIVO GENERAL.....	22
4.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	22
5	JUSTIFICACIÓN	23
6	MARCOS DE REFERENCIA.....	26
4.3.	MARCO TEORICO	26
4.3.1.	Teorías del comportamiento del consumidor	26
4.3.2.	Factores que intervienen en el rendimiento académico	28
4.4.	MARCO CONCEPTUAL.....	29
4.4.1.	Administración de Empresas: La más demandada para las consultoras.	29
4.4.2.	Demanda.....	30
4.5.	MARCO GEOGRAFICO	30
4.5.1.	Entorno Económico.....	31

4.5.2. Entorno Social	31
4.5.3. Entorno Cultural	31
4.6. MARCO INSTITUCIONAL	32
4.6.1. Misión.....	32
4.6.2. Visión	32
4.6.3. Las funciones de la Universidad de Cundinamarca son.....	32
7 DISEÑO METODOLOGICO	33
7.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	33
7.2. IDENTIFICACION DE LA MUESTRA	33
7.3. OBJETO DE ESTUDIO.....	36
7.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	36
8 ESQUEMA TEMÁTICO	38
8.1. RESULTADOS GENERAL DE LA POBLACIÓN	38
8.2. CAUSAS ECONÓMICAS.....	51
8.3. CAUSAS SOCIALES	55
8.4. CAUSAS CULTURALES	60
8.5. CAUSAS GEOGRÁFICAS.....	66
9. IMPACTO DEL PROYECTO.....	71
9.1. IMPACTO SOCIAL	71
10. CONCLUSIONES.....	73
11. RECOMENDACIONES.....	76
BIBLIOGRAFÍA.....	77
ANEXOS.....	81

LISTA DE GRAFICAS

Grafica 1. Tipo de colegio.	38
Grafica 2. Edad.	39
Grafica 3. Genero.	40
Grafica 4. Número de personas con las que viven.	41
Grafica 5. Tendencias de las viviendas.	42
Grafica 6. Estudiantes que se proyectan a estudiar educación superior.	43
Grafica 7. Estudiantes que se proyectan a estudiar educación superior y el tipo de colegio.	43
Grafica 8. Estudiantes que recibieron orientación vocacional.	45
Grafica 9. Estudiantes que recibieron orientación vocacional y el tipo de colegio.	45
Grafica 10. Facultades demandadas por los estudiantes.	47
Grafica 11. Estudiantes que tienen como opción la Universidad de Cundinamarca para inscripción en Pregrado.	48
Grafica 12. Carreras demandadas en la Universidad De Cundinamarca por los estudiantes de media y media vocacional en Fusagasugá.	49
Grafica 13. Ingreso de SMMLV en las familias	51
Grafica 14. Estudiantes que trabajan actualmente.	52
Grafica 15. Estudiantes que piensan estudiar y trabajar al mismo tiempo.	53
Grafica 16. Motivación para elegir la carrera Universitaria.	56
Grafica 17. Grado de escolaridad del padre.	57
Grafica 18. Grado de escolaridad de la madre.	58
Grafica 19. Tipo de colegio.	60
Grafica 20. Razón por la que eligió la Universidad de Cundinamarca.	61
Grafica 21. Metas que aspiran cumplir al culminar el pregrado.	62
Grafica 22. Ha recibido orientación vocacional.	63

Grafica 23. Su colegio tiene convenios con Instituciones de educación superior. .64	64
Grafica 24. Estrato socioeconómico.66	66
Grafica 25. Motivos para elegir la Universidad de Cundinamarca.67	67
Grafica 26. Integrantes del núcleo familiar.....68	68
Grafica 27. Ubicación de la vivienda.....68	68
Grafica 28. Tipo de vivienda.69	69

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Encuesta primera hoja.....	81
Ilustración 2. Encuesta segunda hoja.	82
Ilustración 3. Carta dirigida a los colegios.....	83

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Estudiantes de media y media vocacional en colegios públicos y privados en Fusagasugá.	33
Tabla 2. Matriz de tamaños muestrales.	35
Tabla 3. Muestra.	35

1 TITULO

Variables que influyen en los estudiantes de los colegios de media y media vocacional, para acceder a los programas académicos de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, Universidad de Cundinamarca, Fusagasugá.

2 TEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. ÁREA.

Gestión de las organizaciones y sociedad.

1.2. LÍNEA.

Desarrollo Organizacional.

1.3. PROGRAMA.

Administración de Empresas.

1.4. TEMA DE INVESTIGACIÓN.

Identificación de las variables que influyen en los estudiantes de los colegios de media y media vocacional, para acceder a los programas académicos de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, Universidad de Cundinamarca, Fusagasugá.

3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El conocimiento y la formación es parte crucial en los avances exponenciales que ha presentado la humanidad en los últimos años, existen diferentes maneras de adquirirlo, entre sus principales están: El empírico, dado que, hace referencia a todo conocimiento recibido por experiencia; y el científico, el cual es tomado por medio de teorías y leyes ya creadas.

Una de las mejores formas de adquirir el conocimiento científico es la educación superior, puesto que, es el siguiente paso a la educación secundaria, y el primer paso enfocado a una rama específica del conocimiento.

Los estudiantes terminan la educación secundaria entre los 16 y 18 años de edad, es en esta etapa que empieza a rondar por la cabeza de los jóvenes las decisiones que deberán tomar para su futuro inmediato y se comienzan a preguntar: “¿qué hacer?, ¿estudiar una carrera universitaria?, ¿trabajar?, ¿conocer el mundo? Son preguntas que todos se han hecho al finalizar sus estudios de secundaria, y que no tienen fácil respuesta.”¹

La Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables de La Universidad de Cundinamarca sede Fusagasugá, en su búsqueda de mejorar la educación superior, necesita reconocer principales necesidades, motivaciones, variables, etc., por las cuales los jóvenes toman la determinación de ingresar a uno de sus programas académicos, pero, actualmente no cuenta con información y datos estadísticos adecuados para generar el impacto necesario en el tema. Por esta razón, se ha decidido generar esta investigación, planteando el siguiente interrogante:

¿Cuáles son las variables que influyen en los estudiantes de los colegios de media y media vocacional, para acceder a los programas académicos de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, Universidad de Cundinamarca, Fusagasugá?

¹ REGADER BERTRAND. La importancia de elegir bien tu carrera universitaria. [en línea] <https://psicologiaymente.com/miscelanea/importancia-elegir-carrera-universitaria>.

4 OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar las variables que influyen en los estudiantes de los colegios de media y media vocacional, para el acceso a los programas académicos de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, Universidad de Cundinamarca, Fusagasugá.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Señalar las causas económicas por las cuales los estudiantes deciden acceder a los programas en estudio.
- Explorar las causas sociales por las cuales los estudiantes deciden acceder a los programas en estudio.
- Reconocer las causas culturales por las cuales los estudiantes deciden acceder a los programas en estudio.
- Identificar las causas geográficas por las cuales los estudiantes deciden acceder a los programas en estudio

5 JUSTIFICACIÓN

La educación superior en Colombia y en el mundo es sinónimo de superación y cumplimiento de metas personales, un estudio realizado respecto a los motivos que los estudiantes tienen para continuar estudiando arrojó el siguiente resultado: “En general se observa que cuatro de cada cinco estudiantes (83.51%) mencionan que quieren superarse, tres de cada cinco (62.73%) quieren ganar bien cuando sean profesionistas, o están interesados en estudiar (61.48%), mientras que uno de cada tres considera que le va a dar prestigio (33.82%) o bien, quiere vivir más independiente de su familia (33.61%). Los motivos que menos se eligieron son: Así los hacen mis parientes, mis amigos, mi novio(a) (4.91%), No tengo otra cosa que hacer (3.97%) y Un(a) maestro(a) me dijo que siguiera estudiando (1.46%).”²

Según el Ministerio de Educación, los pregrados en administración y áreas relacionadas a la económica “son carreras muy apetecidas porque brindan amplias posibilidades ocupacionales. Presenta el mayor número de egresados y estudiantes de pregrado, pero al mismo tiempo muestra una alta demanda por parte de las empresas por ser profesionales capacitados para desempeñarse en diferentes campos. Los sueldos son relativamente elevados así mismo son carreras solicitadas por los empresarios, debido a la versatilidad de sus profesionales para desempeñarse en el campo privado y en el público.”³ Como respuesta a esta demanda es necesario que la Universidad de Cundinamarca se interese en proyectar un programa que cumpla con altos criterios de educación para competir por medio de la calidad con las diferentes universidades públicas y privadas que ofrecen el mismo programa. Así mismo, contribuir al mejoramiento educativo del país, creando profesionales competentes tanto nacional como internacionalmente.

² SCIELO. Motivación Para Estudiar en Jóvenes de Nivel Medio Superior. [En línea] http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052011000100009. Guanajuato, 2011. Pág. 1.

³ MINISTERIO DE EDUCACION NACIONAL. Carreras con futuro. [En línea] <https://www.mineduccion.gov.co/cvn/1665/printer-113696.html> Colombia, 2018. Pág. 1

“En el proceso de registro calificado, el Ministerio de Educación, requiere que los programas ofrecidos por las diferentes universidades e instituciones de educación superior tengan un conocimiento de cuáles son las expectativas de los estudiantes especialmente de décimo y once grado, sobre el programa a referenciar y saber si tiene dicho programa posibilidades y mercado para ser ofrecido y mantenido durante por lo menos 10 años.”⁴ La Universidad de Cundinamarca actualmente se encuentra en el proceso de renovación de registro calificado, y por medio de esta investigación buscamos registrar la demanda que la institución presenta en los colegios de la ciudad de Fusagasugá.

Esta investigación busca brindar un aporte significativo con datos estadísticos importantes acerca de la proyección de la demanda y el estado actual de percepción de los programas académicos de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, por los estudiantes de colegios de media y media vocacional en Fusagasugá, identificando las variables económicas, geográficas, sociales y/o culturales que inciden en los jóvenes al momento de elegir un programa de educación superior. De la misma forma se realizó un capítulo preliminar, donde se evidencia el estado actual de los estudiantes, el cual, cumple con la función de contextualizar a los lectores para ir del estudio general al específico, basado en los objetivos planteados. Aportando además a futuras investigaciones dentro del marco general actual, se realizó un comparativo de los estudiantes de Fusagasugá con el resto del país, basándose en datos del DANE y el Ministerio de Educación Nacional.

Llevar a cabo una investigación de esta magnitud posibilita un crecimiento en las vidas profesionales tanto del asesor como de los estudiantes participantes. Aplicando los conocimientos obtenidos durante el ciclo de la carrera profesional, en las áreas como marketing, investigación de mercados, gerencia de mercados, habilidades gerenciales, estadística, entre otras; y de este modo tener el privilegio de entregar una base para desarrollar futuras investigaciones y planes de acción que permitan incrementar la

⁴ GAMBASICA ACEVEDO, Marcela. CASTELLANOS, Victoria. Estudio de la oferta y demanda del Programa de Administración de Empresas de la UPTC. En <http://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1469/1/TGT-217.pdf>. Colombia, 2015. Pág. 28

demanda de los programas académicos de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, Universidad de Cundinamarca sede Fusagasugá.

6 MARCOS DE REFERENCIA

4.3. MARCO TEORICO

4.3.1. Teorías del comportamiento del consumidor

El tema central de esta investigación es conocer la demanda actual de los programas ofrecidos por la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables en la Universidad de Cundinamarca sede Fusagasugá. No obstante, la demanda no solo se centra en tener una cifra exacta y actualizada, sino poder describir el perfil de los consumidores para este tipo de ofertas académicas. Para ello esta investigación tendrá como eje central en unas importantes teorías de la mercadotecnia: Comportamiento del Consumidor, el cual, “implica un conjunto de actividades que las personas desarrollan cuando buscan, compran, evalúan, usan y disponen de los bienes con el objeto de satisfacer sus necesidades y deseos. Estas actividades comprenden tanto procesos mentales y emocionales como acciones físicas.”⁵

Existen tres teorías que apoyan este estudio:

a. Teoría económica – Marshall

Según Alfred Marshall “las decisiones de compra son el resultado de cálculos económicos, racionales y conscientes.”⁶ Esta teoría nos dice que el consumidor adquiere los productos según su poder adquisitivo y la relación costo-beneficio.

Los factores más importantes son:

- ✓ Los gustos, costumbres y preferencias del consumidor
- ✓ Los ingresos del consumidor
- ✓ El precio de las mercaderías de las empresas rivales

⁵ MERCADEOYPUBLICIDAD.COM. Teoría del consumidor. En <http://www.mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=7238>. 2017.

⁶ CARDENAS, Jessica. Teoría económica de Marshall. En <http://pousiroxi.blogspot.com.co/2008/03/teora-economica-de-marshall.html> México, 2008.

b. Teoría psicológico social – Bevlén

Esta teoría hace referencia a las influencias sociales en la conducta de elección de bienes y servicios. Algunas de estas son: “Culturales, subculturales, clases sociales, grupos de referencia, grupos de convivencia, la familia y el individuo.”⁷ Considera que muchas de las compras son hechas o motivadas por la búsqueda de prestigio. Al igual, aseguraba que “el consumo ostentoso sólo era realizado por las personas de un nivel socioeconómico alto y que esta clase de consumo era una meta que otros trataban de imitar.”⁸

c. Teoría de la jerarquía de las necesidades – Maslow

La teoría la jerarquía de las necesidades y motivaciones, hace referencia a que el individuo tiene dos necesidades principales: las Deficitarias y las de Crecimiento. Que, a su vez, “estas se subdividen en forma jerárquica, es decir, el individuo desea satisfacer desde las más básica hasta seguir subiendo sucesivamente de acuerdo a sus necesidades y motivaciones.”⁹

Las necesidades se satisfacen de la siguiente forma:

- ✓ Necesidades fisiológicas
- ✓ Necesidades de protección
- ✓ Necesidades de estima y aceptación
- ✓ Necesidades de valorización o reconocimiento
- ✓ Necesidades de autorrealización

⁷ Jocelyn. Modelos del comportamiento del consumidor. En <http://comportamientoconsumidorjoce.blogspot.com.co/2008/04/modelo-psicologico-social-de-veblen.html> 2008.

⁸ CARDENAS, Jessica. Teoría económica de Marshall. En <http://pousiroxi.blogspot.com.co/2008/03/modelo-psicologico-social-de-veblen.html> México, 2008.

⁹ PÉREZ BARDALES, Angélica. Teorías del Comportamiento del Consumidor. En <http://www.merkactiva.com/blog/teorias-del-comportamiento-del-consumidor/> 2017.

4.3.2. Factores que intervienen en el rendimiento académico

El rendimiento académico que presentan los estudiantes en una institución de educación superior, tiene área de estudio muy amplia que abarca las condiciones sociales, culturales, geográficas, familiares, motivacionales, entre otras.

La Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (Redalyc.org) en su artículo *Factores Asociados al Rendimiento Académico en Estudiantes Universitarios, una Reflexión Desde la Calidad de la Educación Superior Pública* sustentó: “El rendimiento académico, por ser multicausal, envuelve una enorme capacidad explicativa de los distintos factores y espacios temporales que intervienen en el proceso de aprendizaje. Pueden ser de orden social, cognitivo y emocional, que se clasifican en tres categorías: determinantes personales, determinantes sociales y determinantes institucionales, que presentan subcategorías o indicadores.”¹⁰

a. Determinantes personales

Dentro de los determinantes personales encontramos:

- Competencia cognitiva
- Motivación
- Condiciones cognitivas
- Auto concepto académico
- Autoeficacia percibida
- Bienestar psicológico
- Satisfacción y abandono con respecto a los estudios
- Asistencia a clases
- Inteligencia
- Aptitudes
- Sexo

¹⁰ REDALYC.ORG. Factores asociados al rendimiento académico en estudiantes universitarios, una reflexión desde la calidad de la educación superior pública. [En línea] <http://www.redalyc.org/html/440/44031103/>. Costa Rica. 2007. Pág. 47-48.

- Formación académica previa a la Universidad
- Nota de acceso a la universidad

b. Los determinantes sociales

- Diferencias sociales
- Entorno familiar
- Nivel educativo de los progenitores o adultos responsables del estudiante
- Contexto socioeconómico
- Variables demográficas

c. Determinantes institucionales

- Elección de los estudios según interés del estudiante
- Complejidad en los estudios
- Condiciones institucionales
- Servicios institucionales de apoyo
- Ambiente estudiantil
- Relación estudiante – profesor
- Pruebas específicas de ingreso a la carrera

4.4. MARCO CONCEPTUAL

4.4.1. Administración de Empresas: La más demandada para las consultoras.

De acuerdo con información brindada por el portal de empleo Trabajando.com, “entre las 300.000 ofertas publicadas al 30 de septiembre de 2015, la mayor parte de las vacantes fueron vinculadas a Administración de Empresas. Por esta razón, la empresa califica a esta carrera como “la más demandada del año”. Para la directora de comunicaciones del portal Diby Marcela Escobar, esta realidad responde a que para las empresas es fundamental contar con personas capaces de tomar decisiones que generen valor

económico y social. Es por esto que surge la necesidad de un capital humano ligado a las ciencias económicas y financieras, así como a la contabilidad y el marketing. El administrador de empresas cumple con este perfil.”¹¹ Por ende, la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables de la Universidad de Cundinamarca sede Fusagasugá, tiene un demanda amplia en el municipio.

4.4.2. Demanda.

“La demanda es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir. Casi todos los seres humanos del planeta demandan un bien o un servicio, oro, arroz, zumo de naranja, educación superior... No obstante, lo más interesante de la oferta y la demanda es cómo interactúan la una con la otra.”¹² Así mismo, la facultad cuenta con una demanda en constante crecimiento, lo que nos motiva a investigar cual es el mercado específico, con el cual, cuentan los programas académicos de Administración de Empresas y Contaduría Pública de la Universidad de Cundinamarca.

4.5. MARCO GEOGRAFICO

Fusagasugá es un municipio en crecimiento que hace parte del departamento de Cundinamarca-Colombia y es capital de la provincia del Sumapaz. Según la alcaldía municipal: “Está ubicada a 59 km al suroccidente de Bogotá, en una meseta delimitada por el río Cuja y el Chocho, el cerro de Fusacatán y el Quininí que conforman el valle de los Sutagaos, y la altiplanicie de Chinauta”¹³.

- **Nombre del municipio:** Municipio de Fusagasugá
- **Gentilicio:** Fusagasugueño

¹¹ UNIVERSALIA COLOMBIA. Las 20 carreras universitarias con mayor demanda y mejor pagadas en Colombia. [En línea] <http://noticias.universia.net.co/educacion/noticia/2015/12/17/1134832/20-carreras-universitarias-mayor-demanda-mejor-pagadas-colombia.html>. Colombia, 2017.

¹² NAVARRO, Javier. ¿Qué es la oferta y la demanda? En <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-oferta-y-la-demanda>. 2008

¹³ ALCALDIA DE FUSAGASUGÁ. Fusagasugá. En <http://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/Paginas/default.aspx> Colombia, 2018.

- **Provincia:** Sumapaz
- **Departamento:** Cundinamarca

4.5.1. Entorno Económico

Actualmente en el municipio “el mercadeo agropecuario regional, el comercio y la construcción son las actividades determinantes de la economía de la ciudad.”¹⁴ Sin embargo, el acelerado crecimiento del sector terciario, especialmente el fortalecimiento de las actividades del sector educativo, salud, recreación, turismo, están en un crecimiento constante proporcional al crecimiento de la construcción en el área.

4.5.2. Entorno Social

La Secretaria de Desarrollo Social, por medio del Plan de Desarrollo Municipal busca generar un enfoque de equidad, con el fin de mejorar las condiciones de vida de la población en situación de vulnerabilidad. “A través de la priorización en la prestación de los servicios, la entrega de ayudas y el desarrollo integral, permitiendo condiciones sostenibles para el goce y disfrute efectivo de sus derechos, por medio de las estrategias de desarrollo de las capacidades intelectuales, físicas y económicas.”¹⁵

4.5.3. Entorno Cultural

La Secretaría de Cultura de Fusagasugá, con el fin de buscar la equidad de sus ciudadanos, tuvo como reto “apoyar el desarrollo cultural, artístico, musical, social y turístico del municipio de Fusagasugá mediante programas que están plasmados dentro del Plan de Desarrollo Municipal *Fusagasugá Contigo, Con Todo*.”¹⁶

¹⁴ FINCA EL REPOSO. Datos generales de Fusagasugá. En <http://www.casalle.org.co/casa-de-encuentros/acerca-de-fusagasuga/32-datos-generales-de-fusagasuga.html>.

¹⁵ ALCALDIA MUNICIPAL DE FUSAGASUGÁ. Informe de gestión 2015 Plan de Desarrollo Fusagasugá Contigo Con Todo. En <http://fusagasugacundinamarca.gov.co:32720/Transparencia/Informes/Informe%20de%20Gesti%C3%B3n%202015%20Plan%20de%20Desarrollo%20Fusagasug%C3%A1%20Contigo%20con%20Todo.pdf#search=entorno%20politico> Colombia. Pág. 8.

¹⁶ *Ibíd.* Pág. 5.

4.6. MARCO INSTITUCIONAL

4.6.1. Misión

“La Universidad de Cundinamarca es una institución pública local del Siglo XXI, caracterizada por ser una organización social de conocimiento, democrática, autónoma, formadora, agente de la transmodernidad que incorpora los consensos mundiales de la humanidad y las buenas prácticas de gobernanza universitaria, cuya calidad se genera desde los procesos de enseñanza-aprendizaje, investigación e innovación, e interacción universitaria.”¹⁷

4.6.2. Visión

“La Universidad de Cundinamarca será reconocida por la sociedad, en el ámbito local, regional, nacional e internacional, como generadora de conocimiento relevante y pertinente, centrada en el cuidado de la vida, la naturaleza, el ambiente, la humanidad y la convivencia.”¹⁸

4.6.3. Las funciones de la Universidad de Cundinamarca son

- Ciencia, Tecnología e Innovación
- Formación y Aprendizaje
- Interacción Universitaria

¹⁷ UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA. Estatuto General (Acuerdo 007 de 2015, Artículo 4). Fusagasugá. 2015. [en línea] <https://www.ucundinamarca.edu.co/index.php/universidad/mision-y-vision>. Pág. 1.

¹⁸ Ibíd. Pág. 1.

7 DISEÑO METODOLOGICO

7.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de tipo descriptiva, la cual, consiste en describir las variables y/o características de una población objetivo a partir del análisis de datos por medio de una encuesta, queriendo encontrar las causas determinantes del problema.

7.2. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

En la presente investigación la población son todos los jóvenes que actualmente están cursando los grados 10^o y 11^o en los colegios públicos y privados de Fusagasugá para el año 2018, siendo estos un total de 3.242 estudiantes según los datos brindados por la secretaria de educación, representados de la siguiente manera:

Tabla 1. Estudiantes de media y media vocacional en colegios públicos y privados en Fusagasugá.

POBLACIÓN			
COLEGIO	Nº ESTUDIANTES		
	10°	11°	TOTAL
ACADEMIA PANTANO DE VARGAS	34	25	59
COLEGIO CAMPESTRE GARDNER	3	5	8
COLEGIO CAMPESTRE HIMALAYA	47	41	88
COLEGIO CRISTIANO INTEGRAL BETHESDA		1	1
COLEGIO DE LA PRESENTACIÓN	31	31	62
COLEGIO FUNDACION MANUEL AYA	55	49	104
COLEGIO RICAURTE	68	82	150
COLEGIO CAMPESTRE LEON DE GREIFF	32	32	64
COLEGIO SANTO DOMINGO SAVIO	66	62	128
COLEGIO CAMPESTRE DE FUSAGASUGA	5	16	21
GIMNASIO MODERNO MARIA AUXILIADORA	15	18	33
GIMNACIO AMERICANO	16	17	33

INSTITUCION ACADEMICA NUEVA VISION	25	36	61
INSTITUCION SANTADER	44	37	81
I. E. M. CAMPESTRE NUEVO HORIZONTE	38	40	78
I. E. M. CARLOS LOZANO Y LOZANO	218	235	453
I. E. M. EBEN-EZER	76	71	147
I. E. M. FRANCISCO JOSE DE CALDAS	50	36	86
I. E. M. GUAVIO BAJO	33	14	47
I. E. M. INSTITUTO TECNICO AGRICOLA VALSALICE	78	70	148
I. E. M. INSTITUTO TECNICO INDUSTRIAL	259	195	454
I. E. M. JOSE CELESTINO MUTIS	96	87	183
I. E. M. LUIS CARLOS GALAN SARMIENTO	30	29	59
I. E. M. MANUEL HUMBERTO CARDENAS VELEZ	89	80	169
I. E. M. PROMOCION SOCIAL	3	5	8
I. E. M. TECNICO DE ACCION COMUNAL	88	86	174
I. E. M. TECNICO TEODORO AYA VILLAVECES	171	142	313
I. E. NUESTRA SEÑORA DE BELEN	7		7
LICEO MODERNO GRAN COLOMBIANO	4	19	23
TOTAL	1681	1561	3242

Fuente: Secretaria de Educación, Alcaldía de Fusagasugá.

Para hallar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de Matriz de Tamaños Muestrales para población finita creado en la Universidad Nacional, la cual, brinda un 95% de confianza, de la siguiente manera:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad \text{donde:} \quad n_0 = p^*(1-p)^* \left(\frac{z(1-\frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$$

Donde:

- n: Tamaño de la muestra
- N: Tamaño del universo
- p: Probabilidad de ocurrencia
- α : Nivel de confianza
- d: Error máximo de estimación

Arrojando el siguiente resultado:

Tabla 2. Matriz de tamaños muestrales.

Matriz de Tamaños Muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Finitas										
N [tamaño del universo]	3.242	← Escriba aquí el tamaño del universo								
p [probabilidad de ocurrencia]	0,5	← Escriba aquí el valor de p								
Nivel de Confianza (alfa)	1-alfa/2	z (1-alfa/2)								
90%	0,05	1,64								
95%	0,025	1,96								
97%	0,015	2,17								
99%	0,005	2,58								
Fórmula empleada $n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad \text{donde:} \quad n_0 = p^*(1-p)^* \left(\frac{Z(1-\frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$										
Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 3242 con una p de 0,5										
Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]									
	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%
90%	66	81	102	132	177	248	372	607	1.107	2.187
95%	93	114	143	185	246	343	506	803	1.379	2.424
97%	114	139	174	224	297	411	600	932	1.543	2.542
99%	158	193	241	307	405	552	787	1.177	1.822	2.713

Fuente: Universidad Nacional.

El muestreo será probabilístico, ya que es una técnica en la cual las muestras son recogidas mediante un proceso que les brinda a todos los individuos de la población la misma oportunidad de ser seleccionados, eliminando así los sesgos sociales que podrían moldear la muestra de investigación.

La Matriz de Tamaños Muestrales arroja una muestra de 351 estudiantes como muestra de la investigación, los cuales se ven representados en la siguiente tabla:

Tabla 3. Muestra.

MUESTRA	
COLEGIO	Nº ESTUDIANTES
ACADEMIA PANTANO DE VARGAS	6
COLEGIO CAMPESTRE GARDNER	10
COLEGIO FUNDACION MANUEL AYA	30
COLEGIO CAMPESTRE LEON DE GREIFF	7
COLEGIO CAMPESTRE DE FUSAGASUGA	30

GIMNASIO MODERNO MARIA AUXILIADORA	22
INSTITUCION ACADEMICA NUEVA VISION	10
I. E. M. CARLOS LOZANO Y LOZANO	50
I. E. M. EBEN-EZER	17
I. E. M. INSTITUTO TECNICO AGRICOLA VALSALICE	30
I. E. M. INSTITUTO TECNICO INDUSTRIAL	48
I. E. M. JOSE CELESTINO MUTIS	20
I. E. M. MANUEL HUMBERTO CARDENAS VELEZ	16
I. E. M. PROMOCION SOCIAL	6
I. E. M. TECNICO TEODORO AYA VILLAVECES	40
I. E. NUESTRA SEÑORA DE BELEN	9
TOTAL	351

Fuente: Elaboración propia

7.3. OBJETO DE ESTUDIO

Actualmente el programa académico de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables de la Universidad de Cundinamarca, sede Fusagasugá está pasando por un proceso de renovación del registro calificado. Por consiguiente, la presente investigación busca analizar la demanda a corto y mediano plazo de las carreras ofertadas actualmente, para aportar información y estadísticas de suma importancia a dicha certificación.

Asimismo, se busca entregar la base de futuras investigaciones que busquen crear un plan de acción para dar a conocer los programas ofrecidos por la facultad a los estudiantes de media y media vocacional, de Fusagasugá y la región.

7.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- Fuentes primarias: La técnica de la encuesta, la cual hace referencia a un conjunto de preguntas dirigidas a una muestra de la población total, con el fin

de conocer decisiones específicas para identificar la opinión de los estudiantes; y la observación.

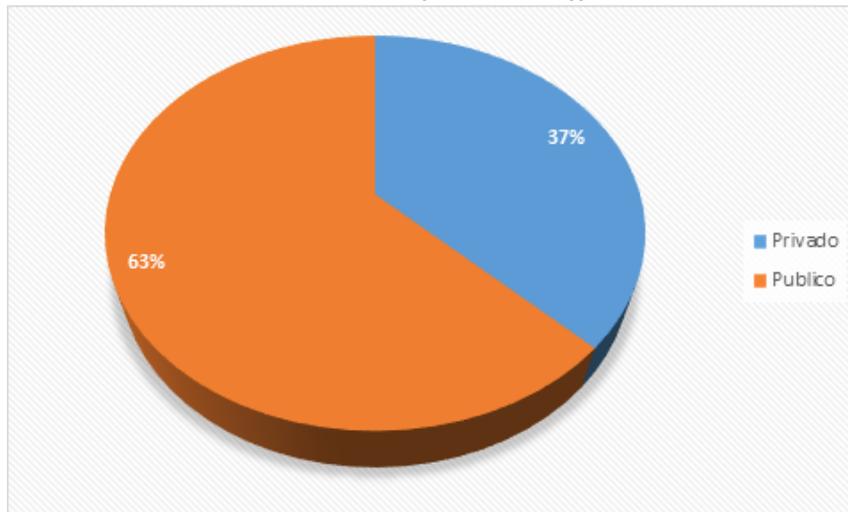
- fuentes secundarias: Se utilizaron investigaciones realizadas en el Ministerio de educación, Ministerio de Salud, el DANE, el periódico el Tiempo, la Universidad de Cundinamarca, entre otras fuentes fidedignas que nos aportaron información de vital importancia para la realización de la investigación en estudio.

8 ESQUEMA TEMÁTICO

8.1. RESULTADOS GENERALES DE LA POBLACIÓN

A continuación, se muestran los resultados generales que arrojaron las encuestas realizadas a los estudiantes de media y media vocacional en los colegios públicos y privados del municipio de Fusagasugá, visualizando la situación actual económica, social, cultural y geográfica de la población en estudio.

Grafica 1. Tipo de colegio.



Fuente: Elaboración propia

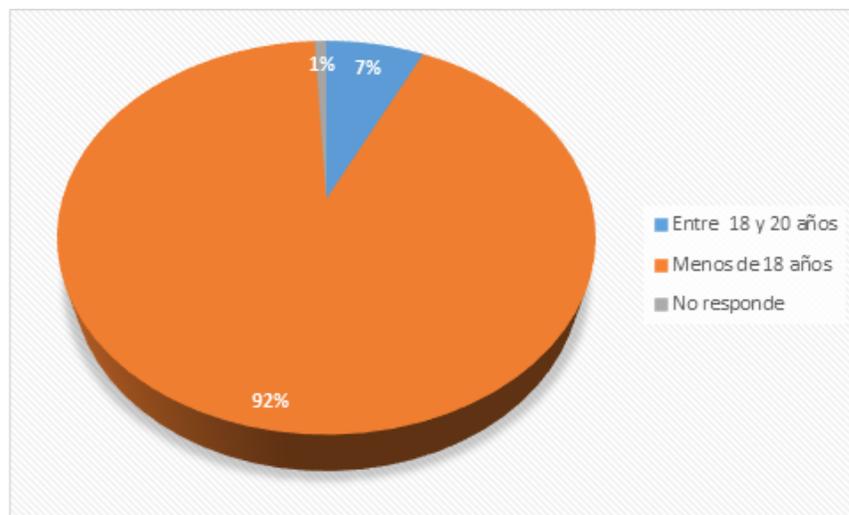
Se aprecia que el 63% de los estudiantes de media y media vocacional en el municipio de Fusagasugá, pertenecen a colegios públicos y el 37% a colegios privados.

Según el artículo del periodo El Tiempo “En total 10 millones 203 mil estudiantes están matriculados en las diferentes instituciones educativas del país. De ellos, 7 millones 600

mil están en instituciones educativas oficiales; 711 mil en matrícula contratada [...]. En cuanto a colegios privados, hay un millón 889 mil estudiantes”¹⁹.

Con base en el anterior artículo, se observa que para la presente investigación se evidencia que los estudiantes en Fusagasugá presentan las mismas características en cuanto a esta variable, superando en gran porcentaje los estudiantes en colegios públicos que en colegios privados.

Grafica 2. Edad.



Fuente: Elaboración propia

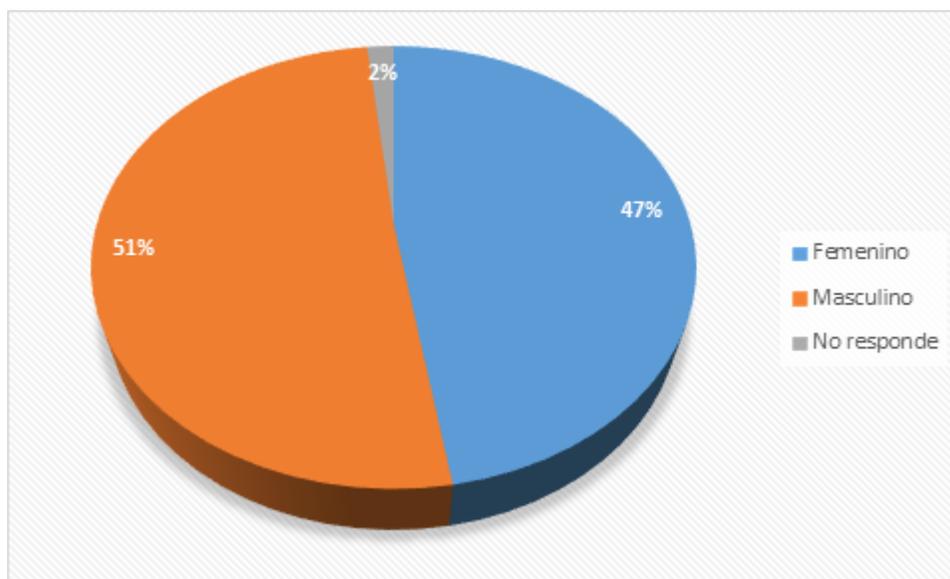
El 92% de los estudiantes que se encuentran en educación media son menores de 18 años, el otro 7% están entre los 18 y 20 años y el 1% no respondieron. “En Colombia la mayoría de niños empiezan el proceso educativo en el grado de transición a los 5 años,

¹⁹ REDACCION VIDA/EDUCACION. Ministerio de Educación rindió cuentas. EL TIEMPO [en línea], 20 de abril del 2017. Disponible en Internet: <https://www.eltiempo.com/vida/educacion/rendicion-de-cuentas-del-ministerio-de-educacion-nacional-79810>.

por lo cual la educación media está diseñada para que a ella concurren estudiantes de 15 años al grado 10º y de 16 años al grado 11º.”²⁰

En Fusagasugá la educación en menores se rigió por las mismas cifras, en cuanto a edad, evidenciando que el municipio se muestra nivelado en educación respecto al resto del país.

Grafica 3. Genero.



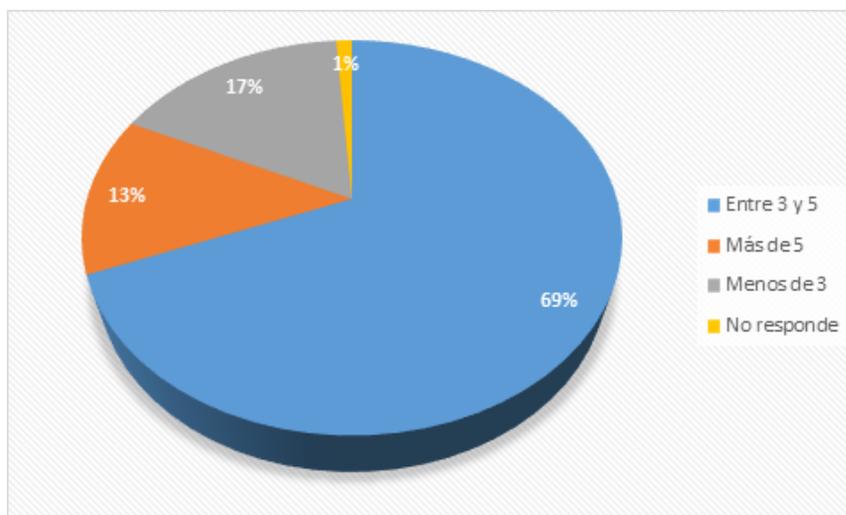
Fuente: Elaboración propia.

El 51% de los estudiantes encuestados pertenecen al género masculino y el 47% al género femenino, el 2% restante no respondieron a esta pregunta. Esto indica que el porcentaje de estudiantes en educación media y media vocacional en los colegios de Fusagasugá cuenta con 4% más de estudiantes pertenecientes al género masculino con respecto al femenino. En Colombia “Cifras preliminares del DANE en el 2016 el 51,4%

²⁰ PEREZ, Ángel. El fracaso de la educación media en Colombia. DINERO [en línea], 5 de agosto de 2016. Disponible en Internet: <https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/el-fracaso-de-la-educacion-media-en-colombia-por-andres-perez/226546>.

de los nacimientos fueron de niños y el 48,6%, de niñas.”²¹ Esto explica el mayor porcentaje mostrado en cuanto al género masculino, respecto al femenino en estudio de educación media y media vocacional.

Grafica 4. Número de personas del núcleo familiar.



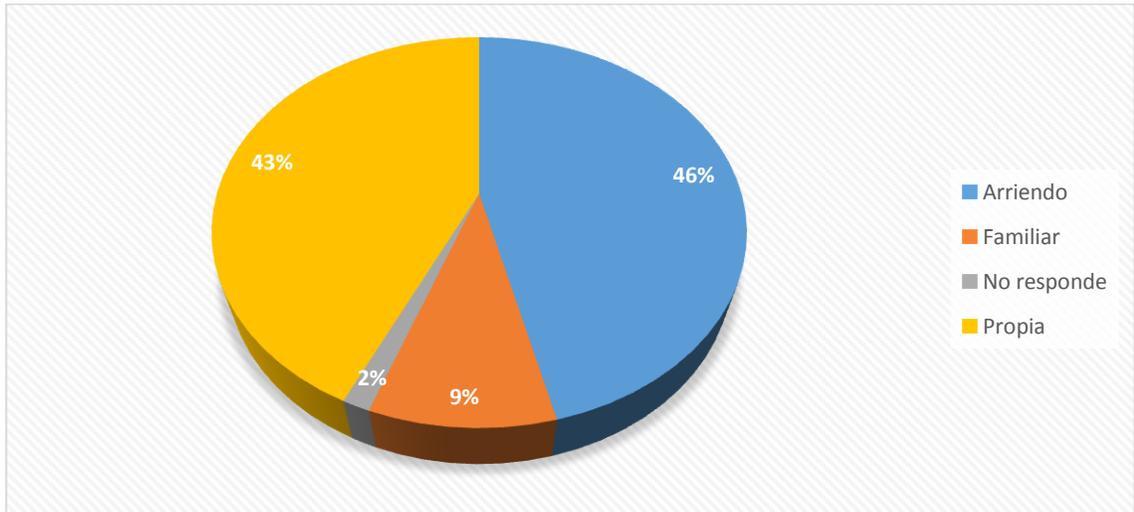
Fuente: Elaboración propia.

El 69% de los hogares de los estudiantes encuestados están conformados entre 3 y 5 personas, el 17% menos de 3, el 13% más de 5 y el 1% no dieron respuesta a la pregunta. Según el ENDS²² la composición de los hogares tanto en zona rural como urbana tiene un promedio en el total del país de 3.5, según este informe los datos concuerdan con la situación actual de Fusagasugá.

²¹ DANE. Citado por EL PAIS. En Colombia nacen más niños que niñas, según el DANE [en línea]. 21 de octubre de 2016. Disponible en internet: <https://www.elpais.com.co/cal/en-colombia-nacen-mas-ninos-que-ninas-segun-el-dane.html>.

²² MINSALUD. Composición de los hogares. En: ENDS. Colombia, 2015. P. 75.

Grafica 5. Tendencias de las viviendas.



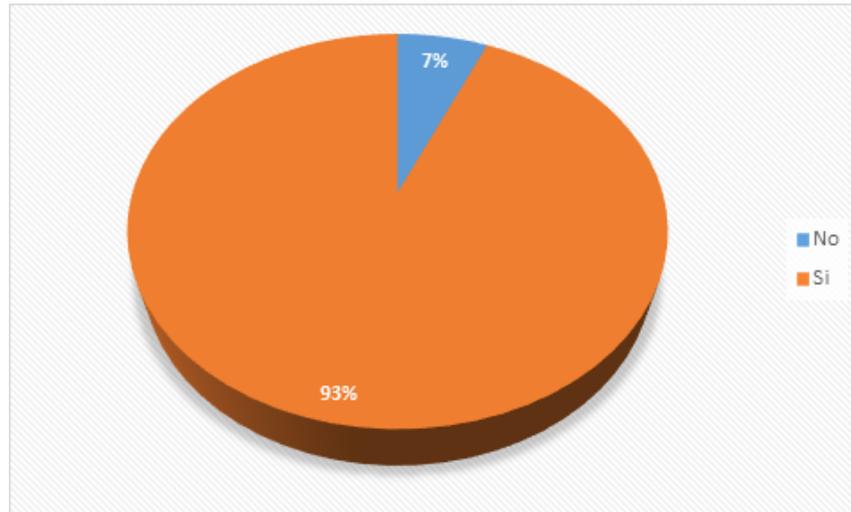
Fuente: Elaboración propia.

La principal tendencia en las viviendas de los estudiantes encuestados corresponde a las rentadas con un 46%, seguida de la propia con un 43%, solo el 9% de las familias de los estudiantes viven en hogares de otros familiares y el 2% de los encuestados no respondió a la pregunta. Comparando con la situación actual de los hogares colombianos, según el MINSALUD²³ en promedio (54,3%) de hogares en Colombia tiene vivienda propia (totalmente pagadas o en proceso de pago, seguida por el alquiler (32,5%), el usufructo (10.5%) y la propiedad en proceso de pago (5.4%).

En el caso de Fusagasugá las familias de los estudiantes encuestados sobrepasan las viviendas rentadas esta es una característica en familias que tiene hijos o familiares menores de edad, los cuales están en procesos de educación.

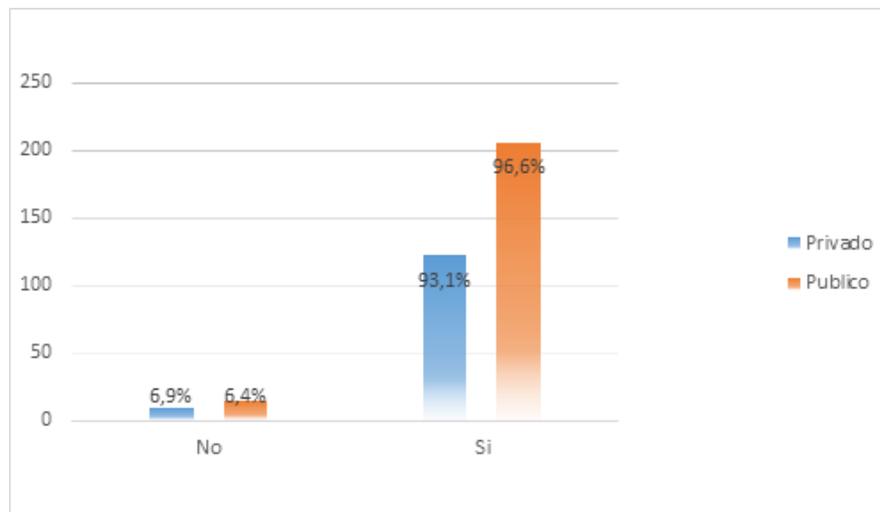
²³ Ibíd. Pág. 75.

Grafica 6. Estudiantes que se proyectan a estudiar educación superior.



Fuente: Elaboración propia.

Grafica 7. Estudiantes que se proyectan a estudiar educación superior y el tipo de colegio.



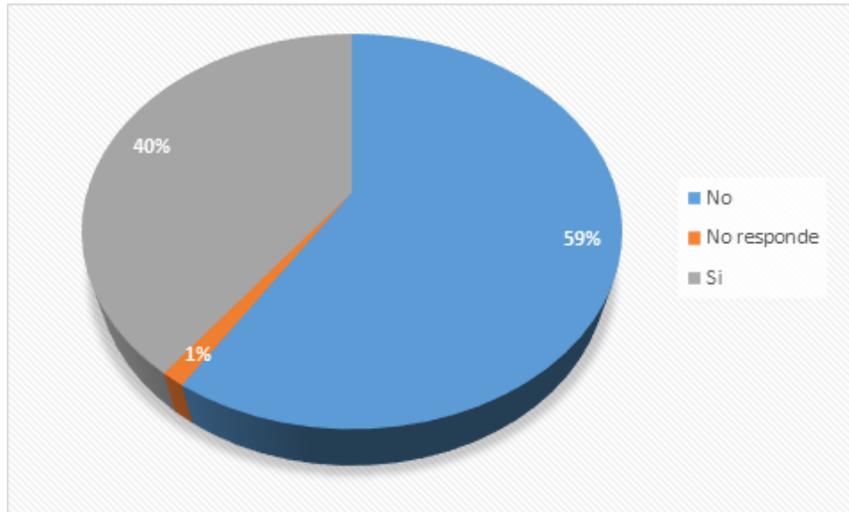
Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de la encuesta muestran (ver gráfica 6) que el 93% de los estudiantes de media y media vocacional en los colegios de Fusagasugá aspiran a seguir sus estudios en educación superior y tan solo el 7% no piensan en esta posibilidad. De estos estudiantes (ver grafica 7) discriminando los colegios públicos y privados, el 96,6% de los colegios públicos se proyectan a seguir sus estudios superiores y tan solo el 6,4% no, en cuanto a los públicos el 93,1% se proyecta a estudiar educación superior y tan solo el 6,9% no lo piensa hacer.

Según cifras del Ministerio de Educación, “solo el 41,2 % de los estudiantes de colegios oficiales y el 56,4 % de no oficiales, para una tasa de 48,5%, aparecen en los registros de absorción a la educación superior.”²⁴ Lo que se aprecia con las cifras anteriores es que de todos los estudiantes que aspiran a continuar sus estudios, tan solo menos de la mitad logra, al salir de su bachillerato, ingresar a una universidad o institución de educación superior, mostrando esto que la falta de estudio en los jóvenes colombianos no se debe la falta de interés personal, sino a la falta de oportunidades en diferentes aspectos, viéndose reflejado en los datos reales. También se evidencia que, aunque el porcentaje que se proyecta es similar para colegios públicos y privados, en los datos reales los estudiantes de los colegios privados sobrepasan por más del 15% a los estudiantes de los colegios públicos en cumplir esta meta.

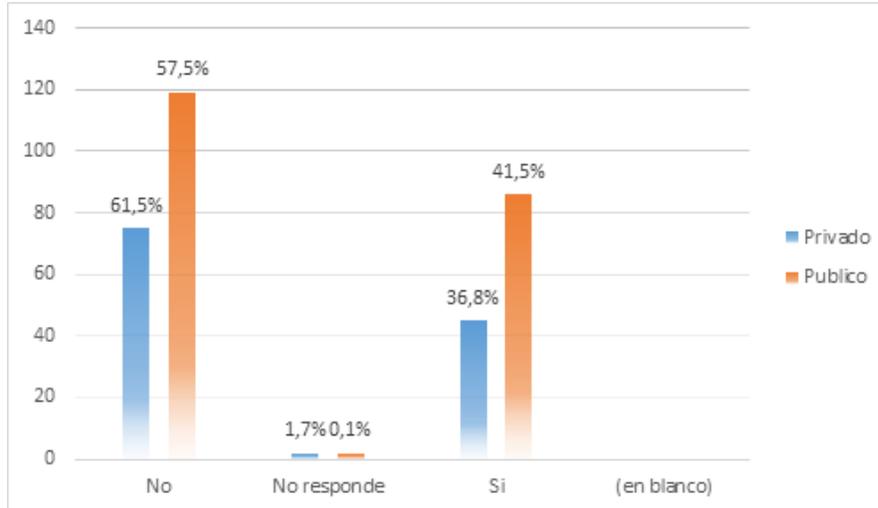
²⁴MINEDUACION. Citado por MALAVER, Carol. De cada 100 graduados, solo 48 ingresaron a la educación superior. EL TIEMPO [en línea]. 27 de julio de 2016. Disponible en Internet: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16656094>.

Grafica 8. Estudiantes que recibieron orientación vocacional.



Fuente: Elaboración propia.

Grafica 9. Estudiantes que recibieron orientación vocacional y el tipo de colegio.



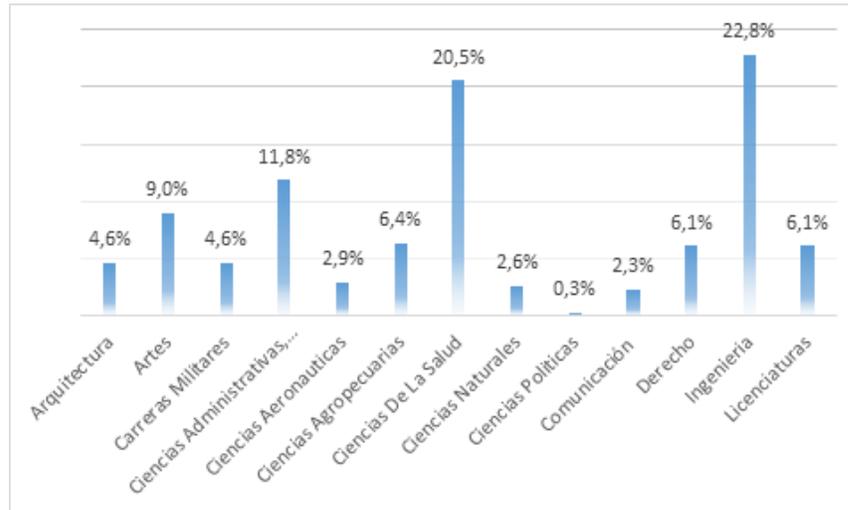
Fuente: Elaboración propia.

El resultado arrojado por la investigación nos muestra que el 58% de los estudiantes encuestados no han recibido orientación vocacional, el 40% si han recibido orientación vocacional por parte de la institución y el 1% no respondió a la pregunta (ver grafica 8). De acuerdo a esto, según el tipo de colegio los estudiantes de las instituciones públicas el 57,5% no recibieron orientación vocacional y el 41,5% si lo hicieron, en cuanto a los colegios privados el 61,5% de los estudiantes no recibieron educación vocacional y el 36,8% si lo hicieron (ver grafica 9).

La orientación vocacional va ligada al problema de la deserción estudiantil y al constante cambio de carreras en cuanto a la educación superior. “Al estudiar el porqué de las decisiones equivocadas de los bachilleres, aparecen algunos factores, entre estos, la orientación profesional tan pobre y a veces nula que brindan en los distintos colegios”²⁵ a pesar de las cifras presentadas en el municipio, este tema no ha sido desarrollado por los colegios en su mayoría. Teniendo en cuenta que la orientación vocacional debe ser dirigida por profesionales idóneos en cuestiones de orientación educativa, psicopedagogía o profesionales a fines, ya que este paso es de vital importancia para el proceso de la autorrealización de los estudiantes.

²⁵ BETANCOURTH, Lina. Orientación Vocacional y Profesional en la Juventud Colombiana [en línea]. Abril del 2016. Pag.18. Disponible en Internet: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/14245/1/BetancourthS%C3%A1nchezLinaJhulieth.pdf>.

Grafica 10. Facultades demandadas por los estudiantes.



Fuente: Elaboración propia.

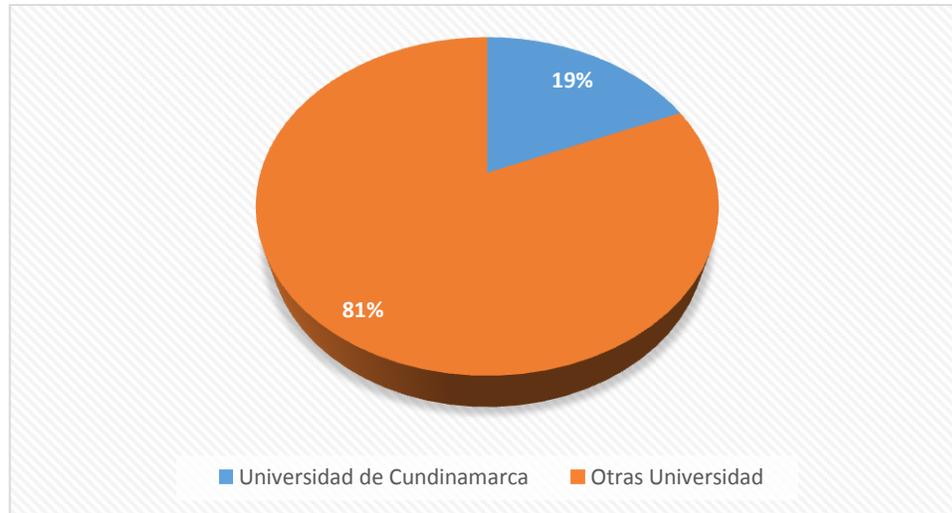
La facultad de mayor demanda tiene entre los estudiantes de Fusagasugá es la de Ingenierías con un 22,8%, le sigue Ciencias de La Salud con un 20,5% y la tercera con mayor demanda es la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables con un 11,8% de los estudiantes. Las demás estudiantes demandan Artes 9,0%, Ciencias Agropecuarias 6,4%, Derecho 6,1%, Licenciaturas 6,1%, Arquitectura 4,6%, Carreras Militares 4,6%, Ciencias Aeronáuticas 2,9%, Ciencias Naturales 2,6%, Comunicación 2,3% y Ciencias Políticas 0,3%.

Las estadísticas nacionales muestran que en Colombia “El número de graduados por área de conocimiento la mayor cantidad de títulos otorgados se concentra en el área de economía, administración, contaduría y afines con 31 por ciento del total de los graduados, seguida de la ingeniería, arquitectura y urbanismo con un total de 23.5 por ciento.”²⁶ Lo que se aprecia en paralelo a las estadísticas nacionales es que hay una

²⁶ PINZON, Juan. Las 10 carreras más demandadas en Colombia. EL TIEMPO [en línea], 14 de agosto de 2018. Disponible en Internet: <http://www.guiaacademica.com/noticias/pregrado/las-10-carreras-mas-demandadas-en-colombia-5128>.

gran probabilidad de que los estudiantes cambien de parecer en cuestión a elegir su carrera universitaria al momento de culminar su educación media o media vocacional.

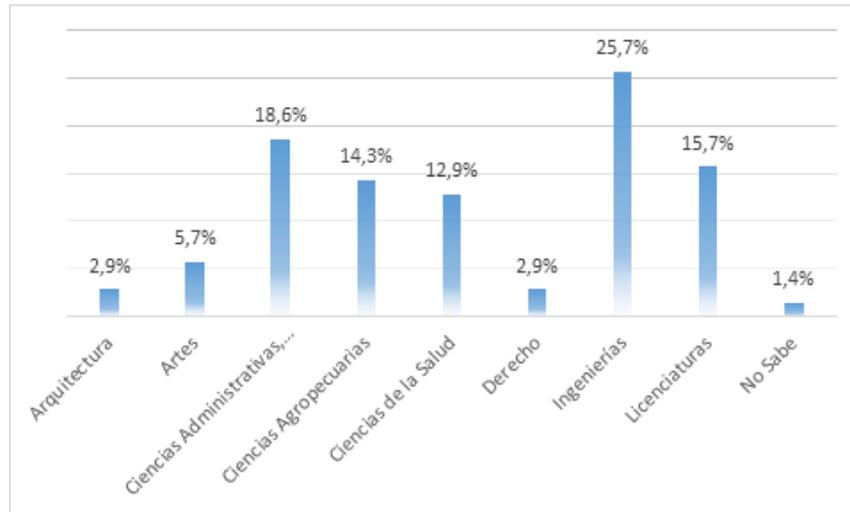
Grafica 11. Estudiantes que tienen como opción la Universidad de Cundinamarca para inscripción en pregrado.



Fuente: Elaboración propia.

Del 100% de los estudiantes de media y media vocacional en el municipio de Fusagasugá el 19% piensan en la Universidad de Cundinamarca como opción viable al momento de cursar sus estudios de pregrado al culminar su bachillerato.

Grafica 12. Carreras demandadas en la Universidad de Cundinamarca por los estudiantes de media y media vocacional en Fusagasugá.



Fuente: Elaboración propia.

Los estudiantes que eligieron la Universidad de Cundinamarca como opción para sus estudios de pregrado demandan los programas de Ingeniería 25,7%, Ciencias Administrativas, Económicas y Contables 18,6%, Licenciaturas 15,7%, Ciencias Agropecuarias 14,3%, Ciencias de La Salud 12,9%, Artes 5,7% y las Facultades de Arquitectura y Derecho cada una con un 2,9% y el 1,4% manifestó querer estudiar en la Universidad de Cundinamarca, pero aún no decide en que pregrado.

Según los resultados, existe un porcentaje de programas de pregrados demandados y facultades que actualmente no se encuentran incluidas en las ofertadas por la Universidad de Cundinamarca, viendo en esto una desinformación por parte de los estudiantes hacia las carreras existentes y vigentes de la universidad.

En el estudio estadístico realizado a los estudiantes de media y media vocacional en los colegios del municipio de Fusagasugá, el 19% de ellos manifestó tener como opción estudiar en la Universidad de Cundinamarca, de los cuales el 18,6% demandan los programas ofertados por la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y

Contables. Al ver el alto porcentaje de demanda para la facultad se decidió plasmar en los siguientes capítulos, la influencia de las variables en la toma de decisión por parte de los estudiantes.

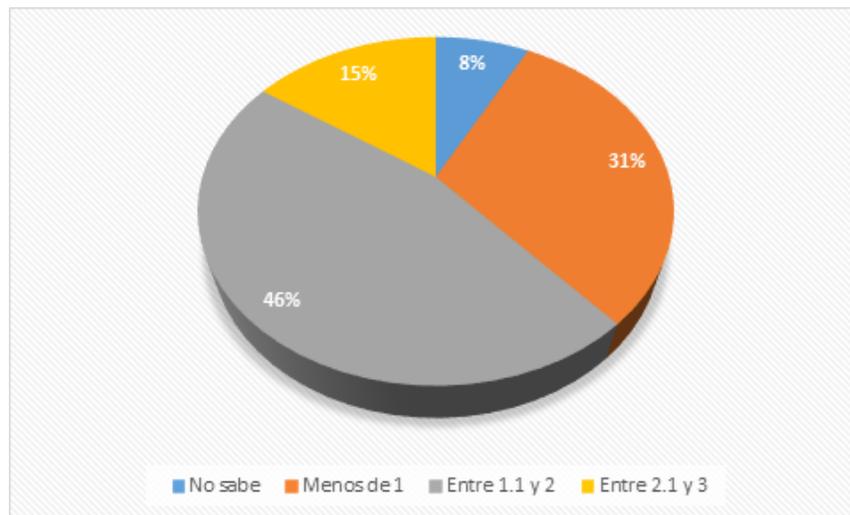
8.2. CAUSAS ECONÓMICAS

OBJETIVO: Señalar las causas económicas por las cuales los estudiantes deciden acceder a los programas académicos en estudio.

Este capítulo tiene como fin identificar por medio de las respuestas dadas por la muestra, que variables económicas influyen en los estudiantes de media y media vocacional a la hora de elegir la Universidad de Cundinamarca como la institución ideal para cursar sus estudios superiores y los programas de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables.

A continuación, se muestran las gráficas que ayudan a definir el objetivo del capítulo:

Grafica 13. Ingreso de SMMLV en las familias

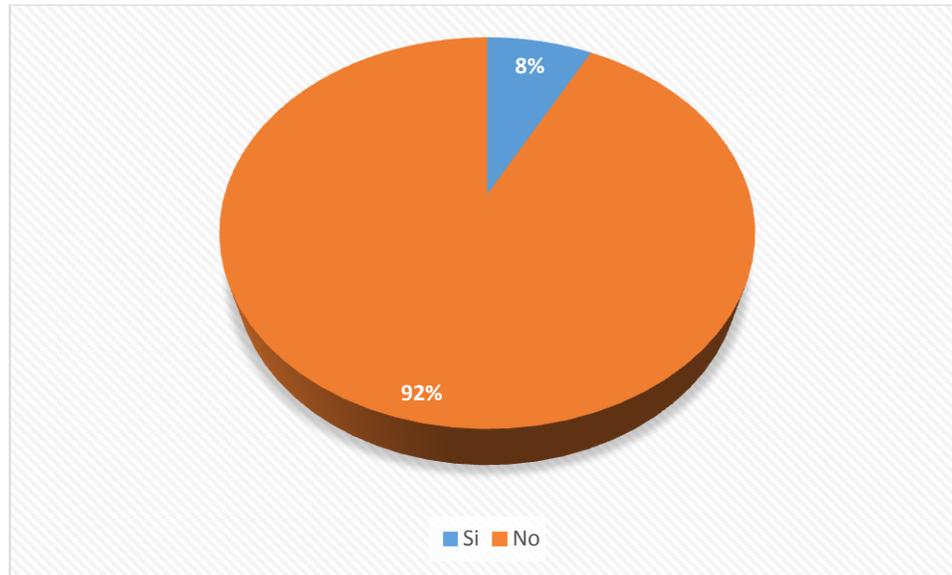


Fuente: Elaboración propia.

Del 100% de los estudiantes interesados en los programas de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables el 46% tienen ingresos familiares entre 1.1 y 2

SMMLV, el 15% menos de 1, el 15% entre 2.1 y 3 y el 8% de los estudiantes no sabían en promedio cuantos eran los ingresos de su núcleo familiar.

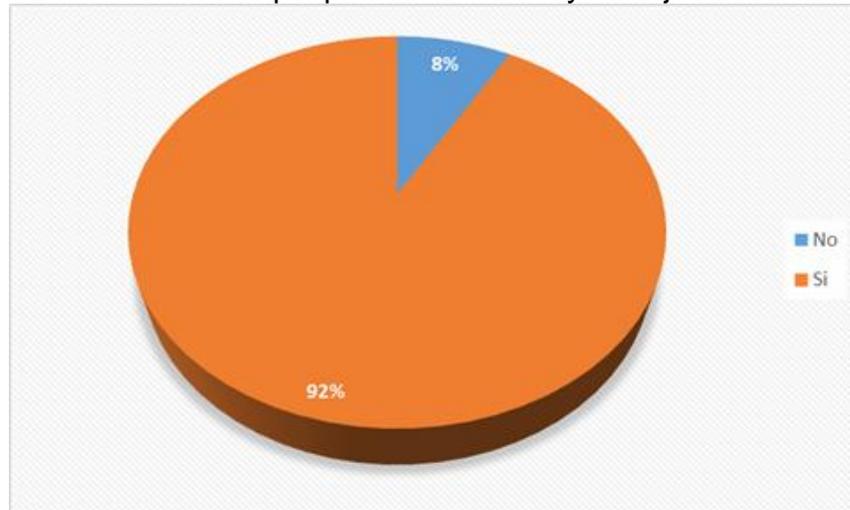
Grafica 14. Estudiantes que trabajan actualmente.



Fuente: Elaboración propia.

El 92% de los estudiantes de media y media vocacional no trabajan en la actualidad, solo están dedicados a su educación y el 8% restante si trabajan, El cual, alternan con sus responsabilidades educativas.

Grafica 15. Estudiantes que piensan estudiar y trabajar al mismo tiempo.



Fuente: Elaboración propia.

Del 100% de los estudiantes encuestados el 92% planea tener un trabajo mientras estudian su pregrado, mientras el 8% piensan dedicarse solamente a su formación universitaria. Esto nos muestra que la doble jornada en los programas de la facultad puede ser un atractivo para los estudiantes de media y media vocacional en Fusagasugá, ayudando a cumplir sus metas laborales y académicas.

- **ANALISIS ECONOMICO**

Las características económicas que caracterizan a los estudiantes que piensan estudiar en la Universidad de Cundinamarca algún pregrado de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables son las siguientes:

Los ingresos de su núcleo familiar no superan los 2 SMMLV (77%), podemos concluir que en estas familias existen menos posibilidades de lograr generar los recursos necesarios para que el estudiante migre a otras ciudades o acceda a educación superior en universidad privada.

La mayoría de los estudiantes no trabajan actualmente (92%), esto se debe a que aún están terminando su etapa escolar, dedicando la mayoría de su tiempo a sus estudios, no obstante, la mayoría de ellos (92%) piensan en estudiar y trabajar al mismo tiempo, podemos concluir que este factor es de relevancia ya que la Universidad de Cundinamarca ofrece los programas de la facultad en horarios flexibles tanto diurno y nocturno.

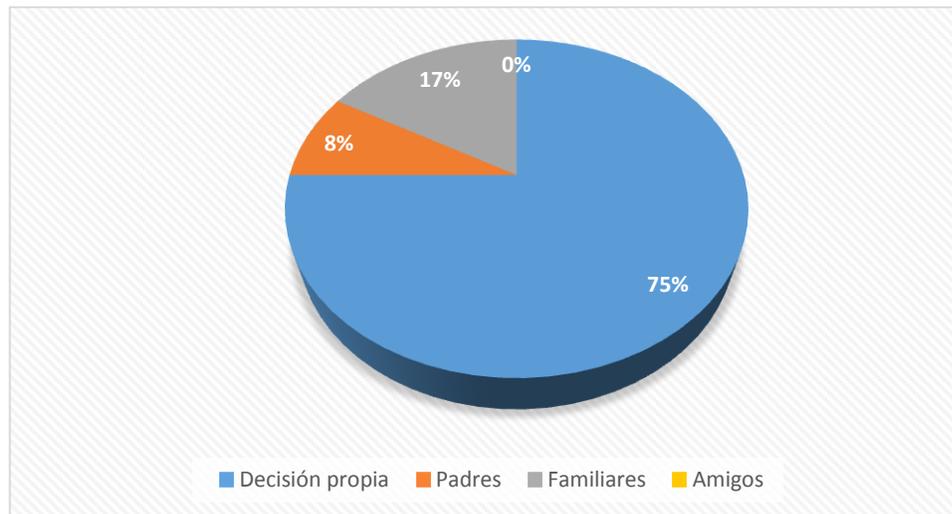
Como se observa en el planteamiento del problema, no existen datos estadísticos que corroboren esta información, puesto que es el primer estudio realizado en la Universidad de Cundinamarca y en la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables con relación a este caso de estudio.

8.3. CAUSAS SOCIALES

OBJETIVO: Explorar las causas sociales que intervienen en los estudiantes al momento de acceder a los programas académicos.

En este capítulo se muestran las motivaciones presentes en el entorno del estudiante, las cuales influyen en la toma de decisión de sus estudios de educación superior, cumpliendo con el objetivo de determinar las características que se presentan en los que muestran interés en la facultad y en la Universidad de Cundinamarca. Tomando en cuenta la **Teoría psicológico social de Bevlén**, como se puede ver en el marco teórico, los estudiantes pueden ser influenciados por grupos de referencia, grupos de convivencia, la familia y el individuo en sí.

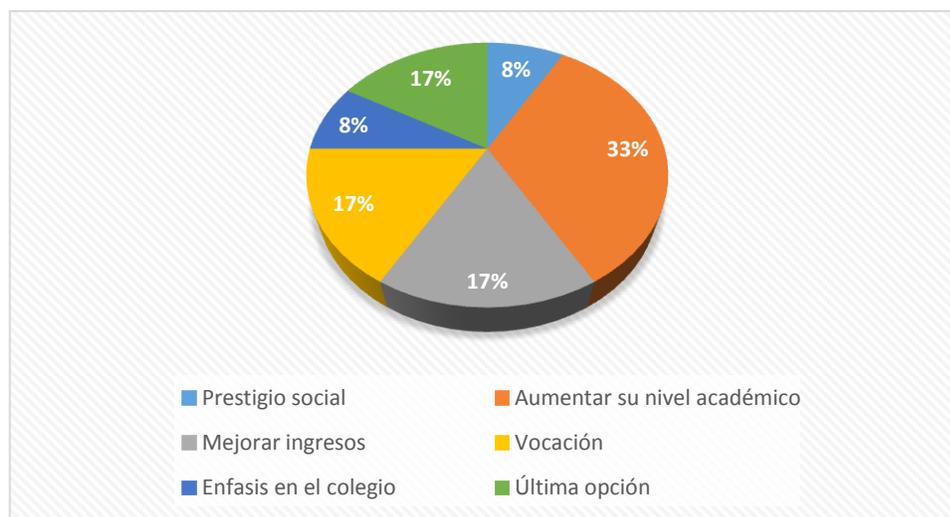
Grafica 16. Quien los motiva a elegir su carrera universitaria.



Fuente: Elaboración propia.

El 75% de los estudiantes de media y media vocacional en Fusagasugá eligen su carrera por motivación propia, el 17% por motivación de los familiares, el 8% por motivación de los padres y ninguno estuvieron motivados por sus amigos.

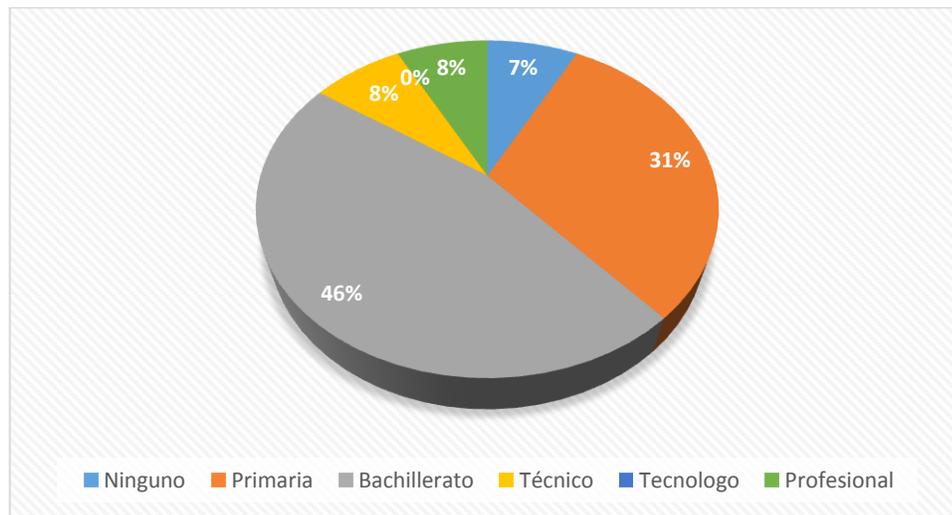
Grafica 16. Motivación para elegir la carrera universitaria.



Fuente: elaboración propia.

La principal motivación de los estudiantes para la elección de su carrera universitaria fue aumentar su nivel académico con un 33%, seguido de mejorar sus ingresos, vocación y última opción cada una con 17%, las menos escogidas fueron por énfasis en el colegio y prestigio social con 8% cada uno.

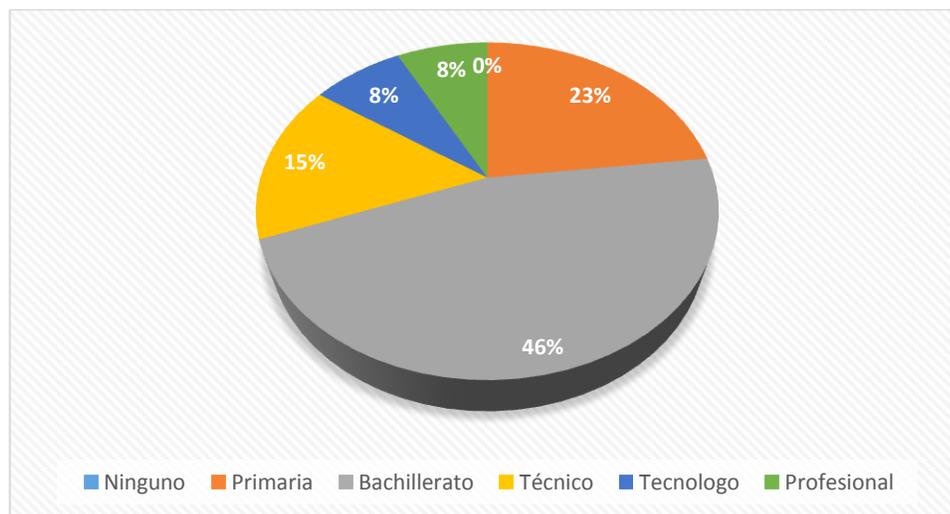
Grafica 17. Grado de escolaridad del padre.



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados arrojaron que los padres de los encuestados presentan las siguientes características, 46% terminaron su bachiller, 31% primaria, 8% profesional, 8% técnico, 7% no tiene ningún tipo de estudio y ninguno de los padres de los estudiantes encuestados es actualmente tecnólogo.

Grafica 18. Grado de escolaridad de la madre.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las madres de los encuestados presentan las siguientes características en cuanto a estudios, el 46% bachillerato, 23% primaria, 15% técnico, 8% profesional, 8% tecnólogo y el 0% de las madres de los encuestados no tiene estudios.

- **ANALISIS SOCIAL**

Las variables sociales permiten la identificación del entorno en el cual se desarrolla el estudiante y ayuda al entendimiento del porqué de las elecciones y que ámbitos toman influencia en ellas según su entorno.

La investigación muestra que más de la mitad de los estudiantes eligieron su carrera por decisión propia (75%), esto muestra una gran autonomía a la hora de elegir su futuro y al ser ellos los principales implicados en la decisión, muestra que tienen menos posibilidades de frustración e incertidumbre al momento de iniciar su carrera profesional. El principal motivo por el cual los estudiantes eligen la posible carrera universitaria es por mejorar su nivel académico (33%), con esto podemos concluir que para estos estudiantes el éxito es proporcional al nivel educativo que logre alcanzar.

Los resultados revelan que tan solo el 8% de los padres y madres de los estudiantes lograron culminar su carrera profesional, esto muestra que tanto los hijos como los padres desean mejorar el nivel académico en su familia y, desean invertir tiempo y dinero en educación profesional, aun cuando sus padres no lo son en su mayoría. La variable más destacada tanto en padres y madres es la terminación de su estudio bachillerato con un 46%.

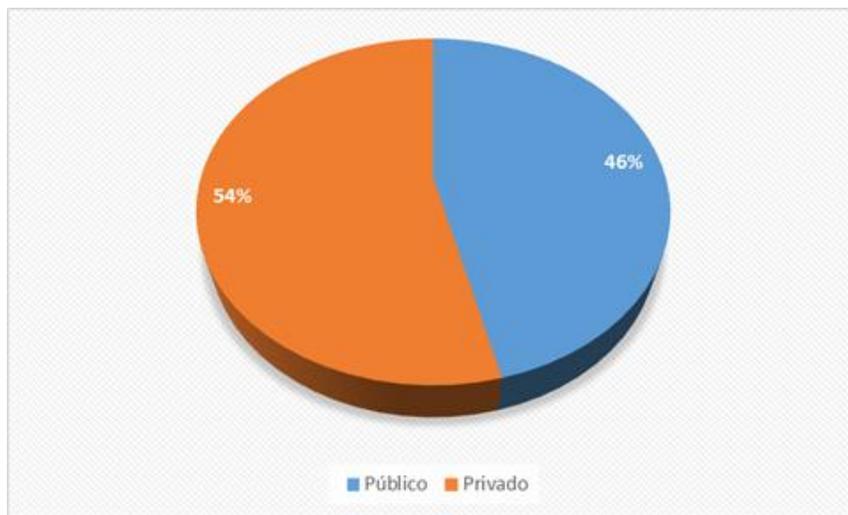
Como se observa en el planteamiento del problema, no existen datos estadísticos que corroboren esta información, puesto que es el primer estudio realizado en la Universidad de Cundinamarca y en la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables con relación a este caso de estudio.

8.4. CAUSAS CULTURALES

OBJETIVO: Reconocer las causas culturales que influyen en los estudiantes para ingresar a una carrera profesional que brinda la facultad.

A continuación, se analiza la cultura de los estudiantes, indagando sobre sus ideas, comportamientos y decisiones que han dependido a través de su entorno y la vida en sociedad que presentan. En el caso de esta investigación se comprenderá que influencia ha tenido la institución educativa actual para la toma de decisiones a futuro del estudiante.

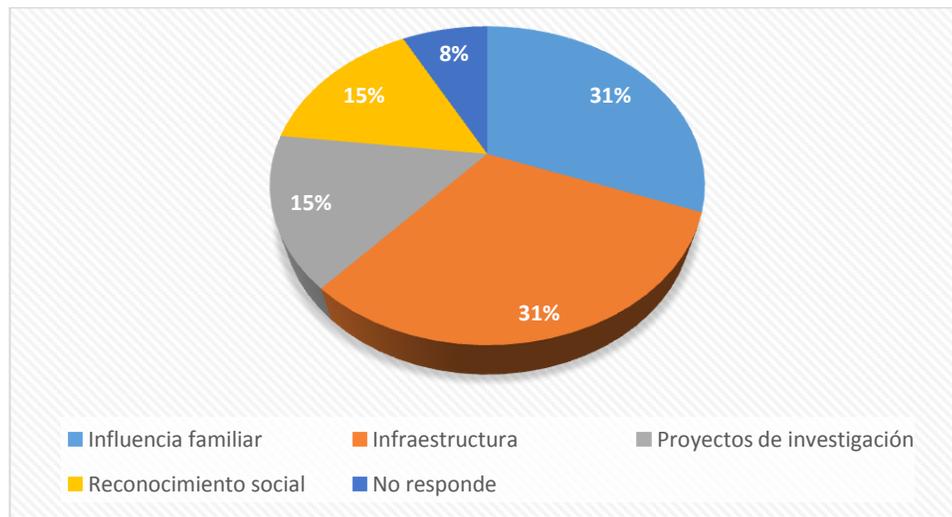
Grafica 19. Tipo de colegio.



Fuente: Elaboración propia.

Del 100% de los estudiantes de media y media vocacional en Fusagasugá que desean estudiar en la Universidad de Cundinamarca algún programa de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables el 54% pertenecen a colegios privados y el 46% provienen de colegios públicos.

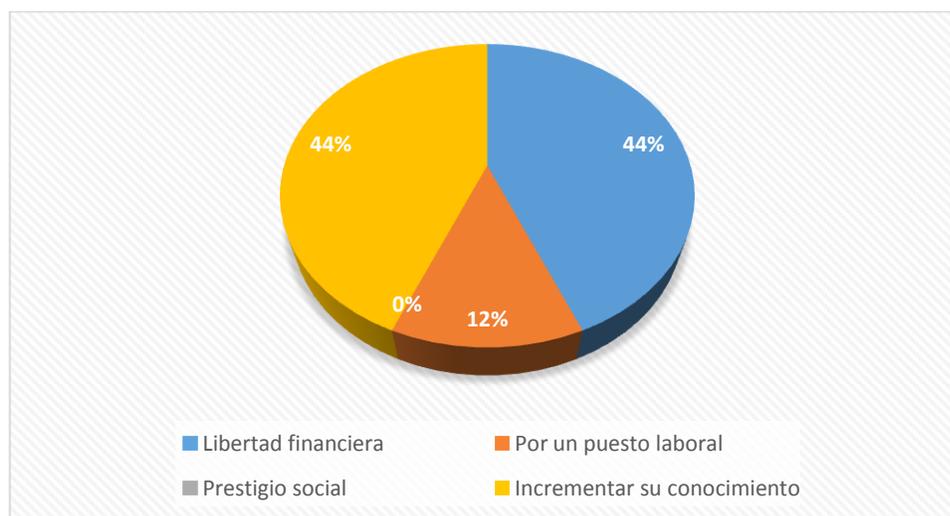
Grafica 20. Razón por la que eligió la Universidad de Cundinamarca.



Fuente: Elaboración propia.

Las dos principales razones por la cual los estudiantes escogieron la Universidad de Cundinamarca como una opción para sus estudios de pregrado son, con 31% infraestructura y 31% influencia familiar. Las menos relevantes fueron, proyectos de investigación y reconocimiento social cada una con 15% y el 8%, no respondió a la pregunta.

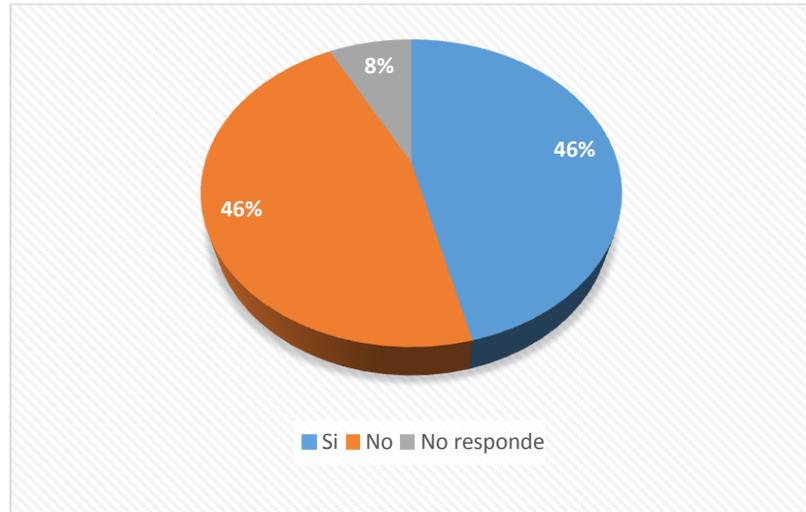
Grafica 21. Metas que aspiran cumplir al culminar el pregrado.



Fuente: Elaboración propia.

Las metas que aspiran los estudiantes de media y media vocacional que desean estudiar en la Universidad de Cundinamarca algún pregrado de La Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables son, el 44%, aspiran obtener libertad financiera, el 44%, incrementar su conocimiento, el 12%, obtener un puesto laboral y ninguno de los encuestados tiene como meta aumentar su prestigio social.

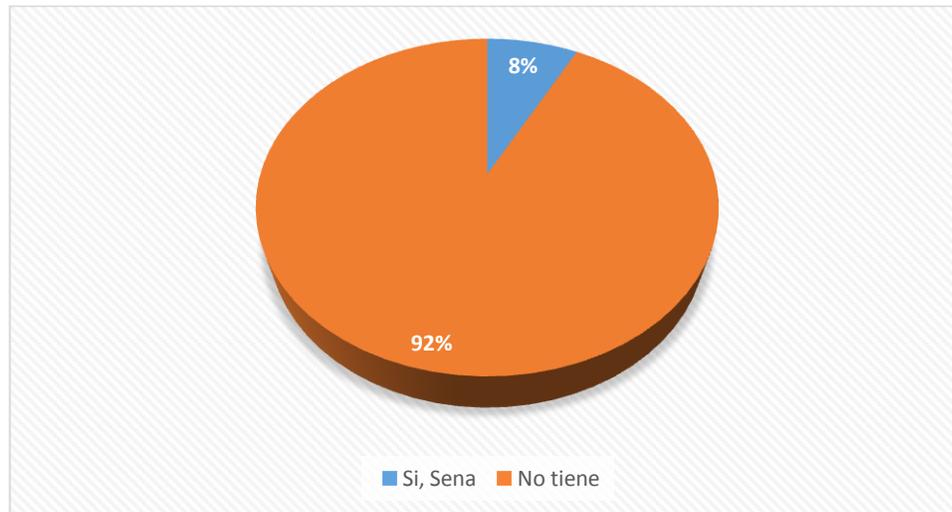
Grafica 22. Estudiantes que han recibido orientación



Fuente: Elaboración propia.

De los estudiantes que aspiran a entrar a algún programa de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, el 46%, no recibieron orientación vocacional por parte del colegio, el 46%, dicen si haber recibido y el 8%, no respondieron la pregunta.

Grafica 23. Colegios que tienen convenios con instituciones de educación superior



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados muestran que del 100% de los encuestados tan solo 8% de las instituciones tienen convenio con el Sena y el 92% restante no tiene ningún convenio con instituciones educativas de educación superior. Este resultado puede ir ligado a la falta de orientación vocacional por esto mismo los estudiantes no tiene conocimiento sobre convenios de sus colegios.

- **ANALISIS CULTURAL**

Para iniciar se destaca que “La cultura es todo complejo que incluye el conocimiento, el arte, las creencias, la ley, la moral, las costumbres y todos los hábitos y habilidades adquiridos por el hombre no sólo en la familia, sino también al ser parte de una sociedad como miembro que es.”²⁷ Los hallazgos identificados en la investigación, muestran que existen un gran número de características vinculadas a la cultura, en cuanto a los

²⁷ CULTURA. En: Significados.com. Disponible en: <https://www.significados.com/cultura/>. 20 de septiembre de 2018.

estudiantes de media y media vocacional al momento de elegir como principal opción, el ingreso a la Universidad de Cundinamarca, específicamente a iniciar un pregrado en la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables.

La caracterización de los colegios en los cuales se encuentran cursando sus estudios los bachilleres, tienen como común denominador la falta de convenios con instituciones de educación superior, el 92% de los estudiantes manifestaron no conocer o no tener convenios vigentes con instituciones educativas que ayuden a su desarrollo profesional, tan solo el 8% indicó tener convenios con el Centro Agroecológico y Empresaria, SENA. Esto indica que en Fusagasugá hay carencia en cuanto a vinculación para la continuidad de educación superior por parte de los colegios. Así también los resultados arrojaron el gran porcentaje de carencia en cuanto a orientación vocacional hacia los estudiantes (46%), este resultado va ligado al índice de deserción estudiantil en la facultad, por factores como, desconocimiento de la carrera, carencia de habilidades por parte de los estudiantes que ingresan al pregrado, entre otros.

Los estudiantes que aspiran iniciar en la facultad indicaron que se vieron influenciados por dos grandes factores al momento de la elección, por la infraestructura de la universidad (31%), teniendo en cuenta la gran inversión en los nuevos espacios académicos y culturales, es un ámbito positivo el cual sirve de atrayente para los nuevos estudiantes y para sus familiares, ya que otra característica es, que sus familiares (31%) fueron los principales influyentes en la elección de la universidad y la carrera.

Las motivaciones principales de los estudiantes en cuanto a sus metas personales son obtener libertad financiera (44%) e incrementar su conocimiento (44%), asociando estas como autorrealización por parte de ellos.

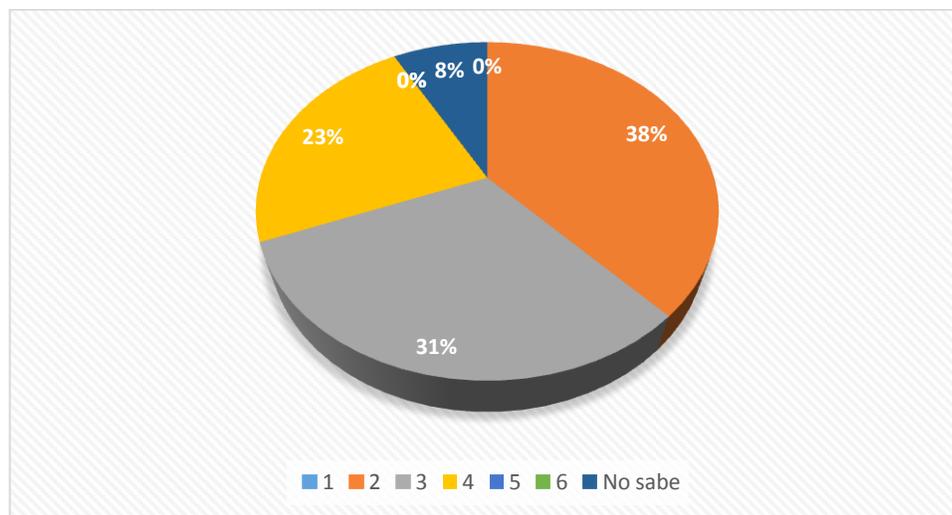
Como se observa en el planteamiento del problema, no existen datos estadísticos que corroboren esta información, puesto que es el primer estudio realizado en la Universidad de Cundinamarca y en la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables con relación a este caso de estudio.

8.5. CAUSAS GEOGRÁFICAS

OBJETIVO: Identificar las causas geográficas que intervienen en los estudiantes al momento de acceder a los programas académicos.

A continuación, se verán reflejadas las características geográficas por las cuales los estudiantes quieren estudiar su carrera universitaria en la Universidad de Cundinamarca en un pregrado de la facultad. Se verán condiciones como vivienda, ubicación y la influencia en la cercanía para tomar la decisión de aspirar a un cupo en la institución.

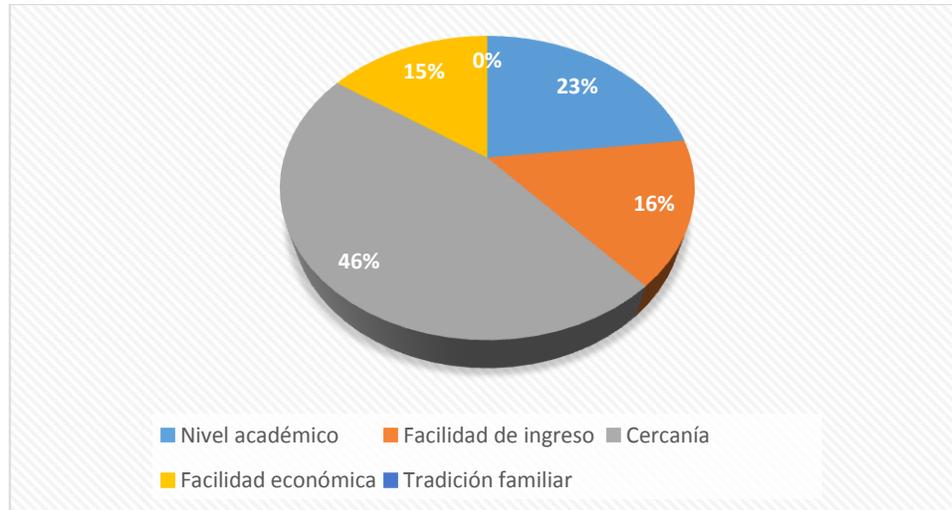
Grafica 24. Estrato socioeconómico.



Fuente: Elaboración propia.

La anterior grafica muestra que el 69% de los estudiantes que aspiran a estudiar en la Universidad de Cundinamarca algún programa de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables pertenecen a estratos 2 y 3, solo el 23 % de los encuestados se encuentran en el estrato 4 y 8% de ellos no saben cuál es su estrato socioeconómico.

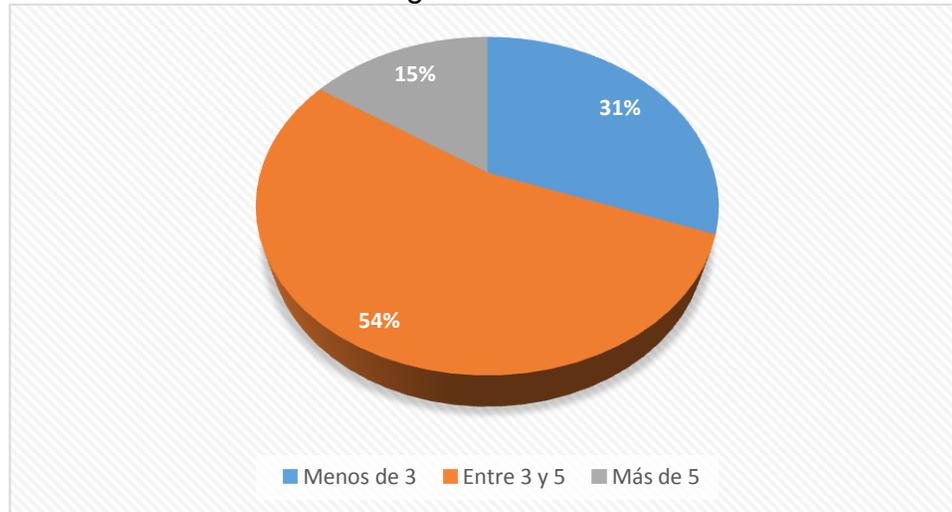
Grafica 25. Motivos para elegir la Universidad de Cundinamarca.



Fuente: Elaboración propia.

Para los estudiantes de los colegios del municipio de Fusagasugá la mayor motivación para elegir la Universidad de Cundinamarca es la cercanía con un 46%, seguido del nivel académico con 23%, por su facilidad de ingreso 16%, facilidad económica el 15% y ninguno de los estudiantes la escoge por tradición familiar.

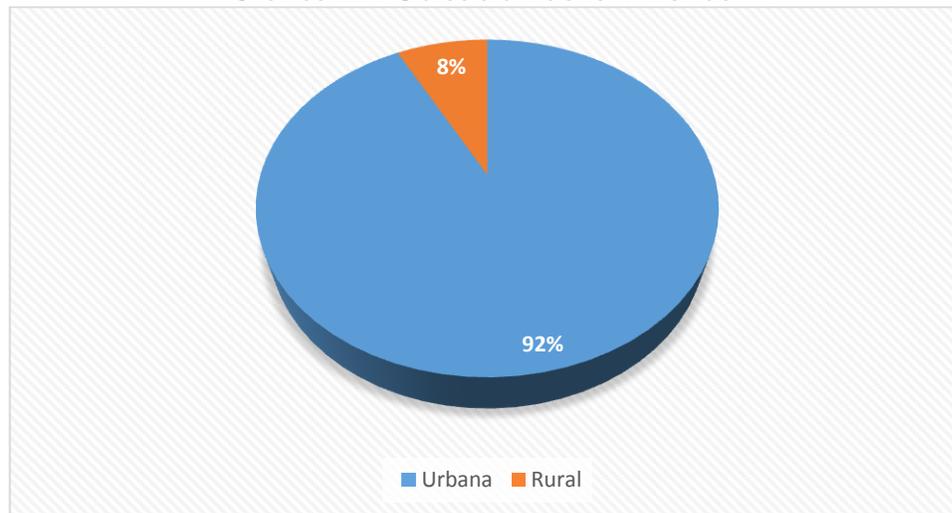
Grafica 26. Integrantes del núcleo familiar.



Fuente: Elaboración propia.

El 54% de los estudiantes de los colegios, conviven en su hogar con grupos de entre 3 y 5 personas, seguido del 31% con menos de 3 personas y tan solo el 15% viven en su residencia con más de 5.

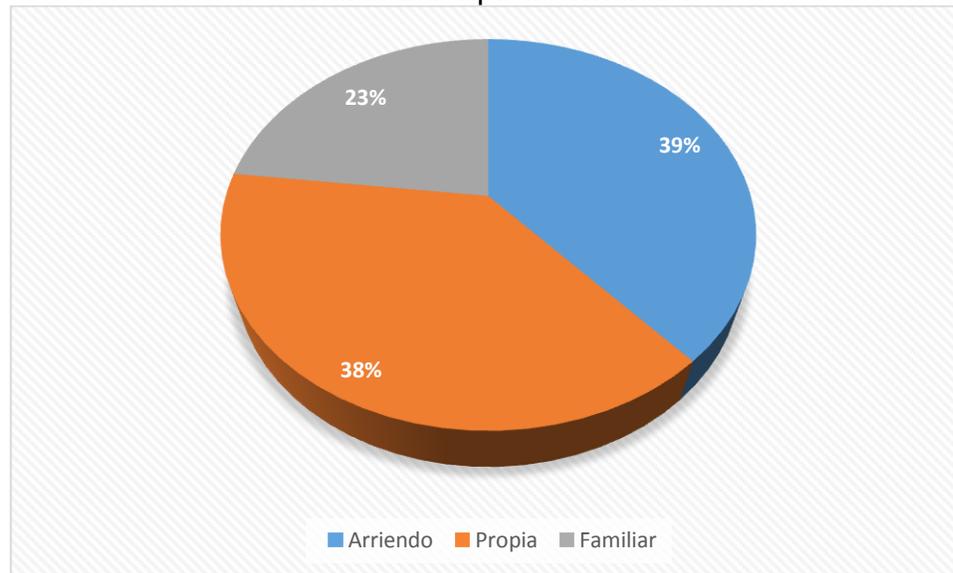
Grafica 27. Ubicación de la vivienda.



Fuente: Elaboración propia.

El 92% de los estudiantes de los colegios viven en zonas urbanas del municipio de Fusagasugá y tan solo el 8% residen en zonas rurales.

Grafica 28. Tipo de vivienda.



Fuente: Elaboración propia.

El tipo de vivienda de los estudiantes es 39% en arriendo, 38% propia y el 23% familiar.

- **ANALISIS GEOGRAFICO**

Las variables geográficas halladas en la investigación cumplen la función de definir el segmento de mercado, al cual, pertenecen los estudiantes de media y media vocacional de los colegios en Fusagasugá, aspirantes a la Universidad de Cundinamarca en los programas de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, identificando su estado actual de vivienda, núcleo familiar entre otras características.

A continuación, se evidencian los resultados indicando que los estudiantes presentan en su mayoría las siguientes características; viviendas ubicadas en área urbana (92%), en

estratos socioeconómicos 2 y 3 (69%), tipo de vivienda propia (38%) y arriendo (39%) y su núcleo familiar está integrado por grupos de entre 3 y 5 personas (54%).

Las estadísticas muestran que una variable geográfica importante a la hora de la elección de los estudiantes, es la cercanía (46%) de la Universidad de Cundinamarca con su vivienda actual.

Como se observa en el planteamiento del problema, no existen datos estadísticos que corroboren esta información, puesto que es el primer estudio realizado en la Universidad de Cundinamarca y en la Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables con relación a este caso de estudio.

9. IMPACTO DEL PROYECTO.

9.1. IMPACTO SOCIAL

El municipio de Fusagasugá cuenta con la fortuna de tener la sede principal de la Universidad de Cundinamarca, la cual, tiene variedad de programas de pregrado y postgrado, entre ellos están aquellos brindados por parte la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables. Como se pudo apreciar en el desarrollo de la investigación, hoy día, se presentan grandes vacíos respecto al futuro de los graduados de media y media vocacional en los colegios del municipio, debido a la falta de orientación vocacional y a pocos convenios de los colegios con universidades que muestren un panorama real de la educación en el sector y el país.

Esta investigación genera importantes impactos en:

- **Los Estudiantes:** La población estudiantil de los colegios, es la principal beneficiada por esta investigación, puesto que las medidas que se plantean como solución, van dirigidas al mejoramiento de la educación para ellos como futuros profesionales. Gracias a su colaboración se logró definir la situación actual y así poder revisar las fallas actuales del sistema. También genera un beneficio ya que se espera lograr para el programa la renovación del registro calificado, lo cual, se verá reflejado en el conocimiento transmitido a ellos por el personal docente y administrativo de la Universidad de Cundinamarca.
- **Los Colegios del Municipio:** Al realizar el análisis de los resultados, se observó que un 46% de los colegios no están prestando la orientación adecuado a los estudiantes para definir su futuro. Lo que se busca con esto es presentar los resultados a los colegios, para así, concientizarlos del estado actual de la educación en el país, el grado de deserción y la frustración de estudiantes al no poder iniciar sus estudios superiores por falta de conocimientos y malas decisiones. El papel que deben realizar los colegios, se basa en la

implementación de métodos eficaces con ayuda de profesionales idóneos en áreas de psicología y orientación hacia estos temas.

- **La Universidad de Cundinamarca:** El estudio realizado muestra la poca participación que tiene la Universidad de Cundinamarca en los colegios del municipio, como se ve en los análisis los estudiantes desconocen los programas ofrecidos y no tienen como prioridad la institución, aun cuando es la principal en Fusagasugá. Estos datos deben ser relevantes para la Universidad en los programas que ofrece, generando planes de acción para mejorar estos sucesos y viendo la importancia de comunicar la situación actual de los programas en cuanto a calidad y registros, para lograr atracción en los estudiantes del sector evitando la migración a otras partes del país.
- **La Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables:** Esta investigación está enfocada en la mejora específica de estos programas aportando a la situación actual respecto al municipio, para la utilización de datos en los procesos de certificación y registros de los programas. Se ve el gran potencial de la Facultad y el papel que juega ya que estas carreras tienen gran acogida por los futuros graduandos. Logrando así, que los jóvenes logren consagrar sus estudios en Fusagasugá para en un futuro aporten sus conocimientos en el desarrollo del municipio y la economía del mismo.

10. CONCLUSIONES

- Una variable económica es la representación de un concepto económico que puede medirse o tomar diversos valores numéricos. Durante la investigación se puede reflejar que existen dos principales razones por las cuales los jóvenes se proyectan a estudiar en la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables. Primero, las familias tienen bajos ingresos económicos, lo cual, representa menos posibilidades de lograr generar los recursos necesarios para que el estudiante migre a otras ciudades o acceda a educación superior en una universidad privada, buscando así una entidad que les brinda economía y cercanía. Segundo, la mayoría de los jóvenes encuestados se proyectan a estudiar y trabajar al mismo tiempo, buscando generar los ingresos necesarios para continuar con sus estudios superiores y así lograr sus metas propuestas.
- La mayoría de los estudiantes anhelan estudiar en la Universidad de Cundinamarca y han elegido su carrera universitaria por decisión propia, demostrando que tienen la autonomía necesaria para tomar sus propias decisiones y poder seguir sus sueños, motivados por mejorar su nivel académico, lo cual, significa que para estos estudiantes el éxito es proporcional al nivel educativo que logren alcanzar.
- La infraestructura es la principal variable cultural al momento de la selección de una universidad, entendiendo que para los estudiantes las edificaciones y las amplias zonas sociales generan un valor agregado de gran interés. Y, de la misma manera, su deseo es obtener libertad financiera y mejorar su conocimiento con su educación superior. Aunque no han recibido muy buena orientación vocacional por parte de los colegios.
- La cercanía es la razón geográfica más importante por la cual los

estudiantes de secundaria anhelan estudiar en la Universidad de Cundinamarca, y aprovechan esto para evitar gastos económicos y no generar grandes cambios en su estilo de vida.

- La Universidad de Cundinamarca no realiza procesos de marketing en los colegios, ni asiste a ferias universitarias. Esto se evidencia en el desconocimiento de los estudiantes al momento de querer elegir una carrera profesional que actualmente no posee la institución de educación superior, demandando programas como Arquitectura o Derecho, los cuales aún no existen dentro del plan educativo.
- Según los datos obtenidos, de los 3.242 estudiantes, el 19% tiene como opción La Universidad de Cundinamarca para sus estudios de educación superior, dentro de estos tan solo el 18,6% aspiran a una carrera en la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, esto nos indica según la muestra que un promedio de 115 estudiantes serían los futuros aspirantes en la facultad. Dejando estas cifras un gran interrogante, pues siendo Fusagasugá la sede principal de La Universidad de Cundinamarca, tendría que ser una de las principales opciones de los estudiantes a la hora de aspirar a estudios superiores luego de su culminación de media y media vocacional.
- Los resultado arrojados por esta investigación, muestran proyecciones muy diferentes a la situación actual del país respecto a la educación superior. Del total de los estudiantes de los colegios en Fusagasugá el 93% aspira a seguir sus estudios en educación superior y la realidad es que según el Ministerio de Educación tan solo el 48,5% de los estudiantes logran iniciar estos estudios. Así mismo pasa con los programas demandados, pues según esta investigación los programas no concuerdan con la realidad del país, , esto puede demostrar que los estudiantes al terminar su bachillerato

no logran estudiar la carrera que deseaban ni tampoco en la universidad que
ellos aspiraban

11. RECOMENDACIONES.

- Realizar un trabajo de marketing periódico anual en los colegios y asistir a las ferias Universitarias, donde se presenten a los estudiantes de 10º y 11º los programas académicos que brinda la Universidad de Cundinamarca para que asimismo, ellos, tengan el conocimiento necesario para asumir esta decisión tan importante en sus vidas con mayor claridad.
- Ampliar la investigación en otros sectores de estudiantes tales como: Municipios cercados, colegios sabatinos y nocturnos, instituciones de validación, e incluso con los estudiantes de primer semestre para reconocer el segmento de mercado real de los programas académicos ofrecidos por la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables de la Universidad de Cundinamarca, sede Fusagasugá.

BIBLIOGRAFÍA

- REGADER BERTRAND. La importancia de elegir bien tu carrera universitaria. [en línea]. <https://psicologiaymente.com/miscelanea/importancia-elegir-carrerauniversitaria>
- SCIELO. Motivación Para Estudiar en Jóvenes de Nivel Medio Superior. [En línea] http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052011000100009. Guanajuato, 2011. Pág. 1
- MINISTERIO DE EDUCACION NACIONAL. Carreras con futuro. [En línea] <https://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/printer-113696>. Colombia, 2018. Pág. 1
- GAMBASICA ACEVEDO, Marcela. CASTELLANOS, Victoria. Estudio de la oferta y demanda del Programa de Administración de Empresas de la UPTC. En <http://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1469/1/TGT-217.pdf>. Colombia, 2015. Pág. 28
- ALZATE, Pablo Alejandro. ¿Qué significa que una universidad sea de alta calidad? En http://www.guiaacademica.com/educacion/personas/cms/colombia/pregrados/2016/ARTICULO-WEB-EEE_PAG-16729206.aspx Colombia, 2016. Pág. 1
- MERCADEOYPUBLICIDAD.COM. Teoría del consumidor. En <http://www.mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=7238>. 2017.

- CARDENAS, Jessica. Teoría económica de Marshall. En <http://pousiroxi.blogspot.com.co/2008/03/teora-economica-de-marshall.html> México, 2008.
- Jocelyn. Modelos del comportamiento del consumidor. En <http://comportamientoconsumidorjoce.blogspot.com.co/2008/04/modelo-psicologico-social-de-veblen.html> 2008.
- PÉREZ BARDALES, Angélica. Teorías del Comportamiento del Consumidor. En <http://www.merkactiva.com/blog/teorias-del-comportamiento-del-consumidor/> 2017.
- REDALYC.ORG. Factores asociados al rendimiento académico en estudiantes universitarios, una reflexión desde la calidad de la educación superior pública. [En línea] <http://www.redalyc.org/html/440/44031103/>. Costa Rica. 2007. Pág. 47-48
- UNIVERSALIA COLOMBIA. Las 20 carreras universitarias con mayor demanda y mejor pagadas en Colombia. [En línea] <http://noticias.universia.net.co/educacion/noticia/2015/12/17/1134832/20-carreras-universitarias-mayor-demanda-mejor-pagadas-colombia.html>. Colombia, 2017.
- NAVARRO, Javier. ¿Qué es la oferta y la demanda? En <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-oferta-y-la-demanda>. 2008
- ALCALDIA DE FUSAGASUGÁ. Fusagasugá. En <http://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/Paginas/default.aspx> Colombia, 2018.

- FINCA EL REPOSO. Datos generales de Fusagasugá. En <http://www.casalle.org.co/casa-de-encuentros/acerca-de-fusagasuga/32-datos-generales-de-fusagasuga.html>.
- ALCALDIA MUNICIPAL DE FUSAGASUGÁ. Informe de gestión 2015 Plan de Desarrollo Fusagasugá Contigo Con Todo. En <http://fusagasugacundinamarca.gov.co:32720/Transparencia/Informes/Informe%20de%20Gesti%C3%B3n%202015%20Plan%20de%20Desarrollo%20Fusagasug%C3%A1%20Contigo%20con%20Todo.pdf#search=entorno%20politico> Colombia. Pág. 8
- UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA. Estatuto General (Acuerdo 007 de 2015, Artículo 4). Fusagasugá. 2015. [en línea] <https://www.ucundinamarca.edu.co/index.php/universidad/mision-y-vision>. Pág. 1
- REDACCION VIDA/EDUCACION. Ministerio de Educación rindió cuentas. EL TIEMPO [en línea], 20 de abril del 2017. Disponible en Internet: <https://www.eltiempo.com/vida/educacion/rendicion-de-cuentas-del-ministerio-de-educacion-nacional-79810>.
- PEREZ, Ángel. El fracaso de la educación media en Colombia. DINERO [en línea], 5 de agosto de 2016. Disponible en Internet: <https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/el-fracaso-de-la-educacion-media-en-colombia-por-andres-perez/226546>.
- DANE. Citado por EL PAIS. En Colombia nacen más niños que niñas, según el DANE [en línea]. 21 de octubre de 2016. Disponible en internet: <https://www.elpais.com.co/california/en-colombia-nacen-mas-ninos-que-ninas-segun-el-dane.html>.

- MINSALUD. Composición de los hogares. En: ENDS. Colombia, 2015. P. 75.
- MINEDUACION. Citado por MALAVER, Carol. De cada 100 graduados, solo 48 ingresaron a la educación superior. EL TIEMPO [en línea]. 27 de julio de 2016. Disponible en Internet: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16656094>.
- BETANCOURTH, Lina. Orientación Vocacional y Profesional en la Juventud Colombiana [en línea]. Abril del 2016. Pag.18. Disponible en Internet: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/14245/1/BetancourthS%C3%A1nchezLinaJhulieth.pdf>
- PINZON, Juan. Las 10 carreras más demandadas en Colombia. EL TIEMPO [en línea], 14 de agosto de 2018. Disponible en Internet: <http://www.guiaacademica.com/noticias/pregrado/las-10-carreras-mas-demandadas-en-colombia-5128>.

ANEXOS

Ilustración 1. Encuesta primera hoja.

	UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SEDE FUSAGASUGÁ FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
---	---

OBJETIVO:

Analizar la demanda de los programas académicos de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables Universidad de Cundinamarca, por los estudiantes del colegio de media y media vocacional, Fusagasugá.

INSTRUCTIVO:

Marque con una x la respuesta correcta.

1. ¿Al finalizar su bachillerato se proyecta a seguir sus estudios en educación profesional?

a. Si b. No

Si su respuesta es NO, pase a la pregunta No. 17

2. ¿Qué carrera universitaria se proyecta estudiar?

3. ¿Ha recibido orientación vocacional en su colegio?

a. Si b. No

4. ¿Con que universidades tiene convenio su institución educativa?

5. ¿En qué Universidad se proyecta a estudiar?

6. ¿Cuál o cuáles son las razones por las que usted escogerá esta Universidad?

a. Infraestructura d. Reconocimiento
b. Proyectos de Investigación e. Prestigio social
c. Influencia familiar f. Tecnología

Si usted no se proyecta a estudiar en la Universidad de Cundinamarca por favor continúe en la pregunta 17

7. ¿Por qué escogió la Universidad de Cundinamarca?

a. Decisión propia d. Conocido Egresad
b. Solicitud de los padres e. Otra: ¿Cuál?
c. Familiar egresado

8. ¿Qué lo motiva a escoger la Universidad de Cundinamarca?

a. Cercanía d. Economía
b. Nivel académico e. Tradición familiar
c. Facilidad de ingreso f. Otra. ¿Cuál?

9. ¿Quién lo motiva a elegir la Universidad de Cundinamarca?

a. Padres c. Amigo
b. Familiares d. Otra. ¿Cuál?

Si la carrera universitaria que se proyecta a estudiar es Administración de Empresas o Contaduría Pública por favor prosiga con las preguntas, de lo contrario pase a la pregunta número 17

10. ¿Quién lo motiva a elegir su carrera universitaria?

a. Decisión propia d. Amigos
b. Padres e. Otra. ¿Cuál?
c. Familiares

Muchas gracias por su participación

Ilustración 2. Encuesta segunda hoja.

 <p>UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SEDE FUSAGASUGÁ</p>	<p>UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SEDE FUSAGASUGÁ FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS</p>
--	--

- 11. ¿Qué lo motiva a elegir esta carrera Universitaria?**
- | | |
|--------------------------------|--------------------------|
| a. Prestigio | e. Vocación |
| b. Aumentar su nivel académico | f. Énfasis en el colegio |
| c. Economía | g. Última opción |
| | h. Otra. ¿Cuál? |
-
- 12. ¿Qué metas aspira a cumplir cuando termine su carrera?**
- | | |
|--------------------------|--------------------------------|
| a. Libertad Financiera | d. Incrementar su conocimiento |
| b. Por un puesto laboral | e. Otra. ¿Cuál? |
| c. Prestigio social | |
-
- 13. ¿Actualmente tiene trabajo?**
- a. Si b. No
- 14. Si trabaja actualmente, ¿Cómo es su horario laboral?**
-
- 15. ¿Piensa estudiar y trabajar al mismo tiempo?**
- a. Si b. No
- 16. ¿Según el sector donde aspira trabajar que ingresos percibe tener?**
-

La encuesta se encuentra bajo la ley estatutaria 1581 de 2012, por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales, a fin de garantizar la seguridad y confidencialidad de los datos almacenados, evitando así, en la medida de lo posible, su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado; y garantizando que los datos aquí registrados son de uso meramente académico.

DATOS DEMOGRAFICOS

- 17. Edad**
- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| a. Menos de 18 años | d. Entre 24 y 26 años |
| b. Entre 18 y 20 años | e. Entre 27 y 29 años |
| c. Entre 21 y 23 años | f. Mayores de 29 |
- 18. Genero**
- | | |
|--------------|-------------|
| a. Masculino | b. Femenino |
|--------------|-------------|
- 19. Cuantas personas viven actualmente en su hogar**
- | | |
|-------------------------|----------------------|
| a. Menos de 3 personas | c. Más de 5 personas |
| b. Entre 3 y 5 personas | |
- 20. ¿En qué área está ubicada su vivienda?**
- | | |
|----------|-----------|
| a. Rural | b. Urbana |
|----------|-----------|
- 21. Tipo de vivienda**
- | | |
|-------------|-------------|
| a. Arriendo | c. Familiar |
| b. Propia | |
- 22. Estrato socioeconómico de la vivienda**
- | | | |
|------|------|------|
| a. 0 | d. 3 | f. 5 |
| b. 1 | e. 4 | g. 6 |
| c. 2 | | |
- 23. ¿Cuántos SMMLV ingresan actualmente en su núcleo familiar?**
- | | |
|------------------------|------------------------|
| a. Menos de 1 SMMLV | d. Entre 3.1 y 4 SMMLV |
| b. Entre 1.1 y 2 SMMLV | e. Más de 4.1 SMMLV |
| c. Entre 2.1 y 3 SMMLV | |
- 24. Nivel de estudios del padre**
- | | |
|--------------|----------------|
| a. Primaria | d. Tecnólogo |
| b. Bachiller | e. Profesional |
| c. Técnico | f. Ninguno |
- 25. Nivel de estudios de la Madre**
- | | |
|--------------|----------------|
| a. Primaria | d. Tecnólogo |
| b. Bachiller | e. Profesional |
| c. Técnico | f. Ninguno |

Muchas gracias por su participación

Ilustración 3. Carta dirigida a los colegios

Fusagasugá, mayo de 2018

Señores
DIRECTIVOS COLEGIOS FUSAGASUGA



UCUNDINAMARCA
Generación Siglo 21

Cordial saludo

Tenemos el gusto de dirigirnos a ustedes para hacerle participe del proyecto monográfico titulado "VARIABLES QUE INFLUYEN EN LOS ESTUDIANTES DE LOS COLEGIOS DE MEDIA Y MEDIA VOCACIONAL, PARA ACCEDER A LOS PROGRAMAS ACADÉMICOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES, UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA, FUSAGASUGA".

Teniendo en cuenta las características del proyecto realizado por los estudiantes Brandon Alexis Rodríguez Quintero con CC. 1069753461, y Slendy Lorena Sosa Jiménez con CC. 1069748075, solicitamos comedidamente la autorización para aplicar una encuesta a algunos estudiantes de los grados 10º y 11º.

Agradecemos su colaboración

Atentamente:

Esp. CARLOS ARTURO NARVAEZ BENAVIDES
ASESOR
Celular 3117768617