

1-1-2018

# Estudio comparativo de las características de la oferta de los programas de pregrado y posgrado de la Universidad de La Salle

Lina Mayerly Ayala Pinzón

Francisco Javier Santos Romero

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/economia>

---

## Citación recomendada

Ayala Pinzón, L. M., & Santos Romero, F. J. (2018). Estudio comparativo de las características de la oferta de los programas de pregrado y posgrado de la Universidad de La Salle. Retrieved from <https://ciencia.lasalle.edu.co/economia/542>

This Trabajo de Grado is brought to you for free and open access by the Facultad de Ciencias Económicas y Sociales at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Economía by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact [ciencia@lasalle.edu.co](mailto:ciencia@lasalle.edu.co).

**ESTUDIO COMPARATIVO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA DE LOS  
PROGRAMAS DE PREGRADO Y POSGRADO DE LA UNIVERSIDAD DE LA SALLE**

**INFORME FINAL DE PRÁCTICA**

**ASESOR: JAIME ALBERTO RENDÓN ACEVEDO**

**LINA MAYERLY AYALA PINZÓN**

**FRANCISCO JAVIER SANTOS ROMERO**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES**

**PROGRAMA DE ECONOMÍA**

**BOGOTÁ**

**2018**

## **Agradecimientos**

Gracias de corazón a Dios por permitirnos llegar a esta instancia de nuestras vidas, a nuestro asesor el profesor Jaime Rendón y nuestro tutor el profesor Juan Ignacio Cardona. Gracias por su paciencia, dedicación, conocimiento, tiempo y criterio. Ha sido un privilegio poder contar con su guía y su apoyo constante.

Gracias a todas las personas de la Universidad de la Salle por su amabilidad y servicio en todo lo relacionado a nuestra vida como estudiantes del pregrado de Economía.

Gracias a mi familia, mamá, papá, hermanos, por estar incondicionalmente conmigo durante todos estos años. Gracias a mi cómplice y compañero de vida Felipe Alejandro, por ser gestor de cambios en mi vida y ayudarme a no desfallecer. Gracias a mi hijo Juan Andres, por haberme permitido robarle un poco de su tiempo para poder sacar adelante este título de Economista.

Lina Ayala Pinzón

Doy gracias primeramente a mi familia, a mis padres y hermanas, por estar conmigo y apoyarme de forma incondicional durante mi formación. Doy gracias a mis compañeros y amigos de la Universidad de La Salle, que con cada palabra o consejo fueron dejando huella dentro del proceso que hoy se lleva a buen término para ser economista de la ULS.

Francisco Santos

## RESUMEN EJECUTIVO

Este informe da cuenta de todo lo realizado en la labor como pasantes de la Universidad de La Salle y de los resultados investigativos que se consiguieron gracias a la pasantía.

La oferta académica de la educación superior en la ciudad de Bogotá es cada vez más amplia, pues constantemente nuevas instituciones ingresan al mercado académico. Estos nuevos lugares de estudio ofrecen programas en diversas modalidades, también establecen convenios económicos que ayudan al ingreso de nuevos estudiantes. La variación en el plan de estudios de un programa versus su homónimo, es también notable y estos son factores que inciden en la decisión de un estudiante que desea iniciar sus estudios profesionales.

Identificar las características de oferta de los programas de la Universidad de la Salle comparados con sus pares en la ciudad de Bogotá, permite tanto conocer la dinámica que presenta el mercado educativo en la actualidad, como reconocer qué nuevas características puede implementar la Universidad en cada uno de sus programas para obtener una demanda cada vez más alta. Es por ello que surge este análisis comparativo para programas de pregrado y posgrado ofrecidos por la Universidad de la Salle frente a sus homónimos en la ciudad de Bogotá.

Esta pasantía estuvo enmarcada en un tipo de metodología descriptiva – transversal, pues se revisaron fuentes primarias y secundarias de información en un periodo de tiempo determinado (2016), tales como páginas web de universidades, llamadas telefónicas y bases de datos del Consejo Nacional de Acreditación –CNA– y el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior –SNIES–, con el fin de recolectar datos acerca de los parámetros utilizados para el análisis de los programas asignados para esta investigación.

Para el análisis comparativo se revisaron cada uno de los ítems que tenían en común los programas, por ejemplo, la cantidad de créditos, la jornada, el valor de la matrícula, la duración del programa y la acreditación por parte de entidades vigilantes, entre otros.

Con la información revisada y analizada se pudo concluir que la Universidad de la Salle, a pesar de ser una de las mejores a nivel nacional y de tener una alta afluencia de público, tiene tareas pendientes que le permitirían mejorar en el ranking de Universidades en el país. Entre ellas están la focalización de un nuevo mercado objetivo, la revisión acerca del número de créditos y la

temporalidad académica, además de la creación de nuevas estrategias de mercado para los programas de posgrado.

***Palabras clave:*** educación superior, conducta de consumo, mercado, competencia, marketing educativo.

***Clasificación:*** I2- I21 – I23

## ABSTRACT

This report provides the information of all the work that have been done as intern in La Salle University and of the research results that were obtained. The academic offer of higher education in the city of Bogotá is increasingly wide, as new institutions constantly enter the academic market. These academic institutions present programs in different modalities; they also have economic agreements to give opportunities for the new students. The variation in the curriculum of a program, versus its namesake is also notable and there are factors that influence the decision of a student that wish to start their professional studies.

Identifying the characteristics of the programs of La Salle University compared with their peers in the city of Bogota, allows both to know the dynamics that the educational market presents today, and to recognize what new features the University can implement in each one of their programs to obtain an increasingly high demand. That is why this comparative analysis for undergraduate and postgraduate programs offered by the La Salle University against their homonyms in the city of Bogota.

This internship was framed in a descriptive - transversal methodology. Since primary and secondary sources of information were reviewed in a given period of time (2016), such as university websites, telephone calls and databases of the National Accreditation Council -CNA- and the National Higher Education Information System -SNIES-, in order to collect information about the parameters used for the analysis of the programs assigned for this research.

For the comparative analysis, each of the commons items of the programs was reviewed, for example, the number of credits, the working day, the value of the enrollment, the duration of the program and accreditation by vigilant entities, among others.

With the information reviewed and analyzed, it was possible to conclude that despite of being one of the most acclaimed universities in Colombia. La Salle has pending tasks that would allow it to improve in the ranking of Universities in the country. Among them are the targeting of a new market, the review of the number of credits and academic timing, as well as the creation of new market strategies for graduate programs.

**Keywords:** High education, consumer behavior, Market, competition, educational marketing.

**Classification:** I2- I21 – I23

## Tabla de contenido

1	Introducción.....	8
2	Síntesis de las fases de la práctica .....	10
3	Relaciones existentes entre la práctica o pasantía realizada y el proceso de formación .....	12
3.1	Problemática abordada .....	12
3.2	Objetivos .....	13
3.2.1	Objetivo general.....	13
3.2.2	Objetivos específicos .....	13
3.3	Marco de referencias .....	14
3.4	Metodología .....	19
3.5	Análisis de contexto .....	20
3.6	Resultados y análisis .....	24
3.6.1	Pregrado .....	25
3.6.2	Posgrado.....	29
4	Conclusiones.....	31
5	Recomendaciones .....	32
6	Referencias consultadas.....	33

### **Listado de tablas**

Tabla 1. Programas analizados de la ULS .....	10
Tabla 2. Becas y auxilios educativos .....	28
Tabla 3. Generalidades en programas de pregrado .....	29
Tabla 4. Generalidades en programas de posgrado .....	31

### **Listado de gráficas**

Gráfico 1. Colombia. Matrículas por área de conocimiento de educación superior, 2016. ....	25
Gráfico 2. Bogotá. Matrículas por área de conocimiento de educación superior, 2016 .....	26



## **1 Introducción**

La Universidad de la Salle (ULS), implementó en el segundo semestre de 2017 y en el primer semestre de 2018 un análisis comparativo de los programas académicos que ofrece en la ciudad de Bogotá respecto a sus pares de otras instituciones. En el presente informe se describen las actividades realizadas en la modalidad de grado pasantía y, además, se da a conocer la labor investigativa que se realizó con base a la experiencia adquirida dentro de la misma.

Tras el contexto del mercado educativo colombiano y la masificación de la oferta de educación superior, la concepción de la educación ha venido cambiando a lo largo de los años y éste cambio ha estado enmarcado en el fin último por el cual las personas estudian una carrera universitaria, donde esta nueva concepción es formar para trabajar y no formar para investigar, como a nuestra percepción debería ser. En vista de la premisa anterior, la Universidad de La Salle, como otras universidades de tradición investigativa, tiene un gran reto al enfrentarse a este nuevo mercado y es allí donde el presente trabajo va enfocado.

Este informe pretende dar a conocer toda la labor práctica que se realizó durante la pasantía, además de la investigación en torno al mercado educativo, enfocado en la ciudad de Bogotá, trayendo a colación el contexto de este mercado para delimitar las nuevas dinámicas en el sector de la educación superior.

La pasantía se llevó a cabo en dos fases. La primera, consistió en realizar un análisis comparativo que permitió establecer los elementos competitivos de los programas de pregrado asignados frente a sus pares en la ciudad de Bogotá, tomando como comparativos: número de créditos, número de semestres, valor de la matrícula, acreditación, entre otros. Al final se elaboró un balance de lo realizado en los programas en clave de dinámicas, dificultades y retos. La segunda fase consistió en hacer un ejercicio comparativo de los programas de posgrado asignados frente a otros programas de posgrado comparables, cuya línea de investigación es la misma, en la ciudad de Bogotá. Aquí las variables de análisis utilizadas fueron: número de créditos, número de semestres, valor de la matrícula, contexto del área y núcleo dentro del mercado educativo.

El informe está compuesto por ocho puntos en donde se caracteriza lo dicho en los anteriores párrafos: primero, se habla sobre las relaciones que existen entre la formación y la pasantía; en segundo lugar, se aborda la problemática que motiva la investigación; en tercer lugar, se delimitan el objetivo general y los objetivos específicos que se resolvieron a lo largo de la

pasantía; cuarto, se caracteriza el tema de investigación con un marco de referencias; en quinto lugar, se delimita la metodología utilizada; en sexto lugar, se realiza un análisis de contexto del mercado educativo en el país y en la ciudad de Bogotá; en séptimo lugar, se muestran los resultados y el análisis y, por último, se dan las conclusiones y las recomendaciones basadas en la compilación, análisis y demás tareas realizadas dentro de la labor como pasantes.

## 2 Síntesis de las fases de la práctica

La práctica, en su visión general, se llevó a cabo en dos fases. Para cada una de ellas se asignó a cada pasante, algunos de los programas ofrecidos por la Universidad de la Salle que serían caso de estudio y análisis. En donde nos correspondieron los siguientes programas.

**Tabla 1. Programas analizados de la ULS.**

<i>PREGRADO</i>	<i>POSGRADO</i>
Trabajo Social	Especialización en Consultoría de Familia y Redes Sociales
Sistemas de Información, Bibliotecología y Archivista	Maestría en gestión documental y administración de archivos
Ingeniería en automatización	Doctorado en Agro-ciencias

La primera fase, se compuso de un estudio comparativo en donde se analizaron los programas de pregrado asignados con respecto a los mismos programas que ofrecen otras universidades de la ciudad de Bogotá.

Durante el desarrollo de la primera fase, se realizó un trabajo de campo, pues a pesar de que cierta cantidad de información se encuentra en portales web y bases de datos, ésta no siempre es suficiente. Para que la información sea confiable y legítima, en ocasiones el traslado al sitio de consulta fue necesario, además de la realización de llamadas telefónicas, entre otras.

Se indagó acerca de los créditos, el valor de las matrículas y la temporalidad de los programas con el fin de hacer las comparaciones pertinentes; además, se hicieron otras distinciones que enriquecen el análisis como son el número de matriculados y el número de matriculados a primer curso. En torno al estado del programa ante el Consejo Nacional de Acreditación (CNA), se tuvo en cuenta al momento de clasificar si el programa tiene registro calificado y, además, si cuenta o no con acreditación de alta calidad.

Otras diferenciaciones que se tuvieron en cuenta fueron la jornada en que se encuentra el programa y los medios de pago que ofrecen las universidades.

Por otro lado, en la segunda fase, se hizo un estudio comparativo entre los programas de posgrado, tales como especializaciones, maestrías y doctorados de la Universidad de La Salle y los mismos o similares programas ofrecidos por otras universidades en la ciudad de Bogotá.

En el desarrollo de la segunda fase, se indagó, primero, en bases de datos los programas de posgrado similares, o que tengan la misma línea investigativa que los programas de la Universidad de La Salle. Luego de tener seleccionados los programas, se recolectaron los datos de primera y segunda fuente, en páginas web de las universidades y el SNIES, que son pertinentes para el análisis.

Las variables utilizadas dentro del trabajo hecho para posgrados fueron número de créditos, número de semestres, valor de la matrícula, contexto del área y núcleo dentro del mercado educativo. Por último, se utilizaron los insumos antes mencionados para hacer un análisis comparativo entre los programas encontrados con el fin de caracterizar a la universidad y el mercado.

### **3 Relaciones existentes entre la práctica o pasantía realizada y el proceso de formación**

En la formación como economista dentro de la Universidad de La Salle, no se presenta un elemento práctico que sea espacio obligatorio en la malla curricular, que permita desarrollar conocimientos adquiridos previamente, por esta razón es de gran valor el proceso que la pasantía ofrece en torno a la formación profesional, ya que como resultado es viable adquirir aptitudes prácticas propias de la función de un economista en ejercicio. Otra razón por la cual es importante el espacio práctico, hace referencia a la cultura de trabajo. Se puede ver que el objetivo último de la formación, en este contexto, es adquirir conocimiento para trabajar, sin embargo, por el enfoque de la universidad de La Salle, como formadora y productora de conocimiento investigativo, este aspecto no tiene mayor relevancia, es de ahí que se destaca la importancia de este espacio práctico en donde hay un vínculo de trabajo, jerarquizado, con funciones claras dentro de la organización.

Ahora bien, la relación entre la formación y la pasantía se encuentra básicamente en los elementos que se adquirieron gracias a la práctica. La obtención de la información, redacción de escritos e interpretación de datos, es muy relevante dentro de la función que hemos desempeñado porque sin dichas habilidades, al momento de buscar información o elaborar escritos, analizarlos e interpretarlos, sería una labor mucho más compleja y quizás ajena.

Además, el fortalecimiento de la capacidad analítica y crítica de lo que se investiga es significativa, pues, si bien dentro de la formación se hace la labor investigativa, la capacidad de análisis y crítica es limitada y no se engloba dentro de la situación o el área de conocimiento de la que se está indagando. Por otro lado, existe el trabajo guiado. Dentro de la pasantía el trabajo es mucho más enfocado y delimitado, por lo que la persona que dirige tiene labores claras con objetivos específicos, mientras que en la formación el profesor puede ser más lapso al momento de abordar los temas e instaurar objetivos.

#### **3.1 Problemática abordada**

La globalización de procesos y el desarrollo de los mercados cada vez más especializados, han hecho que cambie el paradigma la educación; mientras que en 1980 un programa de pregrado estaba enfocado a la investigación, a la ampliación y producción de conocimiento científico académico, hoy en día se tiene una connotación distinta ya que el pregrado se

enfoca al desarrollo de un oficio, es decir, se deja de un lado aprender a aprehender y lo que se enseña, en la mayoría de las instituciones de educación superior, es aprender un oficio. En síntesis, esto explica la pluralización de las instituciones universitarias y el detrimento en la calidad de producción investigativa dentro de la academia. Sin embargo, hay universidades, como La Salle (ULS), cuyo enfoque es investigativo y su permanencia en el mercado conlleva un doble reto:

A las universidades con vocación investigativa acuden dos tipos de estudiantes: unos van a prepararse en la adquisición de habilidades y conocimientos que los habiliten para desempeñarse profesionalmente en el mundo de la vida mientras otros, la minoría, van con el propósito de convertirse en científicos y en eruditos. (Misas, 2004, pág. 196)

El encontrar incentivos adecuados para estos dos tipos de estudiantes es el desafío que la USL y, en general, las universidades investigativas tienen, esto con el fin de no ser desplazadas dentro del mercado educativo.

La educación superior en Bogotá, gracias a su diversificación, cada vez más es considerada como una empresa lucrativa que se debe adaptar a las condiciones del mercado, por esta razón la problemática principal (considerando los hallazgos, la revisión de la literatura y los datos observados) es el contexto del mercado educativo que se presenta en la ciudad de Bogotá.

## **3.2 Objetivos**

### **3.2.1 Objetivo general**

Realizar un estudio comparativo de las características de la oferta de los programas de pregrado Trabajo Social, Sistemas de Información, Bibliotecología y Archivista, Ingeniería en automatización y de los programas de posgrado de Especialización en Consultoría de Familia y Redes Sociales, Maestría en gestión documental y administración de archivos y Doctorado en Agro-ciencias de la Universidad de La Salle.

### **3.2.2 Objetivos específicos**

- Documentar y sistematizar estudios de relevancia y datos acerca de la educación profesional universitaria.

- Estudiar las relaciones económicas, oferta y demanda, de la educación profesional universitaria y el mercado.
- Analizar los factores determinantes que inciden en la demanda y oferta de educación profesional universitaria en las áreas destacadas de la Universidad de La Salle.

### **3.3 Marco de referencias**

La mirada central del análisis que enmarca este proyecto es la relación existente entre la educación superior, el mercado y las decisiones de elección, por lo anterior, se delimitarán estos conceptos desde el punto de vista teórico.

La educación según Ibáñez (1994, pág. 103), es el “proceso a través del cual un individuo cualquiera modifica su comportamiento respecto a su ambiente” ahora bien, el autor considera que los objetivos de la educación superior son “la formación de capacidades y actitudes de los individuos para su integración a la sociedad, como seres capaces de regular el *statu quo*, y a la vez puedan transformar la realidad social en pos de los valores vigentes en un momento histórico determinado”.

Los mercados, han sufrido cambios y transformaciones drásticas a través del tiempo que caracterizan su concepción, sin embargo, en términos económicos la definición de mercado se sigue manteniendo desde que aparece el término con los primeros mercantilistas:

En economía [...] se refiere a cualquier acuerdo para que compradores y vendedores de una mercancía determinada hagan negocios entre sí (estando en condiciones de fijar el precio). [...] El mercado puede ser un lugar específico en donde se reúnen vendedores y compradores, como en el caso de los mercados de productos agrícolas; o bien, pueden ser grupos de gente dispersos por todo el mundo, pero están relacionados a través de internet, el teléfono o el fax, como es el caso del comercio electrónico (Moya, 2012, pág. 55).

Esto hace que la idea de mercado cambie y se amplíe, pues ya no se considera que el intercambio de servicios educativos se dé exclusivamente en un lugar físico, con la entrada de la tecnología y de las plataformas digitales de aprendizaje (e-learning), se han generado nuevas y distintas dinámicas en las que el mercado educativo está inmerso, lo que a su vez permite eliminar las fronteras físicas que impedían el desarrollo de un mercado globalizado.

En cuanto a la conducta del consumidor, Vivar (1992, pág. 75-76), define que “El comportamiento de compra es un fenómeno complejo y lo encuadramos en el marco más amplio de la conducta humana, cuyas características esenciales son la complejidad y la incertidumbre y que tiene su reflejo en la elección de entre las varias alternativas que le presenta al individuo”. Además, agrega que no hay una fórmula, a ciencia cierta, para saber a perfección la conducta del consumidor y que la mayor aproximación se debe hacer con seguimiento de datos que logran mostrar el comportamiento que más se repite a través del tiempo.

Los mercados diferenciados altamente especializados, las emulaciones de planes de desarrollo de grandes países y la improvisada entrada de la economía colombiana a la economía global han tenido un impacto importante dentro de la educación superior y han hecho que la educación, más que una adquisición de nuevos conocimientos, sea ahora un requisito dentro del sistema del mercado laboral. Ahora bien, al mercado no le satisface las instancias de pregrado, por ende, convierte al posgrado como necesario dentro del escalamiento del mercado laboral, lo que nos lleva a pensar si el incremento de universitarios se debe a una mejor situación social, cultural y económica, o simplemente es un efecto del contexto.

A estos procesos solo se ha llegado con el posicionar el consumo de la educación superior, es decir, se obtienen títulos, probablemente no conocimientos, aunque claro está hay excepciones importantes y de trascendencia. En el mercado laboral cada vez es más común exigir como requisitos ya no solo pregrado, sino preferiblemente alguna especialización, maestría o doctorado, lo paradójico es que se abre el abanico de oportunidades y lo importante es el grado no necesariamente el área de conocimiento, dejando en evidencia el consumo del título pero no su imperioso uso para el desempeño del cargo (Rendon, 2015, pág. 34)

En cuanto a los factores que inciden en las decisiones de consumo de Educación Superior, Mora (1998) identifica cuatro principales factores:

- Factores económicos. Afirma el autor que se tiene que tener en cuenta dos tipos de factores económicos; los factores económicos sociales que tiene como premisa la inversión social por parte del Estado, donde los retornos son bajos y, por otro lado, los factores económicos privados que centran su atención en la capacidad que tiene el individuo para entrar al mercado de la Educación Superior



- Factores sociales y familiares. “Entre los factores familiares a considerar, destacan estos: nivel de educación de los padres, tipo de profesión de los mismo y número de hermanos” (pág.49). Esto es de lógica, ya que la familia y el medio en que se desenvuelve tienen una alta influencia dentro de las decisiones de consumo de las personas.
- Factores individuales. “Tres factores parecen relevantes al considerar la demanda individual de educación superior: la capacidad intelectual, global o por componentes [...]; el rendimiento académico medido por las notas medias de bachiller; y las actitudes psicológicas que motivan al individuo a seguir o no estudios superiores” (pág.49). Lo anterior contextualiza las aptitudes y las actitudes del individuo con las que enfrenta las decisiones de consumo de educación superior. Otro factor individual importante son los beneficios monetarios y no monetarios que trae el consumo de educación.
- Factores institucionales. “Son aquellos que dependen de las características de los propios centros de estudio” (págs.49-50). Este factor es más un análisis de mercado, donde el individuo analiza factores globales, como son, la calidad de la enseñanza impartida y la percepción de calidad que tiene en la sociedad y factores individuales que son, reconocimientos del programa de interés para el individuo, precio del mismo y áreas temáticas a tratar.

Un caso puntual en donde se ve reflejada la teoría antes planteada, es en la educación superior de Chile, donde la integran tres tipos de instituciones que son las únicas oferentes, reconocidos por el Estado según el artículo 29 de la Ley Orgánica Constitucional de Enseñanza (LOCE), para quienes egresan de la Educación Media: Universidades, Institutos Profesionales y Centros de Formación técnica.

Ahora bien el modelo, sin ánimo de lucro, que según la ley solo aplica para instituciones universitarias para revertir la incertidumbre de los demandantes de educación superior, es el que está llevando a una decaída del sistema educativo chileno.

En concreto, se dice que en los mercados donde hay ausencia de información por parte del comprador respecto a las características del bien que adquiere del oferente, el comprador pasa a ser muy vulnerable frente a comportamientos oportunistas del vendedor. Dicho de otro modo, dada esta asimetría de información, es difícil suscribir contratos que garanticen al detalle y de un modo certero que la calidad del bien que se compra será efectivamente la esperada (Williamson, 2016, pág. 139)

Se puede entonces afirmar que, el sin ánimo de lucro, como ley, garantiza que los recursos económicos obtenidos por las universidades sean reinvertidos en ellas mismas, con el único fin de aumentar la calidad y la cobertura. Sin embargo, desde el ámbito organizacional este modelo no es rentable para la inversión privada, lo que en Chile ha llevado a una masificación de instituciones técnicas y tecnológicas, con ánimo de lucro, no cubiertas por la ley, que por circunstancias del mercado han logrado desplazar parte de la demanda a estas organizaciones, conduciendo al detrimento de la calidad de la educación superior de dicho país.

Williamson (2016), afirma que si bien por motivos de la asimetría de la información, para quien consume educación es de importancia tener certeza que los recursos serán reinvertidos; este modelo puede coexistir con uno que tenga ánimo de lucro en donde se garantice la competencia perfecta entre instituciones universitarias, a resultado de que, teóricamente, la laboriosidad del mercado hará que se acepte o no a las instituciones.

[...]hay incentivos a evitar el engaño porque en algún momento el mercado castiga a quien defrauda la fe pública [...] la inversión en reputación se rentabiliza y actúa como un factor disuasivo que frena comportamientos oportunistas para obtener réditos de corto plazo a costa de reducir una rentabilidad mayor en un horizonte de mediano y largo plazo (Williamson, 2016, pág. 141).

Hay otro concepto que, si bien no es económico, tiene un gran impacto frente a cómo se comporta el mercado de la educación superior en Colombia, este es el de la autonomía universitaria. Con el Art 69 de la Constitución Política de Colombia de 1991 se declara total autonomía a las universidades dentro de su labor social, artículo que posteriormente fue cualificado gracias a ley 30 de 1992 que extiende el mandamiento a todas las instituciones de educación superior.

[...] se instaló en el corpus de nuestra Constitución a la que se determinó, en el artículo 67, como la autonomía universitaria; y, para tal efecto, señaló que todas las universidades, públicas o privadas, podrían darse sus directivas y regirse por sus propios estatutos de acuerdo con la ley. En desarrollo de lo anterior, los artículos 28 y 29 de la Ley 30 de 1992 precisaron el hecho de que en Colombia se reconoce a las universidades el derecho a darse sus propios estatutos y modificarlos; de designar sus autoridades académicas y administrativas; de crear y organizar, y desarrollar sus programas académicos; de definir y

organizar sus labores formativas (académicas, docentes, científicas, culturales, investigativas); de otorgar títulos; de seleccionar a los profesores; de admitir a sus alumnos; de adoptar formas que permitan internamente establecer y arbitrar sus recursos para el cumplimiento de la misión social de cada universidad y de su función institucional (UNAD, ASCUN, 2016, págs. 14-15).

El porqué de la importancia del mandato de la Autonomía Universitaria recae en las tomas de decisiones de cada una de las instituciones en materia de enfoque de recursos y el desarrollo de programas académicos. Es claro que, la dinámica económica colombiana demanda profesionales de ciertas áreas de conocimiento más que otras lo que es detectado por la oferta institucional y ésta actúa de una forma complaciente. Un ejemplo claro es que, según datos del MEN, para el 2016 el 33% de los matriculados en la educación superior se encontraron en el área de conocimiento que compone economía, administración, contaduría y afines; lo que se correlaciona con la concentración que hoy sufre el PIB en el sector servicios de la economía.

En lo que toca con el neurálgico tema de financiación, la gestión universitaria se ve constreñida por las decisiones gubernamentales de orientar la mayor parte de los recursos hacia aquellos programas y sectores que tienen una incidencia inmediata, comprobable y directa en la productividad, medida en términos de incremento de los ingresos económicos, sacrificando, en cierta forma, otras actividades que son de enorme importancia para la universidad —como la investigación básica o la formación en artes y humanidades— para priorizar la formación en las áreas y niveles técnicos y tecnológicos (UNAD, ASCUN, 2016, pág. 40).

Como sumario, se puede observar que desde la ampliación de la demanda de estudiantes se ha venido masificando las instituciones de educación superior en Colombia, las cuales se amparan en el sin ánimo de lucro, a resultado de que estas son formadas como corporaciones o fundaciones y, además, utilizan la figura de autonomía universitaria para actuar con total, valga la redundancia, autonomía, tanto académica como financiera; sin embargo, por motivos del mercado, estas dos figuras muchas veces se quedan cortas además de ser débil dentro de su definición lo que hace que se distorsione el fin último de lo que significa educar y, en general, del concepto de educación superior.

### **3.4 Metodología**

Este informe, presenta los resultados de un estudio descriptivo que, según Montero y León (2007), obedece a un código arbitrario de observación, de subclase transversal, ya que la descripción del fenómeno se basa en mediciones tomadas en único momento. Para este caso puntual, la información hace referencia a datos correspondientes al primer y segundo semestre del 2016.

En el proceso de pasantía se revisaron fuentes primarias y secundarias de información como páginas web de universidades, entrevistas telefónicas y bases de datos del Consejo Nacional de Acreditación (CNA) y el Sistema de Información de Educación Superior (SNIES), con el fin de recolectar datos acerca de los parámetros utilizados para el análisis de los programas elegidos en la investigación.

Luego, basados en el modelo realizado por el profesor Jaime Rendón, como director del proyecto de la pasantía, se hizo un estudio comparativo en donde el objetivo fue identificar y caracterizar la posición que tienen en el mercado, de acuerdo a los diversos parámetros, los programas de pregrado y posgrado de la Universidad de La Salle; teniendo en cuenta las relaciones que se generan entre la educación profesional, el mercado y las decisiones de consumo.

Por último, en la misma línea de justificación planteada en el trabajo del profesor Jaime Rendón se realizó un análisis interpretativo de los resultados y de la investigación en conjunto, con el propósito de dar recomendaciones en torno a las dinámicas, dificultades y retos a los que los programas de la Universidad de La Salle se enfrentan actualmente.

Con lo anterior, se buscó generar resultados a partir de la sistematización y el análisis de datos, de primera fuente, para plantear recomendaciones con base a la pregunta que sustenta el proyecto.

### **3.5 Análisis de contexto**

La mayoría de jóvenes quieren llegar a la Educación Superior, ya sea porque desean profundizar su conocimiento, tener mejores condiciones laborales y socioeconómicas o, simplemente, por su realización personal. En Colombia la educación superior, en especial la universitaria, tiene bastantes bemoles que afectan la inserción a programas académicos de calidad, a razón de su encarecimiento y de la escasa oferta de educación superior pública que existe en el país.

En cifras, según el Boletín de Educación Superior de diciembre de 2016 del Ministerio de Educación Nacional, el país tiene cobertura en educación superior de cerca del 51% de la población entre 17 a 21 años; sin embargo, la educación superior se encuentra concentrada:

En Bogotá, por ejemplo, están matriculados el 32% del total de estudiantes en educación superior, en Antioquia el 13.8%, en el Valle del Cauca 7.5%, en Atlántico el 5.8% y en Santander el 5.4%, sumando entre Bogotá y estos 4 departamentos el 64.6% de los matriculados frente al 35.4% restante en los demás departamentos según cifras del 2015 (Ministerio de Educación Nacional, 2016).

En cuanto a la distribución de matriculados entre programas técnicos, tecnológicos y profesionales, según el Observatorio de la Universidad Colombiana, para el 2016 el 3,27% pertenecían al nivel técnico; el 27,74% al nivel tecnológico y el 67,98% de los matriculados pertenecían al nivel de educación profesional. Grosso modo, se puede observar que en Colombia las personas cuando piensan en educación superior se inclinan más por educación profesional que por educación técnica o tecnológica.

La pertinencia de la educación, la calidad de la formación y otros indicadores exigen una revisión del modelo neoliberal que se ha mantenido vigente con su visión de la educación como negocio y con los sesgos que introduce en el sentido de crecer en cobertura para optimizar beneficios en detrimento de la calidad (Rubiano, et, al, 2016, pág. 175).

La coyuntura ha contribuido a que la educación crezca en cobertura; sin embargo, esto tiene un alto costo de oportunidad medido en calidad o, en otras palabras, como lo que se quiere es abarcar la mayor cantidad de mercado, la calidad pasa a un segundo plano. Desde la apertura económica y con la constitución política de 1991, cuando la educación básica se considera como

un derecho fundamental, el país comienza a tener dinámicas en donde la oferta de educación no puede sopesar la inmensa demanda, por lo que da lugar al negocio de la educación con instituciones privadas de buena calidad y elevados precios, instituciones privadas de baja calidad y bajos precios, y detrimentos de calidad en función de cobertura de los centros educativos públicos.

Según Misas (2004), dentro de las universidades hay instituciones que cumplen cabalmente con su objetivo como formadores y siempre están en pro de buscar mejorar sus procesos de aprendizaje para así lograr acreditaciones, reconocimientos y otros mecanismos que el sistema crea para clasificar la educación superior; mientras que, por otro lado, se encuentran otras organizaciones a las cuales sólo les importa el negocio que hay en el trasfondo de la educación universitaria.

Un ejemplo claro, que encontró un grupo de trabajo del periódico EL TIEMPO, son las investigaciones que recaen sobre distintas universidades:

Aunque el caso de la intervenida Universidad San Martín es el que se ha robado las primeras planas y los titulares en los últimos meses, son decenas las instituciones con líos. En este momento hay 32 centros de educación superior profesional, técnica y tecnológica investigados por el Ministerio de Educación Nacional. (...) Ocho de estos procesos en curso se llevan a cabo por presuntas deficiencias institucionales, académicas, administrativas y financieras. Las irregularidades en el ofrecimiento y desarrollo de programas académicos (...) constituyen la segunda causa de investigación. En tercer lugar están las deficiencias de calidad de los programas (...), y en cuarto, inconsistencias en el manejo de rentas institucionales (...)." (eltiempo.com, 2014).

Debido a la mercantilización y la diversificación de los programas académicos, otro factor importante de análisis dentro del mercado de la educación superior es el marketing educativo, esto debido a que las universidades cada vez utilizan más este tipo de herramientas para atraer estudiantes a sus aulas. Según Bur (2014, pág 2), el marketing educativo se puede definir como “una disciplina integradora, proactiva y orientada a la satisfacción de las necesidades de públicos objetivos o targets, cuya finalidad es “obtener beneficios mutuos: satisfacción de las necesidades de un público objetivo y beneficios para la organización”

Según lo mencionado y comparando con el contenido de las pautas publicitarias que se ven en vallas, medios de comunicación y redes sociales, se puede percibir que las instituciones en Bogotá no entienden con claridad la definición concreta del significado de marketing, pues este no sólo consiste en atraer estudiantes ya que esa sólo es la primera parte. Las instituciones deben dar garantías en forma de calidad, cuyo retorno a este esfuerzo de la organización sea reconocimientos, que ciertamente generan junto a los estudiantes, lo que en otras palabras es un esfuerzo mancomunado entre institución y estudiante.

Otro tema importante dentro del contexto actual son los subsidios que son asignados por el Estado para la inclusión a la educación superior. Por un lado, están los mecanismos que subsidian a la oferta de educación superior.

Entre los mecanismos de oferta se cuentan los aportes directos de la Nación y las entidades territoriales, la generación de recursos propios que cada institución consigue en el ejercicio de sus labores misionales de formación, extensión e investigación, los recursos provenientes de estampillas pro universidad, el apoyo de Colciencias a los proyectos de las universidades y los proyectos de fomento dirigidos desde el Ministerio de Educación Nacional (MEN, 2010)

Por otro lado, se encuentran los subsidios a la demanda, en donde el asunto es mucho más complejo pues en este rubro se encuentran los fondos que son asignados al Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior ICETEX, el plan bandera del gobierno nacional de créditos condonables 'Ser Pilo Paga' y otros anexos a este como son los subsidios de sostenimiento.

Hablando específicamente del ICETEX, este es un fondo creado por la ley 2586 de 1950 y modificado por la ley 1002 del 2005, para el fomento de la inclusión en la educación superior, principalmente en el exterior, sin embargo, a lo largo del tiempo se ha vuelto el principal método para el subsidio a la demanda en educación superior del país. El objetivo del ICETEX, según el artículo 2 de la ley antes mencionada es:

El ICETEX tendrá por objeto el fomento social de la educación superior, priorizando la población de bajos recursos económicos y aquella con mérito académico en todos los estratos a través de mecanismos financieros que hagan posible el acceso y la permanencia

de las personas a la educación superior, la canalización y administración de recursos, becas y otros apoyos de carácter nacional e internacional, con recursos propios o de terceros. El Icetex cumplirá su objeto con criterios de cobertura, calidad y pertinencia educativa, en condiciones de equidad territorial. Igualmente otorgará subsidios para el acceso y permanencia en la educación superior de los estudiantes de estratos 1, 2 y 3 (Ley N° 1002, 2005).

En términos generales Icetex es una oportunidad que los colombianos más pobres tienen para educarse, pero cuando se va más a fondo se puede ver que su función ya no es social y es más bien bancaria, según lo dicho por el columnista Uriel Ortiz Soto (2016), “(...) Cuando las instituciones se desvían de su objetivo social para las cuales fueron creadas, por lo regular fracasan y se convierten en fortines burocráticos con graves perjuicios para quienes son sus beneficiarios” es de ahí que se puede pensar que el acceso a la educación superior de buena calidad es cada vez más complicado para los más pobres, a resultado de que, si se ingresa a la educación superior, cuando se terminen los estudios se estará endeudado con la nación, por lo cual se disminuye los incentivos a estudiar.

Acerca de lo dicho previamente, se entiende que la educación superior se ha convertido en un negocio excluyente en donde personas de bajos recursos tienen limitadas posibilidades de acceder a una buena educación, sobre todo, la profesional. Hoy en día, las universidades utilizan el marketing como herramienta esencial para la adquisición de nuevos prospectos y efectivos estudiantes, algunas sin tener en cuenta factores de relevancia como son instalaciones adecuadas, calidad de los programas académicos que ofrecen e, incluso, las certificaciones que el Ministerio de Educación Nacional y otros entes que vigilan la educación superior exigen; esto protegiéndose tras la figura de autonomía universitaria y de las corporaciones o fundaciones sin ánimo de lucro.

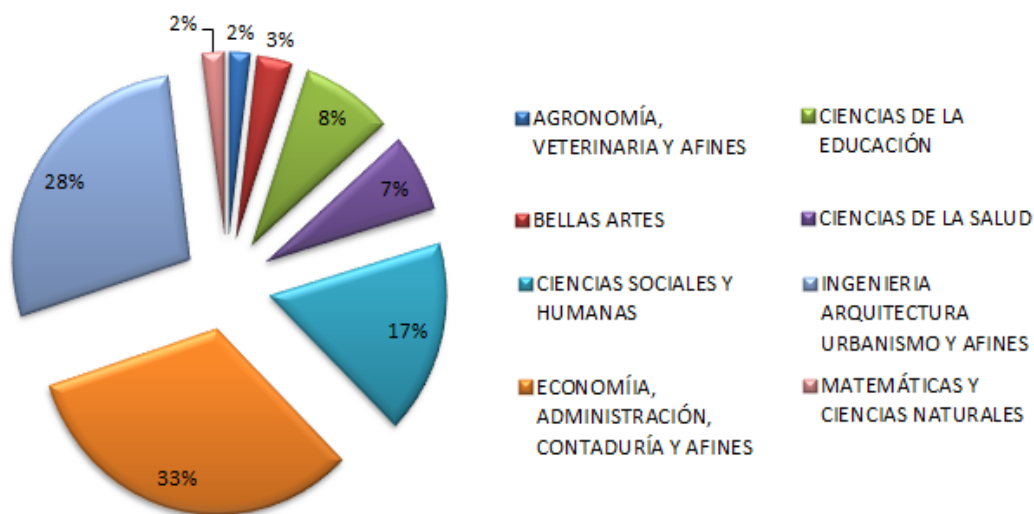


### 3.6 Resultados y análisis

Es de relevancia dentro del análisis de los resultados, dar a conocer cómo se está distribuyendo la demanda en educación superior en el país por área de conocimiento, esto con el fin de dar a conocer las nuevas dinámicas y retos que el mercado, y en general las preferencias de los jóvenes y adultos que ingresan a la educación superior.

Como se puede observar en el siguiente gráfico, más del 60% de las personas que ingresan a la educación superior se matriculan a un programa cuya área de conocimiento está dentro de la economía, administración, contaduría y afines a ellas, también ingresan a programas cuya área de conocimiento se encuentra entre la ingeniería, la arquitectura, el urbanismo y afines. Por otro lado, las áreas del conocimiento, cuya participación dentro de la demanda por educación superior es la más baja son matemáticas, ciencias naturales, bellas artes, agronomía, veterinaria y afines con solo el 7% del total de la demanda.

Gráfico 1. Colombia. Matrículas por área de conocimiento de educación superior, 2016.

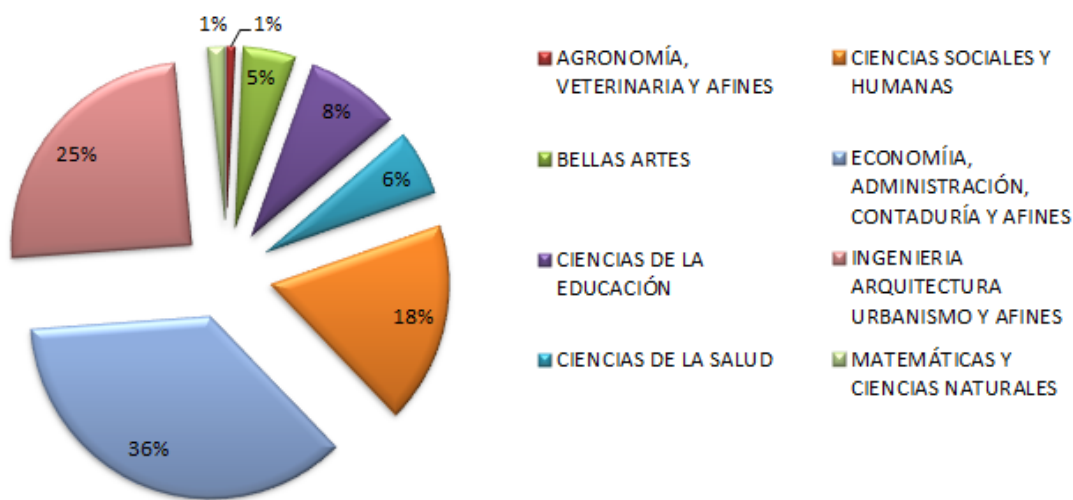


Fuente: Elaboración propia con base en información del SNIES – MEN.

En el caso de Bogotá, se puede observar que la distribución de las matriculas es casi idéntica a la del país, sin embargo, tiene un peso más alto el área de conocimiento de la economía, administración, contaduría y afines a ellas, pues a nivel nacional es del 33% y en Bogotá del 36%. El 25% deciden matricularse a programas cuya área de conocimiento se encuentra entre la ingeniería, la arquitectura, el urbanismo y afines.

Por otro lado, las áreas de conocimiento, cuya participación dentro de la demanda por educación superior en Bogotá representa la más baja, son matemáticas, ciencias naturales, bellas artes, agronomía, veterinaria y afines con solo el 7% del total de la demanda, sin embargo, se diferencia el área de bellas artes en Bogotá, pues esta tiene una preponderancia de un 2% sobre el nivel nacional.

**Gráfico 2. Bogotá. Matrículas por área de conocimiento de educación superior, 2016**



Fuente: Elaboración propia con base en información del SNIES – MEN

### 3.6.1 Pregrado

A través del análisis de las diversas características que presenta la oferta de programas académicos de pregrado ofrecidos por otras universidades, y la comparación de estos ítems con el programa ofrecido por la ULS, fue posible encontrar nuevas herramientas que permiten fortalecer nuestra oferta académica.

A continuación, se presentan los hallazgos que surgen de los informes proporcionados para los programas de Trabajo Social, Sistemas de Información, Bibliotecología y Archivista e Ingeniería en automatización.

Dentro de los hallazgos generales podemos establecer lo siguiente:

- De la totalidad de los programas analizados en la ULS, luego del estudio comparativo, pudo determinarse que el 72% excede el número de créditos con respecto a programas similares ofertados en la ciudad de Bogotá. Los programas de Trabajo Social e Ingeniería de Automatización hacen parte de este grupo.
- El 48% de los programas de la Universidad de La Salle tienen un número de semestres superior al de los programas considerados competencia directa, dentro de este grupo, se encuentran los programas de Trabajo Social y Sistemas de Información, Bibliotecología y Archivística.
- Los tres programas de estudio: Trabajo Social, Sistemas de Información, Bibliotecología y Archivística e Ingeniería en automatización, cuentan con reconocimiento de alta calidad, lo que demuestra que la Universidad de la Salle cumple con las funciones de docencia, investigación y extensión, además de las condiciones administrativas y de bienestar universitario que dan cuenta de altos estándares de calidad. De igual forma, evidencia excelencia, cultura de acción planificada y de mejoramiento permanente.
- Los programas de Trabajo Social e Ingeniería de Automatización, no cuentan con jornada nocturna, a diferencia del programa de Sistemas de Información, Bibliotecología y Archivística, para el cual su oferta académica es exclusivamente en jornada nocturna.
- Refiriéndonos al valor de la matrícula se estimó un ranking del programa más costoso al menos costoso. En ese orden de ideas, se tiene que Ingeniería de Automatización se encuentra en un término medio, pues ocupa el cuarto lugar dentro de los ocho pares analizados; para Trabajo Social, su posición es la segunda dentro de los ocho pares analizados, siendo uno de los programas más costos comparados con sus pares en Bogotá; Sistemas de Información, Bibliotecología y Archivística es el segundo programa de los tres analizados que tienen mayor valor de la matrícula.
- Un hallazgo relevante dentro del estudio comparativo es la financiación que ofrece la ULS, pues a pesar de que existen actualmente diversas modalidades que facilitan el ingreso a la universidad, varias instituciones han implementado programas de becas y auxilios educativos que son un estímulo para los estudiantes que no pueden financiar su educación superior. Entre las universidades que ofrecen los programas de Trabajo Social,

Sistemas de Información, Bibliotecología y Archivística e Ingeniería de Automatización que cuentan con este beneficio encontramos:

**Tabla 2. Becas y auxilios educativos.**

<i>UNIVERSIDAD</i>	<i>PROGRAMA DE BECA</i>	<i>DEFINICIÓN</i>
Pontificia Universidad Javeriana	Opciones de apoyo	Desarrollo de acciones específicas de Responsabilidad Social en las que está comprometida la Pontificia Universidad Javeriana. Los programas están dirigidos a la atención de estudiantes que carecen de los recursos económicos suficientes para iniciar o culminar sus estudios en la Universidad. Becas de Acceso - 1° semestre Becas de Permanencia - 3° semestre adelante
Universidad Minuto de Dios - UNIMINUTO	Becas Socioeconómicas	Cumplir con alguna de las siguientes características o criterio:  - Pertenecer a estrato socioeconómico 0-1 - Tener nivel de SISBEN 1 o 2 (puntaje máximo 40pts). - Ser víctima de conflicto armado (desplazado). - Pertenecer a un grupo étnico. - Tener algún tipo de discapacidad. - Haber cursado por lo menos un semestre académico en el programa que se encuentra matriculado.

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de páginas web.

Hay unas generalidades que presentan los programas de pregrado analizados en este informe en donde dan cuenta de cuál es la distribución dentro del mercado frente a sus similares comparados, lo que resulta del ejercicio es un escenario donde se puede ver que:

**Tabla 3. Generalidades en programas de pregrado.**

Programa	Créditos	Semestres	Valor matrícula 2017 - II	Jornada nocturna	
				ULS	Otras
<b>Trabajo Social</b>	165	10	\$ 4.232.000	No	Si: Republicana, Cervantina Y F U Monserrate
	Es el segundo programa con mayor número de créditos	Los programas de Uniminuto, F U Cervantina, F U Monserrate, Colegio Mayor de Cundinamarca y Republicana tienen una temporalidad inferior	Es el 2do de 8 programas con mayor valor de la matrícula		
<b>Sistemas de Información, Bibliotecología y Archivística</b>	160	10	\$ 4.095.000	si	La única si: jornada es UNINPAHU nocturna
	Es el programa con menos número de créditos, respecto a los comparados	El programa de la UNINPAHU tiene una temporalidad inferior	Es el 2do de 3 programas con mayor valor de la matrícula		
<b>Ingeniería en Automatización</b>	170	10	\$ 5.785.000	No	Si: Jorge Tadeo, Antonio Nariño
	4 programas tienen menos créditos	Todos, excepto la U Jorge Tadeo tienen la misma temporalidad	Es el 4 de 8 programas con mayor valor de la matrícula		

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de páginas web.

### 3.6.2 Posgrado

A través del análisis de las diversas características que presenta el mercado de programas académicos de posgrados ofrecidos por otras universidades de la ciudad de Bogotá, y la comparación de estos ítems con los programas ofrecidos por la ULS, fue posible encontrar nuevas herramientas que permiten fortalecer a futuro la actual oferta académica.

A continuación, se presentan los hallazgos que surgen de los informes proporcionados para los programas de posgrado analizados: Especialización en Consultoría de Familia y Redes Sociales, Maestría en gestión documental y administración de archivos y Doctorado en Agro-ciencias.

Dentro de los hallazgos generales podemos establecer lo siguiente:

- De la totalidad de los programas de posgrado analizados en la ULS, luego del estudio comparativo, pudo determinarse que la Maestría En Gestión Documental y Administración de Archivos y Doctorado en Agro-ciencias se encuentran por debajo de la media, en cuanto a créditos se refiere. A diferencia de la Especialización en Consultoría en Familia y Redes Sociales la cual tiene un alto número de créditos con respecto a sus pares.
- Los programas de posgrado analizados tienen un número de semestres variable de acuerdo a la modalidad de estudio. Especialización tiene la misma temporalidad de los programas considerados competencia directa. La maestría está por encima de otros programas y el Doctorado, por debajo de la media.
- La Maestría en Gestión Documental y Administración de Archivos y el programa de Doctorado en Agro-Ciencias no contemplan dentro de su oferta académica la jornada nocturna.
- Los tres programas analizados en posgrado, se encuentran por encima de la media con respecto al costo de la matrícula. La oferta Lasallista siempre se encontró dentro de las más costosas frente a sus similares comparados.
- Los tres programas analizados en posgrado se ofrecen de forma presencial, no existe una modalidad diferente.

En cuanto a las generalidades que presentan los programas analizados en este informe en donde dan cuenta de cuál es la distribución dentro del mercado frente a sus similares comparados, lo que resulta del ejercicio es un escenario donde se puede ver que:

**Tabla 4. Generalidades en programas de posgrado.**

<i>Programa</i>	<i>Créditos</i>	<i>Semestres</i>	<i>Valor matrícula</i> <i>2017 - II</i>	<i>Jornada nocturna</i>		
				<i>ULS</i>	<i>Otras</i>	
<b>Especialización en Consultoría en Familia y Redes Sociales</b>	24	2	\$ 6.079.000	Es el programa con mayor valor de la matrícula	Los viernes cada quince días Viernes de 3:00 a 9:00 pm	Ninguno de los comparados cuenta con jornada nocturna
<b>Maestría En Gestión Documental y Administración de Archivos</b>	48	4	\$ 7.191.000	Ocupa el 4 puesto de 6 programas con mayor valor de la matrícula	No	Ninguno de los comparados cuenta con jornada nocturna
<b>Doctorado en Agro-ciencias</b>	90	6	\$ 12.022.000	Es el 4 de 6 con mayor valor de matrícula	No	Ninguno de los comparados cuenta con jornada nocturna

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de páginas web.

#### **4 Conclusiones**

Por motivos del mercado los objetivos de las Instituciones de Educación Superior –IES- y en particular de las universidades que se dedican a la investigación y a la creación de nuevo conocimiento científico, como es el caso de m la ULS, deben desarrollar una mayor capacidad de respuesta y adaptación a los cambios del contexto y del mercado educativo en el cual la economía y en general, la sociedad se está enmarcando.

Frente al objetivo último de este informe, se puede afirmar que hay varias contradicciones en cuanto a institucionalidad de la universidad se refiere y, en general, a la educación superior. Lo que se pudo evidenciar es que la educación superior, al no tener el status de derecho fundamental dentro de la Constitución Política Colombiana, cuenta con una baja inversión por parte del Estado, por ende, el acceso a la universidad se dificulta cada vez más para las personas de escasos recursos. Por otro lado, el Estado juega el papel de prestamista, pues destina un rubro de gran proporción a programas que patrocinan el ingreso a la educación superior, por ejemplo, el ICETEX, entidad Estatal que, a través del otorgamiento de créditos educativos con altos intereses, ocasionan el encarecimiento de los programas y el endeudamiento de los jóvenes que para estudiar necesitan utilizar dichos recursos.

Hay un aspecto importante referente a las figuras jurídicas establecidas y del cómo son constituidas las instituciones de educación superior. Actualmente existen corporaciones o fundaciones sin ánimo de lucro que como su nombre lo indica, no deberían distribuir sus utilidades obtenidas, puesto que su deseo no es el enriquecimiento personal, sino que por el contrario se persigue un fin social o comunitario. Por ende, el objetivo es garantizar que los excedentes de la organización sean reinvertidos en la educación de sus estudiantes y en el mejoramiento de procesos y actividades que fortalecen la realización de su objetivo misional. Sin embargo, gracias al principio de autonomía universitaria, en donde las organizaciones tienen libertad absoluta en la toma de decisiones, tanto académicas como financieras, el propósito del sin ánimo de lucro no es cumplido cabalmente.

En cuanto al mercado, se puede afirmar que gracias a la masificación de la educación superior y al cambio que, desde 1990, ha sufrido la economía del país, donde los sectores de la industria y el agro se desincentivaron y la economía colombiana se concentró en la extracción de petróleo y minerales en las zonas rurales, y en las zonas urbanas estableció una alta concentración en el



sector servicios y el mercado de capitales, ha generado un decaimiento en la calidad de la educación superior, donde el 70% de la demanda para la formación universitaria se encuentra capacitándose en estas áreas de conocimiento.

## **5 Recomendaciones**

En tanto a lo que le corresponde a la Universidad de La Salle, revisando los hallazgos en torno al ejercicio hecho dentro de la pasantía se pueden dar ciertas recomendaciones:

Cuando la ULS es comparada con las universidades de franja media está por encima en términos de valor de la matrícula en la mayoría de los programas que ofrece la universidad. Sin embargo, dentro de las universidades con acreditación de alta calidad, el valor de la matrícula es uno de los más bajos. Es claro que el mercado objetivo de la ULS, motivo de las circunstancias donde la mejor calidad cuesta y la competencia es voraz, ya no son los más pobres, este sería el primer ámbito donde hay que revisar, como organización, dentro del mercado de la educación superior en Colombia, el cual se refiere a qué público objetivo se quiere llegar pero, sobre todo, cuál es la porción de sociedad que puede alcanzar a consumir los programas académicos que la universidad de La Salle ofrece.

Otro aspecto importante en cuanto a los programas de pregrado es la temporalidad y los créditos académicos, pues el 72% de los programas están por encima del promedio de los comparados en materia de créditos y más del 50% por encima de la temporalidad total del programa. Agregado a esto, en cuanto a los pregrados se pudo observar que otras instituciones de educación superior tienen gran variedad de posibilidades al momento de financiar las matrículas, lo que las hace más atractivas frente al mercado.

Por último, en lo que concierne a los posgrados se evidencia que estos se encuentran por debajo de la media de las matrículas a primer curso en un periodo observado de 2012 a 2016, sin embargo, año a año viene en aumento lo que hace que sea un indicador de gran importancia para el análisis del público objetivo al cual va dirigido estos programas. La implementación de nuevas modalidades como ofertar en jornada diferente (diurna, nocturna), o instaurar la opción de semipresencial o virtual, y considerar el valor de las matrículas, haría que los programas de posgrado ofrecidos por la ULS, tuviesen una demanda más alta.

## 6 Referencias consultadas

- Bur, J. A. (febrero de 2014). Marketing educativo. Cómo captar, retener y fidelizar alumnos. *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N°XXII, Año XV, Vol. 22.*
- elespectador.com. (1 de noviembre de 2016). ¡Icetex perdió su función social!. Recuperado el 4 de 11 de 2017, de, <https://bit.ly/2HOONfO>
- El Observatorio de la Universidad Colombiana. (enero de 2017). *Indicadores de la U.* Recuperado el 28 de 10 de 2017, de <http://bit.ly/2Aj7oNk>
- eltiempo.com. (17 de diciembre de 2014). *El lado oscuro de la educación superior.* Recuperado el 4 de 11 de 2017, de <http://bit.ly/2j7ZzH0>
- Ministerio de Educación Nacional. (2016). *Tasas de cobertura y concentración de la Educación Superior en Colombia.* Bogota.
- Misas, A. G. (2004). La educación superior en Colombia. Análisis y estrategias para su desarrollo. (1). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Moya, M. A. (2012). Fundamentos de Economía. En M. A. Moya, Fundamentos de Economía (pág. 55). Ciudad de Mexico: Probooks.
- Rendon, J. (2015). Educación y lógicas del mercado. Verdades y mentiras de entender la educación como condición esencial para el desarrollo. En D. Gomez, Educación y Neoliberalismo (págs. 29-54).
- Rubiano, D. A., Jimenez, H., & Aldana. (2016). La Educación En Colombia: Dinámicas Del Mercado y La Globalización. *Coperativismo & Desarrollo*, 160-177.
- UNAD, ASCUN. (2016). LA AUTONOMÍA UNIVERSITARIA EN COLOMBIA: Precisiones sobre su concepto. Bogotá: Gerencia de Relaciones Interinstitucionales (GRI).
- Vivar, N. L. (1992). Análisis del proceso de decisión del consumidor para la estrategia comercial de la empresa. *Dialnet*, 75-96.
- Williamson, C. (2016). Universidad y Lucro. *Estudios Publicos*, 137- 156.