

1-1-2018

# El mercado de las carreras universitarias, una elección del consumidor basada en características exógenas y de posible conocimiento

César Gustavo Páramo Acero

Jefferson Morales López

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

---

## Citación recomendada

Páramo Acero, C. G., & Morales López, J. (2018). El mercado de las carreras universitarias, una elección del consumidor basada en características exógenas y de posible conocimiento. Retrieved from <https://ciencia.lasalle.edu.co/economia/564>

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).



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES**  
**PROGRAMA DE ECONOMÍA**

**INFORME FINAL DE PRÁCTICA – PASANTÍA:  
EL MERCADO DE LAS CARRERAS UNIVERSITARIAS, UNA ELECCIÓN  
DEL CONSUMIDOR BASADA EN CARACTERÍSTICAS EXÓGENAS Y DE  
POSIBLE CONOCIMIENTO.**

**Elaborado por:**

**CÉSAR GUSTAVO PÁRAMO ACERO**

**JEFFERSON MORALES LOPEZ**

**Estudiantes Universitarios del Programa de Economía**

Bogotá, Mayo de 2018

## Tabla de contenido

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 1     | Resumen: .....   | 3  |
| 2     | Palabras Claves: .....   | 4  |
| 3     | Agradecimientos: .....   | 4  |
| 4     | Introducción: .....  | 5  |
| 5     | Síntesis de las fases de la práctica .....   | 6  |
| 6     | Relaciones existentes entre la práctica o pasantía realizada y el proceso de formación. .... | 8  |
| 6.1.1 | Problemática abordada .....  | 10 |
| 6.2   | Objetivos .....  | 10 |
| 6.2.1 | Objetivo general .....   | 10 |
| 6.2.2 | Objetivos específicos.....   | 10 |
| 6.3   | Marco teórico y/o Marco conceptual.....  | 11 |
| 6.4   | Metodología .....  | 15 |
| 6.5   | Análisis de contexto .....   | 16 |
| 6.6   | Resultados y análisis .....  | 19 |
| 6.6.1 | Administración de empresas .....   | 19 |
| 6.6.2 | Contaduría pública .....   | 20 |
| 6.6.3 | Arquitectura.....  | 21 |
| 6.6.4 | Urbanismo .....  | 22 |
| 6.6.5 | Maestría en Administración .....   | 24 |
| 6.6.6 | Maestría en Hábitat y Gestión del Territorio.....  | 25 |
| 6.7   | Conclusiones y recomendaciones.....  | 27 |
| 6.8   | Referencias consultadas .....  | 32 |

## 1 Resumen:

La competencia en el mercado de la educación superior es cada vez es más alta y existen propuestas muy variadas para cada segmento de la población. En Bogotá, los sectores en educación que se pueden encontrar para el ofrecimiento de cursos de pregrado son: el sector público, con un costo mínimo y una reputación de gran calidad, pero con limitación de cupos por ser solo tres instituciones en la ciudad; y el sector privado, el cual está constituido por instituciones o empresarios con enfoques diversos y su nivel académico se va acrecentando según las aspiraciones del ente. El sector privado debe verificar a qué segmento de la población quiere dirigir sus propuestas de pregrado, la calidad de la educación, el título que otorgará y, según esto, se calificará con sus pares en la ciudad para desarrollar su estrategia de marketing.

Hay aspectos característicos en los programas los cuales pueden ser puntos de referencia en el momento de elección de una institución universitaria por parte del estudiante y sus padres, dicha decisión debería basarse en la información pública proporcionada por las instituciones de educación superior, a saber, número de créditos, número de materias, número de semestres, valor de la matrícula por semestre, acreditación del programa y enfoque curricular. Estos aspectos también sirven para examinar las diferencias y semejanzas entre las universidades, y con ellos realizar un análisis comparativo entre universidades que, apoyado con cifras de matriculados en cada institución, permite determinar cuáles son las dinámicas, dificultades y retos para que una institución universitaria sea la mejor opción del mercado.

### **Abstract:**

The competition for academic vacancies of students is getting higher, there are very varied proposals for each segment of the population, in Bogota the sectors in education that can be found for the offering of undergraduate courses are the public sector with a minimum cost and a reputation of great quality but with limitation of quotas for being only three institutions in the city or the private sector, which is offered by different institutions or entrepreneurs and their academic level is increasing according to the aspirations of the entity. The private sector must verify to which segment of the population they want to direct their undergraduate proposals, the quality of education, and the degree that they will award and

according to this they will be qualified with their peers in the city to develop their marketing strategy.

There are characteristic factors of the programs in general which can be points of reference at the time of the election of a university institution by the student and their parents and are public information in all the institutions for each program: number of credits, number of subjects, number of semesters, value of enrollment per semester, accreditation of the program and curricular focus of the program. These factors also serve to analyze the differences and similarities between universities and with them perform a comparative analysis between universities, which, supported with figures of enrolled in each institution, an analysis is formed to find the dynamics, difficulties and challenges for a university institution, which is the best option in the market.

## 2 Palabras Claves:

Mercado de servicios educativos, comparación de pares, educación superior, elección racional.

### **JEL:**

D40 – Estructura de Mercado y formación de precios

D81 – Criterios para la toma de decisiones con riesgo e incertidumbre

I22 – Financiación de la Educación

L33 – Comparación entre empresa pública y privada; Privatización;  
Subcontratación

## 3 Agradecimientos:

Queremos dar crédito a nuestros padres, los cuales nos apoyaron en la realización de este trabajo, nos comprendieron en toda la carrera y tuvieron un grado de entendimiento alto siempre que personas ajenas calificaban a la carrera como un conocimiento inservible.

#### 4 Introducción:

Este informe sintetiza la experiencia en la realización de un estudio comparativo de los programas de pregrado de La Universidad de La Salle (ULS) con respecto a otras universidades que se consideran competencia directa. Existe una gran variedad de oferta académica donde universidades, instituciones y fundaciones brindan diferentes carreras profesionales que forjan un panorama difícil en el cual mantener la competitividad o empoderarse de un nicho de mercado no es posible, y las preferencias del consumidor varían acorde a la su capacidad económica, su nivel intelectual y social e incluso la afinidad política y religiosa de los aspirantes y sus padres quienes interfieren para elegir una carrera profesional y el lugar donde quieren estudiar.

Bajo esta premisa, ULS siempre ha tenido un campo de acción en un segmento específico de estudiantes, es allí donde nace la importancia de este estudio, el cual buscaba visualizar un panorama actual de la cantidad de estudiantes matriculados en sus programas de pregrado y postgrado, qué tanto se ha alejado o mantenido en el nicho de mercado que se quiere trabajar y cuáles son sus fortalezas y debilidades frente a la competencia.

Aunado a lo anterior, se quiere analizar cómo se encuentra la ULS con respecto a otras universidades de Bogotá que ofrezcan los mismos programas de pregrado, comparando variables como cantidad de semestres, cantidad de créditos, precios de matrículas, número de matriculados en primer curso y programas con registro de alta calidad.

El desarrollo del proyecto se realizó bajo la metodología de análisis comparativo, recopilando información en páginas gubernamentales y de las entidades de educación superior en bases de datos de creación propia que, posteriormente permitieron visualizar las variables anteriormente mencionadas. Se utilizaron conceptos de microeconomía como la teoría del consumidor, la cual parte de las preferencias de un individuo y tiene como objeto determinar qué elección realizará un consumidor entre los bienes que tiene disponibles y los que puede adquirir con los recursos que dispone. También la teoría de la racionalidad, pilar fundamental y principal corriente teórica en la microeconomía, la cual supone que el individuo o agente tiende a maximizar su utilidad-beneficio y a reducir los costos o riesgos.

Como resultado final se buscó mostrar un panorama del mercado académico de todas las universidades que fueron objeto de análisis y detallar como se encuentra la ULS en ese panorama, esto permitiría a las directivas de la universidad replantear estrategias y objetivos que mantengan competitividad de los programas académicos o, por el contrario, recuperar una posición importante en el mercado mostrando a la universidad como una opción viable y accesible.

## 5 Síntesis de las fases de la práctica

El proyecto se desarrolló en 2 fases. Primero se analizaron los programas de pregrado que actualmente tiene la ULS, esto se llevó a cabo en un período de 3 meses; segundo, se hizo un estudio comparativo de los posgrados que actualmente ofrece la universidad contrastando contra los mismos programas que ofrecen otras universidades. La práctica se desarrolla en el contexto universitario, siendo una actividad de naturaleza formativa donde se fomenta el uso de los conocimientos adquiridos mediante la carrera.

La primera fase inició con la recolección de información y la estructuración de la base de datos para cada programa. Usando variables obtenidas de la página web de SNIES (Sistema de información de la Educación Superior) y CNA (Consejo Nacional de Acreditación), número de semestres, cantidad de créditos, precios de matrícula, estudiantes en primer curso y programas con registro de alta calidad. Una vez estructurada la base, se planteó la metodología a usar que, consistió en un análisis comparativo por variable y que se expone mediante gráficas que permiten ver cómo está la ULS con respecto a otras universidades. El uso de programas de análisis de datos utilizados en la carrera sirvió como base fundamental para poder generar los cuadros comparativos y graficas necesarias para el análisis de los casos. En la práctica el profesor bajo el título de tutor contribuyó con la enseñanza de redacción y estructura de los textos. La teoría microeconómica ayudó a confrontar las preferencias de los usuarios con la oferta de las universidades. Es fácil identificar gracias a ello que son los oferentes quienes evolucionan con las necesidades de la comunidad más que los aspirantes universitarios.

De los valores que fueron solicitados en el momento de realizar la recolección de datos se destacan como datos cuantitativos el valor de la matrícula, los créditos de la malla curricular, la cantidad de cursos a ver en todo el programa. En Colombia,

datos como la cantidad de semestres y tiempo necesario por curso esta estandarizado por el ministerio de educación, siendo así que no hay un cambio significativo entre las universidades que ofrecen un mismo plan de estudios. Por el lado de los datos cuantitativos los destacables es la acreditación, por la cual se diferencia la calidad de las universidades, este no es un reconocimiento oligopolizado ya que no se encuentra una relación entre matriculados frente a la acreditación, esto no quiere decir que no afecte la cantidad de personas que piensen inscribirse en la universidad, sino que es un facilitador que separa los nichos de mercado a los cuales las universidades quieren enfocarse.

La segunda fase tiene un componente de indagación libre para el estudio de los programas de posgrados, pero con un esquema definido de la información que debe ser catalogada en los informes; cada documento debe llevar una lista de los programas con los cuales se comparó la universidad, un contexto donde indique la visión y objetivo de los programas, la modalidad del programa verificando la oportunidad del matriculado de estudiar en las modalidades presencial, a distancia o mixta, la duración en periodos académicos y otras particularidades como el tiempo destinado entre semana o fines de semana para las clases más el tiempo requerido necesario para terminar el programa, los numero de créditos y los espacios académicos, por último, el valor por cada periodo académico necesario y el valor total a pagar por todo el programa en cada universidad, la información fue comparada con los datos de matrículas primer semestre y matriculados total por año extraídos del SNIES. De acuerdo con lo anterior se definió la competitividad de ULS frente a sus pares en la ciudad. La autogestión y la responsabilidad fueron los puntos focos de la enseñanza de la práctica, se apoyó en la experiencia de la recolección de la primera fase, pero con información directa de cada universidad para la recolección de datos.

El estudio se compuso con la información de los oferentes, en este caso las universidades, ya que la información detallada de cantidad de estudiantes es más compleja de adquirir por ser matriculas de posgrado como se evidencio en las especializaciones de Gerencia de Mercadeo y Auditoria internacional y aseguramiento de la información. Es allí donde a pericia desarrollada en clases prácticas como estadística y costos y presupuestos ayudaron al análisis de datos cuantitativos.



Es fácil encontrar en las maestrías de Administración y Hábitat en gestión y Territorio ramificaciones de las mismas, las cuales hacen al estudio más complejo generando un punto de inflexión donde los datos cuantitativos ya no pueden ser tomados como números fijos sino como promedios según el enfoque general de las maestrías, materias de estadística, econometría y economía matemática nos ayudaron a encontrar las variables más importantes y que pueden generar un cambio en la elección personal del estudiante por una universidad u otra, el estudio se convierte así en mostrar quien ofrece una gama más variable de una misma maestría en la cual el estudiante pueda emprender con mayor afinidad que un proyecto riguroso en el cual la adaptación del comprador del servicio no tiene mucha elección después de matricularse. Por lo tanto, para los casos de maestría, los estudios se convirtieron en una gama de cualidades donde la institución se adapta a la selección preferencial del estudiante.

## 6 Relaciones existentes entre la práctica o pasantía realizada y el proceso de formación.

De acuerdo con los lineamientos establecidos para desarrollar la práctica, se buscaba comparar el estatus competitivo de los programas de pregrado y posgrado de La Universidad de La Salle con respecto a sus pares en la ciudad de Bogotá, para esto, se acordó la parametrización de variables influyentes en la toma de decisiones para escoger una determinada universidad y obtener una aproximación a las razones que podían influir en esta elección.

Con base en la premisa anterior, se estableció como primer supuesto que todo individuo actúa de manera racional y siempre maximizando su beneficio o, al menos, intentando optimizarlo de acuerdo con su entorno y las variables que interactúan en él, ahora bien, ¿esto como se puede reflejar en el proyecto? Un aspirante a estudiar un programa de pregrado o posgrado buscará su mejor opción en diferentes ámbitos que interactúan en el proceso, a saber, económico, social, estatus quo e incluso el factor tiempo.

De acuerdo con lo anterior se interpreta La Teoría de la elección racional (TER) como la teoría con mayor pilar y base fundamental para desarrollar el proyecto y buscar cómo optimizan las variables los estudiantes para tomar la decisión de estudiar en una determinada universidad. La TER es una teoría social con

perspectiva analítica; es decir que se aproxima a los fenómenos sociales asumiendo que éstos se pueden explicar en términos de sus partes constitutivas y de las relaciones causales que existen entre ellas. Es decir, corresponde a una relación causal en donde la interacción entre las partes o individuos (lo micro) produce los fenómenos agregados (lo macro), esto de acuerdo con algunos postulados de Lewis y Elster (1986). Por lo tanto la elección de un bien y servicio por una comunidad se realiza por las características del producto demandado, el cual ha de ser identificado y analizado por las personas de la comunidad antes de realizar una elección.

Las unidades de análisis de la TER son acciones humanas individualmente consideradas. Sus explicaciones se basan en la idea de que los fenómenos sociales pueden ser comprendidos en términos de la interacción entre acciones humanas individuales. Es importante notar que la unidad de análisis así postulada no es éste o aquél individuo particular, ni la categoría abstracta “el individuo”, sino acciones humanas particulares (individuadas).

Los mecanismos causales en la acción social son las decisiones que toman los actores cuando interactúan entre sí. Las acciones humanas particulares que se pueden describir como decisiones comparten dos propiedades generales: intencionalidad y racionalidad.

El enfoque desarrollado en este proyecto se da a través de la segunda, la racionalidad, el proceso mediante el cual se articulan causalmente razones y acciones es la decisión. Decidir es elegir una acción de un conjunto de acciones posibles. El mecanismo que opera en un proceso de decisión, y en un proceso de elección de un curso de acción, es la racionalidad. Una acción racional es una acción llevada a cabo, elegida, porque su agente cree que así puede lograr lo que desea.

Más específicamente, una acción racional (el tipo de acción que podemos suponer de un agente que elige realizar su intención) es una acción que el agente decide llevar a cabo porque cree que maximiza su utilidad esperada.

Con base en lo anterior, el proyecto se trabaja bajo el supuesto de que todo ser humano desea su bienestar, maximizar este beneficio y por tanto, se relaciona directamente con tomar la mejor decisión sobre qué carrer estudiar, o, en qué universidad estudiar, lleva al sujeto a analizar cuál es su mejor opción y cual (para

él) puede ser su mejor opción con base en la información presentada. Durante el desarrollo de este proyecto se llegará a una aproximación de establecer por qué unos estudiantes prefieren más a una universidad que otra, por qué consideran que maximizar su beneficio está más en una y no en otra.

#### 6.1.1 Problemática abordada

Es imperante establecer medidas y diseñar estrategias que permitan a la ULS sostener su reconocimiento en el mercado y que sea una alternativa atrayente, viable y económicamente sostenible para los aspirantes a ingresar a un programa académico de pregrado. Con el fin de establecer metodologías y decisiones que lleven a la institución en ese camino, surgió la necesidad de analizar cómo se encuentra la Universidad de La Salle en los programas de administración de empresas y contaduría pública con respecto a los demás programas de otras universidades de la ciudad de Bogotá.

Adicional la universidad debe fomentar el uso de sus recursos más asequibles – sus estudiantes – dándoles la confianza, la responsabilidad y generando un espíritu lasallista y comprometido con la universidad, donde su integración con la universidad no sea solo de clientes o usuarios, sino de personas que generan beneficios para la comunidad y la institución.

## 6.2 Objetivos

### 6.2.1 Objetivo general

Identificar los factores que influyen en la elección de una institución de educación superior mediante un análisis inductivo de los programas de pregrado, a saber, Administración de empresas, Contaduría pública, Arquitectura y Urbanismo en pregrados; Maestría en Administración, Maestría en Hábitat y gestión del territorio, Especialización en Auditoría internacional y aseguramiento de la información y Gerencia de Mercadeo para el caso de posgrados.

### 6.2.2 Objetivos específicos

- Plantear un marco de referencia de plena actualidad sobre programas académicos de pregrado y posgrado que permita identificar su relevancia en

labores administrativas y que sirva a directivos de la Universidad de La Salle para estudiar el sector educativo.

- Identificar los tipos de factores y variables que se tienen en cuenta al seleccionar una carrera de educación superior para desarrollar un análisis estadístico que permita obtener un panorama de la situación actual del mercado académico.
- Determinar los segmentos de mercado en los cuales se encuentran las instituciones universitarias analizadas y estudiar posibles relaciones que existen entre sí para determinar preferencias de los aspirantes un programa académico de educación superior.

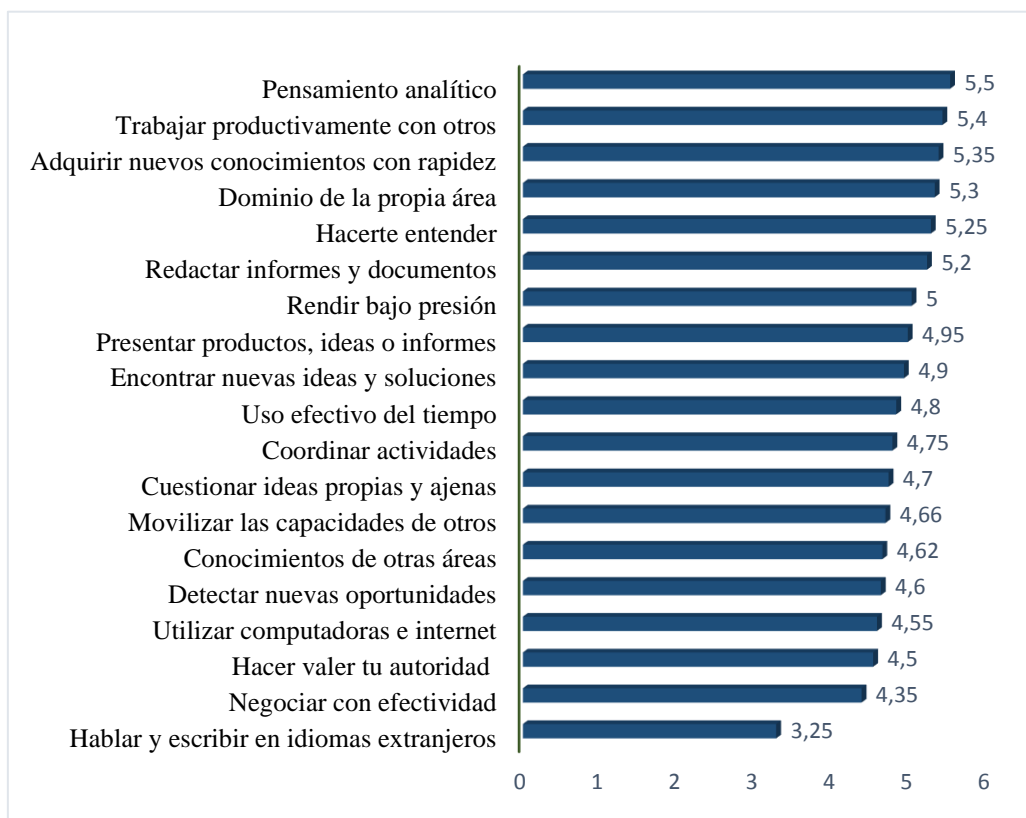
### 6.3 Marco teórico y/o Marco conceptual

Al momento de comprender la elección entre una universidad u otra hay variables determinantes las cuales pueden fluctuar según la necesidad que quiere satisfacer el consumidor. Pero pueden presentarse variables exógenas causales de la elección preponderante entre una universidad u otra. Para Tenjo (2012), estas variables son la calidad, el precio y el tiempo de terminación de la carrera. Tenjo (2012), realizó una proyección de la demanda por carreras universitarias con una estimación donde el beneficio neto que se obtendría por la inversión puede variar según el valor presente que se puede destinar sin la utilización de una financiación. Sus proyecciones son realizadas con un modelo probit donde se estima la cantidad personas que terminaron el bachillerato y que siguen sus estudios en universidades. Una de las particularidades que encuentran en este estudio es el aumento de personas mayores a 30 años que comienzan sus estudios universitarios pasada esta edad. (Tenjo, 2012).

Otro enfoque se puede encontrar en la innovación que las universidades pueden instruir a los estudiantes, afianzándose en la ayuda que la institución brinda a sus estudiantes para crear y generar proyectos en vez de ser personas operativas. Un estudio empírico realizado por Vila, Dávila y Mora, (página 3, 2010) muestra que los egresados que participaron en proyectos de investigación obtienen mejores competencias en el momento de actuar y ofrecer su labor, siempre que su instrucción universitaria haya sido más versátil. En la investigación de Vila, con información de la encuesta PROLEX a egresados latinoamericanos, concertó

cuáles son las competencias que la educación está fortaleciendo en los egresados y que son requeridas en el momento de efectuar sus labores profesionales.

**Grafico 1. Importancia de las competencias que requieren y buscan las firmas en un profesional y que son generadas en los estudiantes por las universidades, según el punto de vista de egresados.**



Información extraída del documento de investigación (Vila página 11, 2010). Creación propia del cuadro, escala de puntuación del 1 al 7 donde 1 representa la menor medida contribuyente y 7 contribuyen totalmente en la formación estudiantil del egresado.

El punto más débil según la información (grafico 1) es el hablar y escribir en lenguas extranjeras, que son enseñadas con superficialidad, además que los componentes de ideas propias y fuerzas de emprendimiento, negociación y autoridad, son dejados a un lado con respecto a realizar labores productivas y mecánicas. Con este estudio hay una crítica al modelo de educación donde los estudiantes tendrán grandes conocimientos para labores operativas, pero una ineficiencia en el momento de un pensamiento libre e innovador (Vila, L. E2010). Las personas que quieren adquirir conocimientos en la actualidad tienen mentalidad de empresarios y, por lo tanto, la innovación, administración y gerencia como habilidades son buscadas en la elección de una carrera, para lo cual el aspirante verifica los programas del plan de estudios (materias y créditos).

Después de comprobar cual carrera es la que más compete a los intereses del nuevo estudiante, se emplea una estratificación de las mejores entidades según la calidad del servicio de educación prestado; en Colombia tenemos una medición de alta calidad dada a las instituciones de educación superior al pasar satisfactoriamente tres evaluaciones: una autoevaluación regida por la misma institución que desea ser acreditada, seguida por una evaluación externa o por pares y la Evaluación Final adelantada por el Consejo Nacional de Acreditación. En los colegios hacen campañas de enseñanza a los estudiantes para que verifiquen la acreditación de la Universidad y la carrera que escojan, como un seguro a la inversión que van a realizar. Volviendo a la acreditación, esto no es solo un estandarte para exaltar frente a sus pares, sino que representa un compromiso de las instituciones para brindar el mejor servicio para el estudiante. Una lista de indicadores de calidad con los cuales se puede hacer un análisis profundo de las fortalezas y debilidades de una institución, sus programas y mallas curriculares se encuentra en la monografía “Comparación de los indicadores de la calidad de las universidades” (Buela-Casal, 2009), donde se realiza un análisis de los hitos más utilizados por un país para verificar la calidad de sus instituciones de educación superior. Unos de los más resaltados son: el proceso de educación y aprendizaje, la biblioteca de la institución y sus fondos documentales, la atención a estudiantes y la educación integrada, el personal académico, la estructura, el plan de estudios y, por último, la dirección y gestión del recinto (Buela-Casal, 2009).

Un elemento principal está en el tiempo que lleva el terminar una carrera universitaria, el cual varía dependiendo de los ofrecimientos de las mallas curriculares que ofrece cada academia. En un análisis complejo se encuentra que la determinación del tiempo necesario para terminar un estudio depende de la experticia y el conocimiento del catedrático, ya que entre mayor sea su habilidad el tiempo necesario para la enseñanza y aprendizaje del educando será menor (Misas, 2004). Esto significa que un tiempo menor en la acumulación del saber no significa una educación de menor valor, sino que puede entenderse como la misma optimización del conocimiento. Por lo cual las innovaciones planteadas por Vila, Davila y Mora no son refutadas. Un menor tiempo puede verse en el márquetin como la optimización de procesos (Vila, L. E.2010).

Relacionado con lo anterior y referente a las habilidades, actitudes, personalidad e intereses, los investigadores concluyen que es necesario fortalecer la evaluación crítica por parte de los estudiantes, para que ellos puedan determinar si tienen capacidades y posibilidades de éxito en su desempeño (Camarena, 2009).

En Colombia también se han realizado estudios sobre elección de tipo de carrera. Por ejemplo, Morales, Gutiérrez, Ojito y Trujillo (2014) realizan un análisis de elección de programas de educación superior para los estudiantes del Caribe Colombiano. En este estudio los investigadores utilizaron un modelo estadístico Logit Multinomial, el cual permite determinar la influencia que tienen las variables socioeconómicas y el rendimiento académico sobre la elección de un programa técnico, tecnológico o profesional. Obtuvieron como resultado que los estudiantes con computador, ingresos familiares altos y madre “ama de casa” con educación superior, optan por estudiar una carrera profesional. Sin embargo, la educación del padre, la educación del hermano y tener ingresos familiares medios no tiene incidencia en la elección de este tipo de programas. Por otro lado, vivir en una zona rural, la educación del hermano, los ingresos medios y altos tienen una influencia negativa en la elección de una carrera técnica. Para el caso de la elección de un programa tecnológico, las variables que afectan negativamente son la educación del hermano, el género, el nivel de ingresos medio y alto, tener computador, la educación de la madre, del padre y hermanos (Morales et al., 2014). Por otro lado, González (2009) analiza los factores que afectan la demanda de educación superior en Ingenierías, en la Pontificia Universidad Javeriana de Cali. A través de un modelo Logit Multinomial, concluye que los estudiantes con buen rendimiento en matemáticas, durante el colegio, deciden estudiar Ingeniería, y por el contrario personas con bajo rendimiento en esta área deciden estudiar Humanidades, generalmente mujeres que se matricularon inicialmente en otra carrera y la elección de ésta fue sugerida por la madre (González, 2009). La revisión de la literatura ilustra la importancia de tener en cuenta las características poblacionales de los estudiantes en la modelación de la elección de carrera. Este trabajo contribuye a ampliar la literatura sobre elección profesional, al estudiar los factores individuales, socioeconómicos, académicos y de preferencias que influyen en la elección de una carrera para el caso de los programas presenciales de pregrado en Bogotá así como también, generar un panorama económico y

social en el cual se encuentran los posgrados de La Universidad de La Salle con respecto a sus pares en la ciudad.

#### 6.4 Metodología

Como se mencionó anteriormente, la práctica fue en modalidad de grado, las cuales se denominan pasantías según el decreto 1072 de 2015 y se estipula que la práctica debe estar determinada en el plan de estudios del programa, que pueda estar vinculadas a una actividad laboral. En ella el estudiante realizó unos trabajos y productos que pueden no generar utilidad a la empresa, pero que son sustanciales para el enriquecimiento del practicante y una forma de aplicar sus conocimientos adquiridos en sus estudios previos.

La investigación se hizo analítica y descriptiva enfocada en un método deductivo, del cual partimos de la realidad para verificar premisas planteadas en las teorías microeconómicas las cuales pueden ser los silogismos del método (Dávila página 25, 2006)) y provisionar a la institución de la posible elección de individuos que actúan en situaciones particulares. Con el fin de analizar el comportamiento y toma de decisiones de los aspirantes a un programa de pregrado y/o posgrado, desde la teoría de la elección racional, se utilizaron distintas técnicas de recolección de datos cuantitativos y cualitativos que se convirtieron estadísticamente en cuantitativos para realizar una investigación que contribuya a la solución de problemas que transformen la realidad (Páramo y Otálvaro página 4, 2006). Este trabajo se completó con una revisión bibliográfica sobre el tema para dar las conclusiones y recomendaciones pertinentes. A continuación se especifican los pasos metodológicos a seguir para el desarrollo del proyecto y el cumplimiento de los objetivos.

#### **Revisión Documental**

Para alcanzar los objetivos específicos propuestos en esta investigación las fases que se desarrollaron fueron las siguientes: primero, se realizó una búsqueda y clasificación de los documentos relacionados con la elección de una carrera de educación superior, adicional, documentos donde están consignadas las diferentes razones que pueden influir en esa decisión, así como información teórica con modelos desarrollados que estudian el comportamiento de los aspirantes y resultados estadísticos que permitieron construir el marco teórico del proyecto.



### **Construcción de base de datos**

En segundo lugar, se efectuó una consolidación de datos, se estructuraron las variables de tal forma que permitieran un análisis estadístico mediante la herramienta OFFICE generando gráficos que ayudaran a entender las relaciones existentes entre diferentes universidades que acaparan la mayor cantidad de estudiantes matriculados, se establecieron relaciones de reducción o aumento de matrículas en primer curso, relaciones existentes de precios de matrículas y posibles diferencias o coincidencias en las elecciones de los estudiantes para ingresar a un programa y universidad específica. A partir de esta base de datos se establecieron a través de un proceso estadístico las generalidades de cómo se encuentra La Universidad de La Salle con respecto a las demás.

### **Revisión Analítica**

Tercero, se hizo una detallada revisión e investigación de las variables y datos establecidos en la página SNIES y CNA, a saber, cantidad de semestres, número de créditos, precios de matrículas, cantidad de estudiantes matriculados en primer curso, programas con registro calificado, programas con registro de alta calidad, valor total de formación y tipos de jornada. Se elaboró un documento preliminar donde se presentaron los avances del proyecto y el análisis del material encontrado en la revisión documental y el documento del informe final. Este material incluye la información y análisis establecido

#### **6.5 Análisis de contexto**

La educación superior es un pilar fundamental en el desarrollo profesional de toda sociedad, brindando a quien puede acceder a ella destrezas, conocimientos y diferentes habilidades que le permiten o, al menos, lo preparan para desempeñar funciones específicas en el ámbito laboral. Es por esto que las personas que desean acceder a este nivel educativo se enfrentan a diferentes decisiones, a saber, tiempo de estudios, ubicación geográfica de la institución, cantidad de créditos, número de semestres, malla curricular y tal vez el factor más importante: el costo de la matrícula.

Actualmente la educación en Colombia está pasando una crisis inadvertida que pocos quieren reconocer y que muchos desean combatir. Según cifras de la revista

Semana en el año 2000 el gasto por estudiante era de 9,1 millones de pesos el cual tuvo una disminución significativa para el año 2015 pasando a 8,1 millones de pesos; como país, la inversión por estudiante al año es de US \$3.000, si esta cifra se compara con otros países de la región nos deja muy mal parados, por mencionar algunos países, en Argentina y México se invierten US \$4.000 y en Chile US \$5.000. (Samper, 2018)

Hoy por hoy se cuestiona la calidad de los programas universitarios que ofrecen las universidades de Colombia, llevando a cada aspirante a un programa de educación superior preguntarse si estará preparado para enfrentar la demanda del mercado laboral. Lo anterior, se refleja en la alta tasa de deserción en la educación superior, se calcula que solo 50% de los estudiantes que inician programas de educación superior llegan a terminar y se gradúan y esto ocurre en el rango de edad entre los 25 y 29 años de edad (Granja, 2017). Entre las causas se encuentra la falta de preparación académica (esto también causado por la baja calidad en la educación primaria y secundaria), la falta de medios económicos, larga duración de los programas y la poca flexibilidad para cambiar de programa académico.

Ahora bien, ¿cómo recuperar la confianza en la calidad de la educación superior y combatir la deserción estudiantil? Se pueden diseñar sistemas de financiamiento que motiven la obtención de buenos resultados por parte de estudiantes e instituciones, eliminar obstáculos financieros a través de becas y préstamos, divulgar información sobre el desempeño y calidad de las instituciones con el fin de dar claridad a los estudiantes para tomar decisiones, ayudar a los estudiantes recién graduados a incorporarse en el mercado laboral, entre otras.

Con base en lo anterior, la universidad de La Salle reconocida por su labor social y vanguardista por medio de este proyecto buscó encontrar esas coyunturas y falencias para mejorar su calidad institucional y sobre todo, brindar mayor inclusión a estudiantes que deseen cursar un programa de educación superior. Con base en esta premisa, el proyecto se desarrolla bajo el contexto de querer saber cómo se encuentra la ULS en el mercado académico, entender que se está ofreciendo, que buscan los aspirantes a una carrera y poder posicionar la universidad en un lugar que permita ser una de las principales opciones, este proyecto contribuye a este análisis permitiendo generar un panorama estadístico y analítico del mercado estudiantil en Bogotá.

Por otra parte, hoy en día no se concibe que existan estudiantes sin la distinción de una especialización que respalde su formación académica y, por tanto, que los diferencie de quienes sólo han adquirido la formación educativa básica de carácter superior, dadas sus implicaciones en el mercado laboral y, en general, por las connotaciones que una situación de estas características representa (Anzola, 2011)

A diferencia de otros países, incluidos los de Latinoamérica y Europa, en Colombia, el incremento de los posgrados se ha consolidado en las especializaciones. Así lo indican las estadísticas registradas por el Ministerio de Educación Nacional para el 2013, según, las cuales, la cantidad de graduados en posgrados es de 24.694 para especializaciones, frente a 134 graduados de Doctorado y 4.602 graduados de Maestría.

En Colombia el desarrollo de los posgrados se ha concentrado en las especializaciones. En los últimos cinco años, en los que el número de programas de posgrado ha crecido más rápidamente en maestrías y en doctorados, cambiando la relación entre estos tres tipos de posgrado. Este cambio de énfasis hace un tiempo se dio en países como México, Brasil, Argentina y Chile. En los países desarrollados las especializaciones no han desempeñado un papel importante.

Ante ese panorama, vale la pena preguntarnos, ¿Qué pasa con la formación avanzada en Colombia? Es claro que los posgrados, aparte de ser pocos en el país, son costosos y presentan problemas de mediana o baja calidad, puesto que de todos los programas de Doctorado, solamente uno tiene Acreditación de Alta Calidad y en Maestrías y en Especializaciones, ninguno y con Registro Calificado: 774 para Maestrías; 129 para Doctorados y 3.037 para Especializaciones, tal como indican las estadísticas registradas por el Ministerio de Educación Nacional para el 2010.

Estas cifras demuestran que Colombia es uno de los países con menos estudiantes de postgrado, cuando su auge está por encima de lo esperado, en otras palabras, es una situación que refleja los problemas de esta oferta interna. En general, el 3,1% de los colombianos tienen posgrado y, además, reporta el Ministerio, que en los últimos 45 años, únicamente el 18% de los profesionales consiguieron cursar un programa de éstos en el país.

Pero si se analiza el caso de profesionales con Doctorado y con Maestría, la situación es diciente; a pesar de haberse elevado el número de egresados en los últimos años, las estadísticas siguen siendo muy bajas, comparadas con otros países. Por ejemplo, en el 2008, en Colombia, 118 personas lograron graduarse en Doctorado y 3.411 en Maestría; en el 2009, 173 y 4.740 y, en el 2010, 202 y 5.797, respectivamente, que comparado con otras naciones, este porcentaje cubre un 34,4%, para Doctorado y un 51,2%, para Maestría.

Especialistas en el tema señalan, como causas destacadas para llegar a esta situación, las siguientes: 1) Alto costo en las matrículas; 2) Baja calidad académica; 3) Solamente existen en las grandes ciudades y no en las regiones; 4) Baja remuneración en el mercado laboral; 5) No se ofrecen mayores alternativas de crédito y 6) Los programas ofrecidos no son los que se necesitan.

## 6.6 Resultados y análisis

### 6.6.1 Administración de empresas

Los programas de administración de empresas de la ciudad oscilan entre 143 y 189 créditos, esto deja a la Universidad de La Salle (ULS) como la Universidad con el Programa de Administración de Empresas de menor número de créditos (130), factor que influye directamente en la cantidad de numero de semestres, en el caso de la ULS 8 semestres. Esto puede implicar un factor importante para los aspirantes ya que se graduarían en 4 años y no en 5 como en otras universidades.

Por otra parte, el costo de matrículas se establecen en un rango que va de \$2.685.252 a \$10.305.000, el promedio del precio es de \$4.927.019, en donde, 9 programas se encuentran por debajo de este umbral (incluida la ULS) y 3 por encima. En este aspecto, la ULS a precios del segundo semestre del año 2017 se encuentra por debajo del promedio con \$4.289.000, lo cual se interpreta como un factor positivo adicional, ya que posee la menor cantidad de semestres con respecto a las universidades objeto de análisis y un precio intermedio accesible para un nicho de mercado amplio como lo son estratos medios y bajos.

Con respecto a la cantidad de estudiantes matriculados en primer curso, la ULS tiene un histórico reciente poco alentador ya que pasa de ser una de las universidades predominantes en captar aspirantes, a reflejar una disminución del

67%. En los años 2005 y 2007 tiene la mayor cantidad de alumnos matriculados con 706 y 696 estudiantes respectivamente, posteriormente, tiene un periodo predominante comprendido entre 2009 y 2011, el cual va disminuyendo hasta el año 2016, pasando de 706 estudiantes en el año 2005 a 213 en el año 2016, una disminución del 70%.

De esta manera se tiene que el programa de Administración de Empresas de la ULS, si bien es uno de los programas privados más grandes de la Ciudad, ha venido perdiendo matrículas, de manera rápida, y esto obedece, a los factores de análisis es decir, a precios, cantidad de créditos, formas de pago, elementos que han hecho perder competitividad y alejaron el programa de ser fuerte en su segmento de influencia. El programa viene dejando de ser una opción para los estudiantes de menores ingresos, especialmente los que tienen en la noche su espacio para estudiar.

#### 6.6.2 Contaduría pública

Existe un fenómeno similar en este programa de la universidad refiriéndose a créditos académicos, los programas de contaduría pública de la ciudad están en un rango de 136 a 167 créditos, la ULS con información base del segundo semestre del año 2017 tiene 130 créditos, por lo tanto, es la universidad que tiene la menor cantidad de créditos y que a su vez, se refleja en menor cantidad de semestres (8).

Relacionado con lo anterior, los precios de matrículas se establecen en un rango que va de \$2.388.608 a \$5.499.000 el promedio del precio es de \$3.814.207, en donde, 5 programas se encuentran por debajo de este umbral y 7 por encima (incluida la ULS), El precio de matrícula de la ULS está en \$4.289.000 reflejando el alto costo de la matricula con respecto a las demás universidades, incluso es la tercera más costosa. Al ser una de las universidades más costos del segmento y si se analiza desde la perspectiva de costos, no es una opción en primera instancia para los aspirantes, pero si se tiene en cuenta que son 8 semestres y no 9 o 10 como otras universidades se compensa el alto costo con menor cantidad de semestres.

Ahora bien, el programa de contaduría pública también ha presentado una disminución significativa los últimos años, pasando de 540 matriculados en

primer curso en el año 2017 a 110 matriculados en primer curso en el año 2016, una disminución del 80%.

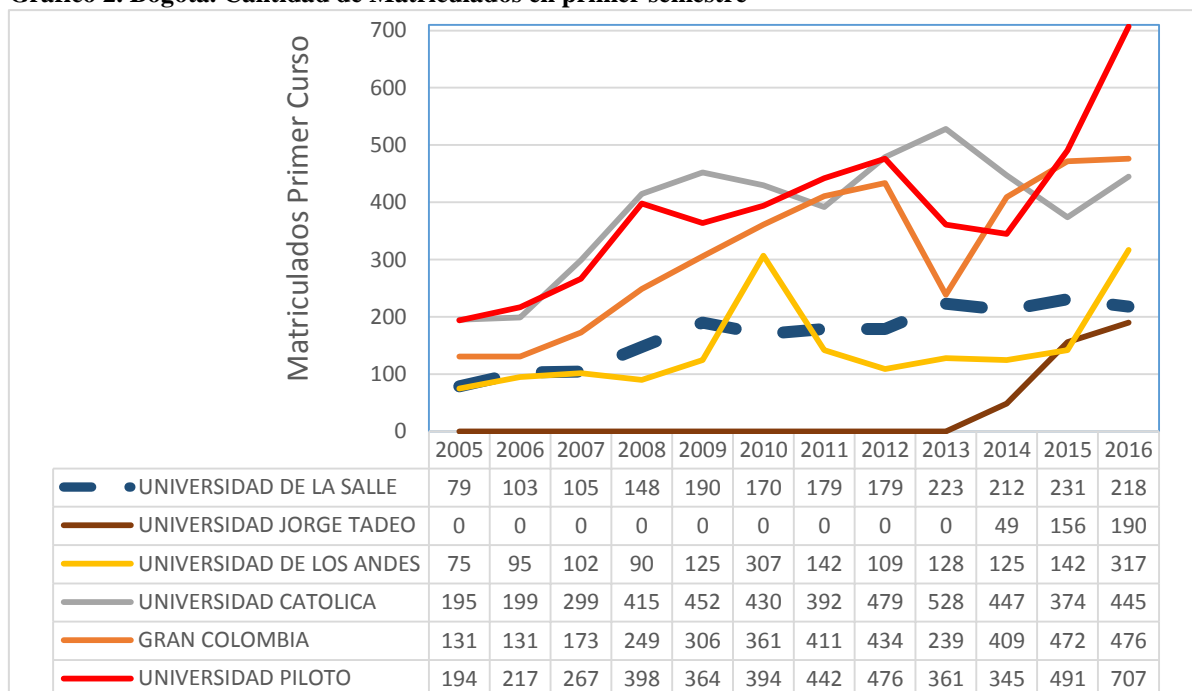
Es importante resaltar el incremento en la variación anual del programa en el año 2012, evidenciando una variación de 10% (100% más alta con respecto al año 2011) la cual venía siendo del 5%, este hecho concuerda perfectamente con los datos presentados del número de matrículas de primer curso en el año 2012 y 2013, en donde la ULS presentó una disminución significativa después de 2 años consecutivos siendo el programa con mayor registro de matrículas.

### 6.6.3 Arquitectura

Los programas de arquitectura son varios en la ciudad de Bogotá, donde se puede describir que se diferencian dos nichos de mercado a los cuales quieren enfocarse las universidades, uno donde el valor de la matrícula supera los 6 millones, y otro con un precio menor a los 6 millones, ULS se encuentra justo en la mitad de estos dos nichos de mercado, por esto se supondría que la universidad no quiere enfocarse en solo un perfil de estudiante sino agrupar ambas clases. Esto describe una jugada arriesgada al no ser un precio favorable para la mayor población y que debe ser flexibilizada con medios de pago y beneficios que influyan a su elección.

Según los datos registrados y como se muestra en el Grafico 2. El número de matriculados en la universidad están dentro de la media alta – tanto para los de primer semestre como para los que continúan en la carrera –, es de enfatizar que las universidades que superan a la ULS en números de matrículas son las que tienen valor cercano al ofrecido por la entidad. También se puede afirmar que la universidad presenta un crecimiento en los estudiantes matriculados de un 276% entre el 2005 y el 2016, por lo cual hay una efectividad relativa en el modelo de mercado aplicado, pero si comparamos estos resultados con otras universidades que presentan un crecimiento en el número de matriculados es la de menor crecimiento, es por esto que deben haber otras características que están realizando las otras universidades y que no solo pertenecen al precio de las matrículas, ya que las universidades que obtuvieron un crecimiento en el número de estudiantes tienen una matrícula mayor a la de ULS.

**Gráfico 2. Bogotá. Cantidad de Matriculados en primer semestre**



Fuente: Elaboración propia con base en información del SNIES.

El valor total de la formación de un estudiante de arquitectura en ULS está en los 60 millones, por debajo de la media de los programas con acreditación de alta calidad la cual está en los 79 millones, así que la universidad muestra un punto fuerte en el momento de definir el costo total que necesitará el estudiante y sus familiares para la proyección de la financiación del programa.

Se encontraron que los valores como créditos, números de materias y cantidad de semestres a cursar son iguales para todas las universidades, solo Los Andes tiene un número menor de semestres por uno menos, la universidad Católica presenta el menor número de créditos con la Gran Colombia con 155 y la universidad Jorge Tadeo el menor número de materias con 40, con los datos que tomamos es difícil discernir cuál de estos puede ser un punto relevante en el momento de un análisis de mercado, ya que sus valores no son significativamente menores a los que presentan las demás universidades.

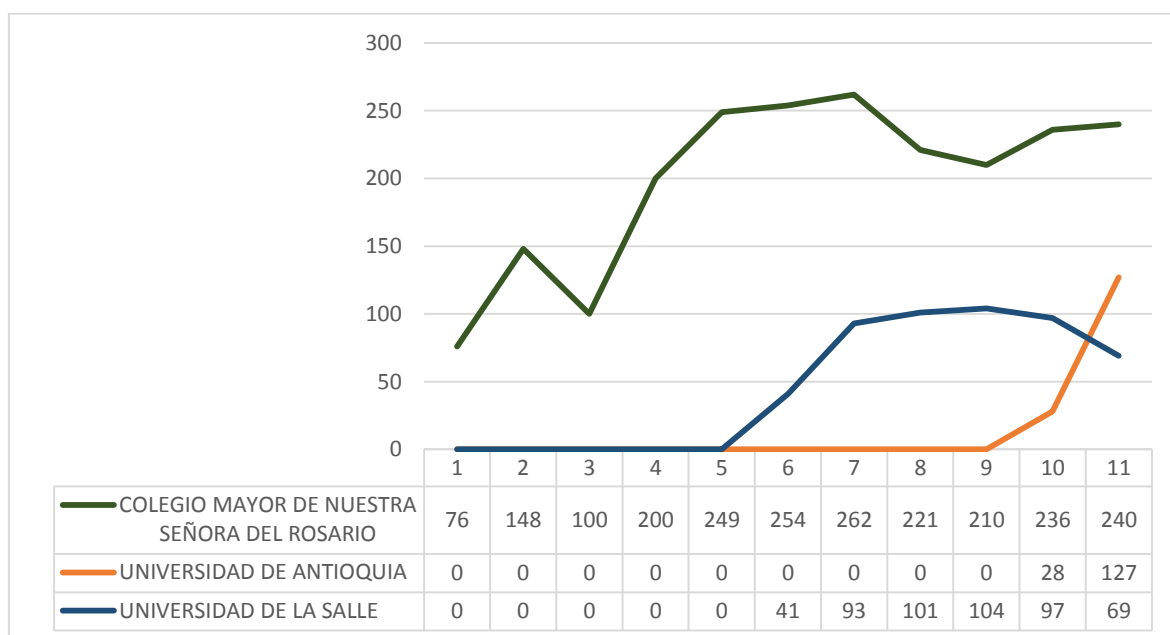
#### 6.6.4 Urbanismo

Para el caso de urbanismo la ULS es la única dentro de la ciudad que presenta esta opción en pregrado, tras una investigación más a fondo, solo se encuentra que la Universidad del Rosario presenta un programa similar con el nombre de Gestión y Desarrollo urbano, y a nivel nacional la Universidad de Antioquia

tiene determinada una carrera con el nombre de Ingeniería Urbana, la cual no tiene personal matriculado para el primer semestre en el 2016.

La universidad surgió con este programa desde el 2011 y ha tenido una estabilidad en las personas matriculadas entre los 90 y 100 estudiantes, la universidad del Rosario por su parte viene de tiempo atrás con su programa, duplicando el número de estudiantes matriculados que tiene la USL, su número oscila alrededor de los 240 estudiantes desde el 2010, sin crecimiento alguno.

**Gráfico 3. Bogotá. Cantidad de Matriculados en primer semestre.**



Fuente: Elaboración propia con base en información del SNIES.

Los tres programas son calificados, pero ninguno está acreditado, por lo tanto sus comparaciones en calidad son inverosímiles. Al igual que la comparación entre las carreras ofrecidas por las universidades bogotanas y la antioqueña, toda vez que una ingeniería presenta un número mayor de créditos y materias por su estructura. Las dos carreras de urbanismo de las universidades bogotanas tienen un número de créditos casi igual, con una diferencia de materias donde la Universidad del Rosario requiere 5 más de las de ULS.

La única diferencia está en el precio, donde la universidad del Rosario ofrece una matrícula de 11 millones, mientras la ULS tiene un valor de 6 millones, una clara ventaja con respecto a la competencia.



### 6.6.5 Maestría en Administración

La maestría presenta dos nichos de mercado, uno va dirigido a personas con mayor solvencia económica y que pueden invertir entre 60 y 115 millones de pesos de matrícula por todo el programa, este grupo está conformado por los Andes, Cesa y la Javeriana. Las otras universidades se enfocan en personas con la posibilidad de pagar entre 39 y 49 millones de pesos por todo el programa, entre este grupo está ULS al igual que otras 4 universidades de la ciudad de Bogotá.

Hay un enfoque de internacionalización que tomaron las universidades Santo Tomas, Sergio Arboleda, Cesa las cuales adquirieron un incremento sustancial de sus alumnos, según la información que se obtuvo del SNIES la universidad de La Salle ha perdido matrículas de primer semestre para la maestría gradualmente pasando de 24 matrículas para primer curso en el 2012 a 0 matrículas en el 2016. Las universidades que internacionalizaron sus cursos como MBA (Master of Business Administration) muestran incrementos en el número de matriculados para el primer semestre. ULS dedico el objetivo de su maestría a un enfoque “ético, socialmente responsable y humanamente sustentable”. Al parecer las preferencias del mercado en esta maestría están enfocadas a los programas que se enfoquen a la globalización.

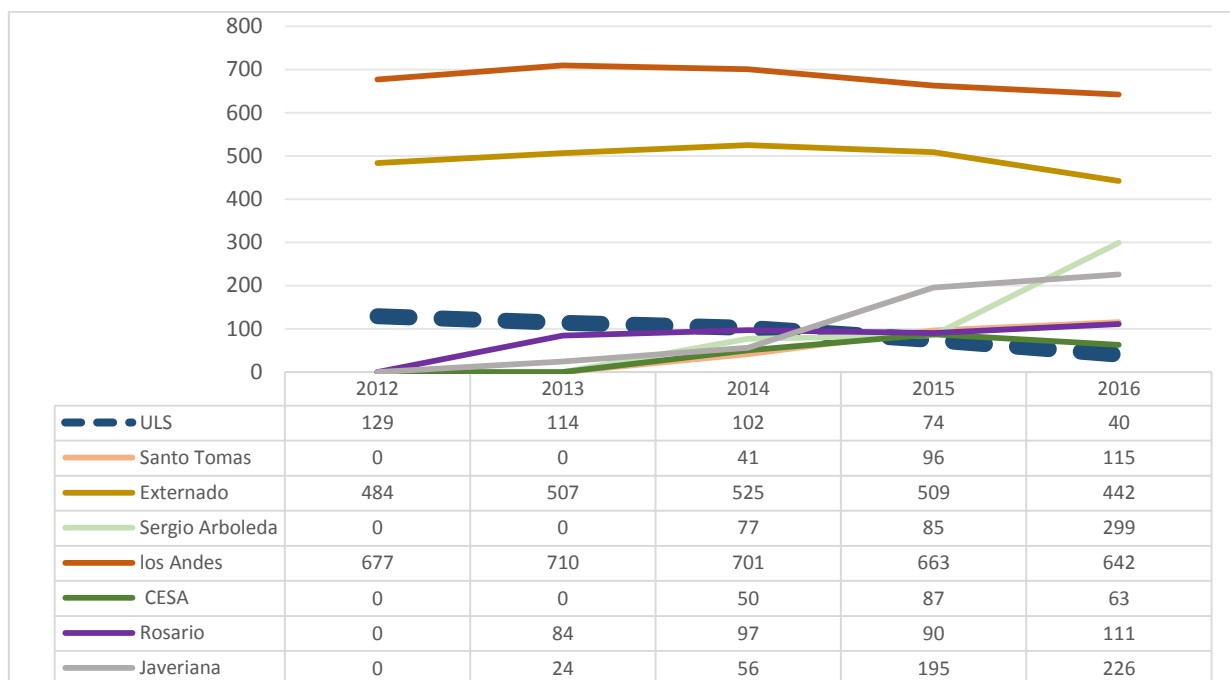
La universidad del Externado también presenta un cambio en su proyecto afianzándose al reconocimiento global del programa, esto y su cambio en los valores cobrados por matrícula son dos factores que la mantienen dentro de las universidades con más personas matriculadas en su postgrado.

ULS se ha mantenido siempre como la universidad con menos personas matriculadas en la maestría de administración y con tendencia a la baja, perdiendo en los años 2012, 2013 y 2014, 15 matrículas promedio anualmente y en los años 2015 y 2016, un promedio de 32 personas matriculadas anuales aunque el precio es uno de los más bajos comparados con sus pares.

Según los datos del SNIES y como se muestra en el grafico 4 la tendencia por estudiar la maestría en administración es a la alza, hay más estudiantes cada año matriculándose a este programa, por lo tanto la disminución de estudiantes matriculados en ULS puede que no se ocasione en las dificultades económicas

del nicho de mercado, sino en sus preferencias directamente y la falta de conocimiento público del programa.

**Gráfico 4. Matriculados por año.**



Fuente: Elaboración propia con base en información del SNIES

#### 6.6.6 Maestría en Hábitat y Gestión del Territorio

La única universidad que dicta esta maestría es La Salle, verificando los programas de maestría de las universidades de la ciudad se encuentra que el “Magister en Planeación y Gestión del Hábitat Territorial Sostenible” de la universidad la Gran Colombia comparte la mayor similitud al programa ofrecido por ULS. Otras dos universidades – Javeriana y Tadeo – también tienen maestrías equiparables en ciertos módulos pero sus enfoques son más directos a la aplicación de los conocimientos que a la investigación como lo es la maestría de ULS.

ULS es la única universidad con el programa con modalidad e-learning (a distancia) por lo cual su modelo de aprendizaje es totalmente diferente a las otras, presentando un gran número de horas intensivas donde el estudiante es autónomo, mientras los otros programas tienen un acompañamiento directo con estudios entre los jueves y viernes en la noche y sábados por la mañana. Por tal motivo en lo que respecta a horas de estudio, número de créditos y espacios

académicos se equipara con otra institución que presenta el mismo programa aunque no pertenece al país, la universidad de Barcelona tiene un proyecto de “Maestría en Planificación Territorial y Gestión Ambiental” el cual tiene el mismo enfoque que el de ULS pero con dos puntos a favor, el precio total por el programa es 10 millones menor y tiene reconocimiento internacional. Además presenta un número menor de horas de estudio y el tiempo en que se termina la maestría es de dos semestres, la mitad que el necesario para el grado del postgrado en la ULS.

**Tabla 3. Valores de las Universidades con programas maestría Hábitat y Gestión del Territorio o afines**

| UNIVERSIDAD                                     | Valor de la matrícula |                    |
|---|-----------------------|--------------------|
|   | periodo               | Total del Programa |
| Universidad de la Salle                         | 7.400.000             | 29.600.000         |
| Universidad la Gran Colombia                    | 6.534.000             | 26.136.000         |
| Pontificia Universidad Javeriana                | 11.183.000            | 44.732.000         |
| Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano        | 7.820.000             | 31.280.000         |
| Centro Universitario Internacional de Barcelona | 21.249.900            | 21.249.900         |

Fuente: Elaboración propia con base en información de páginas web de los programas.

En el ámbito nacional y conurbano la universidad tiene el programa más trayectoria que el de las otras tres instituciones, pero la ULS tiene una disminución notoria en el número de matriculados pasando de 47 en el 2014 a 17 en el 2016 mientras la Gran Colombia y Jorge Tadeo Lozano comenzaron sus programas en el 2014 y equipararon el mercado que ULS perdió.

En los valores de matrícula la universidad está en segundo puesto de la más barata a la más cara, siendo la Gran Colombia la universidad con el programa con menor valor.

#### 6.6.7 Especialización en auditoría internacional y aseguramiento de la información

Esta especialización tiene una particularidad, no hay oferta los sábados, lo cual puede representar una negativa importante a un segmento del mercado, personas que trabajan y tal vez prefieran asistir 2 días siendo uno de ellos el día sábado.

Con respecto a los créditos educativos obligatorios y electivos, no existe mayor sospecha de que esto pueda influir directa o relevantemente en la decisión de los aspirantes, si bien se tiene en cuenta el precio de cada crédito ya que algunas universidades fijan sus precios por los créditos vistos, en cuanto a la cantidad que se destinan a electivos u obligatorios pueden ser no relevantes para un alto porcentaje de estudiantes.

Ahora bien, los espacios académicos por programa de cada universidad en muchos casos se repiten materias, o son muy similares, a pesar del enfoque que tiene cada universidad, este tipo de variable está atada exclusivamente a la preferencia de cada estudiante y el enfoque que quiere ver en su especialización y por ende, escoger la universidad que vaya acorde a sus ideales.

Con relación a los estudiantes matriculados en primer curso, de acuerdo con las estadísticas presentadas durante el informe, para los datos de los últimos 5 años, la Universidad de La Salle en la especialización de Auditoría Internacional posee el 3% del total de estudiantes matriculados, haciendo la salvedad que de los 5 años la universidad inicio la oferta de este programa en el último año y medio; ahora bien, si hacemos el análisis de la participación de la ULS en el último año y medio con respecto a sus pares, tiene el 9% (44) del total de estudiantes matriculados en primer curso (500) estando por encima de La Universidad Católica y la Universidad Militar; la Universidad Javeriana domina este segmento con el 38% del total para el último año y medio, seguida por la Universidad Central con 21%. Lo anterior deja en evidencia el gran reto que tiene la universidad para consolidar este programa en el mercado, tiene competencia directa con trayectoria y un respaldo de consolidación como lo es La Universidad Javeriana y La Universidad Central, es imperante que la ULS no escatime en esfuerzos por expandir su estrategia publicitaria y comercial, poder llegar a la mayor cantidad de personas de estratos medios que quizás, no puedan

pagar un precio de matrícula tan alto pero si desean educación de calidad y es allí donde La Universidad de La Salle debe hacer la diferencia.

#### 6.6.8 Especialización en gerencia de mercadeo

Con respecto a los estudiantes matriculados en primer curso, en la especialización de Gerencia en Mercadeo, el panorama luce mucho mejor, en donde la ULS tiene una captación del 10% de estudiantes en los últimos 5 años, estando por debajo de la Universidad EAN (24%), y en donde está a la par de la Javeriana (10%), Universidad del Rosario (12%) y Externado (12%). Se debe destacar la importante campaña publicitaria que ha hecho la Universidad EAN en este programa, intentando captar estudiantes por medio de espacios publicitarios en televisión, volantes y vallas publicitarias, además de ser reconocida por su alto compromiso de integrar a sus egresados de posgrado a empresas con relación directa en la formación. La alta competitividad con las universidades anteriormente mencionadas, se puede deducir que se debe a los precios de matrícula y costo total de formación, en donde la ULS se encuentra en un rango de 8 a 15 millones por debajo de sus semejantes tal como se verá a continuación.

En términos de precios, la ULS está entre las 3 universidades con el costo de formación total más bajo, está por encima de la Universidad Libre, y Universidad Los Libertadores, esta última inicio el programa en el segundo semestre de 2016. Sin embargo, lo anterior no significa una mayor captación de la Universidad ya que solo tiene el 10% del total en los últimos 5 años, universidades como la EAN, Externado, del Rosario, Javeriana se llevan la mayor captación, evidentemente por la trayectoria y estatus que posee cada una. La tendencia indica que las matrículas han tenido altos y bajos durante estos 5 años, siendo el segundo semestre del 2014 el de mayor pico y el primer semestre de 2016 el más bajo, es necesario indagar en la causal de esta disminución, tal vez profesores que disminuyeron la exigencia académica, o con falta de sentido de pertenencia con la universidad, tal vez los enfoques de la especialización no son los que demanda el mercado, tal vez los horarios y el lugar de oferta académica.

## 6.7 Conclusiones y recomendaciones

La Universidad de La Salle ha perdido competitividad en el mercado académico de pregrados, esto se evidencia en la disminución de matrículas en primer curso y cantidad de matriculados por año. Pueden existir diferentes factores los cuales se podrían conjeturar a través de un estudio exhaustivo y concreto, la rectoría debe hacer esfuerzos para identificar estos factores y preguntarse si tal vez sea la calidad y compromiso de los profesores, ofertas académicas, ofertas de horarios, precios de matrículas e incluso la publicidad que se hace de los programas en los diferentes medios.

Es bastante claro y como se expuso durante el desarrollo del proyecto, los precios han ido aumentando progresivamente, sin tener en cuenta el mercado, dejando a la ULS como una universidad con precios altos y dejando de ser una opción para estudiantes de estratos bajos y medios, y no siendo una opción para estudiantes de estratos altos ya que su preferencia está en un segmento de universidades específicas.

La universidad debe incursionar profundamente en el mercado publicitario, dar a conocer los programas que ofrece, especialmente sus posgrados y obtener una mayor captación. Por muchos años, de las estrategias que más ha favorecido a la universidad ha sido el voz a voz, actualmente no es así, los estudiantes se quejan de la pérdida de calidad que ha tenido la universidad en algunos programas, la limitada oferta de horarios de clase, altos costos de matrícula y altos costos de graduación, este ha sido el voz a voz de los últimos años y que hoy se reflejan en la disminución de matrículas.

Es necesario entablar una relación empática entre la institución y el estudiante egresado de pregrado, ya que puede ser un potencial estudiante de posgrado, se debe incentivar a los propios estudiantes de la universidad a continuar su formación académica en la universidad.

Se debe considerar la posibilidad de estudiar los precios del mercado, analizar y tomar decisiones de ser necesario, de disminuir precios con el fin de aumentar la captación de estudiantes.

Con relación al punto anterior, se debe realizar un análisis exhaustivo en la calidad de los programas, si no se contempla la disminución de precios entonces debe contemplar si es necesario la necesidad de verificar y afianzar la calidad, profesores acordes a cada materia, comprometidos con la institución y la enseñanza, entender qué busca el mercado y hacia dónde va y, de ser necesario, reestructurar la malla curricular de los programas.

Relacionado con lo anterior, se recomienda realizar este comparativo en dos años, de tal forma que se puedan obtener datos del SNIES del año 2017 (actualmente no hay) y del 2018, esto le dará una visión a la rectoría para saber cómo ha ido evolucionando y como se encuentra la universidad competitivamente, se debe analizar y entender el mercado escuchando e indagando a aquellos a quienes se ofrecen los programas.

Como medidas contingentes y sencillas, se pueden hacer encuestas a los actuales estudiantes de pregrado para saber sus preferencias y proyecciones de formación continuada, esto puede generar un panorama de los cambios estructurales que se deben hacer y entender que quieren y necesitan los nuevos estudiantes.

Estamos en un mundo globalizado, cambiante y los diferentes mercados que interactúan en él no son la excepción, es importante tener información de primera mano, actualizada y sobre todo tener la capacidad de tomar decisiones, entender qué quiere el mercado, hacia donde va y como sacar provecho.

El mercado académico en nuestro país tiene gran potencial, cuando nos referimos a sacarle provecho no es específicamente en un ámbito monetario, es verdad, toda empresa se rige bajo un rendimiento económico, pero bien sabemos que la Universidad de La Salle se ha caracterizado por su enfoque social, entonces, ¿Por qué salirnos de dicho segmento? La ULS era una de las primeras opciones de los aspirantes a una educación superior, tanto por su accesibilidad como por su enfoque social y sentido de empatía, parece ser que hemos dejado de lado esto por obtener utilidades económicas, cruzo el límite del nicho de mercado que alguna vez acaparó y esto se refleja en la disminución de las matriculas de primer curso en los últimos 3 años, debe recuperar nuestra posición en el mercado pero más importante aún, recuperar nuestro lugar en la

sociedad que a gritos nos pide proyectos sociales y de inclusión así como también, profesionales capacitados adecuadamente que los puedan llevar a cabo.

Como primera instancia la universidad debería volver a los ámbitos sociales en la ciudad, el enfoque rural a la enseñanza técnica le sigue dando el prestigio de universidad con enfoque lasallista y social que es recordada por todos, pero en los cascos urbanos se reconoce a la universidad por estar incrementando los precios del estudio, generando una imagen desfavorable ante las nuevas generaciones que veían a la ULS como su mejor opción. Beneficios más directos y no solo enfocados a la financiación pueden ser correcciones a tomar en cuenta antes de afectar precios en las matriculas, se debe implementar una buena difusión de la información en pro de la universidad, las páginas web son un excelente método, al igual que las redes sociales, además ULS se caracteriza por tener como primer medio publicitario a sus estudiantes, pero si estos no tienen el sentido de pertenencia se pierde esta primera “valla publicitaria gratuita”.

La universidad se debe afianzar a las necesidades del mercado y según los resultados de los programas de postgrados, el énfasis en la globalización es lo que está atrayendo más universitarios a programas económicos, administrativos y financieros. Las fuertes tendencias de las firmas a proyectarse internacionalmente requieren personas preparadas en las problemáticas gerenciales que conllevan las importaciones y exportaciones de bienes y servicios, adicionalmente los controles de los costos, presupuestos y utilidades de las alianzas comerciales globales, todo esto sin perder la identidad social y ambiental que exterioriza la filosofía Lasallista.



## 6.8 Referencias consultadas

- Buela-Casal, Gualberto, Vadillo, Óscar, Pagani, Rafaella, Bermúdez, María de la Paz, Sierra, Juan Carlos, Zych, Izabela, Castro, Ángel, Comparación de los indicadores de la calidad de las universidades. RUSC. Universities and Knowledge Society Journal [en línea] 2009, 6 (Sin mes): Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78012947008>
- CNA (2016) Acreditación de programas pregrado disponible en: <https://www.cna.gov.co/1741/article-186377.html>
- Dávila Newman, G. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. Laurus, 12(Ext).
- Elster, Jon. 1986. "Introduction". En Elster, Jon (ed.), 1986. Rational Choice. New York: NYU Press.
- Grillo M. Sara L. (2017). Economía que da susto: Matrículas universitarias Disponible en: <http://blogs.elespectador.com/economia/el-mal-economista/economia-da-susto-matriculas-universitarias>
- Lewis, David. (1986). Causal Explanation. Philosophical Papers, Vol. II. Oxford: Basil Blackwell.
- Misas, G. (2004). La educación superior en Colombia: análisis y estrategias para su desarrollo. Univ. Nacional de Colombia.
- Páramo, P. y Otálvaro, G. 2006. Investigación alternativa: por una distinción entre posturas epistemológicas y no entre métodos. Cinta moebio 25: 1-7. Recuperado de: <http://www.moebio.uchile.cl/25/paramo.html>
- Quintana, C. D. D., Mora, J. G., Vázquez, P. J. P., & Vila, L. E. (2015). ¿Es posible potenciar la capacidad de liderazgo en la universidad? Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales, 129-140.
- Tenjo Galarza, Jaime. (2012). Demanda por educación superior: proyecciones hasta 2025. Pont. Universidad Javeriana
- Vila, L. E., Dávila Quintana, D., & Mora, J. G. (2010). Competencias para la innovación en las universidades de América Latina: un análisis empírico. Revista iberoamericana de educación superior, 1(1), 5-23.
- Morales, J. C., Gutierrez, H. L., Ojito, V. H., & Trujillo, A. (2014). Evidencia empírica sobre la teoría de la demanda de educación superior en América Latina:

un estudio sobre el caso del Caribe Colombiano. *Investigaciones de Economía de la Educación*, 9, 19-37.

- Gonzalez, D. E. (2009). Factores individuales que afectan la demanda de educación superior en ingenierías: caso de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali. *Cuadernos de Administración*, 22(39), 307-334.
- Samper, J. de Z. (2018). ¿Por qué no es cierto que Colombia esté invirtiendo mucho en educación?, *Revista Semana*, recuperado de: <https://www.semana.com/educacion/articulo/el-cambio-que-necesita-la-educacion-en-colombia/558650>.
- Granja, S. (2017). Colombia mejora en acceso a educación superior, pero falta calidad, *El Tiempo*, recuperado de: <http://www.eltiempo.com/vida/educacion/acceso-y-calidad-de-educacion-superior-en-colombia-segun-el-banco-mundial-95456>.