

# Motivaciones y expectativas de los ingresantes a la UCSE-DASS en el año 2019

**Autores: Pablo Martín Ruiz y Susana Beatriz Zazzarini**  
UCSE-DASS  
periodistapbloruiz@gmail.com

Lic. Susana Zazzarini

Profesora Adjunta en la cátedra de Introducción a las Relaciones Internacionales y JTP en la cátedra de Metodología de la Investigación de la carrera de Relaciones Internacionales. Docente de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de Jujuy (FHyCs- UNJU). Técnica del Área de Investigación y Desarrollo Científico del DASS. Actualmente se encuentra cursando Master en Cambio Climático.

Lic. Pablo Ruiz

Técnico en Periodismo, Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Católica de Santiago del Estero, San Salvador (UCSE-DASS). Investigador del Centro en Comunicación "Luis Ramiro Beltrán" (C-COM) Docente en la carrera de RRII y en la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Sede Jujuy (UCES- JUJUY). Experiencia como Comunicador institucional en Mina Aguilar y varios trabajos en el ámbito radiofónico.

## Resumen

Esta investigación surgió en diciembre de 2018 como una manera de conocer el posicionamiento del DASS-UCSE en la mente de los ingresantes, si es que la misma tiene cierto prestigio académico y presencia en la comunidad local. También, decidimos realizar



este aporte desde el Área de Investigación y Desarrollo Científico del DASS-UCSE, a fin de concretar los primeros vínculos entre esta y los estudiantes.

En este sentido, el objetivo general fue conocer las expectativas y motivaciones de los alumnos ingresantes para elegir su carrera y la Universidad, entendiendo que esta “requiere estar a tono con los nuevos tiempos, es decir, definir la visión integral de sus funciones académicas: docencia, investigación y extensión sobre un nuevo paradigma” (Raga citado en Bogado de Scheid y Fedoruk, 2011: 3).

A partir del análisis de los datos entre los principales hallazgos podemos destacar que las recomendaciones de familiares, amigos y conocidos constituyen el medio de promoción más efectivo de las ofertas académicas. También, relevamos que la mayor cantidad de ingresantes se encuentran en una franja etárea de 17 a 20 años quienes en gran medida han tenido una experiencia previa en universidades públicas o bien han continuado sus estudios universitarios luego de finalizar la etapa de nivel medio. En última instancia, resaltamos que la universidad ofrece una gran diversidad de carreras que se corresponde con los intereses de los estudiantes siendo el principal motivo por el que eligen esta casa de estudio, el hecho de encontrar la formación profesional que anhelan.

## Palabras clave


Motivaciones –Expectativas- Estudiantes- DASS-UCSE.

## Motivations and expectations of the incoming students to the UCSE-DASS in the year 2019

### *Abstract*

*This research started in December 2018 as a way to know the positioning of DASS-UCSE in the minds of those admitted, if it has a certain academic prestige and presence in the local community. Also, we decided to carry out this work in the Area of Scientific Research and Development of the DASS-UCSE, in order to specify the first connections between this and the students.*

*In this sense, the general objective was to know the expectations and motivations of the students to choose their career and the University, understanding that this “requires a tone with the new times, that is, to define the integral vision of their academic functions: teaching, research and extension on a new paradigm” (Raga cited in Bogado de Scheid and Fedoruk, 2011: 3).*



*From the analysis of the data, among the main findings, we can highlight the recommendations of family, friends and acquaintances as the most effective promotion tool of academic offers. In addition, the largest number of people admitted are between 17 and 20 years, who have had previous experience in universities and have continued their university studies immediately after finishing high school. Lastly, the University offers a great diversity of careers that is related to the interests of students, being the main reason for choosing this house of study, the fact of finding the professional training they desire.*

### Key Words

*Motivations – Expectations – Students – DASS-UCSE.*

## Introducción

Esta investigación surgió en diciembre de 2018 como una manera de conocer el posicionamiento del DASS-UCSE en la mente de los ingresantes, si es que la misma tiene cierto prestigio académico y presencia en la comunidad local. También, decidimos realizarla como una de las actividades dentro del Área de Investigación y Desarrollo Científico del DASS-UCSE a fin de dar a conocer y promocionar este espacio a los alumnos.

El principal objetivo fue conocer las expectativas y motivaciones de los alumnos ingresantes para elegir su carrera y la Universidad entendiendo que la institución “requiere estar a tono con los nuevos tiempos, es decir, definir la visión integral de sus funciones académicas: docencia, investigación y extensión sobre un nuevo paradigma, a partir de una comunicación oportuna, como eje transformador que le permita, a través de la creación y difusión del conocimiento, lograr la correspondencia entre lo que la sociedad demanda y la coherencia interna que debe reinar en la universidad, en la búsqueda de la pertinencia social que aspira el contexto de las instituciones de educación superior, tratando de hacer compatible el discurso con la acción” (Raga citado en Bogado de Scheid y Fedoruk, 2011:3-4).

La metodología abordada fue cuantitativa, con un diseño descriptivo, utilizando un método de muestreo no probabilístico. La población de los ingresantes fue de 430, contando con una muestra de 321 que representa el 75% del universo. Cabe aclarar que, en este estudio, se consideraron como variables la edad y la carrera.

Para este estudio, se tuvieron en cuenta las siguientes carreras que contemplan como etapa inicial el curso de ingreso: Abogacía, Escribanía, Contador Público, Ingeniería en Informática



y las Licenciaturas en Psicología, Administración, Comercio Exterior, Comunicación Social, Diseño de la Comunicación Visual, Nutrición y Psicopedagogía. En contraposición, quedaron fuera de esta investigación la carrera de Licenciatura en Relaciones Internacionales por encontrarse en proceso de cierre y los Ciclos de Complementación como es el caso de la Licenciaturas en Educación Física y Ciencias Religiosas.

Siguiendo con esta línea de pensamiento, se formuló un cuestionario, preservando el anonimato de los encuestados, estructurado en 5 ejes básicos: estudios previos en otra Universidad, motivo de la elección de la UCSE-DASS y de la carrera, los canales de comunicación mediante los cuales conocieron la institución y las expectativas en relación a la misma. El primero de ellos nos permite saber la experiencia universitaria o no del alumno ingresante. El segundo y tercer eje nos acerca a las motivaciones de los alumnos al momento de elegir la Universidad y la carrera. El cuarto eje nos ayuda a conocer qué medios de comunicación son más eficientes y analizar las diferentes maneras en que se pueden mejorar los canales de información. Por último, el último eje facilita la comprensión de las necesidades de los alumnos y los desafíos que tienen como futuros profesionales, siendo el Área de Investigación un espacio vital para incentivar el desarrollo académico y humano de los alumnos.

A partir del análisis de los datos entre los principales hallazgos podemos destacar que las recomendaciones de familiares, amigos y conocidos constituyen el medio de promoción más efectivo de las ofertas académicas. También, relevamos que la mayor cantidad de ingresantes se encuentran en una franja etárea de 17 a 20 años quienes en gran medida han tenido una experiencia previa en universidades públicas o bien han continuado sus estudios universitarios luego de finalizar la etapa de nivel medio. En última instancia, resaltamos que la universidad ofrece una gran diversidad de carreras que se corresponde con los intereses de los estudiantes siendo el principal motivo por el que eligen esta casa de estudio, el hecho de encontrar la formación profesional que anhelan.

Por último, se trabajó en conjunto con las diferentes coordinaciones académicas, especialmente las que se encuentran en proceso de acreditación ante la CONEAU, fortaleciendo los lazos entre el Área de Investigación y las coordinaciones. Principalmente, la investigación resultó sumamente valiosa en cuanto nos permitió conocer el lugar de partida de la institución, la desnaturalización de algunas cuestiones que parecen obvias, teniendo como meta una evaluación y autocrítica de la actuación de la Universidad. Asimismo, pudimos describir las motivaciones de los estudiantes y sus expectativas respecto de nuestra Universidad, posicionándose la misma de manera favorable en la comunidad, ofreciendo una variada oferta académica que responde a las necesidades de sus alumnos.



## Objetivos

### **Objetivo General**

- Conocer las expectativas y motivaciones de los alumnos ingresantes para elegir su carrera y la Universidad.

### **Objetivos Específicos**

- Describir las experiencias y características de los alumnos ingresantes del DASS-UCSE.
- Identificar los canales de comunicación mediante los cuales los alumnos ingresantes conocieron el DASS-UCSE.
- Examinar las expectativas de los alumnos ingresantes respecto del DASS-UCSE.

## Materiales

El cuestionario se estructuró en 5 ejes básicos: estudios previos en otra Universidad, motivo de la elección de la DASS-UCSE y de la carrera, los canales de comunicación mediante los cuales conocieron la institución y las expectativas en relación a la misma. El primero de ellos nos permite saber la experiencia universitaria o no del alumno ingresante. El segundo y tercer eje nos acerca a las motivaciones de los alumnos al momento de elegir la Universidad y la carrera. El cuarto eje nos ayuda a conocer qué medios de comunicación son más eficientes y analizar las diferentes maneras en que se pueden mejorar los canales de información. Por último, el último eje facilita la comprensión de las necesidades de los alumnos y los desafíos que tienen como futuros profesionales, siendo el Área de Investigación un espacio vital para incentivar el desarrollo académico y humano de los alumnos.

## Métodos

Este estudio adoptó una metodología cuantitativa, recurriendo a un diseño de tipo descriptivo el cual busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Sampieri, 2014:92). El muestreo elegido fue no probabilístico ya que la elección de los elementos no dependen de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador (Sampieri en Johnson, 2014, Hernández-Sampieri et al; Battaglia, 2008 b). Se recurrió al método de muestreo por conveniencia entendido como una muestra dirigida cuya elección de casos depende del criterio del investigador (Sampieri, 2014:190).



Nuestra población de alumnos ingresantes fue de 430, contando con una muestra de 321 que representa el 75% del universo. Cabe aclarar que, en este estudio, las variables utilizadas fueron la edad y la carrera, teniendo en cuenta las siguientes ofertas académicas que contemplan como etapa inicial el curso de ingreso: Abogacía, Escribanía, Contador Público, Ingeniería en Informática y las Licenciaturas en Psicología, Administración, Comercio Exterior, Comunicación Social, Diseño de la Comunicación Visual, Nutrición y Psicopedagogía. En contraposición, quedaron fuera de esta investigación la carrera de Licenciatura en Relaciones Internacionales por encontrarse en proceso de cierre y los Ciclos de Complementación como es el caso de la Licenciaturas en Educación Física y Ciencias Religiosas.

La aplicación del cuestionario se realizó, mayormente, fuera de nuestros horarios de trabajo habituales permitiendo una mayor diversidad de fuentes materializada en diferentes carreras y comisiones tratando de alcanzar la representatividad en la muestra.

## Resultados

Los resultados serán expuestos teniendo en cuenta la estructura del cuestionario. Seguidamente, presentamos un gráfico donde se observa la relación entre la carrera y el número de encuestados.

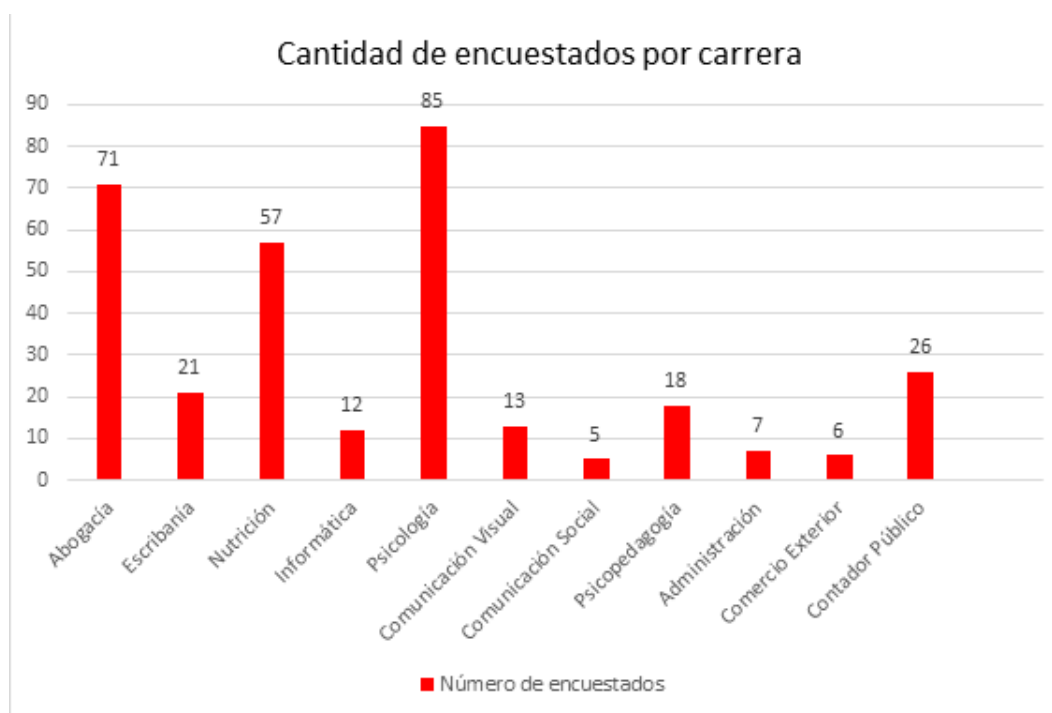


Figura 1: Número de encuestados por carrera





En este gráfico observamos que el 66,33% de los alumnos ingresantes se agrupan en las carreras de Psicología (26,47%), Abogacía (22,11%) y Nutrición (17,75%), conformándose como una tendencia que puede ser corroborada a lo largo del tiempo.

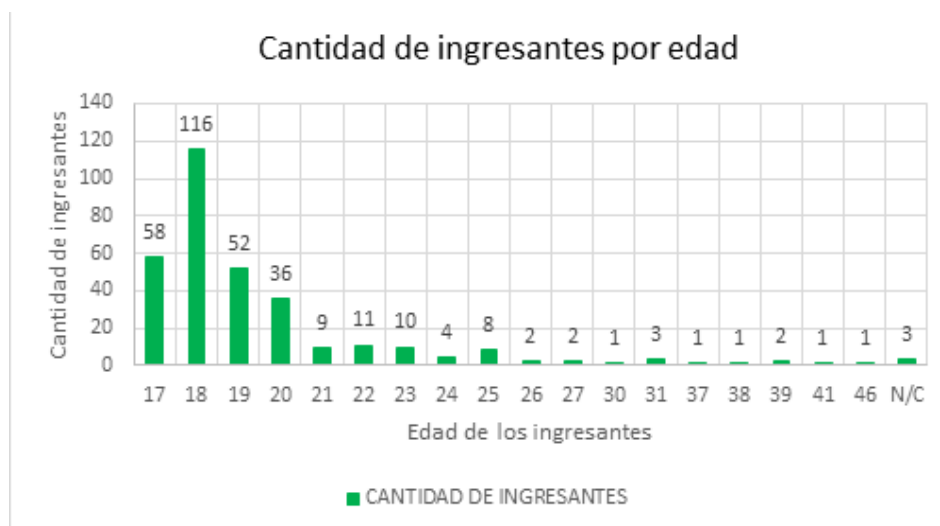


Figura 2: Cantidad de Ingresantes por edad

En primera instancia, de los 321 encuestados, el 81,62% se encuentra en el rango de edad de 17 a 20 años, siendo la mayor cantidad de ingresantes los de 18 años (116 estudiantes), en un segundo lugar encontramos a los jóvenes con una edad de 17 años (58 ingresantes), posteriormente los estudiantes con 19 años (52 jóvenes) y, por último, contamos con 36 ingresantes con 20 años.



Figura 3: Porcentaje de Ingresantes por Carrera



A partir del gráfico precedente, encontramos la siguiente distribución por carreras: Casi el 60% de los ingresantes se agrupan en tres carreras de las once que se han encuestado. El 26,48% corresponde a la carrera de Psicología, seguida por Abogacía con el 22,11% y nutrición con el 17,76%. Las carreras que cuentan con menor cantidad de ingresantes son: Comunicación Social y Comercio Exterior con el 1,56% y con 1,87% respectivamente. Asimismo, entre la franja de 2% y 8,1% se encuentran las restantes carreras (Escribanía, Informática, Diseño de la Comunicación Social, Psicopedagogía, Administración y Contador Público).

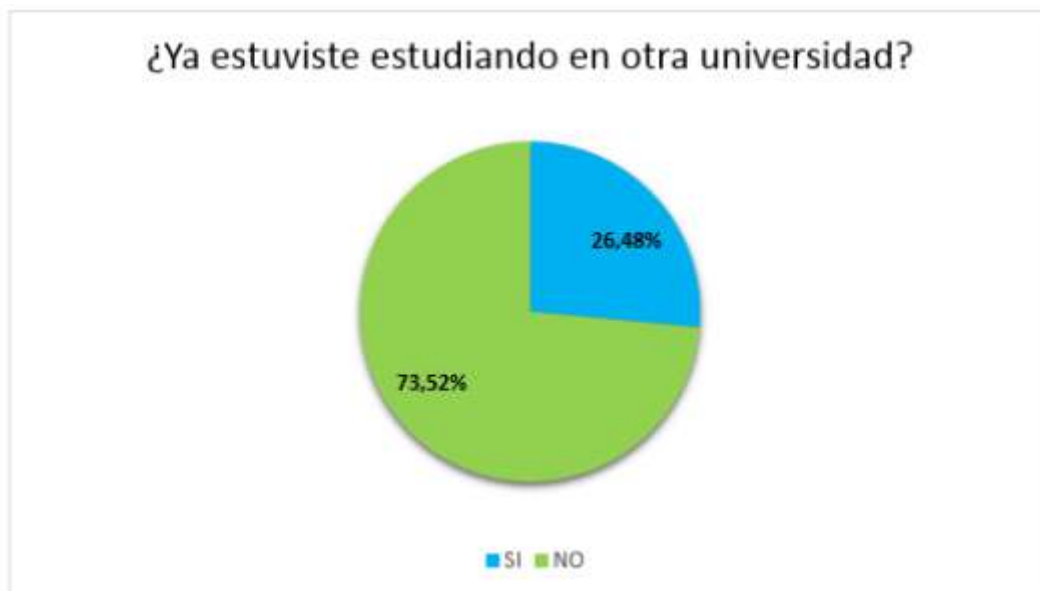


Figura 4: Porcentaje de ingresantes con estudios previos

En este gráfico se observa que el 73,52% no estuvo estudiando en otra universidad. Mientras que un 26,48% si lo hizo. Esto podría relacionarse con el primer gráfico de las edades de los ingresantes donde se determinó que los jóvenes de 17 y 18 años finalizan sus estudios secundarios y automáticamente ingresan al mundo universitario.



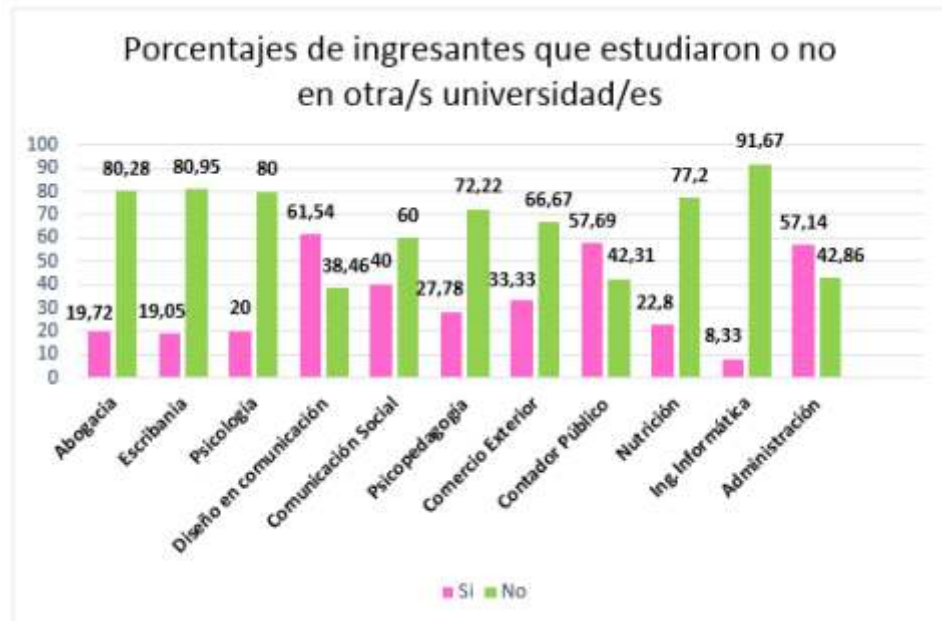


Figura 5: Porcentaje de Ingresantes con estudios previos según la carrera

Desgranando la información de acuerdo con las carreras encuestas, encontramos que los valores más significativos de aquellos ingresantes que no estuvieron estudiando en otras Universidades corresponden a las carreras de Ingeniería (91,67%), Escribanía (80,95%), Abogacía (80,28%) y Psicología (80%). Mientras que, aquellos que han tenido experiencias universitarias previas provienen de las carreras Diseño de la Comunicación Visual (61,54%), Contador Público (57,69%) y la Lic. en Administración (57,14%).



Figura 6: Porcentaje de Ingresantes que estudiaron en Universidades Públicas o Privadas



Este gráfico da cuenta que el 69,15% de los ingresantes provienen de instituciones públicas, frente al 30,85% que ha estudiado en universidades privadas.

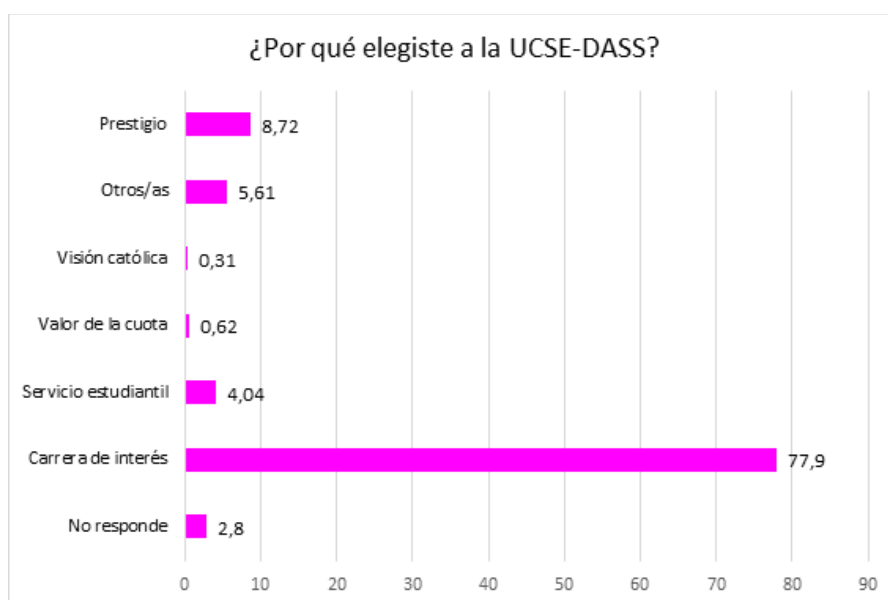


Figura 7: Motivos por los que elegiste la carrera

A partir de este gráfico, observamos un porcentaje abrumador de ingresantes que eligieron la opción “Porque encontré la carrera de mi interés dentro de esta Universidad” (77,9%). En este sentido, podemos afirmar que nuestra institución ofrece una gran diversidad de estudios en el marco de diferentes áreas del conocimiento, ya que contamos con carreras en las Áreas de Cs. Políticas y Jurídicas; Matemática Aplicada; Ingeniería; Cs. De la Salud; entre otras.

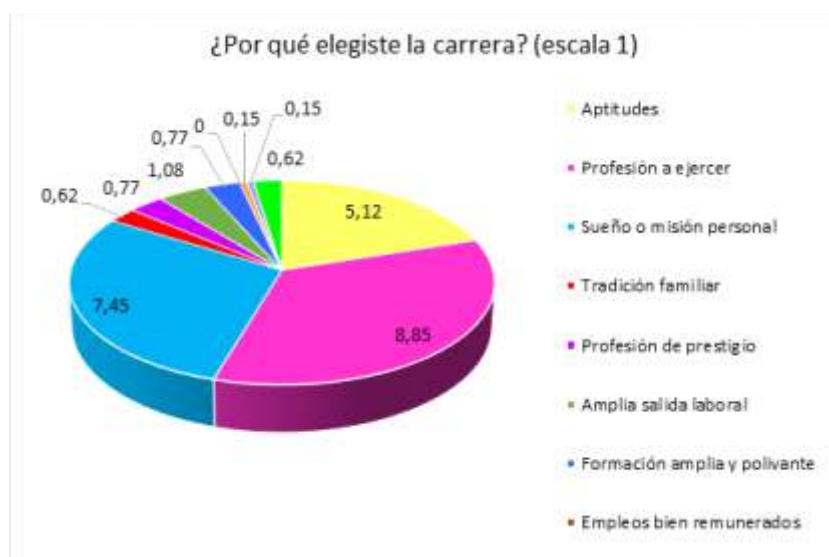


Figura 8: Motivos por los que los Ingresantes eligieron la carrera (Escala 1)



Figura 9: Motivos por los que los Ingresantes eligieron la carrera (Escala 2)



Figura 10: Motivos por los que los Ingresantes eligieron la carrera (Escala 3)

En los 3 gráficos anteriores se encuentran agrupados los motivos por los cuales se eligió determinada carrera en función de la escala seleccionada por los encuestados, obteniendo que la razón más importante (Escala 1) se fundamenta en que se condice con la profesión



que se quiere ejercer (8,85%), en segundo lugar porque se quiere cumplir un sueño o misión personal (7,45%) y por último, porque se corresponde con las aptitudes del ingresante (5,12%).

Respecto de la Escala 2, encontramos como relevantes las mismas opciones que en la escala anterior, aunque en un orden diferente. En este caso, la relación con la profesión a ejercer se mantiene en primer lugar con un 6,52%, le sigue la correspondencia con las aptitudes en un 4,35% y luego la realización de un sueño o misión personal con un 4,19%.

En última instancia, la Escala 3 presenta en orden de importancia las siguientes opciones: 1. Porque tiene amplia salida laboral (5,74%), 2. Porque quiero cumplir un sueño o misión personal (3,90%) y 3. Porque se corresponde con mis aptitudes (3,73%).

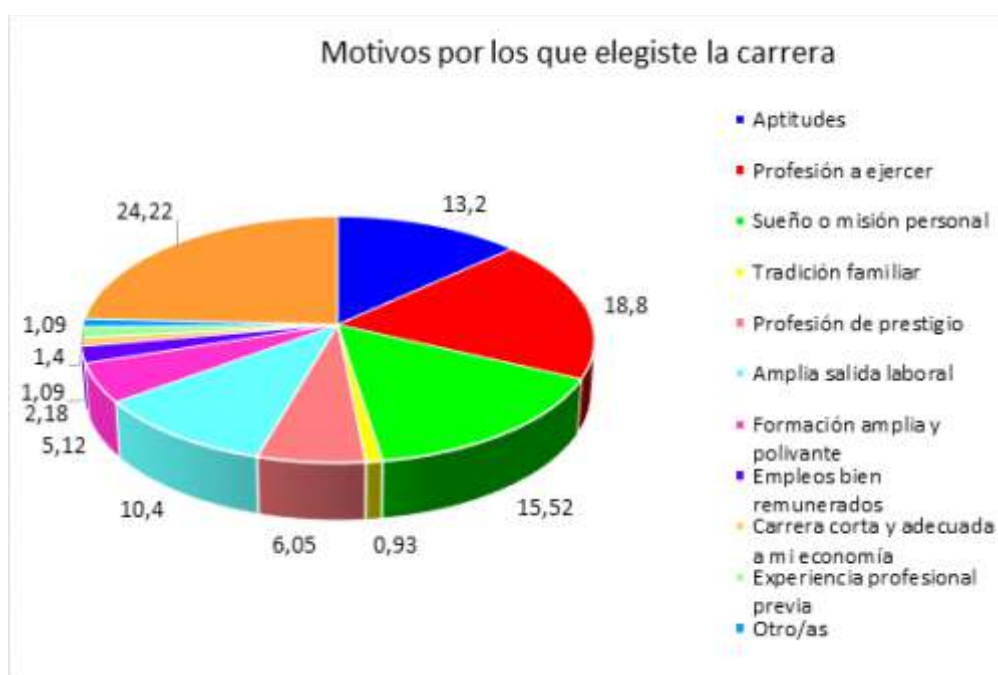


Figura 11: Porcentaje total sobre los motivos por los que los ingresantes eligieron la carrera

En este gráfico se observa, desde otra perspectiva, los motivos con mayor relevancia por los que los ingresantes eligen su carrera, encontrando que la relación con la profesión a ejercer, la realización de un sueño o misión personal y la correspondencia de sus aptitudes se mantienen en los primeros puestos con un 18,8%, 15,52% y 13,20% respectivamente.



Figura 12: Medios de comunicación mediante los cuales se enteraron de la carrera

A partir de estos datos, observamos que el principal medio mediante el cual conocen la Universidad tiene que ver con las recomendaciones de familiares, amigos o conocidos con un 57,36% y, en segundo lugar, tienen una fuerte presencia las redes sociales con un 21,18%, siendo Facebook la principal herramienta de promoción con un 82,93% respecto del porcentaje anterior.

En cuanto a los medios locales y tradicionales (radio y televisión) obtuvieron un mínimo porcentaje, aunque ha tenido un mejor posicionamiento que la promoción en las escuelas y la iniciativa personal. En este sentido, resaltamos la importancia del efecto bola de nieve y el uso eficiente de la página de Facebook de la institución.

Respecto de la última pregunta “¿Qué espera de la UCSE-DASS?”, encontramos diferentes expectativas que tienen que ver con los aspectos institucionales de la Universidad, además de la formación académica, profesional y personal de los estudiantes.

Los ingresantes consideran importante que la institución debe acompañar y apoyarlos durante toda la carrera a fin de que no abandonen la misma, debe reflejar un buen nivel académico y una educación de calidad y garantizar la accesibilidad económica y un buen ámbito de estudio. Por otra parte, debe tener seriedad, compromiso y transparencia, siendo coherente con las propuestas que se hicieron durante la promoción en las escuelas. A su vez, debe buscar la manera de brindar más becas y que no pierda su prestigio. Se pide que la Universidad mantenga un ambiente armónico y que se garantice la participación y apoyo del COE en el recorrido académico.

En cuanto a la formación académica, los encuestados esperan finalizar la carrera





adecuadamente, es decir en tiempo y forma, además de la disposición de los docentes a enseñar, siendo considerados con las situaciones particulares que presentan algunos estudiantes quienes tienen familia a su cargo o trabajan. También esperan que la institución cuente con una buena enseñanza y formación académica, que sea exigente, y les brinde las herramientas para un estudio progresivo de la carrera, acompañamiento académico, que las clases sean interesantes, y contribuyan a aumentar su conocimiento. Además, solicitan la realización de proyectos tanto fuera como dentro de las aulas, y la puesta en marcha de actividades extracurriculares.

En el ámbito profesional, esperan que su carrera tenga buena salida laboral, que la Universidad los forme como buenos profesionales, y les enseñe las herramientas necesarias para hacerle frente al mundo del trabajo, y ejercerlo de una manera adecuada. Por último, esperan que se les ofrezcan diversas opciones de capacitaciones.

En última instancia, destaca el ámbito personal ya que los ingresantes esperan que la experiencia en la UCSE-DASS sea más amena que en otras Universidades, recibirse en tiempo y forma, desean ser comprendidos, contenidos y acompañados en todo momento, sentirse cómodos, que la institución pueda ayudarles a alcanzar sus sueños y metas personales, que los forme como personas y profesionales y se sientan orgullosos de haber estudiado en esta Universidad. También señalan que no desean aprender sobre religión, ya que no es un tema que les interese.

## Discusión

Al momento de tabular los datos, no se pudieron considerar algunas respuestas por no responder con lo planteado en las preguntas del cuestionario. En este sentido, aquellos encuestados que no han logrado brindar los datos pertinentes, se han agrupado bajo una categoría denominada “no responde”. Esta situación desembocó en la pérdida de respuesta especialmente en la pregunta donde se solicita que establezcan una escala del 1 al 3 acerca de los motivos por los cuales eligen la carrera.

Como contrapartida a las acciones llevadas a cabo, se observó la falta de articulación en materia comunicacional entre las diferentes áreas involucradas en el desarrollo del curso de ingreso, ocasionando demoras, confusiones al momento de poner en marcha el instrumento de recolección y en la presentación de este informe. Sin embargo, rescatamos la participación de los docentes encargados de las clases durante estos cursos, quienes nos brindaron la oportunidad de realizar las encuestas en su horario de trabajo.

Asimismo, vislumbramos problemas que vienen dándose desde la educación secundaria como dificultades para redactar, expresar una idea, carencias en ortografía, interpretación y comprensión de consignas.

Teniendo en cuenta la edad de los ingresantes (17 y 18 años) relevamos que no hay un corte





entre los estudios secundarios y universitarios, en este sentido la Universidad constituye la primera elección en un porcentaje mayoritario. En general, contamos con 10 casos de personas adultas que deciden cursar una carrera universitaria.

Podríamos inferir que esto último se debe a que este grupo de personas ya se encuentran insertos en el mercado laboral, algunos tienen familia a su cargo, otros no cuentan con los recursos económicos para solventar la carrera, o bien, en caso de contar con estos recursos no disponen del tiempo necesario, asumiendo la institución un formato básicamente presencial.

Para este trabajo, tenemos en cuenta que la etapa adulta inicia a partir de los 30 años ya que a partir de ese periodo hay una mayor independencia y responsabilidad para tomar decisiones. En este sentido, coincidimos con los aportes de David Poltrack, experto en ratings de la cadena CBS y la empresa Nielsen Catalina Solutions quienes se han centrado en determinar la edad en que los millenials se consideran adultos. Según la investigación, “esta nueva generación tarda bastante más que sus padres y abuelos en independizarse” (Primo; 2017).

Esta situación tiene que ver con un cambio paradigmático en la concepción de la vida profesional, con cuestiones internas y externas de los ingresantes. Entre las primeras podemos señalar la concreción de una meta o sueño pendiente, modificaciones en la relación padre-hijo brindando mayor flexibilidad al momento de elegir una carrera. Como consecuencia, se suprime paulatinamente el mandato familiar dando la oportunidad de elegir el destino individual y la aceptación del fracaso como una manera natural de alcanzar el crecimiento y el éxito profesional.

Los tiempos actuales han promovido la estimulación temprana en los niños, generando una mayor capacidad para adquirir conocimientos, además de incorporar en su vida diaria la idea de que pueden experimentar diferentes opciones de carreras o actividades hasta el momento de su elección definitiva. La vorágine actual lleva a los padres a dedicar la mayor parte de sus jornadas al trabajo o a los negocios a fin de solventar todos los gastos de la familia. De esta manera, sus hijos desde temprana edad están inmersos en diferentes actividades curriculares y extra-curriculares, potenciando sus habilidades de una manera holística.

Como cuestiones externas, el principal impulso para la profesionalización vino de la mano de la democracia que alentó nuevamente la incorporación de carreras orientadas a la reflexión o el pensamiento crítico. En otras palabras, “uno de los principales cambios que operó el retorno de la democracia en 1983 fue que las universidades dejaron de ser sólo un lugar para ir a aprender una disciplina y volvieron a ser fuentes generadoras de conocimiento, cultura y transferencia científica y tecnológica. La reapertura democrática significó el regreso de carreras y de profesores proscriptos por el régimen militar” (La Voz, 2013). Por otro lado, el desarrollo de la tecnología facilitó los medios de estudio otorgando



flexibilidades y mayores oportunidades de crecimiento personal y profesional. En consecuencia, las exigencias académicas han mutado.

Podemos afirmar respecto a las carreras de Abogacía y Psicología, que el porcentaje de ingresantes no resulta sorprendente dada la tendencia que se mantiene en el tiempo desde el inicio de ambas carreras. Esta situación puede fundamentarse en que no existe la misma oferta académica en otras instituciones universitarias de la provincia. Por otra parte, destacamos el rol de los docentes de nuestra casa de estudio como formadores brindando las herramientas necesarias para una rápida inserción en el mercado laboral. A partir de esto, a través de recomendaciones de quienes han tenido alguna experiencia en nuestra sede se desarrolla un efecto bola nieve. Con respecto a la carrera Nutrición iniciada en el año 2015, podemos observar que tiene una tendencia ascendente justificada por la inexistencia de competencia en la provincia y por la demanda de profesionales que atiendan las necesidades actuales de la sociedad.

En el caso de los ingresantes que estuvieron estudiando en otra Universidad, observamos que sus carreras anteriores no tenían relación con la que han elegido actualmente. Entendemos que esto puede deberse a las capacidades variadas adquiridas en el transcurso de sus vidas, o bien a la dificultad de definición de su proyecto de vida.

Un aspecto que nos ha llamado muchísimo la atención tuvo que ver con el pasaje de estudiantes de Universidades públicas a nuestra sede, en un contexto de crisis económica e imprevisibilidad. En este sentido, podemos inferir que el costo de mantener a los hijos en otras provincias resulta sumamente elevado y es más conveniente en términos económicos que se eduquen en su ciudad natal, o bien el proceso de adaptación fuera de su lugar de origen no llega a completarse y deciden regresar. Por otro lado, notamos que en nuestra provincia la regularidad en el desarrollo de las clases se ha visto impedida en muchos casos por la cantidad de paros docentes. Por lo cual, los alumnos han elegido nuestra institución.

Al momento de recabar la información acerca de las carreras que estaban estudiando con anterioridad encontramos un amplio abanico de disciplinas, que muchas veces no se condice con la carrera elegida en la actualidad. Es decir, es difícil encontrar un hilo conductor en las elecciones de los ingresantes. En el caso de la carrera Diseño de la Comunicación Social, estuvieron estudiando Contador Público, Analista Programador, Traductorado Público de Inglés y Lic. en Sistemas. Por otro lado, los que eligieron la carrera Contador Público en nuestra sede, antes estaban cursando sus estudios en la Lic./Tecnatura en Bromatología, Abogacía, Ing. Electromecánica o Sistemas, y Cine y televisión. Finalmente, en la Lic. en Administración encontramos como experiencias previas, estudios en Abogacía y Psicología.

Respecto de la elección de la Universidad, nos encontramos con un amplio porcentaje de ingresantes que eligió la institución porque se condice con la carrera de interés, es decir que en cierta manera se está dando respuesta a necesidades fundamentales de los alumnos.



Por otra parte, la Universidad ha ido innovando en cuanto a las necesidades del mercado en el sentido de que supo incorporar a sus áreas académicas, carreras no tradicionales y aquellas que no se dictan en otras universidades de la provincia.

Los ingresantes inician el trayecto universitario con ilusiones depositadas en cuanto al trabajo profesional que van a llevar adelante, aunque en el transcurso de su formación académica se den cuenta que no es lo que desean hacer o sus competencias profesionales se modifiquen abarcando otras posibilidades dentro de la misma orientación de la profesión elegida. Podemos ejemplificar esta situación argumentado que la carrera de RRH siempre se pensó orientada al Servicio Exterior, sin embargo, los alumnos van descubriendo otras opciones laborales como el trabajo en organismos especializados, en empresas multinacionales o microemprendimientos, e incluso pensar en la independencia estableciendo una consultoría propia.

Tomando como referencia la investigación realizada en el año 2017 por el Lic. Pablo Ruiz sobre la inserción laboral de los egresados de Comunicación Social, también encontramos una situación parecida, en cuanto que las representaciones que se tienen de la carrera están vinculadas, principalmente, al trabajo en medios de comunicación (radio, televisión), siendo que la mayoría de los egresados se encuentran trabajando en el área de Comunicación Institucional, no contando con esta formación previa en sus años de cursado. Nos resultó sumamente significativa la manera en que los ingresantes tomaron conocimiento de la Universidad y la carrera mediante las recomendaciones de familiares, amigos y conocidos, considerando que vivimos en una era tecnológica en la que toman importancia los medios de comunicación en redes sociales y demás. En este sentido, es lamentable que la página oficial de la Universidad esté desactualizada, confusa y no cuente con un diseño atractivo e intuitivo.

Como contraposición, destacamos la presencia del perfil de la institución en Facebook, donde mantiene y fomenta un buen vínculo con los alumnos, proporcionando información instantánea y relevante acerca de las actividades académicas en la sede. Sumado a esto, observamos que el efecto “bola de nieve” constituye la esencia de los grupos pequeños y locales, donde las referencias de conocidos y personas cercanas son relevantes para tomar una decisión. Si bien, se prevén partidas de presupuesto para la comunicación y promoción en los medios tradicionales como radio y televisión, no han sido relevantes en las encuestas. Por último, destacamos que las expectativas de los alumnos están fuertemente concentradas en el acompañamiento y contención que desean obtener en el transcurso de sus carreras universitarias, depositando sus esperanzas en la formación constante por medio de capacitaciones, becas y movilidad estudiantil, que le ofrezcan una buena experiencia universitaria.



## Conclusión

En primer lugar, es fundamental en nuestra provincia extender la promoción constante de la oferta académica que presenta la institución. Pensarla no solamente teniendo en cuenta una época del año o un lugar determinado, sino estableciendo lazos de cooperación con escuelas secundarias en busca de expandirse hacia nuevas comunidades.

Para ello, la universidad podría desarrollar otro tipo de estrategias de promoción mediante actividades que vayan más allá de un simple contacto en base a charlas informativas anuales, fomentando además talleres, cursos, becas y pasantías, como instrumentos en la formación profesional. En pequeñas palabras, acercar la universidad desde un enfoque pragmático a la escuela.

Uno de los pedidos más recurrentes por parte de los futuros alumnos fue el acompañamiento de la institución en el pasaje de la vida académica. Entendiendo a esta, desde distintas apreciaciones (capacitaciones, becas y movilidad estudiantil), hasta soluciones efectivas frente a dificultades burocráticas que se presenten.

Si bien la universidad cuenta con tutorías en algunas carreras, creemos necesario que se encuentren en todas aquellas que ofrece el DASS-UCSE y en base a futuras investigaciones, analizar si hace falta extenderlas en años posteriores de cursada.

Tomando conocimiento de los datos arrojados en la investigación, es menester una reformulación y actualización de esta, partiendo de modificaciones en las estructuras y en los contenidos que brinda. Podemos mencionar, como un aspecto fundamental, la visualización de las actividades que llevan a cabo las autoridades, docentes, alumnos, egresados e investigadores.

Un aspecto sumamente esencial para la construcción del prestigio está dado en brindar mayores convenios con instituciones externas, capacitaciones, talleres, cursos, becas, movilidad estudiantil y charlas para todas las carreras que tengan como principal objetivo la formación académica y profesional de los estudiantes.

Con el fin de dar respuesta a demandas específicas que tienen que ver con carreras que se dictan en otras provincias, resulta indispensable contar con la libertad para construir y generar esos espacios académicos. Entre un abanico de oportunidades podemos hacer mención a carreras que se encuentran en la sede central de la UCSE como por ejemplo: Licenciatura en Kinesiología y Fisioterapia, Arquitectura las cuales puedan replicarse en nuestra casa de estudio. O así también, dar cuenta de nuevas ofertas que no se encuentren en la región pensando desde una visión estratégica.

No menos importante y quizás el mayor desafío de nuestra casa de estudio es la independencia, la cual está directamente relacionada con la construcción de sentido de pertenencia de los alumnos. Como egresados, docentes e investigadores del DASS-UCSE, estamos convencidos que la posibilidad de tener un campus propio conduce inevitablemente a estrechar lazos académicos, profesionales y personales tanto con la



institución como así también con los compañeros de estudios.

Si bien es loable, las planificaciones en búsqueda de una mejor calidad educativa y en los servicios buscando mayores comodidades a todos aquellos que integramos el mundo DASS-UCSE, consideramos que estas modificaciones arquitectónicas no son suficientes para atender las necesidades físicas, ya que la institución a lo largo de los años ha tenido un aumento exponencial en la matrícula de ingresantes quedando reducido el edificio, el cual más temprano que tarde tendrá poca posibilidad de crecimiento y un detrimento en la calidad del servicio.

Por otra parte, se deben replantear las acciones para conocer el entorno laboral de las diferentes carreras. Esto puede traer como consecuencia, el fortalecimiento de la universidad en la sociedad como institución de gran prestigio, de modo tal que pueda captar un mayor número de ingresantes y al mismo tiempo, se garantice la continuidad de las carreras y en última instancia potenciar la función de extensión que posee toda institución universitaria.

Para esto, resulta oportuna la inclusión de alumnos, docentes, investigadores, egresados, coordinadores de carrera en las actividades de promoción de las diferentes áreas del conocimiento ya que estos actores sociales puedan dar a entender con mayor precisión las ventajas y desventajas que trae aparejada cada profesión. Además de comentar todas las salidas laborales establecidas en la sociedad fomentando la innovación y la creatividad de nuevos espacios profesionales. Tal como se planteó anteriormente, estas ideas buscan potenciar el trabajo que se viene llevando a cabo desde la UCSE-DASS hacia las escuelas secundarias.

Creemos oportuna la mejora en la calidad de los servicios institucionales fortaleciendo la conectividad para el enriquecimiento de las clases, una mejor comunicación entre las diferentes sedes de la UCSE y la posibilidad de fomentar vínculos virtuales con otras universidades. Por otro lado, la página web de la institución constituye uno de los medios por los cuales los ingresantes y el público en general tienen el primer contacto directo con ella. Tomando conocimiento de los datos arrojados en la investigación, es menester una reformulación y actualización de esta, partiendo de modificaciones en las estructuras y en los contenidos que brinda. Podemos mencionar, como un aspecto fundamental, la visualización de las actividades que llevan a cabo las autoridades, docentes, alumnos, egresados e investigadores.

Por todo lo anteriormente expuesto, consideramos que nuestra Universidad posee atributos significativos que la ubican de manera favorable en la comunidad jujeña, siendo necesario fortalecerlos mediante el delineamiento de políticas a largo plazo que van a favorecer y permitir un salto cualitativo en la prestación del servicio académico desde dentro hacia la comunidad general.

## Bibliografía

Bogado de Scheid, L. y Fedoruk, S. (2011). ROL DE LAS UNIVERSIDADES. Docencia - investigación y Extensión: Una relación imprescindible. Recuperado de <https://www.unl.edu.ar/iberoextension/dvd/archivos/ponencias/mesa3/rol-de-las-universidades-doc.pdf>

Brunet, M. y Ruiz, P. (2017). Diagnóstico de egresados de la carrera de Comunicación Social (y sus tecnicaturas en Diseño Gráfico y Periodismo) durante las cohortes 2006-2016 en la UCSE-DASS. En R. E. G. Slavutsky (Presidencia), IX Jornadas de Periodismo y Comunicación. Ponencia llevada a cabo en las IX Jornadas de Periodismo y Comunicación, San Salvador de Jujuy, Jujuy.

Hernández Sampieri, R. et al. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.

La Voz. (27 de octubre de 2013). Tiempos de reconstrucción y ejercicio de democracia interna. Recuperado de <https://www.lavoz.com.ar/temas/tiempos-de-reconstruccion-y-ejercicio-de-democracia-interna>

Primo, M. (28 de marzo de 2017). Esta es la edad a la que se consideran adultos los «millenials». La Voz de Galicia. Recuperado de <https://measombro.lavozdegalicia.es/2017/03/edad-millenials-se-consideran-adultos/>