

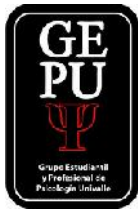
Revista de Psicología

GEPU

VOL. 6 No. 2
Diciembre de 2015



Grupo Estudiantil y Profesional de Psicología Univalle - GEPU -
Instituto de Psicología
Universidad del Valle



REVISTA DE PSICOLOGÍA GEPU
Vol. 6 No. 2 – Diciembre de 2015
ISSN 2145-6569



Editores

Argeli Arango Vasquez
argeli.arango@correounivalle.edu.co

COMITÉ EDITORIAL

Andrey Velásquez Fernández
Universidad del Valle

Laura Daniela de los Ríos
Universidad Javeriana Cali

Andrés Felipe Beltrán
Universidad del Valle

Catalina Cardona Hurtado
Universidad del Valle

Marlon Muñoz Méndez
Universidad del Valle

Raquel Salcedo Mejía
Universidad San Buenaventura

Erika Yuliana Castro
UCC Cali

Manuela Betancur
Universidad del Valle

Olga Natasha Gómez
Universidad del Valle

Jose Alejandro Niño
ANEPSI

CONSULTORES NACIONALES

Leonel Valencia Legarda
Universidad San Buenaventura

Jorge Alexander Daza
Universidad Católica de Pereira

Andrés de Bedout Hoyos
Universidad San Buenaventura

Ximena Ortega Delgado
Universidad Mariana

Daniel Hurtado Cano
Universidad Manuela Beltrán

CONSULTORES INTERNACIONALES

Marcela Alejandra Parra
Universidad Autónoma de Barcelona

Blanca Hurtado Caceda
Universidad Alas Peruanas

María Amparo Miranda Salazar
Universidad del Valle de México

Adriana Savio Corvino
Universidad de la República

Hilda Janett Caquias
Escuela de Medicina de Ponce

COORDINADORES DE DISTRIBUCION

Margarita Ojeda
Asociación Paraguaya de Neuropsicología

Mario Rosero Ordoñez
Universidad Mariana

Nora Couso
Área de Medición Educativa Provincia del
Chubut de Argentina

Pablo Antonio Vásquez
Corporación para la Intervención Neuropsicopedagógica
y la Salud Mental

INDEXACIONES



AUSPICIADORES



La Revista de Psicología GEPU es publicada por el Grupo Estudiantil y Profesional de Psicología Univalle, 5 piso, Edificio 385, Ciudadela Universitaria Meléndez, Universidad del Valle, Santiago de Cali, Colombia. Los artículos son responsabilidad de sus autores y no reflejan necesariamente la opinión del Grupo Estudiantil y Profesional de Psicología Univalle. Hecho en Colombia - Sudamérica.

Safe Creative Código 1610239536561



Revista de Psicología GEPU Vol. 6 No. 2 by Grupo Estudiantil y Profesional de Psicología Univalle is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported License. Creado a partir de la obra en <http://revistadepsicologiagepu.es.tl/Vol.-6-No.-2.htm>



Impacto Laboral de los Egresados del Programa de Psicología de la Universidad de la Costa – CUC –*

Labor Impact of the Graduates of the Program of Psychology at the Universidad de la Costa – CUC –

Dennys Martínez Franco**

Resumen

El presente artículo integra los principales referentes teóricos y empíricos derivados del análisis situacional actual de los egresados del Programa de Psicología de la Universidad de la Costa y su impacto en el contexto aplicado. El abordaje metodológico fue de carácter descriptivo transaccional y contó con la participación de 148 egresados y 11 empleadores. Los resultados ilustran las tendencias de los egresados en diferentes áreas de cualificación profesional, valoración de la formación recibida y desarrollo de experiencias de emprendimiento convirtiéndose en generadores de empleo. La mayor parte de los egresados se encuentra laborando en alguna área relacionada con la disciplina y han recibido reconocimientos por su desempeño profesional. Desde la perspectiva de los empleadores, se destaca el reconocimiento a la calidad y desempeño de los egresados. Adicionalmente se resaltó el posicionamiento que existe en el medio sobre la pertinencia de los programas ofrecidos por la institución. Estos hallazgos permitieron la formulación de una serie de recomendaciones estratégicas orientadas al fortalecimiento y mejoramiento continuo del seguimiento e impacto de los egresados en el medio, consolidando su divulgación con el desarrollo de proyectos de investigación y extensión. *Palabras clave:* Impacto laboral, Programa de Psicología, Egresados, Evaluación Institucional, Educación Superior.

Abstract

This article integrates the main theoretical and empirical referents derivatives of the situational analysis of current graduates of the Program of Psychology from the Universidad de la Costa - CUC, and its impact in the applied context. The methodological approach was descriptive transactional and counted with the participation of 148 graduates and 11 employers. The results illustrate the trends of the graduates in different areas of professional qualifications, assessment of the training received and development of entrepreneurial experiences becoming generators of employment. Most of the graduates are found working in any area related to the discipline and have received awards for his performance. From the perspective of employers, highlights the recognition of the quality and performance of the graduates. In addition, the workshop highlighted the positioning that exists in the east on the relevance of the programs offered by the institution. These findings allowed the statements were made of a series of strategic recommendations aimed at strengthening and continuous improvement of the follow-up and impact of the graduates in the middle, consolidating its disclosure with the development of research and extension projects. *Keywords:* Labor Impact, Psychology Program, Graduates, Institutional Assessment, Higher Education.

Recibido: 27 de Mayo de 2014 / **Aprobado:** 27 de Noviembre de 2014 / **Universidad de la Costa – Colombia**

Referencia Recomendada: Martínez-Franco, D. (2015). Impacto laboral de los egresados del programa de psicología de la Universidad de la Costa – CUC –. *Revista de Psicología GEPU*, 6 (2), 66-85.

* Artículo de Investigación Científica y Tecnológica, producto de proyecto de investigación titulado “*Impacto laboral de los egresados del programa de Psicología de la Universidad de la Costa en el medio*” presentado a la VIII Convocatoria para la Presentación de Propuestas de Investigación y Extensión de la Universidad de la Costa, Barranquilla, Colombia (Fecha de Inicio: Marzo 2013 – Fecha de Finalización: Noviembre 2013). La correspondencia sobre este artículo puede ser enviada al siguiente correo electrónico: dmartinez@cuc.edu.co.

** Psicóloga. Magíster en Educación. Docente tiempo de completo de la Universidad del Costa.

Introducción

El desarrollo de las naciones exige la existencia de un capital humano que responda a los grandes retos que éste implica. Se puede señalar que en la dinámica del mercado no se reconoce el impacto que la educación tiene sobre la productividad y el consumo. Ese vacío de reconocimiento pasa por alto la conexión entre la educación universitaria y el sector productivo, habiéndose producido como consecuencia un desconocimiento del papel efectivo que la educación universitaria tiene sobre el desarrollo económico del país. "La idea que todavía se mantiene es que nuestra universidad es tradicionalista, académica y carente de propuestas y acciones que impulsen el desarrollo económico y social" (Ferro, 2000, pág. 143).

Es importante destacar, que la incidencia que logra la universidad en el crecimiento y desarrollo socioeconómico del país, ocurre principalmente por la formación de capital humano que se refleja en el quehacer de sus egresados.

Sin embargo, en muchos países al igual que en el nuestro, la desvinculación de los egresados a sus instituciones de educación superior es notoria. Tanto el egresado como la institución consideran que todo el compromiso llega hasta el momento en que se le otorga el título de profesional. Es nula o muy poca la tradición de un seguimiento del egresado, cuando ésta es una tarea que hay que comenzar a fomentar.

No podemos desconocer que uno de los factores a tener en cuenta para mejorar los programas académicos son los egresados y su impacto en el medio. Para toda universidad, los egresados son la línea que mantiene a la institución en contacto con la sociedad. Es necesario crear con ellos un gran vínculo con sentido de pertenencia para que estén más comprometidos e identificados con la institución que los ha formado.

La evaluación de impacto

El término "impacto", se comenzó a utilizar en las investigaciones y otros trabajos sobre el medio ambiente, para referirse a la alteración, favorable o desfavorable en el medio o algunos de los componentes del medio causada por una acción (Libera, 2007). Este concepto se ha ido trasladando a diversos ámbitos de la vida en sociedad.

Medir el impacto es concretamente, tratar de determinar lo que se ha logrado. La tarea de evaluar el impacto parece constituir una gran dificultad para muchos proyectos y programas (Libera, 2007). La evaluación de impacto es importante para todo proceso formativo, porque permite establecer el cumplimiento de sus principios misionales.

El impacto organizacional, entendido como el quehacer laboral en general, puede definirse como el cambio generado en la organización como consecuencia de una innovación. En este caso nos interesa conocer las innovaciones hechas por los egresados del programa de psicología de la Universidad de la Costa, CUC.

Según el CNA (Consejo Nacional de Acreditación, 2006, pág. 108), el egresado en el campo de acción del programa, debe ejercer una influencia positiva sobre su entorno en desarrollo de políticas definidas y en correspondencia con su naturaleza y su situación específica. En su evaluación para determinar la alta calidad de los programas, el CNA señala unos aspectos a tener en cuenta al momento de determinar el impacto de los egresados:

- a) Estrategias en el programa orientadas a ejercer influencia sobre el medio.*
- b) Actividades y proyectos específicos tendientes a ejercer un impacto sobre el medio.*
- c) Reconocimiento por parte de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, y de otras expresiones formales de la sociedad civil, sobre la influencia que el programa ejerce en el medio.*
- d) Mecanismos para el análisis de las acciones que el programa ejerce sobre el medio y para la revisión periódica de las estrategias implementadas por el programa en esa materia.*

En tal sentido, se considera la calidad de la educación como una demanda prioritaria. En consecuencia, los gobiernos y entes educativos, han incorporado progresivamente los procesos de autoevaluación y acreditación como mecanismos indispensables para promover la calidad (Valenzuela, 2010).

El papel del egresado en la sociedad

En relación con el papel del egresado Ferro (2006, p. 5) afirma que:

La universidad forma a sus estudiantes para el logro de un desarrollo económico con proyección social, es decir, para que trabajen responsablemente por el bien común, por el crecimiento de la riqueza nacional que favorezca a todos los colombianos, y no por el lucro individual y egoísta que da la espalda a los graves y angustiosos problemas socio-económicos que vive el país... El profesional universitario debe participar en la sociedad civil porque sólo allí alcanza a realizar los fines propios del individuo... mediante la relación con otros individuos. Aunque la sociedad civil se distingue dialécticamente del Estado, la participación activa en el desarrollo del Estado, en sus expresiones, en su organización, en la política que lo realiza y lo perfecciona, es deber de nuestros egresados.

Para que se logre disparar el deseado desarrollo en nuestra región, es necesario producir cambios cuantitativos y cualitativos de la calidad de vida, desde la universidad, a través de los egresados (Martínez M. , 2011). La búsqueda de la productividad y competitividad de nuestros egresados profesionales, y las realidades del desempleo y el subempleo se convierten en retos de innovación en la preparación de nuestros estudiantes. Es necesario entonces, conocer la situación actual de los egresados, su desempeño laboral, sus fortalezas, debilidades y oportunidades, en el marco de una visión integral de los egresados.

Es conocido, que la mayoría de los jóvenes quieren tomar un camino rápido para alcanzar el título profesional y empezar a actuar. Esto los incita a saber pocas cosas, solo las más útiles, para ganar más en un corto plazo. Pero es función de la familia, de la escuela y después de la universidad, crear hábitos que lleven al joven más allá de ser el simple hacedor de cosas, del inmediatista que opera la máquina del mercado, y llevarlo hacia planos de realización personal en los que el deseo de construirse, se convierta en una meta atractiva (Ferro, 1989).

Por esto “una parte de la responsabilidad social que tiene la universidad educar de una manera muy amplia y sólida a sus estudiantes para que desarrollen en la sociedad un papel de cambio, de transformación de las condiciones de vida actuales hacia planos más justos, más humanos y más cualitativos”. (Ferro, 1989, pág. 24).

El egresado, es el rostro visible de la Universidad en la sociedad. El reconocimiento de la calidad de ésta, depende de las calidades del profesional que gradúa. Depende del desempeño laboral en los distintos campos de acción. Hoy en día, notamos un gran reconocimiento de la Universidad de la Costa en muchos sectores. Específicamente en el campo de la psicología, se ha pasado del anonimato a un buen posicionamiento y reconocimiento de la calidad del programa y de sus profesionales egresados. Esto se refleja en el deseo de vinculación de practicantes por parte de las organizaciones, la valoración positiva de los proyectos que desarrollan los estudiantes de último semestre y los egresados y su fuerte compromiso con las entidades donde laboran.

Vínculo Universidad-Egresado

La importancia del egresado para la institución educativa a nivel superior cumple un papel fundamental poniendo de manifiesto la gran relación de evolución y riqueza bilateral del prestigio de la entidad y la calidad de formación de los profesionales. Para establecer un mejor vínculo entre la Universidad y el egresado, se considera que las instituciones deben responder a preocupaciones de índole social que contextualicen el conocimiento, y le permitan al egresado aprender a aprender, para que así adquiera la capacidad de adaptarse a cambios constantes a lo largo de su vida laboral

y responsabilidad solidaria desde la difusión de sus saberes (López, Duarte, Flórez, & Taborda, 2010).

El egresado debe ser considerado una fuente de retroalimentación de los programas académicos. Esto puede ser considerado como una estrategia para orientar acciones institucionales que permitan crear espacios para desarrollar actividades o acciones en conjunto que le permitan posicionarse socialmente. Según Tunnerman (2002) hoy día se requiere formar en destrezas, habilidades y conocimientos flexibles, permitiendo al egresado responder con responsabilidad, creatividad, innovación y conocimiento a un mercado laboral en constante cambio. En este marco, las competencias profesionales constituyen las bases esenciales del nuevo profesionista. En correspondencia a lo anterior, resulta apropiado dar definición al concepto de competencia y calidad de educación.

La Opinión de los empleadores

La relevancia que tiene contar con la participación activa de los empleadores, ha crecido significativamente dentro de los estudios de evaluación del impacto de los egresados. Este factor de análisis contribuye a la identificación de los estándares de calidad asociados con la relación entre Empleo-Educación, que está ligada pertinentemente a las estructuras sociales y por lo tanto, es indiscutible desconocer que el mercado local incide en el contexto de desarrollo estratégico de las IES para responder a las exigencias del mercado laboral con calidad.

En el marco de la llamada Globalización ha cobrado gran relevancia como reconocimiento social y académico la naturaleza social cultural de sus estudiantes, así como las características particulares de la región donde se inserta la institución (Ruiz, 1996). Es así como el sistema educativo a nivel mundial cumple un papel fundamental en la transformación de lo cultural y el grado de desarrollo productivo. En este sentido Díaz (2001) señala que el adecuado funcionamiento del sistema educativo se refleja en la preparación de los egresados, de acuerdo con las exigencias del mercado de trabajo. Sin embargo, Vargas (2003) plantea que la educación superior no responde totalmente a las demandas de los empleadores, dado que este aspecto inicialmente era prioritario en términos la exigencia del conocimiento y ahora se busca un mayor énfasis enfocado en el perfil de aptitudes y empleabilidad.

En suma no existe hasta el momento la información suficiente que permita a las instituciones discutir sobre la pertinencia en el mercado laboral de la formación profesional del egresados y sobre todo que ayude a identificar desde la perspectiva de los empleadores, las deficiencias o carencias en la formación de los egresados, de tal forma que se puedan establecer estrategias

efectivas para subsanar y responder de manera real a las expectativas de los empleadores (Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, 2004).

Antecedentes sobre el estudio de la situación de los egresados

En el estudio del estado del arte sobre impacto de egresados, se identifica una tendencia a investigaciones en el campo pero en estudios de posgrados y no de pregrado. Por ejemplo, en el ámbito internacional se encontró un estudio de la Universidad de Colima en México, desarrollado en varios momentos desde 1998 hasta 2004 (Martínez, Cortez, & Cruz, 1985). El objetivo fue conocer el impacto de los egresados de posgrado en relación a la valoración que hacen de la formación recibida en la institución de educación superior y el desempeño que se ha puesto en evidencia en el mercado laboral.

Los resultados encontrados por Martínez, Cortez y Cruz (1985), señalan que el 55.5% de los encuestados hicieron sus estudios antecedentes en la Universidad de Colima; el 48.7% de los egresados recibieron durante sus estudios algún tipo de beca, en la mayoría de los casos parcial; lo que se refiere a la situación laboral actual, la tasa de desempleo es mínima (1.6%); el 61.7% de los egresados ocupan puestos directivos (director general, dueño o socio de la empresa, director, gerente de área, subdirectores o subgerentes de área, jefes de departamento, supervisores; el 21.3% de los egresados desempeñan dos o tres empleos, con un mayor porcentaje en el caso de los del área de Ciencias Sociales (42.1%), seguidos por los de Educación y Humanidades (26.4%) y los de la Salud (23.5%). Las áreas de conocimiento cuyos egresados reportaron mayores índices de ascenso fueron ciencias naturales y exactas, agropecuarias, educación y humanidades, entre 67.3 y 58.2%, y las de menores índices de ascenso fueron ingeniería y tecnología (49%) y sociales-administrativas (50%). Algunos de estos resultados son interesantes en el marco de esta investigación pues pueden orientar las preguntas a realizar a nuestros egresados en relación con sus oportunidades de ascenso laboral desde que iniciaron labores en sus sitios de trabajo.

En relación con el seguimiento a los egresados el grupo Red Seis (2006.) afirma que: Las Instituciones de Educación Superior necesitan realizar un continuo seguimiento al desempeño de sus egresados con el propósito de determinar si los niveles de pertinencia de la formación ofrecida, la ubicación laboral, el autoempleo, las prácticas profesionales y la calidad de las actividades que desarrollan, corresponden con el logro de los fines definidos autónoma e institucionalmente en cada proyecto educativo.

Adicionalmente, se han realizado investigaciones sobre las relaciones de las oficinas de egresados, asociaciones y entes regulatorios, se han elaborado "estudios de seguimiento a egresados y algunas instituciones lograron la aprobación de un Programa de Egresados, como la Universidad Nacional,

la Universidad de los Llanos, la Universidad del Quindío y la Universidad Pedagógica Nacional" (Observatorio de la Universidad Colombiana, 2008).

Es de gran relevancia tener en cuenta la visión de los egresados ya que permite a las Instituciones de Educación Superior realizar estrategias para contribuir con el fortalecimiento y mejoramiento de los niveles de desarrollo humano y social de los profesionales, y al mismo tiempo medir los niveles de competitividad y productividad a nivel local, nacional e internacional.

En tal sentido, se evidencia la relevancia de unirse a este tipo de redes nos lleva a medir con mayor precisión la calidad y compromiso social del egresado y fomentar la apertura de conferencias sobre los procesos de globalización en la educación e inherente a esto charlas y talleres sobre emprendimiento y la divulgación de las actividades que se realizan con egresados. Todas estas situaciones llevan a reevaluar si es teóricamente que los egresados hacen parte de la comunidad activa de las IES, la realidad en Colombia muestra que estos poco importan al sistema.

Desde una perspectiva crítica, cabe anotar que las universidades solo tienen contactos limitados con los egresados o son manipulados por el interés del mercado de sus universidades como lo demuestra en sus investigaciones de análisis derivado de las redes especializadas en este tópico en Colombia que son Red Seis y Renace (2008).

En este orden de ideas es necesario recordar que no existe normatividad en Colombia que señale un compromiso de parte de las universidades hacia los egresados, así como lo indica la Ley 30 (1990) frente al rol que debe jugar en la universidad, todo se centra en un vínculo legal netamente comercial de una matrícula que los lleva a un asunto de responsabilidad y de compromiso de las universidades con la sociedad para la obtención de un grado. En consecuencia el grupo Red Seis en el observatorio de la Universidad Colombiana (2008, p. 1) plantea que:

La obligatoriedad del proceso de Registro Calificado o de condiciones mínimas de calidad, fundada en el derogado Decreto 2566, de octubre de 2.003, impulsó a que las IES hicieran algo al respecto, más con la intención de "mostrar algo" a los pares académicos que hacían las visitas de registro, para poder continuar funcionando, que el desarrollar un programa formal de egresados. Solo aquellas IES dispuestas a reconocer la importancia del egresado y de realizar un honesto trabajo con estos son los que responden a una preocupación general de la labor que realiza el egresado de su institución dando muestra de lo favorable que para la institución es el contacto permanente con este.

Los planteamientos anteriores fortalecen el espacio de la reflexión sobre lo relevante que es el seguimiento de egresados como un factor estratégico y por ende debe generarse un lineamiento

institucional articulado con la planeación anual de recursos y acciones de mejoramiento que permitan avanzar en el mejoramiento continuo del sistema de información y la consolidación de la red de los egresados, maximizando todos los entornos institucionales físicos y virtuales que movilizan la dinámica contemporánea de las IES, en las cuales los egresados son un agente clave de la sinergia que debe existir entre Universidad – Empresa – Estado - Sociedad.

Si bien es cierto que el seguimiento de los egresados es importante para detectar sus necesidades, igualmente este seguimiento brinda una retroalimentación fundamental para las instituciones, en aras de establecer mecanismos que permitan su actualización y participación permanente en los diferentes contextos de desarrollo científico, tecnológico, social, económico y cultural; fortaleciendo a su vez la interacción con el personal directivo, docentes y estudiantes, para generar proyectos de impacto significativo a nivel nacional, cumpliendo con las alertas de las nuevas necesidades sociales (Programa Gradua2 & Asociación Columbus, 2006).

La Universidad de la Costa realizó un estudio sobre sus egresados en mayo del 2011, el cual fue encargado a la firma BrandStrat, quienes realizaron un diagnóstico del perfil ocupacional del Egresado de Psicología de la Universidad de la Costa que arrojó como resultados que después de la titulación en Psicología, el 50% de los Egresados ha realizado otros estudios, de los cuales la mayoría ha optado por un diplomado o una maestría/especialización en algún campo específico de la psicología. A nivel general se evidenció que la mayoría de los egresados de este programa viene trabajando en el área organizacional, especialmente en cargos como analista o coordinador, así como también en el área educativa. Se determinó que la experiencia laboral acumulada a partir de la fecha de graduación, oscila entre 6 meses y 3 años. La gran mayoría de egresados evidencian estar satisfechos con la experiencia que han tenido laboralmente en el campo de la psicología. Es necesario resaltar que en este estudio faltó la percepción de los empleadores, que son quienes en últimas determinan con su apreciación positiva o negativa, el impacto del egresado en el medio.

A la fecha la Universidad de la Costa cuenta con un total de 421 egresados de la facultad de Psicología desde su primera promoción en el año 2005- 2. Desde la oficina del egresado, se hace un seguimiento masivo sobre el ejercicio del profesional egresado, pero dadas las proporciones, este no permite nutrir la especificidad del programa en relación al impacto social logrado. Esto llevó a la necesidad de implementar la presente investigación, buscando responder la siguiente pregunta:

¿Cuál es el impacto laboral logrado por los egresados de la facultad de Psicología de la Universidad de la Costa en el medio?

La investigación buscó caracterizar el impacto laboral de los egresados de la facultad de psicología de la Universidad de la Costa en el medio. Esto requirió, conocer la percepción del impacto logrado

que tienen los egresados de acuerdo al área de su quehacer profesional; conocer la percepción de impacto que tienen los empleadores sobre lo logrado por el egresado vinculado en su organización; explorar las experiencias de emprendimiento lideradas por egresados del programa de psicología; explorar las expectativas que tienen los egresados del programa en relación con la oferta de los cursos de formación avanzada y programas de especialización y maestría que está desarrollando la Facultad de Psicología de la CUC, y, analizar estratégicamente las principales fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del egresado en su quehacer laboral.

Método

La presente investigación cuenta con un diseño de corte transeccional descriptivo.

Participantes. Se contó con dos muestras intencionales, no probabilísticas, conformadas por egresados del programa de psicología (n=148), empleadores (n=11).

Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Se diseñó el instrumento titulado "Impacto de Egresados" con formato de entrevista semi-estructurada, orientado a conocer la percepción del impacto que tienen los egresados y los empleadores sobre el desempeño, las competencias y los logros de los egresados de la Facultad de Psicología de la Universidad de la Costa.

Resultados

La aplicación de instrumentos a los egresados se realizó de forma sistematizada y por acceso virtual, bajo el ambiente online de *google docs*, lo que facilitó su administración efectiva y se orientó estratégicamente hacia la valoración de su impacto laboral en el medio. Un total de 148 egresados respondió el instrumento. En el caso de los empleadores, fueron visitados y respondieron a la encuesta presencialmente.

Resultados desde la perspectiva de los egresados

Entre las características demográficas identificadas, se encuentra que el 84% son mujeres y el 16% hombres. El 50% de ellos es soltero, frente a un 45% que es casado y un 5% divorciado. En relación con la situación laboral actual de los egresados, la figura 1 permite identificar que 72,3% se encuentra laborando como empleado, el 12,8% es independiente y el 14,9% está desempleado.

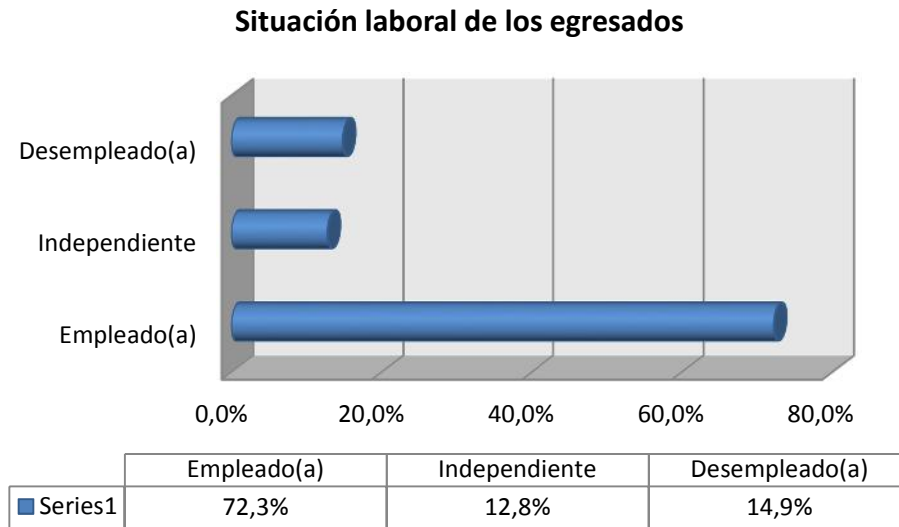


Figura 1. Situación laboral actual de los egresados

En relación con la *percepción del impacto logrado que tienen los egresados de acuerdo al área de su quehacer profesional*, se observa que el 76% de los egresados están vinculados en un trabajo directamente relacionado con su profesión. De estos, la mayoría se ubica laboralmente en el área organizacional (35%), seguido del área educativa (31%), social (15%), clínica (13%) y en menor proporción neuropsicología (5%) y jurídica (2%). El tiempo de experiencia laboral que reportan como acumulado los egresados participantes fue de más de 4 años (34%) seguido de entre 1 y 2 años (18%) y entre 6 meses y 1 año (15%). Otros tiempos acumulados de experiencia laboral de los participantes se observa en la tabla 1.

Tabla 1. Tiempo de experiencia laboral acumulado desde su graduación

Tiempo experiencia	N	%
Menos de 6 meses	11	7%
Entre 6 meses y 1 año	22	15%
Entre 1 y 2 años	26	18%
Entre 2 y 3 años	19	13%
Entre 3 y 4 años	17	11%
Más de 4 años	51	34%
No sabe	2	1%

Los ingresos de los egresados de psicología, se encuentran en su mayoría (37%) entre \$800.000 y \$1.499.000 pesos, seguidos de \$1.500.000 y \$2.999.000 (35%). La proporción de egresados que manifiesta no haber recibido ningún ingreso el mes pasado es del 17%. Por su parte, el 16% de los egresados reporta ingresos entre \$400.000 y \$799.000. El 6% reporta ingresos superiores a los

\$3.000.000 de pesos, al igual que los egresados que manifiestan tener ingresos entre 0 y \$399.000 pesos.

Frente a la percepción sobre las posibilidades laborales relacionadas con ser egresados de la institución el 59% de los egresados percibe sus posibilidades laborales como buenas, el 35% como moderadas y solo el 5% considera que son pocas. Los egresados han llevado a cabo procesos de formación para su cualificación como profesionales. En la tabla 2 se identifican las alternativas seleccionadas. La mayoría ha realizado seminarios o cursos (43%), seguido de diplomados (23%), especializaciones (13%), un programa universitario (5%), un programa técnico (4%), maestría (4%). El 7% reporta no haber hecho ningún proceso de cualificación profesional.

Tabla 2. Participación en diplomados para la cualificación profesional

Tipo de formación	N	%
Seminarios/Cursos	106	43%
Diplomados	58	23%
Técnicos	9	4%
Tecnológicos	1	0%
Universitarios	12	5%
Especialización	33	13%
Maestría	10	4%
Doctorado	1	0%
Ninguna	17	7%

Dentro de las expectativas que tienen para hacer en el largo plazo se destaca estudiar un posgrado en Colombia (32%), crear una empresa (25%) y trabajar en Colombia (14%). El 12% aspira estudiar un postgrado fuera de Colombia (ver tabla 3).

Tabla 3. Expectativas de los egresados a largo plazo

Expectativa a largo plazo	N	%
Iniciar una nueva carrera técnica	1	0%
Iniciar una nueva carrera tecnológica	1	0%
Iniciar una nueva carrera universitaria	10	3%
Estudiar un posgrado en Colombia	99	32%
Estudiar un posgrado fuera de Colombia	37	12%
Trabajar en Colombia	42	14%
Trabajar fuera de Colombia	25	8%
Crear una empresa	76	25%
Otro	17	6%

Al preguntarle a los egresados si consideran que puede hacer aportes a la universidad (tabla 4), la mayoría se inclinó por dictar conferencias o seminarios (34%), seguido por vincularse en actividades de investigación (17%), actividades de actualización curricular (16%), convenios (15%) y finalmente actividades de extensión (14%).

Tabla 4. Aportes que pueden hacer los egresados a la institución

Tipo de actividad	N	%
Actividades de extensión	20	14%
Convenios	22	15%
Dictar seminarios, conferencias	51	34%
Proyectos de investigación	25	17%
Participar en actualización curricular	23	16%
Otro	7	5%

Se identifica un alto sentido de pertenencia de los participantes (66%), seguido por una proporción que califica medianamente su sentido de pertenencia con la institución (30%) y un 4% que lo califica como bajo (ver figura 2).

Sentido de Pertenencia de los Egresados

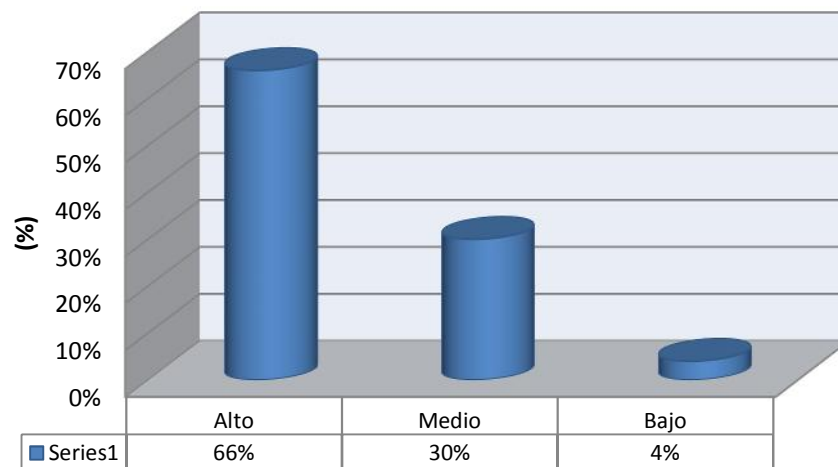


Figura 2. Sentido de pertenencia de los egresados con la Universidad de la Costa

En lo referente a los mecanismos de consecución de trabajo, se encuentra que los egresados utilizan principalmente como mecanismo para la consecución de empleo, bolsas de empleo distintas a la de la institución (36%), seguido del uso de las redes sociales conformadas por sus familiares, amigos y conocidos (33%), y los medios de comunicación (13%). Otras formas para la consecución de empleo se pueden observar en la tabla 5.

Tabla 5. Medios para la búsqueda de empleo

MEDIO	N	%
Medios de comunicación	21	14%
Bolsa de empleo de la institución (CUC Jobs)	1	1%
Otras bolsas de empleo (caja de compensación, internet, head hunters)	54	36%
Redes sociales (familia, amigos, conocidos)	49	33%
Servicio Público de Empleo SENA	4	3%
Otro	19	13%

En cuanto a *las experiencias de emprendimiento lideradas por egresados del programa de psicología* los resultados señalan que el 89% de los encuestados no son propietarios o socios de una empresa, frente a un 13% que sí lo son. Esto es algo favorable, porque señala una tendencia creciente a la creación de empresas y no solo a quedarse como empleados, lo cual es un indicador importante de impacto del egresado en el medio, como generador de fuentes de empleo. La tabla 6 muestra el tiempo que los egresados reportan de ser socios o dueños de la empresa se encuentra mayoritariamente entre 6 meses y un año (38%), menos de 6 meses (19%), entre 1 y 3 años (19%).

Tabla 6. Tiempo de ser propietario o socio de una empresa

TIEMPO	N	%
Menos de 6 meses	4	19%
Entre 6 meses y 1 año	8	38%
Entre 1 y 3 años	4	19%
Entre 3 y 6 años	3	14%
Más de 6 años	2	10%

De acuerdo a lo reportado por los egresados, las actividades que realizan desde estas empresas en su mayoría se encuentran relacionadas directamente con la profesión (74%) y en menor proporción relacionadas indirectamente (7%). El 19% señala que las actividades que realizan no están relacionadas con la profesión. Entre las dificultades que expresan para iniciar empresa los egresados reportan en su mayoría la falta de recursos (48%), pero también la falta de confianza sobre la posibilidad de que la idea se convierta en un negocio exitoso (19%). Una parte importante de los participantes también señala no tener conocimientos para crear empresa (14%), (Ver tabla 7).

Tabla 7. Dificultades para iniciar empresa

DIFICULTAD	N	%
Falta de recursos económicos	71	48%
No poder encontrar los socios de confianza	9	6%
No tener los conocimientos para crear una empresa	20	14%

Falta de apoyo de entidades financieras / gobierno	12	8%
La costumbre de tener un salario fijo	8	5%
No estar seguro de si la idea puede convertirse en un negocio exitoso	28	19%

Respecto al análisis de las *principales fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del egresado en su quehacer laboral*, se identifica que el 18% de los egresados encuestados ha recibido algún reconocimiento por su labor, frente a 82% que no los ha recibido. Los reconocimientos que han recibido, han sido mayoritariamente regionales (79%), seguidos por los reconocimientos de orden nacional (15%) y en menor medida a nivel internacional (6%). Entre las competencias que los egresados mencionan que desarrollaron gracias a su proceso de formación en el programa y que le ha sido más útil en su trayectoria laboral (tabla 8), se destaca la de comunicarse con claridad (15%), identificar y resolver problemas (14%), asumir responsabilidades (9%).

Tabla 8. Competencia que le ha sido más útil en su trayectoria laboral

COMPETENCIA	N	%
Comunicarse oralmente con claridad	22	15%
Identificar, plantear y resolver problemas	21	14%
Asumir responsabilidades y tomar decisiones	14	9%
Ser creativo e innovador	10	7%
Aplicar valores y ética profesional en el desempeño laboral	10	7%
Capacidad de abstracción análisis y síntesis	7	5%
Planificar y utilizar el tiempo de manera efectiva de tal forma que se logran los objetivos planteados.	8	5%
Formular y ejecutar proyectos	8	5%
Trabajar en equipo para alcanzar metas comunes	8	5%
Adaptarse a los cambios (trabajar en contextos nuevos y diversos)	8	5%
Comprender la realidad que lo rodea	6	4%
Trabajar bajo presión	5	3%
Persuadir a sus interlocutores	3	2%
Aceptar las diferencias y trabajar en contexto multiculturales	3	2%
Aprender y mantenerse actualizado	3	2%
Crear, investigar y adoptar tecnología	3	2%
Exponer las ideas por medios escritos	3	2%
Identificar y utilizar símbolos para comunicarse (lenguaje icónico, lenguaje no verbal, etc.)	1	1%
Utilizar herramientas informáticas básicas (procesadores de texto, hojas de cálculo, correo electrónico, etc.)	1	1%

Buscar, analizar, administrar y compartir información	2	1%
Asumir una cultura de convivencia	1	1%
Trabajar de manera independiente sin supervisión permanente	1	1%

Resultados desde la perspectiva de los empleadores

Entre los empleadores que participaron se encontró que corresponden a las siguientes áreas de la psicología: Educativa (n=4), Social (n=1), Organizacional (n=4), Jurídica (n=1) y Clínica (n=1). De estas, el 81,8% son entidades de tipo privado y el 18% públicas. Asimismo, el 90,9% pertenecen al sector de los servicios y el 9,1% a la industria.

Respecto a la opinión que tienen los empleadores de los servicios prestados por los egresados del programa de psicología, tal como se ilustra en la figura 3, se encontró que el 81,8% lo califica como excelente y el 12,2% lo califica como bueno.

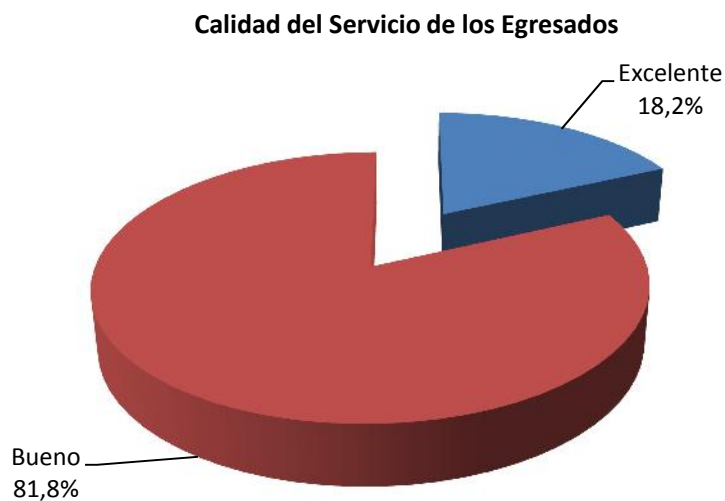


Figura 3. Calidad del servicio de los egresados reportada por los empleadores

En lo referente a la opinión que tienen los empleadores sobre la interacción que la Universidad de la Costa con el medio se encontró que el 63,6% opina que la institución ha generado un alto impacto, mientras que el 36,4% opina que ha generado un impacto moderado (tabla 12). Entre las razones que destacan para argumentar ese impacto, está que conocen buenos profesionales de los distintos programas ofrecidos por la universidad (9,1%), que la institución se abre camino en la región (9,1%), la creación de centros de atención en barrios de nivel socioeconómico bajo (9,1%), el hecho de que ellos mismos han crecido en su

impacto lo que puede asociarse a la vinculación de egresados CUC (18,2%), el apoyo que brindan los egresados en la formación de los estudiantes que serán futuros profesionales (9,1%).

En cuanto al grado de conocimiento que tienen los empleadores sobre los proyectos de investigación desarrollados por la institución y el programa, se identifica que el 72,7% afirma tener conocimiento de los mismos, frente a un 27,3% que los desconoce. La misma proporción se presenta en lo referente a los programas de extensión, pero el 100% afirma que los considera necesarios y pertinentes para la región. Ahora bien, el 100% de los empleadores señala conocer los avances de la Universidad en materia de programas académicos de pregrado y postgrado (tabla 9). Los empleadores consideran que estos programas son necesarios y pertinentes para la región (100%).

Tabla 9. Conocimiento que tienen los empleadores sobre los procesos en la institución

Aspectos Evaluados	Recuento	%
¿Conoce usted los avances de la Universidad en materia de desarrollo de proyectos de investigación?	8	72,7%
¿Conoce usted los avances de la Universidad en materia de programas académicos de Pregrado?	11	100,0%
¿Considera Usted, que los programas académicos que actualmente ofrece la CUC en el pregrado son necesarios y pertinentes para el desarrollo de la región?	11	100,0%
¿Conoce usted los avances de la Universidad en materia de programas académicos de Posgrado?	11	100,0%
¿Considera Usted, que los programas académicos que actualmente ofrece la CUC en el posgrado son necesarios y pertinentes para el desarrollo de la región?	8	100,0%
¿Conoce usted los avances de la Universidad en materia de programas de Extensión (Educación Continua, Consultorías, asesorías, proyección social, entre otros)?	8	72,7%
¿Considera Usted, que los programas de Extensión que actualmente ofrece la CUC son necesarios y pertinentes para el desarrollo de la región?	8	100,0%

En cuanto a los factores a los que los empleadores dan más importancia en relación a las características de los egresados, destacaron principalmente el grado de conocimiento sobre el área en la cual sería empleado (80%), seguido de los títulos académicos (50%), experiencia laboral previa (40%), actitud durante la entrevista (20%) y los antecedentes de participación en grupos de investigación, asociaciones y otros grupos de interés (10%) (Figura 4).

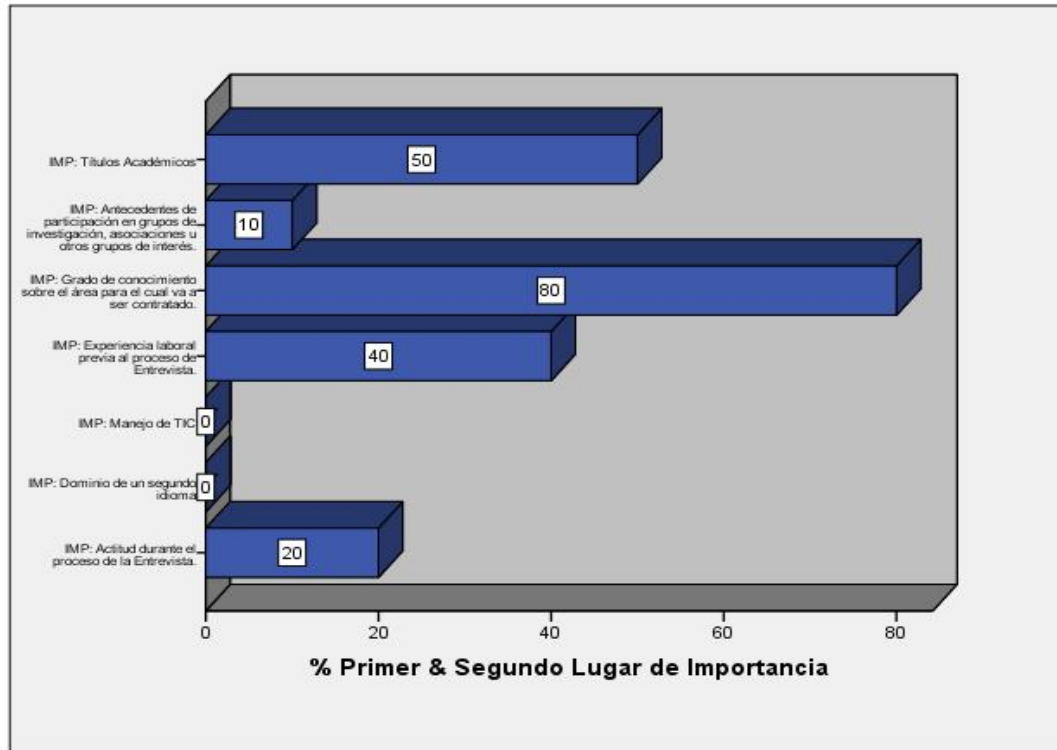


Figura 4. Importancia otorgada a características de los egresados

En relación con las cualidades que buscan los empleadores en los egresados, se destacan la actitud proactiva (63%), rápida adaptación al clima laboral (54%), actitud positiva, trabajo en equipo, capacidad de sustentación (45%), flexibilidad a los cambios (36%), dominio de tecnologías (27%).

Tabla 10. Cualidades que buscan los empleadores en los egresados

Cualidades Evaluadas	Recuento	%
Cualidad: Rápido proceso de adaptación al clima laboral de la Empresa.	6	54,5%
Cualidad: Flexibilidad a los cambios dentro de la organización	4	36,4%
Cualidad: Actitud proactiva.	7	63,6%
Cualidad: Dominio de herramientas tecnológicas.	3	27,3%
Cualidad: Actitud positiva.	5	45,5%
Cualidad: Facilidad para trabajar en equipo.	5	45,5%
Cualidad: Facilidad para sustentar ideas o proyectos.	5	45,5%

Por otra parte los empleadores consideran que las competencias de los estudiantes en prácticas son totalmente adecuadas para el sector (54%), seguidos de moderadamente adecuadas (36%) y adecuadas (9,1%). En cuanto a la percepción de mejoras en los procesos y productividad de las empresas asociadas a los proyectos implementados por los egresados, el 45% de los empleadores consideran que sí se ha dado este proceso de forma continua.

Discusión

A partir de los hallazgos centrales del estudio se ha identificado una serie de conclusiones y recomendaciones centrales dentro de las cuales se resalta que en primera instancia, existe una tendencia en los egresados a buscar alternativas de formación que les permitan cualificarse profesionalmente. Adicionalmente, los egresados valoran la formación recibida en la institución y están dispuestos a seguir participando en formación de un nivel superior. Destacan la calidad académica y de los profesores del programa. En este sentido, los resultados marcan algunas experiencias de emprendimiento por parte de los egresados de psicología lo que significa que se han convertido en generadores de empleo para el contexto.

Una gran proporción de egresados del programa de psicología se encuentra laborando en un área relacionada directa o indirectamente con la disciplina, lo que señala que se ha ido consolidando el ejercicio de la profesión, y se han constituido en representantes del programa en el sector externo. La gran mayoría de los egresados se encuentran trabajando, además identifican ofertas en el mercado laboral, lo que resalta la pertinencia de la disciplina en nuestro contexto.

De igual forma se identifica que los egresados han recibido reconocimientos, especialmente a nivel regional, convirtiéndose en embajadores de la imagen institucional en el sector externo y aportando a su posicionamiento y reconocimiento por la calidad de sus egresados. En cuanto a la perspectiva de los empleadores, se destaca el reconocimiento a la calidad y desempeño de los egresados. Ninguno de los consultados los calificó por debajo de buenos. En este orden de ideas, se puede destacar el reconocimiento que existe en el medio de la pertinencia de los programas ofrecidos por la institución. Sin embargo, se puede seguir haciendo mayor divulgación de los proyectos de investigación y extensión. Los empleadores, si bien se inclinan por buscar competencias profesionales asociadas al conocimiento específico del área en que se emplea al egresado, también destacan las competencias personales como son la actitud proactiva. Por tanto es importante seguir fortaleciendo estas competencias genéricas.

Finalmente, se evidencia la poca importancia que en estos sectores se le da al dominio de las tecnologías, puesto que cada vez estamos más inmersos en una sociedad de la información que exige a los profesionales mayor conectividad y dominio de estas tecnologías. Este sería un factor para continuar explorando en futuras investigaciones, por ejemplo asociadas a los requerimientos por área de aplicación de la psicología.

Referencias

- Consejo Nacional de Acreditación. (2006). *Ministerio de Educación*. Recuperado de <http://www.mineducacion.gov.co>
Bogotá: Colombia.
- Ferro, J. (1989). *La Educación Universitaria*. Barranquilla: Ediciones Uninorte.
- Ferro, J. (2000). *Visión de la universidad ante el siglo XXI* (Segunda edición ed.). Barranquilla: Uninorte.
- Ferro, J. (2006). *Líderes en un mundo global: una mirada desde la academia*. Barranquilla: Uninorte.
- Libera, B. (2007). Impacto, impacto social y evaluación del impacto. *ACIMED*, 15(3), 1-9.
- López, A., Duarte, J., Flórez, J. A., & Taborda, C. (2010). El vínculo universidad-egresado: una acción socialmente responsable. *Congreso Iberoamericano de Educación: Metas 2021*. Buenos Aires.
- Martínez, M. (2011). El compromiso de Jesús Ferro Bayona con la educación y el desarrollo regional: becas y. En J. Amar, *El gobierno del filósofo*. Barranquilla: Uninorte.
- Martínez, S., Cortez, M., & Cruz, D. (2013). Impacto de los egresados de posgrado de la Universidad de Colima en su entorno. *Dirección General de Posgrado, Universidad de Colima*.
- Observatorio de la Universidad Colombiana (2008) *Egresados: Los hijos desconocidos por la Universidad*. Recuperado de: http://universidad.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=430:egresados-loshijos-desconocidos-por-la-universidad&catid=2:informe-especial&Itemid=199.
- RedGradua2 & Asociación Columbus (2008) *Manual de Instrumentos y recomendaciones sobre el seguimiento de egresados*. Bogotá: Colombia.
- Ruiz L. E. (1996). Expansión y diferenciación institucional en la educación superior tecnológica en México: Nuevas tendencias y retos en la formación de recursos humanos para la producción. *Revista Perfiles Educativos*. 71(1), 1 - 13. CESU-UNAM. México. Recuperado de: <http://www.cesu.unam>
- Secretaría General del Congreso de Colombia (1992) *Ley 30 de Diciembre 28 de 1992*. Recuperado de: http://www.oei.es/quipu/colombia/Ley_educ_superior.pdf
- Tunnerman C. (2002) *Tendencias de la Educación Superior Contemporánea y el Rol de las Universidades Públicas*. Universidad Autónoma de Santo Domingo, República Dominicana. Recuperado de: <http://www.robertoreyna.com/articulos/TENDENCIAS%20EN%20EDUCACION%20SUPERIOR.%20CARLOS%20TUNNERMANN.pdf>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (2004) *Programa Institucional de Seguimiento de Egresados y Opinión de los Empleadores*. UJAB: México.

Valenzuela, G. & León, M. (2006). Impacto Laboral de egresados Universitarios y Opinión de empleadores. UAB: Venezuela.

BrandStrat. (2011). *Evaluación del Impacto de los Egresados de Psicología de la CUC y su Valoración entre el Sector Empresarial*. Universidad de la Costa. Barranquilla: Colombia.