

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA DETERMINAR LA POSIBILIDAD DE
OFRECER UN MODERNO PREGRADO EN HISTORIA POR PARTE DE LA
UNIVERSIDAD EAFIT**

**CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL -CICE-
ESCUELA DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**LILIANA GAVIRIA BARRENECHE
SERGIO ANDRÉS SERRANO RIVERO**

**UNIVERSIDAD EAFIT
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

Medellín

2008

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA DETERMINAR LA POSIBILIDAD DE
OFRECER UN MODERNO PREGRADO EN HISTORIA POR PARTE DE LA
UNIVERSIDAD EAFIT**

**CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y CONSULTORÍA EMPRESARIAL -CICE-
ESCUELA DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**Trabajo de grado como requisito para optar al título de Magister en
Administración de Empresas**

**LILIANA GAVIRIA BARRENECHE
SERGIO ANDRÉS SERRANO RIVERO**

**UNIVERSIDAD EAFIT
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

Medellín

2009

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	8
1. TÍTULO	9
2. DESCRIPCION Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
2.1 ANTECEDENTES	10
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	15
2.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
3. OBJETIVOS	17
3.1 OBJETIVO GENERAL	17
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
4. MARCO CONCEPTUAL	18
4.1 MARCO CONTEXTUAL	18
4.1.1 Contexto Ambiental	18
4.1.2 Contexto Interno	18
4.1.2.1 Misión	18
4.1.2.2 Visión	19
4.1.2.3 Propósitos institucionales	19
4.1.2.4 Planta física	21
4.1.2.5 Ubicación Geográfica	22
4.1.3 Contexto externo	22
4.1.3.1 Ambiente directo	22

4.1.3.2 Investigación	23
4.1.3.3 Competencia	23
4.1.3.4 Macro entorno	23
4.2. MARCO TEÓRICO	24
4.2.1 Comportamiento de compra de los estudiantes	24
4.2.2 Diferentes enfoques en el estudio del Comportamiento del Consumidor.	25
4.2.2.1 Enfoque de la teoría económica	25
4.2.2.2 Enfoque psicosociológico	25
4.2.2.3 El enfoque motivacional	25
4.2.3 Factores externos que afectan al Comportamiento del Consumidor	26
4.2.3.1 El entorno social	26
4.2.3.2 Los estímulos de marketing	28
4.2.4 Factores internos que afectan al Comportamiento del Consumidor	28
4.2.4.1 Características personales	28
4.2.4.2 Estructura psicológica	29
4.2.4.3 Las actitudes	29
5. DISEÑO METODOLÓGICO	30
5.1 FASES DE INVESTIGACIÓN	30
5.1.1 Fase exploratoria	30
5.1.2 Investigación de datos secundarios	30
5.1.3 Investigación de datos cualitativos	30
5.1.4 Fase concluyente “investigación descriptiva”	30
5.1.4.1 Método de recolección de datos	31
5.1.4.2 Medio empleado	32
5.1.5 Procedimientos de medición	32
5.1.6 Técnicas de escalas	33

5.1.7 Diseño instrumento de recolección de datos	34
5.1.8 Diseño muestral	34
5.1.8.1 Definición de la población	34
5.1.8.2 Marco muestral	35
5.1.8.3 Selección de la técnica de muestreo	35
5.1.8.4 Definición del tamaño de la muestra	36
5.2 GRUPO OBJETIVO I: ENCUESTAS PERSONALES	37
5.3 GRUPO OBJETIVO II: ENCUESTAS PERSONALES	38
5.4 TRABAJO DE CAMPO	39
6. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	40
6.1 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA	40
6.1.1 Investigación exploratoria estudiantes de pregrado (7° semestre en adelante de carreras afines)	40
6.2 Investigación concluyente estudiantes colegios (undécimo grado)	41
6.3 PRUEBA ÁCIDA (Población objetivo de la Universidad Eafit)	42
6.4 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA (información secundaria)	43
6.5 HALLAZGOS IMPORTANTES	44
6.5.1 Investigación exploratoria estudiantes de colegios (undécimo)	44
6.5.2 Investigación exploratoria estudiantes de pregrado (7° semestre en adelante):	45
6.5.3 Investigación exploratoria padres de familia de estudiantes de colegios (undécimo grado):	46
6.5.4 Investigación concluyente estudiantes de colegios (undécimo grado)	47
6.6 INFORMACIÓN SECUNDARIA OTRAS UNIVERSIDADES QUE OFRECEN EL PROGRAMA DE HISTORIA EN PREGRADO	49
6.7 RESULTAO ENCUESTAS	56
6.7.1 Análisis resultados investigación exploratoria (numeral 6.1)	56

6.7.2 Análisis resultados investigación exploratoria (numeral 6.1.1)	56
6.7.3 Análisis resultados investigación exploratoria (numeral 6.2)	70
6.7.4 Análisis resultados prueba ácida (numeral 6.3)	116
6.7.5 Análisis resultados investigación exploratoria información secundaria (numeral 6.4)	125
7. INFORME EJECUTIVO	137
8. RESUMEN DE SOPORTE	138
8.1 Investigación exploratoria	139
8.2 Investigación exploratoria	140
8.3 Investigación exploratoria	141
8.4 Investigación concluyente	142
8.5 Prueba ácida	144
9. CONCLUSIONES	146
10. BIBLIOGRAFÍA	148

INTRODUCCIÓN

Tomando como referencia la creación de oferta por parte de una Universidad privada de la ciudad de Medellín de un programa de pregrado en historia, la Universidad EAFIT emprendió a través del CICE la tarea de desarrollar una investigación de mercado de carácter serio y profundo, con el fin de determinar cuáles son los factores (culturales, familiares, socio – económicos, etc.) que mantienen cierto grado de influencia en los estudiantes de colegios de undécimo grado definidos por el equipo investigador y padres de familia de los estudiantes de undécimo grado egresados de los colegios en mención del Área Metropolitana de Medellín clasificados en los niveles medio, superior y muy superior por el ICFES, en el proceso de decisión para la selección de un programa de pregrado denominado “moderno pregrado de historia” por parte de los jóvenes interesados en realizar sus estudios profesionales.

A partir de esto, se analizara el interés, deseo, motivación y/o variables de decisión de los estudiantes de undécimo grado de colegios antes mencionados y nivel de influencia de las personas más cercanas a los mismos.

El presente estudio permitirá a la Universidad Eafit, basándose en un proceso de análisis de la posibilidad vs. la viabilidad para plantear y evaluar las reales posibilidades de ofrecer un moderno pregrado de historia, por medio del desarrollo de una investigación de mercados que mediante un proceso coherente abarque sus distintas fases y esté soportada por un completo proceso maestral y estadístico, la cual permita delinear las tendencias y características que poseen los jóvenes para seleccionar un pregrado, realizando discriminación clara y adecuada de la población objeto del estudio o nicho de mercado.

Por último, la investigación y el análisis de los datos revelará cuáles son los pregrado y establecimientos de educación superior de mayor preferencia por parte de la población de jóvenes del área metropolitana de Medellín para adelantar estudios de pregrado y en especial evaluar el moderno pregrado en historia.

Los autores expresan sus agradecimientos a:

Doctor Alfonso Vélez Rodríguez, Director del Centro de Investigaciones por su valiosa asesoría en la formulación de nuestro proyecto de grado.

Doctor Juan Camilo Escobar Villegas, Escuela de Ciencias y Humanidades por su continua asesoría durante la elaboración de nuestro proyecto.

1. TÍTULO

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA DETERMINAR LA POSIBILIDAD DE OFRECER UN MODERNO PREGRADO EN HISTORIA POR PARTE DE LA UNIVERSIDAD EAFIT

2. DESCRIPCIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 ANTECEDENTES

La Escuela de Ciencias y Humanidades inició el planteamiento de ofrecer un pregrado en historia el 19 de octubre de 2007; se elaboró una presentación en la cual se reúnen los elementos necesarios a considerar para la respectiva presentación del mismo ante el Ministerio de Educación (Resolución 466 del 2006).

Después de un arduo e intenso trabajo del Departamento de Ciencias Políticas con el grupo primario de historia de la Universidad, se establecieron los siguientes lineamientos para el pregrado en historia.

Soportes:

- Convenios (CERMA, MASCIPO, EHESS, CF, PARIS I y X, IFEA, BNP)
- Seminarios de internacionales de alta calidad (Gruzinski, Chartier, Bernard, Subrahmanyam)
- Centro de relaciones internacionales (más convenios, doble titulación)
- Centro de investigaciones (convocatorias, financiación)
- Grupos de investigación (SPHC, EC. EPL, GHE)
- Proyectos de investigación (Indeps, Ant.2013, Objeto ind. Fuentes docs.)
- Semilleros de investigación (SIHUE, Ests. Urbs. Hist. Música)
- Programas afines (Ciencias Politics. Comunic. Soc. Derecho, especializaciones)
- Planta profesoral calificada (historiadores)
- Fondo editorial (consolidado, constante, colecciones)
- Sala patrimonial (siglo XIX, archivos familiares y empresariales, música)
- Biblioteca (crecimiento constante, bases de datos, convenios)
- Revistas (EAFIT, Humanidades, Derecho, Economía, Administración, Ingeniería y Ciencia)
- Departamento de prácticas (Experiencia nacional e internacional)

- Centro de idiomas (Multilingüe, tecnificado, calificado)
- Infraestructura (Eficiente, en crecimiento, moderna, atractiva)
- Emisora (nueva, dinámica, receptiva)
- Institución acreditada y actualizada curricularmente

Se definió el siguiente perfil del nuevo historiador:

- Políglota (competencias lectora, auditiva y expositiva)
- Experiencia investigativa nacional e internacional
- Énfasis en historia contemporánea
- Énfasis en historia institucional y empresarial
- habilidades en saberes auxiliares (demografía estadística, geografía, arqueología, genealogía, paleografía, numismática, filatelia, informática, heráldica, etc.)
- capacidad consultora, académica e investigativa

Programa académico planteado:

- 10 semestres
- Ejes problemáticos y metodológicos
- Análisis de prácticas y representaciones
- Flexibilidad, intercambios y doble titulación
- Cursos y bibliografía en inglés, francés, portugués, italiano y español.
- 2 semestres de práctica (una nacional y otra internacional en 7º y 9º)
- Apropiación de programas informáticos para la investigación histórica
- Componentes resolución 466 del 2006

Metodologías a utilizar:

- Historias conectadas
- Prosopografía
- Historia comparada

- Historia cuantitativa
- Historia interdisciplinaria y transdisciplinaria (Semiología, Biología, Antropología histórica, Sociología histórica y Psicología histórica).

Líneas de énfasis:

- Histórico socio-económica (énfasis en historia empresarial)
- Histórico socio-política
- Histórico socio-cultural
- Histórico socio-institucional
- Historiográfica y epistemológica (escuelas y teorías de la historia)

Estructura del pregrado:

- Académico (erudición, análisis y difusión)
- Investigativo (habilidades metodológicas)
- Consultivo (historia desde el presente)

Estrategias de fundación:

- Proyecto base (trabajo grupo fundador)
- Estudio de factibilidad (Alfonso Vélez)
- Mercadeo institucional y empresarial (portafolio)
- Calificación planta profesoral (maestría, doctorado)
- Ampliación redes y convenios (proyectos)

Exigencias del Ministerio de Educación (Res. 466 del 2006). En el componente teórico todos los programas de historia deberán incluir:

- Las teorías históricas fundamentales, clásicas y contemporáneas, y sus bases epistemológicas y desarrollos recientes.
- Los enfoques macro y micro históricos y aquellos que integren las dos dimensiones.
- Los estudios históricos sobre problemáticas nacionales e internacionales.

- El conocimiento de corrientes historiográficas, autores y obras.
- El análisis de la producción histórica.
- Los principales debates planteados por las distintas escuelas a partir de problemas específicos de la historia y los debates y relaciones con otras disciplinas humanísticas, sociales y naturales.

En el componente metodológico:

- La consolidación de competencias de escritura.
- El conocimiento y manejo de herramientas y metodologías para la investigación histórica desde una perspectiva interdisciplinar.
- El conocimiento teórico y práctico de los archivos y de la documentación, su dimensión social y su utilidad.
- El conocimiento teórico y práctico de las distintas fuentes históricas utilizadas por el historiador y la crítica de fuentes.
- El manejo de programas informáticos y su aplicación a la investigación histórica.
- El conocimiento teórico y práctico de metodologías cuantitativas y cualitativas teniendo en cuenta los métodos propios de la reflexión histórica.
- El análisis hermenéutico de las fuentes.
- La formulación y desarrollo de proyectos de investigación.

En la competencia profesional: poner en práctica las habilidades y destrezas en solución de problemas que pueden pertenecer a distintos campos como: la investigación en el saber histórico, la difusión y comunicación del conocimiento social, proyectos de intervención social y la gestión y administración cultural

Universidades que ofrecen el programa de historia

Medellín:

- Universidad de Antioquia
- Universidad Nacional

Bogotá:

- Universidad Javeriana
- Universidad de los Andes

Factibilidad académica y viabilidad económica:

- Programa con perfil original
- Impactos social y universitario
- Recursos provenientes de:
 - Matrículas (Academia)
 - Proyectos (Investigación)
 - Contratos (Consultoría)

Contenido de un posible semestre:

1. ¿Qué es la historia? (3) Línea historiográfica
2. Del taller a la fábrica (3) Línea económico empresarial
3. Poder y estado hoy (2) Línea política
4. Religiones y creencias (2) Línea cultura
5. ONG's y sociedad (2) Línea instituciones
6. Idioma extranjero (2) En el Centro de Idiomas
7. Ciencia auxiliar (2) Uso de fuentes o práctica específica
8. Informática (2) En el Centro de Informática
 - 18 Créditos
 - Mismo esquema del 1º al 6º y en el 8º semestre
 - Micro-investigación materias de las líneas y en ciencia auxiliar
 - Lecturas en idiomas extranjeros

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En este orden de ideas, con los precedentes ya expuestos, y teniendo en cuenta las motivaciones, aspiraciones, gustos, preferencias, grupos de influencia, capacidad adquisitiva y perfil ocupacional de los estudiantes de colegios de estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Medellín y su área metropolitana, se abordó la temática con el fin de determinar, mediante estudios probabilísticos si sería posible y probable que la Universidad EAFIT ofrezca un pregrado en historia como estrategia de diversificación de sus portafolio de educación superior formal.

2.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Los siguientes cuestionamientos sistematizan la problemática antes descrita.

- ¿cuáles son las motivaciones del estudiante de undécimo grado de colegio para seleccionar una Universidad?
- ¿cuáles son las motivaciones del estudiante de undécimo grado de colegio para seleccionar un pregrado?
- ¿cuál es la importancia de los grupos de influencia (familia y amigos) del estudiante de undécimo grado para seleccionar una Universidad?
- ¿cuál es la importancia de los grupos de influencia (familia y amigos) del estudiante de undécimo grado para seleccionar un pregrado?
- ¿Los estudiantes de pregrado seleccionan un pregrado sólo por el buen nombre de la Universidad?
- ¿Qué tanto influyen los profesores de los estudiantes de undécimo grado de colegios para la selección de la Universidad?
- ¿Qué tanto influyen los profesores de los estudiantes de undécimo grado de colegios para la selección del pregrado?
- ¿Existe mercado potencial de estudiantes para que la Universidad Eafit pueda ofrecer un nuevo pregrado en historia?

- Los estudiantes de colegio que se enfrentan a la decisión de ¿cuál pregrado seleccionar? ¿Si están dispuestos a contemplar la posibilidad estudiar un pregrado en historia?
- ¿El perfil ocupacional del estudiante de pregrado en historia es un estímulo importante para la toma de decisión del mismo?
- ¿Los padres de familia están dispuestos a costear un pregrado en historia en una Universidad privada?
- ¿Los estudiantes de colegio de undécimo grado si asocian un pregrado en historia con la Universidad Eafit?
- ¿cuál sería el perfil ocupacional del egresado del pregrado de Historia?
- ¿cuál sería la diferencia de un egresado de un programa de Historia de una Universidad pública vs. una Universidad privada?
- ¿Estudiar Historia estaría más enfocado a un pregrado o a un énfasis de pregrado, especialización, maestría y/o doctorado?
- ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar los padres de familia o el estudiante por un semestre del pregrado en historia?
- ¿cuál es la percepción de los estudiantes de undécimo grado del pregrado en historia?
- ¿cuáles factores serían los que persuadan a un estudiante de undécimo grado de colegio, para seleccionar un pregrado en historia?
- ¿cuál es la percepción de un pregrado en historia de los padres de familia de los estudiantes de undécimo grado de colegio?
- ¿cuáles son las motivaciones de los estudiantes de pregrado de 7° semestre en adelante para seleccionar un pregrado en historia como segunda carrera profesional?
- ¿Para los estudiantes de pregrado de 7° semestre en adelante, la historia es más atractiva como una línea de énfasis o especialización?

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Evaluar la posibilidad de ofrecer un moderno programa de pregrado en historia por parte de la Universidad EAFIT, para fortalecer la oferta de programas de pregrado de la Escuela de Ciencias y Humanidades.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Explorar entre el mercado objetivo, sobre los factores que tienen en cuenta al momento de seleccionar su programa de pregrado, así como la universidad donde lo realizará para conocer la intención de demanda del mercado

- Conocer el proceso de toma de decisiones, en el momento de seleccionar una Universidad y un pregrado para identificar los motivadores, actitudes e inhibidores

- Conocer cómo es el proceso que siguen los estudiantes en la evaluación y selección del programa de pregrado a seleccionar.

- Evaluar cuál es la imagen que tiene la Universidad EAFIT entre los estudiantes que están próximos a salir del colegio y el porqué los estudiantes consideran a la Universidad EAFIT como una opción para estudiar su carrera profesional.

- Evaluar el impacto positivo o negativo que tendría el ofrecer un pregrado en historia en la Universidad EAFIT al grupo objetivo, para determinar la intención de matrícula o referencia

4. MARCO CONCEPTUAL

4.1 MARCO CONTEXTUAL

4.1.1 Contexto ambiental. Es necesario contemplar los factores tanto internos como externos influidos directa e indirectamente por la Universidad y que podrían ser determinantes en el análisis del problema u oportunidad que se le presenta a la Universidad Eafit para ofrecer el moderno pregrado en historia, que es la principal razón por la cual se realiza la actual propuesta, contemplar la mejor manera para atraer mayor número de estudiantes de colegios tomados como muestra basados en el proceso de matriculas desde el primer semestre del año 2001.

4.1.2 Contexto interno. Al momento de iniciar un proceso de investigación el primer paso lógico es analizar la propia institución, pues es en este lugar donde residen las variables determinantes del grado de aceptación por parte del público estudiantil. Igualmente es necesario realizar un análisis D.O.F.A para extraer las fortalezas y debilidades con el fin de formular objetivos y estrategias que permitan su consecución.

Aunque la Universidad Eafit en la ciudad de Medellín cuenta con un recorrido extenso y exitoso a través de los 40 años desde su creación, su buen nombre en el medio universitario y buena administración financiera han permitido que la planta física y los programas académicos ofertados cada día estén en aumento; entre los servicios que en la actualidad se ofrecen por parte de la Universidad Eafit, se encuentran 4 escuelas (Administración, Ciencias y Humanidades, Derecho e Ingeniería), 18 departamentos académicos, 30 programas de especialización, 8 maestrías, 17 pregrados, Doctorado en Administración, Centro de educación continua, Centro de investigación y consultoría empresarial, Consultorio matemático, talleres de cálculo, red de semilleros, y línea de investigación en informática educativa.

4.1.2.1 Misión: la Universidad EAFIT tiene la Misión de contribuir al progreso social, económico, científico y cultural del país, mediante el desarrollo de programas de pregrado y de postgrado -en un ambiente de pluralismo ideológico y de excelencia académica- para la formación de personas competentes internacionalmente; y con la realización de procesos de investigación científica y aplicada, en interacción permanente con los sectores empresarial, gubernamental y académico.

4.1.2.2 Visión: la Universidad **EAFIT**, inspirada en los más altos valores espirituales, en el respeto de la dignidad del ser humano y consciente de su responsabilidad social, aspira a ser reconocida nacional e internacionalmente, por sus logros académicos e investigativos y porque:

- Tendrá una cultura institucional abierta y democrática y un ambiente que promoverá la formación integral de sus alumnos, donde es posible vivir la diferencia y las manifestaciones culturales comparten espacio con la tarea de aprender, donde predomina el debate académico, se contrastan las ideas dentro del respeto por las opiniones de los demás, y se estimula la creatividad y la productividad de todos los miembros de la comunidad.

- Desarrollará la capacidad intelectual de sus alumnos y profesores en todos los programas académicos, con la investigación como soporte básico.

- Utilizará tecnologías avanzadas y un modelo pedagógico centrado en el estudiante.

- Mantendrá vínculos con otras instituciones educativas, nacionales e internacionales, para continuar el mejoramiento de sus profesores y de sus programas.

- Contribuirá al progreso de la Nación con programas innovativos de investigación y profesionales con formación académica respaldada en los valores fundamentales de la persona y en especial en el respeto a la democracia y a la libre iniciativa privada.

- Dispondrá de una administración académica, en la cual todo el talento humano, y todos los recursos de la institución estén comprometidos en el logro de sus objetivos.

4.1.2.3 Propósitos institucionales:

- Preservar la excelencia en sus procesos de enseñanza-aprendizaje, investigación y proyección social.

- Conservar el reconocimiento de la comunidad académica nacional e internacional para sus investigaciones y distintos programas de formación.

- Atraer al personal académico y administrativo más calificado e idóneo, tanto en la región como en el país.

- Alcanzar la formación integral de sus estudiantes para que participen positivamente en el desarrollo de la Universidad, del país y de América Latina.

- Administrar, de manera eficiente, el talento humano y todos sus recursos físicos y financieros.
- Desarrollar una interacción dinámica con los sectores empresariales, gubernamentales y académicos, de carácter nacional e internacional.

En años recientes como parte de la modificación de los objetivos a largo plazo y una redirección de las operaciones, la Universidad Eafit se preocupó por la calidad mostrada en sus programas académicos, como un medio de consecución de la excelencia académica implementó un proyecto de reforma y modernización de la totalidad de los currículos de los programas ofertados, así como la formación de sus profesores en el extranjero, al más alto nivel académico y el desarrollo de actividades de investigación.

Los programas ofrecidos por la Universidad Eafit buscan fomentar un desarrollo tanto regional como a nivel nacional, además de una formación de sus profesionales con base a la interdisciplinariedad por medio de asignaturas optativas, electivas y las actividades curriculares libres, lo cual hace que las características de los servicios ofrecidos a los jóvenes de la ciudad se destaquen por encima de las demás propuestas

Origen: la Universidad EAFIT es un Centro de Educación Superior aprobado por el Ministerio de Educación Nacional bajo el Decreto 759 de mayo 6 de 1971. La Universidad se encuentra ubicada en la ciudad de Medellín, capital del Departamento de Antioquia, Colombia. Actualmente cuenta con una población estudiantil de más de siete mil alumnos entre los cuales se incluyen estudiantes de pregrado y posgrado.

Investigación: no es de desconocer que la verdadera razón de ser de un centro educativo desarrollado es el de la investigación en todos los ámbitos. El proceso investigativo dentro de la Universidad Eafit tiene destinados importantes recursos del presupuesto que son administrados a través de la Dirección General de Investigaciones.

Bienestar Universitario: Toda formación académica debe ir acompañada de otras actividades que enriquezcan la vida universitaria, por ello la Universidad Eafit pensando en tal situación y en el aprovechamiento del tiempo libre, ha creado y fomentado una serie de proyectos deportivos, artísticos, culturales, recreativos, de salud, de desarrollo personal y compromiso social. Dentro de las instalaciones de la universidad han hecho presencia un sinnúmero de actividades artísticas y culturales.

Entre los servicios ofrecidos a la totalidad del cuerpo estudiantil se destacan los servicios médicos, las asesorías psicológicas y orientaciones como medio de desarrollo de la autoestima, la estética, los valores, el mejoramiento académico, pues se consideran ítems importantes en el proceso de formación profesional. Los servicios de consultoría demuestran la actuación el campo social, la comunidad de la región oriental se ve beneficiada con los centros de servicios psicológicos y los grupos de proyección social.

4.1.2.4 Planta física: sede Medellín



	Accesos y Salidas Universidad		Parqueaderos Motos
	Teléfonos Línea de Emergencia 911		Parqueadero Bicicletas
	Servicio Médico		Zona de Cargue y Descargue
	Auditorios		Canchas de Fútbol
	Puntos de Encuentro		Piscina
	Cafetería		Cancha de Voley-playa
	Fotocopias		Cancha de Basquetból
	Cajero Electrónico - Banco		Cancha de Tenis
	Parqueaderos Vehiculares		Puente
			CAI (Kioskos)

4.1.3.2 Investigación: es de carácter público que la investigación en todos los ámbitos es la verdadera razón de ser de un centro educativo desarrollado, es uno de los ejes de calidad en la educación superior, otras universidades respecto a este ítem han empezado con antelación sus procesos, destinando grandes recursos para tal fin como son la Universidad de Antioquia, Universidad Nacional, CES y Universidad Pontificia Bolivariana. En este momento cabe destacar que en nuestro país se ha mejorado la calidad académica de instituciones privadas y públicas, pero la proliferación de institutos o Universidades de garaje no ha permitido que la calidad en la educación superior mejore la posición de los profesionales al compararlos con otros países de la región.

4.1.3.3 Competencia: en un mundo cada día más difícil, es de verdad apremiante centrar la atención en nuestro entorno, para descubrir los posibles sustitutos de nuestro servicio, las épocas en las que una empresa parecía aislada y manejaba una base de clientes exclusivos parecen ya extinguidos. Por ejemplo, sin duda alguna un factor crítico al momento optar por una selección de un pregrado o una universidad son los recursos financieros del seno familiar, por tal razón el moderno pregrado en historia debe brindar tranquilidad al aportante de los recursos para adelantar los estudios, teniendo la premisa que el egresado de este pregrado podrá desenvolverse profesionalmente en actividades bien remuneradas en Colombia o en otro país.

Como se evidencia la competencia en la ciudad es dura para el moderno pregrado en historia vía precio del programa y prestigio de las universidades públicas, a pesar de que esta es muy pequeña posee un potencial de mercado importante.

4.1.3.4 Macro entorno: En este momento se analizarán todos aquellos aspectos que de una manera indirecta afectan a la Universidad pero que no pueden ser influenciados ni manejados por la misma, por ejemplo la situación económica de las personas de la ciudad o las características demográficas de los mismos, entre otros que pueden lesionar seriamente los intereses de la presente investigación de mercados

- **Demográfica:** en todo el país existe poca cobertura de educación, con fondos gubernamentales se ha logrado aumentar la cobertura en educación básica, pero el problema se agudiza en la educación superior. Los estudiantes de estrato uno tienen acceso a la universidad con becas; los de estrato dos y tres por medio de créditos y los de estrato cuatro, cinco y seis son los únicos que pueden costear una carrera

- **Situación económica:** la situación en nuestro país cada día es peor, las condiciones de vida de la sociedad están más desmejoradas por las variables macroeconómicas y por la falta de oportunidades de empleo, la capacidad de poder adquisitivo de las personas ha ido en detrimento. El problema se agudiza por los factores político-culturales en los que los desplazamientos son comunes y al menos un 5% de la población vive en la miseria, por estas razones, aunque la demanda potencial de educación es elevada las verdaderas personas interesadas en educación privada son pocas, entonces todas las instituciones educativas del sector han tratado de competir entre ellas por promocionar ideas de buena calidad que estén al alcance de un número mayor de usuarios

- **Situación política:** dentro de la política nacional de educación superior hay que abonar el trabajo que está adelantando el Ministerio de Educación por ganar en calidad. El proceso de modernización del Ministerio no ha tenido marcha atrás y la reforma a la educación superior sigue avanzando. Con la reforma al ICFES (Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior) se le quitaron sus funciones de fomento y control, las cuales quedaron a cargo del Ministerio, también se estableció la Comisión Nacional Intersectorial de Aseguramiento de la Calidad Superior (Conaces) y existe el riesgo que pierda importancia el Consejo Nacional de Acreditación (CNA).

4.2. MARCO TEÓRICO

4.2.1 Comportamiento de compra de los estudiantes. La Universidad tiene la necesidad de identificar sus mercados, de conocer a sus posibles clientes, de identificar sus necesidades y de conocer cómo se comportan para satisfacerlas, con el fin de orientar los esfuerzos de marketing de la universidad.

El comportamiento del estudiante implica un conjunto de actividades que las personas desarrollan cuando buscan, deciden, evalúan, utilizan y disponen de los servicios con el objeto de satisfacer sus necesidades y deseos. Estas actividades comprenden tanto procesos mentales y emocionales como acciones físicas.

El análisis del comportamiento del estudiante debe ser el primer paso en el proceso de la elaboración de la estrategia de marketing.

La importancia de los estudios sobre el comportamiento del consumidor se realiza sobre todo en los entornos altamente competitivos, como lo es la educación superior,

ya que la universidad corre el riesgo de que el consumidor se incline por los servicios de otras instituciones competidoras.

4.2.2 Diferentes enfoques en el estudio del Comportamiento del Consumidor

4.2.2.1 Enfoque de la teoría económica: Se centra en el concepto de hombre económico, el cual orienta su comportamiento hacia la maximización de su utilidad. Se trata de una teoría normativa sobre la elección racional, con los siguientes postulados:

- El consumidor tiene un conocimiento completo de sus necesidades y de los medios disponibles para satisfacerlas.
- El comportamiento de compra del consumidor está orientado hacia la maximización de su utilidad.
- El comportamiento del consumidor es un comportamiento de elección racional.
- La elección del consumidor es independiente del medio y del entorno en que ésta se realiza.
- El consumidor obtiene su satisfacción del producto en sí mismo y no de los atributos que posee.
- Este enfoque es limitado, y establece cómo debe comportarse el consumidor y no de cómo se comporta o qué factores determinan y explican ese comportamiento.

4.2.2.2 Enfoque psicosociológico: El comportamiento del consumidor está determinado por variables psicológicas (internas) y variables externas, además de variables económicas.

4.2.2.3 El enfoque motivacional: La motivación es la fuerza que empuja a las personas a la acción, fuerza que es provocada por un estado de tensión debido a una necesidad insatisfecha. Necesidades fisiológicas.

- Necesidades de seguridad

- Necesidades sociales
- Necesidades de estimación
- Necesidades de autorrealización

4.2.3 Factores externos que afectan al Comportamiento del Consumidor:

Las influencias externas que afectan al comportamiento del consumidor provienen del entorno donde éste se encuentra inmerso. Distinguiremos tres fuentes de influencias: Las influencias del microentorno: Son las que provienen del mundo económico, político, jurídico, tecnológico, ecológico y social, y que afectan y condicionan el comportamiento de compra de las personas.

4.2.3.1 El entorno social: Está conformado por varios elementos:

- La cultura y la subcultura. La cultura son los conocimientos, normas, creencias, costumbres, valores y otras formas de comportamiento aprendidas y compartidas por los miembros de una sociedad determinada. La cultura es aprendida. El proceso de aprendizaje adopta tres formas distintas: aprendizaje formal, los adultos de una familia enseñan al miembro más joven cómo debe comportarse, aprendizaje informal; el niño aprende imitando el comportamiento de otras personas; y el aprendizaje técnico, es el que recibe el niño a través de la escuela u otros centros de formación.

- La clase social. Es la división de la sociedad en grupos homogéneos y estables en los cuales se sitúan los individuos o las familias que tienen valores, actitudes y comportamientos similares

- Los grupos sociales. Grupo es la reunión de dos o más personas que interactúan para lograr metas individuales o conjuntas. Los grupos se clasifican utilizando tres criterios: la intensidad de la relación, aquí se encuentran los grupos primarios (aquellos con los que la persona interactúa regularmente, como la familia, amigos, etc.) y los grupos secundarios (aquellos con los que la persona no tiene una relación frecuente)

Para que los grupos de referencia influyan en el comportamiento del consumidor, deben:

- Informar o hacer que el individuo se entere de la existencia de un producto o de una marca específica.

- Proporcionar al individuo la oportunidad de comparar su propio pensamiento con las actitudes y el comportamiento del grupo.
- Influir sobre el individuo para que adopte actitudes y comportamientos que sean consistentes con las normas del grupo.
- Legitimar la decisión de un individuo para usar los mismos productos que el grupo.

Dentro de cada grupo de referencia existe lo que se llama líderes de opinión, que son personas que tienen una capacidad de influencia mayor que la de otras personas, debido a un status privilegiado, mayor conocimiento, etc. Su influencia en el comportamiento del consumidor se ve reforzada por la credibilidad que se le concede en las informaciones que transmite.

Los responsables de marketing deben de identificar quiénes ejercen como líderes de opinión dentro del grupo de referencia, para ejercer sobre ellos acciones de marketing que permitan incorporarlos en las estrategias de promoción de los productos considerados.

- *La familia:* Se trata del grupo primario que más influencia ejerce en el comportamiento de consumo de un individuo. La persona, desde su infancia, aprende sobre los productos que debe adquirir y sobre las pautas de comportamiento de consumo. Existen dos tipos de familias: la de orientación, que está formada por los padres (transmiten los valores religiosos, éticos, políticos, etc.) y la de procreación, que es la formada con la esposa y los hijos.

Los miembros de una familia asumen papeles diferentes en relación con el comportamiento de compra, que son:

- El iniciador, emite la idea de comprar un producto.
- El informador, facilita información sobre el producto a comprar.
- El influenciador, trata de influenciar en la decisión de compra.
- El decisor, toma la decisión de comprar.
- El comprador, es quien adquiere el producto.
- El usuario, es quien consume el producto.

Los miembros de una familia intercambian estos roles y, además, pueden asumir cada uno más de un rol al mismo tiempo. Es necesario conocer quienes ejercen cada uno de estos roles dentro de los hogares con el fin de orientar las estrategias de mercadeo.

4.2.3.2 Los estímulos de marketing: El comportamiento del consumidor se ve también influenciado por las acciones que las empresas desarrollan en sus mercados por medio de sus programas de marketing-mix. Estos programas deben ser diseñados teniendo en cuenta las características personales de los consumidores y el entorno social en el que están inmersos.

4.2.4 Factores internos que afectan al Comportamiento del Consumidor:

El comportamiento de todo ser humano está influenciado por los estímulos que recibe de su entorno. Pero la interpretación de esos estímulos está determinada por las características personales del individuo y por su estructura psicológica, esto es:

4.2.4.1 Características personales: Vienen dadas por dos perfiles:

- Perfil demográfico: Son variables fácilmente observables y medibles (sexo, edad, etc.).
- Perfil psicográfico: Viene definido por su personalidad y por el estilo de vida. Su carácter subjetivo dificulta su medición, aunque están más relacionadas con el comportamiento del consumidor que las variables del perfil demográfico.

La personalidad se define como el conjunto de características psicológicas internas que determinan y reflejan la forma en la que una persona responde a su medio ambiente.

El estilo de vida refleja la forma en que una persona vive. Se define a partir de tres elementos: actividades (forma en que una persona ocupa su tiempo), intereses (preferencias y prioridades de la persona) y opiniones (forma en que una persona siente o se manifiesta acerca de una amplia variedad de eventos y cosas). El estilo de vida condiciona las necesidades de un individuo y determina, por lo tanto, el comportamiento de compra.

Así pues, el estilo de vida puede ser muy útil para los responsables de marketing para entender el comportamiento del consumidor y servir de base a la segmentación del mercado.

4.2.4.2 Estructura psicológica: Existen cuatro factores que determinan la estructura psicológica:

- La motivación: Es la fuerza impulsora que empuja a la acción. Y esta fuerza impulsora es provocada por un estado de tensión como resultado de una necesidad no satisfecha.

Se puede considerar que toda necesidad puede actuar como un motivo, pero es necesario que la necesidad tenga el suficiente nivel de intensidad para provocar el comportamiento de la persona.

- La percepción: Es la forma en que captamos el mundo que nos rodea. Las personas actúan y reaccionan en base a sus percepciones de la realidad y no en base a una realidad objetiva.

Así pues, la percepción es el proceso mediante el cual el individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos que recibe de su mundo exterior (esta percepción se realiza a través de los sentidos).

No toda la información que proviene del entorno es percibida por el individuo (éste prestará atención a unos pocos datos y rechazará el resto).

- El aprendizaje: Es un cambio en el comportamiento del individuo que se deriva de la experiencia obtenida en comportamientos anteriores ante circunstancias similares.

Así pues, el aprendizaje es el proceso por medio del cual el individuo adquiere el conocimiento y la experiencia de compra y de consumo que aplica a futuros comportamientos conexos.

4.2.4.3 Las actitudes: Son una predisposición aprendida para responder en una forma consistentemente favorable o desfavorable a un objeto dado. Sus características son:

- No son innatas, se aprenden.
- Se relacionan con un comportamiento.
- Son consistentes con el comportamiento que reflejan.
- Están dirigidas hacia un objeto.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

Uno de los objetivos principales del diseño metodológico de la investigación es el de fijar el plan o modelo básico tomado como base en la recolección y análisis posterior de los datos del proyecto de investigación. Particularmente en esta sección se especifica la estructura del diseño muestral, el tipo de información a recolectar, las fuentes posibles de datos y por último el procedimiento de recolección de los datos. Debemos tener presente que un buen diseño garantizará que la información obtenida y analizada mantenga consistencia con los objetivos del estudio anteriormente expuestos y que la totalidad de los datos sean recolecten por medio de procedimientos exactos, eficientes y de manera económica.

5.1 FASES DE INVESTIGACIÓN

En esta sección se analiza el modelo o plan básico tomado como única guía en el desarrollo de las fases de recolección y análisis de datos del proyecto investigativo. En este momento se especifica la estructura acerca del tipo de información a recolectar, todas las posibles fuentes de datos a utilizar y el todos los aspectos referentes al procedimiento de recolección de datos.

5.1.1 Fase exploratoria. Como sabemos de antemano esta fase constituye el primer paso al momento de suministrar información referente al problema a resolver, de esta manera se puede comprender más fácilmente, identificar todas sus posibles variantes y mejorar el proceso de toma de decisiones.

De igual manera el único propósito del desarrollo de una investigación de mercados es el de formular información con relación a un problema particular u oportunidades potenciales presentes en situación de decisión y evaluarlas con base a los datos obtenidos, la fase exploratoria apoya tal propósito exclusivo.

5.1.2 Investigación de datos secundarios. Con el análisis de este tipo de datos se busca como se menciona anteriormente identificar o definir mejor el problema propuesto. De igual forma es vital lograr un desarrollo del planteamiento del problema e identificar las variables claves en el diseño. En este momento se hace necesaria una distinción de las fuentes de procedencia de los datos que pretenden investigar y dar una idea del comportamiento de la población en los aspectos mencionados. Para tal

fin, se procederá a consultar diversas fuentes disponibles sobre el tema, entre las que se cuentan:

Datos externos: Datos de Universidades privadas de Bogotá (U. de los Andes, U. Javeriana, U. del Rosario y U. Externado)

- Fuentes bibliográficas como textos especializados en comportamiento del consumidor

-Presentación del pregrado en historia suministrada por el Departamento de Ciencias Políticas

- Base de datos de la Universidad Eafit referente a los estudiantes matriculados desde el primer semestre de 2001

5.1.3 Investigación de datos cualitativos. Es una metodología que se desarrolla en grupos pequeños de personas que permite interactuar con los encuestados y escucharlos hablar, obtiene información que estos no están dispuestos a revelar, ya sea porque sienten violada su privacidad, los avergüenza o lesionan su ego.

Para la presente investigación de mercados solo se estructuró un enfoque cuantitativo a través de encuestas, el enfoque cualitativo se descartó por temas presupuestales

Técnicas de observación: observación directa en Universidades de Bogotá para entender mucho más el perfil de los estudiantes de pregrado en historia

5.1.4 Fase Concluyente “Investigación Descriptiva”. Después de establecidas y consultadas las fuentes de datos secundarios, procederemos a la obtención de datos reales ó primarios que nos permitan una visualización concreta del estudio. Su objetivo primordial es el de perfilar el funcionamiento del mercado, describiendo cosas tales como las características de los estudiantes, hallando los porcentajes de cada segmento en el mercado, identificando como se perciben las características del pregrado, etc.

Se optó por elegir un diseño de tipo descriptivo, pues de esta manera podemos determinar las percepciones de los estudiantes con mayor confiabilidad, además de que nos ayuda a establecer el grado de asociación de las variables en que se sustenta el estudio. De igual manera se seleccionará una muestra de estudiantes de undécimo grado de los colegios seleccionados de la base de datos de la Universidad

Existen dos razones principales para la elección de el diseño anterior, las cuales son: el factor económico, es menos costoso concentrar personal para que entregue las encuestas a estudiantes de colegios que hagan parte del data de la Universidad (mercado meta) aprovechando la actividad “Experiencia Eafit” y el factor práctico de conveniencia que permite tener concentrada la muestra es un espacio definido (Universidad Eafit)

5.1.4.1 Método de recolección de datos: con el fin de obtener los datos necesarios se empleará el método de encuestas, consistente en realizar preguntas a las personas de los últimos niveles de educación media, relacionadas con el estudio. Una de las razones de mayor peso a la hora de esta elección es que la información obtenida es más concisa y segura, a diferencia de emplear otros métodos como el de observación, en donde la información obtenida depende de la percepción del observador designado.

Si la resolución de las encuestas se realiza de forma correcta y responsable la información o respuestas de primera mano obtenidas sobre el comportamiento, intenciones, actitudes, conciencia, motivaciones, características generales o profundas de los posibles nuevos alumnos, características demográficas y socio – económicas de los estudiantes que por simple observación son difíciles de identificar.

5.1.4.2 Medio empleado: la forma de realización de las encuestas fue de forma personal con una interacción frente a frente, las preguntas fueron alternativas y la gran mayoría tuvieron una respuesta fija destinándose así un espacio para observaciones adicionales, en ciertos casos. La adopción de este método es por su versatilidad, su facilidad al momento de que sea necesaria alguna explicación al encuestado y a nivel personal consideramos que le confieren seriedad y profesionalismo al entrevistador y más o menos se garantiza que inconscientemente la respuesta sea cierta. El análisis estadístico se verá facilitado al utilizar un gran número de preguntas con respuesta fija.

5.1.5 Procedimientos de medición. El objetivo de esta etapa es el de asignar números o símbolos a las características de los objetos de acuerdo con ciertas reglas establecidas previamente. Cabe resaltar que la idea no es medir el objeto sino una o más de sus características, es decir no se mide a los futuros estudiantes, más bien se trata de representar los fenómenos relevantes, las ideas o percepciones acerca del servicio, la universidad, el comportamiento del mercado, entre otras. Con tal fin es necesario emplear una serie de escalas para visualizar de una mejor forma los datos suministrados.

5.1.6 Técnicas de escalas. Existen dos tipos de técnicas de escala, la escala comparativa y las no comparativas. En este estudio se utilizará las escalas comparativas ya que me permite hacer una comparación directa de los objetos de estímulo. Además dentro de esta técnica utilizaremos dos escalas de medición una es la escala por orden de clasificación en la cual por ejemplo se les presenta a los entrevistadores varias opciones de respuesta y se les pide que mencione las que más lo representan.

- Escala por orden de clasificación: su utilidad se evidencia al momento de clasificar en orden creciente ó decreciente las preferencias de los estudiantes por ciertos programas de pregrado y ciertas universidades o el posicionamiento en el mercado de los programas de pregrado acompañados respectivamente por las instituciones educativas.

- Escala nominal: Es un sistema etiquetado, cuyos números sirven solo como señales para identificar y clasificar los objetos. Se utiliza para identificación con una correspondencia estricta de uno a uno entre los números y los objetos. Este tipo de escala se utilizará en las encuestas numerando las respuestas a ciertas preguntas relacionadas, con el fin de facilitar el conteo de las respuestas.

- Escala de relación: se utilizará para mantener todas las propiedades de la escala nominal, ordinal y de intervalos resumidas en una sola, además de un punto de referencia como cero absoluto. Revelará que porcentaje de los estudiantes analizado corresponde a cada colegio.

- Escala de Likert: es indispensable al momento de querer conocer el pensamiento de los estudiantes referente a ciertas afirmaciones y/o expresiones, cuestionamientos relacionados con la elección del moderno pregrado en historia o el tipo de Universidad

5.1.7 Diseño instrumento de recolección de datos. Como se menciono previamente el principal medio o instrumento para la recolección de datos fue le “Cuestionario”, el cual desarrolla preguntas que mantienen cierta relación con el objetivo de la investigación. Se trato al máximo de que las preguntas incluidas en dicho cuestionario hubiesen sido diseñadas de una manera adecuada, en donde las personas que lo utilizaron tengan la facilidad y la habilidad para responder con exactitud, además de que fueron preguntas concisas, en donde el usuario pudo tener una buena disposición para responder.

Las consideraciones a tener en cuenta respecto de la encuesta, que fueron útiles para diseñar un instrumento de recolección de datos adecuado, son por ejemplo, el número de preguntas mínimo que inicialmente se esperaba que tuviera la encuesta fluctuaba entre 15 y 18 preguntas y su tiempo estimado para responder la encuesta es de 9 minutos en promedio si la encuesta comprende entre 15 y 18 preguntas que es lo que se tiene previsto.

La encuesta debía llevar preguntas alternativas con respuesta fija y opciones de respuestas abiertas por solicitud del Departamento de Ciencias Políticas. Cabe destacar que al momento de ejecutar la aplicación de la encuesta como tal tan solo se siguió una regla indispensable, no exceder el tiempo límite de la misma que es de 10 minutos. Dado el caso que por algunas circunstancias imprevistas cierto encuestador desee extenderse un poco se hará permisible hasta ciertos límites por fijar aun.

5.1.8 Diseño muestral. En la investigación de mercados, uno de los aspectos de más importancia y relevancia es el diseño de la muestra, pues de este dependen directamente todos los resultados a obtener y por ello es necesario incluirlo al momento de tomar las decisiones del proyecto.

5.1.8.1 Definición de la población: está constituida por la cantidad de estudiantes de colegios pertenecientes a undécimo grado, los colegios seleccionados fueron los analizados del data de la Universidad Eafit con periodo de matricula desde el primer semestre del año 2001 y estudiantes universitarios de 7° semestre en delante de programas académicos afines (administración, negocios internacionales, comunicación social, ciencias políticas, derecho y economía) de la Universidad Eafit, Universidad Pontifica Bolivariana y Universidad de Medellín (Muestreo por juicio del equipo investigador) bajo los siguientes parámetros:

- **Elemento:** en colegios se enfoco el tema solo con estudiantes de undécimo grado de los colegios seleccionados del data de la Universidad Eafit (Muestreo de conveniencia) y para el caso de los estudiantes de pregrado utilizados dentro del marco exploratorio se seleccionaron estudiantes de pregrado de 7° semestre en delante de carreras afines

- **Unidad Muestral:** colegios del Área Metropolitana de la ciudad de Medellín para la investigación de tipo concluyente y exploratoria, a su vez las Universidades privadas más importantes de la ciudad para la investigación del tipo exploratorio

- **Extensión:** Medellín y su área metropolitana

- **Tiempo o momento:** las encuestas para el ejercicio exploratorio se llevaron a cabo en el mes de mayo de 2008 y para el ejercicio concluyente se llevaron a cabo en el mes de agosto del año 2008

5.1.8.2 Marco Muestral: Para el trabajo y desarrollo del proceso de recolección de datos se definirán tres tipos de marcos muestrales, manejando los siguientes listados:

- La ciudad o municipios del Área Metropolitana de Medellín

- Los colegios calificados en los niveles medio, superior, muy superior, según la última clasificación ICFES, dentro de los municipios.

- Los estudiantes a escoger dentro de cada colegio para el caso de la investigación concluyente y exploratoria

- Los estudiantes a escoger dentro de las Universidades seleccionadas para el caso de la investigación de tipo exploratoria

5.1.8.3 Selección de la técnica de muestreo: Como se menciona desde un principio en el desarrollo de esta etapa en la investigación se llevara a cabo un muestreo aleatorio simple, es decir donde todas las unidades componentes de la unidad muestral tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas. A continuación se menciona las consideraciones a tener en cuenta al momento de realizar el muestreo en los diversos listados mencionados anteriormente

:

- En los colegios se tomaran los que fueron arrojados por la data (base de datos) suministrada por la Universidad Eafit teniendo en cuenta que la información esta delimitada por los estudiantes matriculados desde el primer semestre de 2001. Los colegios se encuentran ubicados físicamente dentro del área Metropolitana de la ciudad de Medellín. Ahora bien para armonizar el tema se propone que los colegios se encuentren clasificados en nivel medio, alto, superior y muy superior por conveniencia y de una manera aleatoria

- Para el caso de la investigación de tipo exploratoria en Colegios y Universidades se selecciono un tamaño de muestra algo representativa a juicio del equipo investigador.

5.1.8.4 Definición del tamaño de la muestra. Los parámetros a tomar en cuenta al momento de analizar el tamaño de la muestra son los siguientes:

- Especificar el nivel de precisión (error)

- Especificar el nivel de confianza o significancia

- Determinar el valor de la zeta (número de desviaciones en que un punto se encuentra alejado de la media).

- Determinar la desviación estándar de la población (mediante la realización de una premuestra).

- Si el tamaño de la muestra representa el 10% de la población aplicar corrección de la población finita.

5.2 GRUPO OBJETIVO I: ENCUESTAS PERSONALES

Estudiantes de undécimo grado de Colegios

Técnica: Encuestas personales en colegios.

Grupo Objetivo: Estudiantes de undécimo grado de colegios privados pertenecientes a los estratos 4, 5 y 6.

Número de encuestas: Trescientas treinta y nueve (339) encuestas.

Esta muestra nos permite trabajar con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 3%.

Mercado: Medellín y el Área Metropolitana

Descripción de la Metodología: Consiste en diseñar un formato de cuestionario donde se realizan el mismo tipo de preguntas para todas las personas entrevistadas. La entrevista personal por el hecho de ser cara a cara permite una interacción entre entrevistador y entrevistado, pudiendo aclarar las dudas que se presenten al responder cada pregunta específica.

El muestreo a aplicar en esta parte del estudio, es de tipo aleatorio simple, el cual consiste en que cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado para integrar la muestra. Así mismo, el tamaño de la muestra se determinó a partir de la fórmula estadística del error muestral para poblaciones infinitas, así:

Formula

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{e^2}$$

Z^2 = nivel de confianza (1,96)
 e^2 = error muestral (0,04)
 n = tamaño de la muestra
 $P \times Q$ = varianza definida (0,5) x (0,5)

5.3 GRUPO OBJETIVO II: ENCUESTAS PERSONALES

Estudiantes de pregrado (universidades)

- Técnica:** Encuestas personales en Universidades.
- Grupo Objetivo:** Estudiantes de 7° semestre en adelante pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6.
- Número de encuestas:** Trescientas cuarenta y seis (346) encuestas.
- Esta muestra nos permite trabajar con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 3%.

Mercado: Medellín y su Área Metropolitana

Descripción de la Metodología: Consiste en diseñar un formato de cuestionario donde se realizan el mismo tipo de preguntas para todas las personas entrevistadas. La entrevista personal por el hecho de ser cara a cara permite una interacción entre entrevistador y entrevistado, pudiendo aclarar las dudas que se presenten al responder cada pregunta específica.

El muestreo a aplicar en esta parte del estudio, es de tipo aleatorio simple, el cual consiste en que cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado para integrar la muestra. Así mismo, el tamaño de la muestra se determinó a partir de la fórmula estadística del error muestral para poblaciones infinitas, así:

Formula

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{e^2}$$

$Z^2 =$	nivel de confianza (1,96)
$e^2 =$	error muestral (0,04)
$n =$	tamaño de la muestra
$P \times Q =$	varianza definida (0,5) \times (0,5)

5.4 TRABAJO DE CAMPO

Se aplicará un cuestionario estructurado revisado y aprobado por el cliente, especialmente diseñado para recolectar la información de forma ágil y adecuada, que reduzca al máximo las posibilidades de error.

Las entrevistas serán realizadas por un grupo de encuestadores previamente seleccionados, quienes han recibido entrenamiento en técnicas de entrevistas, manejo y aplicación del cuestionario específico.

6. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 Investigación exploratoria

Población: estudiantes de colegios (undécimo grado)

FICHA TÉCNICA

Título del proyecto: Investigación de mercados para determinar la posibilidad de ofrecer un nuevo programa de pregrado en historia por parte de la Universidad Eafit

Equipo Ejecutor del proyecto: Liliana Gaviria Barreneche y Sergio Andrés Serrano Rivero (Estudiantes de MBA)

Ciudad: Medellín

Fecha: Junio de 2008

Grupo objetivo: Estudiantes de undécimo grado de colegios privados estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad del Medellín y su área metropolitana

Muestra: Colegios extraídos del data de la Universidad

Marco de la muestra: Base de Datos de la Universidad Eafit

Modalidad de investigación: Exploratoria

Cantidad de encuestados: 199 estudiantes de colegios (undécimo grado)

Metodología utilizada: Entrevistas personales

Instrumento utilizado: Encuestas (Cuestionario desarrollado a partir de la información recolectada del departamento de humanidades)

Información demográfica: Hombres y Mujeres entre 15 y 17 años. Estudiantes de colegio

6.1.1 Investigación exploratoria estudiantes de pregrado (7° semestre en adelante de carreras afines)

FICHA TÉCNICA

Título del proyecto: Investigación de mercados para determinar la posibilidad de ofrecer un nuevo programa de pregrado en historia por parte de la Universidad Eafit

Equipo Ejecutor del proyecto: Liliana Gaviria Barreneche y Sergio Andrés Serrano Rivero (Estudiantes de MBA)

Ciudad: Medellín

Fecha: Mayo de 2008

Grupo objetivo: Estudiantes Universitarios matriculados en carreras como Administración, Economía, Derecho, Comunicación Social y/O Negocios Internacionales, de séptimo semestre en delante de Universidades privadas (Eafit, Medellín y Pontificia Bolivariana)

Muestra: 116 estudiantes Universitarios

Marco de la muestra: Estudiantes Universitarios matriculados en carreras como Administración, Economía, Derecho, Comunicación Social y/O Negocios Internacionales, de séptimo semestre en delante de Universidades privadas (Eafit, Medellín y Pontificia Bolivariana) seleccionados al azar

Modalidad de investigación: Exploratoria

Cantidad de encuestados: Selección al azar – 116 estudiantes universitarios

Metodología utilizada: Entrevistas personales

Instrumento utilizado: Encuestas (Cuestionario desarrollado a partir de la información recolectada del departamento de humanidades)

Información demográfica: Hombres y Mujeres entre 18 y 45 años.

6.2 Investigación concluyente estudiantes colegios (undécimo grado) estrato 2, 3, 4, 5 y 6 “Experiencia Eafit”

FICHA TÉCNICA

Título del proyecto: Investigación de mercados para determinar la posibilidad de ofrecer un nuevo programa de pregrado en historia por parte de la Universidad Eafit

Equipo Ejecutor del proyecto: Liliana Gaviria Barreneche y Sergio Andrés Serrano Rivero (Estudiantes de MBA)

Ciudad: Medellín

Fecha: Agosto de 2008

Grupo objetivo: Estudiantes de undécimo grado de colegios estratos 2, 3, 4, 5 y 6 de la ciudad del Medellín y su área metropolitana

Muestra: Colegios invitados al evento “Experiencia Eafit 2008”

Marco de la muestra: Estudiantes que asistieron al evento “Experiencia Eafit 2008”

Modalidad de investigación: Concluyente

Cantidad de encuestados: 933 estudiantes de colegios (undécimo grado)

235 encuestas mal diligenciadas por los estudiantes (25%)

698 encuestas correctamente diligenciadas (75%)

Metodología utilizada: Entrevistas personales

Instrumento utilizado: Encuestas (Cuestionario desarrollado a partir de la información recolectada del departamento de humanidades)

Información demográfica: Hombres y Mujeres entre 15 y 20 años. Estudiantes de colegio

6.3 PRUEBA ÁCIDA (Población objetivo Universidad EAFIT):

La información anteriormente analizada corresponde al 100% de la población objetivo, correspondiente a los estudiantes de colegios asistentes al evento “Experiencia Eafit”. En la población objetivo aparecen mezclados colegios de estratos 2, 3, 4, 5 y 6. La Clasificación demográfica de los colegios se extrajo de la página Web del Ministerio de Educación.

Tomando como referencia lo manifestado en el punto **5.1.8.1** en cuanto a la **Definición de la población**, en la cual se especifico que está constituida por la cantidad de estudiantes de colegios pertenecientes a undécimo grado, los colegios seleccionados fueron los analizados del data de la Universidad Eafit con periodo de matricula desde el primer semestre del año 2001 y estudiantes universitarios de 7° semestre en delante de programas académicos afines y lo mencionado en el numeral **5.2** en donde se definió como grupo objetivo los estudiantes de colegios privados de estratos 4, 5 y 6 cuya muestra establecen 339 encuestas, a continuación relacionaremos el análisis de las encuestas **excluyendo** los colegios de estratos 2 y 3

FICHA TÉCNICA

Título del proyecto: Investigación de mercados para determinar la posibilidad de ofrecer un nuevo programa de pregrado en historia por parte de la Universidad Eafit

Equipo Ejecutor del proyecto: Liliana Gaviria Barreneche y Sergio Andrés Serrano Rivero (Estudiantes de MBA)

Ciudad: Medellín

Fecha: Agosto de 2008

Grupo objetivo: Estudiantes de undécimo grado de colegios privados estratos 4, 5 y 6 de la ciudad del Medellín y su área metropolitana

Muestra: 397 estudiantes

Marco de la muestra: Estudiantes de undécimo grado de colegios privados estratos 4, 5 y 6 de la ciudad del Medellín y su área metropolitana asistentes al evento “Experiencia Eafit”

Modalidad de investigación: Concluyente

Cantidad de encuestados: 397 estudiantes

Metodología utilizada: Entrevistas personales

Instrumento utilizado: Encuestas (Cuestionario desarrollado a partir de la información recolectada del departamento de humanidades)

Información demográfica: Hombres (35%) y Mujeres (65%) entre 15 y 19 años.

6.4 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA (información secundaria)

Población: padres de familia estudiantes de colegios de undécimo grado

FICHA TÉCNICA

Título del proyecto: Investigación de mercados para determinar la posibilidad de ofrecer un nuevo programa de pregrado en historia por parte de la Universidad Eafit

Equipo Ejecutor del proyecto: Liliana Gaviria Barreneche y Sergio Andrés Serrano Rivero (Estudiantes de MBA)

Ciudad: Medellín

Fecha: Mayo de 2008

Grupo objetivo: Padres de Familia de estudiantes de undécimo grado de colegios privados estratos 4, 5 y 6 de la ciudad del Medellín y su área metropolitana

Muestra: Padres de Familia de estudiantes de undécimo grado de colegios invitados al evento "Experiencia Eafit 2008"

Marco de la muestra: Padres de Familia seleccionados al azar

Modalidad de investigación: Exploratoria

Cantidad de encuestados: Selección al azar - 31 Padres de Familia de estudiantes de colegios (undécimo grado)

Metodología utilizada: Entrevistas personales

Instrumento utilizado: Encuestas (Cuestionario desarrollado a partir de la información recolectada del departamento de humanidades)

Información demográfica: Hombres y Mujeres entre 36 y 60 años.

6.5 HALLAZGOS IMPORTANTES FASES DE LA INVESTIGACIÓN

6.5.1 Investigación exploratoria estudiantes de colegios (undécimo grado):

- El 51% de los encuestados se ven influenciados por el prestigio y el reconocimiento de la institución y la infraestructura (Campus Universitario), factores que son una característica fundamental en la Universidad Eafit.

- Un factor determinante en la selección de un programa de pregrado es el valor de cada semestre, pues el 49% de los estudiantes encuestados determina como importante este punto.

- Un 49% de los encuestados cree que las personas que les costearán los estudios de pregrado estarían dispuestos a pagar entre \$ 3.000.0001 y \$ 4.000.000 de pesos por cada semestre académico.

- La Universidad Eafit, es la institución donde el 37% de los estudiantes quisiera adelantar un programa de pregrado.

- En cuanto al programa de pregrado preferido, el 17% de los encuestados afirma que Administración de Negocios es la mejor opción, un 9% de ellos asegura querer adelantar sus estudios de pregrado en historia.

- A la pregunta que se les hizo a los estudiantes acerca de cuales programas de pregrado les agradaría o desagradaría estudiar, al 6% de los estudiantes les agradaría muchísimo estudiar este programa, y al 20% seleccionaron la opción "Me agradaría".

- De los 198 estudiantes encuestados, 41 de ellos (21%) dicen que les gustaría estudiar historia en una Universidad privada.

- El 31% de los estudiantes que quieren o les gustaría estudiar un pregrado en historia, escogieron la Universidad Eafit y la Universidad Pontificia Bolivariana como la de mayor preferencia.

- 78% de los estudiantes encuestados piensa que un profesional que haya estudiado un pregrado en historia se desempeñará en Instituciones educativas. El 70% de los

estudiantes eligió como segunda opción que un profesional en historia se desempeñaría en bibliotecas o museos.

- El 50% de los encuestados pertenece al estrato 5 y se percibe que los estratos del 4 a 6 prefieren estudiar en una Universidad privada.
- El estrato 4, 5 y 6 prefieren la Universidad Eafit, la Universidad Pontificia Bolivariana se ubica de segunda en la selección del estrato 4 y 5.
- Se destaca el estrato 5 con el 51% de peso en la respuesta negativa a la pregunta "Le gustaría estudiar historia en una Universidad privada?"
- De los 41 estudiantes de colegio que respondieron que Si les gustaría estudiar un moderno pregrado en historia, el 34% espera que el valor oscile entre \$1.000.001 y \$2.000.000.

6.5.2 Investigación exploratoria estudiantes de pregrado (7° semestre en adelante):

- La proporción más alta de los encuestados (56%) vive en estratos 5 y 6. El porcentaje más alto (32%) vive en el Poblado.
- El 66% de los encuestados desea estudiar una segunda carrera de pregrado.
- El 92% prefiere estudiar su segunda carrera de pregrado en una Universidad pública.
- A pesar de tratarse de estudiantes universitarios de instituciones privadas enfocadas a estratos 4, 5 y 6 continúa siendo importante el valor del semestre académico
- Para una segunda carrera, el 46% de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre \$ 3.000.001 y \$4.000.000 de pesos por cada semestre académico.
- Para el 45% de los entrevistados, la Universidad Eafit se cataloga como la mejor opción para estudiar una segunda carrera de pregrado.

- En cuanto al programa de preferencia para adelantar una segunda carrera de pregrado, historia esta representada por un 10% de los encuestados, uno de los puntajes más bajos junto con el programa de Música.
- Las carreras de pregrado como segunda opción que más desagradarían a los encuestados son las relacionadas con Ingenierías e historia, las que más agradarían son Administración y Derecho.
- Al 26% de los encuestados les gustaría estudiar historia de una forma paralela a la carrera que esta adelantando actualmente.
- El 33% de los estudiantes que quisieran estudiar un pregrado en historia preferirían hacerlo en la Universidad Eafit.
- 17% de los estudiantes ven como una buena opción estudiar historia una vez finalicen los estudios de pregrado actual.
- De los estudiantes que quisieran estudiar Historia, el 28% prefieren estudiarla en la Universidad de Medellín el mismo porcentaje prefiere la Universidad Pontificia Bolivariana y un 27% eligieron la Universidad Eafit.
- 69% de los estudiantes encuestados piensa que un profesional que haya estudiado un pregrado en historia se desempeñará en Instituciones educativas
- El 34% de las personas encuestadas creen que estaría dispuestos a pagar entre \$2.000.001 y \$3.000.000

6.5.3 Investigación exploratoria padres de familia de estudiantes de colegios (undécimo grado):

- La proporción más alta vive en estratos 4, 5 y 6. El porcentaje más alto (29%) vive en el Poblado.
- El 29% de los encuestados supera los 50 años, queda la duda si realmente eran los padres de familia o abuelos de los estudiantes

- EL 94% de los encuestados prefiere que su hijo estudie en una Universidad privada.
- Los grupos que los padres de familia encuestados consideran como más influyen para la toma de decisión al momento de elegir una carrera de pregrado, son en su orden la Familia (36%), los amigos y/o compañeros (36%) y los profesores del colegio. (15%).
- Para el 65% de los padres de familia, el valor de cada semestre académico es algo importante.
- La Universidad Eafit es la preferida del 81% de los padres de familia encuestados para que su hijo adelante los estudios de pregrado.
- El 6% de los padres de familia afirma que les gustaría que su hijo adelantara sus estudios de pregrado en historia, siendo el porcentaje mas bajo junto con el pregrado en artes y música.
- El 74% de los encuestados afirman no conocer Universidades donde se ofrezca pregrado en historia.
- De los 31 padres de familia encuestados, 4 de ellos quieren que sus hijos estudien un pregrado en historia.
- La prensa escrita es el medio de comunicación en la que mayoría de los padres se entera de las ofertas de pregrado que tiene la Universidad Eafit.

6.5.4 Investigación concluyente estudiantes de colegios (undécimo grado):

- La proporción más alta de los encuestados (56%) vive en estratos 5 y 6. El porcentaje más alto (32%) vive en el Poblado.
- El 66% de los encuestados desea estudiar una segunda carrera de pregrado.
- El 92% prefiere estudiar su segunda carrera de pregrado en una Universidad pública.
- A pesar de tratarse de estudiantes universitarios de instituciones privadas enfocadas a estratos 4, 5 y 6 continúa siendo importante el valor del semestre académico

- Para una segunda carrera, el 46% de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre \$ 3.000.001 y \$4.000.000 de pesos por cada semestre académico.
- Para el 45% de los entrevistados, la Universidad Eafit se cataloga como la mejor opción para estudiar una segunda carrera de pregrado.

- En cuanto al programa de preferencia para adelantar una segunda carrera de pregrado, historia esta representada por un 10% de los encuestados, uno de los puntajes más bajos junto con el programa de Música.

- Las carreras de pregrado como segunda opción que más desagradarían a los encuestados son las relacionadas con Ingenierías e historia, las que más agradarían son Administración y Derecho.

- Al 26% de los encuestados les gustaría estudiar historia de una forma paralela a la carrera que esta adelantando actualmente.

- El 33% de los estudiantes que quisieran estudiar un pregrado en historia preferirían hacerlo en la Universidad Eafit.

- 17% de los estudiantes ven como una buena opción estudiar historia una vez finalicen los estudios de pregrado actual.

- De los estudiantes que quisieran estudiar historia, el 28% prefieren estudiarla en la Universidad de Medellín el mismo porcentaje prefiere la Universidad Pontificia Bolivariana y un 27% eligieron la Universidad Eafit.

- 69% de los estudiantes encuestados piensa que un profesional que haya estudiado un pregrado en historia se desempeñará en Instituciones educativas
 - El 34% de las personas encuestadas creen que estaría dispuestos a pagar entre \$2.000.001 y \$3.000.000 de pesos por cada semestre académico.

6.6. INFORMACIÓN SECUNDARIA OTRAS UNIVERSIDADES QUE OFRECEN EL PROGRAMA DE HISTORIA EN PREGRADO

En la ciudad de Medellín la Universidad Nacional y la Universidad de Antioquia ofrecen el pregrado en historia, las Universidades en mención no se investigaron para determinar la cantidad de estudiantes egresados a la fecha o definir el perfil del estudiante debido a que el perfil del estudiante esta demarcado por la Universidad como un todo, teniendo en cuenta el carácter de Universidades Públicas.

El target que ha definido la Universidad Eafit esta más enmarcado en los estudiantes de colegios de estratos 4, 5 y 6 sin excluir estudiantes de estratos 2 y 3 para los cuales la Universidad Eafit tiene un alto componente aspiracional, teniendo en cuenta que los colegios de estratos 4, 5 y 6 son los que más aportan estudiantes a la Universidad Eafit, se definió conocer un poco más el perfil de los estudiantes de Universidad Privadas de Bogotá las cuales están más acordes al público de la Universidad Eafit.

a. Universidad de los Andes

- El pregrado esta definido para ser adelantado por los estudiantes en Cinco años
- El pregrado fue inaugurado hace 12 años
- A la fecha tiene 140 matriculados (6 estudiantes promedio por semestre) y 122 egresados (5 estudiantes promedio por semestre)
- Los egresados del programa de historia adquieren destrezas para el análisis de distintos procesos en el tiempo, de índole económica, política, social y cultural, especialmente los relacionados con las realidades latinoamericana y colombiana. Por esta razón, están en capacidad de producir explicaciones integrales sobre los fenómenos sociales
- Los egresados del programa desarrollan capacidades de lectura crítica y reflexiva y de articulación de su conocimiento con el generado por las otras ciencias sociales. Igualmente, adquieren una gran capacidad de expresión escrita y oral. Por esta razón, pueden desempeñarse en áreas muy diversas, aportando este enfoque integral a la explicación o solución de problemáticas particulares. De esta forma, nuestros egresados se desempeñan en el sector público, en proyectos de formulación de políticas públicas, en gestión cultural, gestión urbana y gestión del conocimiento, programas sociales, trabajo con comunidades, museología, patrimonio y turismo. También se desempeñan en organizaciones no gubernamentales que trabajan en temas de patrimonio, memoria, resolución de conflictos, migraciones, etc.

Igualmente importante es la participación de nuestros egresados en la docencia en colegios y universidades, en el periodismo y en el trabajo editorial. Muchos egresados han continuado con su formación en esta y otras disciplinas a nivel de postgrado en universidades internacionales con importantes resultados

- El pregrado esta dividido en cinco ciclos (básico profesional, básico uniandes, cursos de libre elección, ciclo profesional y ciclo profesional complementario

- El perfil del estudiante es de estratos 4, 5 y 6
- El valor de la matrícula para el primer semestre de 2009 es de \$9,660,000
- El pregrado inicio actividades en el primer semestre de 1996
- A la fecha se han graduado 130 estudiantes y el promedio de estudiantes inscritos por semestre es de 15 estudiantes
- La mayoría de los estudiantes del pregrado lo han tomado como segunda carrera de pregrado

PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA DE HISTORIA

DEPARTAMENTO DE HISTORIA

¿Qué es la historia?

La historia es una disciplina fundamental para la comprensión de la realidad contemporánea. A través del estudio de los fenómenos del pasado, se encarga de producir conocimientos que nos ayudan a comprender dicha realidad. El programa de historia de la Universidad de los Andes tiene en cuenta las nuevas interpretaciones y alcances de la disciplina, contemplando cursos teórico - metodológicos que generen en el estudiante un pensamiento crítico y analítico y cursos de procesos históricos que lo entrenen en el reconocimiento de las diferencias y semejanzas entre la historia de Colombia, América y el resto del mundo. Se incluyen áreas novedosas como estudios de género, estudios sociales en ciencia y tecnología, estudios afrocolombianos, historia de África, Asia y Medio Oriente contemporáneos.

¿Por qué estudiar historia en la Universidad de los Andes?

El Departamento de historia de la Universidad de los Andes cuenta con una planta profesoral de alta calidad; el 70% de ellos posee título de Doctorado y el 30% de Maestría, que han sido otorgados por prestigiosas universidades. Existe, además, una gran diversidad en sus áreas de formación y de investigación, por esa razón el estudiante profundiza sus estudios bajo un ambiente interdisciplinario, desde múltiples áreas y perspectivas.

El programa se caracteriza por su flexibilidad, la cual permite al estudiante ampliar sus intereses académicos y planear su carrera de manera individualizada. Además, el diseño del pensum facilita que los estudiantes fortalezcan sus conocimientos en las áreas de su mayor interés.

El Departamento cuenta con varios grupos de investigación clasificados en la categoría más alta que otorga Colciencias. Dentro de cada grupo se desarrollan líneas

sobre Ordenamiento Espacial y Territorial, historia agraria, historia ambiental, historia de la iglesia, estudios sociales en ciencia y tecnología, estudios en ilegalidad y corrupción, estudios afrocolombianos, historia de las relaciones internacionales y globalización. Cada docente lleva a cabo investigaciones que cuentan con la participación de estudiantes que trabajan como asistentes de investigación o como jóvenes investigadores.

El Departamento publica semestralmente la revista “*Historia Crítica*”, indexada internacionalmente, y clasificada en la categoría A de Colciencias. La Revista contiene un espacio donde los estudiantes pueden publicar sus trabajos investigativos. Además, las tesis meritorias de los estudiantes tienen la posibilidad de ser publicadas en una colección especial llamada los Documentos del Cesó.

Programa Modelo

Título	Historiador(a)
Duración	8 semestres
No. de créditos	120
Jornada	Diurna
Código SNIES	181349000001100111100
Acreditación Nacional	Resolución 2586 de Julio 1 de 2005 (8 años)

Primer semestre

Pensadores clásicos: Marx, Durkheim y Weber
Curso de Año Básico en el Área de Economía política
Curso de Año Básico en el Área de Filosofía e historia de las Ciencias
Introducción a la historia 1
Curso Ciclo Básico Uniandino (CBU)

Segundo semestre

Curso de Año Básico en el Área de historia de Colombia
Curso de Año Básico en el Área de Pensadores clásicos
Curso de Año Básico en el Área de Teoría contemporánea
Introducción a la historia 2

Métodos Cualitativos de Investigación

Tercer semestre

Fuentes 1: Archivos y Documentos

Geografía General

Etnohistoria Americana

Historia del Mundo Antiguo

Estadística 1 (Ciencias Sociales)

Cuarto semestre

Fuentes 2

Geografía de Colombia

Historia Colonial Comparada

Historia de la Edad Media

Constitución y Democracia

Quinto semestre

Corrientes Historiográficas

Historia Colombia siglo XIX

Historia América Latina siglo XIX

Historia Moderna de Europa

Curso Ciclo Básico Uniandino (CBU)

Sexto semestre

Historiografía de Colombia

Historia Colombia siglo XX

Historia América Latina siglo XX

Curso del área de Historia Contemporánea

Seminario Electivo 1

Séptimo semestre

Seminario Electivo 2
Seminario de Monografía de Grado
Curso Ciclo Básico Uniandino (CBU)
Curso Ciclo Básico Uniandino (CBU)
Curso Ciclo Básico Uniandino (CBU)

Octavo semestre

Monografía de grado*
Curso Ciclo Básico Uniandino (CBU)
Curso de libre elección (CLE)
Curso de libre elección (CLE)

*El estudiante de historia tiene la posibilidad de escoger entre cuatro formas de trabajo de grado de acuerdo con sus intereses profesionales: Monografía de Grado, Asistencia de Investigación, Práctica Docente y Programa Cotermino. Esta última está disponible cuando desea continuar sus estudios de Maestría.

¿Qué hacen nuestros egresados?:

Los egresados del programa de historia adquieren destrezas para el análisis de distintos procesos en el tiempo, de índole económica, política, social y cultural, especialmente los relacionados con las realidades latinoamericana y colombiana. Por esta razón, están en capacidad de producir explicaciones integrales sobre los fenómenos sociales.

Los egresados del programa desarrollan capacidades de lectura crítica y reflexiva y de articulación de su conocimiento con el generado por las otras ciencias sociales. Igualmente, adquieren una gran capacidad de expresión escrita y oral. Por esta razón, pueden desempeñarse en áreas muy diversas, aportando este enfoque integral a la explicación o solución de problemáticas particulares. De esta forma, nuestros egresados se desempeñan en el sector público, en proyectos de formulación de políticas públicas, en gestión cultural, gestión urbana y gestión del conocimiento, programas sociales, trabajo con comunidades, museología, patrimonio y turismo. También se desempeñan en organizaciones no gubernamentales que trabajan en temas de patrimonio, memoria, resolución de conflictos, migraciones, etc.

Igualmente importante es la participación de nuestros egresados en la docencia en colegios y universidades, en el periodismo y en el trabajo editorial. Muchos egresados han continuado con su formación en esta y otras disciplinas a nivel de postgrado en universidades internacionales con importantes resultados

b. Universidad Javeriana

- El pregrado esta definido por cinco semestres
- El pregrado fue inaugurado hace 7 años
- A la fecha tiene 95 matriculados (10 estudiantes promedio por semestre) y 74 egresados (7 estudiantes promedio por semestre)
- El perfil del estudiante es de estrato 4, 5 y 6
- El valor de la matricula oscila entre \$4,500,000 y \$7,000,000
- El pregrado inicio actividades en el primer semestre de 1978
- A la fecha se han graduado 256 estudiantes y el promedio de estudiantes inscritos por semestre es de 18 estudiantes

c. Universidad Externado de Colombia

- El pregrado esta definido por cinco semestres
- El pregrado fue inaugurado hace 6 años
- A la fecha tiene 64 matriculados (5 estudiantes promedio por semestre) y 52 egresados (4 estudiantes promedio por semestre)
- El perfil del estudiante es de estrato 4, 5 y 6
- El valor de la matricula es de \$6,800,000
- El pregrado inicio actividades en el primer semestre de 2001
- A la fecha se han graduado 6 estudiantes y el promedio de estudiantes inscritos por semestre es de 4 estudiantes
- Una buena parte de los estudiantes del pregrado lo han tomado como segunda carrera de pregrado

d. Universidad del Rosario

- El pregrado esta definido por 5 semestres (151 créditos)
- El pregrado fue inaugurado hace 8 años
- A la fecha tiene 87 matriculados (5 estudiantes promedio por semestre) y 63 egresados (4 estudiantes promedio por semestre)
- Los semestres se dividen en (competencias comunicativas, competencias en pensamiento formal, tiempo y espacio, ciencia y tecnología, sociedad y artes)

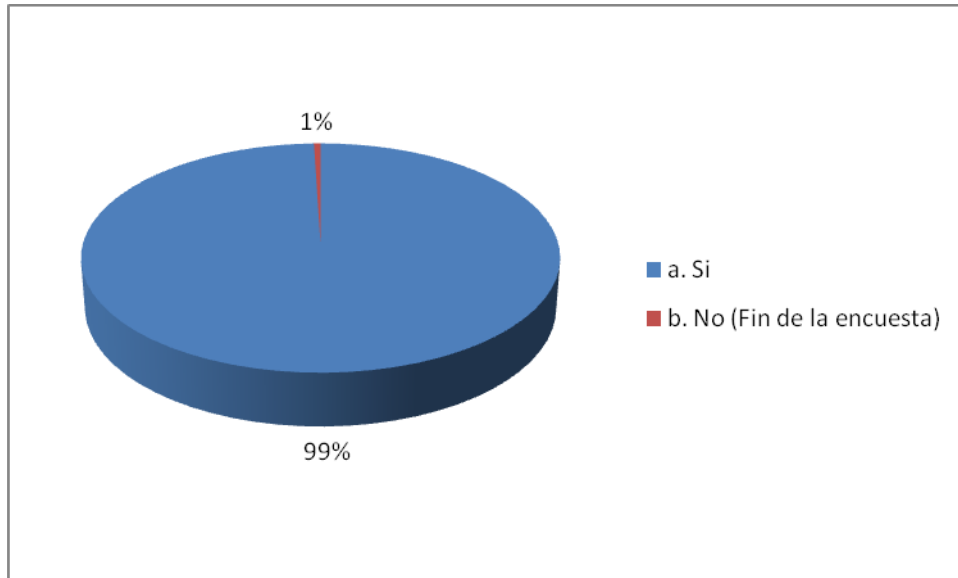
- El pregrado inicio actividades en el segundo semestre de 2006, a la fecha es claro que no ha tenido egresados
- El promedio de estudiantes inscritos cada semestre es de 10 estudiantes
- El perfil del estudiante es de estrato 4, 5 y 6
- El semestre tiene un costo de \$3,180,000
- El 70% de las personas que deciden adelantar el pregrado lo realizan como segunda carrera y después de 35 años de vida
- La mayoría de los estudiantes del pregrado lo han tomado como segunda carrera de pregrado

6.7 RESULTADOS ENCUESTAS

6.7.1. ANÁLISIS RESULTADOS INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA (numeral 6.1)

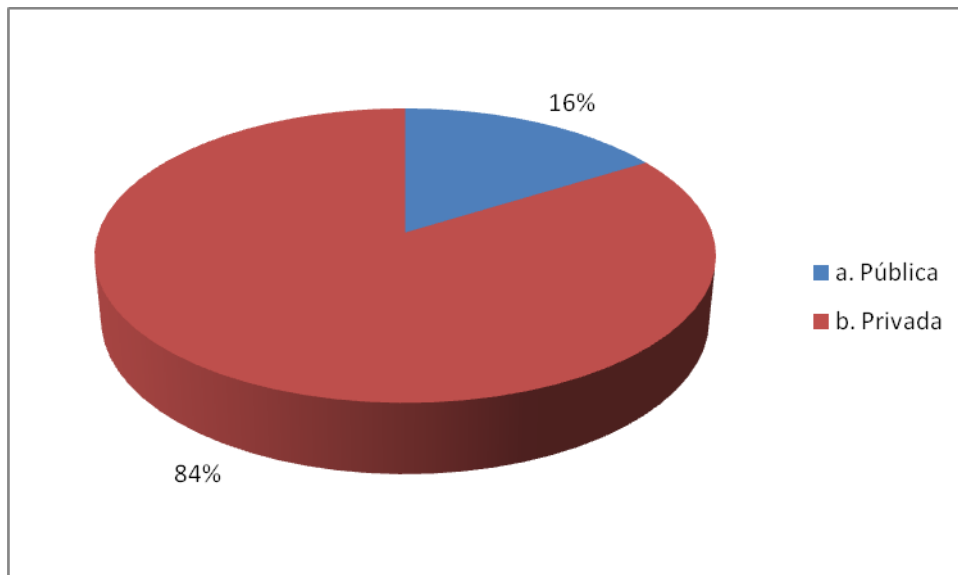
1. ¿Desea estudiar alguna carrera de pregrado?

El 99% de los estudiantes encuestados desean estudiar una carrera de pregrado.



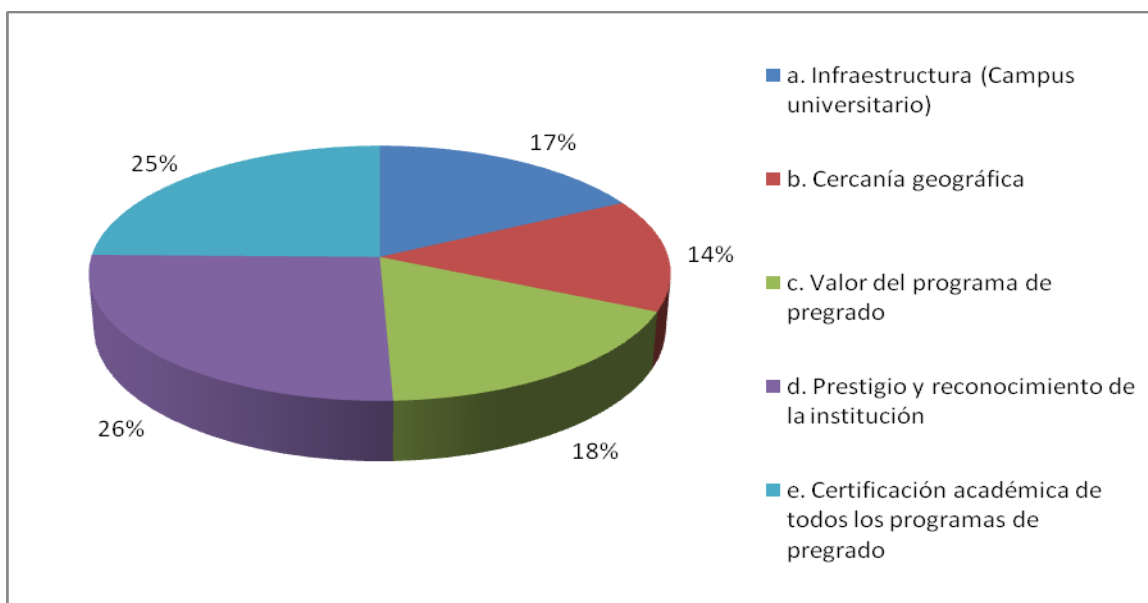
2. ¿En que tipo de Universidad preferiría estudiar una carrera de pregrado?

El 16% de los encuestados expresa su interés en participar en una institución pública, mientras tanto, el 84% preferirían una privada.



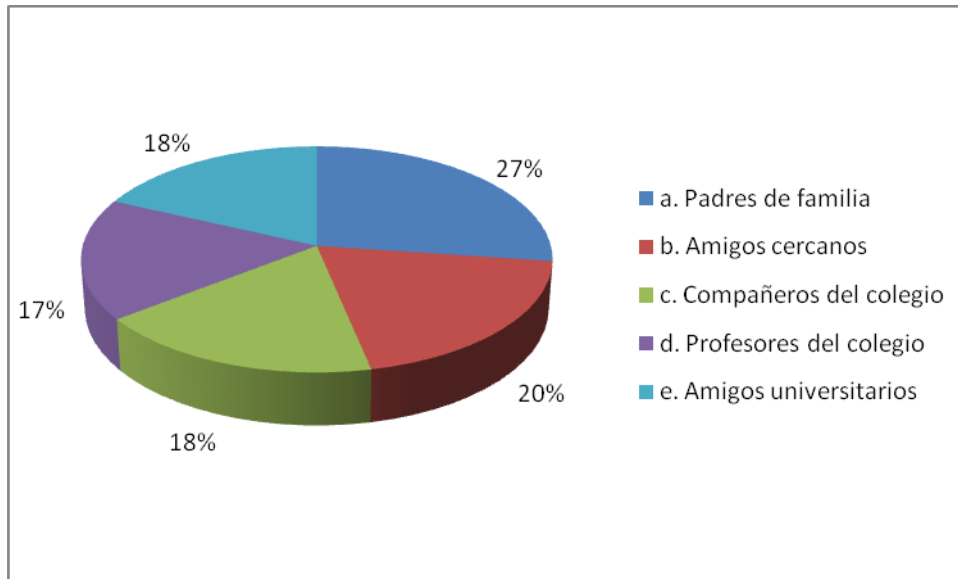
3. Enumere de 1 a 5 las variables por las cuales seleccionaría una Universidad para estudiar alguna carrera de pregrado (siendo 1 la menor calificación y 5 la mayor calificación)

a. Infraestructura (Campus universitario)	528	17%
b. Cercanía geográfica	433	14%
c. Valor del programa de pregrado	531	18%
d. Prestigio y reconocimiento de la institución	783	26%
e. Certificación académica de todos los programas de pregrado	748	25%
	3023	100%



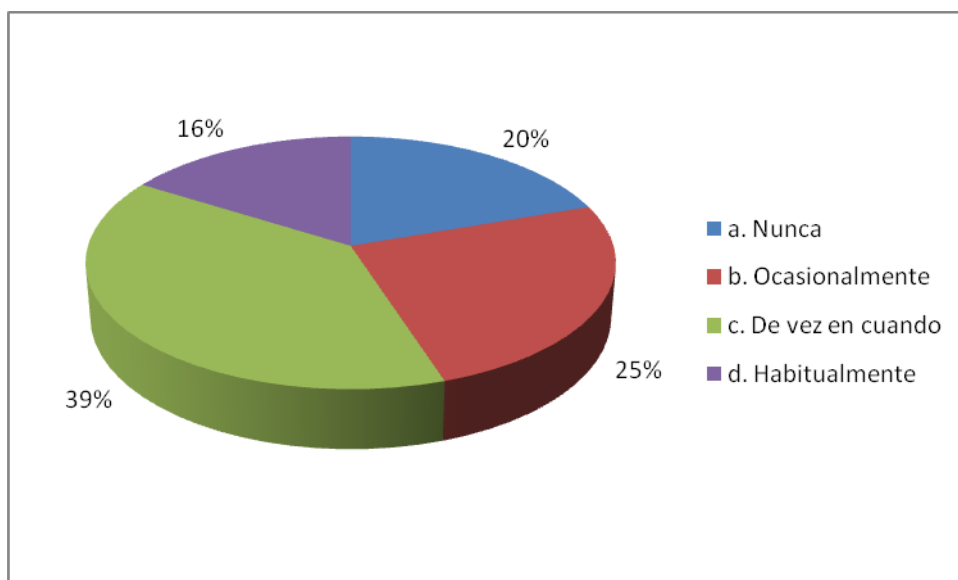
4. Enumere de 1 a 5 los grupos de influencia ó referencia que más pesan en el momento de tomar la decisión, para la selección de la Universidad en donde desea adelantar los estudios de pregrado (siendo 1 la menor calificación y 5 la mayor calificación)

a. Padres de familia	798	27%
b. Amigos cercanos	575	20%
c. Compañeros del colegio	524	18%
d. Profesores del colegio	510	17%
e. Amigos universitarios	533	18%
	2940	100%



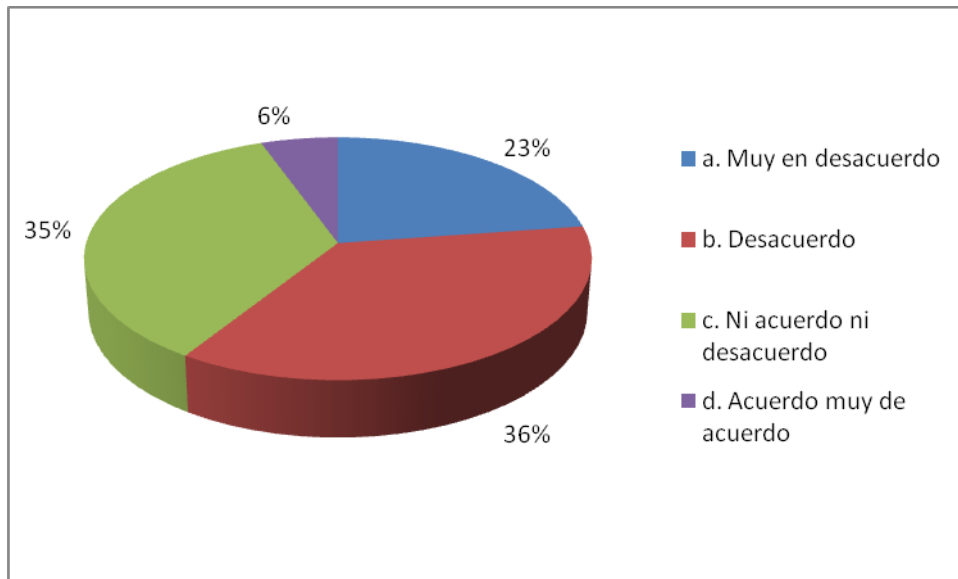
5. ¿Consulta usted en páginas de Internet los programas de pregrado que ofrecen las universidades?

a. Nunca	39	20%
b. Ocasionalmente	50	25%
c. De vez en cuando	77	39%
d. Habitualmente	32	16%
	198	100%



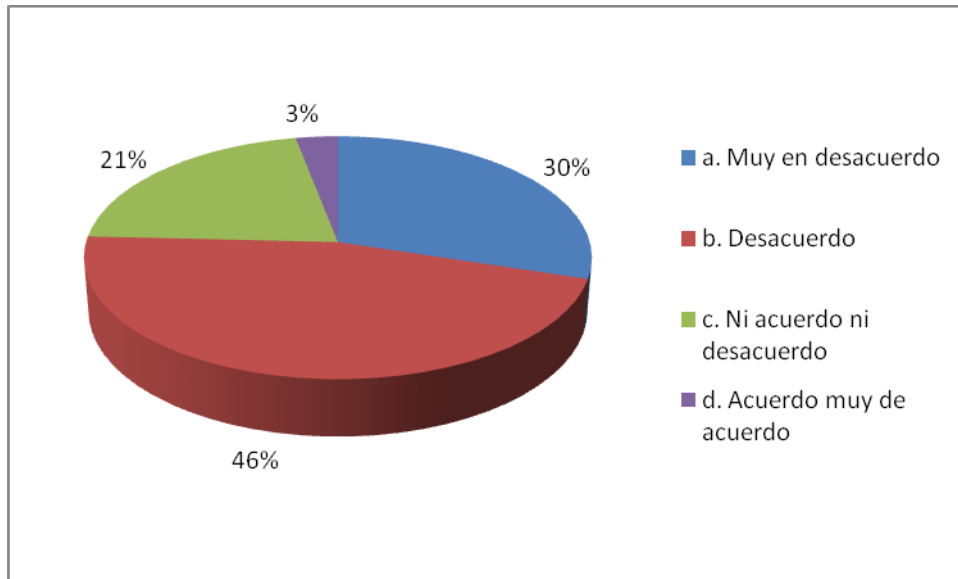
6. ¿Considera usted que el éxito profesional de un egresado universitario depende solo del nombre de la Universidad, sin importar la carrera estudiada?

a. Muy en desacuerdo	45	23%
b. Desacuerdo	72	36%
c. Ni acuerdo ni desacuerdo	70	35%
d. Acuerdo muy de acuerdo	11	6%
	198	100%



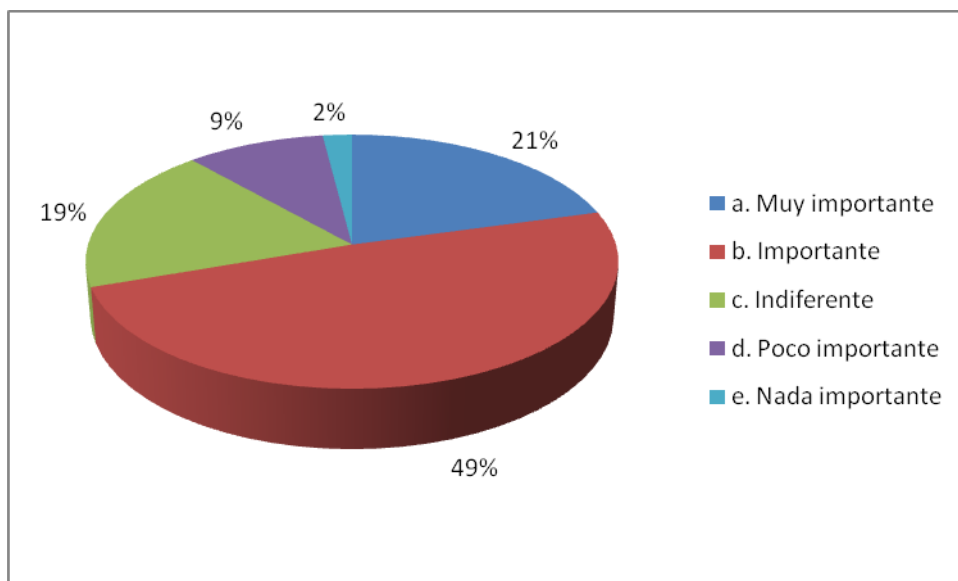
7. ¿En el momento de tomar la decisión de cual programa de pregrado debe usted seleccionar, importa mucho el titulo profesional que su padre o madre hayan obtenido en pregrado?

a. Muy en desacuerdo	59	30%
b. Desacuerdo	91	46%
c. Ni acuerdo ni desacuerdo	42	21%
d. Acuerdo muy de acuerdo	6	3%
	198	100%



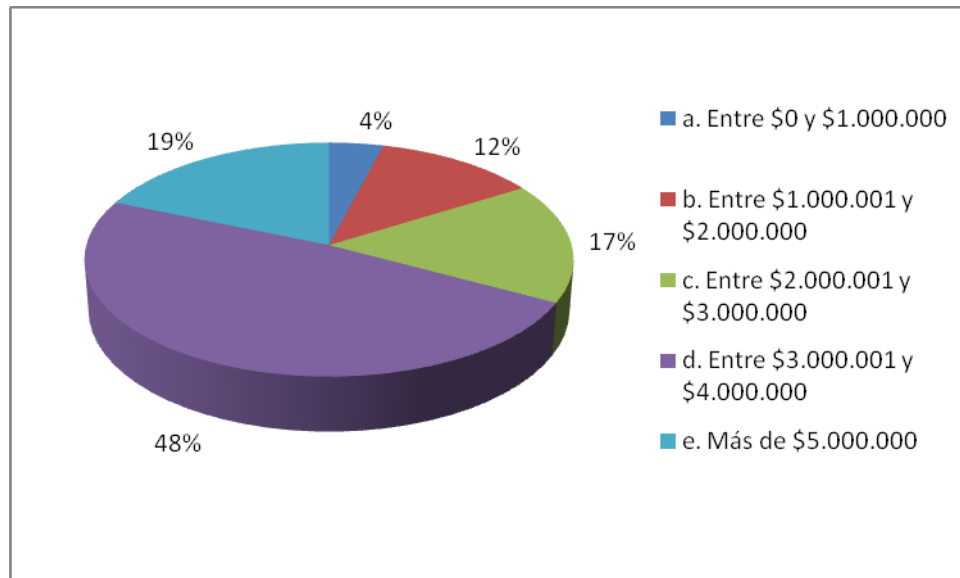
8. Para usted el valor de cada semestre académico de la carrera de pregrado es....

a. Muy importante	41	21%
b. Importante	97	49%
c. Indiferente	37	19%
d. Poco importante	19	10%
e. Nada importante	4	2%
	198	100%



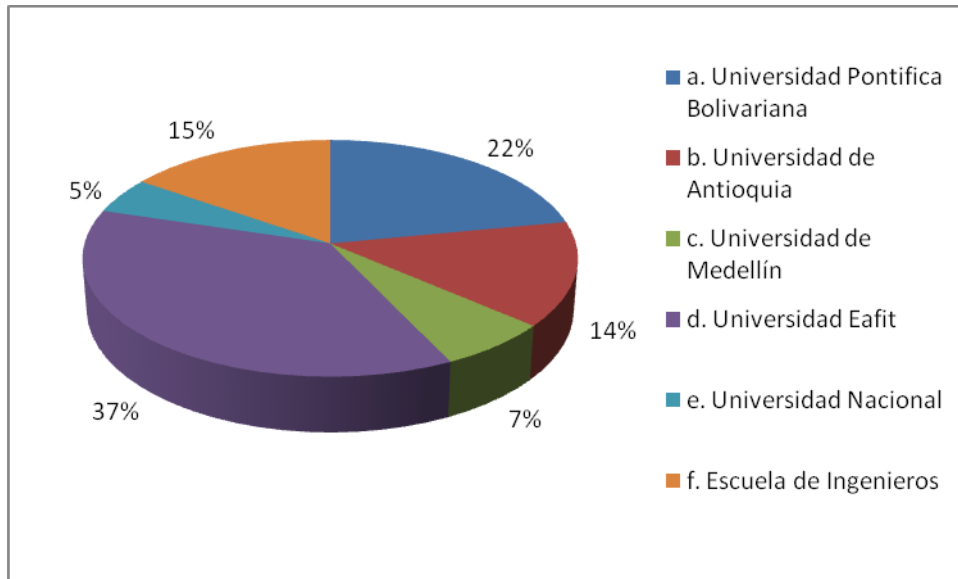
9. ¿Cuánto cree usted que estarían dispuestas a pagar por semestre académico, las personas que le van a costear sus estudios de pregrado?

a. Entre \$0 y \$1.000.000	8	4%
b. Entre \$1.000.001 y \$2.000.000	24	12%
c. Entre \$2.000.001 y \$3.000.000	33	17%
d. Entre \$3.000.001 y \$4.000.000	96	48%
e. Más de \$5.000.000	37	19%
	198	100%

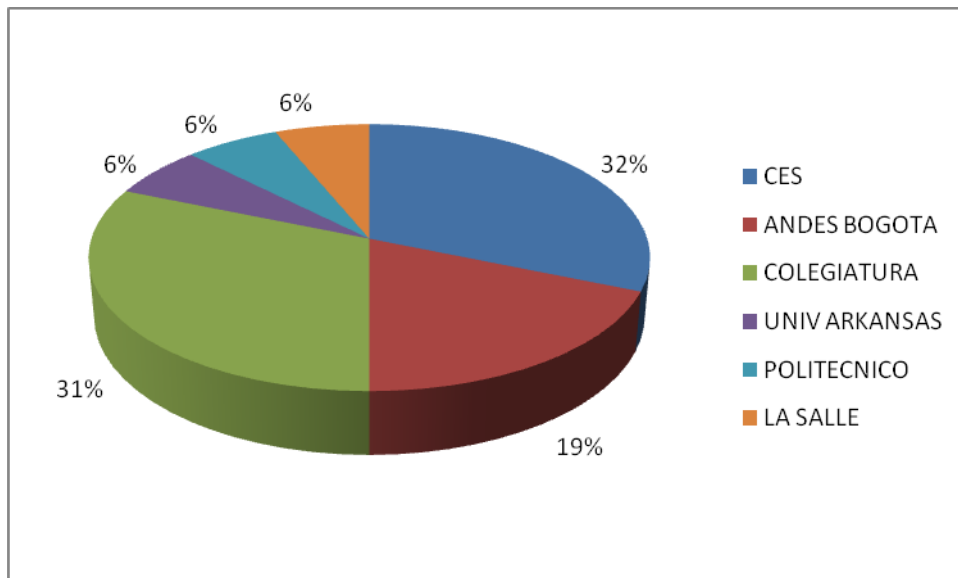


10. ¿cuál de las siguientes Universidades le gustaría adelantar sus estudios de pregrado?

a. Universidad Pontifica Bolivariana	40	22%
b. Universidad de Antioquia	26	14%
c. Universidad de Medellín	12	7%
d. Universidad Eafit	67	37%
e. Universidad Nacional	9	5%
f. Escuela de Ingenieros	28	15%
	182	100%



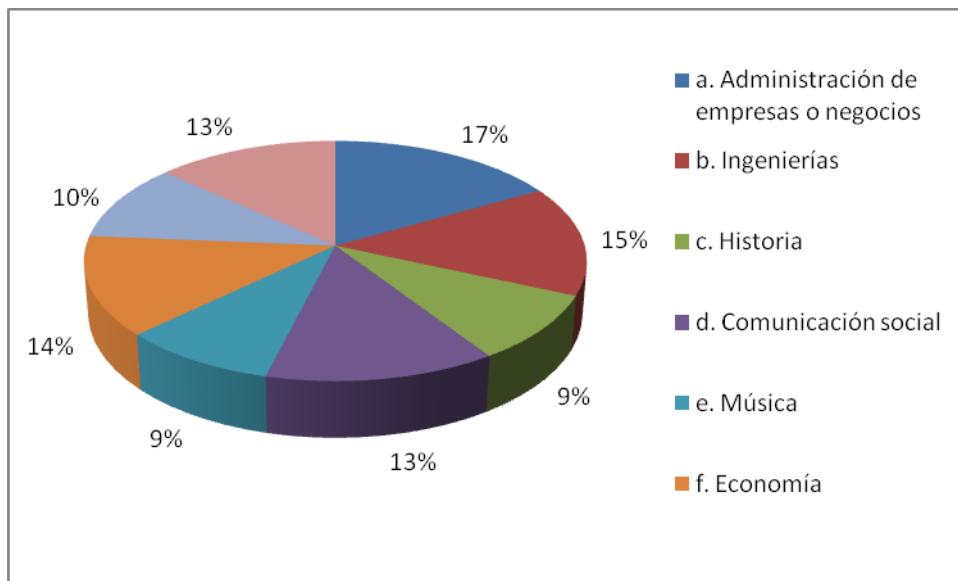
16 encuestados eligieron otras Universidades como la mejor opción:



11. Por favor ordene los programas académicos de la siguiente lista, de acuerdo con su grado de preferencia para adelantar sus estudios de pregrado, de modo que asigne 1 al programa menos preferido y 8 el programa que más prefiere.

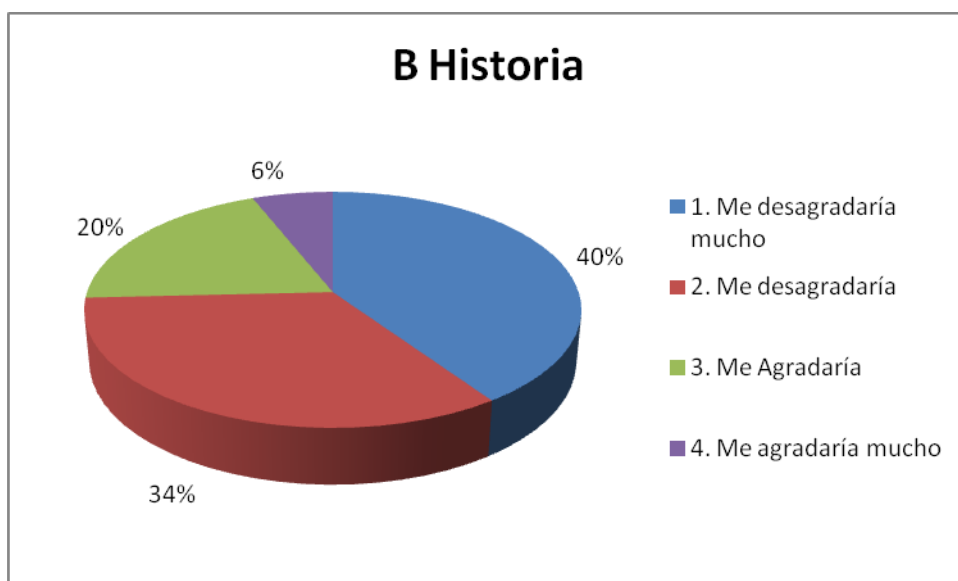
a. Administración de empresas o negocios	1161	17%
b. Ingenierías	1025	15%
c. Historia	628	9%
d. Comunicación social	916	13%
e. Música	620	9%
f. Economía	927	13%
g. Contaduría Pública	719	10%

h. Derecho	919	13%
	6915	100%



12. Por favor indique cuanto le agradaría estudiar en alguno de los programas de pregrado descritos a continuación

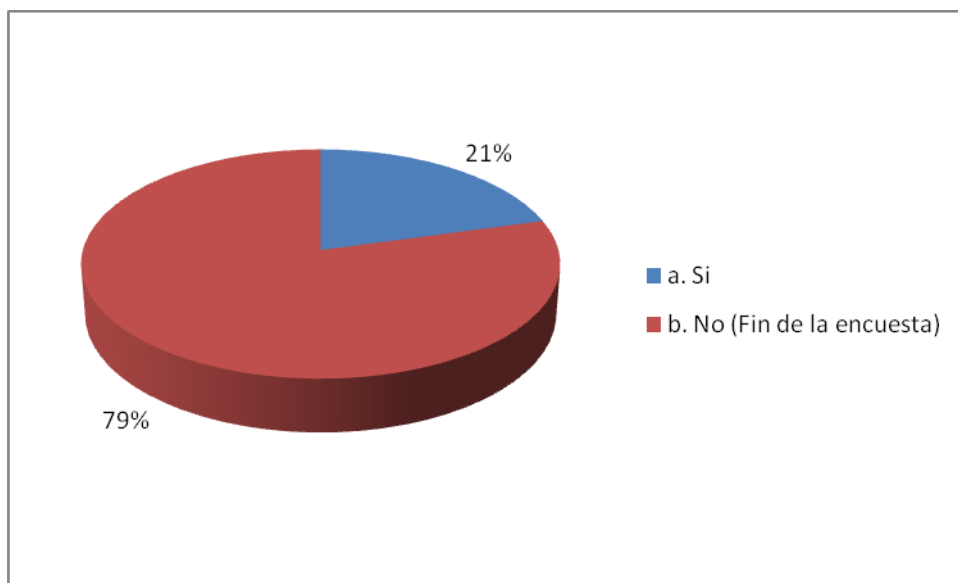
En términos de análisis, lo que más interesa es saber que cantidad de estudiantes eligió que le agradaría estudiar Historia:



Al 40% de los encuestados les desagradaría mucho estudiar historia como programa de pregrado, el 34% solamente les desagradaría la idea de estudiar un pregrado en Historia, el 20% de los encuestados afirman que les agradaría estudiar Historia, el 6% aseguran que les agradaría mucho estudiar Historia como programa de pregrado.

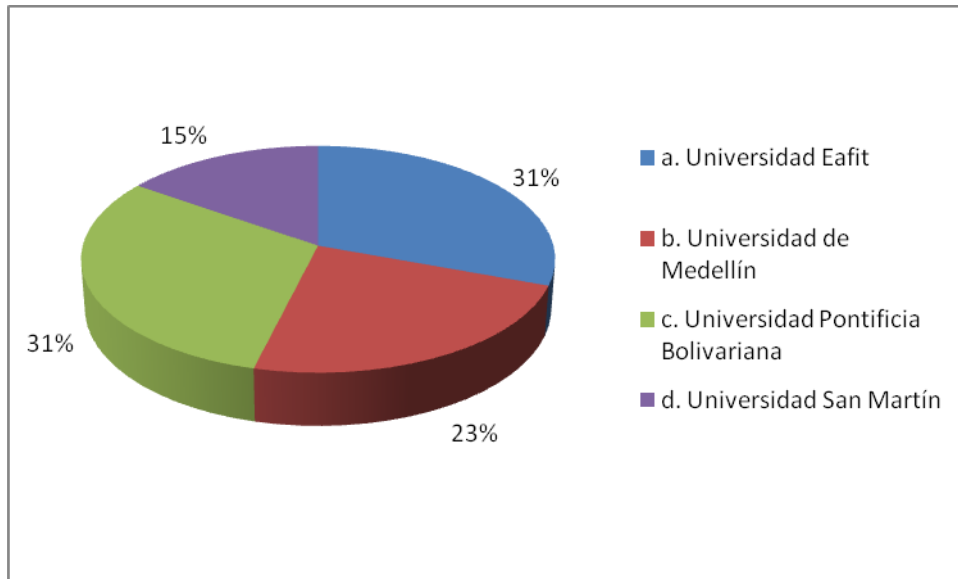
13. ¿Le gustaría estudiar Historia en una Universidad privada?

a. Si	41	21%
b. No (Fin de la encuesta)	157	79%
	198	100%



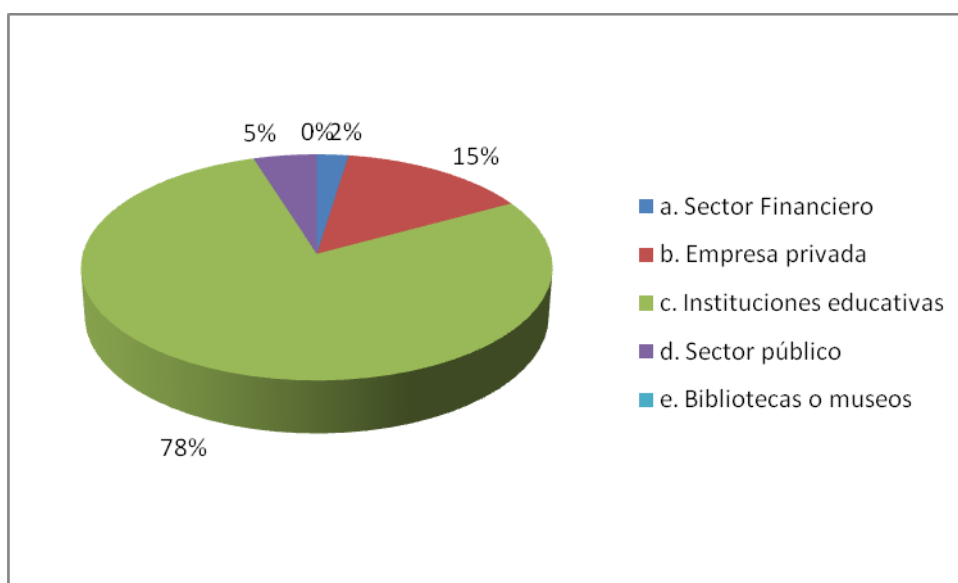
14. Por favor ordene las Universidades de la siguiente lista, de acuerdo con su grado de preferencia para adelantar sus estudios de pregrado en Historia, de modo que asigne 1 a la Universidad menos preferida y 4 a la Universidad que más preferiría.

a. Universidad Eafit	126	31%
b. Universidad de Medellín	96	23%
c. Universidad Pontificia Bolivariana	127	31%
d. Universidad San Martín	63	15%
	412	100%



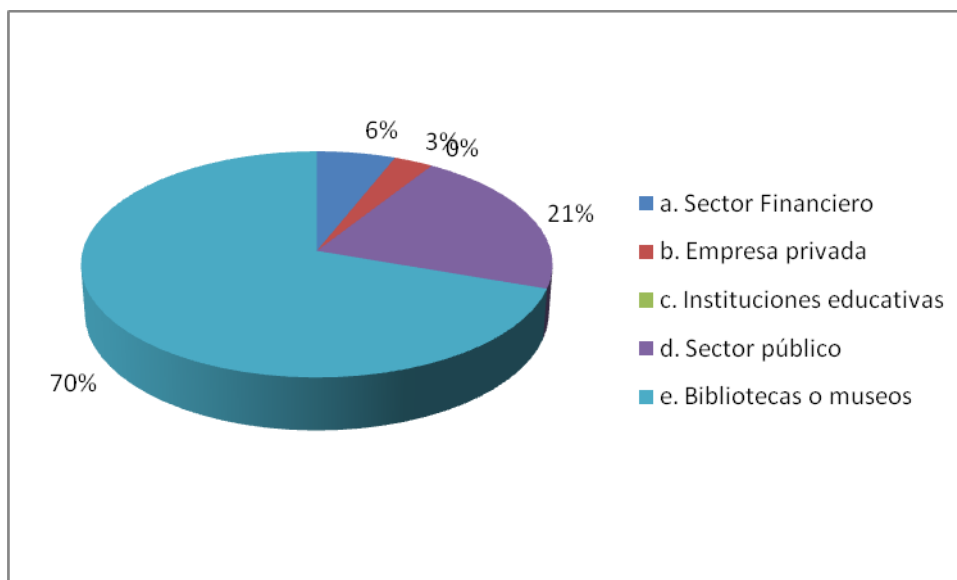
15. ¿En que sectores cree usted se puede desempeñar un profesional que haya estudiado un pregrado en Historia? Seleccione máximo dos opciones.

a. Sector Financiero	1	2%
b. Empresa privada	6	15%
c. Instituciones educativas	32	78%
d. Sector público	2	5%
e. Bibliotecas o museos	0	0%
	41	100%



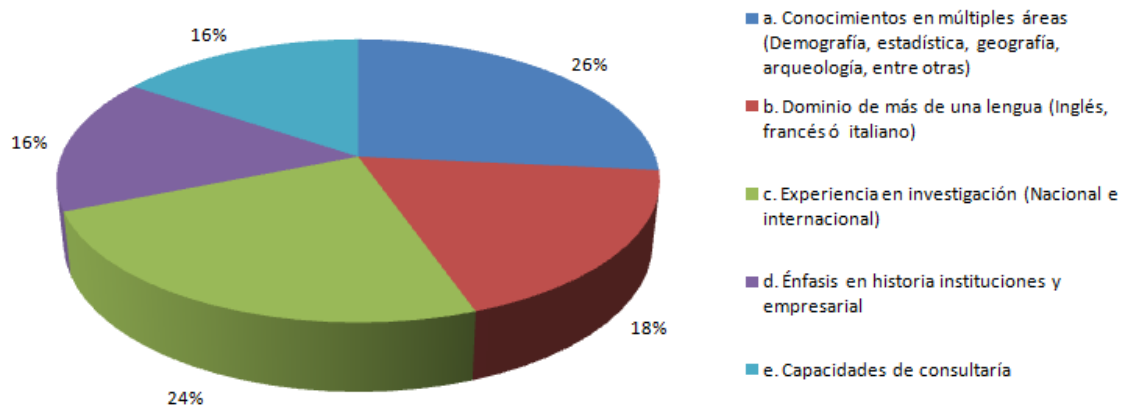
Como segunda opción, el 70% de los encuestados eligieron que una persona profesional en historia se puede desempeñar en Bibliotecas y museos, el 21% en el sector público, el 6% en el sector financiero y el 3% en empresas privadas.

a. Sector Financiero	2	6%
b. Empresa privada	1	3%
c. Instituciones educativas	0	0%
d. Sector público	7	21%
e. Bibliotecas o museos	23	70%
	33	100%



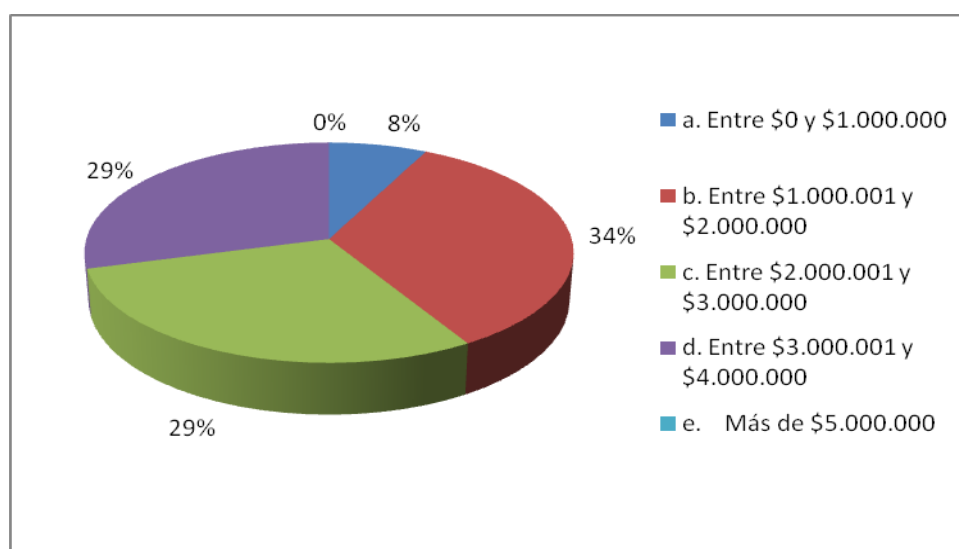
16. Por favor reparta 10 puntos entre los siguientes atributos, de acuerdo a lo que usted considera debería poseer un Historiador egresado de una Universidad privada. (La suma total debe dar 10)

a. Conocimientos en múltiples áreas (Demografía, estadística, geografía, arqueología, entre otras)	116	27%
b. Dominio de más de una lengua (Inglés, francés ó italiano)	79	18%
c. Experiencia en investigación (Nacional e internacional)	106	24%
d. Énfasis en historia instituciones y empresarial	68	16%
e. Capacidades de consultaría	68	16%
	437	100%



17. ¿Cuánto cree usted que estarían dispuestas a pagar por semestre académico, las personas que le van a costear sus estudios, si el programa seleccionado fuera Historia?

a. Entre \$0 y \$1.000.000	3	7%
b. Entre \$1.000.001 y \$2.000.000	14	34%
c. Entre \$2.000.001 y \$3.000.000	12	29%
d. Entre \$3.000.001 y \$4.000.000	12	29%
e. Más de \$5.000.000	0	0%
	41	100%



Análisis cruzado de preguntas:

- **Estrato vs. Pregunta 2** ¿En que tipo de Universidad preferiría estudiar una carrera de pregrado?

ESTRATO	U. PÚBLICA	U. PRIVADA	TOTAL	PART%
5	14	85	99	50%
4	9	49	58	29%
3	9	28	37	19%
6		4	4	2%
Gran Total	32	166	198	100%

El resultado no se aleja de la percepción de la realidad, del estrato 4 al 6 existe una marcada preferencia por estudiar en universidades privadas

- **Estrato vs. Pregunta 10** ¿cuál de las siguientes Universidades le gustaría adelantar sus estudios de pregrado?

UNIVERSIDAD	3	4	5	6	TOTAL	PART%
EAFIT	8	17	40	2	67	35%
UPB	9	14	16	1	40	21%
EIA	1	9	17	1	28	15%
ANTIOQUIA	8	9	9		26	14%
MEDELLIN	6	3	3		12	6%
OTRA	1	2	7		10	5%
NACIONAL	3	2	4		9	5%
TOTAL	37	58	100	4	192	100%

- **Estrato vs. Pregunta 13** ¿Le gustaría estudiar Historia en una Universidad privada?

RESPUESTA	3	4	5	6	TOTAL	PART%
NO	28	47	80	2	157	79%
SI	9	11	19	2	41	21%
TOTAL	37	58	99	4	198	100%

- **Pregunta 13 vs. Pregunta 17** ¿Le gustaria estudiar un pregrado en historia? Vs. ¿Cuánto cree usted que estarían dispuestas a pagar por semestre académico, las personas que le van a costear sus estudios, si el programa seleccionado fuera Historia?

	SI	NO	TOTAL	
		157	157	
ENTRE \$0 Y \$1.000.000	3		3	
ENTRE \$1.000.001 Y \$2.000.000	14		14	34%
ENTRE \$2.000.001 Y \$3.000.000	12		12	
ENTRE \$3.000.001 Y \$4.000.000	12		12	
Gran Total	41	157	198	

6.7.2. ANÁLISIS RESULTADOS INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA (numeral 6.1.1)

Información demográfica

1. El total de los encuestados viven en 29 diferentes barrios de la ciudad y de los Municipios Colinderos

BARRIO	CANT	PART%
POBLADO	37	32%
LAURELES	17	15%
ENVIGADO	11	9%
BELEN	6	5%
ESTADIO	5	4%
CONQUISTADORES	4	3%
LA MOTA	4	3%
CENTRO	3	3%
SABANETA	3	3%
SIMON BOLIVAR	3	3%
BELEN ROSALES	2	2%
ITAGUI	2	2%
LOS COLORES	2	2%
ZUÑIGA	2	2%
AGUACATALA	1	1%
BELEN AGUAS FRIAS	1	1%
BELEN LA PALMA	1	1%
CALDAS	1	1%
CASTROPOL	1	1%
ENVIAGADO	1	1%
FLORIDA NUEVA	1	1%
LA ESTRELLA	1	1%
LA FRONTERA	1	1%
PATIO BONITO	1	1%
ROSALES	1	1%
SAN LUCAS	1	1%
SANTA GEMA	1	1%
SANTA LUCIA	1	1%
VELODROMO	1	1%
TOTAL	116	100%

2. La proporción más alta (56%) vive en estratos 5 y 6

3. El porcentaje más alto (32%) vive en el Poblado

SECTOR	EART	MEDELLIN	UPB	TOTAL	PART%
POBLADO	22	7	8	37	32%
LAURELES	4	6	7	17	15%
ENVIGADO	6	4	1	11	9%
BELEN	2	1	3	6	5%
ESTADIO	2	1	2	5	4%
CONQUISTADORES		2	2	4	3%
LA MOTA	2	1	1	4	3%
CENTRO		2	1	3	3%

SABANETA	2		1	3	3%
SIMON BOLIVAR		2	1	3	3%
BELEN ROSALES		1	1	2	2%
ITAGUI			2	2	2%
LOS COLORES	2			2	2%
ZUÑIGA	2			2	2%
AGUACATALA	1			1	1%
BELEN AGUAS FRIAS		1		1	1%
BELEN LA PALMA		1		1	1%
CALDAS	1			1	1%
CASTROPOL			1	1	1%
ENVIAGADO	1			1	1%
FLORIDA NUEVA			1	1	1%
LA ESTRELLA	1			1	1%
LA FRONTERA	1			1	1%
PATIO BONITO		1		1	1%
ROSALES	1			1	1%
SAN LUCAS		1		1	1%
SANTA GEMA		1		1	1%
SANTA LUCIA	1			1	1%
VELODROMO	1			1	1%
TOTAL	52	32	32	116	100%

4. Al analizar las universidades vs. El género, se evidencia que la mayoría son mujeres y la Universidad que mayor número de encuestados presento fue Eafit.

UNIVERSIDAD	F	M	TOTAL	PART%
EAFIT	28	24	52	45%
MEDELLIN	16	16	32	28%
UPB	17	15	32	28%
TOTAL	61	55	116	100%
	53%	47%		

5. Promedio de edad de los entrevistados es de 23 años, el 87% tiene in promedio de edad de 21 años y el resto de 25 años, la población más joven en promedio se ubico en la Universidad EAFIT con un promedio de 19 años

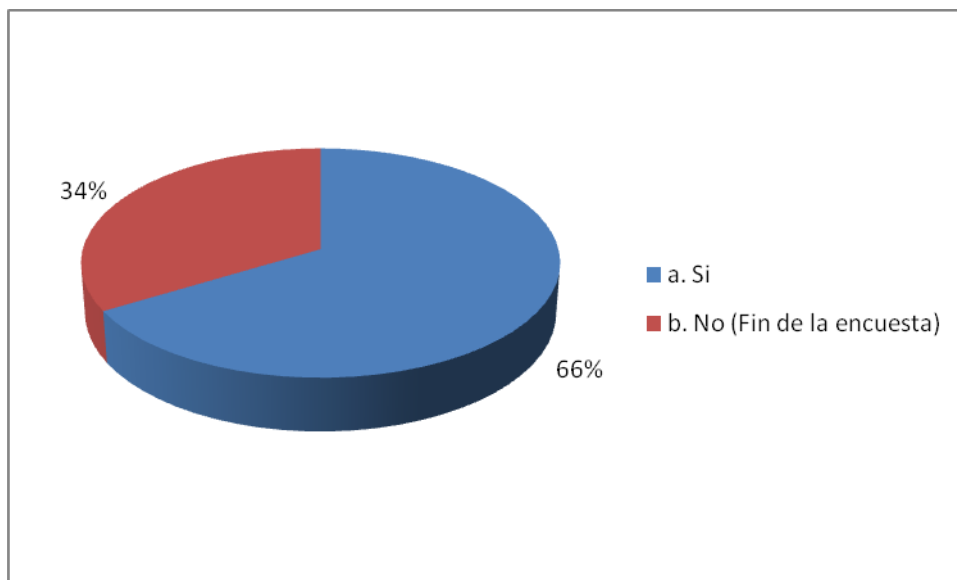
EDAD	EAFIT	MEDELLIN	UPB	TOTAL	PART%
21	16	4	8	28	24%
22	12	10	6	28	24%
23	9	7	9	25	22%
20	10	4	6	20	17%
24	1	2	3	6	5%
19	3	2		5	4%
25		2		2	2%

18	1			1	1%
43		1		1	1%
TOTAL	52	32	32	116	100%

ANÁLISIS INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA

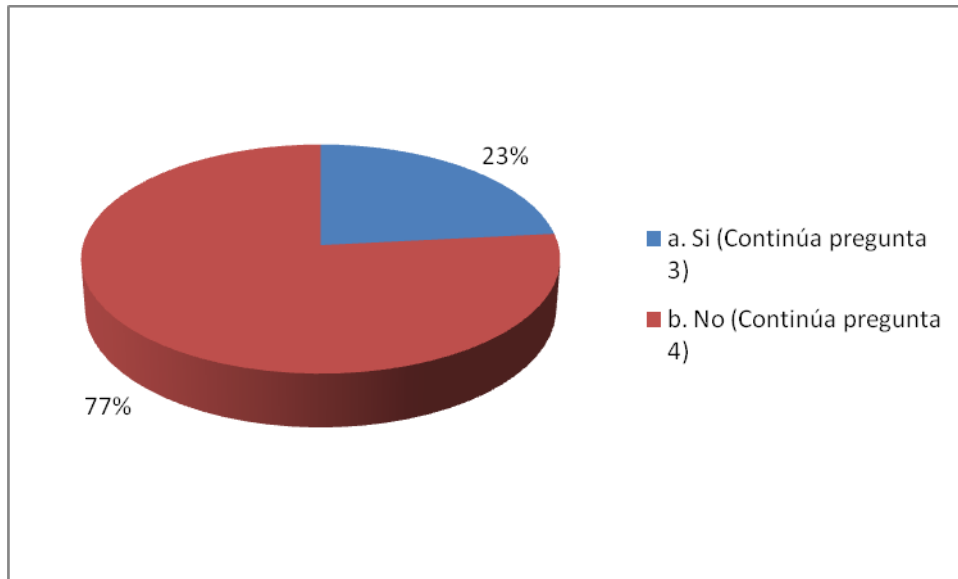
1. ¿Desea estudiar una segunda carrera de pregrado?

a. Si	77	66%
b. No (Fin de la encuesta)	39	34%
	116	100%



2. ¿Actualmente trabaja?

a. Si (Continúa pregunta 3)	18	23%
b. No (Continúa pregunta 4)	59	77%
	77	100%

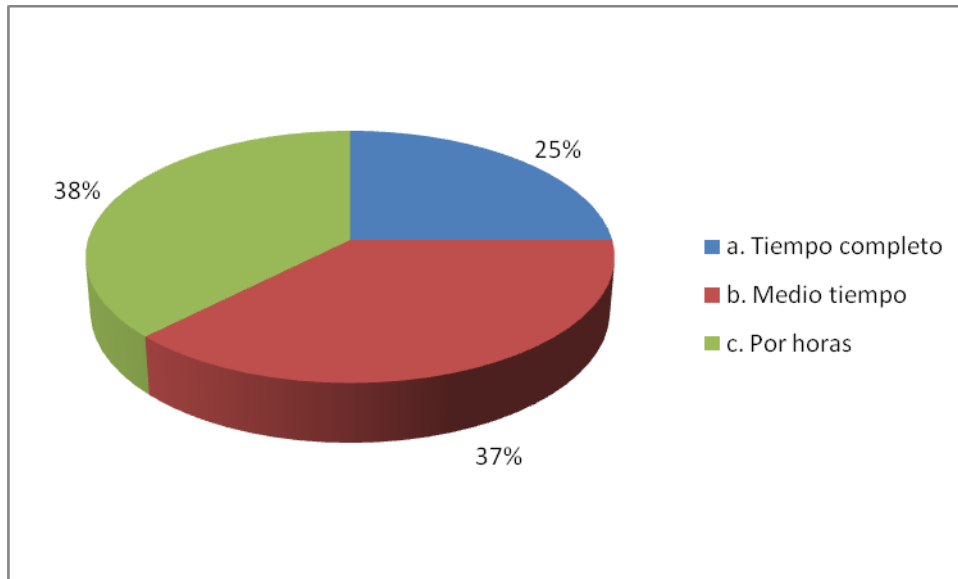


El mayor número de encuestados lo arrojaron los estudiantes de la UPB

UNIVERSIDAD	SI	NO	TOTAL	PART%
EAFIT	5	30	35	45%
UPB	8	16	24	31%
MEDELLIN	5	13	18	23%
TOTAL	18	59	77	100%

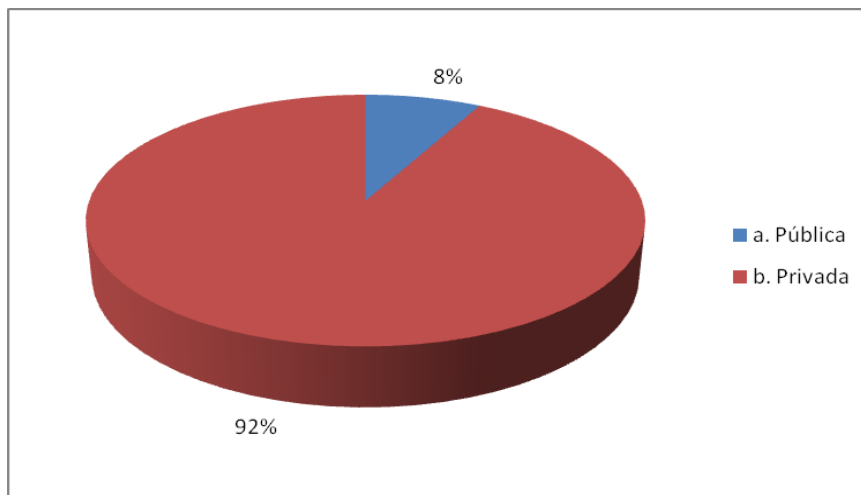
3. ¿Qué tipo de jornada laboral cumple?

a. Tiempo completo	2	25%
b. Medio tiempo	3	38%
c. Por horas	3	38%
	8	100%



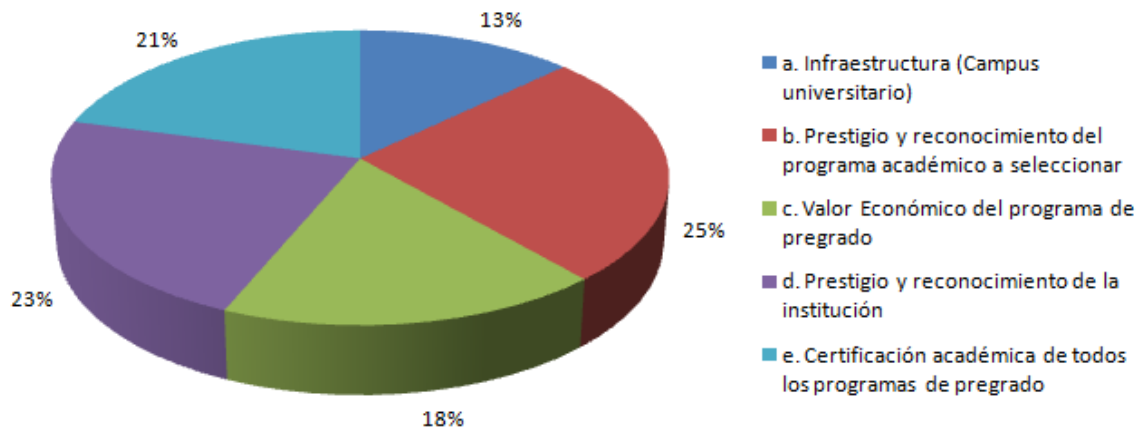
4. ¿En que tipo de Universidad preferiría estudiar una segunda carrera de pregrado?

a. Pública	6	8%
b. Privada	71	92%
	77	100%



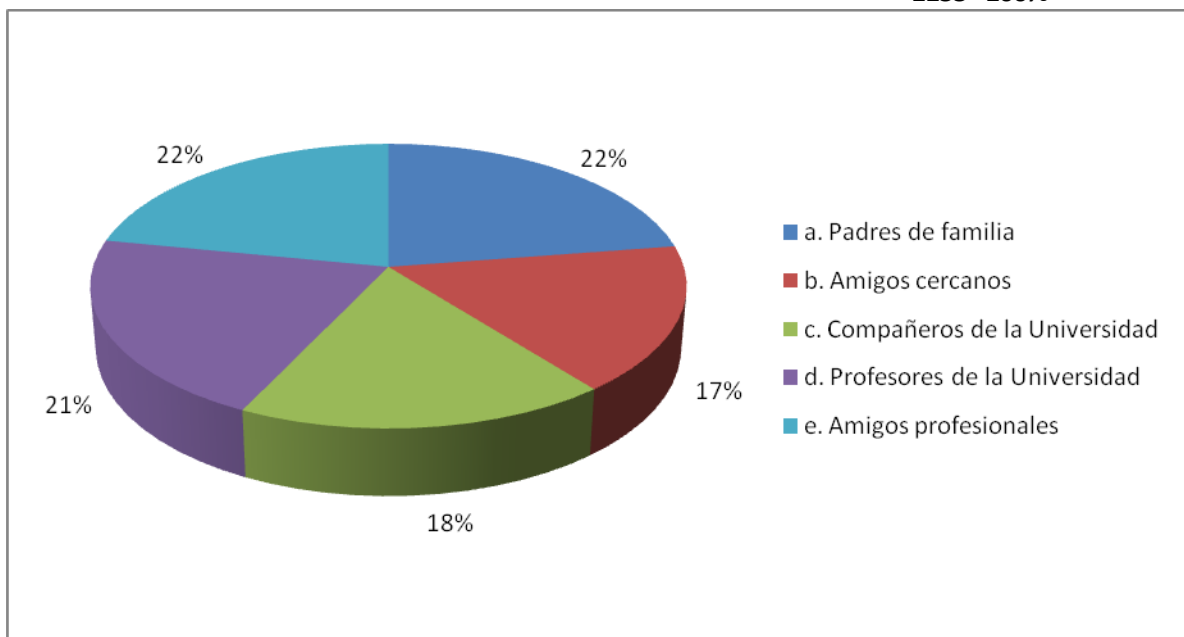
5. Enumere de 1 a 5 las variables por las cuales seleccionaría una Universidad para estudiar una segunda carrera de pregrado (siendo 1 la menor calificación y 5 la mayor calificación)

a. Infraestructura (Campus universitario)	149	13%
b. Prestigio y reconocimiento del programa académico a seleccionar	296	26%
c. Valor Económico del programa de pregrado	206	18%
d. Prestigio y reconocimiento de la institución	264	23%
e. Certificación académica de todos los programas de pregrado	240	21%
	1155	100%



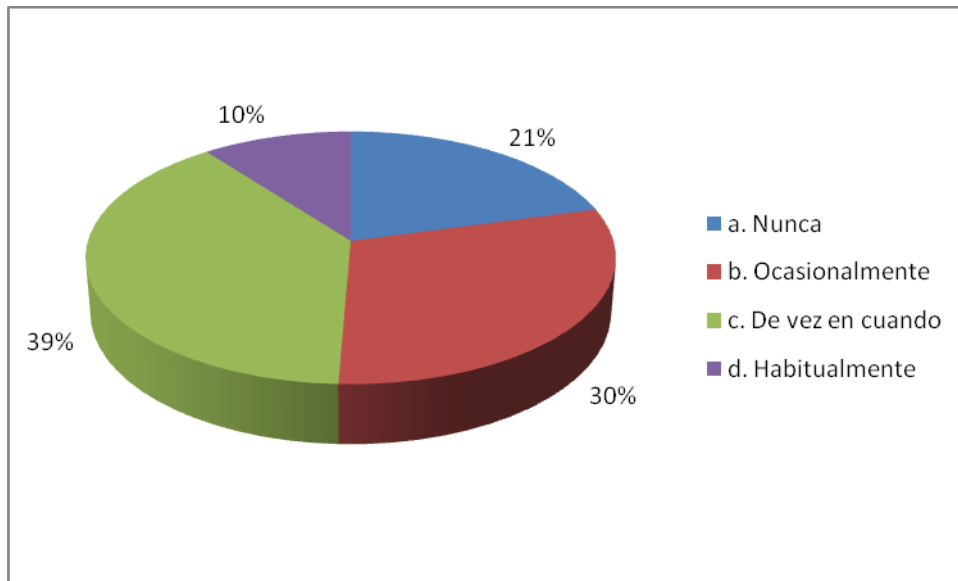
6. Enumere de 1 a 5 los grupos de influencia ó referencia que más pesan en el momento de tomar la decisión, para la selección de la Universidad en donde desea adelantar los estudios de una segunda carrera de pregrado (siendo 1 la menor calificación y 5 la mayor calificación)

a. Padres de familia	261	23%
b. Amigos cercanos	193	17%
c. Compañeros de la Universidad	206	18%
d. Profesores de la Universidad	242	21%
e. Amigos profesionales	253	22%
	1155	100%



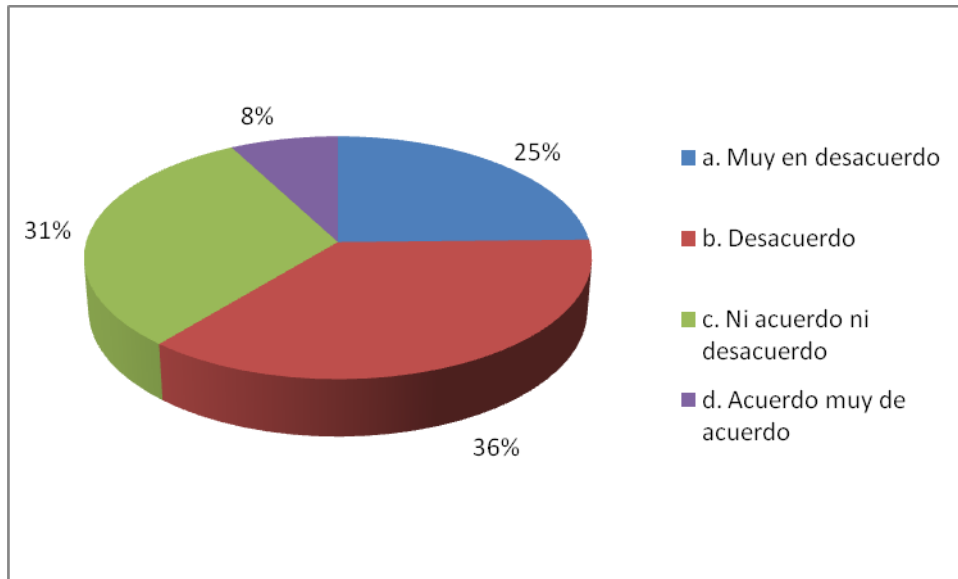
7. ¿Consulta usted en páginas de Internet los programas de pregrado que ofrecen las universidades?

a. Nunca	16	21%
b. Ocasionalmente	23	30%
c. De vez en cuando	30	39%
d. Habitualmente	8	10%
	77	100%



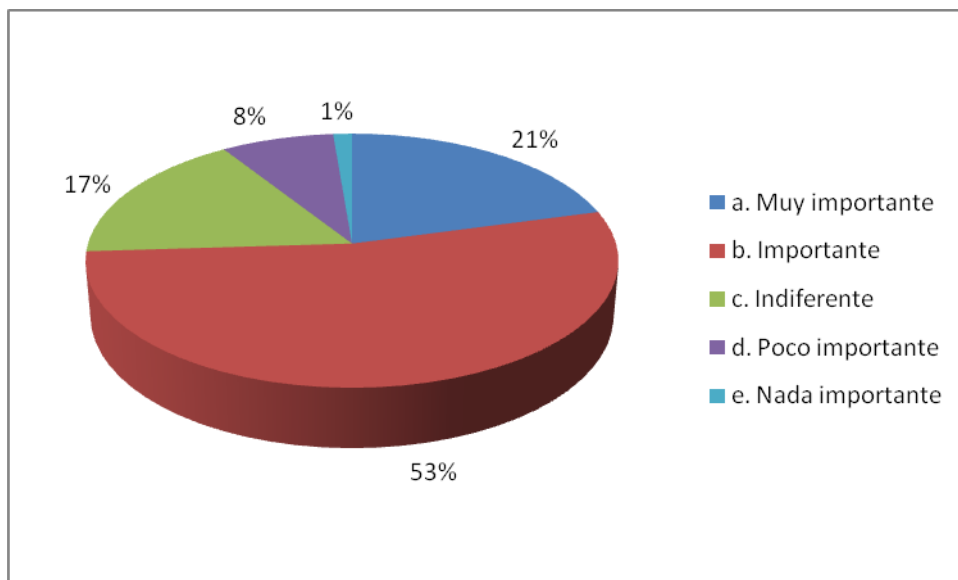
8. ¿Considera usted que el éxito profesional de un egresado universitario depende solo del nombre de la Universidad, sin importar la carrera estudiada?

a. Muy en desacuerdo	19	25%
b. Desacuerdo	28	36%
c. Ni acuerdo ni desacuerdo	24	31%
d. Acuerdo muy de acuerdo	6	8%
	77	100%



9. Para usted el valor de cada semestre académico para estudiar una segunda carrera de pregrado es....

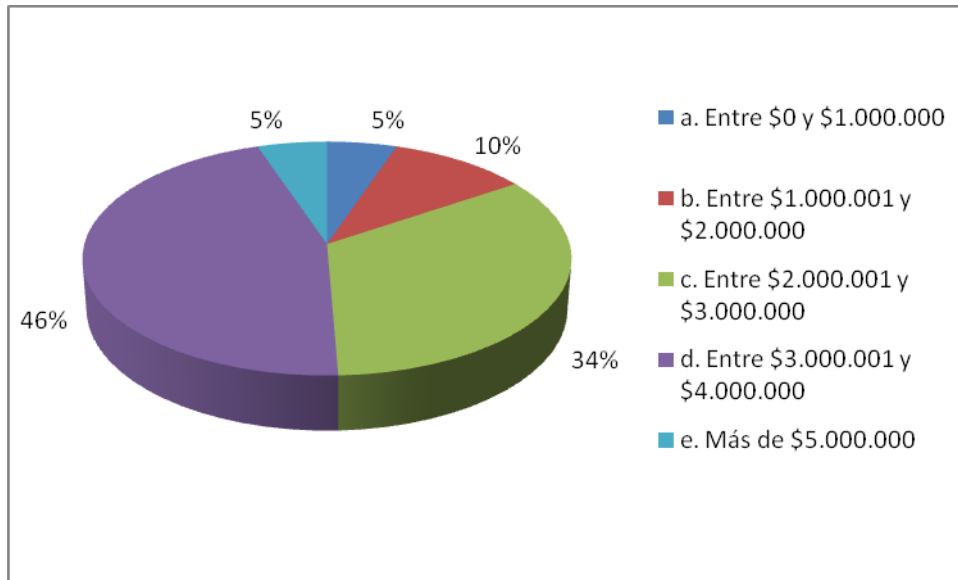
a. Muy importante	16	21%
b. Importante	41	53%
c. Indiferente	13	17%
d. Poco importante	6	8%
e. Nada importante	1	1%
Total	77	100%



A pesar de tratarse de estudiantes universitarios de instituciones privadas enfocadas a estratos 3, 4, 5 y 6 continúa siendo importante el valor del semestre académico

10. ¿Cuánto cree usted que estarían dispuestas a pagar por semestre académico, las personas que le van a costear sus estudios de pregrado o usted mismo, para una segunda carrera?

a. Entre \$0 y \$1.000.000	4	5%
b. Entre \$1.000.001 y \$2.000.000	8	10%
c. Entre \$2.000.001 y \$3.000.000	26	34%
d. Entre \$3.000.001 y \$4.000.000	35	45%
e. Más de \$5.000.000	4	5%
	77	100%

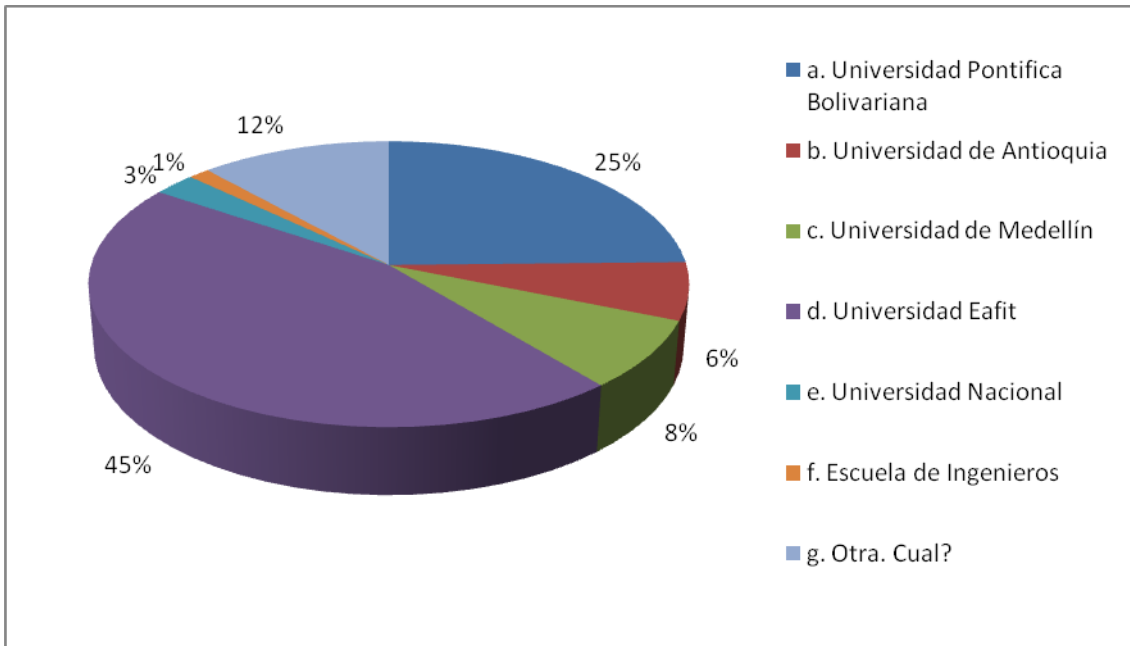


11. ¿cuál de las siguientes Universidades le gustaría adelantar una segunda carrera de pregrado?

a. Universidad Pontifica Bolivariana	19	25%
b. Universidad de Antioquia	5	6%
c. Universidad de Medellín	6	8%
d. Universidad Eafit	35	45%
e. Universidad Nacional	2	3%
f. Escuela de Ingenieros	1	1%
g. Otra. Cual?	9	12%
	77	100%

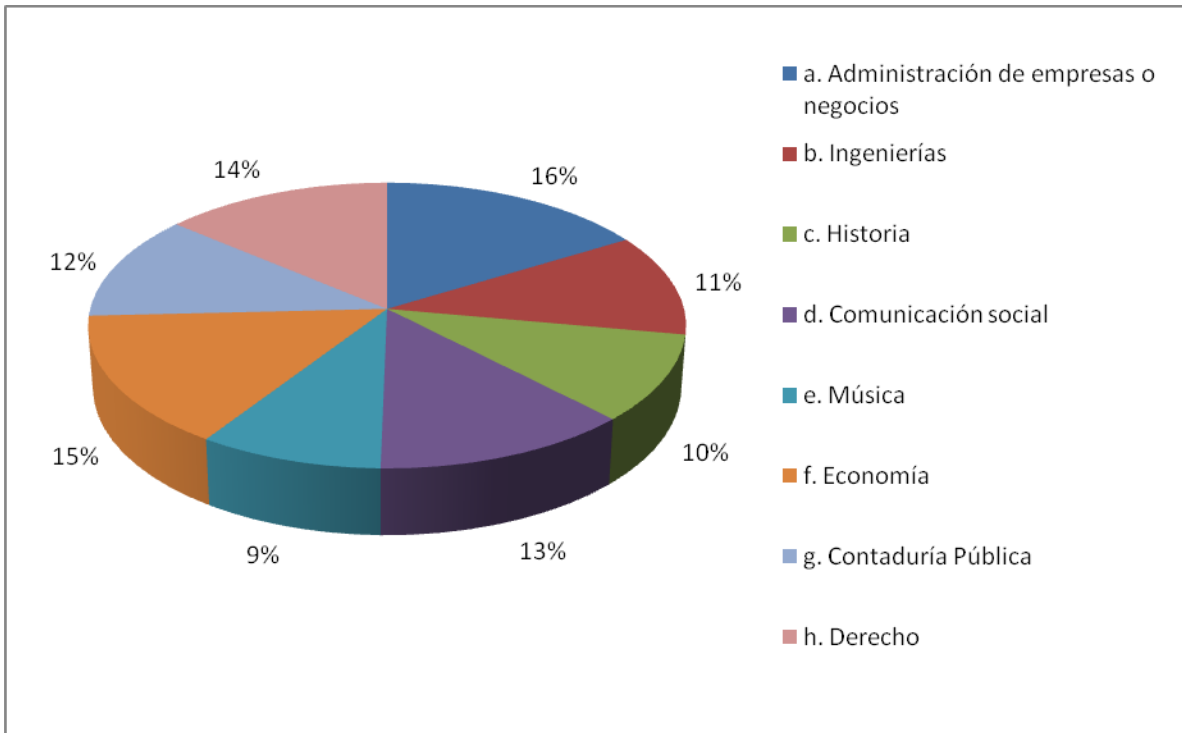
Otra ¿cuál?

CES	1
COLEGIATURA	4
EAFIT	2
EIA	1
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO	1
	9



12. Por favor ordene los programas académicos de la siguiente lista, de acuerdo con su grado de preferencia para adelantar una segunda carrera de pregrado, de modo que asigne 1 al programa menos preferido y 8 el programa que más prefiere.

a. Administración de empresas o negocios	451	16%
b. Ingenierías	320	12%
c. Historia	273	10%
d. Comunicación social	348	13%
e. Música	248	9%
f. Economía	414	15%
g. Contaduría Pública	330	12%
h. Derecho	383	14%
Total	2767	100%

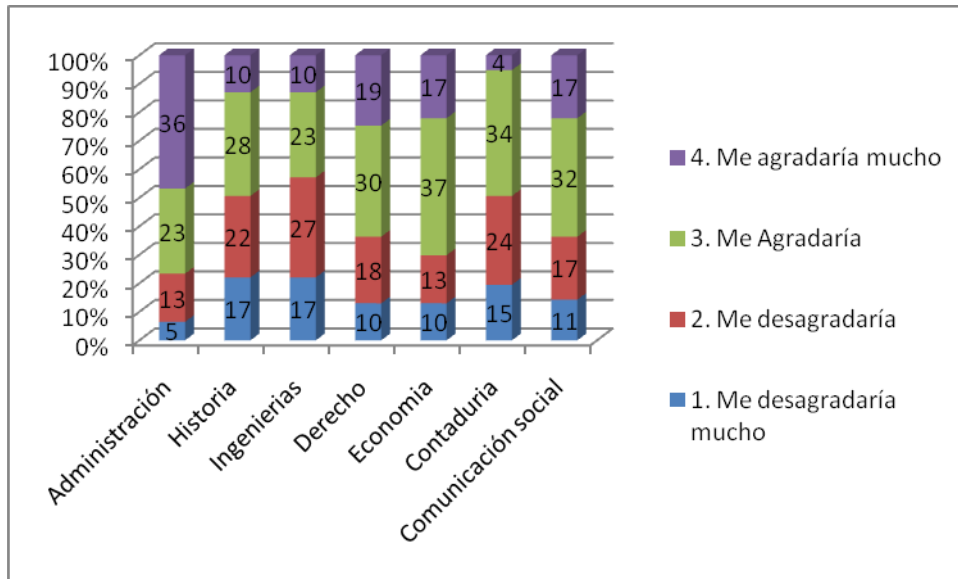


El menor puntaje lo obtuvo Música y luego Historia

13. Por favor indique cuanto le agradaría estudiar en alguno de los programas de pregrado descritos a continuación, como segunda carrera.

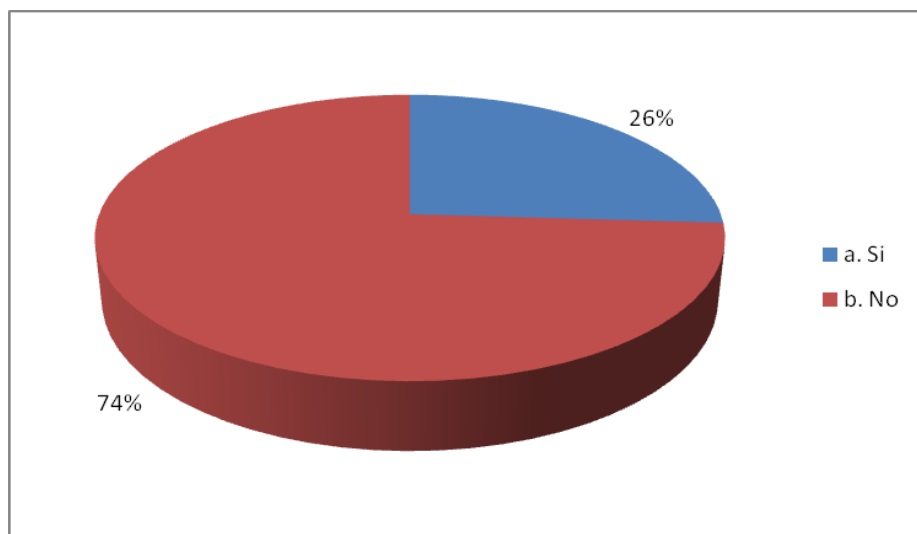
		1. Me desagradaría mucho	2. Me desagradaría	3. Me Agradaría	4. Me agradaría mucho	
A	Administración	5	13	23	36	77
B	Historia	17	22	28	10	77
C	Ingenierías	17	27	23	10	77
D	Derecho	10	18	30	19	77
E	Economía	10	13	37	17	77
F	Contaduría	15	24	34	4	77
G	Comunicación social	11	17	32	17	77

Las carreras de pregrado como segunda opción que más desagradarían a los encuestados son las relacionadas con Ingenierías e Historia, las que más agradarían son Administración y Derecho.



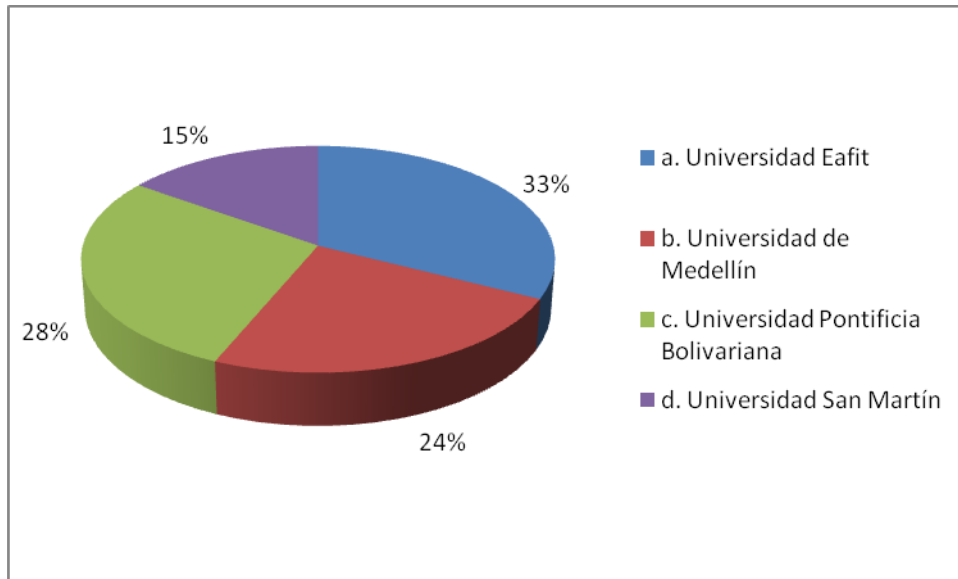
14. ¿Le gustaría estudiar Historia de forma paralela a la carrera que esta adelantado actualmente?

a. Si	20	26%
b. No	57	74%
	77	100%



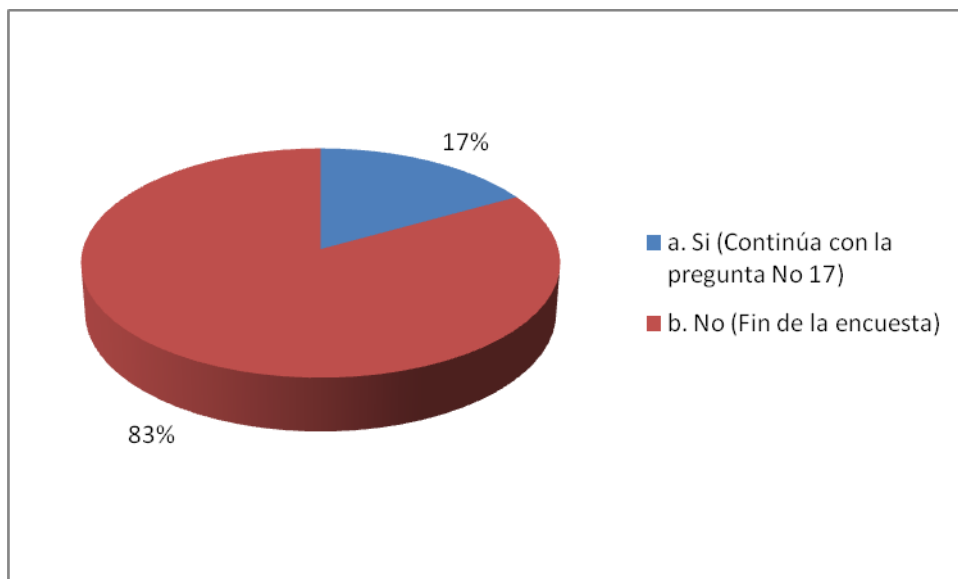
15. Por favor ordene las Universidades de la siguiente lista, de acuerdo con su grado de preferencia para adelantar estudios de pregrado en HISTORIA de FORMA PARALELA a la actual carrera, de modo que asigne 1 a la Universidad menos preferida y 4 a la Universidad que más preferiría.

a. Universidad Eafit	250	32%
b. Universidad de Medellín	184	24%
c. Universidad Pontificia Bolivariana	219	28%
d. Universidad San Martín	117	15%
	770	100%



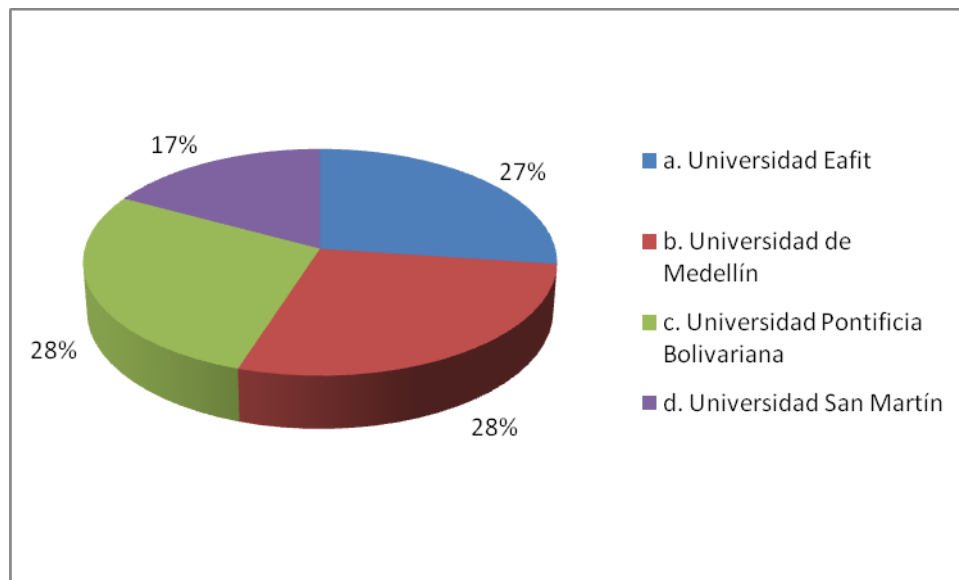
16. Una vez finalice sus estudios del programa de pregrado actual, ¿Le gustaría estudiar Historia en una Universidad privada, como SEGUNDA carrera de pregrado?

a. Si (Continúa con la pregunta No 17)	13	17%
b. No (Fin de la encuesta)	64	83%
	77	100%



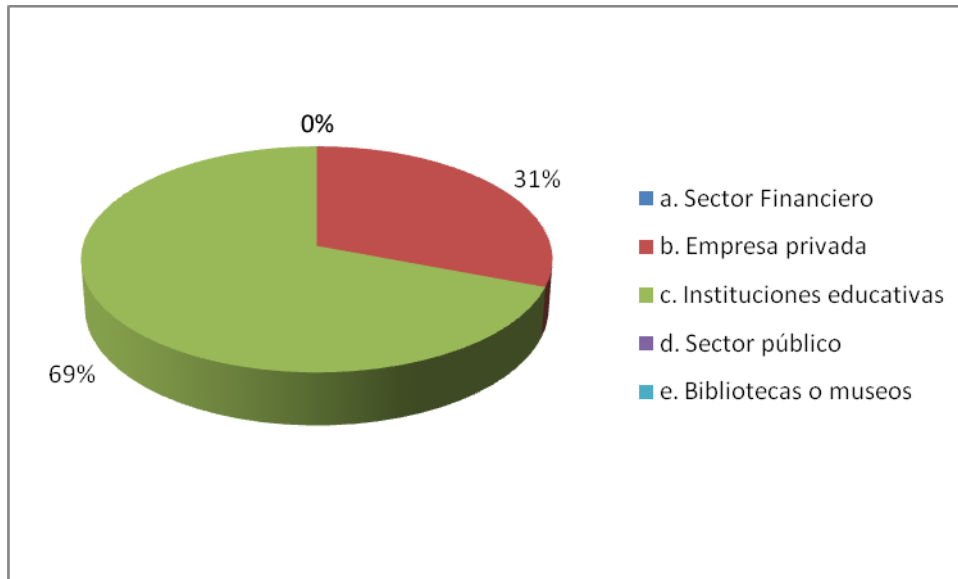
17. Por favor ordene las Universidades de la siguiente lista, de acuerdo con su grado de preferencia para adelantar una segunda carrera de pregrado en Historia, de modo que asigne 1 a la Universidad menos preferida y 4 a la Universidad que más preferiría.

a. Universidad Eafit	38	27%
b. Universidad de Medellín	39	28%
c. Universidad Pontificia Bolivariana	39	28%
d. Universidad San Martín	24	17%
	140	100%



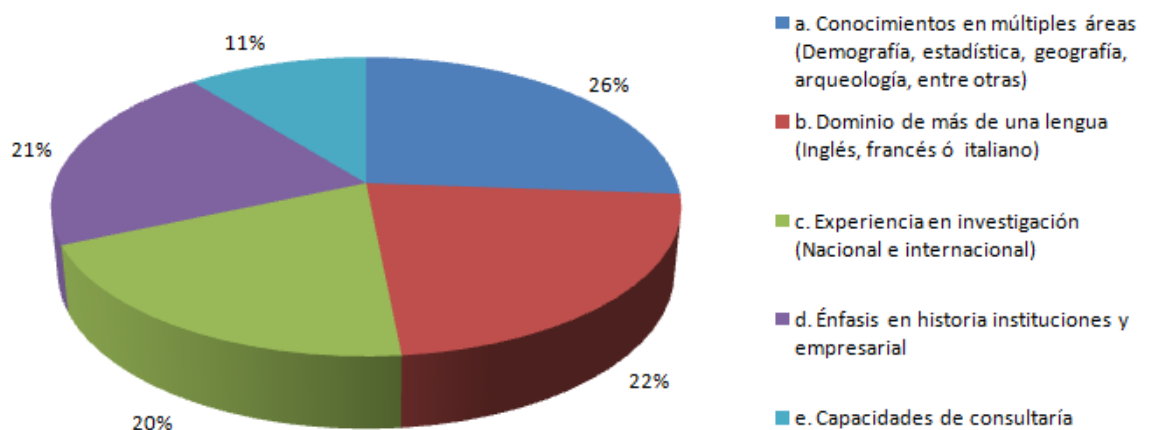
18. ¿En que sectores cree usted se puede desempeñar un profesional que haya estudiado un pregrado en Historia? Seleccione máximo dos opciones.

a. Sector Financiero	0	0%
b. Empresa privada	4	31%
c. Instituciones educativas	9	69%
d. Sector público	0	0%
e. Bibliotecas o museos	0	0%
	13	100%



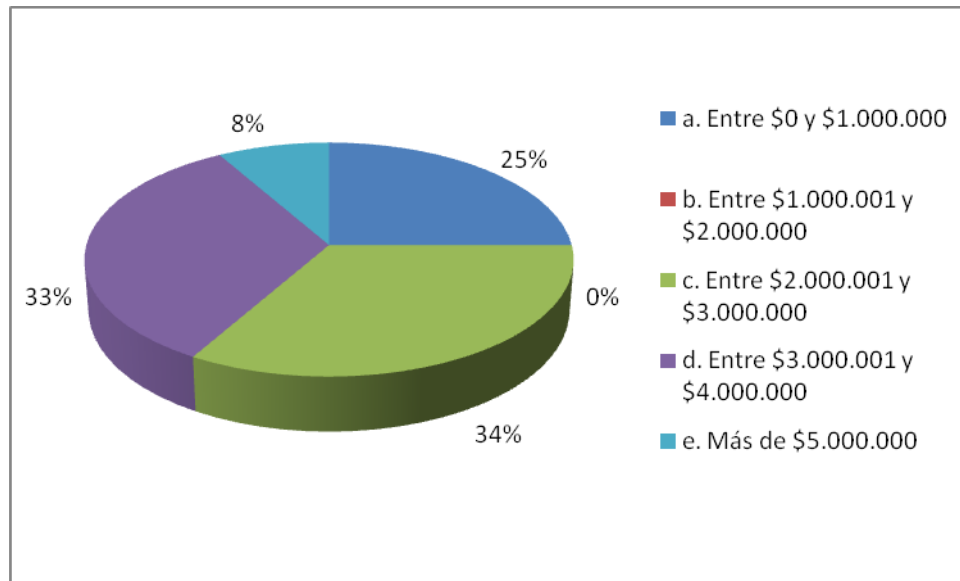
19. Por favor reparta 10 puntos entre los siguientes atributos, de acuerdo a lo que usted considera debería poseer un Historiador egresado de una Universidad privada. (La suma total debe dar 10)

a. Conocimientos en múltiples áreas (Demografía, estadística, geografía, arqueología, entre otras)	34	26%
b. Dominio de más de una lengua (Inglés, francés ó italiano)	29	22%
c. Experiencia en investigación (Nacional e internacional)	26	20%
d. Énfasis en historia instituciones y empresarial	27	21%
e. Capacidades de consultaría	14	11%
	130	100%



20. ¿Cuánto cree usted que estarían dispuestas a pagar por semestre académico, las personas que le van a costear sus estudios, si el programa seleccionado fuera Historia?

a. Entre \$0 y \$1.000.000	3	25%
b. Entre \$1.000.001 y \$2.000.000	0	0%
c. Entre \$2.000.001 y \$3.000.000	4	33%
d. Entre \$3.000.001 y \$4.000.000	4	33%
e. Más de \$5.000.000	1	8%
	12	100%



6.7.3 ANÁLISIS RESULTADOS INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA (numeral 6.2)

Información demográfica

1. En total los 698 encuestados viven en 140 diferentes barrios de la ciudad de Medellín y sus Municipios colinderos
2. El TOP 10 de participación de los colegios arrojó 14 barrios repartidos en mayor proporción en estratos del 4 al 6

CODIGO	NOMBRE DEL BARRIO	EDAD DEL ESTUDIANTE						TOTAL	PART %	ESTRATO	PART %
		5	6	7	8	9	10				
1	POBLADO	1	29	37	5			72	10%	6	12%
2	ENVIGADO	2	15	26	6	1		50	7%	4	8%
19	SAN ANTONIO DE PRADO	4	22	16	2			44	6%	3	6%
3	LAURELES	4	9	20	3			36	5%	5	10%
9	BELEN		16	14	2			32	5%	4	8%
17	BELLO		14	9				23	3%	3	6%
16	ROBLEDO		12	5	2	1		20	3%	3	6%
11	BUENOS AIRES		12	4	3			19	3%	3	6%
70	RIONEGRO	1	14	2	2			19	3%	3	6%
33	ITAGUI		9	6	1			16	2%	3	6%
8	LA MOTA		9	5	1			15	2%	4	8%
54	GUAYABAL	1	6	6	1			14	2%	3	6%
52	SAN JAVIER		7	6				13	2%	3	6%
14	MANRIQUE		8	3				11	2%	2	4%
4	LAS PALMAS		4	6				10	1%	49	100%
27	CASTILLA	1	7	1				9	1%		
58	SANTA MONICA		7	1				8	1%		
127	ARANJUEZ		4	4				8	1%		
31	CALAZANS		3	4				7	1%		
34	SAN LUCAS	2	1	4				7	1%		
53	MILAGROSA	1	5		1			7	1%		
57	ESTADIO		3	4				7	1%		

66	LA ESTRELLA		4	3				7	1%
63	LA FLORESTA	1	5					6	1%
5	CABANITAS		4	1				5	1%
6	CAMPO VALDES	1	1	3				5	1%
13	SABANETA		2	2	1			5	1%
25	LOS COLORES	2	1	2				5	1%
28	VILLA HERMOSA		2	2	1			5	1%
56	CAICEDO		3	1	1			5	1%
61	LA AMERICA		5					5	1%
64	LOS BERNAL		2	3				5	1%
86	ALTO DEL MEDIO		4		1			5	1%
124	PEDREGAL	1	2	1	1			5	1%
35	EL DORADO		1	3				4	1%
36	MEDELLIN		2	1	1			4	1%
38	BELEN FATIMA		1	2	1			4	1%
39	CONQUISTADORES		3	1				4	1%
44	PRADO CENTRO		2	2				4	1%
71	ANDALUCIA		3	1				4	1%
85	CUATRO ESQUINAS		2	2				4	1%
89	LLANOGRANDE		1	3				4	1%
113	LA FRONTERA		3		1			4	1%
115	BELLO ORIENTE		2	1	1			4	1%
128	CORDOBA		2		2			4	1%
139	NIQUIA	2	1	1				4	1%
10	BELEN ROSALES		2	1				3	0%
15	EL SALVADOR		1	2				3	0%
18	SANTA ELENA	1		2				3	0%
42	BELEN SAN BERNARDO		1	2				3	0%
43	BELEN ALIADAS		2	1				3	0%
49	EL ESCOBERO		1		2			3	0%
68	SANTA MARIA		2	1				3	0%
75	SAN ANTONIO DE PEREIRA		2	1				3	0%

107	LA CEJA		2	1				3	0%
118	MANRIQUE LA CRUZ	1		2				3	0%
141	KENNEDY		3					3	0%
148	SANTA CRUZ			3				3	0%
21	EL VERGEL		2					2	0%
26	PILARICA		1	1				2	0%
40	SANTA FE		2					2	0%
59	LA CASTELLANA		1	1				2	0%
60	TRINIDAD		2					2	0%
67	LA MAGNOLIA		1	1				2	0%
69	MILAN-ALCALA			1	1			2	0%
73	OASIS	1			1			2	0%
78	EL PORVENIR		2					2	0%
79	MARINILLA	1	1					2	0%
90	SANTA ANA				2			2	0%
95	VEREDA ALTO BONITO			2				2	0%
103	SURAMERICANA		1	1				2	0%
105	BOSTON		1	1				2	0%
120	SANTA LUCIA			2				2	0%
121	BELEN ALTAVISTA		1	1				2	0%
125	TEJELO		2					2	0%
126	CAMPOAMOR		2					2	0%
136	MIRANDA		1		1			2	0%
140	12 DE OCTUBRE		2					2	0%
150	POPULAR 1		1	1				2	0%
155	BELEN RINCON	1		1				2	0%
7	BELEN MIRA VALLE		1					1	0%
12	GIRARDOTA		1					1	0%
20	SAN GABRIEL			1				1	0%
23	HORIZONTES		1					1	0%
24	CARLOS E. RESTREPO		1					1	0%
29	LAS BRISAS		1					1	0%
30	EL DIAMANTE		1					1	0%

32	SAN GERMAN	1						1	0%
37	PATIO BONITO		1					1	0%
41	MANZANARES		1					1	0%
48	TRIANON			1				1	0%
50	ZUNIGA		1					1	0%
51	CENTRO			1				1	0%
55	COMUNA 9			1				1	0%
62	RODEO		1					1	0%
65	MESA			1				1	0%
72	LOS NARANJOS			1				1	0%
74	BELEN LAS MERCEDES		1					1	0%
76	LA ESPERANZA		1					1	0%
77	QUINTAS DEL CARRETERO			1				1	0%
81	ALTO DE LA CAPILLA		1					1	0%
84	BARRIO OBRERO		1					1	0%
87	SAN JOAQUIN		1					1	0%
88	VEREDA RIO ABAJO			1				1	0%
91	LA INMACULADA		1					1	0%
92	ALTO DE LA MOSCA			1				1	0%
93	EL RODAL		1					1	0%
94	LA CARMINA		1					1	0%
97	BELEN LAS PLAYAS			1				1	0%
102	PRADO		1					1	0%
104	LOS OLIVOS			1				1	0%
110	LAS BRUJAS		1					1	0%
111	BARBOSA	1						1	0%
112	LA VILLA			1				1	0%
114	BARRIO PABLO ESCOBAR						1	1	0%
116	SANTO DOMINGO					1		1	0%
122	BELEN LOS ALPES			1				1	0%
123	FLORIDA NUEVA		1					1	0%

129	MIRAVALLE			1				1	0%
132	COPACABANA		1					1	0%
133	ENCIZO			1				1	0%
134	GUAJABALIA		1					1	0%
135	BELEN MALIBU		1					1	0%
137	CALDAS		1					1	0%
138	FERRARA		1					1	0%
142	BELENCITO		1					1	0%
143	LA FRANCIA		1					1	0%
144	CARIBE			1				1	0%
145	CALATRAVA		1					1	0%
146	EL BOSQUE		1					1	0%
147	JARDIN		1					1	0%
149	BELEN LAS VIOLETAS		1					1	0%
151	BARRIO ANTIOQUIA	1						1	0%
152	ACEVEDO		1					1	0%
153	PARIS		1					1	0%
154	LA IGUANA		1					1	0%
156	SAN DIEGO		1					1	0%
157	GRATAMIRA		1					1	0%
158	MIRADOR		1					1	0%
159	SEVILLA		1					1	0%
TOTAL		3	35	26	4	3	1	698	100%
		2	2	3	7				

Comparación de Sexo y Edad

		EDAD DEL ESTUDIANTE							
SEXO		15	16	17	18	19	20	TOTAL	
F		16	192	146	25	1		380	54%
M		16	160	117	22	2	1	318	46%
TOTAL		32	352	263	47	3	1	698	100%
		5%	50%	38%	7%	0%	0%	100%	

1. El mayor porcentaje de estudiantes se encuentra en el rango de 16 a 17 años
2. El mayor porcentaje de estudiantes son mujeres, aunque el gap entre géneros solo difiere en un 8% (47 estudiantes).

Colegios vs. Edad de los estudiantes

1. Por la cercanía existente entre la Universidad Eafit y el colegio INEM sumado al alto número de estudiantes de undécimo grado del mismo colegio, se valida el peso del 27% en el número de encuestas diligenciadas por los estudiantes del colegio en mención (173 encuestas)

2. En el TOP 5 no hay colegios de estratos 5 y 6, corresponden a estratos 3 y 4

CODIGO	NOMBRE DEL COLEGIO	15	16	17	18	19	20	TOTAL	PART%
64	INEM	7	113	47	5	1		173	25%
26	LA PRESENTACION	1	18	26	9			54	8%
7	I.E. MANUEL J. BETANCUR	4	20	17	2			43	6%
27	I.E. JOSEFINA MUNOZ GONZALES	3	23	8	5			39	6%
59	I. S. PEDRO JUSTO BERIO	1	17	10	1			29	4%

3. Tomando como referencia los 18 colegios extraídos de la Data de Universidad, 17 colegios asistieron al evento “Experiencia Eafit 2008”, aportando de esta forma 148 encuestas.

31	CALAZANS	1	9	8				18	3%	DATA
58	SAN JOSE DE LAS VEGAS	1		14	1			16	2%	DATA
24	LICEO SALAZAR Y HERRERA	1	12					13	2%	DATA
69	COLEGIO CORAZONISTA		9	3	1			13	2%	DATA
1	COLOMBO BRITANICO			8	3			11	2%	DATA
10	BENEDICTINO	1	5	3	1			10	1%	DATA
25	SAN IGNACIO			10				10	1%	DATA
8	LA ENSENAZA		1	8	1			10	1%	DATA
68	COLEGIO BETHLEMITAS	2	7	1				10	1%	DATA
2	U.P.B.		3	5	1			9	1%	DATA
66	COLEGIO CRISTOBAL COLON (THE COLUMBUS SCHOOL)		3	5	1			9	1%	DATA
53	INSTITUTO JORGE ROBLEDO		1	5				6	1%	DATA
14	PALERMO		3	1				4	1%	DATA
29	JESUS MARIA		1	3				4	1%	DATA

45	ALCAZARES			1	1			2	0%	DATA
49	ATENEO HORIZONTES		1	1				2	0%	DATA
62	MONTESSORI			1				1	0%	DATA

Información de los colegios:

CODIGO	NOMBRE DEL COLEGIO	EDAD DEL ESTUDIANTE						TOTAL	PART%
		15	16	17	18	19	20		
64	INEM	7	113	47	5	1		173	25%
26	LA PRESENTACION	1	18	26	9			54	8%
7	I.E. MANUEL J. BETANCUR	4	20	17	2			43	6%
27	I.E. JOSEFINA MUNOZ GONZALES	3	23	8	5			39	6%
59	I. S. PEDRO JUSTO BERIO	1	17	10	1			29	4%
31	CALAZANS	1	9	8				18	3%
58	SAN JOSE DE LAS VEGAS	1		14	1			16	2%
24	LICEO SALAZAR Y HERRERA	1	12					13	2%
1	COLOMBO BRITANICO			8	3			11	2%
10	BENEDICTINO	1	5	3	1			10	1%
25	SAN IGNACIO			10				10	1%
2	U.P.B.		3	5	1			9	1%
53	INSTITUTO JORGE ROBLEDO		1	5				6	1%
14	PALERMO		3	1				4	1%
29	JESUS MARIA		1	3				4	1%
45	ALCAZARES			1	1			2	0%
49	ATENEO HORIZONTES		1	1				2	0%
62	MONTESSORI			1				1	0%
23	LICEO UNIVERSIDAD DE MEDELLIN		11	5	1			17	2%
9	COLOMBO SUECO	2	10	2	1			15	2%
41	I.E. MIRAFLORES	1	6	2	4		1	14	2%
33	CUMBRES		10	3				13	2%
42	BELLO ORIENTE	1	3	5	1	1		11	2%
8	LA ENSENAZA		1	8	1			10	1%
43	I.E. FATIMA NUTIBARA		3	5	2			10	1%
57	CENTRO EDUCATIVO AUTONOMO	1	5	1	1			8	1%

6	MILITAR JOSE MARIA CORDOBA		2	5				7	1%
55	SANTA CLARA DE ASIS		6	1				7	1%
56	SAN JUAN BOSCO		3	4				7	1%
28	ALCARAVANE		2	3	1			6	1%
39	SOLEIRA		2	4				6	1%
52	PADRE MANYANET	1	3	1				5	1%
54	SAN JOSE DE LA SALLE		2	3				5	1%
13	CONQUISTADORES			4				4	1%
30	EL SUFRAGIO			3	1			4	1%
34	ICOLVEN	2		2				4	1%
35	COLOMBO VENEZOLANO		4					4	1%
51	MATER DEI		3	1				4	1%
11	MONSEÑOR VICTOR WIEDEMAN		3					3	0%
12	ANFARES		1	1	1			3	0%
32	ESCALA FUNORIE		2	1				3	0%
46	PINARES		2	1				3	0%
3	LOS CEDROS			2				2	0%
5	NUESTRA SENORA DEL ROSARIO		2					2	0%
15	LA INMACULADA		1	1				2	0%
19	I. MUSICAL DIEGO ECHAVARRIA			2				2	0%
21	LUCRECIO JARAMILLO		1			1		2	0%
22	RUDOLF STEINER		1	1				2	0%
36	CONSEJO DE MEDELLIN		1	1				2	0%
38	PBRO. LUIS EDUARDO PEREZ	1	1					2	0%
40	LUJAN		1		1			2	0%
44	EL TRIANGULO		2					2	0%
48	GIMNASIO GUAYACANES		1	1				2	0%
50	CAMPESTRE HORIZONTES			2				2	0%
4	FONTAN			1				1	0%
18	MANUEL MEJIA VALLEJO		1					1	0%
20	SAN MARCOS		1					1	0%
37	LATINO			1				1	0%
47	GIMNASIO EL TESORO			1				1	0%

60	NUEVA GENTE			1				1	0%
61	SANTA MARIA DEL ROSARIO			1				1	0%
63	GIMNASIO CANTABRIA	1						1	0%
65	COLEGIO MARYMOUNT		2	3				5	1%
66	COLEGIO CRISTOBAL COLON (THE COLUMBUS SCHOOL)		3	5	1			9	1%
67	COLEGIO ASPAEN GIMNASIO LOS ALCAZARES		2		1			3	0%
68	COLEGIO BETHLEMITAS	2	7	1				10	1%
69	COLEGIO CORAZONISTA		9	3	1			13	2%
70	COLEGIO DE LA COMPANIA DE MARIA (enseñanza)		6	3				9	1%
TOTAL		32	352	263	47	3	1	698	100%

1. ¿Desea estudiar alguna carrera de pregrado?

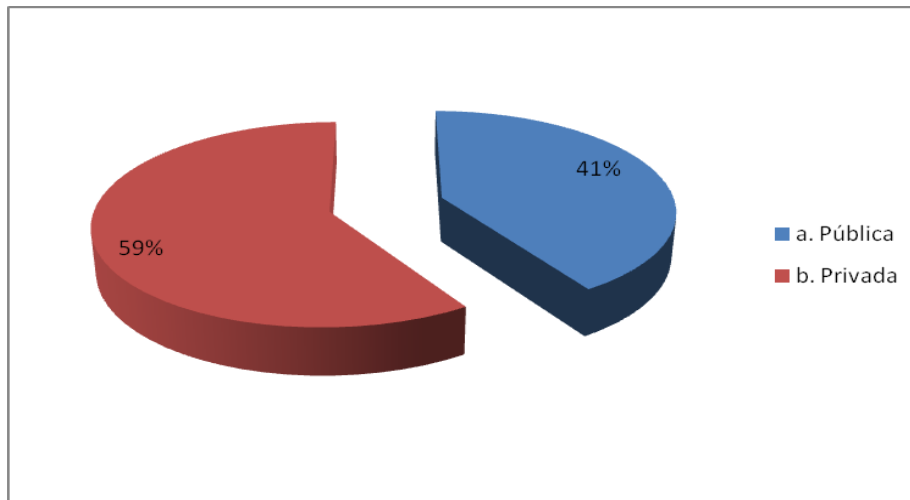
a. Si	631	90%
b. No (Fin de la encuesta)	67	10%
	698	100%



2. ¿En qué tipo de Universidad preferiría estudiar una carrera de pregrado?

a. Pública	258	41%
------------	-----	-----

b. Privada	373	59%
	631	100%

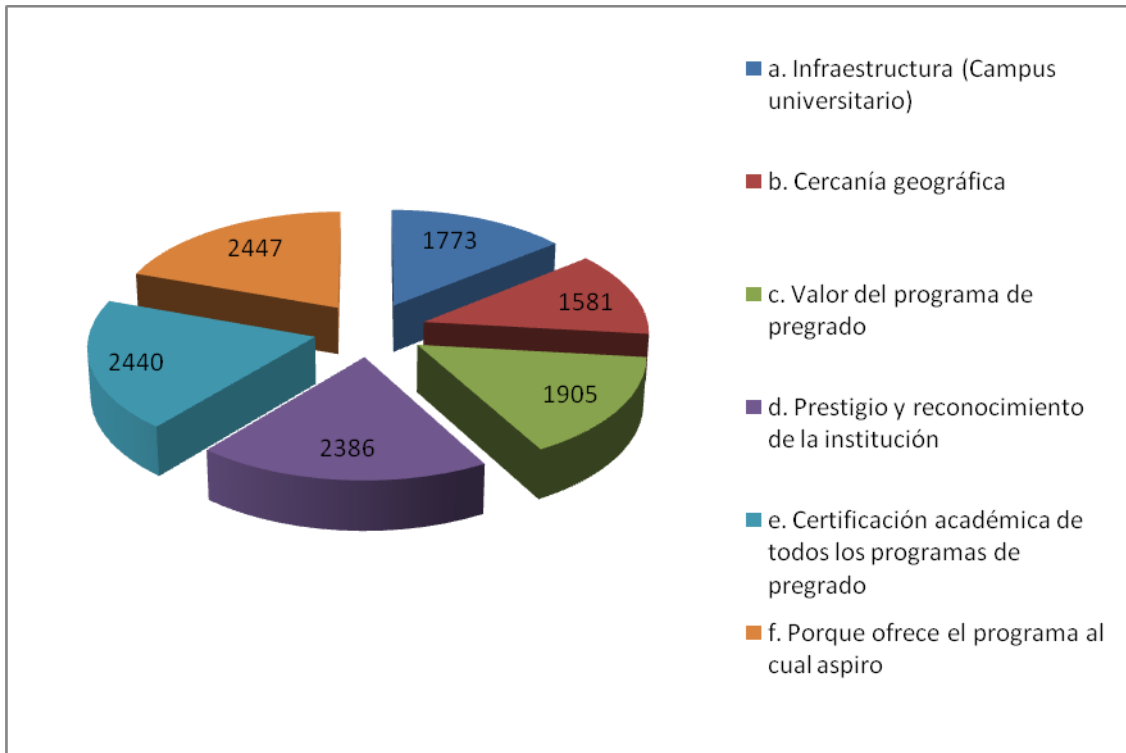


Debido a la influencia de colegios orientados a estudiantes de estrato 3 y a la mezcla de estudiantes de estratos 5 y 6 dentro del grupo de encuestados, se evidencia que el balance entre la universidad privada y pública es real, para algunos estudiantes de colegios de estratos 3 las universidades privadas hacen parte de un tema aspiracional, pero si se evaluarán estudiantes con gustos por la medicina con toda seguridad la Universidad de Antioquia aparecería dentro de las más seleccionadas por estratos 5 y 6, lo anterior obedece más a un tema de tradición que de moda

3. Enumere de 1 a 6 las variables por las cuales seleccionaría una Universidad para estudiar alguna carrera de pregrado (siendo 1 la menos importante y 6 la más importante)

a. La variable más importante para seleccionar una Universidad para adelantar los estudios de pregrado es la opción F "Porque ofrece el programa al cual aspiro" la cual obtuvo 2.447 puntos, luego le sigue la opción E "Certificación académica de todos los programas de pregrado" la cual obtuvo 2.440 puntos y en tercer lugar se encuentra la opción D "Prestigio y reconocimiento de la institución" con 2.386 puntos

b. Infraestructura (Campus universitario)	1773	14,15%
c. Cercanía geográfica	1581	12,62%
d. Valor del programa de pregrado	1905	15,20%
e. Prestigio y reconocimiento de la institución	2386	19,04%
f. Certificación académica de todos los programas de pregrado	2440	19,47%
g. Porque ofrece el programa al cual aspiro	2447	19,53%
	12532	100%



4. Enumere de 1 a 5 los grupos que más influyen en su decisión de la Universidad en donde desea adelantar los estudios de pregrado (1 la menos importante y 5 las más importante)

- Los grupos que más influyen en los estudiantes de colegio para la toma de decisión al momento de elegir una carrera de pregrado son en su orden la Familia, los amigos y/o compañeros y los profesores del colegio.

- Dentro de los familiares los grupos que más pesan son los Padres de Familia, la Madre como tal y los hermanos

- La opción D “Ninguno de los anteriores” obtuvo 764 puntos, pero la opción E “Otros” no obtuvo puntaje, por lo anterior se deduce que no existen grupos de influencia para la toma de decisiones en estos casos

a. Familiares Cuales	1857	36%
b. Amigos o compañeros	1281	25%
c. Profesores del colegio	1215	24%
d. Ninguno de los anteriores	764	15%
e. Otros	0	0%
	5117	100%

OTROS	TOTAL	PART%
PADRE Y MADRE	319	78%

MADRE	38	9%
HERMANOS/PAPAS	20	5%
ABUELOS/PAPAS	7	2%
HERMANOS	7	2%
TIOS/PAPAS	4	1%
FAMILIA EN GENERAL	4	1%
PRIMOS	2	0%
TIOS	2	0%
ABUELOS	1	0%
EDUCADORES	1	0%
HERMANOS/PAPAS/TIOS	1	0%
HERMANOS/PRIMOS	1	0%
HERMANOS/TIOS	1	0%
TOTAL	408	100%

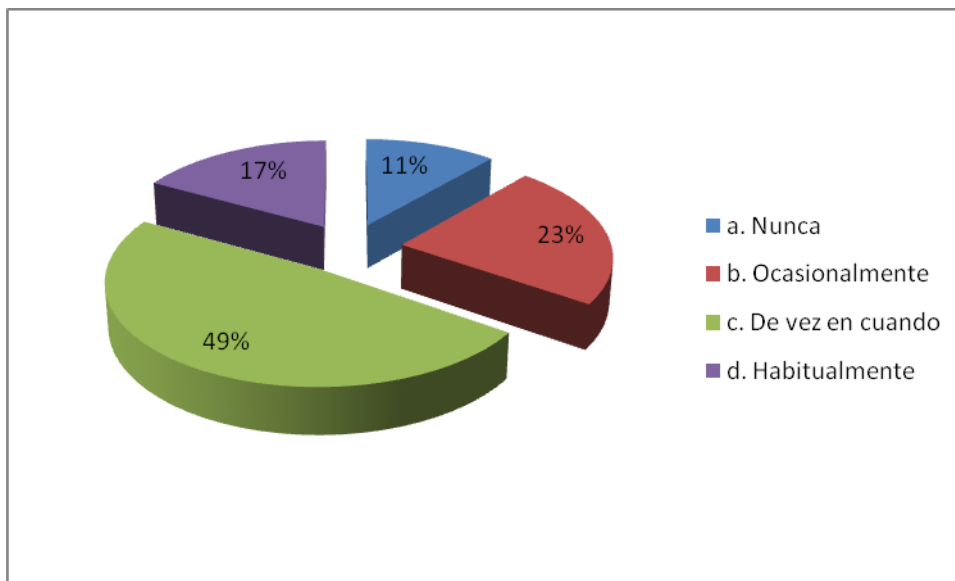
Dentro de los grupos de influencia se corrobora la cercanía de los mismos para la toma de decisiones, la familia, los amigos y las persona más influyentes como lo son los docentes tiene un papel muy importante en la persuasión de los estudiantes, para los colegios de estrato 3 puede estar muy influenciado el tema de las Universidades públicas por la diferencia de clases y/o estratos que se pueden encontrar en las Universidades Privadas

5. ¿Consulta usted en páginas de Internet los programas de pregrado que ofrecen las universidades?

- El 48% de los encuestados realiza consultas en las páginas de Internet de las Universidades de vez en cuando para consultar los programas que ofrecen las mismas

- El 11% nunca consultas las páginas Web, teniendo en cuenta el estrato socioeconómico al cual están dirigidos los colegios que aportaron el mayor número de visitantes al evento "Experiencia Eafit 2008", es probable que el acceso a Internet o a un PC sea limitado

a. Nunca	72	11%
b. Ocasionalmente	146	23%
c. De vez en cuando	306	48%
d. Habitualmente	107	17%
	631	100%



Con lo anterior se evidencia que una campaña de e-mailing o generar alta dependencia a la información enviada a través de la web, para este tipo situaciones en las cuales es necesario generar un alto número de impactos, se evidencia que no es el mejor canal de información a pesar del alto y creciente número de navegantes en la web en edades entre 15 y 25 años.

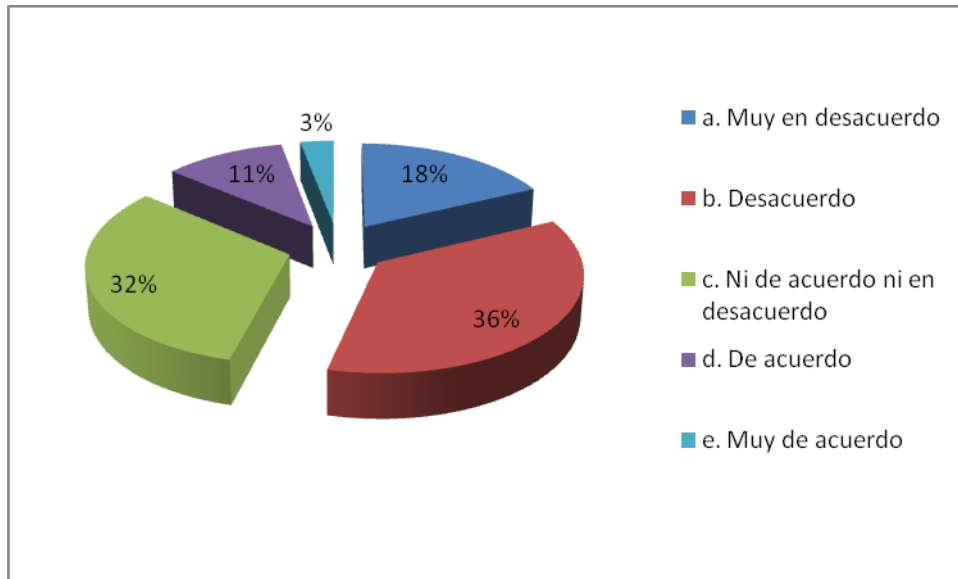
6. Exprese su opinión con respecto a la siguiente afirmación: “el éxito profesional de un egresado universitario depende del nombre de la universidad, sin importar la carrera estudiada”

- El 36% de los encuestados consideran que no están de acuerdo con la afirmación del enunciado de la pregunta

- Solo el 3% esta muy de acuerdo con el mismo

- Si se hubiesen entrevistado solo estudiantes de undécimo grado de colegios estratos 5 y 6 probablemente el porcentaje de estudiantes que estuvieran de acuerdo o muy de acuerdo sería muy superior a los valores arrojados en el presente ejercicio

a. Muy en desacuerdo	113	18%
b. Desacuerdo	227	36%
c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	203	32%
d. De acuerdo	69	11%
e. Muy de acuerdo	19	3%
	631	100%



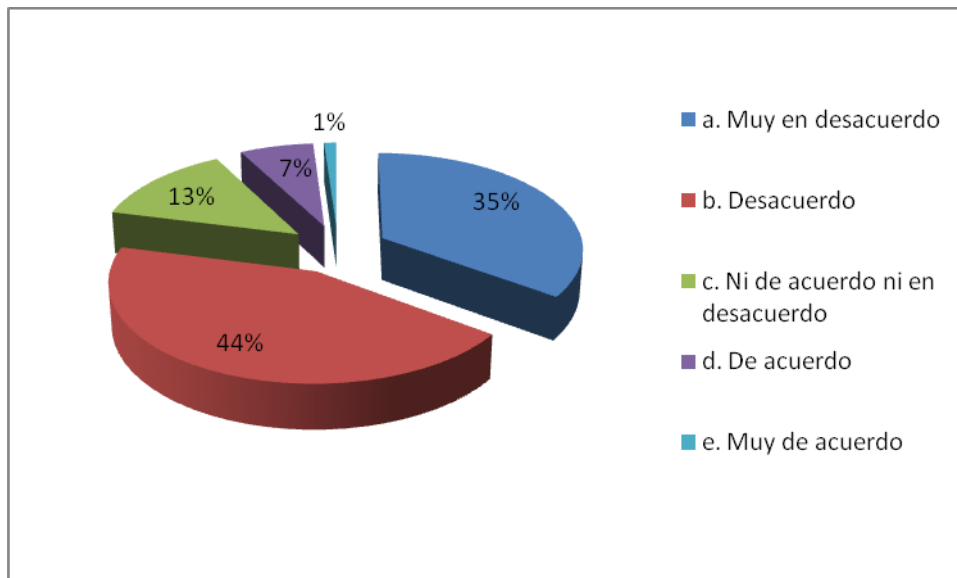
El porcentaje de personas que se encuentran de acuerdo con el enunciado de la pregunta, no es el que se esperaba teniendo en cuenta la cantidad de estudiantes de estratos (5 y 6 renta alta) para los cuales el tema del buen nombre de la universidad lo debería jalonar de forma especial por encima de las otras variables para la toma de decisiones

7. En el momento de tomar la decisión de cual programa de pregrado debe usted seleccionar, que tan importante es el titulo profesional que su padre o madre hayan obtenido en pregrado?

- El 44% de los encuestados esta en desacuerdo con el enunciado de la pregunta, solo el 1% esta muy de acuerdo.

- El 35% esta muy en desacuerdo con el enunciado, lo anterior demuestra las tendencias en gustos y preferencias de los jóvenes las cuales difieren notablemente de los jóvenes de la década del 60 y 70

a. Muy en desacuerdo	221	35%
b. Desacuerdo	277	44%
c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	84	13%
d. De acuerdo	42	7%
e. Muy de acuerdo	7	1%
	631	100%



Este tipo de respuestas en una juventud tan desligada del ejemplo de los padres, que a la hora de la verdad no tienen razones de peso para seleccionar un programa de pregrado, el alto volumen de estudiantes de estrato 3 podría tener relación entre el estrato y el nivel de analfabetismo.

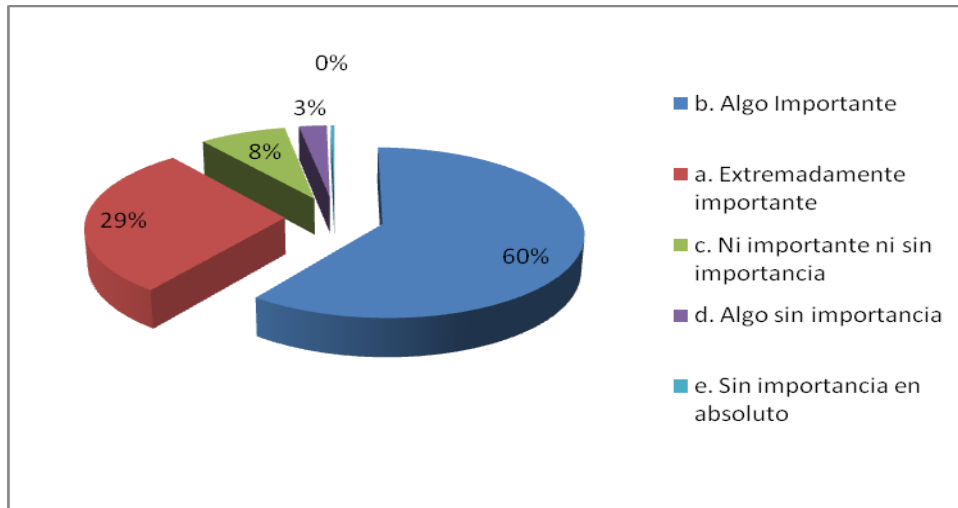
8. Para usted el valor de cada semestre académico de la carrera de pregrado sería....

- El 60% de los encuestados expresa que el valor de cada semestre académico es algo importante, es normal que cuando se realizan este tipo de preguntas a personas de estratos 3 y 4 en su gran mayoría no predominan tendencias hacia los extremos.

- Teniendo en cuenta que el 41% de los encuestados desearía estudiar en una Universidad Pública la cifra del 60% en el escenario de algo importante puede coincidir mucho mejor teniendo en cuenta que el costo de cada semestre en las Universidades públicas no es tan oneroso

- El 3% de los estudiantes respondió que el tema es algo sin importancia y el 0,32% respondió que el tema es sin importancia en absoluto, se refleja nuevamente la ausencia de los estudiantes en masa de colegios de estratos 5 y 6

b. Algo importante	380	60%
a. Extremadamente importante	183	29%
c. Ni importante ni sin importancia	50	8%
d. Algo sin importancia	16	3%
e. Sin importancia en absoluto	2	0,32%
	631	100%



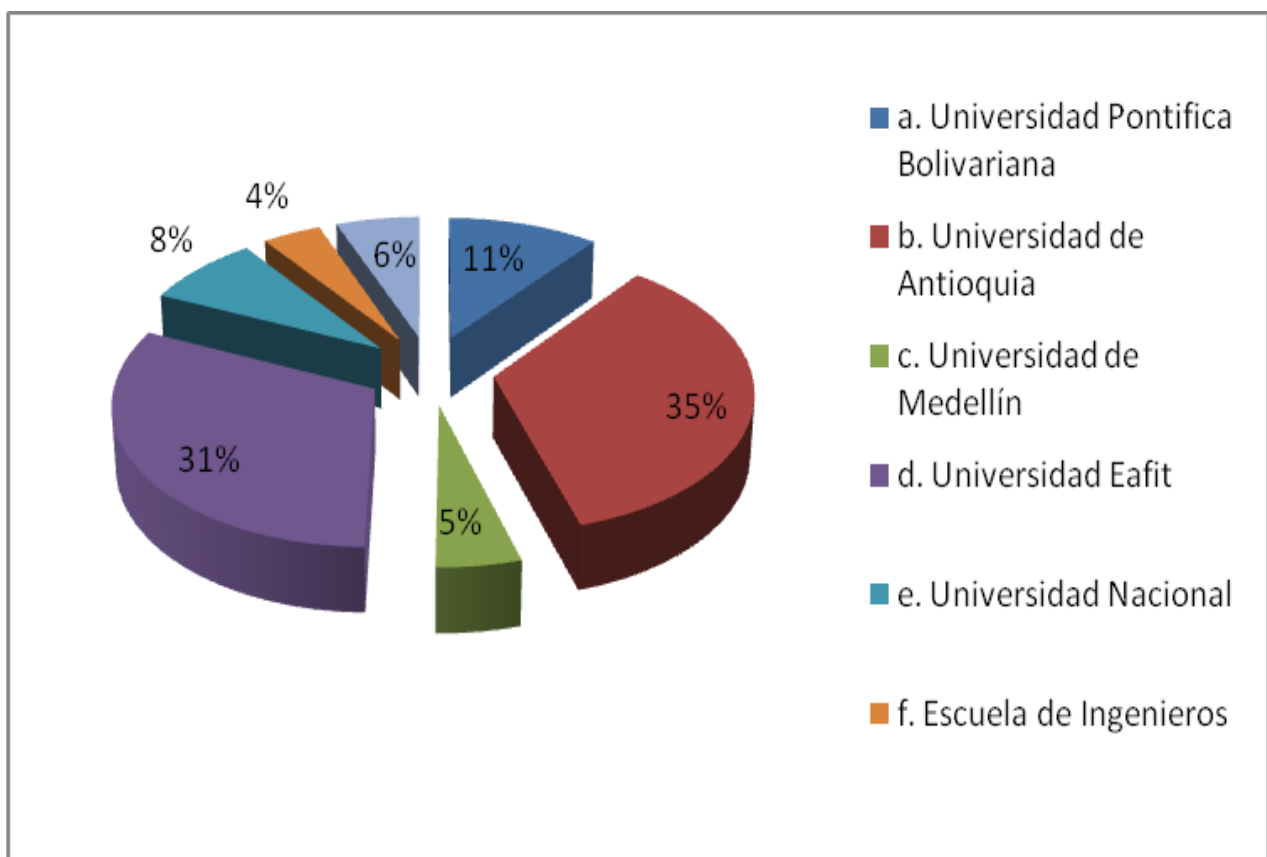
9. ¿En cuál de las siguientes Universidades le gustaría adelantar sus estudios de pregrado?(Seleccione solo una)

- En el TOP 3 la Universidad de Antioquia es la preferida con un 35%, le sigue la Universidad Eafit con 32% y por último el CES con 21%
- Las otras dos Universidades privadas de la ciudad Universidad de Medellín (5%) y Escuela de Ingenieros de Antioquia (4%) casi que obtienen el mismo peso de la Universidad Nacional la cual es pública
- A pesar de haber muchos estudiantes de colegios ubicados en estratos 3 y 4 la Universidad Eafit, UPB y CES continúan siendo aspiracionales para los estudiantes

a. Universidad Pontificia Bolivariana	67	11%
b. Universidad de Antioquia	220	35%
c. Universidad de Medellín	30	5%
d. Universidad Eafit	199	32%
e. Universidad Nacional	52	8%
f. Escuela de Ingenieros	26	4%
g. Otra. Cual?	37	6%
	631	100%

OTROS	TOTAL	PART%
CES	8	21%
POLITECNICO	4	11%
I.T.M	3	8%
SAN BUENAVENTURA	2	5%
ACADEMIA ANTIOQUEÑA DE AVIACION	1	3%

ALCONES	1	3%
ANDES	1	3%
AUTONOMA	1	3%
BELLAS ARTES	1	3%
CATOLICA	1	3%
COLEGIATURA	3	8%
COLEGIO MAYOR	1	3%
E. GASTONIMICA DE ANTIOQUIA	1	3%
ENVIGADO	1	3%
FIU(MIAM)	1	3%
FUNLAM	1	3%
I.T.M.	3	8%
ICE,EEUU	1	3%
LA SALLE	1	3%
U.JAVERIANA	1	3%
UNIVERSIDAD DEL PALERMO	1	3%
TOTAL	38	100%

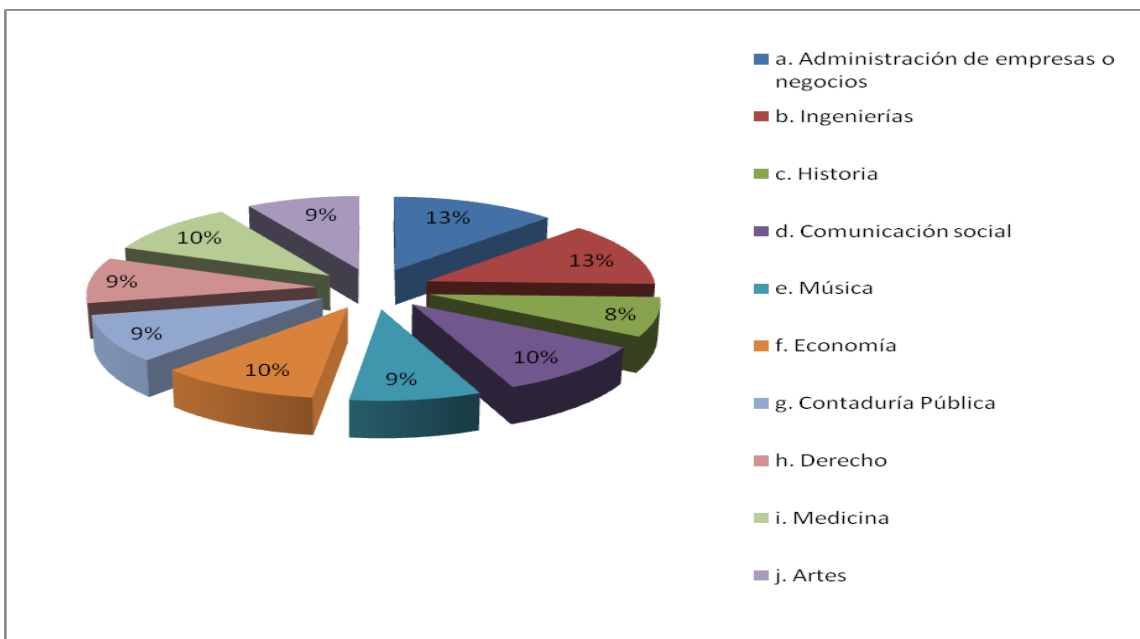


10. Ordene los programas académicos de la siguiente lista, de acuerdo con su grado de preferencia para adelantar sus estudios de pregrado, de modo que asigne 1 al programa que más prefiere preferido y 10 el programa que menos prefiere.

- Administración de empresas e ingenierías son las más seleccionadas por los encuestados con el 13% siguiéndole comunicación social, economía y medicina con el 10%

- El pregrado en Historia (2.940 fue el menor puntaje) esta de cuarto en la categoría con música (8%)

a. Administración de empresas o negocios	4405	13%
b. Ingenierías	4455	13%
c. Historia	2690	8%
d. Comunicación social	3587	10%
e. Música	2940	8%
f. Economía	3612	10%
g. Contaduría Pública	3240	9%
h. Derecho	3130	9%
i. Medicina	3622	10%
j. Artes	3024	9%
	34705	100%



11. ¿Cuáles universidades conoce en el país que ofrezcan pregrado en historia?

- Predomina el desconocimiento en la mayoría de los encuestados, ninguno identifico el nombre de alguna Universidad que ofrezca pregrado en historia (68%)

- El 4% identifico a la Universidad Eafit sin tener activo el moderno pregrado en Historia

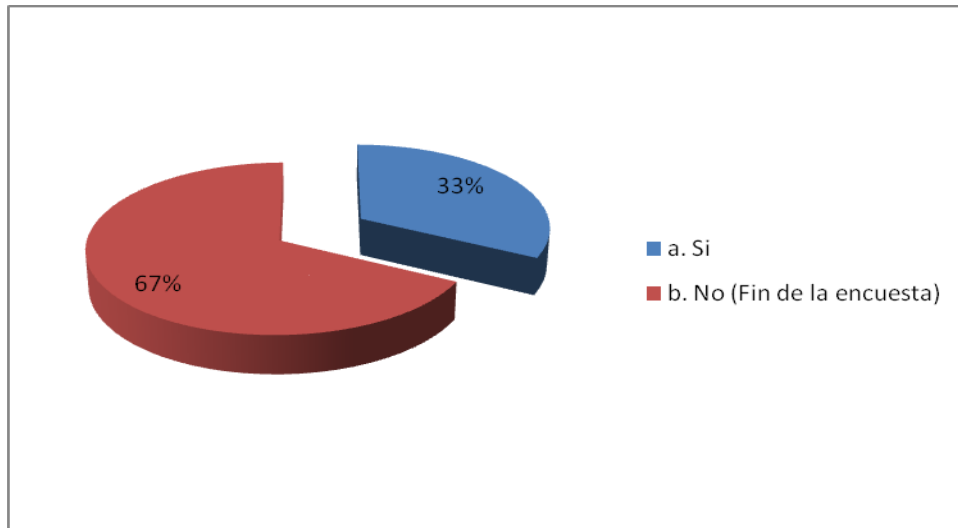
CODIGO	UNIVERSIDAD	CANT	PART%
1	NINGUNA / NO CONOZCO / NO SE /NO CONTESTA	466	68%
2	UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	116	17%
5	UNIVERSIDAD NACIONAL	51	7%
6	UNIVERSIDAD EAFIT	25	4%
9	UNIVERSIDAD DE MEDELLIN	9	1%
10	U.P.B.	8	1%
11	UNIVERSIDAD DE LOS ANDES	3	0%
7	UNIVERSIDAD DE LA SABANA	2	0%
8	UNIVERSIDAD JAVERIANA	2	0%
3	UNIVERSIDAD NACIONAL BOGOTA	1	0%
12	INSTITUCION UNIVERSITARIA LORENZO LAMAS	2	0%
14	UNIVALLE	1	0%
13	UNIVERSIDAD SAN MARTIN	1	0%
16	UNIVERSIDAD LUIS AMIGO	1	0%
TOTAL		688	100%

12. ¿Le gustaría estudiar un programa moderno de Historia que le ofrezca competencias en idiomas, investigación, movilidad internacional, interdisciplinaridad, historia contemporánea, historia empresarial e institucional?

- Al 33% de los encuestados les gustaría estudiar un moderno pregrado en historia

- Casi el doble de los estudiantes no le gustaría estudiar un moderno pregrado en Historia con el enfoque o competencias descritas en el enunciado de la pregunta

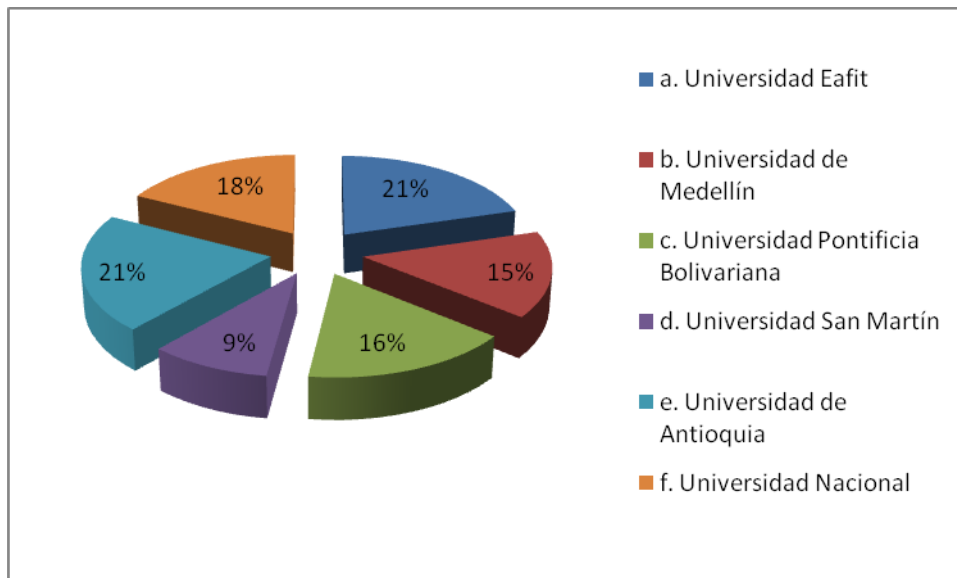
a. Si	206	33%
b. No (Fin de la encuesta)	425	67%
	631	100%



13. En caso de que quiera estudiar un pregrado moderno en Historia, ordene las Universidades de la siguiente lista, de acuerdo con su grado de preferencia, de modo que asigne 1 a la Universidad más preferida y 6 a la Universidad que menos preferiría.

- La Universidad Eafit fue la seleccionada como la Universidad preferida por los 206 estudiantes a los cuales les gustaría adelantar un pregrado en Historia (20%). Esta información puede estar viciada por el hecho de haber realizado la encuesta en las instalaciones de la Universidad y en un evento dirigido a los estudiantes

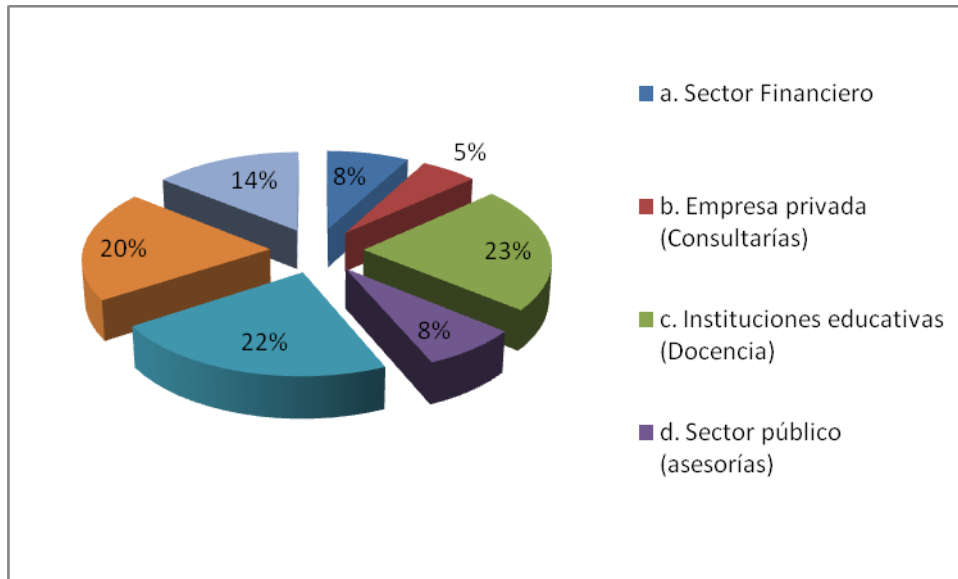
a. Universidad Eafit	893	20%
b. Universidad de Medellín	672	15%
c. Universidad Pontificia Bolivariana	712	16%
d. Universidad San Martín	410	9%
e. Universidad de Antioquia	919	21%
f. Universidad Nacional	762	17%
	4368	100%



14. ¿En que sectores cree usted se puede desempeñar un profesional que haya estudiado un pregrado moderno en Historia? Seleccione las que considere pertinentes. (Seleccione solo tres)

- Las tres opciones más seleccionadas por los entrevistados como lugar en el cual se podría desempeñar laboralmente hablando un egresado el moderno pregrado en Historia. Docencia (23%), Bibliotecas, museos y archivos (22%) y en el campo de la investigación y escritura de textos (20%)

a. Sector Financiero	45	8%
b. Empresa privada (Consultarías)	31	5%
c. Instituciones educativas (Docencia)	128	23%
d. Sector público (asesorías)	43	8%
e. Bibliotecas, museos y archivos (Administración documental)	127	22%
f. Investigación y escritura de textos	113	20%
g. Ámbito internacional (asesorías)	81	14%
	568	100%

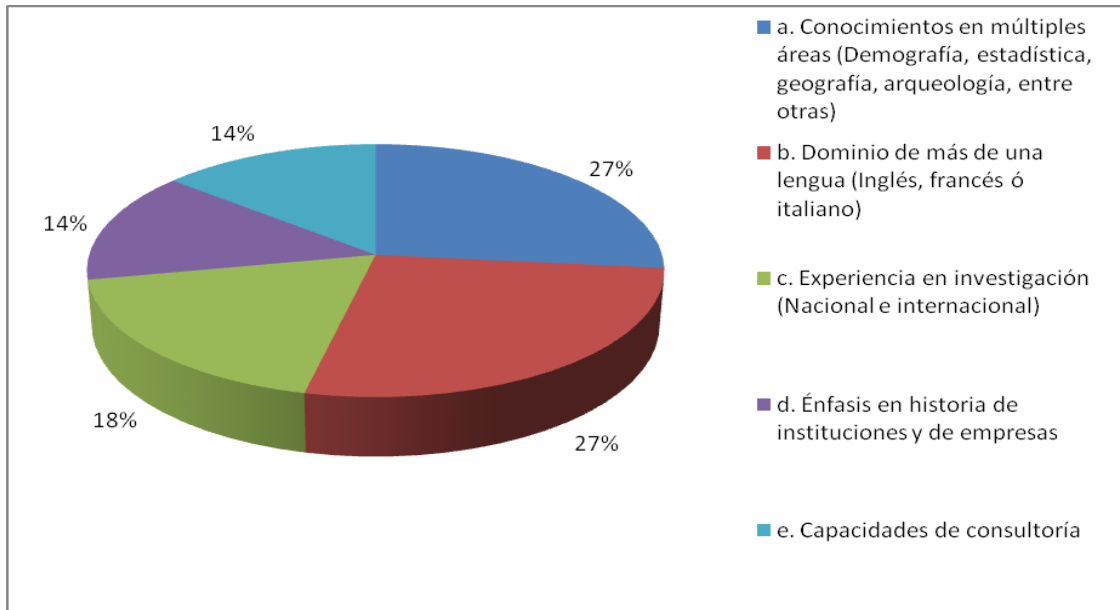


15. Reparta 100 puntos entre los siguientes atributos, de acuerdo a lo que usted considera debería poseer un Historiador moderno egresado de una Universidad privada. (La suma total debe dar 100)

- Las dos opciones mejor puntuadas por los encuestados con un 27% corresponden al énfasis a dos pilares muy importantes con los cuales la Universidad Eafit desea diferenciarse de las demás Universidades que ofrecen pregrado en Historia

- La capacidad de consultoría es un ítem diferenciador del Historiador de vieja data vs. El Historiador moderno, el tema de la consultoría esta muy asociado al core business de la Universidad, pero solo apporto el 14% dentro de los atributos elegidos por los encuestados

a. Conocimientos en múltiples áreas (Demografía, estadística, geografía, arqueología, entre otras)	5434	27%
b. Dominio de más de una lengua (Inglés, francés ó italiano)	5445	27%
c. Experiencia en investigación (Nacional e internacional)	3758	18%
d. Énfasis en historia de instituciones y de empresas	2930	14%
e. Capacidades de consultoría	2927	14%
	20494	100%

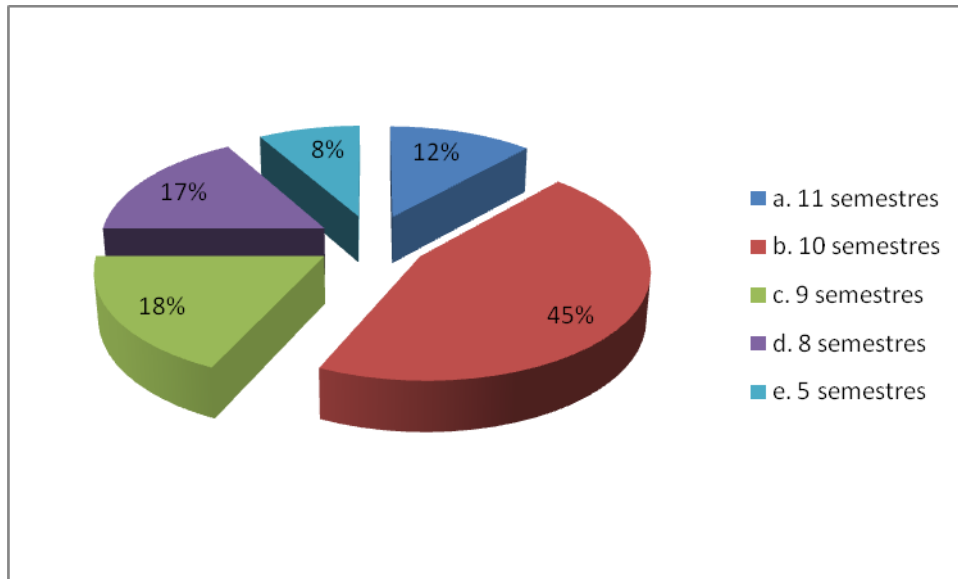


16. ¿cuál sería la duración ideal de un programa de pregrado moderno en Historia?

- Para el 45% de los encuestados el moderno pregrado en Historia debería tener la misma intensidad que cualquier otra carrera de pregrado

- No se debe dejar de lado a los estudiantes que eligieron la opción de 9 semestres (18%) y 8 semestres (17%), es número considerable de estudiantes que consideran que por el nombre se debería estudiar menos semestres

a. 11 semestres	24	12%
b. 10 semestres	92	45%
c. 9 semestres	37	18%
d. 8 semestres	34	17%
e. 5 semestres	17	8%
	204	100%



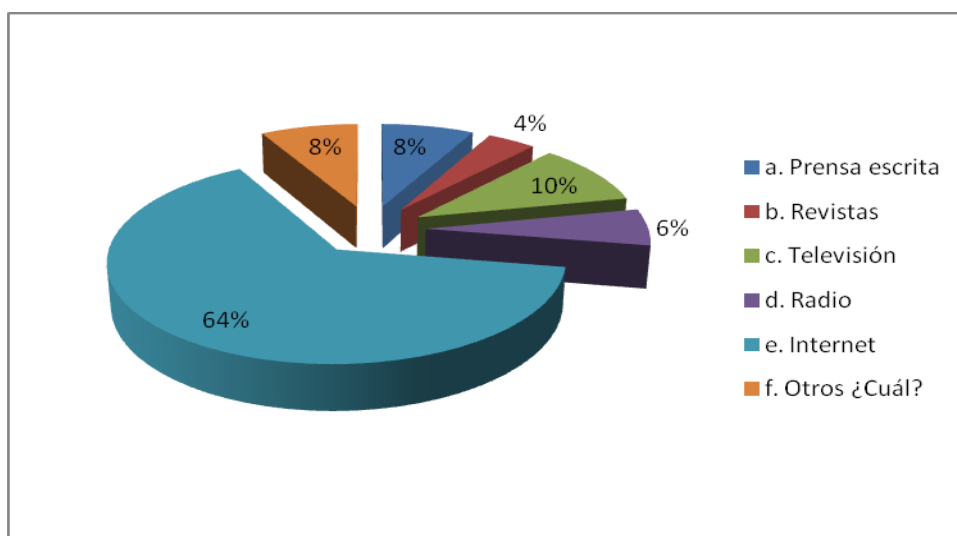
17. ¿Por cual medio de comunicación se entera usted de las ofertas en pregrados que tiene la Universidad Eafit?

- El 64% de los encuestados afirma que a través de Internet conoce las ofertas de pregrado que ofrece la Universidad Eafit, este medio sería un buen canal para ofrecer el moderno pregrado en Historia seguido por televisión (10%), ese dato es extraño debido a que en el flow de medios de la Universidad para darse a conocer no existe mucha intensidad en Televisión

- El 55% de los estudiantes que seleccionaron la opción de otros, describen que a través de los Colegios conocen las ofertas de programas académicos de la Universidad Eafit.

a. Prensa escrita	19	8%
b. Revistas	10	4%
c. Televisión	25	10%
d. Radio	15	6%
e. Internet	160	64%
f. Otros ¿cuál?	20	8%
	249	100%

AMIGOS	1	5%
ASESORIA, COMENTARIOS	1	5%
COLEGIO	11	55%
ESTUDIANTES	1	5%
FERIAS	1	5%
NINGUNO	1	5%
PAPA	1	5%
PROFESORES	2	10%
VISITAS AL COLEGIO DE LAS UNIVERSIDADES	1	5%
	20	100%



Cruce de datos:

- Colegio vs. Selección de Universidad pública o privada:

Los colegios que más pesan e influyen en la selección de una Universidad pública para estudiar alguna carrera de pregrado, son colegios de estratos 2 y 3

- Colegio vs. Selección C pregunta 10 “Ordene los programas académicos de la siguiente lista, de acuerdo con su grado de preferencia para adelantar sus estudios de pregrado, de modo que asigne 1 al programa que mas prefiere preferido y 10 el programa que menos prefiere”

De los 9 Colegios que mayor puntaje le otorgaron al pregrado en Historia, solo coinciden con los colegios extraídos del Data de la Universidad los siguientes:

- San José de las Vegas
- Colegio Calasanz

CÓDIGO	NOMBRE DEL COLEGIO	PUNTAJE PREGUNTA 10 (OPCION HISTORIA - C)	PART%
64	INEM	158	26,55%
26	LA PRESENTACION	47	7,90%
7	I.E. MANUEL J. BETANCUR	42	7,06%
27	I.E. JOSEFINA MUNOZ GONZALES	39	6,55%
59	I. S. PEDRO JUSTO BERIO	28	4,71%
58	SAN JOSE DE LAS VEGAS	14	2,35%
31	CALAZANS	14	2,35%
23	LICEO UNIVERSIDAD DE MEDELLIN	14	2,35%
9	COLOMBO SUECO	14	2,35%
41	I.E. MIRAFLORES	11	1,85%
24	LICEO SALAZAR Y HERRERA	11	1,85%
43	I.E. FATIMA NUTIBARA	10	1,68%
33	CUMBRES	10	1,68%
25	SAN IGNACIO	10	1,68%
10	BENEDICTINO	10	1,68%
8	LA ENSENAZA	10	1,68%
42	BELLO ORIENTE	9	1,51%
2	U.P.B.	9	1,51%
1	COLOMBO BRITANICO	9	1,51%

57	CENTRO EDUCATIVO AUTONOMO	8	1,34%
6	MILITAR JOSE MARIA CORDOBA	7	1,18%
56	SAN JUAN BOSCO	6	1,01%
55	SANTA CLARA DE ASIS	6	1,01%
53	INSTITUTO JORGE ROBLEDO	6	1,01%
39	SOLEIRA	6	1,01%
52	PADRE MANYANET	5	0,84%
28	ALCARAVANE	5	0,84%
51	MATER DEI	4	0,67%
35	COLOMBO VENEZOLANO	4	0,67%
34	ICOLVEN	4	0,67%
30	EL SUFRAGIO	4	0,67%
14	PALERMO	4	0,67%
69	COLEGIO CORAZONISTA	3	0,50%
54	SAN JOSE DE LA SALLE	3	0,50%
46	PINARES	3	0,50%
32	ESCALA FUNORIE	3	0,50%
13	CONQUISTADORES	3	0,50%
12	ANFARES	3	0,50%
11	MONSEÑOR VICTOR WIEDEMAN	3	0,50%
70	COLEGIO DE LA COMPANIA DE MARIA (enseñanza)	2	0,34%
66	COLEGIO CRISTOBAL COLON (THE COLUMBUS SCHOOL)	2	0,34%
50	CAMPESTRE HORIZONTES	2	0,34%
45	ALCAZARES	2	0,34%
44	EL TRIANGULO	2	0,34%
36	CONSEJO DE MEDELLIN	2	0,34%
29	JESUS MARIA	2	0,34%
21	LUCRECIO JARAMILLO	2	0,34%
19	I. MUSICAL DIEGO ECHAVARRIA	2	0,34%
15	LA INMACUALADA	2	0,34%
3	LOS CEDROS	2	0,34%
68	COLEGIO BETHLEMITAS	1	0,17%

65	COLEGIO MARYMOUNT	1	0,17%
63	GIMNASIO CANTABRIA	1	0,17%
62	MONTESSORI	1	0,17%
61	SANTA MARIA DEL ROSARIO	1	0,17%
60	NUEVA GENTE	1	0,17%
47	GIMNASIO EL TESORO	1	0,17%
40	LUJAN	1	0,17%
38	PBRO. LUIS EDUARDO PEREZ	1	0,17%
37	LATINO	1	0,17%
22	RUDOLF STEINER	1	0,17%
20	SAN MARCOS	1	0,17%
5	NUESTRA SENORA DEL ROSARIO	1	0,17%
4	FONTAN	1	0,17%
TOTAL		595	100%

- Colegio vs. Le gustaría estudiar un moderno pregrado de Historia?

Los estudiantes de los colegios que seleccionaron como que "SI" les gustaría estudiar un moderno pregrado en Historia, son estudiantes en promedio de estrato 2 y 3, los cuales no son el target directo de la Universidad Eafit

CÓDIGO	NOMBRE DEL COLEGIO	SI	NO (FIN DE LA ENCUESTA)	TOTAL	PART%
64	INEM	59	99	158	25%
27	I.E. JOSEFINA MUNOZ GONZALES	19	20	39	6%
7	I.E. MANUEL J. BETANCUR	18	24	42	7%
59	I. S. PEDRO JUSTO BERIO	13	15	28	4%
26	LA PRESENTACION	10	37	47	7%
9	COLOMBO SUECO	8	6	14	2%
57	CENTRO EDUCATIVO AUTONOMO	6	2	8	1%
24	LICEO SALAZAR Y HERRERA	5	6	11	2%
42	BELLO ORIENTE	5	4	9	1%
41	I.E. MIRAFLORES	4	7	11	2%
2	U.P.B.	4	5	9	1%
39	SOLEIRA	4	2	6	1%

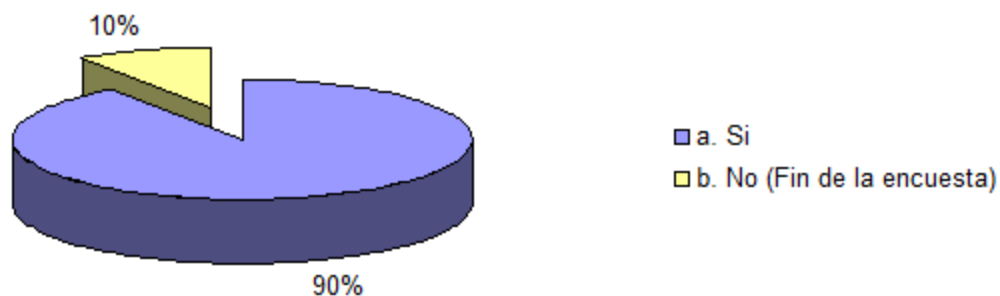
69	COLEGIO CORAZONISTA	3	10	13	2%
68	COLEGIO BETHLEMITAS	3	7	10	2%
33	CUMBRES	3	7	10	2%
56	SAN JUAN BOSCO	3	3	6	1%
51	MATER DEI	3	1	4	1%
35	COLOMBO VENEZOLANO	3	1	4	1%
34	ICOLVEN	3	1	4	1%
11	MONSEÑOR VICTOR WIEDEMAN	3		3	0%
31	CALAZANS	2	12	14	2%
43	I.E. FATIMA NUTIBARA	2	8	10	2%
70	COLEGIO DE LA COMPANIA DE MARIA (enseñanza)	2	7	9	1%
46	PINARES	2	1	3	0%
36	CONSEJO DE MEDELLIN	2		2	0%
21	LUCRECIO JARAMILLO	2		2	0%
15	LA INMACULADA	2		2	0%
58	SAN JOSE DE LAS VEGAS	1	13	14	2%
1	COLOMBO BRITANICO	1	8	9	1%
52	PADRE MANYANET	1	4	5	1%
28	ALCARAVANE	1	4	5	1%
67	COLEGIO ASPAEN GIMNASIO LOS ALCAZARES	1	2	3	0%
32	ESCALA FUNORIE	1	2	3	0%
13	CONQUISTADORES	1	2	3	0%
12	ANFARES	1	2	3	0%
44	EL TRIANGULO	1	1	2	0%
3	LOS CEDROS	1	1	2	0%
40	LUJAN	1		1	0%
38	PBRO. LUIS EDUARDO PEREZ	1		1	0%
22	RUDOLF STEINER	1		1	0%
23	LICEO UNIVERSIDAD DE MEDELLIN		14	14	2%
25	SAN IGNACIO		10	10	2%
10	BENEDICTINO		10	10	2%
8	LA ENSEÑANAZA		10	10	2%
6	MILITAR JOSE MARIA CORDOBA		7	7	1%

66	COLEGIO CRISTOBAL COLON (THE COLUMBUS SCHOOL)		6	6	1%
55	SANTA CLARA DE ASIS		6	6	1%
53	INSTITUTO JORGE ROBLEDO		6	6	1%
65	COLEGIO MARYMOUNT		4	4	1%
30	EL SUFRAGIO		4	4	1%
14	PALERMO		4	4	1%
54	SAN JOSE DE LA SALLE		3	3	0%
50	CAMPESTRE HORIZONTES		2	2	0%
45	ALCAZARES		2	2	0%
29	JESUS MARIA		2	2	0%
19	I. MUSICAL DIEGO ECHAVARRIA		2	2	0%
63	GIMNASIO CANTABRIA		1	1	0%
62	MONTESSORI		1	1	0%
61	SANTA MARIA DEL ROSARIO		1	1	0%
60	NUEVA GENTE		1	1	0%
47	GIMNASIO EL TESORO		1	1	0%
37	LATINO		1	1	0%
20	SAN MARCOS		1	1	0%
5	NUESTRA SENORA DEL ROSARIO		1	1	0%
4	FONTAN		1	1	0%
TOTAL		197	389	631	100%

6.7.4 ANÁLISIS RESULTADOS PRUEBA ÁCIDA (numeral 6.3)

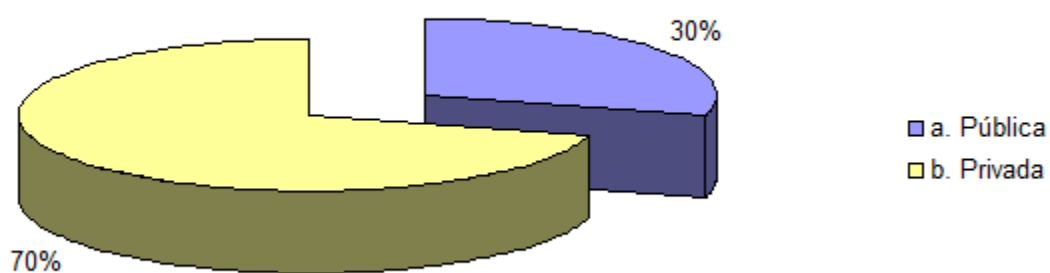
1. ¿Desea estudiar alguna carrera de pregrado?

a. Si	359	90%
b. No (Fin de la encuesta)	38	10%
	397	100%



2. ¿En que tipo de Universidad preferiría estudiar una carrera de pregrado?

a. Pública	106	30%
b. Privada	253	70%
	359	100%



3. Enumere de 1 a 5 las variables por las cuales seleccionaría una Universidad para estudiar alguna carrera de pregrado (siendo 1 la menos importante y 5 la mas importante)

a. Infraestructura (Campus universitario)	956	13,98%
b. Cercanía geográfica	889	13,00%
c. Valor del programa de pregrado	1019	14,90%
d. Prestigio y reconocimiento de la institución	1291	18,87%
e. Certificación académica de todos los programas de pregrado	1325	19,37%
f. Porque ofrece el programa al cual aspiro	1360	19,88%
	6840	100%

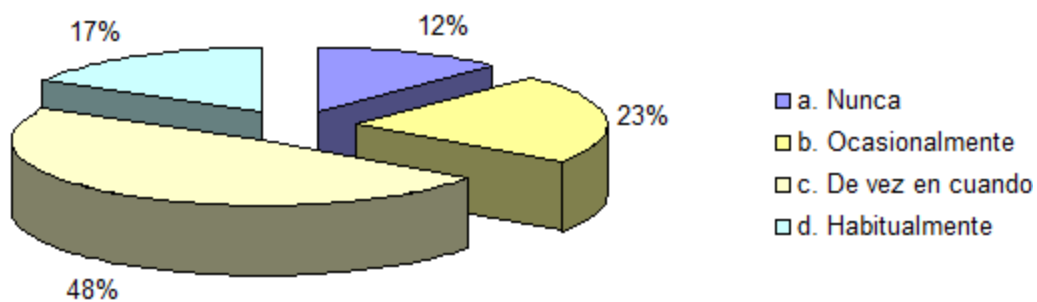
4. Enumere de 1 a 5 los grupos de influencia ó referencia que más pesan en el momento de tomar la decisión, para la selección de la Universidad en donde desea adelantar los estudios de pregrado (1 la menos importante y 5 las mas importante)

a. Familiares Cuales	1060	36%
b. Amigos o compañeros	754	26%
c. Profesores del colegio	666	23%
d. Ninguno de los anteriores	448	15%
e. Otros	0	0%
	2928	100%

OTROS	TOTAL	PART%
PADRE Y MADRE	185	81%
MADRE	16	7%
HERMANOS/PAPAS	14	6%
ABUELOS/PAPAS	3	1%
HERMANOS	2	1%
TIOS/PAPAS	0	0%
FAMILIA EN GENERAL	1	0%
PRIMOS	1	0%
TIOS	1	0%
ABUELOS	1	0%
EDUCADORES	1	0%
HERMANOS/PAPAS/TIOS	1	0%
HERMANOS/PRIMOS	0	0%
HERMANOS/TIOS	1	0%
TOTAL	227	100%

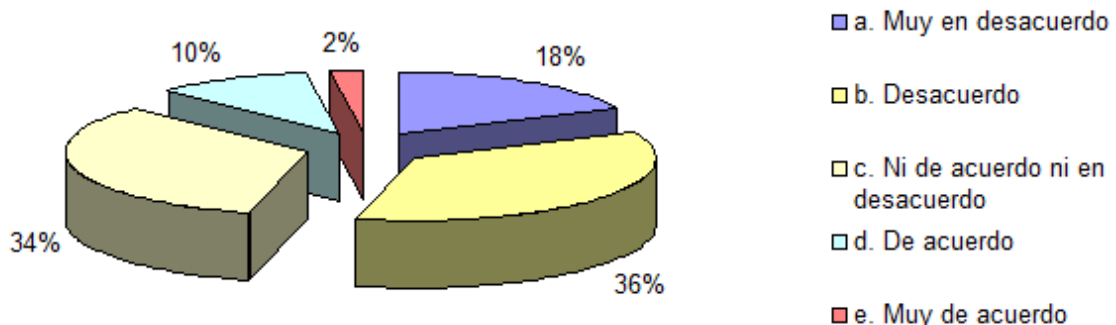
5. ¿Consulta usted en páginas de Internet los programas de pregrado que ofrecen las universidades?

a. Nunca	44	12%
b. Ocasionalmente	81	23%
c. De vez en cuando	173	48%
d. Habitualmente	61	17%
	359	100%



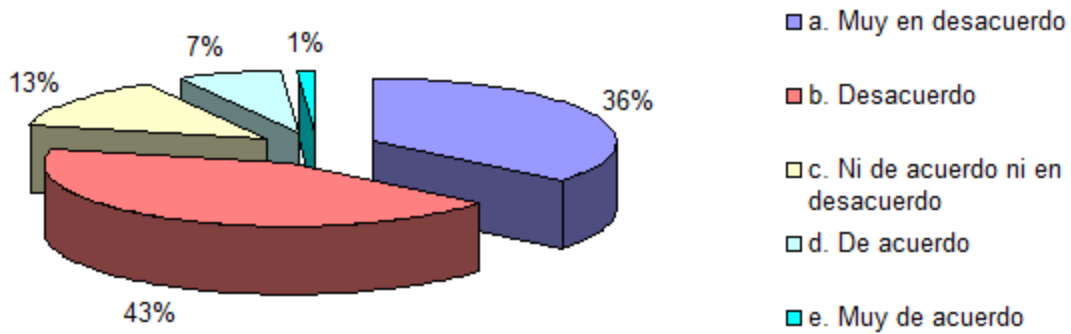
6. Exprese su opinión con respecto a la siguiente afirmación: el éxito profesional de un egresado universitario depende del nombre de la universidad, sin importar la carrera estudiada

a. Muy en desacuerdo	65	18%
b. Desacuerdo	128	36%
c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	121	34%
d. De acuerdo	37	10%
e. Muy de acuerdo	8	2%
	359	100%



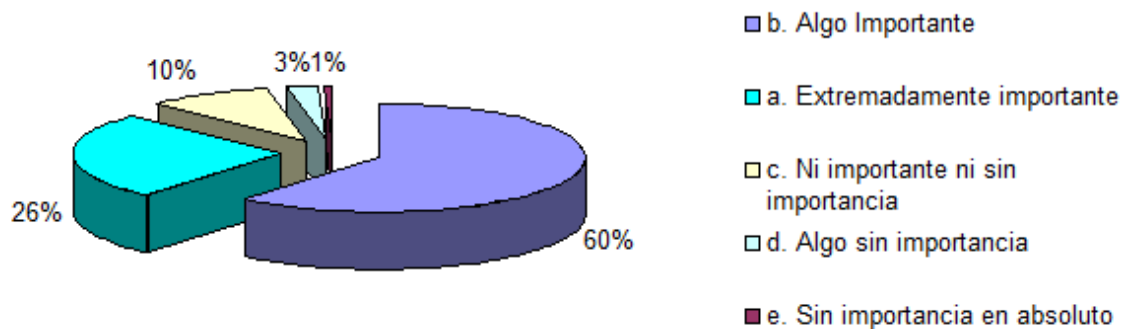
7. ¿En el momento de tomar la decisión de cual programa de pregrado debe usted seleccionar, que tan importante es el título profesional que su padre o madre hayan obtenido en pregrado?

a. Muy en desacuerdo	129	36%
b. Desacuerdo	154	43%
c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	47	13%
d. De acuerdo	25	7%
e. Muy de acuerdo	4	1%
	359	100%



8. Para usted el valor de cada semestre académico de la carrera de pregrado sería....

b. Algo Importante	219	61%
a. Extremadamente importante	94	26%
c. Ni importante ni sin importancia	35	10%
d. Algo sin importancia	9	3%
e. Sin importancia en absoluto	2	1%
	359	100%



9. ¿En cuál de las siguientes Universidades le gustaría adelantar sus estudios de pregrado?(Seleccione solo una)

d. Universidad Eafit	128	36%
b. Universidad de Antioquia	111	31%
a. Universidad Pontificia Bolivariana	41	11%
g. Otra. Cual?	23	6%
f. Escuela de Ingenieros	22	6%
e. Universidad Nacional	21	6%
c. Universidad de Medellín	13	4%
	359	100%

OTROS	TOTAL	PART%
CES	5	23%
POLITECNICO	0	0%
I.T.M	1	5%
SAN BUENAVENTURA	0	0%
ACADEMIA ANTIOQUEÑA DE AVIACION	1	5%
ALCONES	1	5%
ANDES	1	5%
AUTONOMA	0	0%
BELLAS ARTES	1	5%
CATOLICA	0	0%
COLEGIATURA	3	14%
COLEGIO MAYOR	1	5%
E. GASTONIMICA DE ANTIOQUIA	1	5%
ENVIGADO	1	5%
FIU(MIAMI)	1	5%
FUNLAM	1	5%
I.T.M.	1	5%
ICE,EEUU	0	0%
LA SALLE	1	5%
U.JAVERIANA	1	5%
UNIVERSIDAD DEL PALERMO	1	5%
TOTAL	22	100%

10. Ordene los programas académicos de la siguiente lista, de acuerdo con su grado de preferencia para adelantar sus estudios de pregrado, de modo que asigne 1 al programa que más prefiere preferido y 10 el programa que menos prefiere.

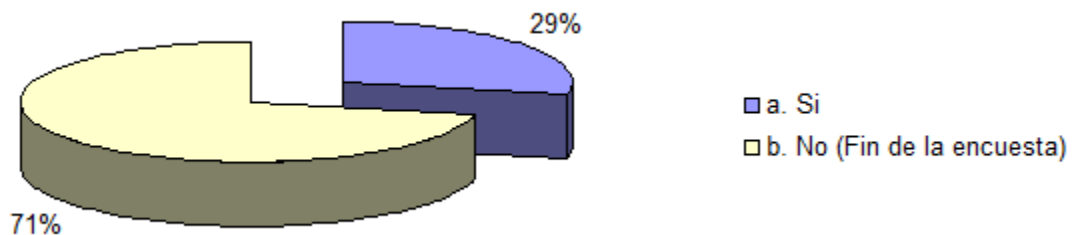
b. Ingenierías	2508	13%
a. Administración de empresas o negocios	2477	13%
d. Comunicación social	2077	11%
f. Economía	2071	10%
i. Medicina	1978	10%
g. Contaduría Pública	1848	9%
j. Artes	1819	9%
h. Derecho	1744	9%
e. Música	1680	9%
c. Historia	1543	8%
	19745	100%

11. Cuales Universidades conoce en el país que ofrezcan pregrado en historia?

CODIGO	UNIVERSIDAD	CANT	PART%
1	NINGUNA / NO CONOZCO / NO SE /NO CONTESTA	280	72%
2	UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	50	13%
5	UNIVERSIDAD NACIONAL	29	7%
6	UNIVERSIDAD EAFIT	15	4%
9	UNIVERSIDAD DE MEDELLIN	4	1%
10	U.P.B.	6	2%
11	UNIVERSIDAD DE LOS ANDES	2	1%
7	UNIVERSIDAD DE LA SABANA	2	1%
8	UNIVERSIDAD JAVERIANA	0	0%
3	UNIVERSIDAD NACIONAL BOGOTA	0	0%
12	INSTITUCION UNIVERSITARIA LORENZO LAMAS	2	1%
14	UNIVALLE	0	0%
13	UNIVERSIDAD SAN MARTIN	1	0%
16	UNIVERSIDAD LUIS AMIGO	0	0%
TOTAL		391	100%

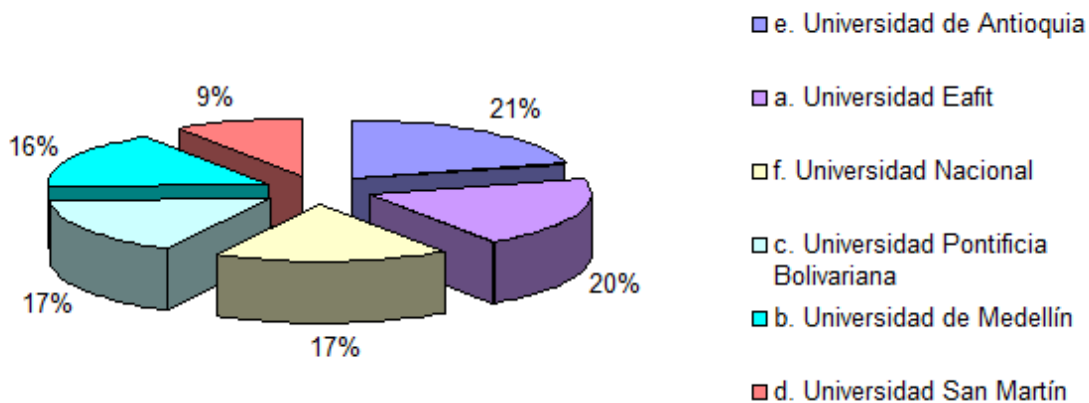
12. ¿Le gustaría estudiar un programa moderno de Historia que le ofrezca competencias en idiomas, investigación, movilidad internacional, interdisciplinaridad, historia contemporánea, historia empresarial e institucional?

a. Si	103	29%
b. No (Fin de la encuesta)	256	71%
	359	100%



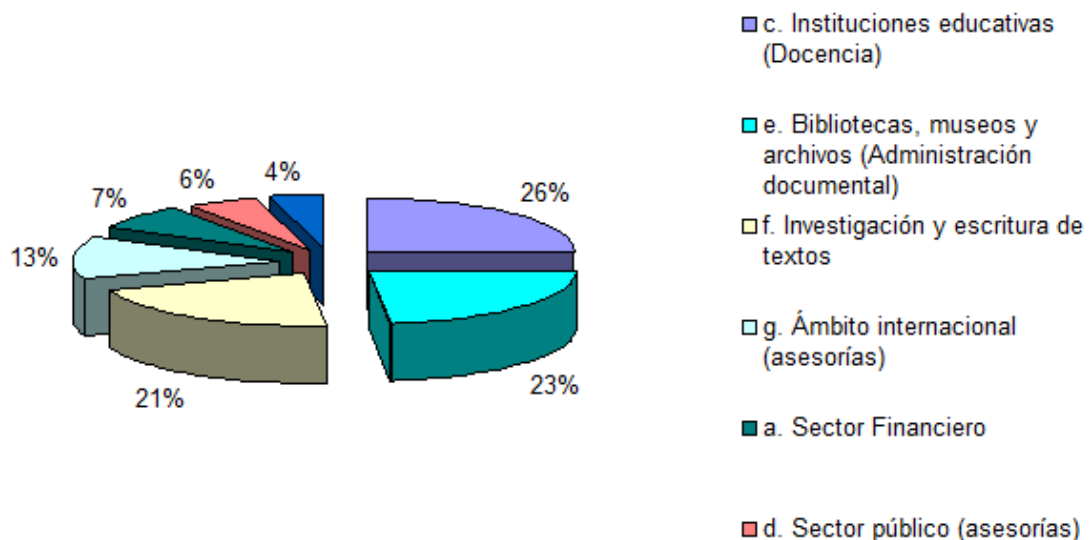
13. En caso de que quiera estudiar un pregrado moderno en Historia, ordene las Universidades de la siguiente lista, de acuerdo con su grado de preferencia, de modo que asigne 1 a la Universidad más preferida y 6 a la Universidad que menos preferiría.

e. Universidad de Antioquia	458	21%
a. Universidad Eafit	439	20%
f. Universidad Nacional	377	17%
c. Universidad Pontificia Bolivariana	369	17%
b. Universidad de Medellín	355	16%
d. Universidad San Martín	207	9%
	2205	100%



14. ¿En que sectores cree usted se puede desempeñar un profesional que haya estudiado un pregrado moderno en Historia? Seleccione las que considere pertinentes. (Seleccione solo tres)

c. Instituciones educativas (Docencia)	74	25%
e. Bibliotecas, museos y archivos (Administración documental)	69	23%
f. Investigación y escritura de textos	63	21%
g. Ámbito internacional (asesorías)	39	13%
a. Sector Financiero	22	7%
d. Sector público (asesorías)	17	6%
b. Empresa privada (Consultarías)	12	4%
Total	296	100%

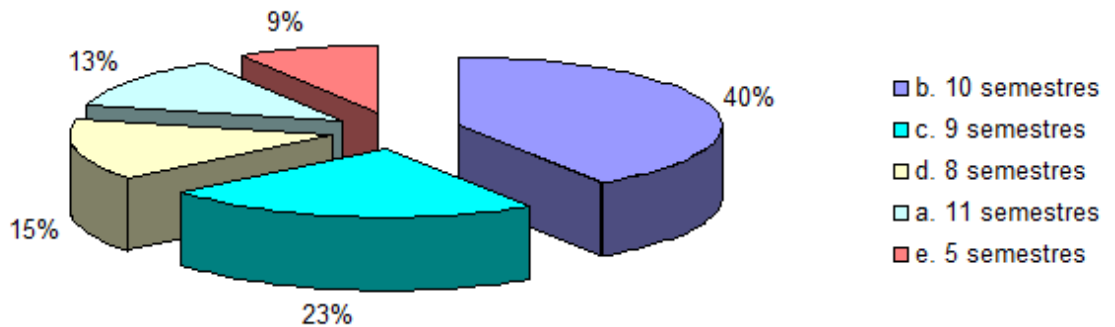


15. Reparta 100 puntos entre los siguientes atributos, de acuerdo a lo que usted considera debería poseer un Historiador moderno egresado de una Universidad privada. (La suma total debe dar 100)

a. Conocimientos en múltiples áreas (Demografía, estadística, geografía, arqueología, entre otras)	2699	26%
b. Dominio de más de una lengua (Inglés, francés ó italiano)	2565	25%
c. Experiencia en investigación (Nacional e internacional)	1975	19%
d. Énfasis en historia de instituciones y de empresas	1602	15%
e. Capacidades de consultoría	1553	15%
	10394	100%

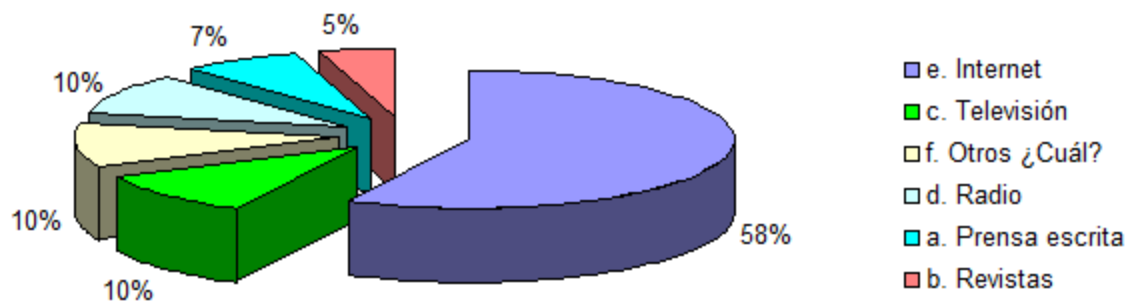
16. ¿cuál sería la duración ideal de un programa de pregrado moderno en Historia?

b. 10 semestres	42	41%
c. 9 semestres	24	23%
d. 8 semestres	15	15%
a. 11 semestres	13	13%
e. 5 semestres	9	9%
	103	100%



17. ¿Por cual medio de comunicación se entera usted de las ofertas en pregrados que tiene la Universidad Eafit?

e. Internet	72	58%
c. Televisión	13	10%
f. Otros ¿cuál?	13	10%
d. Radio	12	10%
a. Prensa escrita	9	7%
b. Revistas	6	5%
	125	100%



AMIGOS	1	8%
ASESORIA, COMENTARIOS	0	0%
COLEGIO	8	67%
ESTUDIANTES	0	0%
FERIAS	1	8%
NINGUNO	0	0%
PAPA	1	8%
PROFESORES	0	0%
VISITAS AL COLEGIO DE LAS UNIVERSIDADES	1	8%
	12	100%

6.7.5 ANÁLISIS RESULTADOS INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA INFORMACIÓN SECUNDARIA (numeral 6.4)

Información demográfica:

- El total de los encuestados viven en 15 diferentes barrios de la ciudad y de los Municipios Colinderos
- La proporción más alta vive en estratos 4, 5 y 6
- El porcentaje más alto (29%) vive en el Poblado

CÓDGO	NOMBRE DEL BARRIO	38	39	40	41	42	43	44	45	48	49	50	51	52	53	TOTAL	PART%
1	POBLADO	1	2					2	3		1					9	29%
6	ENVIGADO	1				2				2				1	1	7	23%
7	PATIO BONITO											1	2			3	10%
2	BELLO											1				1	3%
3	LAURELES				1											1	3%
4	LA CEJA											1				1	3%
5	GUAYABAL											1				1	3%
8	LA MOTA							1								1	3%
9	SURAMERICANA						1									1	3%
10	18 DE OCTUBRE											1				1	3%
11	RIONEGRO				1											1	3%
12	VILLAHERMOSA					1										1	3%
13	SAN ANTONIO DE PRADO		1													1	3%
14	CRISTO REY					1										1	3%
16	SANTAFE			1												1	3%
TOTAL	2	3	1	2	4	1	3	3	2	1	5	2	1	1	31	100%	

Comparación del título profesional y el sexo

- El 19% de los padres de familia son administradores de empresas, el 10% son ingenieros y el 35% no tienen profesión alguna

CÓDIGO	PROFESIÓN	F	M	TOTAL	PART%
4	ADMINISTRACION DE EMPRESAS	3	3	6	19%
5	INGENIERO MECANICO		3	3	10%
10	COMERCIANTE	1	2	3	10%
1	DERECHO	1		1	3%
2	MISIONERO		1	1	3%
3	SECRETARIA BILINGÜE	1		1	3%
6	PROCESADOR DE ALIMENTOS	1		1	3%
7	CONTADURIA PUBLICA	1		1	3%
8	DELINEANTE DE ARQUITECTURA	1		1	3%
9	PUBLICISTA	1		1	3%
11	DISEÑADOR	1		1	3%
12	ECONOMISTA		1	1	3%
13	BACTERIOLOGIA	1		1	3%
14	INGENIERIA DE ALIMENTOS	1		1	3%

15	EDUCACION PRESCOLAR	1		1	3%
16	CONDUCTOR		1	1	3%
17	SECRETARIA	1		1	3%
18	DOCENTE	1		1	3%
19	MILITAR		1	1	3%
20	TECNICO DE ALIMENTOS	1		1	3%
22	AMA DE CASA	1		1	3%
23	TECNICO DISEÑO DE MODAS	1		1	3%
TOTAL		19	12	31	100%

Comparación Edad vs. Sexo

- El 84% de los encuestados supera los 39 años de edad
- El 29% de los encuestados supera los 50 años, queda la duda si realmente eran los padres de familia o abuelos de los estudiantes

EDAD	F	M	TOTAL	PART%
50	1	4	5	16%
42	3	1	4	13%
39	2	1	3	10%
44	3		3	10%
45	3		3	10%
38	1	1	2	6%
41	2		2	6%
48	1	1	2	6%
51		2	2	6%
40	1		1	3%
43	1		1	3%
49		1	1	3%
52		1	1	3%
53	1		1	3%
TOTAL	19	12	31	100%

Profesión vs. Barrio

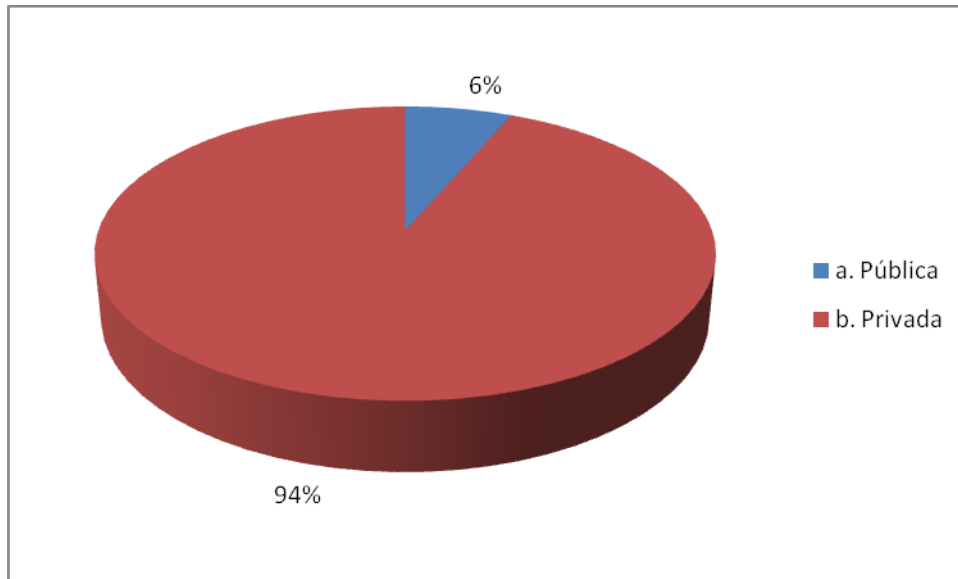
- De los encuestados totales se extrajo la información solo de los barrios estrato 4, 5 y 6

- En el estrato 5 y 6 se encuentra la mayor concentración de padres de familia profesionales

CÓDIGO	PROFESION	POBLADO	LAURELES	ENVIGADO	PATIO BONITO	LA MOTA	SURAMERICANA	TOTAL	PART%
4	ADMINISTRACION DE EMPRESAS	1		1	2	1		5	23%
5	INGENIERO MECANICO			2				2	9%
10	COMERCIANTE	1		1				2	9%
1	DERECHO	1						1	5%
3	SECRETARIA BILINGÜE		1					1	5%
7	CONTADURIA PUBLICA	1						1	5%
8	DELINEANTE DE ARQUITECTURA	1						1	5%
9	PUBLICISTA	1						1	5%
11	DISEÑADOR	1						1	5%
12	ECONOMISTA				1			1	5%
13	BACTERIOLOGIA	1						1	5%
14	INGENIERIA DE ALIMENTOS	1						1	5%
15	EDUCACION PRESCOLAR						1	1	5%
18	DOCENTE			1				1	5%
20	TECNICO DE ALIMENTOS			1				1	5%
23	TECNICO DISEÑO DE MODAS			1				1	5%
2	MISIONERO							0	0%
6	PROCESADOR DE ALIMENTOS							0	0%
16	CONDUCTOR							0	0%
17	SECRETARIA							0	0%
19	MILITAR							0	0%
22	AMA DE CASA							0	0%
TOTAL		9	1	7	3	1	1	22	100%

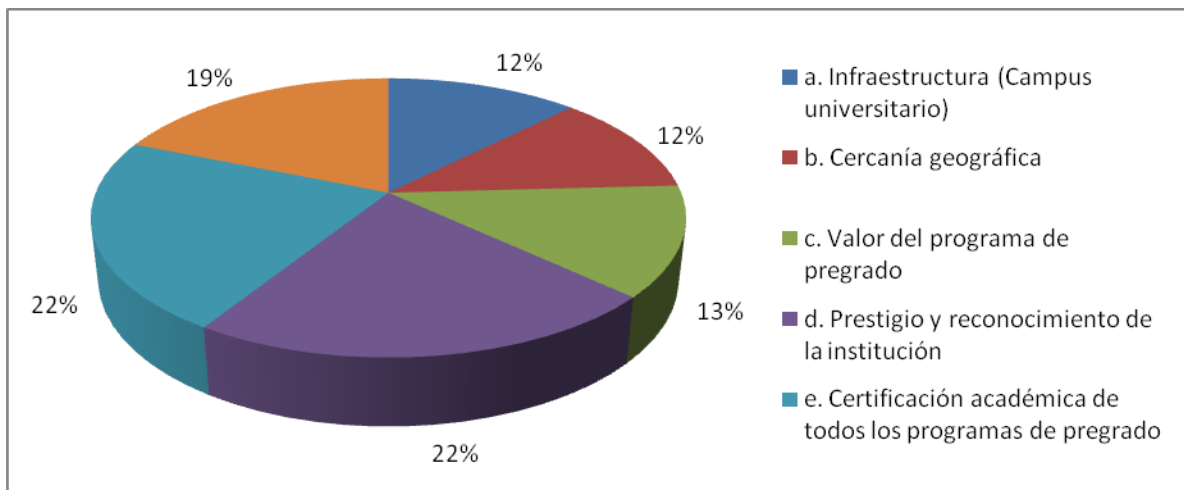
1. ¿En que tipo de Universidad preferiría usted que estudie su hijo(a)?

a. Pública	2	6%
b. Privada	29	94%
	31	100%



2. Enumere de 1 a 5 las variables por las cuales seleccionaría una Universidad para que su hijo(a) estudiara alguna carrera de pregrado (siendo 1 la menos importante y 5 la mas importante)

a. Infraestructura (Campus universitario)	72	12%
b. Cercanía geográfica	68	12%
c. Valor del programa de pregrado	74	13%
d. Prestigio y reconocimiento de la institución	128	22%
e. Certificación académica de todos los programas de pregrado	129	22%
f. Porque ofrece el programa al cual aspiro	109	19%
Total	580	100%

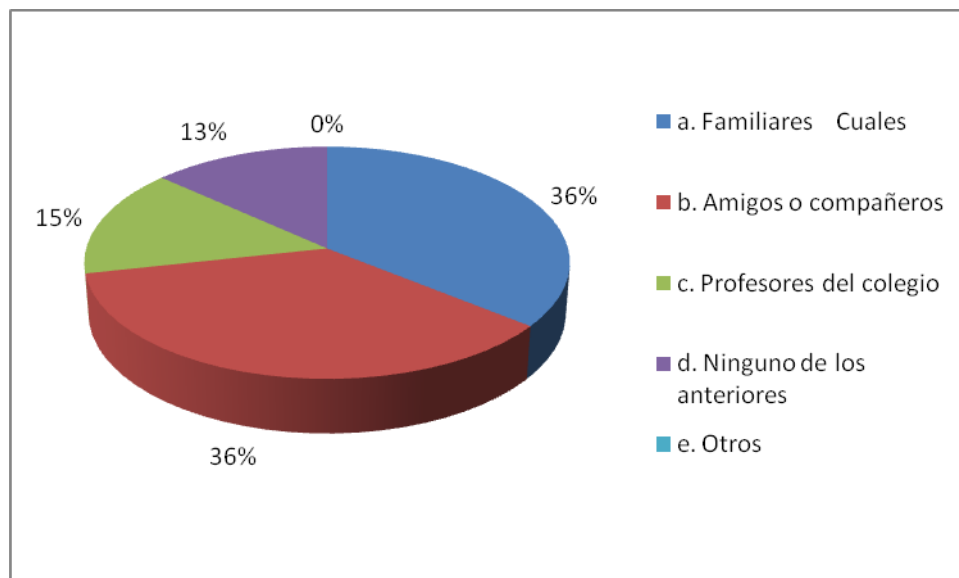


3. Enumere de 1 a 5 los grupos de influencia ó referencia que usted cree tiene más peso en el momento de tomar la decisión su hijo(a), para la selección de la Universidad en donde desea adelantar los estudios de pregrado (1 la menos importante y 5 las mas importante)

a. Familiares Cuales	102	36%
b. Amigos o compañeros	102	36%
c. Profesores del colegio	43	15%
d. Ninguno de los anteriores	38	13%
e. Otros	0	0%
TOTAL	285	100%

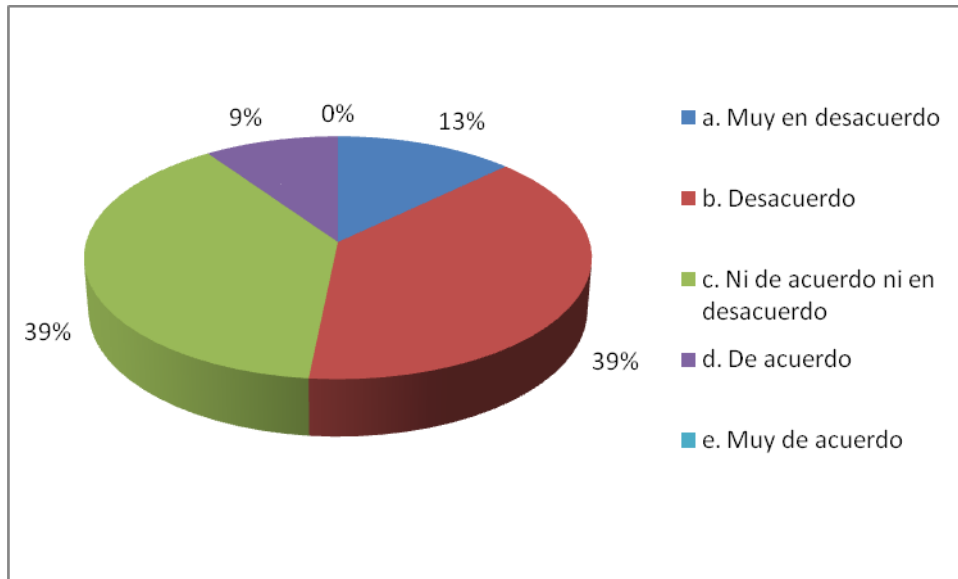
Otros

OTROS ¿cuáles?	TOTAL	TOTAL
PADRE Y MADRE	11	85%
HERMANOS	0	0%
EXPERIENCIA	1	8%
PROPIO	1	8%
TOTAL	13	100%



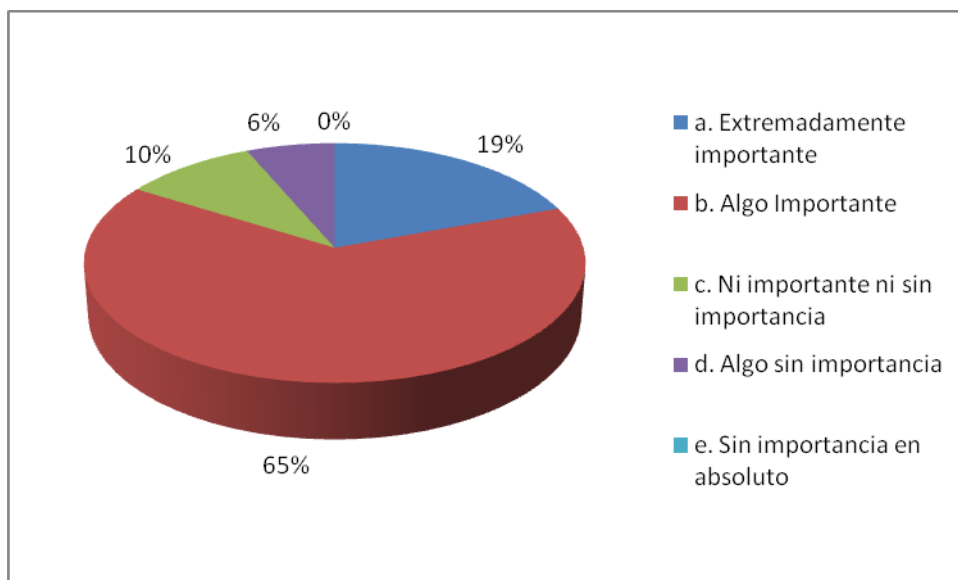
4. Exprese su opinión con respecto a la siguiente afirmación: el éxito profesional de un egresado universitario depende del nombre de la universidad, sin importar la carrera estudiada:

a. Muy en desacuerdo	4	13%
b. Desacuerdo	12	39%
c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	39%
d. De acuerdo	3	10%
e. Muy de acuerdo	0	0%
TOTAL	31	100%



5. Para usted el valor de cada semestre académico de la carrera de pregrado sería....

a. Extremadamente importante	6	19%
b. Algo Importante	20	65%
c. Ni importante ni sin importancia	3	10%
d. Algo sin importancia	2	6%
e. Sin importancia en absoluto	0	0%
Total	31	100%

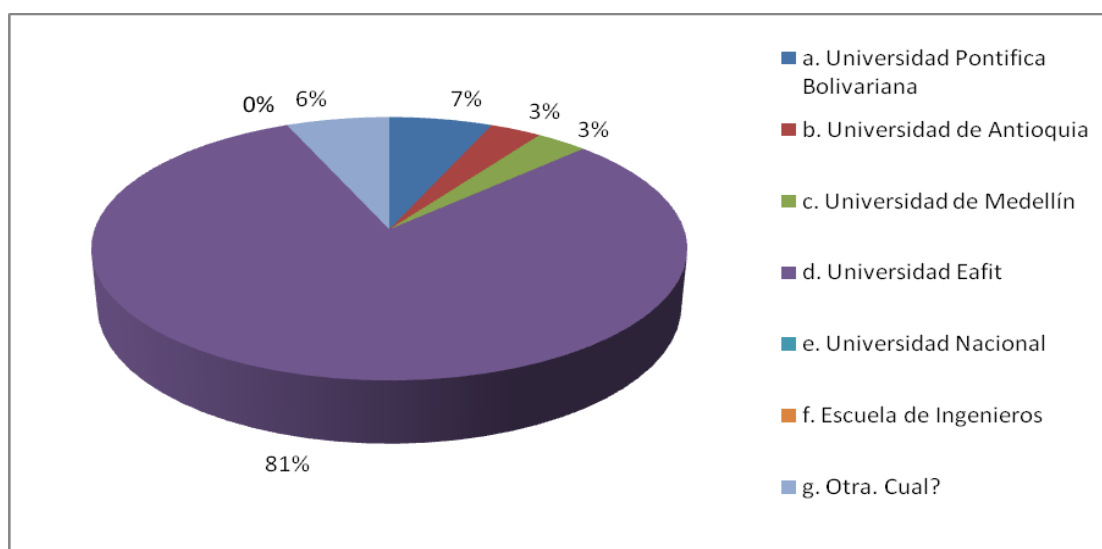


6. ¿En cuál de las siguientes Universidades le gustaría que su hijo(a) adelantará los estudios de pregrado? (Seleccione solo una)

a. Universidad Pontifica Bolivariana	2	6%
b. Universidad de Antioquia	1	3%
c. Universidad de Medellín	1	3%
d. Universidad Eafit	25	81%
e. Universidad Nacional	0	0%
f. Escuela de Ingenieros	0	0%
g. Otra. Cual?	2	6%
	31	100%

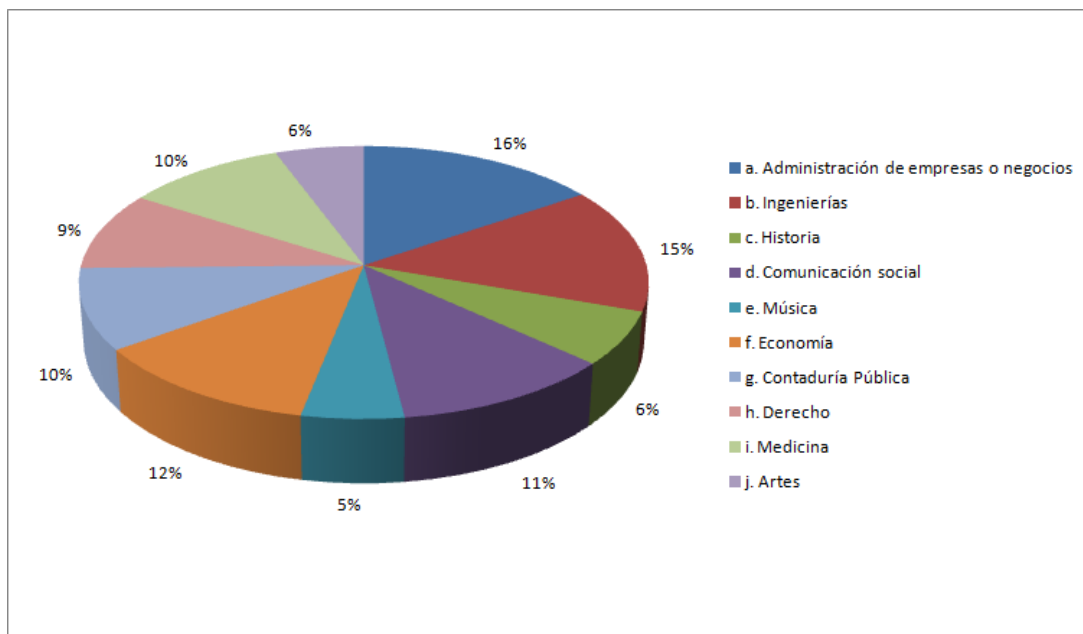
OTRA ¿cuál?

OTRA ¿cuál?	TOTAL
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO	1
CES	1



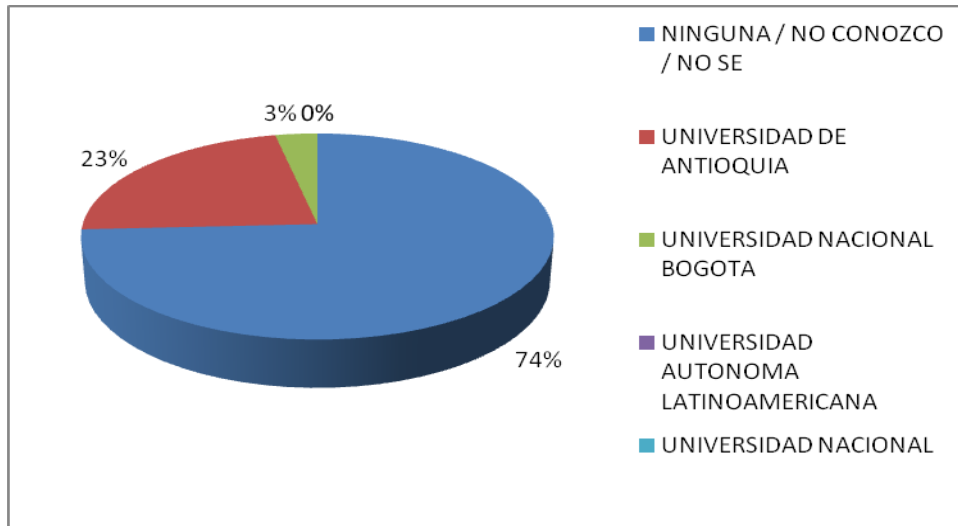
7. Ordene los programas académicos de la siguiente lista, de acuerdo con su grado de preferencia para que su hijo(a) adelantara estudios de pregrado, de modo que asigne 1 al programa que mas prefiere y 10 el programa que menos prefiere.

a. Administración de empresas o negocios	264	15%
b. Ingenierías	254	15%
c. Historia	108	6%
d. Comunicación social	192	11%
e. Música	88	5%
f. Economía	203	12%
g. Contaduría Pública	164	10%
h. Derecho	159	9%
i. Medicina	176	10%
j. Artes	97	6%
	1705	100%



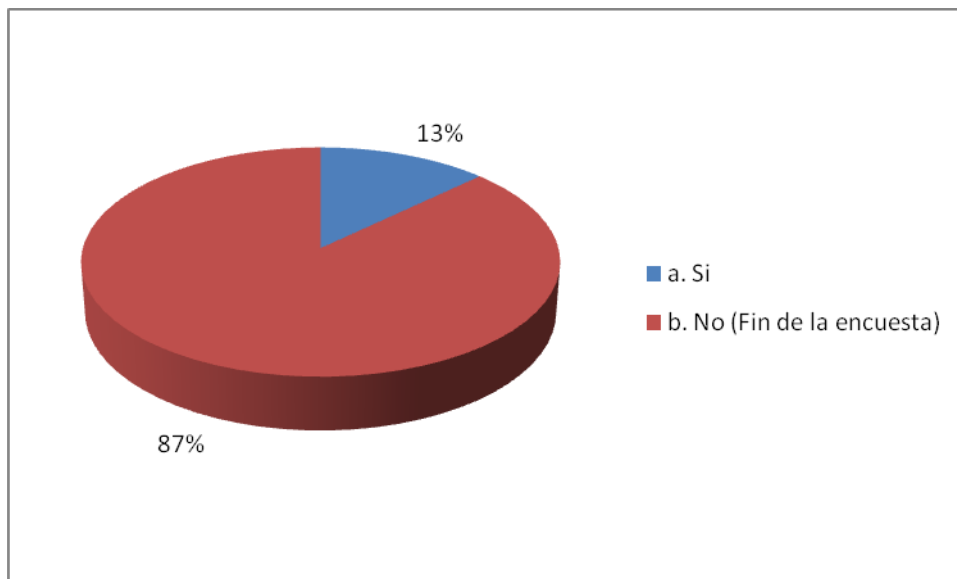
8. Cuales Universidades conoce en el país que ofrezcan pregrado en historia?

NOMBRE DE LA UNIVERSIDAD	TOTAL	
NINGUNA / NO CONOZCO / NO SE	23	74%
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	7	23%
UNIVERSIDAD NACIONAL BOGOTA	1	3%
UNIVERSIDAD AUTONOMA LATINOAMERICANA	0	0%
UNIVERSIDAD NACIONAL	0	0%
31	100%	



9. ¿Le gustaría que su hijo(a) estudiara un programa moderno de Historia que le ofrezca competencias en idiomas, investigación, movilidad internacional, interdisciplinaridad, historia contemporánea, historia empresarial e institucional?

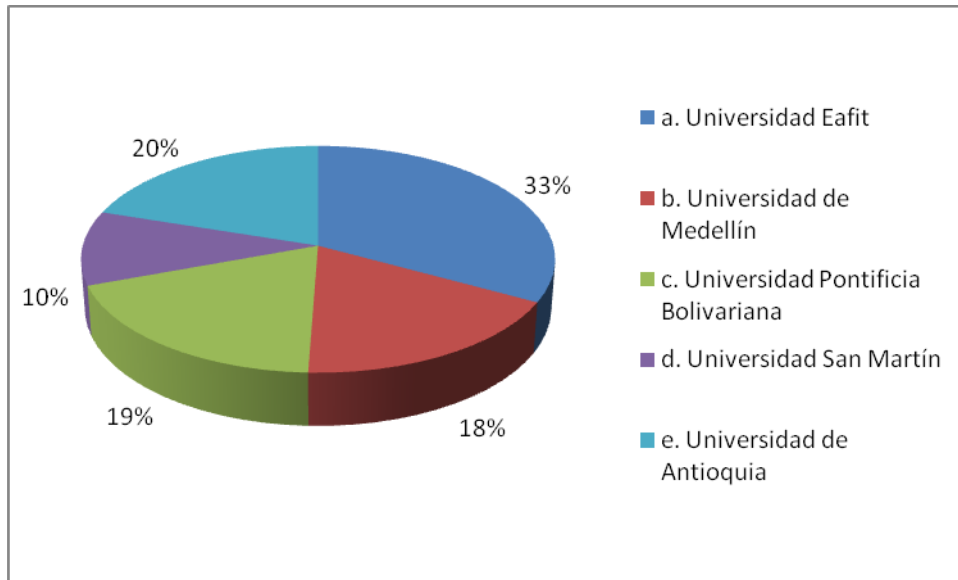
a. Si	4	13%
b. No (Fin de la encuesta)	27	87%
	31	100%



10. En caso de que usted deseara que su hijo(a) estudiara un pregrado moderno en Historia, ordene las Universidades de la siguiente lista, de acuerdo con su grado de preferencia, de modo que asigne 1 a la Universidad que más preferiría y 6 a la Universidad que menos preferiría.

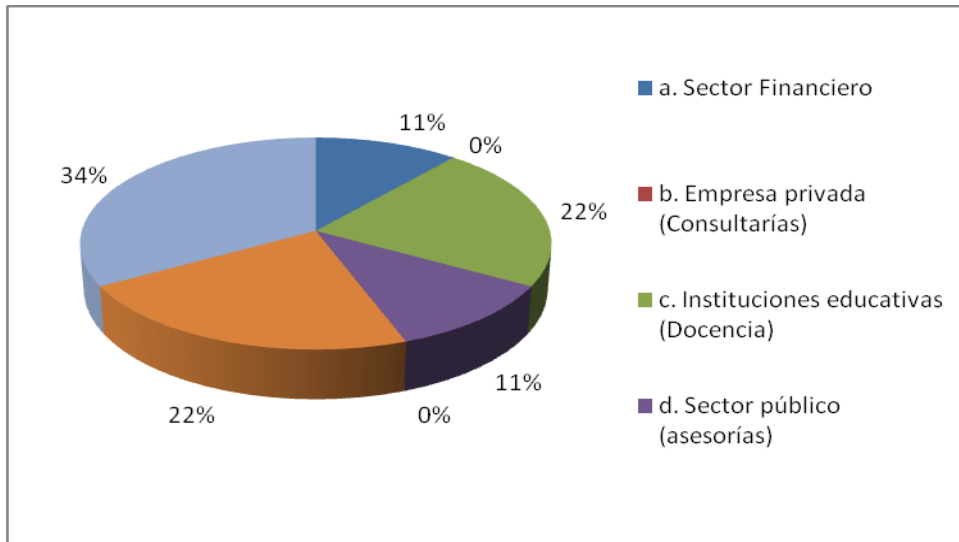
a. Universidad Eafit	28	33%
----------------------	----	-----

b. Universidad de Medellín	15	18%
c. Universidad Pontificia Bolivariana	16	19%
d. Universidad San Martín	9	11%
e. Universidad de Antioquia	17	20%
f. Universidad Nacional	85	100%



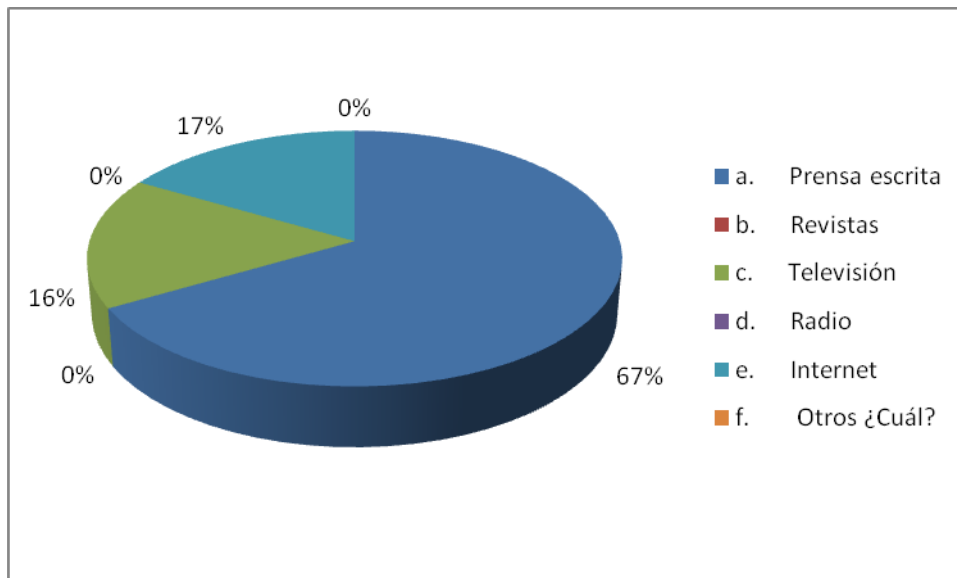
11. ¿En que sectores cree usted se puede desempeñar su hijo(a) como profesional, una vez haya concluido los estudios del pregrado moderno en Historia? (Seleccione solo dos).

a. Sector Financiero	1	11%
b. Empresa privada (Consultarías)	0	0%
c. Instituciones educativas (Docencia)	2	22%
d. Sector público (asesorías)	1	11%
e. Bibliotecas, museos y archivos (Administración documental)	0	0%
f. Investigación y escritura de textos	2	22%
g. Ámbito internacional (asesorías)	3	33%
	9	100%



12. ¿Por cual medio de comunicación se entera usted de las ofertas en pregrados que tiene la Universidad Eafit?

a.	Prensa escrita	4	67%
b.	Revistas	0	0%
c.	Televisión	1	17%
d.	Radio	0	0%
e.	Internet	1	17%
f.	Otros ¿cuál?	0	0%
		6	100%



Cruce de datos:**- Profesión del padre de familia vs. Selección de Universidad (Privada o pública)**

Sin importar el título profesional, los encuestados en su gran mayoría seleccionaron universidad Privada

CÓDIGO	PROFESIÓN	PÚBLICA	PRIVADA	TOTAL	PART%
4	ADMINISTRACION DE EMPRESAS	1	5	6	19%
5	INGENIERO MECANICO		3	3	10%
10	COMERCIANTE		3	3	10%
1	DERECHO		1	1	3%
2	MISIONERO		1	1	3%
3	SECRETARIA BILINGÜE		1	1	3%
6	PROCESADOR DE ALIMENTOS	1		1	3%
7	CONTADURIA PUBLICA		1	1	3%
8	DELINEANTE DE ARQUITECTURA		1	1	3%
9	PUBLICISTA		1	1	3%
11	DISEÑADOR		1	1	3%
12	ECONOMISTA		1	1	3%
13	BACTERIOLOGIA		1	1	3%
14	INGENIERIA DE ALIMENTOS		1	1	3%
15	EDUCACION PRESCOLAR		1	1	3%
16	CONDUCTOR		1	1	3%
17	SECRETARIA		1	1	3%
18	DOCENTE		1	1	3%
19	MILITAR		1	1	3%
20	TECNICO DE ALIMENTOS		1	1	3%
22	AMA DE CASA		1	1	3%
23	TECNICO DISEÑO DE MODAS		1	1	3%
TOTAL	2	29	31	100%	

7. INFORME EJECUTIVO

Respetados Alfonso Vélez Rodríguez, Director del Centro de Investigaciones y Juan Camilo Escobar Villegas, Escuela de Ciencias y Humanidades.

Una vez finalizada la etapa cuantitativa de la investigación de mercados para determinar la posibilidad de ofrecer un moderno pregrado en historia por parte de la Universidad Eafit, es para nosotros muy grato presentar la siguiente conclusión como equipo investigador:

Teniendo en cuenta la muestra seleccionada de estudiantes (397) de undécimo grado de colegios privados (estratos 4, 5 y 6) consideramos que si es posible que la Universidad Eafit ofrezca un moderno pregrado en historia. De los 359 estudiantes a los cuales si les interesa adelantar estudios de pregrado, al 29% de los encuestados (103 estudiantes) les gustaría estudiar el programa un moderno pregrado en historia.

Lo anterior se soporta en datos como el 70% de los encuestados (253 estudiantes) a los cuales prefieren estudiar en universidades privadas, dentro de las variables por medio de las cuales se seleccionaría un universidad para estudiar algún programa de pregrado resalta el 58,12% en el cual están reunidas variables como el prestigio y reconocimiento de la institución (18,87%), certificación académica de todos los programas de pregrado (19,37%) y por ofrecer el programa al cual aspira el entrevistado (19,88%).

Para el 36% de los encuestados la Universidad Eafit es la Universidad en la que más le gustaría adelantar estudios de pregrado, paradójicamente por el perfil de los estudiantes de colegios seleccionados para la investigación aparece una preferencia del 31% por la Universidad de Antioquia para adelantar estudios de pregrado y solo el 11% para la Universidad Pontificia Bolivariana la cual también esta enfocada en estudiantes de colegios privados pertenecientes a los estratos 4, 5 y 6.

Al medir el grado de preferencia aparecen los programas de pregrado como Ingenierías y Administración de empresas con un nivel superior de preferencia 13% e historia es el más bajo con un 8%, aún así la Universidad Eafit aparece como segunda opción (20% - 439 puntos) para los 103 encuestados que si tendrían intenciones de adelantar estudios en el moderno pregrado de historia, la Universidad de Antioquia aparece como primera opción con un (21% - 458 puntos).

7.1. Recomendaciones:

- El valor del semestre académico debería ser cercano al valor de cualquier semestre académico de la Escuela de Humanidades, no es bueno que el público meta perciba que por tratarse de un moderno pregrado en Historia es lo más barato que ofrece la Universidad Eafit, pero tampoco puede ser un pregrado muy costoso debido a que las universidades públicas ofrecen el pregrado en historia a precios mucho más bajos comparados con el pregrado más barato de una universidad privada
- El moderno pregrado en Historia se debe vender (mercadeo) muy bien en los colegios, empresas privadas y públicas y gremios, con el contenido del moderno pregrado en Historia se debe romper el mito de que el historiador solo puede trabajar en museos, librerías y bibliotecas. Para el 25% de los encuestados el campo de acción de un egresado del moderno pregrado de historia esta en instituciones educativas (docencia), 23% en bibliotecas, archivos, museos (administración documental), 21% investigación y escritura de textos, 13% ámbito internacional (asesorías), 7% sector financiero, 6% sector público asesorías y 4% empresa privada consultorías
- Dependiendo del equipo de docentes del moderno pregrado en historia, se podría analizar la posibilidad de estructurar una Maestría en Historia para ayudar a posicionar todo lo relacionado con la "historia" como enseñanza de la Universidad Eafit, algo similar a lo que sucede actualmente con el link entre Maestría en Administración de Negocios y Administración de Negocios.
- Centrar el plan estratégico de marketing en tres aspectos fundamentales que los estudiantes reconocen como las razones más importantes para seleccionar una universidad, la excelencia en lo programas académicos, la pertinencia de la carrera de interés y el prestigio de la universidad. Para esto se debe desarrollar programas específicos que trabajen en cada uno de estos aspectos y que desarrollen dentro de la universidad Eafit el potencial para poder brindarles estas características tan valoradas por los estudiantes.
- Buscar asesorías profesionales con empresas de publicidad especializada en adolescentes por ejemplo, que logren transformen la manera tradicional de proporcionar la información que se quiere dar a conocer de la universidad Eafit, en especial del moderno pregrado en historia, y la adapten en temáticas más atractivas y llamativas para los estudiantes.
- Debido a que la mayor cantidad de estudiantes pertenecen al Municipio de Medellín se deben enfocar los programas que se implanten en esta zona específica, destinando la mayoría de recursos a cubrir en su totalidad los colegios pertenecientes al municipio ya que esto genera un mayor impacto por ser la población objetivo más importante.
- Implementar programas especializados de promoción de la universidad Eafit adicionales a "Experiencia Eafit" dirigido únicamente a los padres de familia, especializando los contenidos de la información que ellos reciben y adaptando una estrategia diferente a la implementada a la fecha con los estudiantes. Los padres de familia son el referente más importante de los estudiantes (36%) pero a su vez no conocen el verdadero alcance de un moderno pregrado de historia para la futura vida laboral del egresado

8. RESUMEN DE SOPORTE

En el desarrollo de la investigación de mercados realizada para determinar la posibilidad de ofrecer un moderno pregrado en historia por parte de la Universidad Eafit, se llevaron a cabo las siguientes actividades:

8.1 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA (199 cuestionarios) llevada a cabo con estudiantes de colegios privados cursando undécimo grado (Estratos 4, 5 y 6) de la ciudad de Medellín

Resultados:

- 99% de los estudiantes encuestados desean estudiar una carrera de pregrado.
 - 16% de los encuestados expresa su interés en participar en una institución pública, mientras tanto, el 84% preferirían una privada.
 - Las variables que influirían a la hora de seleccionar una universidad, serían, con un 26% el prestigio y el reconocimiento de la institución, seguido por la certificación académica de todos los programas de pregrado con un 25%, con un 18% esta el valor del programa de pregrado, la infraestructura de la institución representa un 17% de los estudiantes y con un menor porcentaje 14% esta la cercanía geográfica.
 - El grupo de influencia que mas pesa a la hora de tomar la decisión para la selección de la Universidad, es el grupo de los padres de familia con un 27%, los amigos cercanos influyen en un 20% de los estudiantes, seguido por los amigos y compañeros de colegios y universidades con un 18%, los profesores influyen en un 17% de los encuestados.
 - El 49% de las personas entrevistadas piensa que es importante, el 21% que es muy importante, 19% que es indiferente, 10% que es poco importante y que el 2% piensa que no es para nada importante el valor del semestre académico.
 - Un 48% de las personas encuestadas están dispuestos a pagar por semestre académico la suma de \$ 3.000.000 a \$ 4.000.000 de pesos, el 19% afirma que estaría dispuesto a pagar más de \$ 5.000.000, el 17% podría pagar entre \$ 2.000.000 y \$3.000.000, con un 12% están los encuestados que estarían dispuestos a pagar entre \$ 1.000.000 y \$ 2.000.000 por semestre, y con un 4% están las personas que pagarían menos de \$1.000.000 de pesos.
 - La Universidad Eafit es la universidad que el 37% de los encuestados eligió como la Institución donde les gustaría adelantar sus estudios de pregrado. El 22% afirma que les gustaría adelantar sus estudios en la Universidad Pontificia Bolivariana. A un 14% les gustaría estudiar en la Escuela de Ingenieros, seguido de un 14% que eligieron la Universidad de Antioquia como su mejor opción. Un 5% de los encuestados aseguran que les gustaría adelantar sus estudios de pregrado en la Universidad Nacional.
- 16 encuestados eligieron otras Universidades como la mejor opción: De esos 16 encuestados, el 31% preferiría estudiar en la Colegiatura, el mismo porcentaje eligió el CES como la institución donde les gustaría adelantar sus estudios. Con un 6% están escogidas las Universidades de la Salle, el Politécnico y Arkansas.
- El programa de preferencia del 17% de los entrevistados es Administración de Empresas o de Negocios, un 15% escogió la Ingeniería como el programa preferido para adelantar sus estudios de pregrado, Comunicación Social, Economía y Derecho

representan el 13% de los encuestados con un 10% están los encuestados que eligieron Contaduría Pública, y el 9% eligió historia y Música como su mejor opción para estudiar su programa de pregrado.

- 40% de los encuestados les desagradaría mucho estudiar historia como programa de pregrado, el 34% solamente les desagradaría la idea de estudiar un pregrado en historia, el 20% de los encuestados afirman que les agradaría estudiar Historia, el 6% aseguran que

- El 21% de los encuestados dice que le gustaría estudiar historia en una Universidad privada, por el contrario, el 79% afirma no gustarle la idea de estudiar historia en una Universidad privada.

- La Universidad preferida para estudiar un pregrado en historia es la Universidad Eafit y la Universidad Pontificia Bolivariana con un 31% de los encuestados, el 23% les gustaría estudiar Historia en la Universidad de Medellín y el 15% en la Universidad San Martín.

- El 78% de los encuestados piensa que un historiador se puede desempeñar en Instituciones Educativas, el 15% cree que puede desempeñar su labor en empresas privadas, el 5% en el sector público y el 2% en el sector financiero.

- El 34% de los encuestados creen que estarían dispuestos a pagar entre \$1.000.000 y \$2.000.000 de pesos por semestre, el 29% estarían dispuestos a pagar entre \$2.000.000 a \$3.000.000, lo mismo que de \$3.000.000 a \$4.000.000 con un 29%.

- El 79% de los encuestados sin importar el estrato contesto que no le gustaria estudiar historia en una Universidad privada, se destaca el estrato 5 con el 51% de peso en la respuesta negativa

- De los 41 estudiantes de colegio que respondieron que si les gustaría estudiar un moderno pregrado en historia, el 34% espera que el valor oscile entre \$1.000.001 y \$2.000.000, la diferencia no es mayor frente a las categorías de dinero más altas

8.2 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA (116 cuestionarios) llevada a cabo con estudiantes universitarios matriculados en carreras como Administración, Economía, Derecho, Comunicación Social y/o Negocios Internacionales, de séptimo semestre en delante de Universidades privadas (Eafit, Medellín y Pontificia Bolivariana) de la ciudad de Medellín

Resultados:

- 66% de los entrevistados desearía estudiar una segunda carrera de pregrado

- 77% de los entrevistados no trabaja, solo estudian

- 92% de los entrevistados preferirían estudiar una segunda carrera en una Universidad privada

- 53% de los entrevistados considera que el valor de cada semestre académico es importante, 21% que es muy importante, 17% indiferente, 8% poco importante y 1% nada importante. A pesar de tratarse de estudiantes universitarios de instituciones privadas enfocadas a estratos 4, 5 y 6 continúa siendo importante el valor del semestre académico

- 45% de los entrevistados considera que el valor prudente para un semestre académico estaría en el rango de \$3,000,001 y \$4,000,000. El 34% opina que el rango prudente de cada semestre académico esta entre \$2,000,001 y \$3,000,000
- 45% de los entrevistados preferiría estudiar una segunda carrera en la Universidad Eafit, 25% en la UPB y 12% en otras diferentes
- 16% de los entrevistados preferiría estudiar una segunda carrera en administración de empresas o negocios, 15% en economía, 14% en derecho, 12% en Ingenierías y Contaduría pública, 13% Comunicación social, 10% historia y 9% en Música
- Solo al 26% de los entrevistados les gustaría estudiar un moderno pregrado en historia como segunda carrera paralela a la actual carrera
- Al 32% de los entrevistados le gustaría estudiar en la Universidad Eafit un moderno pregrado en historia como segunda carrera de forma paralela a la actual carrera, 28% lo preferiría realizar en la UPB, 24% en la Universidad de Medellín y 15% en la Universidad San Martín
- Solo al 17% de los entrevistados les gustaría estudiar un moderno pregrado en historia una vez finalizados los estudios de pregrado actuales
- Al 28% de los entrevistados le gustaría estudiar en la UPB y Universidad de Medellín un moderno pregrado en historia como segunda carrera al finalizar los estudios de pregrado actuales, 27% en la Universidad Eafit y 17% en la Universidad San Martín
- 69% de los entrevistados considera que un profesional que haya estudiado un moderno pregrado en historia, trabajaría en instituciones educativas y el restante 31% en empresas privadas
- El 33% considera que el valor del semestre académico de un moderno pregrado en historia podría oscilar entre \$2,000,001 y \$3,000,000 y otro 33% entre \$3,000,001 y \$4,000,000

8.3 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA (31 cuestionarios) llevada a cabo con Padres de Familia de estudiantes de undécimo grado de colegios privados estratos 4, 5 y 6 de la ciudad del Medellín y su área metropolitana

Resultados:

- 94% de los padres de familia preferirían que los hijos de los mismos estudiarán en colegios privados
- El 22% de los padres de familia consideran que las variables más importantes para la elección de una Universidad para adelantar estudios de pregrado por parte de los hijos de los mismos, son el prestigio y el reconocimiento, otro 22% considera importante la certificación académica de todos los programas de pregrado
- 36% de los encuestados considera que la familia es el grupo de influencia más fuerte de los hijos para la elección de la Universidad, otro 36% considera a los amigos como altos influenciadores y 15% a profesores de colegios

- 65% de los encuestados consideran algo importante el valor de cada semestre académico de pregrado, 19% como extremadamente importante, 10% ni importante ni sin importancia y 6% algo sin importancia
- 81% de los entrevistados preferiría que los hijos de los mismos respectivamente adelantarán estudios de pregrado en la Universidad Eafit
- 15% de los entrevistados seleccionaron el pregrado de Administración de empresas o negocios como el de mayor preferencia para que los hijos de los mismos adelanten estudios de pregrado, 15% Ingenierías, 12% Economía, 11% Comunicación social, 10% Contaduría y Medicina y 6% historia
- 87% de los entrevistados no le gustaría que su hijo(a) estudiara un programa moderno de historia que le ofrezca competencias en idiomas, investigación, movilidad internacional, interdisciplinaridad, historia contemporánea, historia empresarial e institucional
- Del 13% de los entrevistados a los cuales si les gustaría que los hijos estudiarán un moderno pregrado, 33% de los mismos preferirían que los estudios se llevaran a cabo en la Universidad Eafit, 20% en la Universidad de Antioquia, 19% en la UPB, 18% en la Universidad de Medellín y 11% en la Universidad San Martín
- 22% de los encuestados considera que el campo de acción de un estudiante egresado de un moderno pregrado de historia esta en instituciones educativas, 11% en el sector público y financiero y 33% en el ámbito internacional (asesorías)

8.4 INVESTIGACIÓN CONCLUYENTE (698 cuestionarios) llevada a cabo con estudiantes de undécimo grado de colegios privados estratos 4, 5 y 6 de la ciudad del Medellín y su área metropolitana. Colegios invitados al evento “Experiencia Eafit 2008”

Resultados:

- El 90% de los estudiantes evidencian alguna intención favorable de estudiar algún programa de pregrado, lo anterior solo es una percepción más no se puede definir como un escenario de persuasión para adelantar algún tipo de estudio. El escenario esta definido como un deseo de continuar estudiando.
- Debido a la influencia de colegios orientados a estudiantes de estrato 3 y a la mezcla de estudiantes de estratos 5 y 6 dentro del grupo de encuestados, se evidencia que el balance entre la universidad privada y pública es real, para algunos estudiantes de colegios de estratos 3 las universidades privadas hacen parte de un tema aspiracional, pero si se evaluarán estudiantes con gustos por la medicina con toda seguridad la Universidad de Antioquia aparecería dentro de las más seleccionadas por estratos 5 y 6, lo anterior obedece más a un tema de tradición que de moda
- La variable más importante para seleccionar una Universidad para adelantar los estudios de pregrado es la opción F “Porque ofrece el programa al cual aspiro” la cual obtuvo 2.447 puntos, luego le sigue la opción E “Certificación académica de todos los programas de pregrado” la cual obtuvo 2.440 puntos y en tercer lugar se encuentra la opción D “Prestigio y reconocimiento de la institución” con 2.386 puntos
- Los grupos que más influyen en los estudiantes de colegio para la toma de decisión al momento de elegir una carrera de pregrado son en su orden la Familia, los amigos y/o compañeros y los profesores del colegio. Dentro de los familiares los grupos que más pesan son los Padres de Familia, la Madre como tal y los hermanos. La opción D “Ninguno de los anteriores” obtuvo 764 puntos, pero la opción E “Otros” no obtuvo

puntaje, por lo anterior se deduce que no existen grupos de influencia para la toma de decisiones en estos casos

Dentro de los grupos de influencia se corrobora la cercanía de los mismos para la toma de decisiones, la familia, los amigos y las persona más influyentes como lo son los docentes tiene un papel muy importante en la persuasión de los estudiantes, para los colegios de estrato 3 puede estar muy influenciado el tema de las Universidades públicas por la diferencia de clases y/o estratos que se pueden encontrar en las Universidades Privadas

- El 48% de los encuestados realiza consultas en las páginas de Internet de las Universidades de vez en cuando para consultar los programas que ofrecen las mismas. El 11% nunca consultas las páginas Web, teniendo en cuenta el estrato socioeconómico al cual están dirigidos los colegios que aportaron el mayor número de visitantes al evento "Experiencia Eafit 2008", es probable que el acceso a Internet o a un PC sea limitado. Con lo anterior se evidencia que una campaña de e-mailing o generar alta dependencia a la información enviada a través de la Web, para este tipo situaciones en las cuales es necesario generar un alto número de impactos, se evidencia que no es el mejor canal de información a pesar del alto y creciente número de navegantes en la Web en edades entre 15 y 25 años.

- 60% de los encuestados expresa que el valor de cada semestre académico es algo importante, es normal que cuando se realizan este tipo de preguntas a personas de estratos 3 y 4 en su gran mayoría no predominan tendencias hacia los extremos. Teniendo en cuenta que el 41% de los encuestados desearía estudiar en una Universidad Pública la cifra del 60% en el escenario de algo importante puede coincidir mucho mejor teniendo en cuenta que el costo de cada semestre en las Universidades públicas no es tan oneroso. El 3% de los estudiantes respondió que el tema es algo sin importancia y el 0,32% respondió que el tema es sin importancia en absoluto, se refleja nuevamente la ausencia de los estudiantes en masa de colegios de estratos 5 y 6

- En el TOP 3 la Universidad de Antioquia es la preferida con un 35%, le sigue la Universidad Eafit con 32% y por último el CES con 21%. Las otras dos Universidades privadas de la ciudad Universidad de Medellín (5%) y Escuela de Ingenieros de Antioquia (4%) casi que obtienen el mismo peso de la Universidad Nacional la cual es pública. A pesar de haber muchos estudiantes de colegios ubicados en estratos 3 y 4 la Universidad Eafit, UPB y CES continúan siendo aspiracionales para los estudiantes

- Administración de empresas e ingenierías son las más seleccionadas por los encuestados con el 13% siguiéndole comunicación social, economía y medicina con el 10%. El pregrado en historia (2.940 fue el menor puntaje) esta de cuarto en la categoría con música (8%)

- Predomina el desconocimiento en la mayoría de los encuestados, ninguno identifico el nombre de alguna Universidad que ofrezca pregrado en historia (68%) El 4% identifico a la Universidad Eafit sin tener activo el moderno pregrado en historia

- Al 33% de los encuestados les gustaría estudiar un moderno pregrado en historia, casi el doble de los estudiantes no le gustaría estudiar un moderno pregrado en historia con el enfoque o competencias descritas en el enunciado de la pregunta

- La Universidad Eafit fue la seleccionada como la Universidad preferida por los 206 estudiantes a los cuales les gustaría adelantar un pregrado en historia (20%). Esta información puede estar viciada por el hecho de haber realizado la encuesta en las instalaciones de la Universidad y en un evento dirigido a los estudiantes

- Las tres opciones más seleccionadas por los entrevistados como lugar en el cual se podría desempeñar laboralmente hablando un egresado el moderno pregrado en historia. Docencia (23%), Bibliotecas, museos y archivos (22%) y en el campo de la investigación y escritura de textos (20%)
- Para el 45% de los encuestados el moderno pregrado en historia debería tener la misma intensidad que cualquier otra carrera de pregrado. No se debe dejar de lado a los estudiantes que eligieron la opción de 9 semestres (18%) y 8 semestres (17%), es número considerable de estudiantes que consideran que por el nombre se debería estudiar menos semestres
- Los colegios que más pesan e influyen en la selección de una Universidad pública para estudiar alguna carrera de pregrado, son colegios de estratos 2 y 3.
- De los 9 Colegios que mayor puntaje le otorgaron al pregrado en historia, solo dos colegios hacen match con los colegios extraídos del Data de la Universidad los siguientes: San José de las Vegas y Colegio Calasanz

8.5 PRUEBA ÁCIDA (397 cuestionarios población objetivo Universidad Eafit):

Tomando como referencia lo manifestado en el punto 5.1.8.1 en cuanto a la Definición de la población, en la cual se especifico que está constituida por la cantidad de estudiantes de colegios pertenecientes a undécimo grado, los colegios seleccionados fueron los analizados del data de la Universidad Eafit con periodo de matricula desde el primer semestre del año 2001 y estudiantes universitarios de 7° semestre en delante de programas académicos afines y lo mencionado en el numeral 5.2 en donde se definió como grupo objetivo los estudiantes de colegios privados de estratos 4, 5 y 6 cuya muestra establecen 339 encuestas, a continuación relacionaremos el análisis de las encuestas excluyendo los colegios de estratos 2 y 3.

- 90% de los encuestados desea estudiar adelantar estudios de pregrado
- 70% de los encuestados preferiría estudiaren universidad privada
- Las variables más representativas por las cuales los encuestados seleccionarían una universidad serían: Ofrece el programa al cual aspiro 19.88%, certificación académica de todos los programas de pregrado 19,37% y prestigio y reconocimiento de la institución 18,87%
- Los grupos de influencia para la toma de decisión de cual Universidad elegir están concentrados en tres, familia 36%, amigos 26% y profesores de colegios 23%
- Para el 61% de los encuestados el valor del semestre académico es algo importante, lo anterior esta un poco demarcado por el perfil y ubicación demográfica de los colegios de estratos 4, 5 y 6. Para el 26% el tema es considerado como extremadamente importante, parece raro el tema por el perfil del estudiante cuya capacidad adquisitiva de la familia nuclear en promedio es alta.
- Al 36% de los encuestados le gustaría adelantar estudios de pregrado en la Universidad Eafit, al 31% en la Universidad de Antioquia y al 11% en la UPB. 106 encuestados habían descrito en la pregunta No 2 que les gustaría estudiar en alguna universidad pública, lo cual coincide con el 31% de la Universidad de Antioquia

- Teniendo en cuenta los atributos de agrado del encuestado, los programas de pregrado que más les agradaría estudiar son Ingenierías y Administración de negocios y/o empresas (13%), Comunicación social (11%), Economía y Medicina (10%), Contaduría pública, Artes, Derecho y Música (9%) e historia (8%)
- Al 29% de los encuestados (103 estudiantes) les gustaría estudiar un programa moderno de historia que le ofrezca competencias en idiomas, investigación, movilidad internacional, interdisciplinariedad, historia contemporánea, historia empresarial e institucional
- Para el 29% de los estudiantes a los cuales les gustaría estudiar un moderno pregrado en Historia, la preferencia por alguna universidad para adelantar los estudios en historia esta demarcada por el 21% en la Universidad de Antioquia, 20% en la Universidad Eafit, 17% en la Universidad Nacional y Pontificia Bolivariana, 16% en la Universidad de Medellín y 9% en la Universidad San Martín
- Para el 25% de los encuestados el campo de acción de un egresado de un moderno programa de historia esta definido por las instituciones educativas, 23% en bibliotecas, 21% en investigación y escritura de textos, 13% en el ámbito internacional (asesorías), 7% sector financiero, 6% sector público asesorías y 4% empresa privada consultorías
- El 58% de los entrevistados se entera de las ofertas de pregrados a través de la Web

9. CONCLUSIONES

- Se recomienda a la Universidad Eafit que es posible ofrecer un moderno pregrado en historia, es importante aclarar que la viabilidad y/o sostenibilidad económica del pregrado en el tiempo no hace parte de la presente investigación
- Los estudiantes de undécimo grado que fueron entrevistados reconocen a la Universidad Eafit como la Universidad más atractiva para adelantar estudios de pregrado
- Los estudiantes de 11° grado de colegios tienen inclinación hacia carreras de tipo administrativo, los estudiantes a los cuales le intereso adelantar estudios del moderno pregrado en historia, prefieren universidades públicas
- Los estudiantes de colegio asocian más las carreras de pregrado de tipo administrativo con la Universidad Eafit que un moderno pregrado en historia
- Los padres de familia son muy influyentes en las decisiones de los estudiantes, así mismo no ven clara la estabilidad económica o la oferta de empleo para egresados del moderado pregrado de historia
- El prestigio, el reconocimiento y los procesos de certificación de las instituciones de educación superior son determinantes para la toma de decisiones de los estudiantes en el momento de tomar la decisión de cual Universidad seleccionar
- La promoción en la Web de los programas de pregrado no es un elemento que garantice impactos en los estudiantes de colegios
- No Existe influencia o relación alguna entre el título profesional del padre de familia del estudiante, para que el estudiante se incline por una carrera de pregrado afín o similar a la del padre de familia
- La variable precio es determinante para la selección de un programa de pregrado
- El valor medio más aceptado por los estudiantes para pagar un semestre académico oscila entre \$3,000,000 y \$4,000,000
- El moderno pregrado en historia fue el menos seleccionado por los estudiantes de colegio de undécimo grado, dentro de la clasificación de los más preferidos
- Los estudiantes de colegio perciben que un historiador podría tener un campo de acción laboral muy fuerte en la parte académica más no como empleado en otras actividades económica
- Los estudiantes de colegio no asocian un moderno pregrado en historia con altos costos de matrícula por semestre (La percepción esta entre \$1,500,000 y \$2,500,000
- Existe relación entre los estratos 4, 5 y 6 y el tipo de Universidad a seleccionar, prima la Universidad privada

- Los padres de familia presionan para que los hijos estudien carreras que les remuneren rápidamente en el corto plazo
- Los estudiantes de colegios se dejan llevar más por las modas y grupos de referencia para seleccionar un pregrado que realmente por alguna vocación en particular
- A los estudiantes de universidades que están cursando programas de pregrado afines al moderno pregrado en historia, no los motiva estudiar como segunda carrera el moderno pregrado en Historia
- En las Universidades de Bogotá de renta alta, el pregrado en historia se ofrece dentro de los programas de pregrado, más no está definido un número de estudiantes por semestre para iniciar ó no clases, se ofrece más no se tiene dependencia del potencial de estudiantes interesados en el mismo
- La Universidad Eafit es la que mayor nivel de preferencia alcanzo para los diferentes grupos de encuestados (estudiantes de colegios, universidades y padres de familia), para adelantar estudios de pregrado
- El valor del semestre académico de un moderno pregrado en historia debería oscilar entre \$2,000,000 y \$4,000,000 e acuerdo a lo expresado por los encuestados. No exaltan los encuestados relación entre el moderno pregrado en historia y un valor superior a los \$4,000,000 por semestre académico

10. BIBLIOGRAFIA

- SOLOMON, Michael. Comportamiento del consumidor. 7ª ed. México: Editorial Pearson Prentice Hall, 2008. p. 46 (percepción), 194 (personalidad y estilos de vida), 232 (actitudes), 264 (cambio de actitudes y comunicaciones interactivas), 302 (toma de decisiones individual), 378 (la influencia de los grupos y el liderazgo de opinión), 450 (ingreso y clase social).
- CHURCHILL, Gilbert A. Investigación de mercados. 4ª ed. México: Editorial Thomson, 2003. p.42 (proceso de investigación de mercados), 70 (formulación del problema), 100 (diseño de la investigación), 174 (métodos de recopilación de datos), 502 (tamaño de la muestra), 582 (análisis de datos), 764 (informes de investigación)