



# INFORME SITUACIONAL PROGRAMA DE PSICOLOGÍA CAMPUS SANTA MARTA

---

### **DIRECCIÓN, EDICIÓN Y REVISIÓN**

Reina Cecilia Duque Vélez – Directora de Bienestar Universitario y Egresados  
Sebastián Ramírez Hoyos – Gestor OIDO

### **METODOLOGÍA, COMPILACIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN**

Unidad Central OIDO:

Reina Cecilia Duque Vélez – Directora de Bienestar Universitario y Egresados  
Sebastián Ramírez Hoyos – Gestor OIDO

Profesionales en formación en Economía UNAL:

Luis Eduardo Jimenez Figueroa  
Jesús David Castillo Ríos

### **REVISIÓN Y AJUSTE DE LA INFORMACIÓN**

Unidad Satélite:

Yadid Estela Paternina Avilez – Decana programa de Psicología  
Carol Liceth Pomares Corredor – Coordinadora de Egresados

### **COORDINACIÓN EDITORIAL**

Dirección de Bienestar Universitario y Egresados

### **FOTOGRAFÍA**

Dirección Nacional de Comunicaciones

### **DISTRIBUCIÓN**

La distribución del informe es gratuita. Si desea información de cómo obtener una copia digital, por favor escriba al siguiente correo electrónico. [sebastian.ramirez@ucc.edu.co](mailto:sebastian.ramirez@ucc.edu.co)

Dirección de Bienestar Universitario y Egresados  
Universidad Cooperativa de Colombia  
Calle 50ª # 41-26 Bloque 8 piso 2  
Medellín – Colombia  
Teléfonos 444-60-65 Ext. 4335

El contenido de este documento puede ser reproducido total o parcialmente para fines académicos, citando la fuente. Cualquier otro tipo de reproducción requerirá autorización previa y expresa.  
©2021 Universidad Cooperativa de Colombia. Todos los derechos reservados.



# CONTENIDO

## Contenido

INTRODUCCIÓN .....	6
FICHA TÉCNICA Y METODOLÓGICA .....	7
CONTEXTO ECONÓMICO .....	8
1.1 Contexto general del territorio.....	8
1.1.1 PIB y competitividad regional.....	8
1.1.2 Índice departamental de competitividad (Compite) .....	12
1.1.2.1 Pilar de educación superior y formación para el trabajo .....	13
1.1.2.2 Mercado laboral .....	14
1.1.3 Índice de competitividad de ciudades (Compite).....	15
1.1.3.1 Pilar de educación superior y formación para el trabajo .....	16
1.1.3.2 Mercado laboral .....	16
1.1.4 Principales sectores económicos en Colombia, el departamento y la ciudad	17
ASPECTOS DEL CAMPUS .....	18
2.1 Estadísticas generales del programa.....	18
2.1.1 Egresados por año .....	18
2.1.2 Egresados por género .....	19
2.1.3 Estado civil .....	19
2.1.4 Estrato socioeconómico.....	20
2.1.5 ¿Tiene personas que dependan económicamente de usted?.....	20
2.1.6 Promedio de edad .....	21

2.1.7.	¿Cuál o cuáles fueron las principales fuentes de recursos para asumir los costos de su matrícula? .....	21
2.1.8.	¿Recibió algún apoyo económico por parte de la institución donde cursó sus estudios? (Diferentes a recursos asociados con el costo de matrícula) .....	22
2.1.9.	En este momento aparte de estudiar ¿Usted actualmente se dedica a?.....	22
2.1.10.	¿La creación de la empresa o negocio está asociada con sus estudios cursados? 23	
2.2.	Aspectos académicos.....	23
2.2.1.	Ha realizado otros estudios .....	23
2.2.2.	IES donde realiza dicho programa.....	26
2.3.	Aspectos Laborales .....	26
2.3.1.	Tasa de empleabilidad y salario promedio del programa .....	26
PRINCIPALES RESULTADOS DEL EIDO 2014-2018.....		27
3.1.	Resultados egresados .....	27
3.1.1.	Situación laboral de los egresados .....	27
3.1.2.	Sector donde se emplean.....	28
3.1.3.	Relación de las habilidades con las funciones que desempeña.....	28
3.1.4.	Relación del programa con el cargo que desempeña .....	29
3.1.5.	Cuánto tiempo después de graduado demoró en conseguir su primer empleo relacionado a su área de formación .....	30
3.1.6.	Su trabajo actual contribuye a su desarrollo y crecimiento personal .....	31
3.1.7.	Pertinencia del programa.....	31
3.1.8.	Aporte de la formación en economía solidaria para mayores oportunidades laborales y profesionales .....	32
3.1.9.	Nivel general de satisfacción respecto a la calidad de formación recibida ..	33
3.1.10.	Posibilidades laborales derivadas de su condición de graduado de la Universidad Cooperativa de Colombia.....	34
3.1.11.	Movilidad geográfica y socioeconómica de los egresados .....	35
3.1.12.	Tasa interna de retorno – TIR .....	36
3.2.	Resultados empleadores .....	37
3.2.1.	Terminada las practicas, alguno de nuestros egresados queda vinculado a la empresa37	
3.2.2.	Reúne el egresado características pertinentes y/o adecuadas para las actividades que desempeña .....	37
3.2.3.	La formación y conocimientos de los egresados permite satisfacer los	

requerimientos de la empresa.....	38
3.2.4. Capacidad de nuestros egresados en adaptación al cambio .....	39
3.2.5. Recomendaría la contratación de un egresado de la Universidad Cooperativa de Colombia .....	39
3.2.6. La Universidad Cooperativa de Colombia da confianza a la empresa como formadora de profesionales éticos, competitivos y productivos.....	40
3.2.7. La Universidad Cooperativa de Colombia consulta la empresa para tener en cuenta sus opiniones .....	41
3.2.8. Su organización recurre a la Universidad Cooperativa de Colombia para la búsqueda de profesionales capaces y competentes .....	42
3.2.9. Está dispuesto a colaborar nuevamente a futuro con la Universidad Cooperativa de Colombia .....	42
3.2.10. Capacidad del egresado para resolver conflictos .....	43
3.2.11. Capacidad del egresado en el manejo eficiente y eficaz de las TIC .....	44
3.2.12. Capacidad del egresado para gestionar información y recursos .....	44
3.2.13. Capacidad del egresado para identificar problemas, desarrollar y presentar en distintas alternativas creativas de solución .....	45
3.2.14. Capacidad del egresado para comunicarse fijar posiciones, sustentarlas y atender los diferentes puntos de vista de los demás.....	46
3.2.15. Capacidad del egresado para trabajar en equipo para alcanzar las metas comunes	46
<b>RESULTADOS MOMENTO 0 - OLE .....</b>	<b>47</b>
4.1. Satisfacción con el programa y la institución.....	47
4.2. Satisfacción con la calidad del programa.....	47
4.3. ¿Le recomendaría su institución a alguien que quiera estudiar educación superior?	48
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>49</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>50</b>

# INTRODUCCIÓN

Objetivo del informe:

Evaluar las oportunidades de los egresados y del campus a partir del reconocimiento de las condiciones del contexto social y económico de la región y de la caracterización de estos lo cual favorece la toma de decisiones informadas en relación con el cumplimiento de la promesa de valor, la proyección institucional y profesional de los egresados.



# FICHA TÉCNICA Y METODOLÓGICA

<b>Empresa que realiza</b>	Universidad Cooperativa de Colombia
<b>Naturaleza de la Investigación</b>	Cuantitativa.
<b>Técnica de recolección</b>	Captura de información desde bases de datos.
<b>Grupo objetivo</b>	Egresados de la Universidad Cooperativa de Colombia; también se obtiene información de los empleadores.
<b>Cubrimiento</b>	Cubrimiento nacional, todos los campus.
<b>Ponderación</b>	No aplica.
<b>Tamaño de la muestra</b>	OPS: 1.146 (Fecha corte: mayo 2021) OLE: 364 (Fecha corte: 2019) SEGUNDO EIDO: Tamaño muestra egresados: 410 (Fecha corte: 2020) Tamaño muestra empleadores: 77 (Fecha corte: 2020) MOMENTO 0: 224 (Fecha corte: julio 2021)
<b>Fuentes</b>	Compiladas al final del presente documento.
<b>Desagregación de resultados</b>	Los resultados de este estudio permiten conclusiones a total de la muestra, por sedes y por programas.
<b>Material de apoyo</b>	Bases de datos
<b>Tipo de incentivos</b>	No aplica para este estudio.



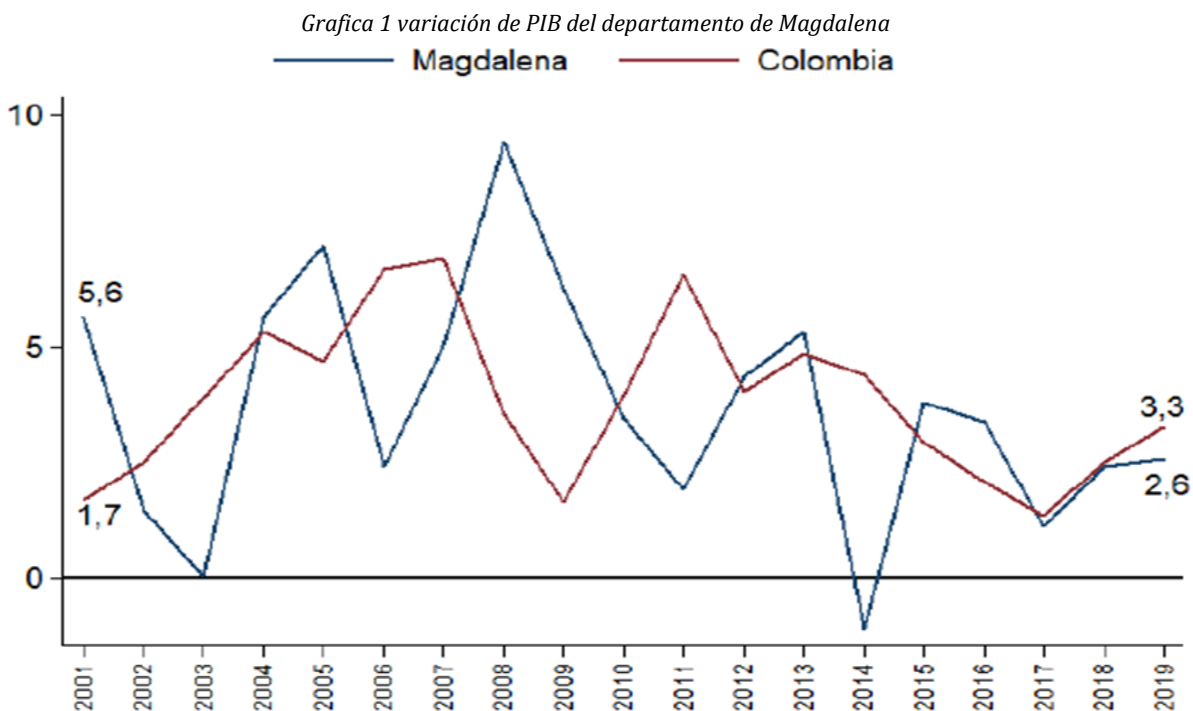
# CONTEXTO ECONÓMICO

## 1.1 Contexto general del territorio

### 1.1.1 PIB y competitividad regional

El departamento de Magdalena registró en 2020 una población de 1.388.832 habitantes, con una participación en el PIB nacional de 1,34% y un PIB per cápita de 10.217.568 pesos colombianos.

Es importante resaltar que el PIB del departamento presenta un comportamiento que fluctúa entre grandes picos de crecimiento como es el caso del 2005 y 2008 para luego encontrarse con desplomes significativos como los del 2011 y 2014 lo cual podría estar relacionado principalmente con la alta dependencia al sector turismo presente en el departamento, para el año 2019 se sitúa en un 2,6% lo que sitúa al departamento en una senda de recuperación.

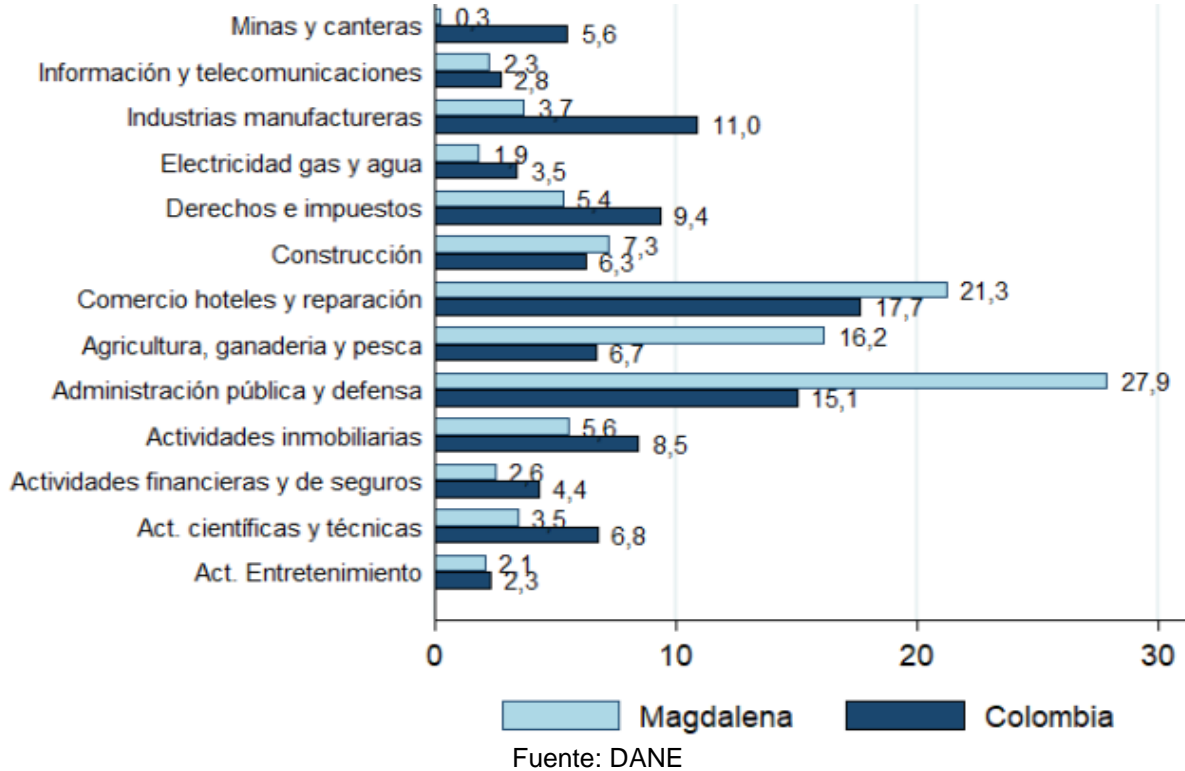


Fuente: Cuentas departamentales-DANE

Al estudiar la composición sectorial para el PIB del Magdalena nos encontramos con que los sectores representativos son: Comercio hoteles y reparación; Administración pública y defensa; y construcción, los cuales para el año 2019 estuvieron por encima del crecimiento registrado a nivel nacional.

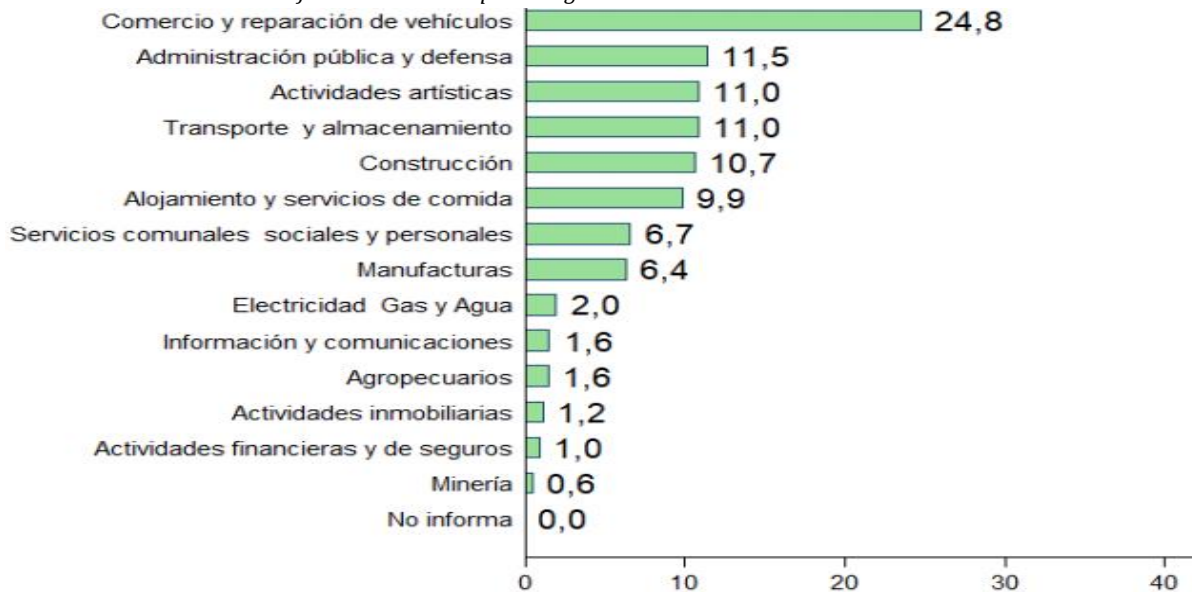


Gráfico 2 PIB Departamental por sector



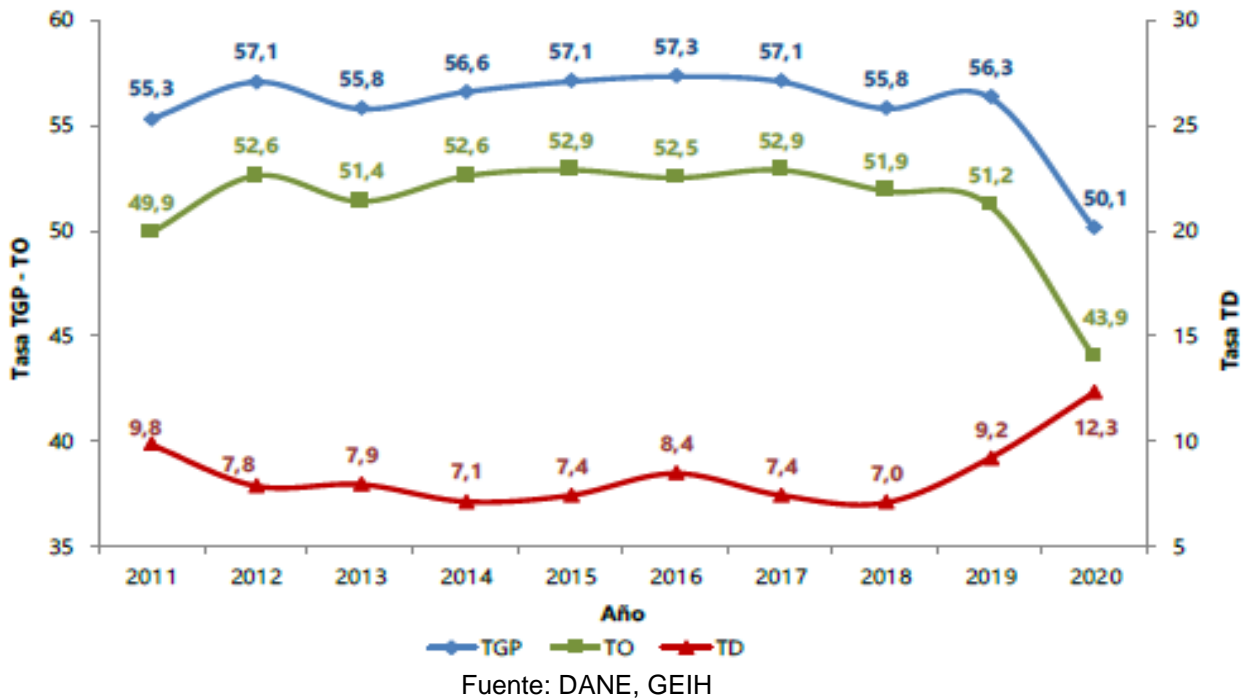
La ocupación por rama de actividad económica muestra que el mayor número de ocupados se encuentra en el comercio y reparación de vehículos (24,8%); administración pública y defensa (11,5%); Actividades artísticas (11,0 %); transporte y almacenamiento (11,0%) y construcción (10,7%), mientras que los menores niveles de ocupación se encuentran en la minería (0,6%) y en las actividades financieras y de seguros (1,0%).

Gráfico 3 Tasa de ocupados según rama de la actividad económica



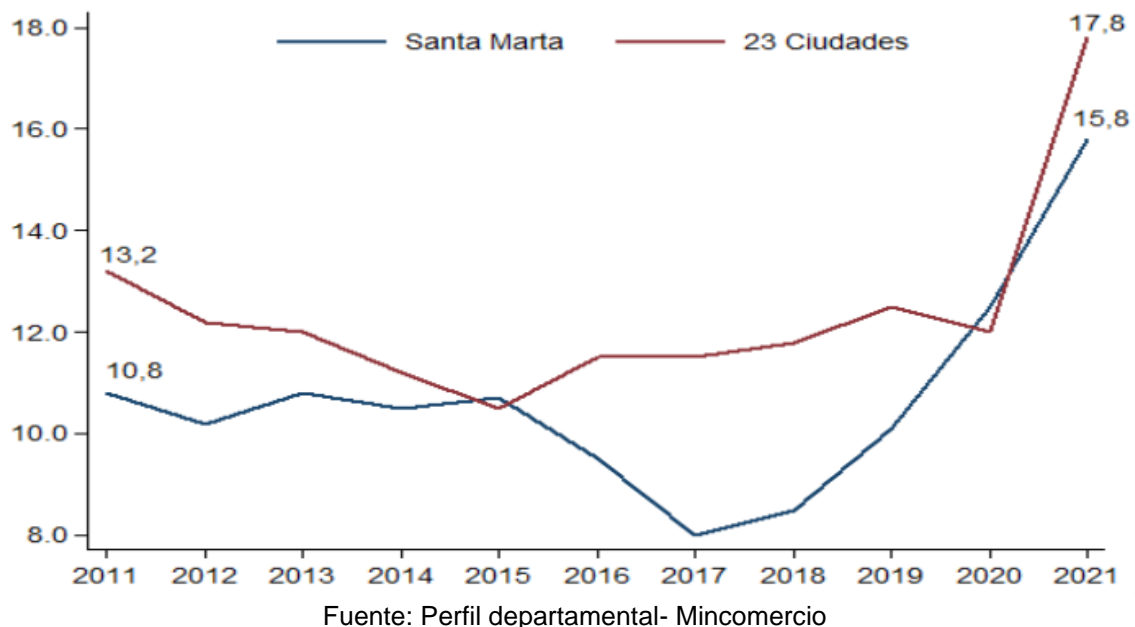
Magdalena presentó una caída tanto en la tasa global de participación como en la tasa de ocupación y un aumento en la tasa de desempleo.

Grafico 4 Tasa global de participacion, tasa de ocupacion y Desempleo



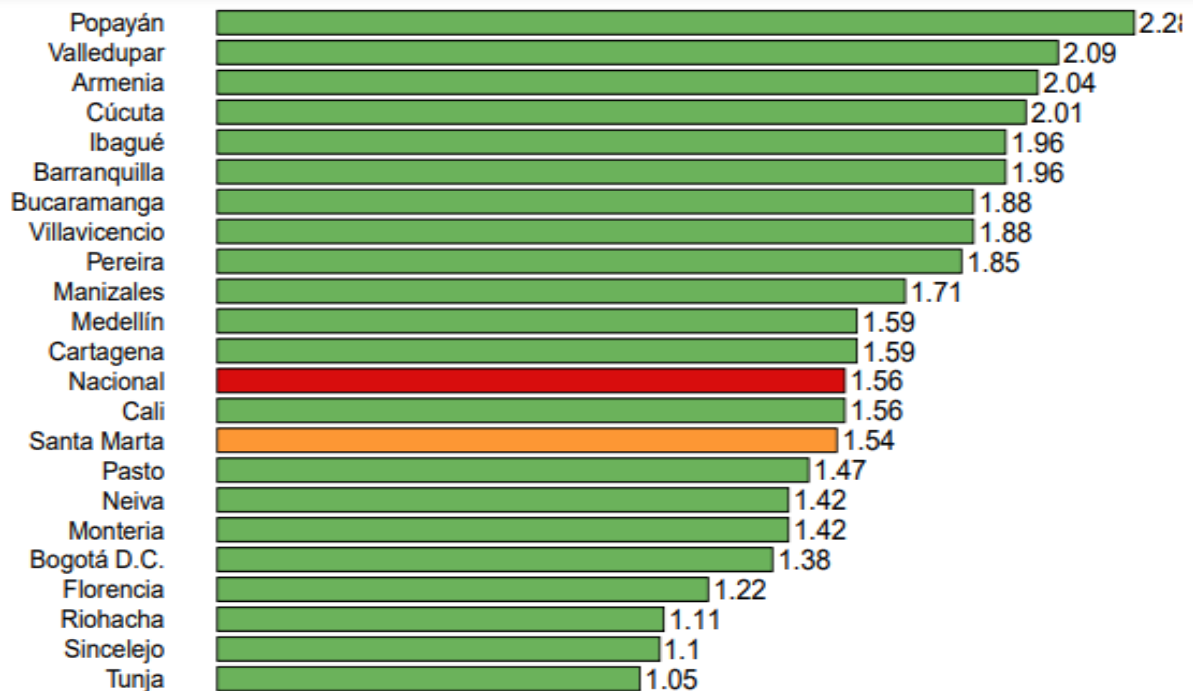
Para el caso específico de Santa Marta tenemos que durante el trimestre móvil diciembre-febrero de 2021, la tasa de desempleo de Santa marta estuvo por debajo de la registrada en las 23 ciudades.

Grafica 5 Tasa de empleo Santa Marta



El IPC para Santa Marta se estableció por debajo del IPC nacional, lo que habla de niveles de inflación controlados y de un poder adquisitivo que se mantiene en una buena senda.

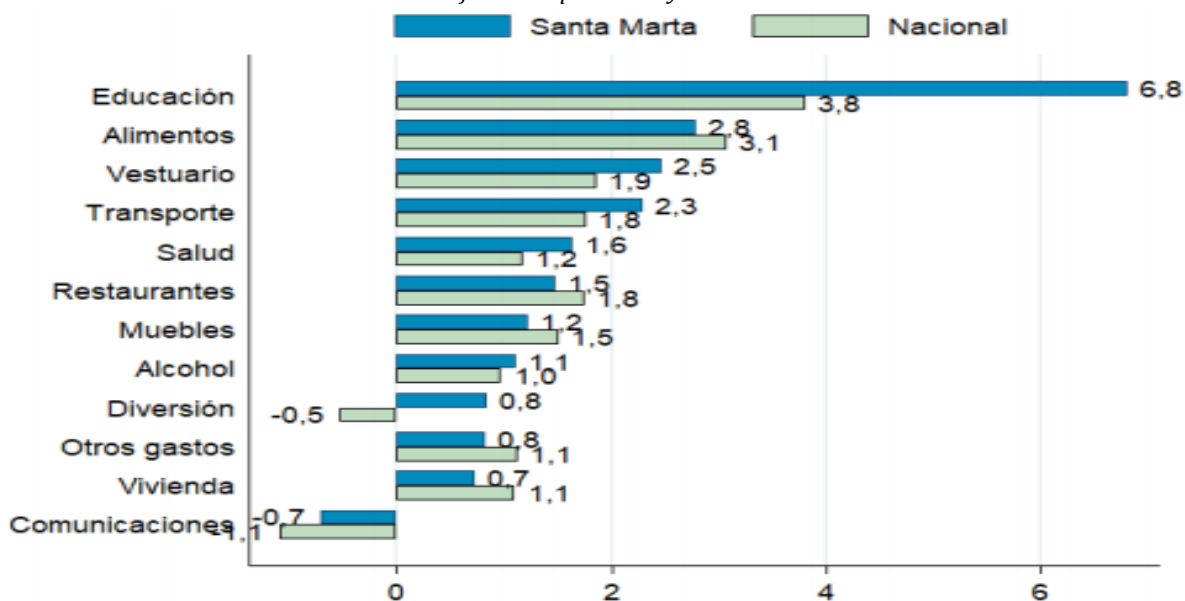
Grafica 6 IPC por departamento



Fuente: Índice precios del consumidor- DANE

Si prestamos atención a los bienes y servicios prestados en Santa Marta podemos denotar que la educación (6.8%), los alimentos (2.8%) y el vestuario (2,5%), son los más afectados por el incremento en el IPC.

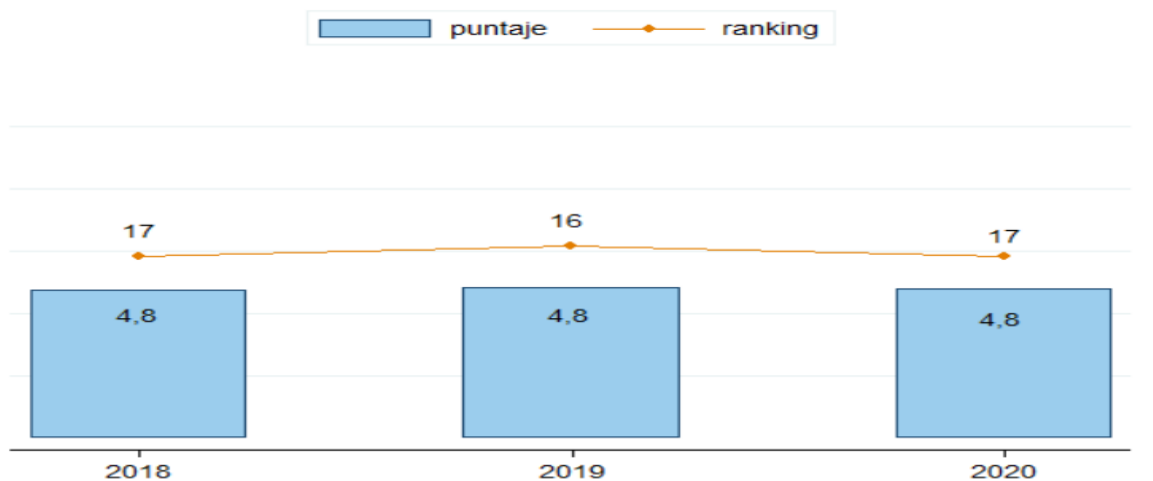
Grafica 7 IPC por bienes y servicios



Fuente: Índice precios del consumidor- DANE

### 1.1.2. Índice departamental de competitividad (Compite)

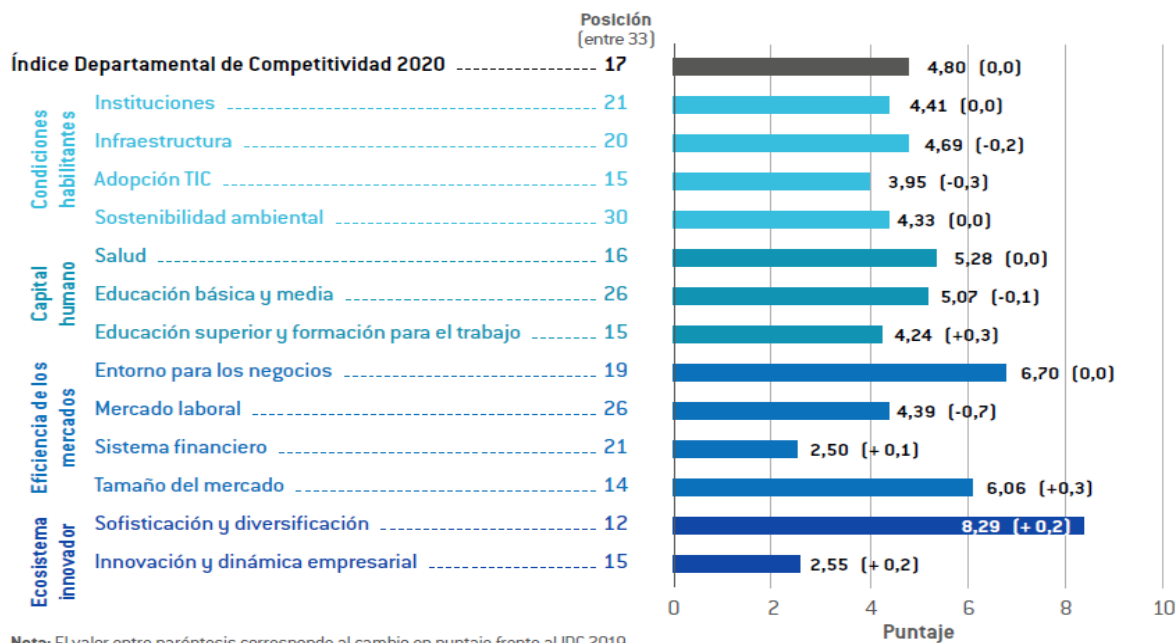
Gráfico 8 variación del ranking de competitividad para el Departamento de Magdalena



Fuente: consejo privado de competitividad

Los principales factores que destacan en el índice de competitividad para el departamento de Magdalena corresponden a “Sofisticación y diversificación”, “tamaño del mercado”, “innovación y dinámica empresarial”, “adopción de TICs”, “Salud” y “Educación superior y formación para el trabajo”, es importante resaltar ninguno de estos índices logra posicionarse competitivamente dentro de los 10 primeros lugares, los mismos se encuentran entre las posiciones 12 y 16. Por otro lado el índice de sostenibilidad ambiental es claramente una de las problemáticas más urgentes que debe afrontar el departamento para lograr un crecimiento sostenido.

Gráfico 9 IDC 2020 Departamento de Magdalena



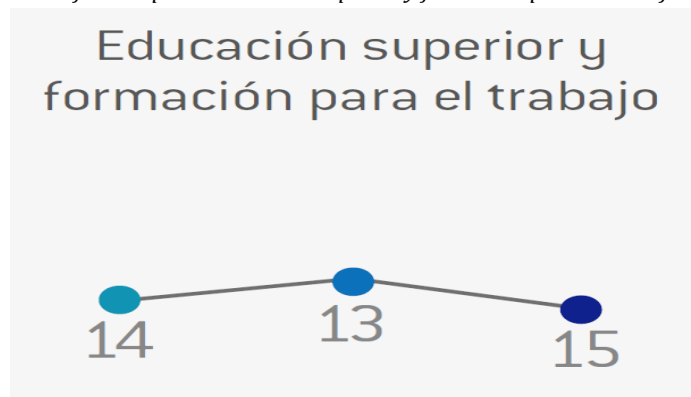
Nota: El valor entre paréntesis corresponde al cambio en puntaje frente al IDC 2019.

Fuente: IDC 2020, Compite.

### 1.1.2.1. Pilar de educación superior y formación para el trabajo

El pilar de educación superior y formación para el trabajo en el departamento de Magdalena, si bien esta situado en una posición de competitividad por encima de la media, se podría llegar a pensar que presenta signos de estancamiento dado que dicho pilar se ha mantenido fluctuante entre las posiciones 13 y 15 sin lograr presentar una clara tendencia hacia la mejora en la competitividad del mismo; por otro lado, aunque debe trabajarse en puntos importantes como la cobertura en educación superior ( profesional, técnica o tecnológica), es de resaltar lo que se ha logrado en terminos de cobertura de institucional de educación superior con a acreditacion de alta calidad , rubro que evidentemente jalona este pilar para el territorio.

Gráfico 10 pilar Educación superior y formación para el trabajo



Fuente: IDC 2020, Compite.

Gráfico 11 pilar Educación superior y formación para el trabajo por componente

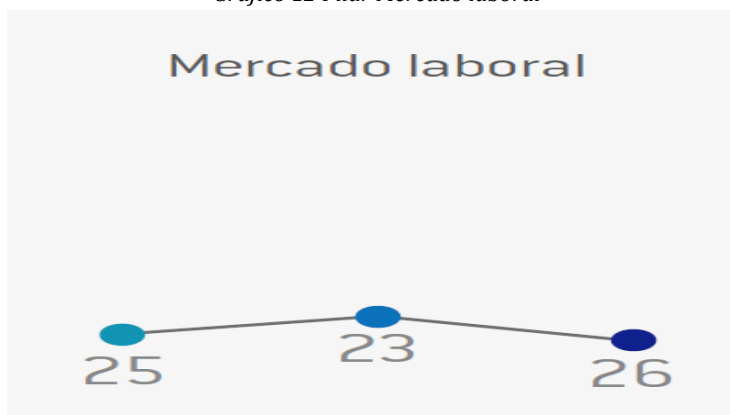
<b>PILAR 7:</b>	<b>EDUCACION SUPERIOR Y FORMACION PARA EL TRABAJO</b>	4,24	15
<b>EDS-1</b>	<b>Cobertura en educación superior</b>	2,03	21
EDS-1-1	Cobertura bruta en formación universitaria	2,47	22
EDS-1-2	Graduados en posgrado	1,61	19
EDS-1-3	Cobertura bruta en formación técnica y tecnológica	2,00	21
<b>EDS-2</b>	<b>Calidad en educación superior</b>	5,91	11
EDS-2-1	Puntaje pruebas Saber Pro	7,42	12
EDS-2-2	Calidad de docentes de educación superior	4,10	11
EDS-2-3	Cobertura instituciones de educación superior con acreditación de alta calidad	8,03	3
EDS-2-4	Dominio de segundo idioma	4,10	13
<b>EDS-3</b>	<b>Educación para el trabajo y el desarrollo humano</b>	4,78	15
EDS-3-1	Proporción de estudiantes en IETDH matriculados en instituciones certificadas	7,00	12
EDS-3-2	Egresados del SENA vinculados al mercado laboral	2,55	27

Fuente: IDC 2020, Compite.

### 1.1.2.2. Mercado laboral

El mercado laboral sigue la tendencia del pilar de educación superior y formación para el trabajo, en el sentido de que si bien a logra escalar una o dos posiciones en un periodo en los periodos siguientes vuelve a recaer, por lo que no se evidencia una senda de crecimiento competitivo demarcada, igualmente es importante visualizar que el mercado laboral se muestra bastante relegado, lo que se puede deber principalmente a la baja tasa global de participación y la alta infomalidad presente en el departamento.

Gráfico 12 Pilar Mercado laboral



Fuente: IDC 2020, Compite.

Gráfico 13 Pilar Mercado laboral por componente

<b>PILAR 9: MERCADO LABORAL</b>	<b>4,39</b>	<b>26</b>
<b>LAB-1 Desempeño del mercado laboral</b>	<b>3,63</b>	<b>26</b>
LAB-1-1 Tasa global de participación en el mercado laboral	3,59	28
LAB-1-2 Tasa de desempleo	7,47	10
LAB-1-3 Formalidad laboral	1,43	24
LAB-1-4 Subempleo objetivo	3,82	18
LAB-1-5 Empleo vulnerable	1,83	26
<b>LAB-2 Utilización del talento</b>	<b>5,15</b>	<b>24</b>
LAB-2-1 Brecha de participación laboral entre hombres y mujeres	1,99	24
LAB-2-2 Brecha en tasa de desempleo entre hombres y mujeres	1,45	29
LAB-2-3 Brecha en formalidad laboral entre hombres y mujeres	8,92	5
LAB-2-4 Brecha en empleo vulnerable entre hombres y mujeres	8,25	13

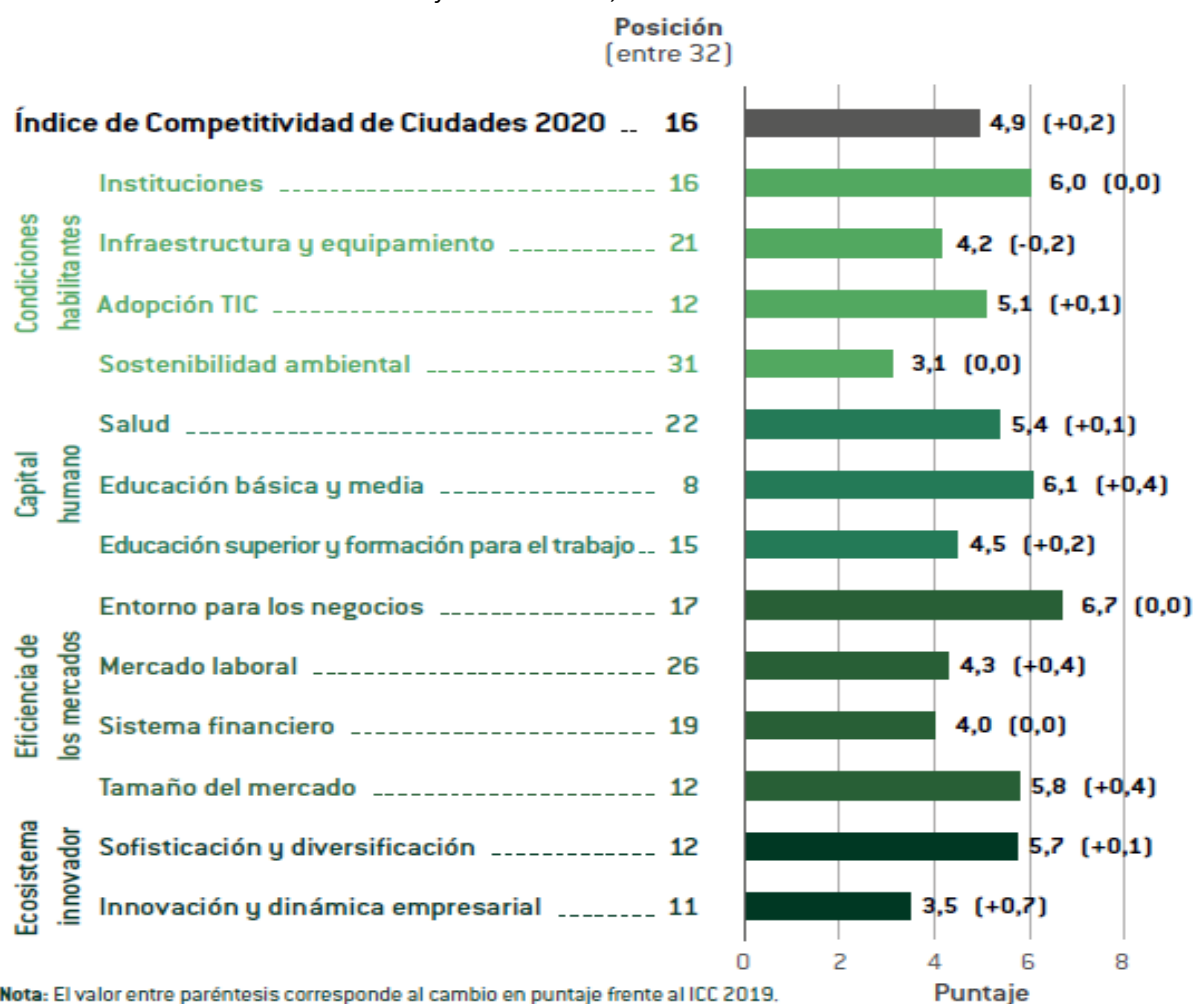
Fuente: IDC 2020, Compite.

### 1.1.3. Índice de competitividad de ciudades (Compite)

Según datos se UCC-2020, la ciudad de Santa Marta para el año 2020 presenta una población total de 538.612 habitantes, un valor agregado para el año 2018 de 5.749.009 millones de pesos colombianos y un valor agregado per cápita de 11,52 millones de pesos colombianos. La participación de la ciudad de Santa Marta correspondiente al nivel departamental es del 46,12%.

Frente al resultado del ICC-2020 correspondiente a la ciudad de Santa Marta, Compite nos arroja los siguientes resultados:

Gráfico 14 ICC-2020, Santa Marta



Fuente: ICC 2020, Compite.

Según el ICC-2020, los principales pilares a resaltar de la ciudad de Santa Marta son: Educación básica y media; tamaño del mercado; innovación y dinámica empresarial.



### 1.1.3.1. Pilar de educación superior y formación para el trabajo

El pilar de educación superior y formación para el trabajo en la ciudad de Santa Marta sobresale principalmente en lo que se refiere a la calidad en educación superior principalmente en lo que corresponde a lo referente a la cobertura en instituciones de educación superior con acreditación de alta calidad, caso contrario ocurre con la cobertura en educación superior donde se presenta un relego alto en la cobertura bruta en formación universitaria y la cobertura bruta en formación técnica y tecnológica.

Gráfico 15 Pilar de educación superior y formación para el trabajo, Santa Marta.

<b>PILAR 7: EDUCACIÓN SUPERIOR Y FORMACIÓN PARA EL TRABAJO</b>		<b>4,46</b>	<b>15</b>
<b>EDS-1</b>	<b>Cobertura en educación superior</b>	<b>3,28</b>	<b>17</b>
EDS-1-1	Cobertura bruta en formación universitaria	4,95	17
EDS-1-2	Graduados en posgrado	2,75	21
EDS-1-3	Cobertura bruta en formación técnica y tecnológica	2,13	19
<b>EDS-2</b>	<b>Calidad en educación superior</b>	<b>5,99</b>	<b>9</b>
EDS-2-1	Puntaje pruebas Saber Pro	7,24	10
EDS-2-2	Calidad de docentes de educación superior	3,89	13
EDS-2-3	Cobertura en instituciones de educación superior con acreditación de alta calidad	8,19	3
EDS-2-4	Dominio de segundo idioma	4,65	12
<b>EDS-3</b>	<b>Educación para el trabajo y el desarrollo humano</b>	<b>4,10</b>	<b>17</b>
EDS-3-1	Proporción de estudiantes en IETDH matriculados en instituciones certificadas	5,64	14
EDS-3-2	Número de egresados del SENA vinculados al mercado laboral	2,55	26

Fuente: ICC-2020, Compite.

### 1.1.3.2. Mercado laboral

El pilar que refiere al mercado laboral para la ciudad de Santa Marta refleja una baja competitividad, presentando un desempeño del mercado laboral que se ubica en la posición 27 entre 32 ciudades, además de dar cuenta de la brecha existente entre hombre y mujeres en lo que se refiere a la tasa de desempleo, y la formalidad laboral.

Gráfico 16 Pilar Mercado Laboral, Santa Marta

<b>PILAR 9: MERCADO LABORAL</b>		<b>4,30</b>	<b>26</b>
<b>LAB-1</b>	<b>Desempeño del mercado laboral</b>	<b>3,74</b>	<b>27</b>
LAB-1-1	Tasa global de participación en el mercado laboral	2,97	26
LAB-1-2	Tasa de desempleo	7,47	11
LAB-1-3	Formalidad laboral	1,50	27
LAB-1-4	Subempleo objetivo	5,22	15
LAB-1-5	Empleo vulnerable	1,54	29
<b>LAB-2</b>	<b>Utilización del talento</b>	<b>4,86</b>	<b>13</b>
LAB-2-1	Brecha de participación laboral entre hombres y mujeres	8,46	6
LAB-2-2	Brecha en tasa de desempleo entre hombres y mujeres	2,17	26
LAB-2-3	Disparidad salarial entre hombres y mujeres	9,88	2
LAB-2-4	Brecha en formalidad laboral entre hombres y mujeres	0,32	28
LAB-2-5	Brecha en empleo vulnerable entre hombres y mujeres	3,48	10

Fuente: ICC-2020, Compite.

### 1.1.4. Principales sectores económicos en Colombia, el departamento y la ciudad

El territorio colombiano es conocido por su rica diversidad cultural, geográfica y social, la cual que contribuye a que la dinámica económica también se diversifique.

Para el año 2020 la economía colombiana se vio enmarcada en una baja participación del sector primario, el cual solo logro una participación en el PIB de un 12.9%, seguido por la participación del sector secundario con un 17.6% y por último el sector terciario aportando un 69.5% del PIB.

Gráfico 17 Composición sectorial del PIB 2020

Sector	Partic.
Primario	12.9%
Secundario	17.6%
Terciario	69.5%

Fuente: DANE

Al desglosar estos sectores por actividad, es posible determinar la tasa de crecimiento por sector hasta el año 2019 tomando como año base el 2018, donde se puede denotar un gran crecimiento en actividades financieras y de seguros pasando de 3.6 a 5.7 puntos porcentuales, también resaltamos el crecimiento del comercio, transporte y turismo pasando de 2.7 a 4.9 puntos.

Gráfico 18 Tasa de crecimiento pos sectores económicos (2019 vs 2018)



Fuente: DANE

#### Gráfica 2.

#### Tasa de crecimiento por sectores económicos (%)

Tasa de crecimiento año corrido (2019 vs 2018)

Fuente: DANE, Cuentas Nacionales Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015  
 pr: preliminar  
 p: provisional  
 Actualizado el 14 de febrero de 2020

Con respecto a la ciudad de santa marta, podemos denotar que sus principales actividades económicas son: el turismo, el comercio, la actividad portuaria, la pesca y la agricultura, en lo referente a la agricultura cabe resaltar que el Distrito mantiene una producción agrícola de 16.053 toneladas, cultivadas en un área de 44.051 hectáreas, siendo los principales productos agrícolas el banano, café, cacao, frutales y yuca.

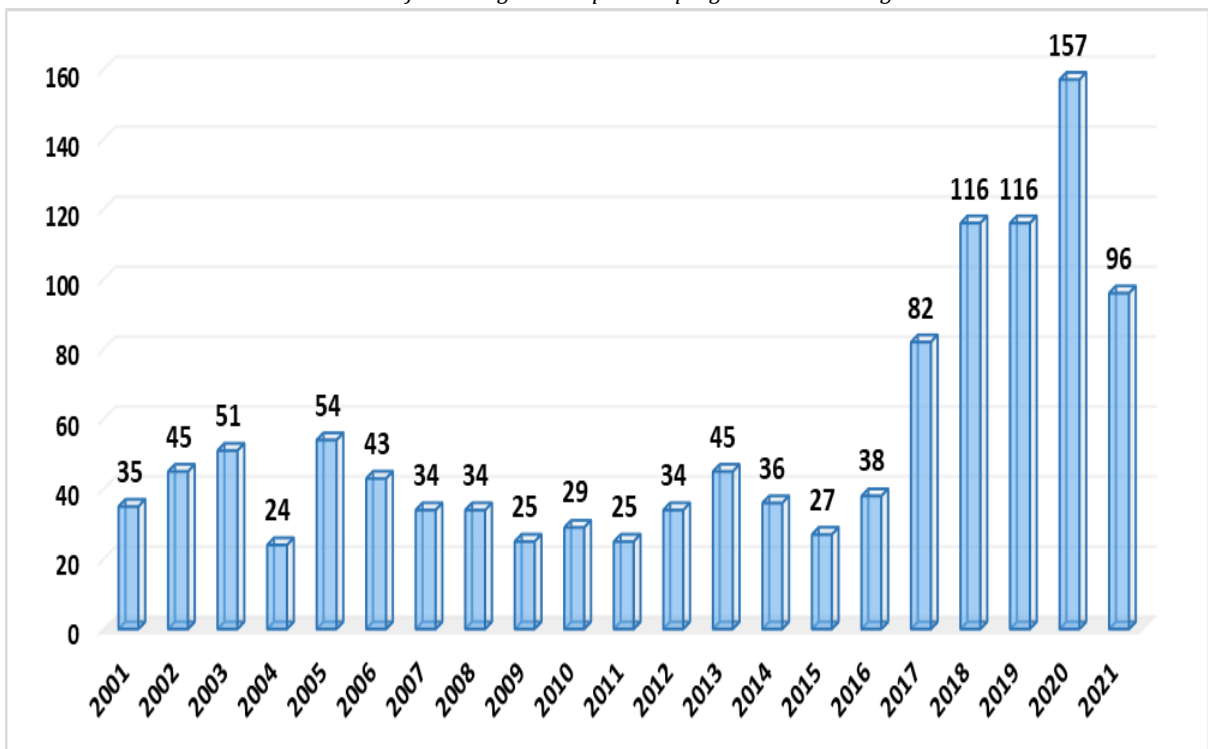
# ASPECTOS DEL CAMPUS

## 2.1. Estadísticas generales del programa

### 2.1.1. Egresados por año

Es de gran relevancia conocer la cantidad de egresados para los distintos programas ofrecidos por el campus Santa Marta a fin de visualizar e identificar el impacto que generan nuestros egresados en el medio, su ubicación y los cargos a desempeñar, es por ello, que en la siguiente gráfica presentamos la cantidad de egresados para el programa de Psicología de la Universidad Cooperativa de Colombia campus Santa Marta.

Grafica 19 Egresados por año programa de Psicología

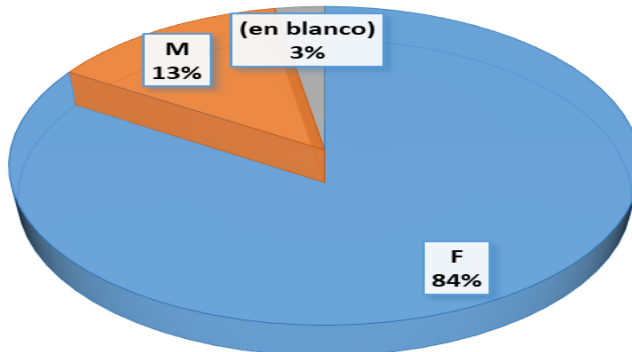


Fuente: Elaboración propia con base en OPS, corte a mayo 2021

La cantidad de egresados del programa de Psicología del campus Santa Marta, es un total de 1146 los cuales están repartidos por cada uno de los años como se aprecia en la anterior gráfica, tenemos que el Campus Santa Marta para el programa de Psicología presentan el mayor número de egresados en los años 2018, 2019 y 2020, años en los que egresaron 116 estudiantes para los años 2018 y 2019 y 157 estudiantes para el año 2020, si denotamos el caso contrario los años que menor cantidad de egresados presentan son 2004 y 2009 años en que la cantidad de graduados fue de 24 y 25 respectivamente.

### 2.1.2. Egresados por género

Grafica 20 Egresados por genero para el programa de Psicología



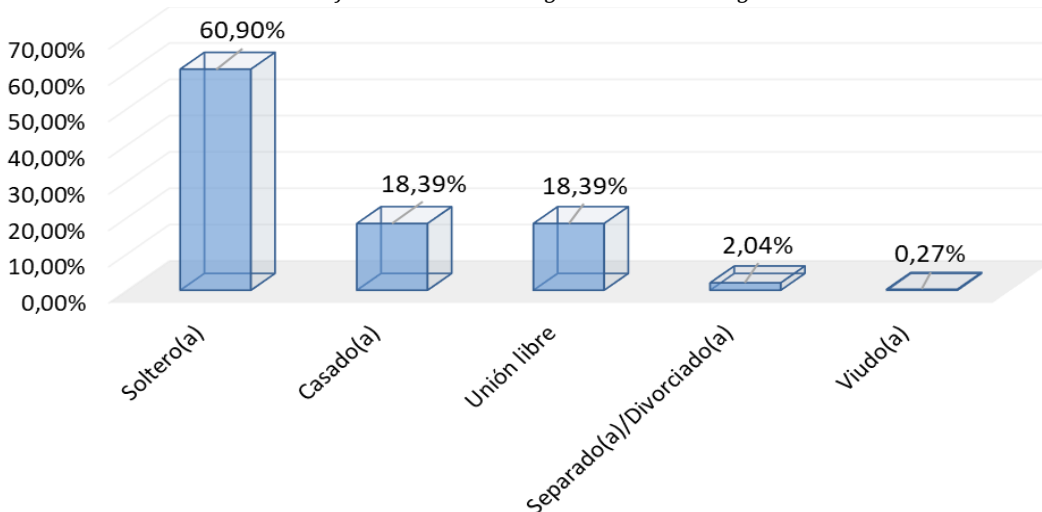
Fuente: Elaboración propia con base en OPS, corte a mayo 2021

De la cantidad de egresados del programa de Psicología del campus Santa Marta, la mayor parte son del género femenino con un 84% frente a 13% de egresados masculinos.

### 2.1.3. Estado civil

Desde el ámbito personal, cada egresado posee una perspectiva de vida y objetivos que estos pueden ser alcanzados de manera individual o en compañía. Esto nos lleva a identificar cómo se encuentra el estado civil de nuestros egresados del programa de Psicología del campus Santa Marta.

Grafica 21 Estado Civil Egresados de Psicología



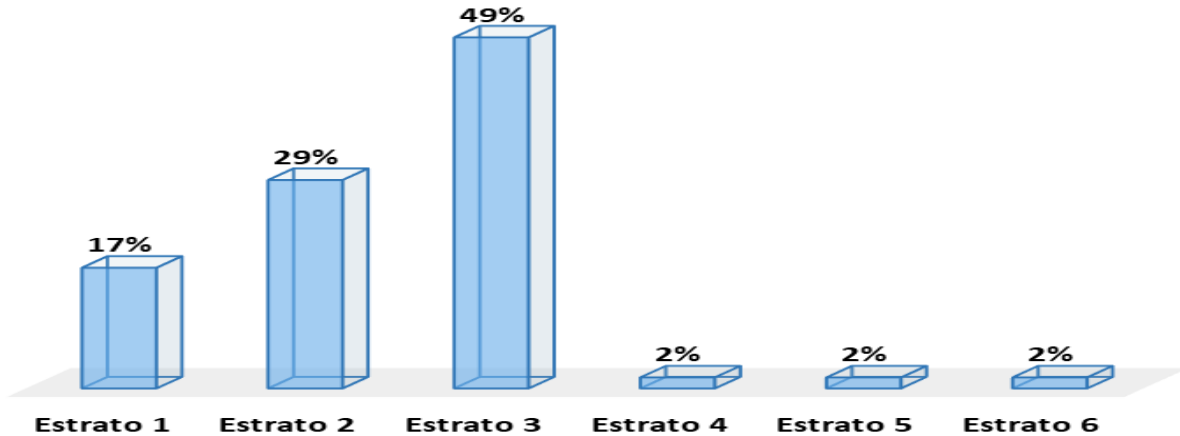
Fuente: Segundo Estudio de Impacto y Dinámica Ocupacional (EIDO), resultados 2020. IPSOS Napoleón

La mayor parte (60.90%) se encuentra solteros, casados el 18.39%, hay egresados que, a pesar de no querer casarse, conviven con sus parejas y este nos arroja en unión libre un 18.39%, por otra parte, el porcentaje de separados/divorciados es del 2.04%.

### 2.1.4. Estrato socioeconómico

Como primera parte para identificar si nuestros egresados del programa de Psicología del campus Santa Marta han tenido un desarrollo profesional y también personal, que contribuya al crecimiento económico y a su estabilidad económica, nos preocupamos por identificar el estrato socioeconómico en que se encuentran los mismos.

Grafica 22 Estrato Socioeconómico Egresados Psicología

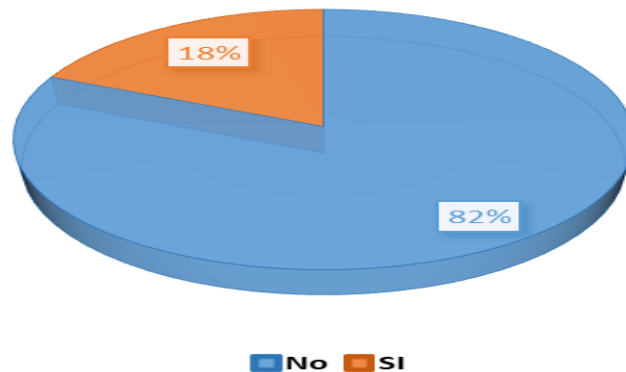


Fuente: Momento 0, pregunta 46.

La mayor parte de los egresados del programa de Psicología se ubican en el estrato 3 con un 49% y estrato 2 con 29%, por su parte el estrato 1 alcanza el 17%, mientras que los estratos 4, 5 y 6 se ubican en un 2%.

### 2.1.5. ¿Tiene personas que dependen económicamente de usted?

Gráfico 23 Tiene el egresado personas que dependen económicamente de él

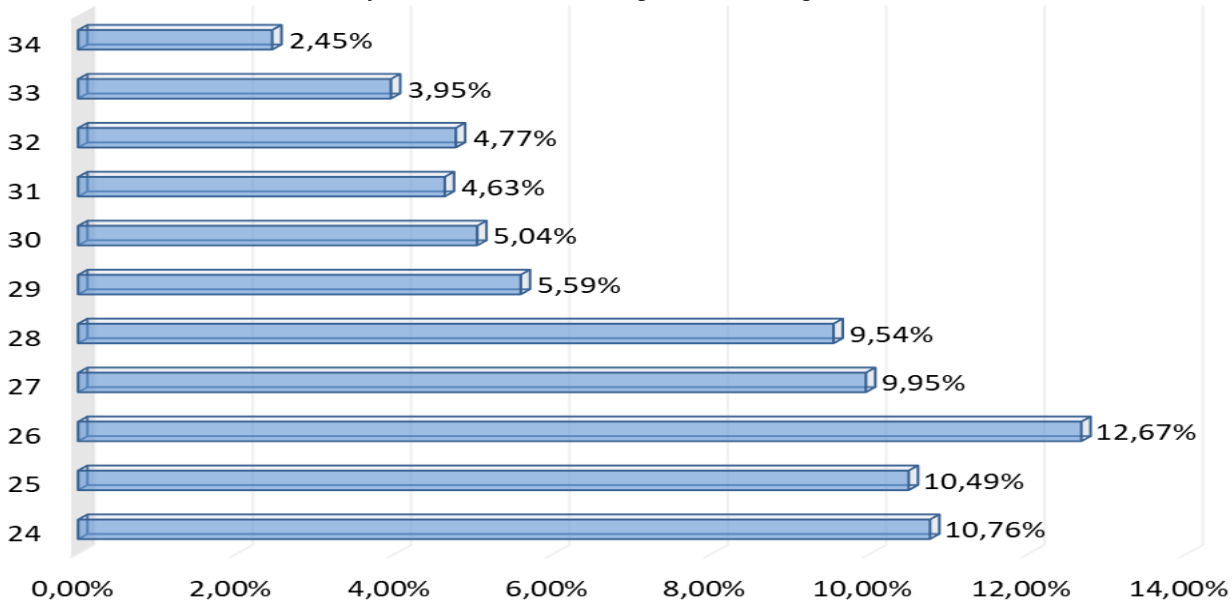


Fuente: Momento 0, pregunta 45.

Los egresados del programa de Contaduría Pública aseguran en un 82% que No tienen personas que dependen económicamente de ellos, mientras que el 18% afirman que Si deben sostener económicamente a otras personas que dependen de ellos.

### 2.1.6. Promedio de edad

Gráfico 24 Promedio de edad egresados Psicología

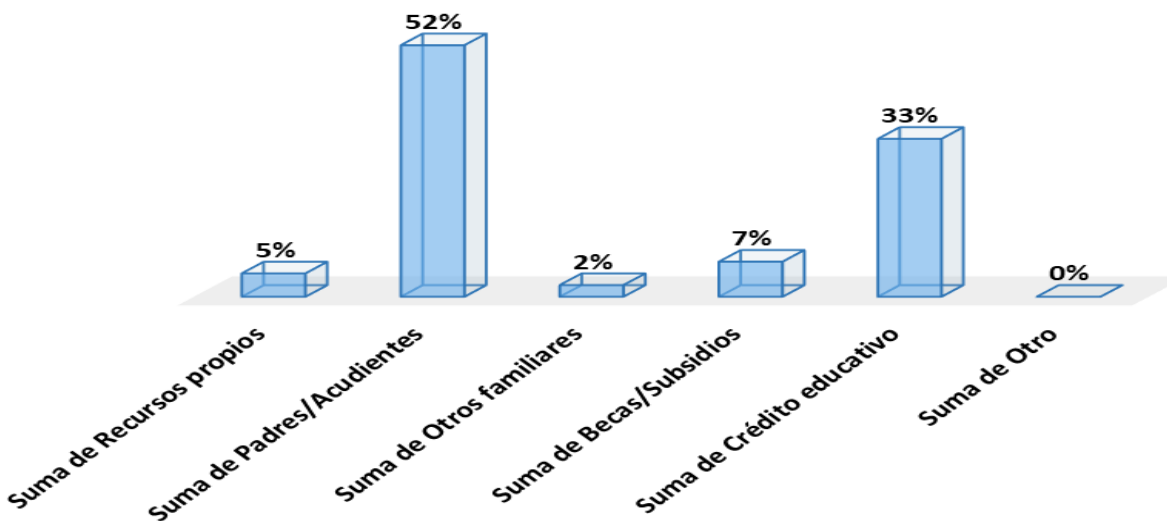


Fuente: Segundo Estudio de Impacto y Dinámica Ocupacional (EIDO), resultados 2020. IPSOS Napoleón

Frente a la caracterización de los egresados del programa de Psicología, gran parte de estos se ubican entre el rango de 24 a 28 años, siendo los 26 años la edad a la que mayor número estudiantes egresan del programa de Psicología en el campus Santa Marta.

### 2.1.7. ¿Cuál o cuáles fueron las principales fuentes de recursos para asumir los costos de su matrícula?

Gráfico 25 Principales fuentes de recurso para asumir costo de matrícula

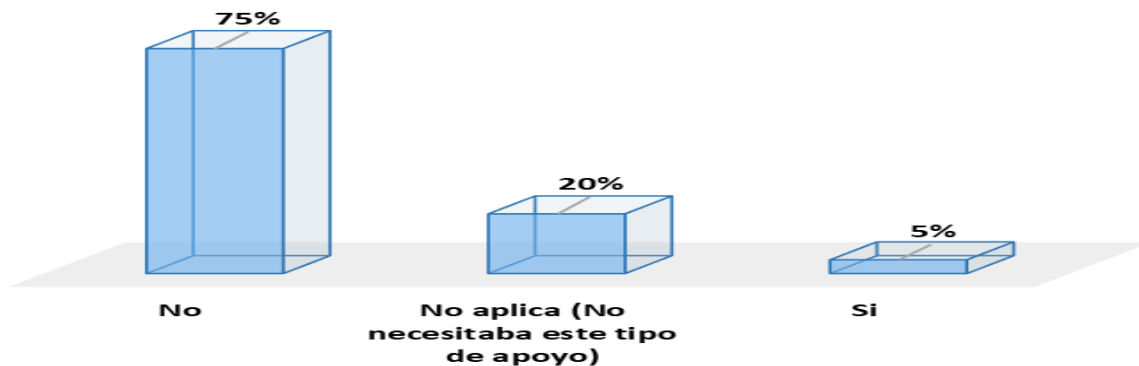


Fuente: Momento 0, pregunta 10

Las principales fuentes de recursos para asumir los costos de matrícula para los egresados de Psicología del campus Santa Marta provienen principalmente de los padres o acudientes (52%), seguidamente de créditos educativos (33%) y Becas/Subsidios (7%), en una menor medida estos recursos provienen de familiares diferentes a los padres o acudientes (2%).

**2.1.8. ¿Recibió algún apoyo económico por parte de la institución donde cursó sus estudios? (Diferentes a recursos asociados con el costo de matrícula)**

*Grafica 26 apoyo económico por parte de la Institución de egreso*

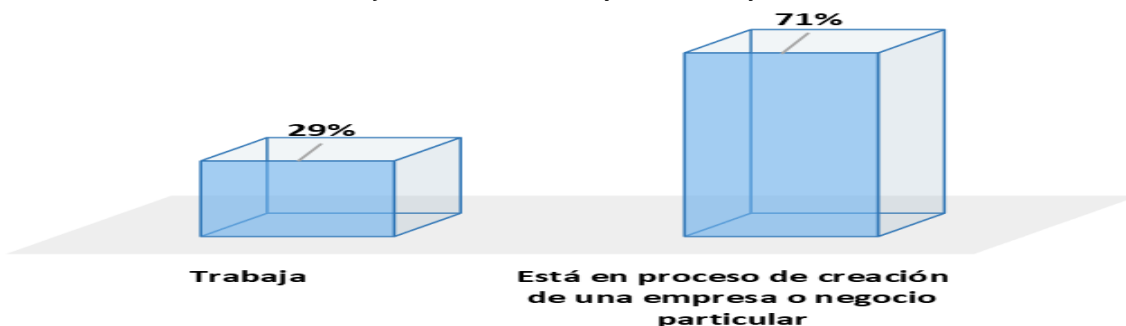


Fuente: Momento 0, pregunta 13.

Los egresados del programa de Psicología del campus Santa Marta aseguran en un 75% que No recibieron ningún tipo de apoyo económico por parte de la institución, mientras que un 20% afirman que no necesitaba de este tipo de apoyos por lo que no aplico a los apoyos ofrecidos y solo un 5% afirma que SI recibieron apoyo económico por parte de la institución.

**2.1.9. En este momento aparte de estudiar ¿Usted actualmente se dedica a?**

*Grafica 27 Actualmente a qué se dedica aparte de estudiar*



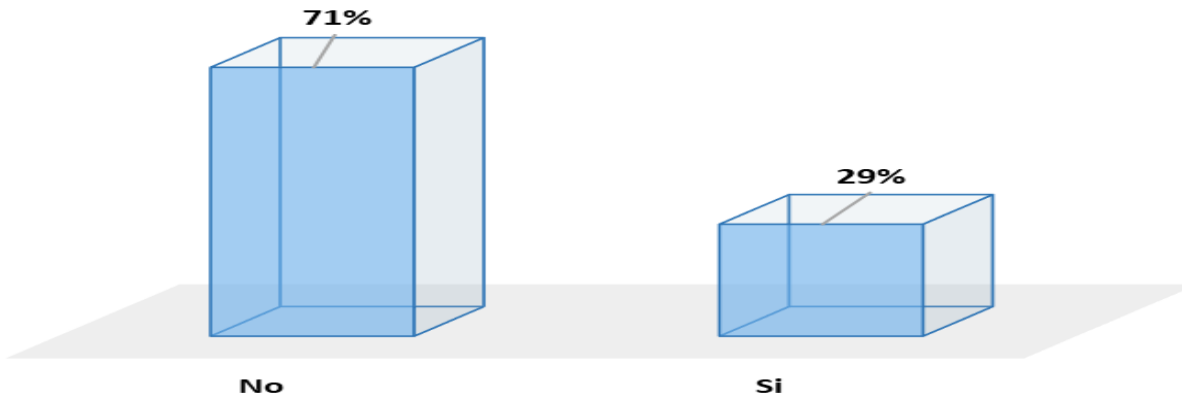
Fuente: Momento 0, pregunta 18.

Los egresados del programa de Psicología del campus Santa Marta al momento de realizar sus estudios en un 29% también Trabajaban y en un 71% estaban en proceso de creación de una empresa o negocio particular.



### 2.1.10. ¿La creación de la empresa o negocio está asociada con sus estudios cursados?

Grafica 28 creación de empresa asociada a el estudio cursado



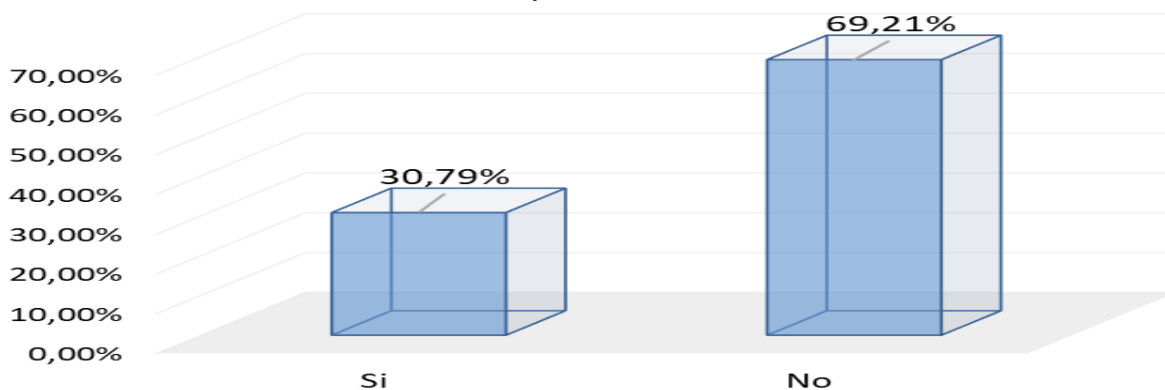
Fuente: Momento 0, pregunta 28.

Los estudiantes que en la pregunta inmediatamente anterior respondieron que estaban en proceso de creación de empresa o negocio propio aseguran en un 29% que dicha empresa o negocio SI tiene relación con la carrera (Psicología), mientras que el 71% restante afirman que la empresa o negocio no guarda relación con la misma.

## 2.2. Aspectos académicos

### 2.2.1. Ha realizado otros estudios

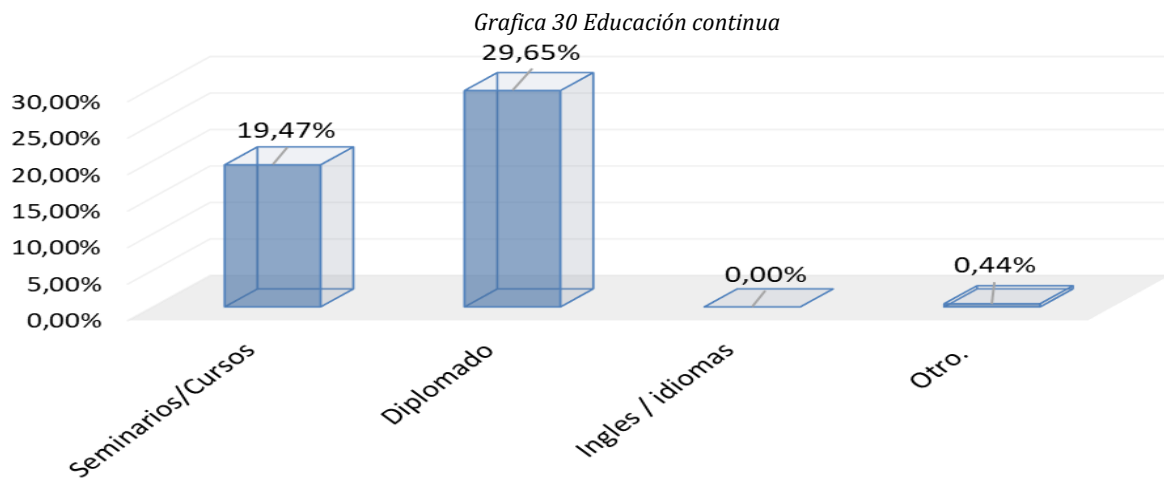
Grafica 29 Otros estudios



Fuente: Segundo Estudio de Impacto y Dinámica Ocupacional (EIDO), resultados 2020. IPSOS Napoleón

Los egresados del programa de Psicología del campus Santa Marta afirman que un 30,79% que, SI han realizado otros estudios, mientras que un 69,21% asegura que NO lo han hecho.

### 2.2.1.1. Educación continua

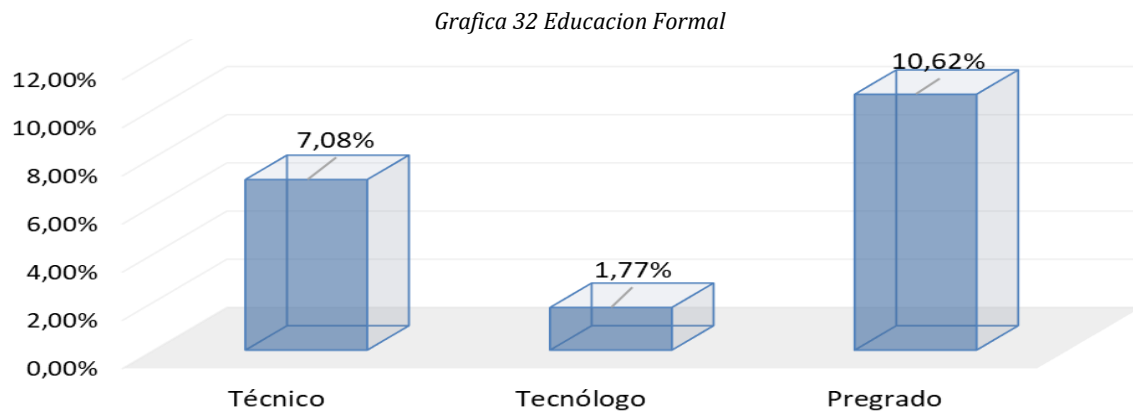


Fuente: Segundo Estudio de Impacto y Dinámica Ocupacional (EIDO), resultados 2020. IPSOS Napoleón

La formación correspondiente a educación continua generalmente posee gran acogida frente a los egresados de cualquier carrera y ésta no es excepción para los egresados del programa de Psicología ya que posee un porcentaje significativo en este tipo de formación que se refleja así: Diplomado (29,65%) y seminarios/cursos (19,47%).

### 2.2.1.2. Educación formal

No solo se puede pensar en realizar estudios que sean de nivel superior al pregrado, éste también se puede complementar con niveles inferiores o de igual nivel; de igual forma, el pregrado cursado en la Universidad Cooperativa de Colombia, también se puede convertir en la formación complementaria de los estudiantes después de obtener un título como tecnólogo o técnico.

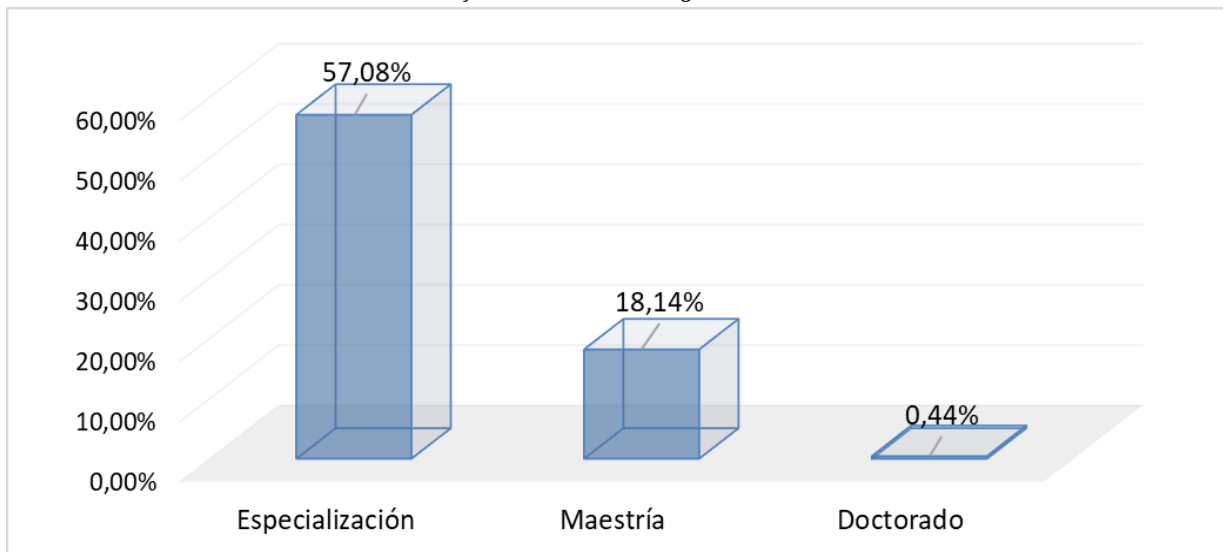


Fuente: Segundo Estudio de Impacto y Dinámica Ocupacional (EIDO), resultados 2020. IPSOS Napoleón

Para los egresados de Psicología, la mejor opción complementaria en formación es el pregrado (10.62%), seguido del técnico (7.08%) y el tecnólogo solo presenta un 1,77%; esto se puede dar ya que muchos de los estudiantes en su formación secundaria, realizan media técnica y saltan de manera inmediata al pregrado o también buscan complementar su carrera profesional con otro pregrado de otra rama del conocimiento a fin de tener una mayor perspectiva de formación y complementaria.

### 2.2.1.3. Educación posgradual

Grafica 33 Educacion Posgradual

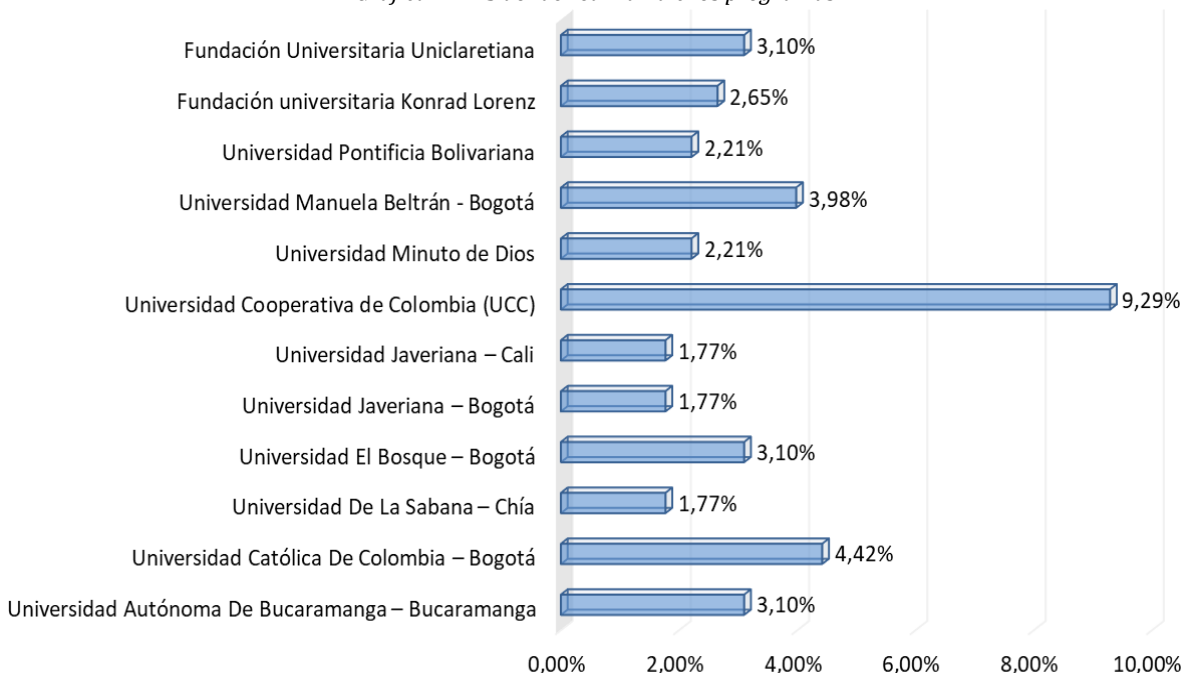


Fuente: Segundo Estudio de Impacto y Dinámica Ocupacional (EIDO), resultados 2020. IPSOS Napoleón

Frente a la formación en un nivel posgradual, la mayor parte de los egresados de Psicología del campus Santa Marta, obtienen título de especialización (57.08%) o de maestría (18.14%).

## 2.2.2. IES donde realiza dicho programa

Grafica 34 IES donde realizan dichos programas



Fuente: Elaboración propia con base a OLE, Momento (0)

Al momento de estudiar otro programa los egresados del programa de Psicología del campus Santa Marta prefieren a IES como la universidad católica de Colombia (4,42%), la universidad Cooperativa de Colombia (9,29%) y la universidad Manuela Beltrán (3,98%), en una menor medida eligen IES como la universidad javeriana, Universidad de la sabana y La Universidad pontificia Bolivariana.

## 2.3. Aspectos Laborales

### 2.3.1. Tasa de empleabilidad y salario promedio del programa

Tabla 1 Salario de enganche y tasa de cotizantes

NIVEL	TASA DE COTIZANTES	SALARIO
Nacional	79,8%	1.859.262
UCC Nacional	81,8%	1.837.696
Departamento	74,1%	1.661.428
UCC Departamento	76,6%	1.864.621
Municipio	76,5%	1.773.158
Campus	76,6%	1.864.621

Fuente: Elaboración propia con base en OLE, corte diciembre 2020.

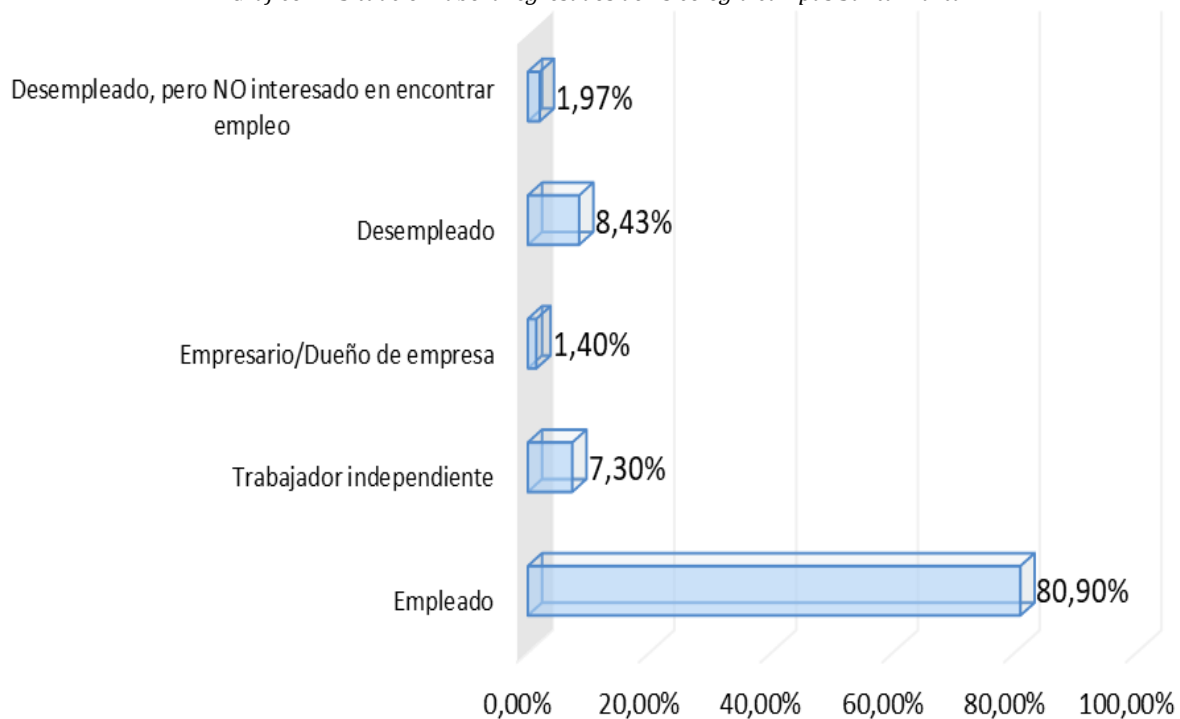
# PRINCIPALES RESULTADOS DEL EIDO 2014-2018

## 3.1. Resultados egresados

### 3.1.1. Situación laboral de los egresados

A partir del Estudio de Impacto y Dinámica Ocupacional (EIDO 2014-2019), se realizó el estudio referente a la situación laboral de nuestros egresados del programa de Psicología. Para esto, se dividieron en diversas características como empleado, trabajador independiente, dueño de empresa y desempleado.

Gráfico 35 Situación laboral egresados de Psicología campus Santa Marta



Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, T4.

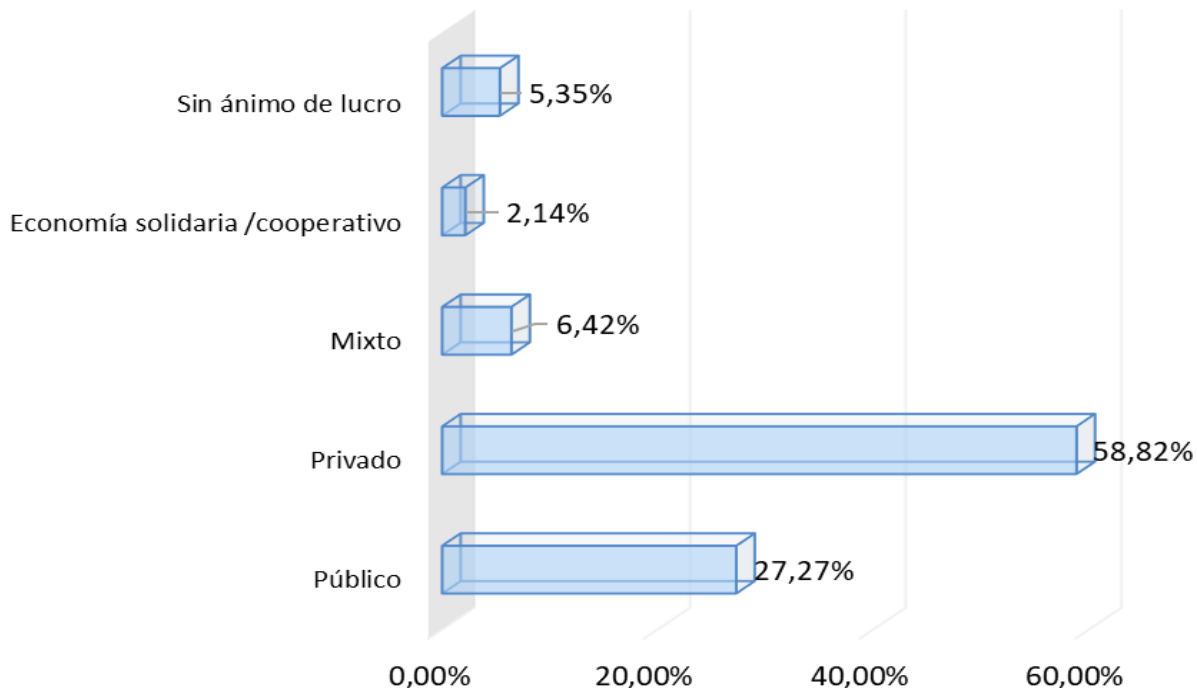
En lo que corresponde específicamente al programa de Psicología en el campus Santa Marta, tenemos que la cantidad de egresados que se encuentran empleados es del 80.90%, el 7.30% se encuentra como trabajador independiente, mientras que el 1.40% son egresados que lograron crear empresa o son empresarios y un 8,43% son egresados que se encuentran desempleados.

### 3.1.2. Sector donde se emplean

Es importante conocer la ubicación sectorial de las empresas, de manera que permita identificar de dónde proviene la mayor demanda de nuestros egresados.

Para este análisis se tuvieron en cuenta los sectores públicos, privado, mixto y empresas del sector de la economía solidaria y cooperativismo.

Gráfico 36 sector donde se emplean los egresados de Psicología



Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, T22.

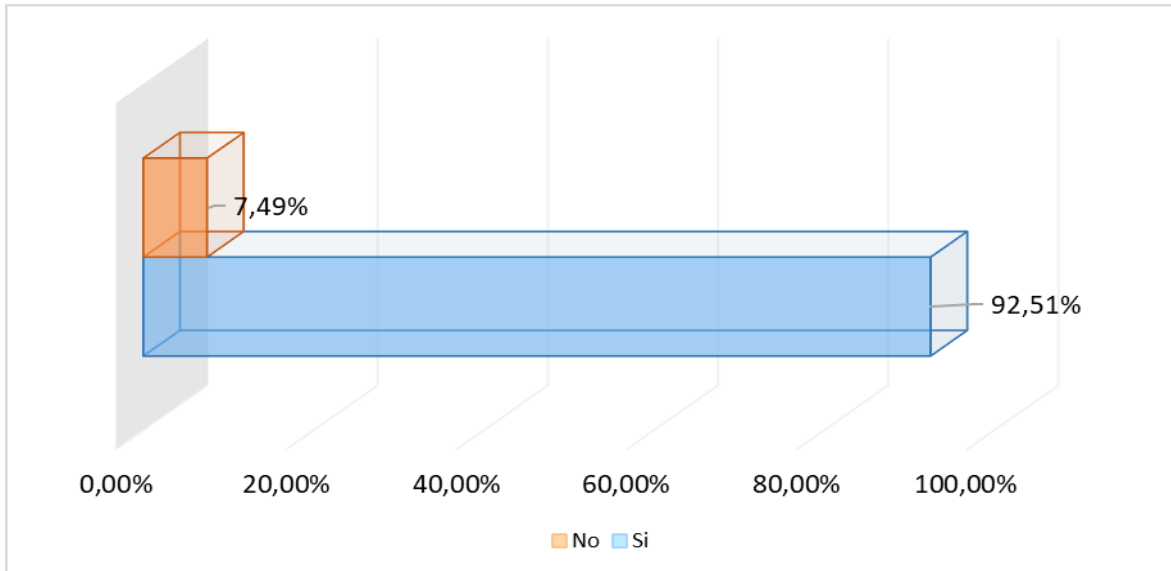
En lo que Refiriere a los egresados de Psicología del campus Santa Marta, un 22.27% de los mismos se ubican en el sector público, un 58.82% se encuentra en el sector privado, un 6.42% se encuentra en el componente mixto y solo un 2.14% responde al sector de la economía solidaria.

Lo anteriormente expuesto refleja que los egresados de Psicología el campus Cali cuenta con una alta demanda del sector privado.

### 3.1.3. Relación de las habilidades con las funciones que desempeña

Para cada profesional es importante desarrollar las habilidades adquiridas a lo largo de su formación académica y así poder aportar a nivel local, regional o nacional, por ello, uno de los puntos en los que se enfoca el EIDO es que dichas habilidades estén relacionadas con las funciones que desempeñan.

Gráfico 37 Relación habilidades con funciones que desempeña



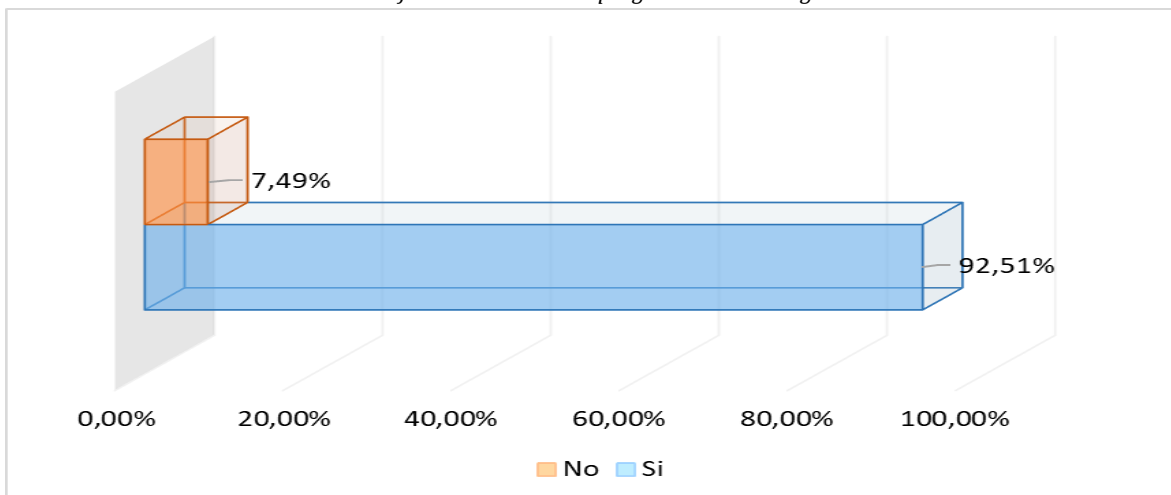
Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, T13.

Los egresados de Psicología del campus Santa Marta considera en un 92.51% que las habilidades que ellos desarrollaron tienen relación con las funciones que desempeñan, caso contrario ocurre con el 7.49% los cuales consideran que NO tienen relación con las funciones que desempeñan, esto muestra un panorama positivo referente a que los egresados de Psicología del campus Santa Marta están siendo formados y capacitados bajo las exigencias que el mercado laboral presenta y requiere.

### 3.1.4. Relación del programa con el cargo que desempeña

Además de identificar si las habilidades se ajustan a las actividades que desempeñan, también es importante que su formación académica se ajuste al cargo que desempeñan.

Gráfico 38 Relación del programa con el cargo



Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, T14.

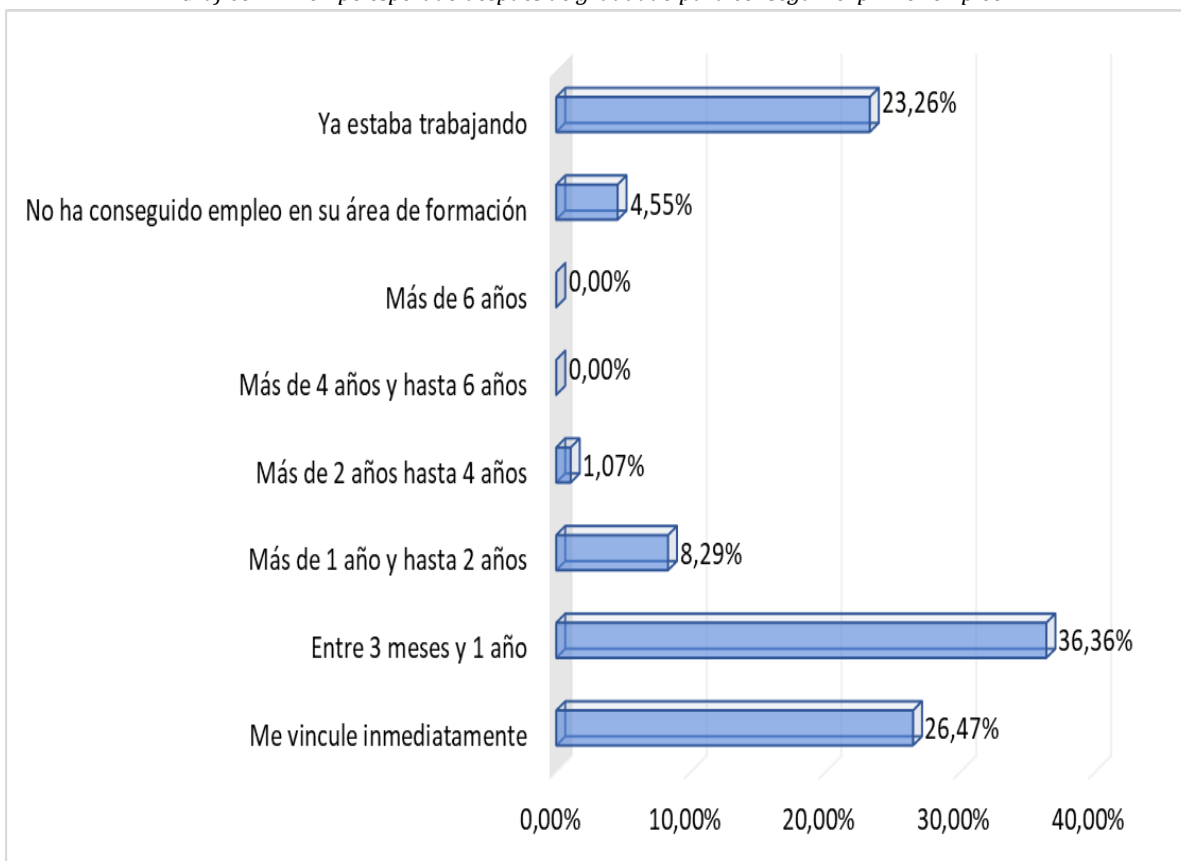


Para el programa de Psicología del campus Santa Marta, el porcentaje de relación entre el programa de egreso antes mencionado y el cargo que desempeña es del 92.51% frente a un 7.49% que consideran que NO existe una relación entre su programa de egreso (Psicología) y el cargo que desempeñan. Lo anterior habla, claramente, de una alta aceptación de los egresados de Psicología del campus Santa Marta en sus respectivas áreas de formación.

### 3.1.5. Cuánto tiempo después de graduado demoró en conseguir su primer empleo relacionado a su área de formación

La inserción laboral es un tema de gran relevancia para Universidad Cooperativa de Colombia como valor agregado de la institución al garantizar a sus egresados oportunidades de empleabilidad y fácil acceso.

Gráfico 39 Tiempo esperado después de graduado para conseguir el primer empleo.



Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, T31.

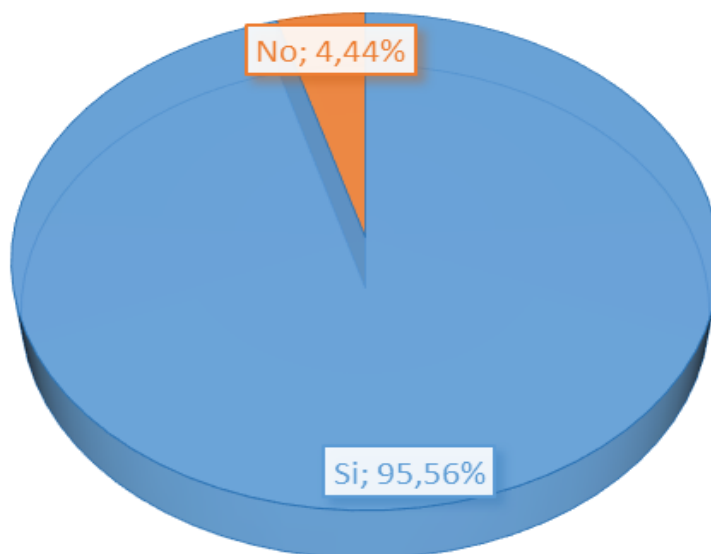
Para el programa de Psicología de campus Santa Marta en este sentido, un 26,47% de sus egresados lograron una vinculación inmediata y un 36,36% tardaron entre 3 meses y un año para lograr vincularse al mercado laboral; cabe resaltar que el 23,26% ya se encontraba laborando.

### 3.1.6. Su trabajo actual contribuye a su desarrollo y crecimiento personal

Si bien para la UCC es importante la inserción de nuestros egresados al mercado laboral, un objetivo mayor que se persigue es impactar en el mejoramiento de la calidad de vida, el desarrollo profesional y personal de nuestros egresados, todo esto traducido en un proceso de formación íntegro.

Por ello, el EIDO 2014 – 2018, evalúa si el trabajo actual contribuye a su desarrollo profesional y personal.

Gráfico 40 Contribución del trabajo con el desarrollo y crecimiento personal.



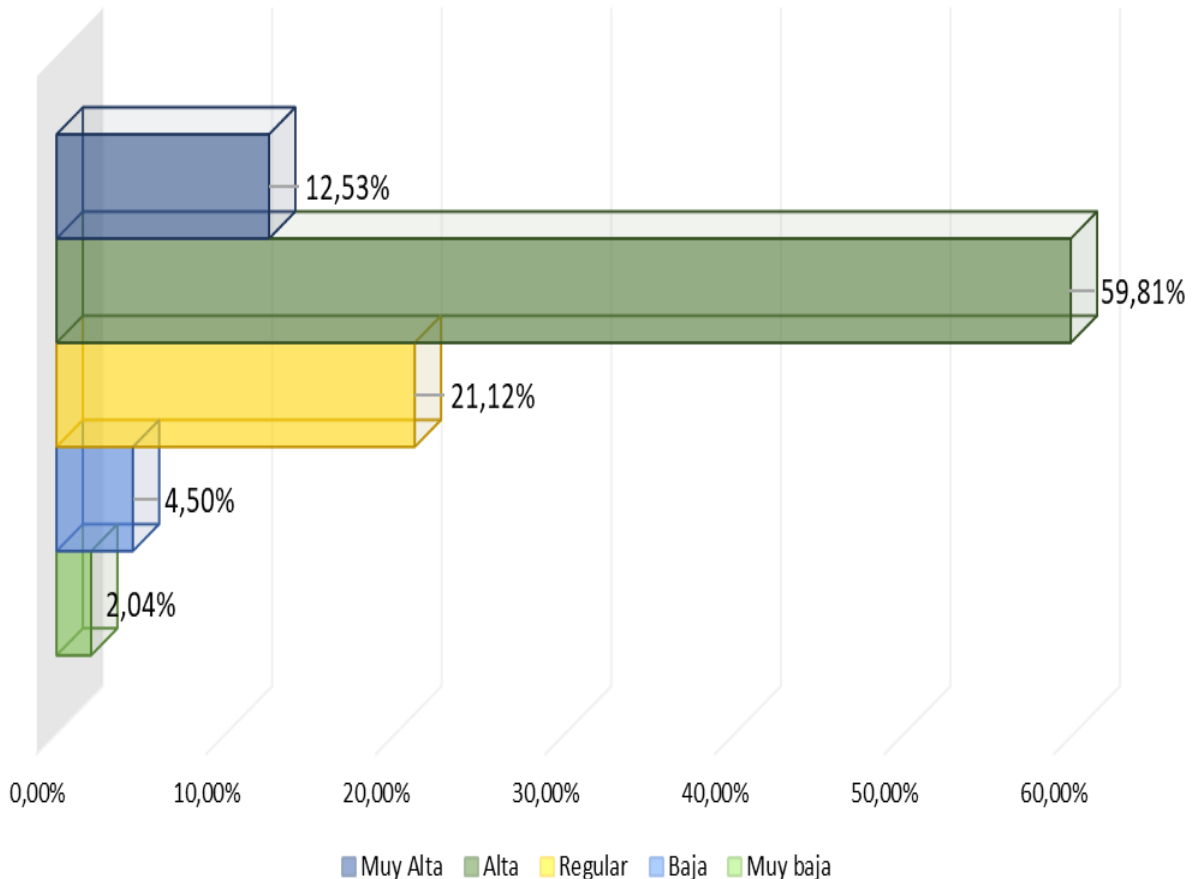
Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, T38.

Para el caso del programa de Psicología del campus Santa Marta, un 95.56% respondió a este cuestionamiento afirmativamente, lo que demuestran que nuestros egresados se ven enfrentados a oportunidades de gran valor para seguir creciendo como personas y como profesionales.

### 3.1.7. Pertinencia del programa

Conocer la pertinencia del programa es de gran valor a fin de poder determinar el impacto en el ámbito laboral y social y a su vez dimensionar qué tanto aporta a la mejora en la vida de nuestros egresados en lo profesional y personal.

Gráfico 41 Pertinencia del programa a partir de la percepción de los egresados.



Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, S5

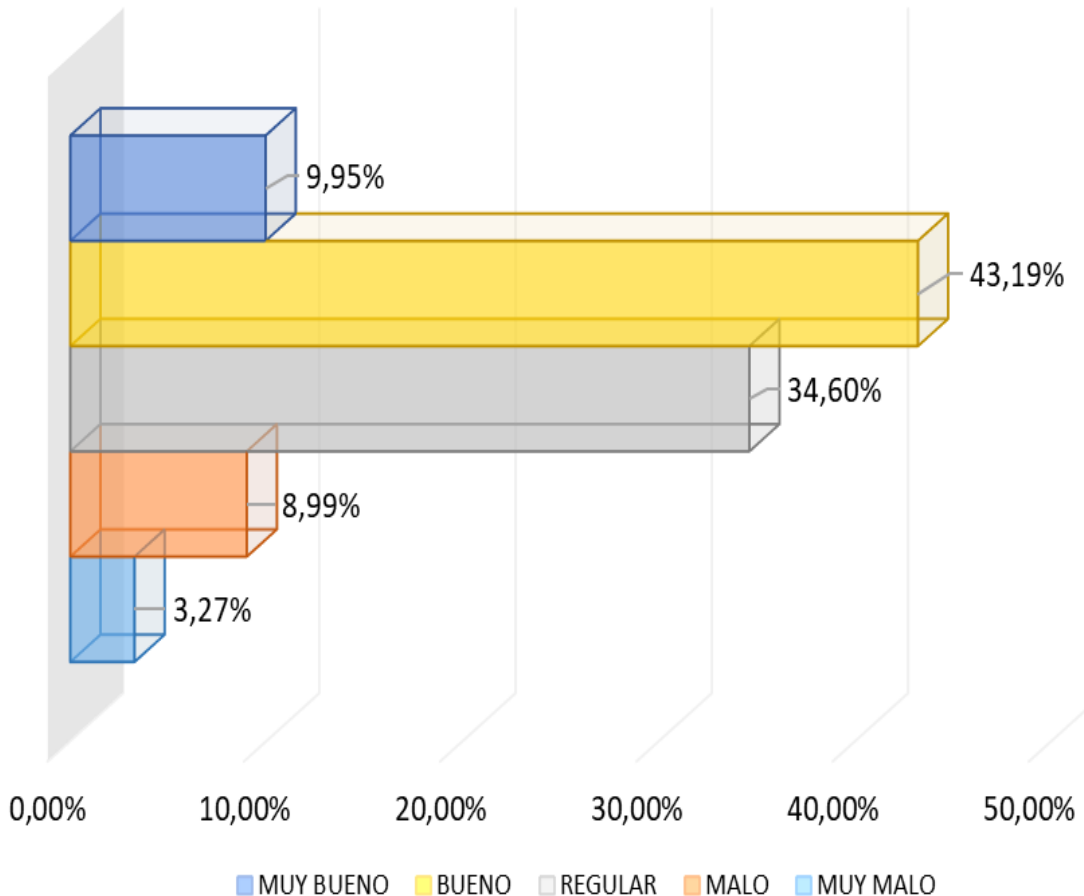
Para el Programa de Psicología del campus Santa Marta, un 12.53% considera en el escalafón de muy alta la pertinencia de los programas, un 59.81% la considera alta y solo un 2.04% consideran muy baja la pertinencia de los programas.

Esto demuestra un grado alto de satisfacción de los egresados con el programa de Psicología, pero se debe trabajar día a día en el mejoramiento de este y en la identificación de puntos que contribuyan a cubrir la demanda del medio laboral.

### 3.1.8. Aporte de la formación en economía solidaria para mayores oportunidades laborales y profesionales

Entendiendo que la Universidad Cooperativa de Colombia es una institución que hace parte del sector de la economía solidaria y cooperativismo, es de gran relevancia formar a nuestros estudiantes en este tema a manera que contribuya en el medio laboral y social, también importante identificar si esta formación genera mayores oportunidades de empleo.

Gráfico 42 Aporte de la formación en economía solidaria para mayores oportunidades laborales



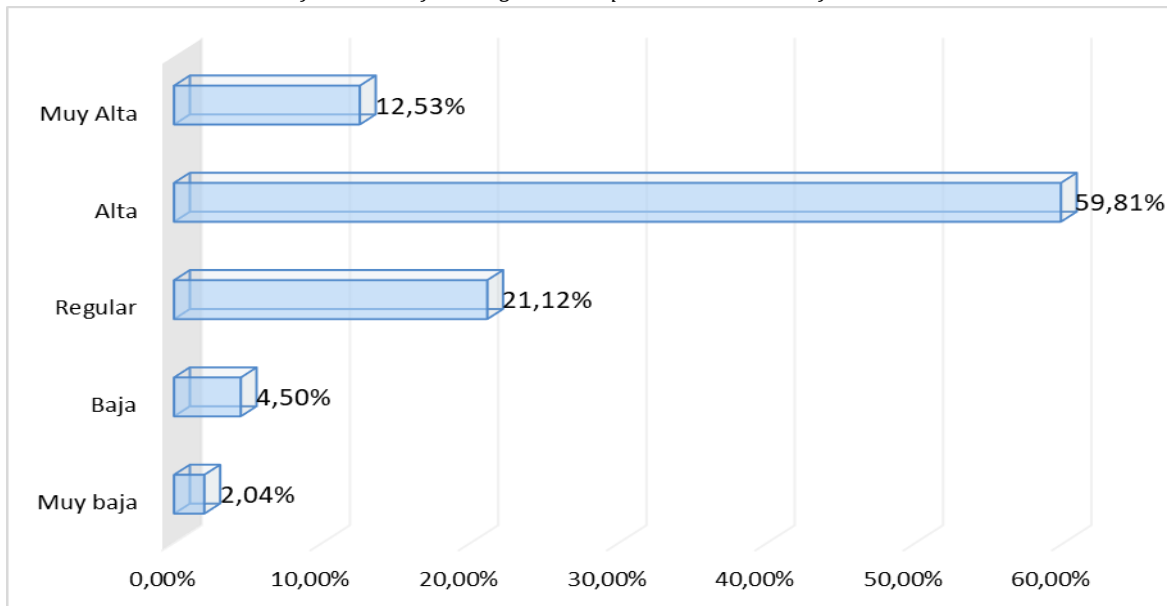
Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, S4.

Los egresados del programa de Psicología del campus Santa Marta en lo referente al aporte de la formación en economía solidaria para mayores oportunidades laborales y profesionales considera en un 9.95% que es muy Bueno, un 43.19% considera que es bueno y solo un 3.27% considera que es muy malo. Los anteriores resultados claramente indican que se están haciendo de buena manera los procesos, aunque sigue siendo importante identificar los puntos de mejora y así lograr que esta formación en economía solidaria impacte en una mayor medida al medio laboral y social y al aporte en los mismos.

### 3.1.9. Nivel general de satisfacción respecto a la calidad de formación recibida

La Universidad Cooperativa de Colombia busca mejorar continuamente, es por ello, que ver la satisfacción de sus egresados es un indicador clave que da razón de la calidad y pertinencia de los programas ofertados por la institución.

Gráfico 43 Satisfacción general respecto a la calidad de formación



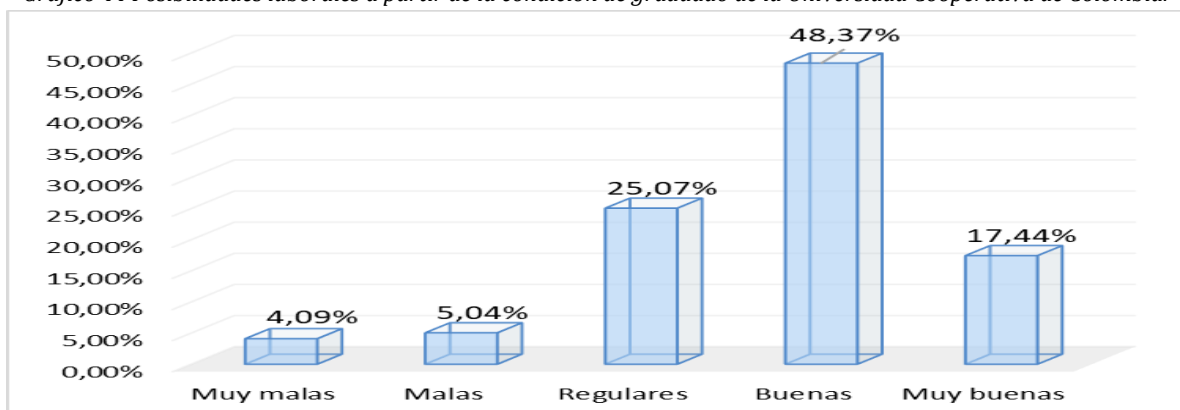
Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, S6.

El Programa de Psicología del campus Santa Marta percibe una satisfacción muy alta en un 12.53%, alta en un 59.81% y solo un 2.04% tiene un nivel de satisfacción muy baja; si bien el nivel de satisfacción muy baja es pequeño es importante identificar las causas de esta consideración y buscar opciones de mejora.

### 3.1.10. Posibilidades laborales derivadas de su condición de graduado de la Universidad Cooperativa de Colombia

Para la Universidad Cooperativa de Colombia es pilar ser referente de la generación de profesionales de calidad y competentes, es por ello importante conocer si la condición de egresado de nuestra institución es un plus al momento de la generación de oportunidades laborales en el medio.

Gráfico 44 Posibilidades laborales a partir de la condición de graduado de la Universidad Cooperativa de Colombia.



Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, L1.

En lo que corresponde al programa de Psicología del campus Santa Marta, el 17.44% considera sus posibilidades laborales derivadas de su condición de graduados de la Universidad Cooperativa de Colombia como muy buenas, un 48.37% las considera como Buenas y solo un 4.09% las considera Muy malas.

### 3.1.11. Movilidad geográfica y socioeconómica de los egresados

Gráfico 45 Movilidad socioeconómica de los egresados

	Estrato 2	Estrato 3	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6	Fuera del país	Total
Estrato 1	30,4%	30,4%	7,1%	0,0%	1,8%	0,0%	69,6%
Estrato 2		29,3%	11,4%	1,6%	0,8%	1,6%	44,7%
Estrato 3			7,6%	2,3%	0,8%	3,0%	13,6%
Estrato 4				11,8%	0,0%	0,0%	11,8%
Estrato 5					20,0%	0,0%	20,0%
Estrato 6						100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, L1.

Es de gran importancia que la formación contribuya en el mejoramiento de la calidad de vida de nuestros estudiantes y egresados, de manera que transforme sus vidas y les permita un desarrollo profesional y personal para ello, se identificó cuántos de nuestros egresados ascendieron en su estrato socioeconómico posterior al egreso de la institución. El 30% del estrato uno logró ascender al estrato dos, 30% del estrato uno ascendió al estrato tres, el 29% del estrato dos logró ascender al estrato tres.

### 3.1.12. Tasa interna de retorno – TIR

Gráfico 47 Tasa interna de retorno - TIR

PROGRAMAS	Promedio de TIR 5 AÑOS
Administración de Empresas	19.9%
Comercio Internacional	17.4%
Comunicación Social	19.0%
Contaduría Pública	19.5%
Derecho	16.8%
Economía	22.2%
Enfermería	12.5%
Ingeniería Civil	16.7%
Ingeniería de Sistemas	15.3%
Ingeniería de Telecomunicaciones	16.3%
Ingeniería Electrónica	14.7%
Ingeniería Industrial	14.7%
Medicina	6.3%
Medicina Veterinaria y Zootecnia	13.6%
Mercadeo	20.8%
Odontología	5.0%
Psicología	18.5%
<b>Total general</b>	<b>16.7%</b>

No Rentabilidad Sifgnificativa	Poca Rentabilidad	Rentabilidad Significativa	Rentabilidad óptin
1% - 9%	10% - 14%	15% - 19%	20% y más

Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018.

Toda persona que genera una inversión espera que ésta genere una retribución, es por ello que en la Universidad Cooperativa buscamos medir la TIR que permita identificar cuánto es el porcentaje de devolución proyectado a 5 años a partir de la graduación.

Los programas que generan mayor devolución en los cinco años son Economía (22.2%), Mercadeo (20.8%) y Administración de Empresas (19.9%); para el programa de Psicología la TIR es de 18.5%.



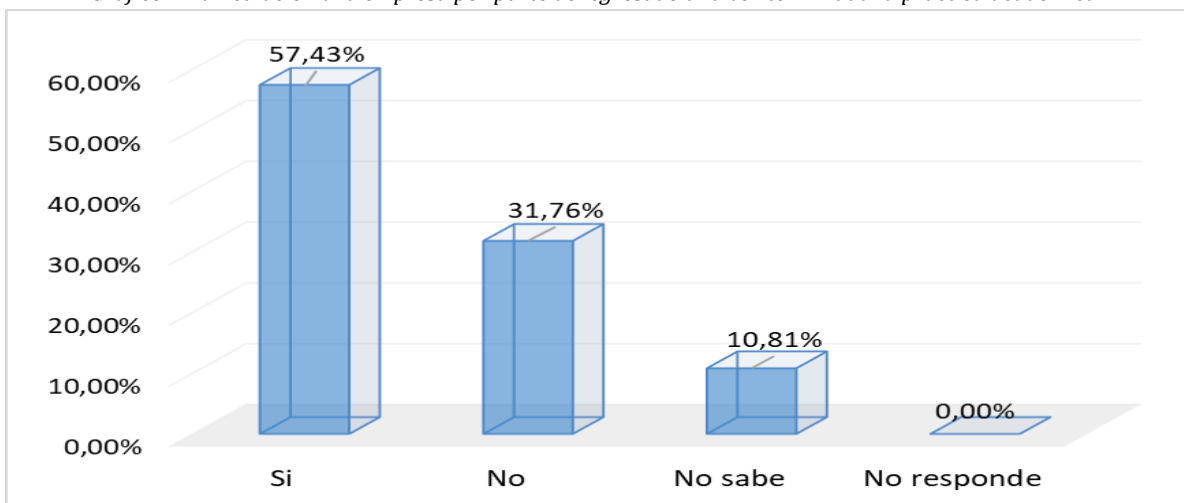
### 3.2. Resultados empleadores

#### 3.2.1. Terminada las practicas, alguno de nuestros egresados queda vinculado a la empresa

La vinculación laboral de nuestros egresados es importante para el desarrollo de sus habilidades profesionales y sus cualidades personales a fin de tener oportunidades en el mercado laboral.

Buscamos identificar cuántos de nuestros egresados quedaron vinculados en las empresas en las que desarrollaron sus prácticas profesionales.

Gráfico 46 Vinculación a la empresa por parte del egresado una vez terminada la práctica académica



Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, P9.

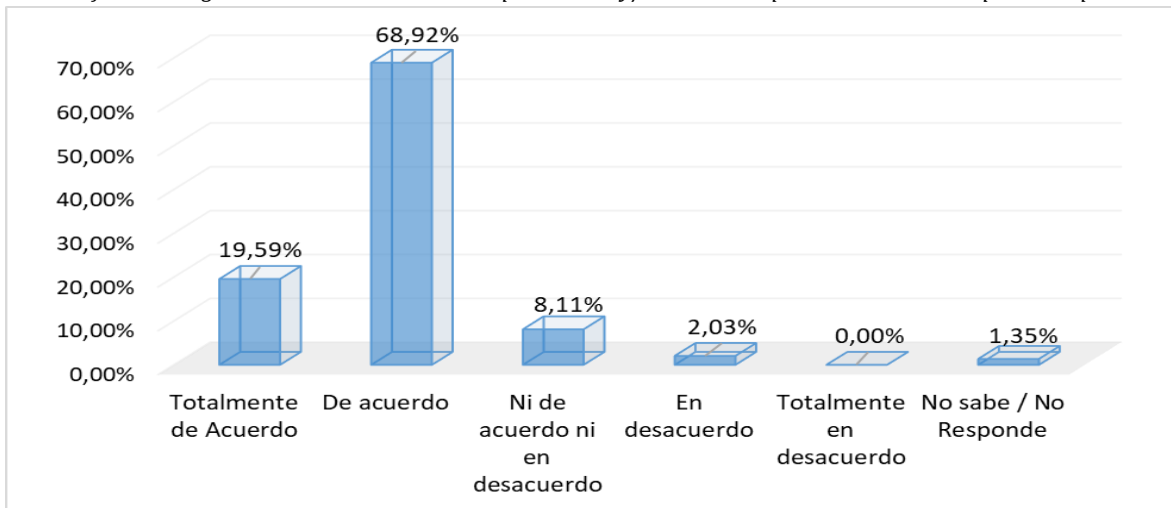
Para el caso del programa de Psicología del campus de Santa Marta, el 57.43% logra quedar vinculado, lo que es un claro indicativo de que las empresas que acobijaron como practicantes a estudiantes de la UCC reconocen las altas capacidad y calidad de nuestros egresados del programa de Psicología, sin embargo, es importante generar mayores esfuerzos que contribuyan al aumento de dicha cifra.

#### 3.2.2. Reúne el egresado características pertinentes y/o adecuadas para las actividades que desempeña

Es importante que las habilidades adquiridas por nuestros egresados se ajusten a las necesidades de los empleadores a fin de cumplir de la manera más eficaz y eficiente con las actividades establecidas por la empresa.

Por ello, preguntamos a los empleadores si consideraban que nuestro egresado reúne las características pertinentes para llevar a cabo las labores que ellos requieren.

Gráfico 47 El egresado reúne características pertinentes y/o adecuadas para las actividades que desempeña



Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, P14A.

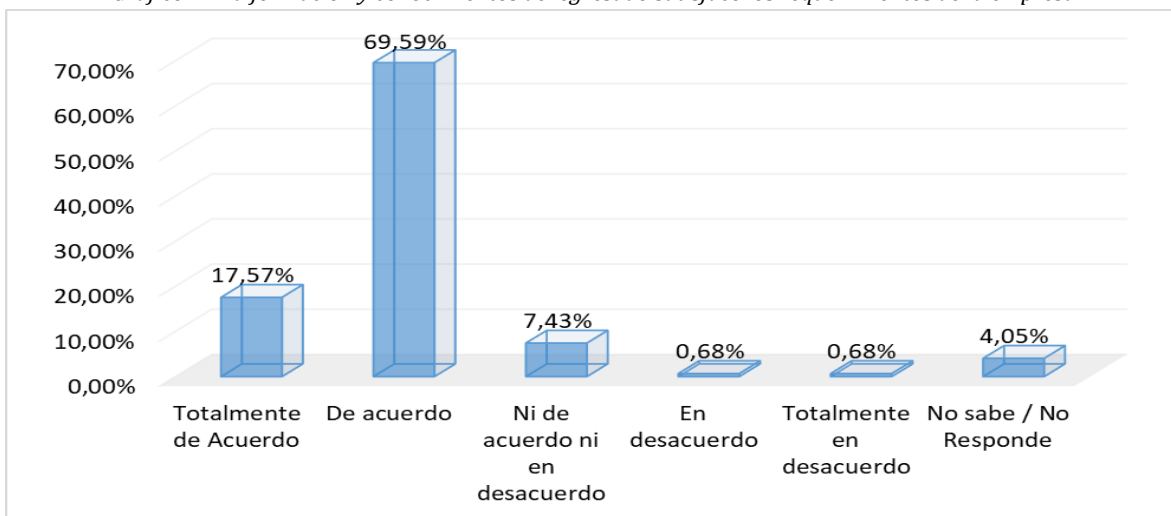
Para el programa de Psicología del campus Santa Marta fue la siguiente: un 19.59% se muestra totalmente de acuerdo, un 68.92% se muestra de acuerdo y un 2.03% se encuentra en desacuerdo.

### 3.2.3. La formación y conocimientos de los egresados permite satisfacer los requerimientos de la empresa.

Satisfacer las necesidades del sector es un tema de gran relevancia a fin de que se pueda generar impacto en el medio en base a las habilidades de nuestros egresados.

La percepción generada por los empleadores sobre si la formación y conocimientos de los egresados permite satisfacer los requerimientos de la empresa.

Gráfico 48 La formación y conocimientos del egresado satisface los requerimientos de la empresa



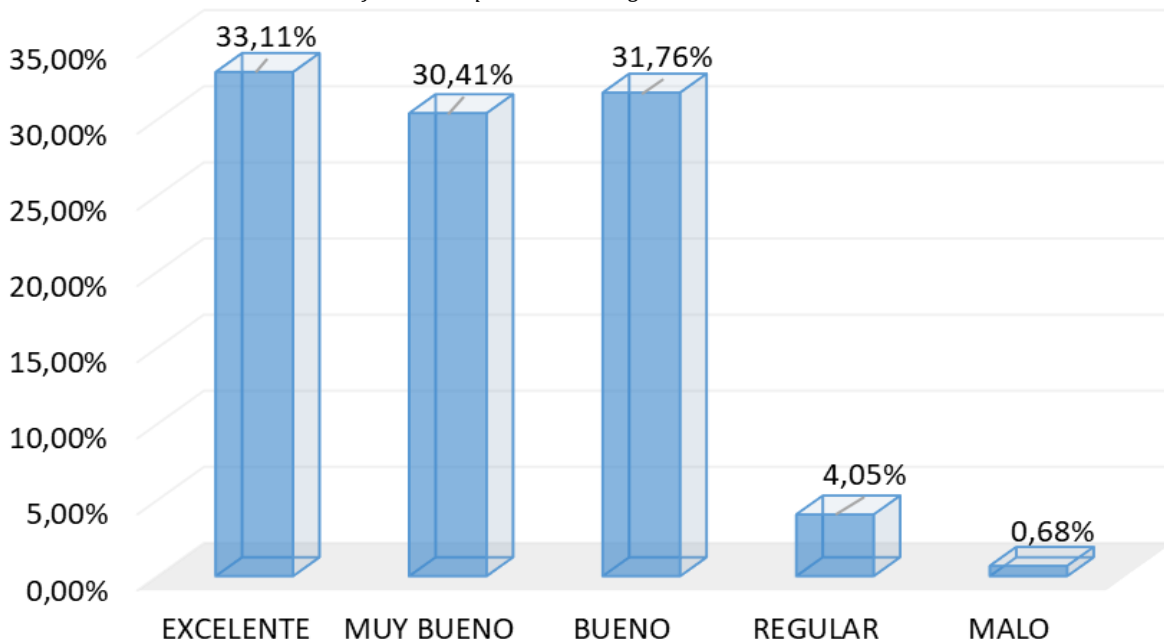
Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, P14B.

El programa de Psicología del campus Santa Marta presenta un 17.57% que está totalmente de acuerdo, el 69.59% está de acuerdo y solo un 0,68% se muestra totalmente en desacuerdo.

### 3.2.4. Capacidad de nuestros egresados en adaptación al cambio

A fin de garantizar la generación de egresados con alta capacidad y calidad para el medio, es importante identificar si estos tienen capacidad de adaptarse a los requerimientos generados por el medio.

Gráfico 49 Adaptación de los egresados a los cambios



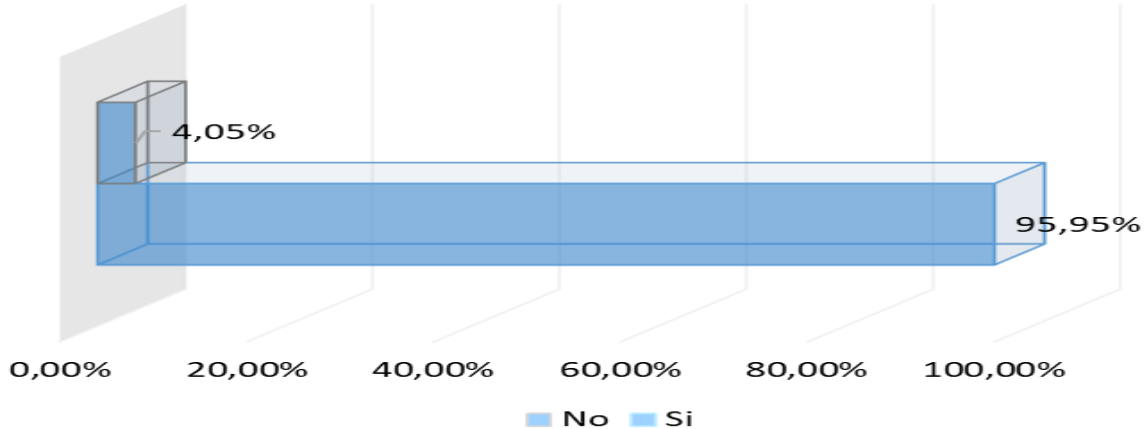
Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, P14B.

En lo que corresponde al programa de Psicología del campus Santa Marta, los empleadores responden que el 33.11% presentan una excelente capacidad de adaptarse al cambio, el 30.41% tiene una muy buena capacidad de adaptación y un 31.76% tiene una buena capacidad.

### 3.2.5. Recomendaría la contratación de un egresado de la Universidad Cooperativa de Colombia

Después de identificar diversos factores frente a la percepción de los empleadores sobre los egresados de la Universidad Cooperativa de Colombia y buscamos identificar si estos recomendarían a nuestros egresados en el medio laboral como forma de confianza ante la capacidad y calidad de ellos.

Gráfico 50 Recomendación de contratación de un egresado de la UCC a otras empresas.



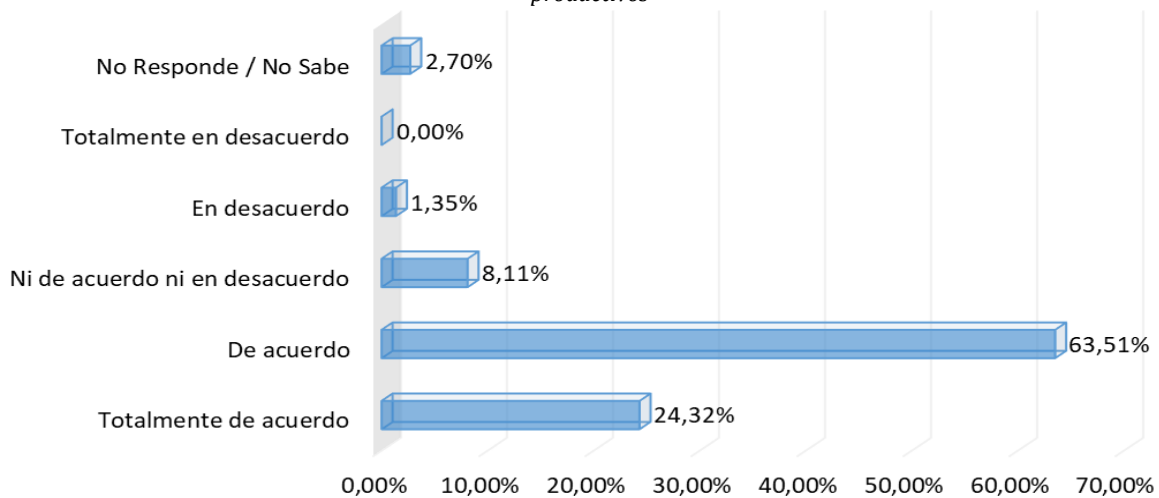
Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, P26

Para el Programa de Psicología del campus Santa Marta, se tiene una respuesta positiva del 95.95% la cual se muestra como una cifra significativa que habla de una alta cuota de confianza al recomendar a un egresado del programa de Psicología, reconociéndolos como profesionales idóneos.

### 3.2.6. La Universidad Cooperativa de Colombia da confianza a la empresa como formadora de profesionales éticos, competitivos y productivos

Conocer la confianza que brindamos a los empleadores es una forma de traducir la capacidad de la institución en la formación de profesionales de alta calidad que respondan a las necesidades del medio.

Gráfico 51 Confianza generada por la UCC a los empleadores como formadora de profesionales éticos, competitivos y productivos



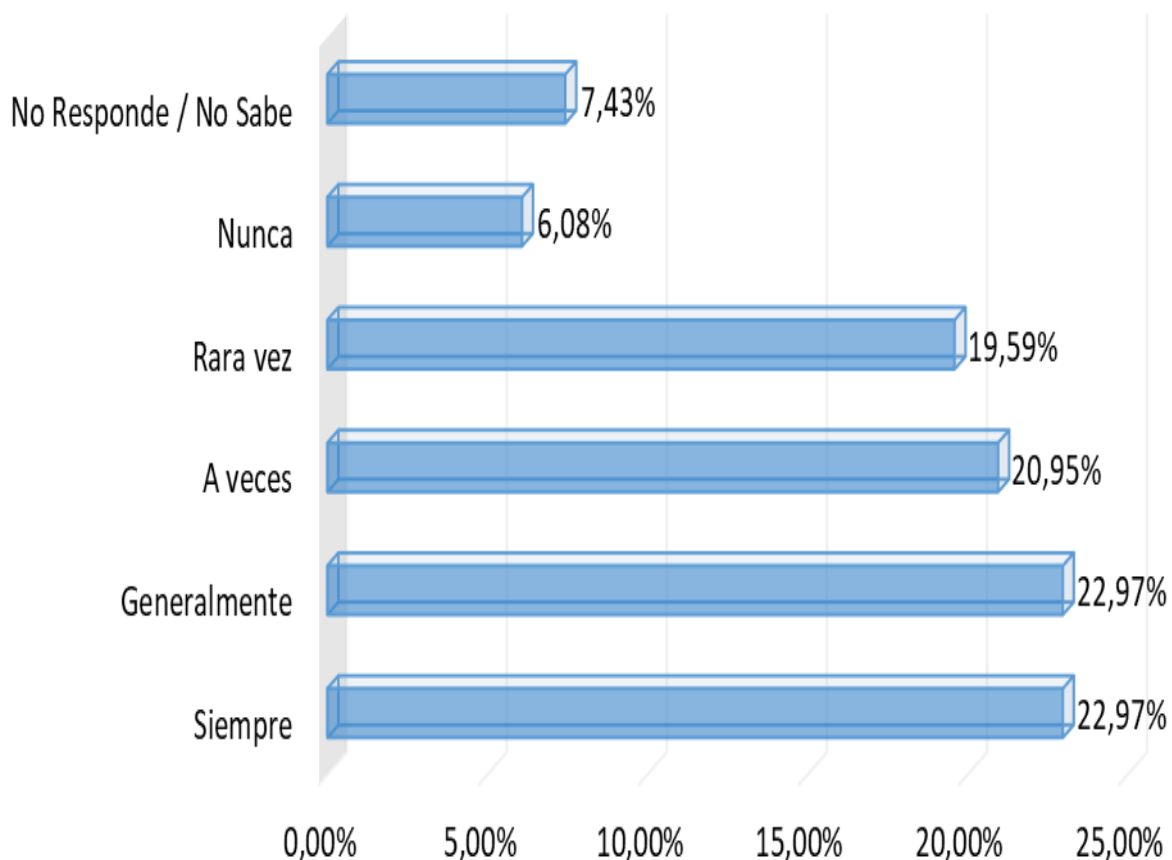
Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, P28B.

Las cifras arrojadas para el programa de Psicología del campus Santa Marta presentan un 24.32% correspondiente a estar totalmente de acuerdo, el 63.51% de acuerdo y un 0% se presenta totalmente en desacuerdo.

### 3.2.7. La Universidad Cooperativa de Colombia consulta la empresa para tener en cuenta sus opiniones

Para la Universidad, es necesario mantener un contacto activo y permanente con los diferentes actores del medio a fin de lograr identificar los puntos de mejora y de oportunidad para garantizar la formación de profesionales líderes y de alta capacidad.

Gráfico 52 Consulta la UCC a los empleadores para tener en cuenta sus opiniones

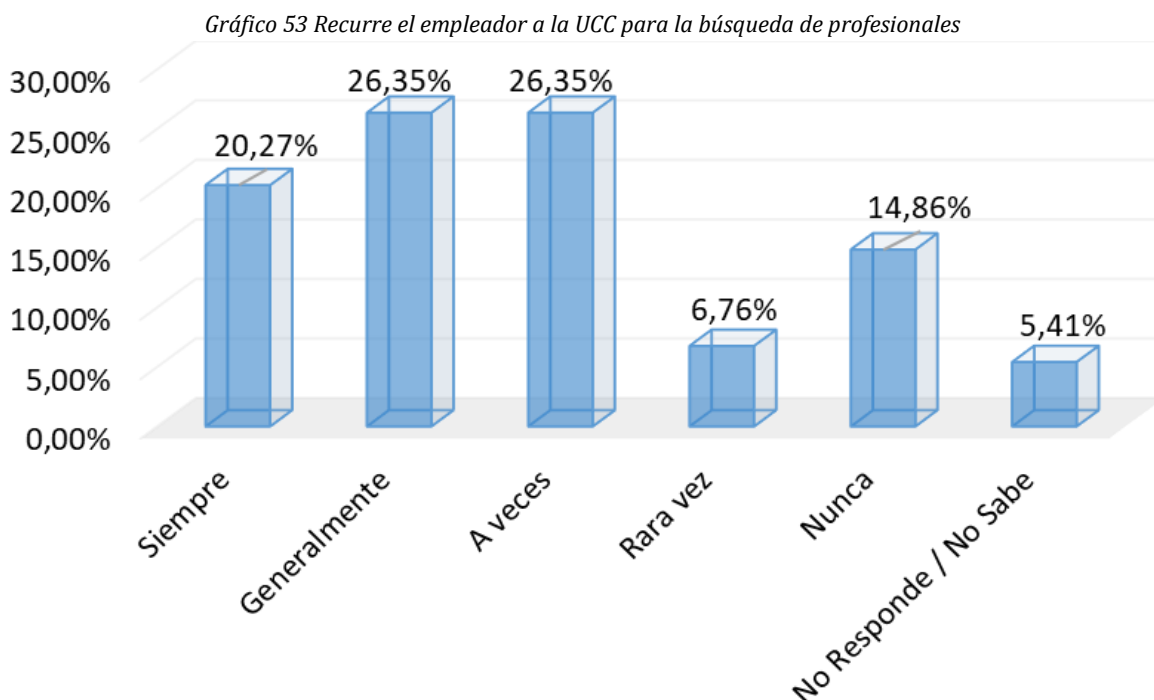


Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, P29A.

La gráfica anterior, permite visualizar si la Universidad mantiene constante comunicación con los empleadores para la identificación de dichos puntos de mejora. Referente al Programa de Psicología del campus Santa Marta, el 22.97% indica que siempre mantenemos comunicación con ellos, el 22.97% asegura que generalmente, el 20.95% afirma que a veces y el 19.59% afirma que rara vez.

### 3.2.8. Su organización recurre a la Universidad Cooperativa de Colombia para la búsqueda de profesionales capaces y competentes

Es de suma importancia conocer si los empleadores recurren a la Universidad Cooperativa de Colombia en búsqueda de profesionales capaces y competentes.



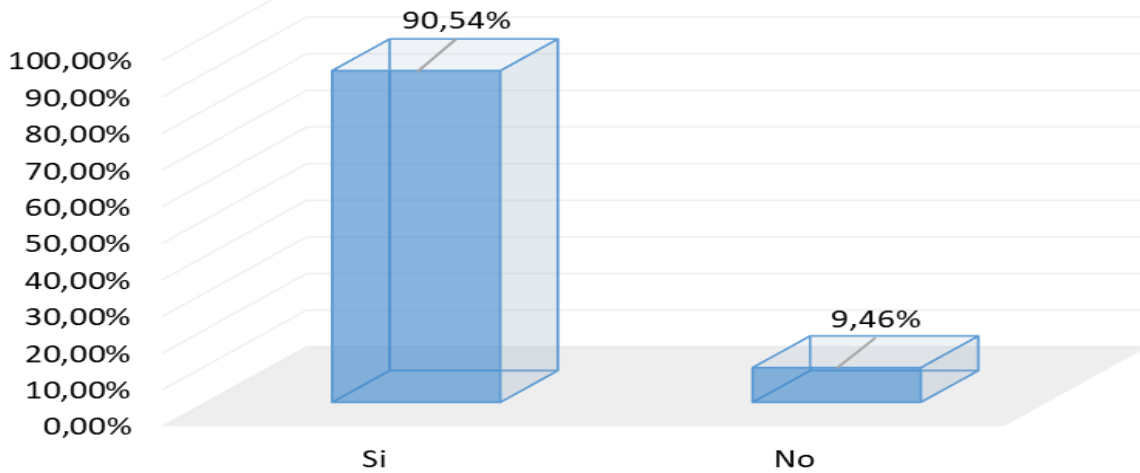
Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, P29B.

Para el Programa de Psicología del campus Santa Marta se presentan los siguientes resultados: el 20.27% responde que siempre recurren a la Universidad, el 26.35% afirma que generalmente, el 26.35% asegura que a veces y el 6.76% asevera que rara vez lo hace. Generar un relacionamiento de alta confianza en nuestros egresados, es abrir la puerta de las oportunidades para ellos mismos a fin de lograr ingresar al medio laboral y esto debe ir conectado con el relacionamiento constante con los empleadores.

### 3.2.9. Está dispuesto a colaborar nuevamente a futuro con la Universidad Cooperativa de Colombia

Más allá de la comunicación que se pueda tener con los diversos empleadores, es mantener las relaciones de cooperación entre las instituciones a fin de abrir oportunidades para el desarrollo profesional y personal de nuestros egresados.

Gráfico 54 Disposición de colaboración del empleador a futuro con la UCC

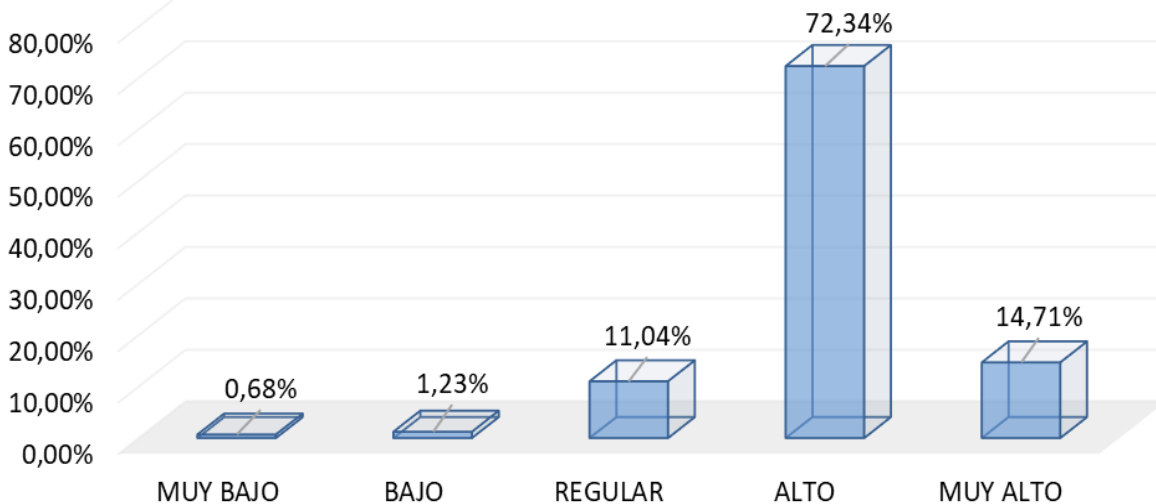


Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, C5.

Para el programa de Psicología del campus Santa Marta, el porcentaje de empleadores que está dispuesto a colaborar en un futuro corresponde al 90.54%, esto demuestra una cifra significativa de confianza ante nuestros egresados del programa de Psicología, lo que nos invita a seguir trabajando día a día para mantener y buscar aumentar la confianza de los empleadores.

### 3.2.10. Capacidad del egresado para resolver conflictos

Grafica 55 Capacidad del egresado para resolver conflictos.

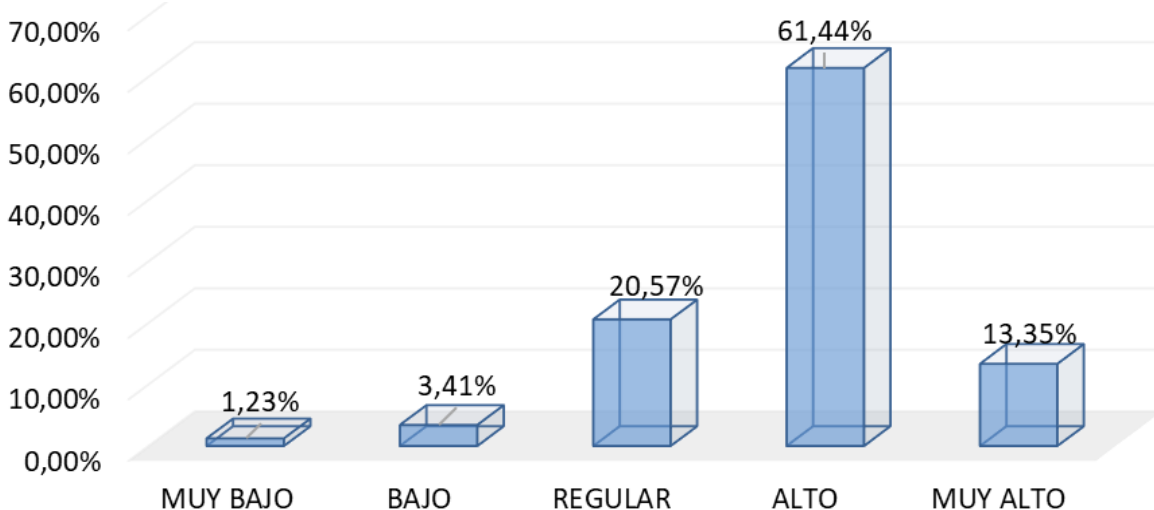


Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, P16B.

Los egresados del programa de Psicología del campus Santa Marta presentan en un 14.71% una muy alta capacidad de resolver conflictos, en un 72.34% se consideran con una alta capacidad para solucionar conflictos y en un 1,23% consideran tener una baja capacidad de solucionar conflictos.

### 3.2.11. Capacidad del egresado en el manejo eficiente y eficaz de las TIC

Grafico 56 Capacidad del egresado en el manejo eficiente y eficaz de las Tics

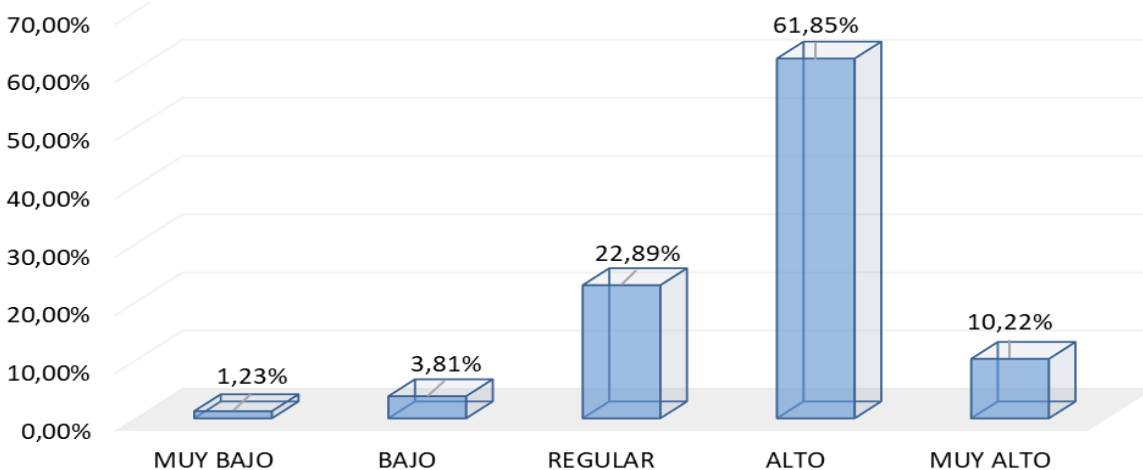


Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, P16C.

La capacidad de los egresados del programa de Psicología del campus Santa Marta para el manejo eficiente de las Tics esta dado de la siguiente manera: en un 13.35% consideran tener un manejo muy alto, en un 61.44% consideran tener un manejo alto y en un 1.23% consideran tener un manejo muy bajo de las Tics.

### 3.2.12. Capacidad del egresado para gestionar información y recursos

Grafico 57 Capacidad del egresado para gestionar infomracion y recursos



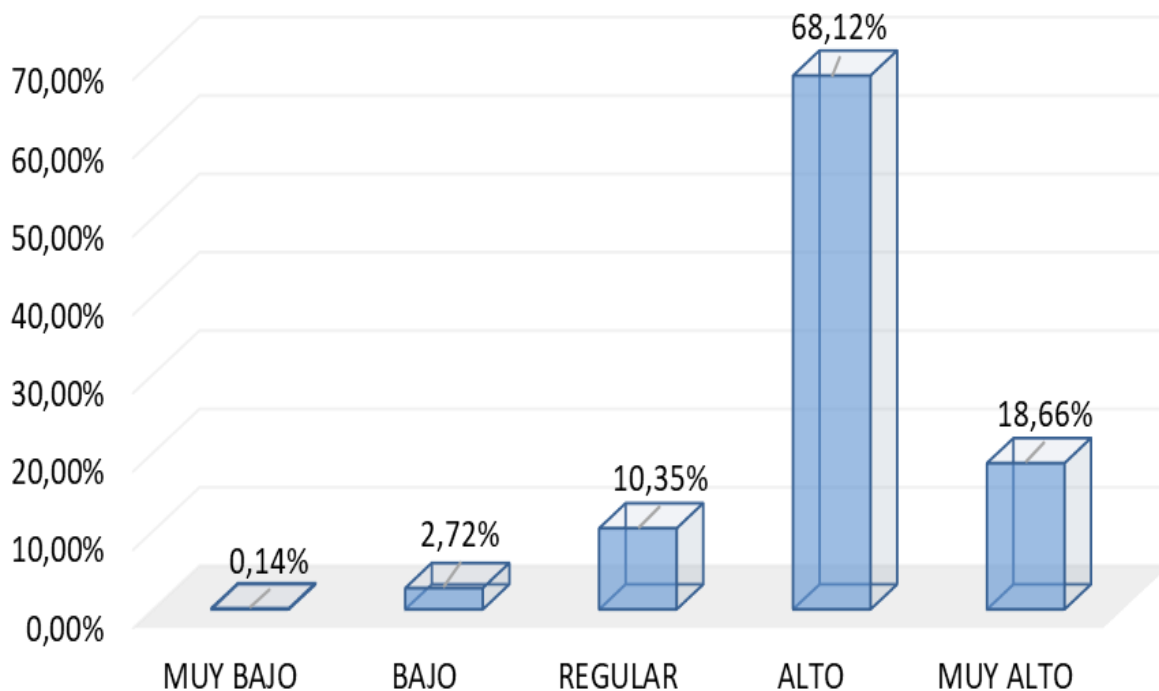
Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, P16D



La capacidad de los egresados del programa de Psicología para gestionar información y recursos se muestra con un 10.22% que asegura tener una muy alta capacidad para gestionar la información, un 61.85% presenta una alta capacidad y un 1.23% una capacidad muy baja.

### 3.2.13. Capacidad del egresado para identificar problemas, desarrollar y presentar en distintas alternativas creativas de solución

Grafico 58 Capacidad del egresado para presentr soluciones creativas

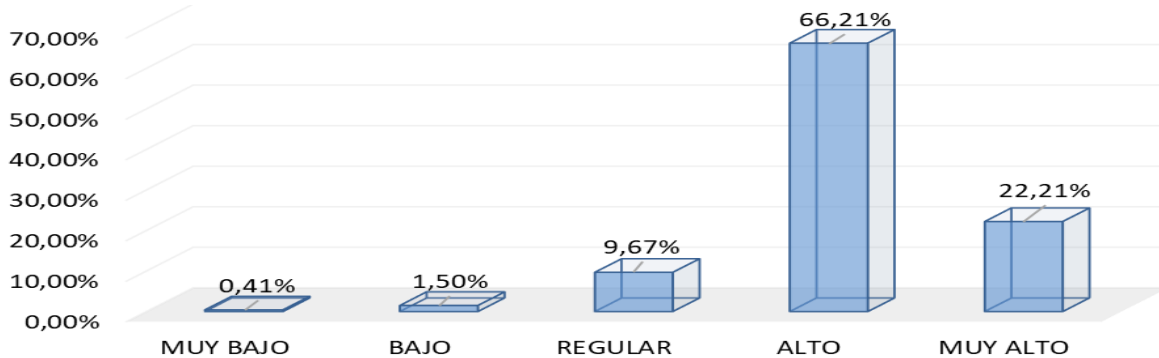


Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, C5

Los egresados del programa de Psicología del campus Santa Marta al momento de identificar problemas y desarrollar alternativas de solución consideran que su capacidad para hacerlo es muy alta en un 18.66%, alta 68.12%. Regular 10.35%, baja 2.72% y muy baja 0.14%.

### 3.2.14. Capacidad del egresado para comunicarse fijar posiciones, sustentarlas y atender los diferentes puntos de vista de los demás

Gráfico 59 capacidad de egresados para comunicarse

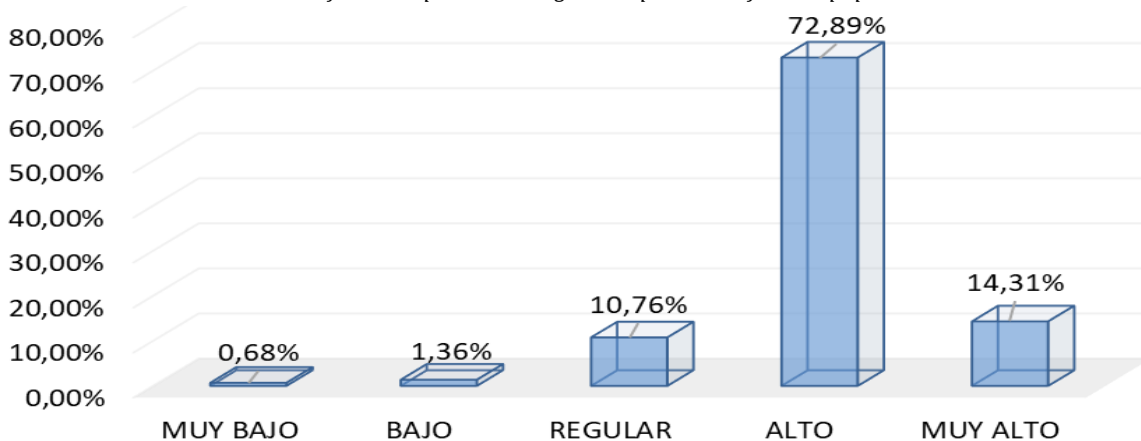


Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, P16F

Los egresados del programa de Psicología del campus Santa Marta al momento de fijar posiciones, sustentarlas y atender los diferentes puntos de vistas, consideran que su capacidad para hacerlo es muy alta en un 22.21%, alta 66.21%. Regular 9.67%, baja 1.50% y muy baja 0.41%.

### 3.2.15. Capacidad del egresado para trabajar en equipo para alcanzar las metas comunes

Gráfico 60 capacidad del egresado para trabajar en equipo.



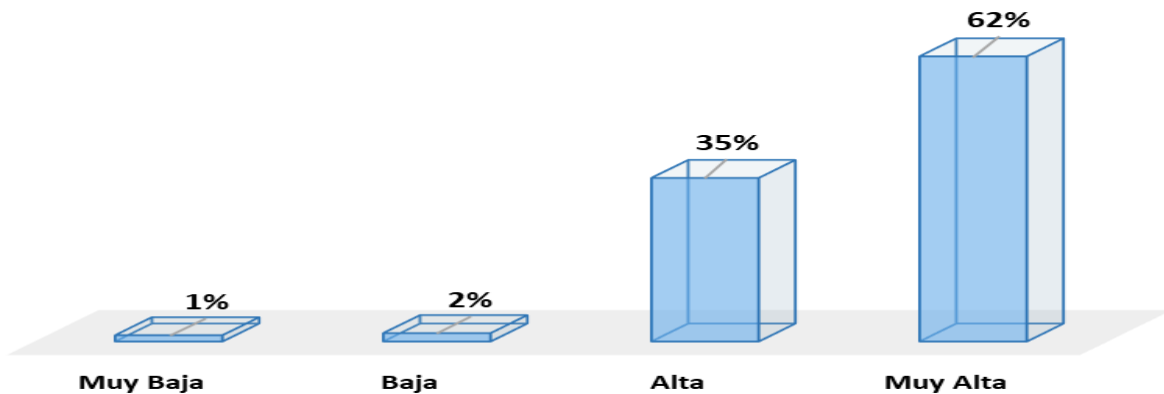
Fuente: Elaboración propia con base en el EIDO 2014 – 2018, P16G

Los egresados del programa de Psicología del campus Santa Marta al momento de trabajar en equipo para alcanzar las metas comunes, consideran que su capacidad para hacerlo es muy alta en un 14.31%, alta 72.89%. Regular 10.76%, baja 1.36% y muy baja 0.68%.

# RESULTADOS MOMENTO 0 - OLE

## 4.1. Satisfacción con el programa y la institución

Gráfico 61 satisfacción con el programa y la institución

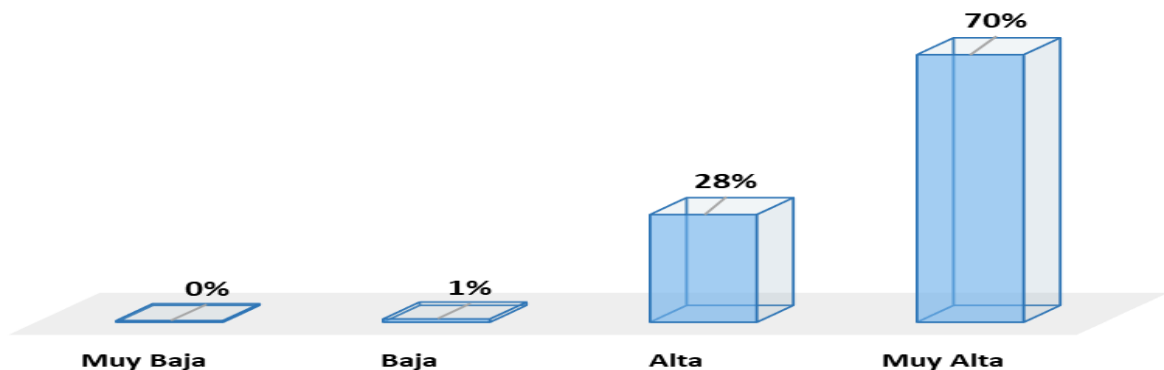


Fuente: Elaboración propia con base a OLE, Momento (0)

Al momento de preguntarle a los egresados sobre la satisfacción con el programa y con la institución, los egresados del programa de Psicología respondieron así: un nivel de satisfacción muy alta en un 62%, alta en un 35%, baja en un 2% y muy baja en un 1%.

## 4.2. Satisfacción con la calidad del programa

Gráfico 62 satisfacción con la calidad del programa

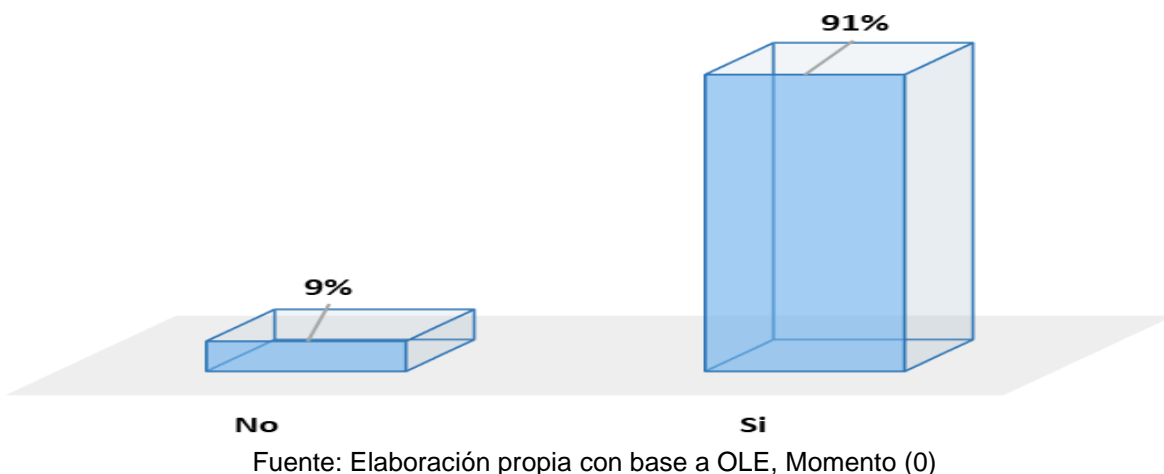


Fuente: Elaboración propia con base a OLE, Momento (0)

Al momento de preguntarle a los egresados sobre la satisfacción con la calidad del programa, los egresados del programa de Psicología respondieron así: un nivel de satisfacción muy alta en un 70%, alta en un 28%, baja en 1% y ninguno expresó un nivel de satisfacción muy bajo.

#### 4.3. ¿Le recomendaría su institución a alguien que quiera estudiar educación superior?

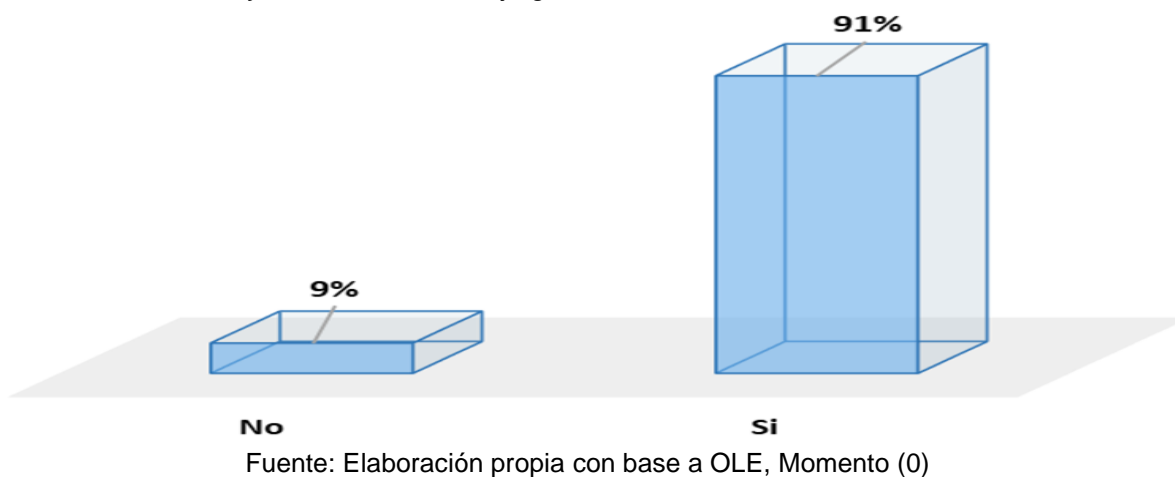
Grafico 63 Recomendaria la Institucion a otros



Los egresados del programa de Psicología aseguran en un 91% que SI recomendarían la institución a otros, mientras que un 9% NO recomendarían la institución.

#### 4.4. ¿Le recomendaría su programa académico en su institución a alguien que quiera estudiar lo mismo?

Grafico 64 Recomendaria su programa academico en la Institucion a otros



Los egresados del programa de Psicología aseguran en un 91% que SI recomendarían estudiar su programa académico en la institución a otros, mientras un 9% NO recomendaría su institución.

# RECOMENDACIONES

Identificar las necesidades de formación de los egresados con el fin de ofertar programas tanto posgradual como de educación continua y así aportar a la formación a lo largo de la vida.

Establecer espacios de conversación con los egresados y empleadores con el objetivo de establecer los puntos de mejora del programa e identificar las habilidades y conocimientos requeridos para el cumplimiento de los objetivos empresariales y así ofertar un programa pertinente y ajustado a las necesidades del medio.

Crear espacio de conversación con los empleadores para la generación de alianzas que permitan la apertura de oportunidades laborales para nuestros egresados y el reconocimiento de la Universidad en el medio.

Gestionar canales y espacios de comunicación con los empleadores y egresados con el fin de tener en cuenta sus opiniones para el mejoramiento de la oferta académica e identificar las habilidades y conocimientos que el medio demanda.

Crear y consolidar la red de empresarios y empleadores en el campus a través de la cual se fortalezca el trabajo colaborativo y las relaciones de confianza entre la Universidad y la empresa, que a su vez favorezca el reconocimiento de la Universidad como institución formadora del talento humano requerido por las empresas y a su vez, facilite la identificación de las necesidades de estas en relación con cualificación del talento humano y el desarrollo de estrategias que mejoren la competitividad de las mismas de tal forma que respondan a los desafíos a nivel territorial y de los respectivos sectores económicos.

Generar entre la Universidad y la empresa una oferta flexible soportada en los requerimientos de las empresas por sectores de acuerdo con la necesidad específica del territorio y en el uso de tecnologías de gran impacto para el desarrollo de las actividades en el medio laboral, de esta forma, se optimiza el recurso en función del cierre de brechas de los sectores estratégicos y/o críticos que afecta la competitividad de la región, este soportado en la plataforma de Coursera.

Generar estrategias entre los diferentes programas que promuevan una cultura de aprendizaje a lo largo de la vida soportado en la plataforma de Coursera y a su vez posibilite el despliegue de los MOOC (Massive Open Online Courses) a partir de la generación de ofertas académicas en educación continua.

# REFERENCIAS

- Consejo privado de competitividad. (2020). *Índice de competitividad de Ciudades*. Obtenido de <https://compite.com.co/indice-de-competitividad-de-ciudades/>
- Consejo privado de competitividad. (2020-2021). *Índice Departamental de competitividad*. Obtenido de <https://compite.com.co/indice-departamental-de-competitividad/>
- DANE. (2021). *Cuentas departamentales Producto Interno Bruto por departamento*. Obtenido de [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/B\\_2015/Bol\\_dptal\\_2019provisional.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/B_2015/Bol_dptal_2019provisional.pdf)
- DANE. (2021). *Mercado Laboral*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>
- DANE. (2021). *Producto Interno Bruto -PIB- nacional trimestral*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica>
- Gobernación del Magdalena. (2017). *Actividad Económica del Departamento*. Obtenido de <https://www.Magdalena.gov.co/publicaciones/5148/actividad-economica-del-departamento-17736/>
- Observatorio Laboral para la Educación Superior (OLE). (2019). *Situación laboral*. Mineducación. Obtenido de <http://bi.mineduccion.gov.co:8080/o3web/viewdesktop.jsp?cmnd=open&source=Situacion+laboral>
- Observatorio Laboral para la Educación Superior. (2019). *Perfil graduados*. Mineducación. Obtenido de <http://bi.mineduccion.gov.co:8080/o3web/viewdesktop.jsp?cmnd=open&source=Perfil+graduados>
- Oficina de Estudios Económicos. (2021). *Información:Perfiles Económicos Departamentales*. Mincomercio. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/2ec26c4e-f39c-4e1b-8027-381ee081a860/Magdalena.aspx>
- Universidad Cooperativa de Colombia. (2014-2018). *Estudio de Impacto y Dinámica Ocupacional (EIDO)*.



## **UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA**

Apartadó – Arauca – Barrancabermeja – Bogotá – Bucaramanga – Cali – Ibagué – Espinal – Medellín –  
Envigado – Montería – Neiva – Pasto – Pereira – Cartago – Popayán – Quibdó – Santa Marta - Villavicencio

@UCooperativadeColombia 

@UCooperativaCol 

@ucc\_oficial 





