



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ

VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO

“LA FERIA UNIVERSITARIA, UNA ESTRATEGIA ORIENTADORA, PARA LA  
ELECCIÓN DE UNA CARRERA”

MARCELINA DEL CARMEN CÁCERES ALABARCA

TESIS PRESENTADA COMO UNO DE LOS REQUISITOS, PARA OPTAR AL  
GRADO DE MAGÍSTER EN DOCENCIA SUPERIOR

PANAMÁ, REPÚBLICA DE PANAMÁ

2021

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO  
HOJA DE APROBACIÓN

“LA FERIAS UNIVERSITARIAS, UNA ESTRATEGIA ORIENTADORA, PARA LA  
ELECCIÓN DE UNA CARRERA”

MARCELINA DEL CARMEN CÁCERES ALABARCA

Director de Tesis

\_\_\_\_\_

Firma

Miembro del Comité de Tesis

\_\_\_\_\_

Firma

Miembro del Comité de Tesis

\_\_\_\_\_

Firma

Decana de la

Facultad de Ciencias de la Educación

\_\_\_\_\_

Firma

Panamá, 2021

## **DEDICATORIA**

A mi madre, Andrea Alabarca Mendoza, por darme la vida, apoyo y la ayuda necesaria, para alcanzar mis metas y desempeño profesional, académico y personal.

Gracias madre, por tu presencia y compañía, que son baluarte de inspiración, para alcanzar mis anhelos y mis sueños más preciados.

Dios te cuide, siempre.

## **AGRADECIMIENTO**

A los Profesores de Investigación, quienes evaluaron los inicios de este trabajo de graduación. Al Profesor Francisco Rojas, por ser mi Asesor de Tesis.

También extendiendo mi agradecimiento a los Decanos de las Facultades de Humanidades, Ciencias de la Educación y Ciencias Exactas; Coordinadores de Departamento de las facultades antes mencionadas; Administrativo de Postgrado y Maestría de la Facultad de Ciencias de la Educación; Directora Regional Educativa de Panamá Centro; Directores de los Centros Educativos de Panamá Centro.

Es valioso mencionar además a las Orientadores de los Centros Educativos, pues sin su ayuda no hubiese podido localizar a los estudiantes.

Asimismo, agradezco a los estudiantes, por responder a los cuestionarios.

¡A todos salud y mil gracias!

## ÍNDICE GENERAL

<b>Hoja del título</b>	
<b>Hoja de aprobación</b>	
<b>Dedicatoria</b> .....	<b>i</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>ii</b>
<b>Índice general</b> .....	<b>iii</b>
<b>Índice de cuadros</b> .....	<b>vi</b>
<b>Índice de figuras</b> .....	<b>vii</b>
<b>Resumen</b>	
<b>Palabras claves</b>	
<b>Introducción</b>	
<b>Primer capítulo:</b>	
<b>Aspectos generales de la investigación</b>	
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Pregunta orientadora.....	3
1.2.1. Preguntas generadas.....	3
1.3. Hipótesis general.....	3
1.4. Objetivos	
1.4.1. General.....	3
1.4.2. Específicos.....	3
1.5. Justificación.....	4
1.6. Limitaciones.....	5
<b>Segundo capítulo:</b>	
<b>Marco teórico</b>	
2.1. Antecedentes referenciales.....	7
2.2. Teorías.....	20
2.2. Aspectos conceptuales.....	25
<b>Tercer capítulo:</b>	
<b>Marco metodológico</b>	
3.1. Tipo de investigación.....	33

3.2. Población y muestra.....	33
3.2.1. Población.....	33
3.2.2. Muestra.....	33
3.3. Instrumentos de recolección de datos.....	33
3.4. Cronograma.....	34
3.5. Presupuestos.....	35

## **Cuarto capítulo**

### **Resultados y análisis de datos**

4.1. Presentación de resultados.....	37
4.1.1. Presentación de los resultados de los organizadores de Feria de Universidades.....	37
4.1.2. Presentación de los resultados de los estudiantes de primer año de la Universidad de Panamá.....	47
4.1.3. Presentación de los resultados de los estudiantes de duodécimo grado de Educación Media.....	54
4.2. Análisis de los resultados.....	66

## **Quinto capítulo**

### **Propuesta de aplicación**

Título.....	70
Objetivos generales.....	70
Objetivos específicos.....	70
Justificación.....	70
Descripción.....	71
Plan de acción.....	72
Resultados esperados.....	72
<b>Conclusiones.....</b>	<b>73</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>74</b>
<b>Bibliografías.....</b>	<b>75</b>

### **Anexo:**

1. Cartas solicitando permiso para la recopilación de información

📄	Facultad de Humanidades de la Universidad de Panamá.....	78
📄	Directora de la Escuela de Formación Pedagógica de la Facultad de Educación de la Universidad de Panamá.....	79
📄	Directora Regional de Educación de Panamá Centro del Ministerio de Educación.....	80
📄	Director del Centro Educativo Cristóbal Adán De Urriola de la Regional de Panamá Oeste del Ministerio de Educación.....	81
2. Instrumentos de recolectores de datos:		
📄	Cuestionario #1 para orientadores.....	82
📄	Cuestionario #2 para estudiantes de I <sup>ER</sup> año.....	84
📄	Cuestionario #3 estudiantes de 12 <sup>o</sup> .....	86
3. Listado de Universidades participantes de la Feria de Universidades		
📄	Edúcate 2019 IFARHU.....	88
4. Certificaciones:		
📄	Comité de Bioética.....	89
📄	Revisión de Especialista en Español.....	90

**Índice de Cuadro**

Cuadro 1. Orientación de la Carrera.....25  
Cuadro 2. Diferencias entre las Ferias Universitarias.....27  
Cuadro 3. Conceptos de Orientación Profesional.....30  
Cuadro 5. Actividades durante la tesis. Año 2017, 2018 y 2019.....34  
Cuadro 6. Presupuestos utilizados para la investigación.....35

## Índice de Figuras

### 4.1.1. Presentación de resultados de los organizadores de Feria de Universidades:

Figura 1. Años organizando la Feria de Universitaria; Según orientadores.....	37
Figura 2. ¿Tiene un programa la Feria de Universidades? Según orientadores.....	38
Figura 3. ¿Cuáles son los objetivos de la feria? Según orientadores.....	39
Figura 4. ¿Qué justifica la realización de la Feria Universitaria? Según orientadores.....	40
Figura 5. ¿Qué motivos tuvo para invitar a una Universidad a la Feria? Según orientadores.....	41
Figura 6. ¿Cuánto tiempo tiene programado para recorrer la feria? Según orientadores.....	42
Figura 7. ¿Se brindaron exposiciones o conferencias? Según orientadores.....	43
Figura 8. ¿Hubo orientación sobre el mercado laboral? Según orientadores.....	44
Figura 9. ¿Qué se necesita para elegir una carrera? Según orientadores.....	45
Figura 10. ¿La feria es una estrategia orientadora? Según orientadores.....	46

### 4.1.2. Presentación de resultados de los estudiantes de primer año de la Universidad de Panamá:

Figura 11. ¿Ha asistido a una Feria Universitaria? Según estudiantes de I <sup>ER</sup> año de la universidad.....	47
Figura 12. ¿Recibió Orientación Vocacional durante la Feria? Según estudiantes de I <sup>ER</sup> año de la universidad.....	48
Figura 13. ¿La feria le ayudó a elegir la carrera que cursa? Según estudiantes de I <sup>ER</sup> año de la universidad.....	49
Figura 14. ¿Qué es necesario para elegir una carrera universitaria? Según estudiantes de I <sup>ER</sup> año de la universidad.....	50
Figura 15. ¿El mercado laboral es la unión de la demanda y oferta de trabajo? Según estudiantes de I <sup>ER</sup> año de la universidad.....	51
Figura 16. ¿La Feria Universitaria le motivó con información y diálogo? Según estudiantes de I <sup>ER</sup> año de la universidad.....	52
Figura 17. ¿La Feria Universitaria es una estrategia para transmitir información?	

Según estudiantes de I<sup>ER</sup> año de la universidad.....53

#### **4.1.3. Presentación de resultados de los estudiantes de duodécimo grado de**

##### **Educación Media:**

Figura 18. ¿Asistió a todos los puestos informativos?	
Según estudiantes de 12°.....	54
Figura 19. ¿Quién considera usted organizo la Feria Universitaria?	
Según estudiantes de 12°.....	55
Figura 20. ¿En los puestos informativos fue atendido por?:	
Según estudiantes de 12°.....	56
Figura 21. ¿Pudo asistir a exposiciones o conferencias?	
Según estudiantes de 12°.....	57
Figura 22. ¿Recibió Orientación Vocacional en la feria?	
Según estudiantes de 12°.....	58
Figura 23. ¿Se le aplicó algún Test Vocacional? Según estudiantes de 12°.....	59
Figura 24. ¿Cómo recibió información de las universidades?	
Según estudiantes de 12°.....	60
Figura 25. ¿Qué hizo con los folletos? Según estudiantes de 12°.....	61
Figura 26. ¿La Feria Universitaria le ayudó a elegir una carrera?	
Según estudiantes de 12°.....	62
Figura 27. ¿Qué es necesario para elegir una carrera universitaria?	
Según estudiantes de 12°.....	63
Figura 28. ¿La Feria Universitaria lo motivó con información y diálogo?	
Según estudiantes de duodécimo grado.....	64
Figura 29. ¿La feria es un recurso para transmitir información?	
Según estudiantes de 12°.....	65

## **Resumen**

Este trabajo de investigación tiene como título: La Feria Universitaria, una estrategia orientadora, para la elección de una carrera; cuyo objetivo general fue conocer el propósito de la Feria Universitaria como estrategia orientadora para la elección de una carrera universitaria; entre sus objetivos específicos estuvo, Identificar quienes organizan las Ferias Universitarias; a su vez identificar, cómo estaba programada la Feria Universitaria; también estiman las actividades de orientación que se deben tener durante la Feria Universitaria; por último, identificar que hacían con la información recibida durante la Feria Universitaria. La metodología que se usó para esta investigación fue cuantitativa, con una población de orientadores, que organizaron las Ferias Universitarias a nivel institucional en las diversas Regiones Educativas Panamá, también fueron objeto de investigación; estudiantes de primer año de la Universidad de Panamá, de algunas carreras de la Facultad de Humanidades y de la Facultas de Ciencias de la Educación en el Campus de la misma. Se usó una muestra probabilística entre las personas encuestadas. Las conclusiones a que llegaron fue: en que las Ferias de Universidades contaba con un programa estructurado, que consistió solamente informar a los estudiantes hacia la elección de una carrera profesional que estuviera acorde al mercado laboral y a nuevas tendencias; otras conclusiones fueron que la Feria de Universidades en una propuesta para brindar información, más no para orientar, lo que hizo la Feria de Universidades fue el motivar a los estudiantes a seguir estudios universitarios; la intensión de los organizadores de la Feria Universitaria, era hacer una estrategia orientada a la elección de una carrera profesional; los estudiantes de primer año de la universidad y de duodécimo grado consideraron; que es una buena estrategia, para transmitir información concerniente a la elección profesional; los organizadores manifestaron que las ofertas académicas universitarias están acorde al nuevo mercado laboral.

## **Palabras clave:**

Orientación profesional, transmitir información, feria de universidades, estrategia, mercado laboral.

## **Summary:**

This research work is entitled: The University Fair, a guiding strategy for choosing a career; whose general objective was to know the purpose of the University Fair as a guiding strategy for choosing a university career; Among its specific objectives was, Identify those who organize the University Fairs; in turn, identify how the University Fair was programmed; They also estimate the orientation activities that should be held during the University Fair; finally, identify what they were doing with the information received during the University Fair. The methodology used for this research was quantitative, with a population of counselors, who organized the University Fairs at the institutional level in the various Educational Regions of Panama, were also the object of research; first-year students of the University of Panama, of some careers of the Faculty of Humanities and of the Faculties of Education Sciences in the Campus of the same. A probability sample was used among the people surveyed. The conclusions they reached were: that the University Fairs had a structured program, which only consisted of informing students about choosing a professional career that was in line with the labor market and new trends; Other conclusions

were that the University Fair in a proposal to provide information, but not to guide, what the University Fair did was to motivate students to pursue university studies; the intention of the organizers of the University Fair, was to make a strategy oriented to the choice of a professional career; college freshmen and twelfth graders considered; that it is a good strategy, to transmit information concerning the professional choice; the organizers stated that university academic offers are in line with the new job market.

**Keywords:**

Professional orientation, transmit information, university fair, strategy, labor market.

## INTRODUCCIÓN

Las Ferias de Universidades han sido creadas, con la finalidad de que estudiantes graduados de los colegios públicos y particulares del país, conozcan la amplia gama de carreras, que ofrecen las universidades estatales, particulares e internacionales; para que así puedan optar por las diversas opciones educativas que más se ajusten a sus necesidades y capacidades tanto físicas como mentales y económicas.

Hemos realizado este trabajo de investigación, para ampliar un poco más nuestro conocimiento sobre este tema, por la cual procedimos a revisar diferentes bibliografías existentes sobre las Ferias Universitarias, pero realmente, es poco lo que se puede encontrar sobre esta temática; encontrándonos un estudio realizado en el Perú por Dante Cuevas en el año 2014, el cual nos mostró resultados poco positivos, puesto que manifiesta: *“Las Ferias Universitarias, no han sido un factor determinante a la hora de elegir una carrera”*.

En Panamá proliferan las Ferias Universitarias, lo más relevante es la organizada, por el Instituto de Formación y Aprovechamiento de Recursos Humanos (IFARHU), cuyo objetivo principal es ofertar becas, préstamos y beneficios económicos para seguir estudios superiores. Este espacio es considerado por las diferentes universidades para dar a conocer sus ofertas académicas y cómo demandas en cuanto a infraestructura se refiere entre otros aspectos.

Durante la realización de estas ferias encontramos organizaciones, que velan porque las ofertas académicas de las universidades estén acordes con las exigencias y cuenten con las acreditaciones, que les permita ofertar una educación de calidad. El encargado de que esto se dé efectivamente, es el Sistema Nacional de Evaluación y Acreditación, a través del decreto ejecutivo 511 del 5 de julio de 2010, el cual regulariza la promoción de carreras universitarias, pues sólo los que tengan su resolución de acreditación pueden entrar a hacer promoción en la comunidad educativa.

Esperamos proporcionar información relevante sobre la función de la Feria de Universidades, la organización que hace el docente y la elección del estudiante, para escoger una carrera que llene sus expectativas, con los datos obtenidos se podrán hacer mejoras e innovación en el proceso de proyección y selección.

Esta investigación pertenece al área de Orientación Vocacional y Profesional de la Carrera de Orientación Educativa y Profesional en Panamá, con lo que buscamos realzar la importancia de la organización de una Feria de Universidades, a nivel provincial y a nivel institucional, los aportes que nos brinda el proceso orientador, la elección del estudiante y el padre de familia.

Nuestra propuesta de graduación consta de cinco capítulos. El capítulo primero trata de los aspectos generales de la investigación como planteamiento del problema, pregunta orientadora, hipótesis general, objetivos generales y específicos, justificación y limitaciones. El segundo capítulo es el marco teórico, el mismo contiene antecedentes referenciales, teorías y enfoque de los aspectos conceptuales de la investigación.

El capítulo tercero es el marco metodológico de la población, muestra, técnicas e instrumentos, cronograma de actividades y el presupuesto utilizado. El cuarto capítulo es la presentación de los resultados y el análisis de los mismos por categoría los cuales fueron organizadores, estudiantes de primer año de la universidad y estudiantes de duodécimo grado de bachillerato.

El último capítulo es una propuesta de Programa de Orientación Vocacional y Profesional, para ser desarrollado durante todo un año escolar como en un trimestre; con las fases y temas, debe estar compuesto para hacer una orientación preventiva, para la elección de una carrera universitaria. Tendremos las conclusiones, recomendaciones, bibliografías y anexo.

Este trabajo de investigación busca proyectar la Feria de Universidades como una estrategia orientadora para brindar información al estudiante y que haga una elección profesional positiva y acorde con su realidad. El objetivo de este trabajo de investigación fue el de conocer el propósito de la Feria Universitaria como estrategia orientadora para la elección de una carrera universitaria.

**PRIMER CAPÍTULO**  
**ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Planteamiento del problema:**

En el sistema educativo panameño a nivel universitario se vienen dando grandes competencias, para obtener una gran cantidad de estudiantes que ingresen a sus aulas. En las universidades particulares se viene observando que se invierte más en publicidad tanto, por radio, televisión, periódicos y visita y a las escuelas previa y posterior del calendario de inscripciones.

La principal casa de estudios oficial es la Universidad de Panamá; sin embargo, no hace mucha publicidad de sus carreras y los servicios que ofrece, por lo tanto, debe buscar la forma de impulsar el incremento de la matrícula en sus respectivos centros regionales y en las diferentes facultades, pues en los últimos tiempos se ha notado una disminución de estudiantes en carreras innovadoras y en otras carreras en general, pero sigue siendo la que tiene una alta población estudiantil.

El Decreto Ejecutivo 511, del 5 de julio de 2010, reglamenta la Ley N° 30 del 20 de julio de 2006, que crea el Sistema Nacional de Evaluación y Acreditación para el Mejoramiento de la Calidad de la Educación Superior Universitaria y se dictan otras disposiciones: El Capítulo VIII, establece la promoción, inicio y desarrollo de carreras y programas de estudio de las Universidades Particulares, se reglamenta, en el artículo 132: el promocionar sus ofertas académicas, ya sea en catálogos, desplegados, anuncios publicitarios, panfletos y otros medios.

Nos queda claro, que se pueden hacer promocione y crear instrumentos, para incentiva las carreras de las universidades, no tan solo las particulares sino también a las estatales que estén debidamente acreditadas de acuerdo a la ley. En la medida que se haga divulgación de las carreras, universidades y los beneficios que brindan; esto debe repercutir en un incremento económico de la matrícula, la calidad y prestigio de la universidad, que se merca dea.

Dentro del Sistema Educativo Panameño contamos con la Dirección Nacional de Orientación Educativa y Profesional, que se encarga de desarrollar un proceso orientador que va analizando, indagando las necesidades e intereses del estudiante, el cual debe iniciar desde la escuela primaria, pero por cuestiones descocidas se inicia en la pre media y en algunos casos en la media.

Por eso consideramos, investigar si la Feria Universitaria es una estrategia para orientar o dar información. Recordemos que orientar es hacer un proceso de toma de elección, que permitan correlacionar la felicidad y realización profesional; el ser útil, valiosa a la sociedad y tener una mejor calidad de vida. Queremos dar a conocer, si las Ferias Universitarias son una estrategia, para promover carreras y universidades o una estrategia orientadora en todos los sentidos; que envuelve el concepto orientación. La información recolectada nos va servir como futuros docentes del nivel superior, para tratar con los estudiantes universitarios de las carreras afines a la orientación profesional.

## **1.2. Pregunta orientadora:**

- ❖ ¿Cuál es el propósito de la Feria de Universidades como estrategia orientadora, para la elección de una carrera universitaria?

### **1.2.1. Preguntas generadas:**

- ❖ ¿Quiénes organizan la Feria?
- ❖ ¿Cómo está programada la Feria de Universidades?
- ❖ ¿Cuáles son las actividades de orientación que se dan durante la feria?
- ❖ ¿Qué hacen con la información recibida durante la feria?

## **1.3. Hipótesis general:**

- ❖ El propósito de la Feria Universitaria como estrategia orientadora, para la elección de una carrera universitaria es brindar información.

## **1.4. Objetivos Generales y Específicos:**

### **1.4.1. Objetivo General:**

- ❖ Conoce el propósito de la Feria Universitaria como estrategia orientadora, para la elección de una carrera universitaria.

### **1.4.2. Objetivos Específicos:**

- ❖ Identifica quienes organizan las Ferias Universitarias.
- ❖ Identifica como está programada la Feria Universitaria.

- ❖ Estima las actividades de orientación que se deben dar durante la Feria Universitaria.
- ❖ Identifica que hacen los estudiantes con la información recibida durante la Feria Universitaria.

### **1.5. Justificación:**

Esta investigación busca verificar a las Ferias de Universidades, como estrategia orientadora y efectividad de la misma. Para tal fin, se requiere conocer con qué elementos se cuenta para la organización y ejecución de las Ferias de Universidades, cómo está estructurado el programa, la justificación, los objetivos, el cumplimiento de los tiempos, folletos, si las carreras están acorde a las necesidades, intereses y capacidades del estudiante y del Mercado Laboral del país.

La importancia de esta investigación es detectar, si la Feria de Universidades es una estrategia de la Orientación Profesional, para transmitir información u orientar de forma efectiva que permita hacer una elección profesional, tomando en cuenta que en algunos bachilleratos en el grado de duodécimo, no existe la hora de orientación o consejería, pero las ferias van dirigida a los graduando aspirantes a ingresar a la universidad.

Con esta investigación se pretende conocer si las Ferias de Universidades son efectiva al momento de orientar a los estudiantes de forma individual o grupal, si los motiva a seguir estudios universitarios y hacer una elección profesional acorde a su vocación, y sí llena las expectativas, que satisfagan sus necesidades sociales e individuales; que confirmen su aporte a la sociedad.

Sabemos que, con esto aportaremos a los orientadores educativos y profesionales, también a psicólogos, psicopedagogos, universidades estatales y particulares, a los promotores o representantes de carreras universitarias, la información de estrategias, para tener un mejor desempeño publicitario y de asistencia, tanto de estudiantes, docentes y padres de familia, todos ellos aportando para decidir, qué carrera estudiar en la universidad que redunde en beneficio de la sociedad y desarrollo del país.

**1.6. Limitaciones:**

- ❖ El tiempo en que se aplicó el cuestionario, fue de siete meses después de haberse hecho y asistido a la Feria de Universidades del mismo que nos permitió tener a más cantidad de participantes, por estar acabándose el año escolar.
- ❖ Los cuestionarios se aplicaron en los escritorios de los orientadores organizadores de la Feria Universitaria y en las aulas, talleres y laboratorios de los estudiantes.
- ❖ No contar con referencias bibliográficas suficientes para esta investigación.
- ❖ Falta de coordinación por parte de la investigadora, para revisar y aplicar los cuestionarios.
- ❖ No contar con referencias bibliográficas suficientes, para esta investigación.
- ❖ Aplicar el cuestionario a estudiantes graduandos, que van a practicar, hizo que no se pudieran igualar las cantidades de alumnos en cada bachillerato.
- ❖ No contar con las poblaciones exactas en las carreras universitarias de primer año, para hacer un balance de las cantidades.
- ❖ Algunos organizadores y estudiantes, se negaron a llenar el cuestionario.

**SEGUNDO CAPÍTULO:  
MARCO TEÓRICO**

## 2.1. Antecedentes referenciales

❖ Miller, Frank W., (1971) *Principios y Servicios de Orientación Escolar*. Madrid, España: Editorial Magisterio Español, S.A.; en el capítulo 10 titulado: Los Servicios de Información, en el sub título: Jornadas Universitarias, “College Days”. **Estas jornadas universitarias proporcionan información** a todos los estudiantes, que desean seguir estudios superiores. Los representantes de los departamentos de admisión de las universidades se reúnen con los estudiantes interesados en seguir sus estudios en dichos centros.

También se dan las jornadas preuniversitarias. Estas actividades suelen dedicarse a disertaciones y debates colectivos sobre temas como de dudas: ¿Debo ir a la universidad? ¿En qué se diferencia la universidad de un Instituto Superior? ¿Elegí acertadamente la universidad?

### A. Planes para la jornada pre universitaria:

1. En él se incluirán los estudiantes, que planean asistir a la universidad.
2. El programa debe celebrarse en un momento en que a los estudiantes y sus padres les resulte fácil asistir.
3. El departamento de orientación debe atraer la cooperación en la fase inicial con objeto de asegurar, la máxima eficacia del programa propiamente dicho. Invitando a sus estudiantes a que redacten temas como resultados de la investigación de los programas de estudios, acerca de lo que esperan de la universidad.
4. Celebrar clases ante que tenga lugar la jornada universitaria, con objeto de familiarizarse con los procedimientos, con las preguntas, que se deben formular.
5. La fecha debe ser enviada con algunos meses de anticipación.
6. Se debe hacer un escrutinio de los estudiantes, para determinar su primera, segunda y tercera elección. La invitación debe hacerse como resultado de esta encuesta.

### B. Desarrollo de la jornada universitaria:

1. A cada representante se le asignará un aula, para desarrollar su conferencia.
2. Antes del programa se debe conceder tiempo, para una reunión informal de los representantes y servicio de orientación.
3. Confección de un programa impreso.

4. Los estudiantes no deben abandonar el aula en ningún momento, mientras no reciban una indicación para ello, como el sonido de un timbre, etc.
5. Es preferible, que en la jornada no participen más que los estudiantes de noveno y duodécimo grado.

C. Actividades posteriores a la jornada universitaria:

1. Celebración de unas sesiones de orientación, para debatir los temas que surgieron durante la jornada universitaria.
2. Se debe animar a los estudiantes a que visiten los campus universitarios en compañía de sus padres.

❖ Como referencias de esta investigación encontramos las siguientes investigaciones con el interés de evaluar las Ferias de Universidades; como estrategia orientadora: La primera fue muy interesante; ya que es una investigación de la evolución que han tenido las ferias hasta nuestros días, de la autoría de Reyes, S. (2009), *Estrategias de comunicación de tres ferias exitosas realizadas en corferias (expoartesánías, feria internacional del libro de Bogotá, Internacional footwear & leather show ifls)* (Tesis de pregrado) Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

Objetivo General:

1. Identifica las Estrategias de comunicación de tres ferias exitosas realizadas en Corferias (Expoartesánías, Feria Internacional del Libro de Bogotá, International Footwear & Leather Show IFLS), basándome en la planeación y desarrollo de cada una de ellas.

Objetivos Específicos (Particulares):

1. Realiza una investigación detallada de los aspectos fundamentales, para realizar y definir la planeación y desarrollo de una feria
2. Analiza la estructura logística de cada una de las ferias, con el fin de conocer la planeación que se tienen en cuenta, para su puesta en marcha.
3. Muestra cómo la comunicación es una herramienta eficaz, que ayuda a alcanzar los objetivos que plantean los organizadores de una feria.

### Conclusiones:

1. Las ferias son herramientas comerciales, que ayudan en el intercambio de ideas y productos, permiten darlos a conocer, permitiendo de esta manera establecer nuevos contactos, realizar el proceso del cierre de ventas, darse a conocer en el mercado y tener contacto con los medios de comunicación. Son además herramientas estratégicas y gerenciales, puesto que, por un lado, pretenden dar un camino a seguir, una propuesta de solución (estrategia); y por otro las funciones del gerente, que son: planificación, organización, dirección, control planificación y anticipación a lo que se quiere; para la empresa.
2. Los eventos, se apoyan en la comunicación de marketing, puesto que; esta reúne aspectos que se encaminan a potencializar, la estrategia de negocios y gestionar los propósitos y objetivos corporativos.
3. Cuando una empresa, implementa una herramienta de comunicación, como lo son las ferias, para la construcción de identidad y reputación en un sector donde la compañía no está familiarizada, se hace necesario, más que teorizar, proponer soluciones que permitan, la fácil incorporación de los procesos comunicativos a las empresas.
4. Cuando las ferias están incluidas en el plan estratégico de comunicaciones y se involucran en la estrategia de negocio, ésta hace que se potencialice y que vaya actuando de manera escalonada, según los logros propuestos. Es por ello, que, para lograr conseguir efectivamente, el cumplimiento de las metas es necesario tener la comunicación estratégica como soporte y guía de todo el proceso de planificación.
5. La planificación de una feria da como resultado el éxito, de la misma. La identificación del plan de comunicaciones y específicamente, las estrategias de comunicación permitirán orientarla hacia la consecución de los objetivos propuestos. Cuando se planifica y organiza se están dirigiendo y coordinando, todas las actividades, basándose en una comunicación efectiva; que permite el avance de las acciones.
6. Los eventos son una herramienta de comunicación para una organización, en cuanto conocemos al receptor, porque permite relevar las necesidades, preferencias y gustos de los públicos, hacia los cuáles se dirige la empresa, consiguiendo con esto, el buen nombre de la empresa entre sus diferentes clientes, tanto internos como externos; aportando

así, un valor agregado y un diferenciador en el entorno y con la competencia. Y lo más importante, son comunicaciones en vivo que permiten el contacto directo.

7. Uno de los factores que hay que tener en cuenta, para que una feria tenga éxito (obtención de las metas propuestas), es la especialización, pues centra las estrategias de comunicación en un solo tema; ayuda a que la planeación esté enfocada hacia un solo fin.
8. Lo más importante de una estrategia de comunicación, es su definición, que debe salir del análisis de la mayor información posible del problema; que se quiere solucionar.
9. Una estrategia de comunicación es un plan, para llevar a cabo o dirigir un asunto para lograr un objetivo deseado o propuesto.
10. Cuando los empresarios de un gremio deciden agruparse y formar una asociación, lo hacen por: estandarizan normas, unificar una imagen, consolidar una empresa con respaldo, unen objetivos en común, buscando el mismo fin y generar al interior de la asociación, apoyo mutuo en acciones de investigación, actualización de procesos, innovación de productos y/o servicios.
11. Las tres ferias, son conscientes que una manera de alcanzar los objetivos estratégicos de su empresa, como lo son: la recordación y la notoriedad en el mercado; los eventos son un gran aliado; pues logran ser muy útiles a la hora de generar impacto y en la mayoría de los casos, marcar nuevas tendencias.
12. Con base a las conclusiones a las que he llegado en el presente estudio, me permito señalar a manera de recomendación, algunos aspectos que considero importantes y que son necesarios, para darle continuidad a trabajos afines relacionados con el tema de los eventos.
13. Pero para hacer que realmente, este proceso se realice de forma efectiva la organización debe estar sensibilizada, con respecto a la importancia de la comunicación y después de esto motivar a la misma; para que reconozca las herramientas de la comunicación organizacional como una ayuda necesaria a la consolidación, crecimiento y posicionabilidad.
14. Las tres ferias desarrollan su evento básicamente bajo un esquema similar de planificación, que consiste en: Evaluación de la Feria pasada. Correcciones, Planificación base, (elaboración de las estrategias de acción y desarrollo de la feria), Divulgación de

los manuales de participación, Procesos de selección y evaluación de los participantes (expositores); Divulgación de las reglas de exposición (expositores); Divulgación masiva de la feria (publico externo); Puesta en escena de la feria; Evaluación y seguimiento. \*Los aspectos en los que difieren son en el tiempo; que invierten en cada uno de estos pasos.

15. La recomendación está enfocada en tener una organización, planeación y un cronograma de trabajo, bien estructurados que permitan ver en qué estado se encuentra el desarrollo del evento, fijando responsables y fechas, cumplir fielmente el cronograma, establecer flujos de comunicación claros y oportunos y finalmente, una evaluación y seguimiento de la planeación.
16. Establecer objetivos claros, que sean medibles, alcanzables y reales, no establecer metas muy grandes que se salgan del alcance real.
17. Las características del empresario y sus motivaciones juegan un papel importante en el éxito de las empresas y por supuesto en el de las ferias, sin embargo, la bibliografía de factores de éxito de empresas sugiere que el éxito también puede estar relacionado con el mercado, el tipo y estrategia del producto, la estructura industrial, el capital humano y los aspectos financieros.
18. Investigaciones futuras deberán ampliar la matriz incorporando variables (actualización de datos y bibliografía), que permitan analizar diferencias con respecto al tiempo y si se presentan cambios sustanciales. Además, es importante hacer un seguimiento a la evaluación del desarrollo de las ferias.
19. Las investigaciones futuras deberán poner énfasis en el desarrollo de ítems adecuados que permitan medir el éxito de estas empresas.
20. Se observa que, en varias ocasiones, las empresas han tenido que reorientar su modelo de negocio, para poder adaptarse al entorno y sobrevivir. Este aspecto denota la capacidad de aprendizaje del empresario que también puede estar relacionada con el éxito de la empresa. Cuando una empresa decide entrar al mundo de los eventos, toma una decisión importante, en donde busca fundamentalmente dar a conocer sus productos y servicios, aprovechando el poder de la comunicación en vivo.

21. Finalmente, agradezco a la Universidad Javeriana, por haberme dado los conocimientos teóricos y fortalecer en mí los principios éticos y valores como ser humano, herramientas, las cuales hoy en día son el arma fundamental para desempeñarme en el cargo que tengo en la actualidad. En respuesta a esto, hago entrega a la facultad del siguiente Trabajo de Grado, el cuál es un aporte para la comunicación organizacional y para la facultad de Comunicación Social y Lenguaje.

❖ Argentina expo educativa (2010):

Durante 18 años, hasta 2008, se realizó la Feria Informativa de la Oferta de Educación Superior (F.I.O.E.S.), bajo la coordinación de la UNCUYO, la institución creadora de esta modalidad de trabajo educativo en nuestra provincia. La feria incluía el conjunto de la oferta de Educación Superior de Mendoza (estatal, privada, universitaria y no universitaria). El crecimiento de esta oferta convertía a la feria en una instancia en la que el cúmulo de información no ayudaba a la orientación y a la elección reflexiva, porque resultaba muy **difícil cumplir con el objetivo de concretar recorridos direccionados.**

Por ello, en 2008, a partir de la evaluación realizada con el conjunto de actores universitarios participantes, se elevó al Consejo Superior, una propuesta tendiente a redefinir este espacio de reflexión previo al ingreso; y se creó la “Universidad Abierta”, instancia que abarca desde la capacitación de docentes orientadores del nivel medio, la consolidación de una red provincial de orientadores, la producción de folletería, fascículos y demás materiales informativa-orientativos hasta la realización de la Expo Educativa, el desarrollo de la Facultad Abierta y la articulación con la Etapa de Confrontación Vocacional de cada unidad académica.

En sus tres ediciones, la Expo Educativa se desarrolló en el Espacio de la Ciencia y la Tecnología: “Elvira Calle de Antequeda”, de nuestra Universidad. Año tras año, la Expo Educativa ha crecido en cantidad de asistencia de público llegando, en el último año -2010- a recibir, aproximadamente, 12.000 visitantes en sus cinco días de duración. Para su implementación se cuenta, con la participación de numerosos docentes y estudiantes de todas las unidades académicas.

#### Objetivos:

1. Ofrece información de calidad, adecuada a los destinatarios.
2. Motiva la búsqueda activa de la información y procurar diversas instancias que permitan un verdadero diálogo esclarecedor de las características de la educación universitaria en general y de las diversas carreras en particular.
3. Promueve intercambios que permitan acceder a una información que contemple el ejercicio profesional de la/s carrera/s.
4. Facilita el contacto y el conocimiento con producciones y trabajos de las distintas carreras.

#### Acciones realizadas:

Todos los años, los asistentes tienen a disposición la oferta académica pública de gestión estatal de la Provincia, tanto de la UNCUYO -con sus carreras de grado y pregrado- como de la Universidad Tecnológica Nacional (UTN) y de los Institutos de Educación Superior (IES), que dependen de la DGE.

Las disciplinas y profesiones se encuentran agrupadas por Áreas de Conocimiento, de manera tal, que la búsqueda de la información sea clara y ordenada. Como complemento, la Exposición incluye una serie de actividades relacionadas con: El teatro -Vivencias Universitarias-, la música -Conciertos Didácticos- y la recreación -Radio Abierta- que tienen como meta enriquecer el encuentro y lo convierten en un importante evento cultural, para Mendoza.

❖ La siguiente investigación fue aplicada a estudiantes de grado, por autoría de Olivares, M. y Quezada J. (2013), *Impacto de las ferias vocacionales en la orientación vocacional*, Lima Perú.

#### Objetivos Generales:

1. Determina el impacto de las ferias vocacionales en la orientación vocacional, tomando en cuenta la información, los criterios utilizados, para la toma de decisiones y el papel de las ferias vocacionales.

#### Objetivos Específicos:

1. Determina las fuentes de información que utilizaron las estudiantes, para tomar su decisión vocacional.
2. Determina el orden jerárquico de los criterios utilizados en la toma de decisiones de las profesiones elegidas.
3. Determina la opinión de las estudiantes, con respecto a la ayuda de las ferias vocacionales en su decisión.
4. Determina la opinión sobre la calidad de la información sobre profesiones, recibido a través de las ferias vocacionales.
5. Determina la opinión sobre el impacto de las ferias vocacionales en la decisión vocacional de los jóvenes.

#### Conclusiones:

1. Las fuentes de información consideradas más importantes, que han utilizado para tomar su decisión vocacional, fueron en primer lugar: Internet, libros especializados y periódicos y revista, en segundo lugar y cuarto lugar las ferias vocacionales, en tercer lugar, aparece nuevamente Internet, y en quinto lugar, las charlas de orientación vocacional y el servicio de psicología del colegio.
2. Los criterios utilizados en la toma de decisión de la profesión son los siguientes: en Primer lugar (34%), “la profesión que más le gustó”, en Segundo lugar, (19%) “el prestigio de la profesión”, en Tercer lugar “la “recomendación de familiares y/o amigos” (20%).
3. El nivel de ayuda proporcionado, por las ferias vocacionales, para su **toma de decisión**, el 57.2 % consideran que las ferias vocacionales **aportaron poco en su decisión**, mientras que el 36.7%, opinan que fueron de marcada importancia en su elección profesional.
4. Con respecto a la calidad de información sobre las profesiones, recibida en las Ferias Vocacionales, hallamos que un 48%, opina que dicha calidad es Promedio, sin embargo, el 41%, opina que el nivel de información recibida es Alta.
5. Los objetivos más importantes que a criterio de las alumnas, deben cumplir las Ferias Vocacionales, hallamos en primer lugar, la demanda de Información sobre las carreras (88%), seguido por la necesidad de información sobre las universidades existentes en el

país, convenios institucionales, información de modalidades de admisión e información económica.

6. Respecto a la importancia que ha tenido para la elección profesional, las Ferias Vocacionales, un 54% considera que ha sido más o menos importante, mientras que un 36% le da gran importancia.
7. La opinión de continuar la realización de las Ferias Vocacionales, es favorable en el 91%.
8. El impacto de las Ferias Vocacionales en la orientación vocacional es de un nivel de Impacto Total.

❖ Encontramos a nivel educativo la siguiente investigación de Cueva R., D. (2014) *programa high school, para mejorar la orientación vocacional de los alumnos de quinto grado de secundaria de la institución educativa el triunfo de tumbes*, (Tesis de Post Grado) Universidad César Vallejo, Lima, Perú.

Objetivo general:

1. Determina la influencia del programa High School, en la mejora de la orientación vocacional de los alumnos de quinto grado de secundaria de la institución educativa, El Triunfo de Tumbes en el 2014.

Objetivos específicos:

1. Establece la influencia del Programa High School en el desarrollo personal de los alumnos del quinto grado de secundaria de la institución educativa: “El Triunfo de Tumbes” - 2014.
2. Evalúa la influencia del Programa High School en la adquisición de autonomía e impacto de los alumnos del quinto grado de secundaria de la institución educativa: “El Triunfo de Tumbes” - 2014.

Conclusiones:

En coherencia con los resultados de la investigación, los objetivos alcanzados en función a las dimensiones de las variables Programa High School y Orientación Vocacional, así como, los altos porcentajes que demuestran el inadecuado servicio, y casi la totalidad

en algunos casos y en otros el 100% de los estudiantes a nivel regional revelan sus opiniones favorables al High School; datos que constituyen indicios relevantes, para formular las siguientes conclusiones:

- a) En Tumbes, en las 3 provincias que comprende la región; el 77% de los alumnos encuestados, que constituyen el grupo de control de la presente investigación, manifiestan que en sus Instituciones Educativas, no investigan sobre profesiones, es decir, no se les brinda un adecuado servicio de Orientación Vocacional, tal como, está normado en el DCN, en cambio, en el grupo experimental el 95% de estudiantes manifiestan, que si realizan investigación sobre las profesiones; es necesario aclarar que el 5% restante lo constituyen los alumnos, que han llegado trasladados en el presente año, porque las investigaciones sobre profesiones la desarrollan en 4to de secundaria, esta brecha se acortará con las 2 prácticas pre vocacionales que se realizan en 5to grado.
- b) El 77% de los alumnos que constituyen el grupo de control, manifiestan que no realizan actividades relacionadas con orientación vocacional, fuera de sus instituciones educativas, es decir, lo escaso que reciben teóricamente no lo confrontan con la práctica, en cambio, el 93% de los alumnos del grupo experimental, manifiestan que desarrollan actividades fuera del colegio, relacionadas con la orientación vocacional.
- c) El 82% del grupo de control, revelan que no reciben charlas permanentes, sobre orientación vocacional; este elevado porcentaje demuestra que no se cumple con tal servicio; caso contrario, en el grupo experimental un elevado porcentaje, el 92% revelan que reciben charlas permanentes de orientación vocacional, tal como, se aclara anteriormente, el 8% restante lo constituyen los alumnos que han llegado trasladados en el presente año, porque las charlas permanentes se reciben en 4to grado y se desarrollan todos los sábados con profesionales destacados y de preferencia ex alumnos del colegio; esta brecha se acortará con las 2 prácticas pre vocacionales, que se realizarán en 5to grado.
- d) El 100% de los alumnos, es decir todos, tanto del grupo de control como del grupo experimental, revelan que es necesaria la práctica pre vocacional, para desarrollar su autonomía y poder decidir qué estudios superiores realizar.

- e) El 98% de alumnos, casi todos; tanto del grupo de control y experimental manifiestan que es necesario observar y dialogar con profesionales que ejerzan la carrera de la opción que estén interesados, en ilustrarlas para poder adquirir conocimiento sobre las profesiones y no equivocarse en el momento de decidir su futuro.
- f) El 99% de ambos grupos: control y experimental opinan, que el programa High School les beneficiaría o favorecería para lograr su desarrollo personal y para adquirir habilidades emprendedoras mediante los cursos, que comprenden el plan de estudios.

El programa High School mejora significativamente, la orientación vocacional de los estudiantes de quinto grado de secundaria de la institución educativa, El Triunfo y se manifiesta en que los alumnos, después de vivenciar su experiencia junto a diferentes profesionales, toman una acertada decisión acerca de sus estudios superiores, desempeñándose eficientemente, en la Universidades e Institutos; evidenciándose su liderazgo en el concurso macro regional de experiencias educativas innovadoras, organizado por FONDEP en la Ciudad de Chiclayo.

**El programa High School influye significativamente** en el Desarrollo Personal y la adquisición de Autonomía de los estudiantes de quinto grado de secundaria de la institución Educativa, El Triunfo.

❖ México, feria universitaria de profesiones: (Universidad Autónoma de Yucatán 2015)

-Se realizará en Tizimín, y en Mérida en el Centro de Convenciones Siglo XXI.

-En Mérida participarán 41 instituciones públicas y privadas que informarán acerca de 100 licenciaturas.

Mérida, Yucatán, Autoridades de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY) dieron a conocer esta mañana la realización de la Feria Universitaria de Profesiones 2015, que por segundo año consecutivo contará con la participación de 41 instituciones de Educación Superior Públicas y Privadas, con la asistencia de unos 30,000 estudiantes del nivel medio superior de todo el Estado.

En conferencia de prensa, Carlos Alberto Estrada Pinto, Director General de Desarrollo Académico de la UADY, subrayó que **el propósito de la Feria Universitaria**, con más de

dos décadas de historia, **consiste en la promoción y difusión de la oferta académica** estimada en poco más de 100 programas de licenciatura.

“Brindar información pertinente y actualizada a los estudiantes de bachillerato para ayudarlos a tomar la mejor decisión acerca de su futuro profesional es la prioridad del evento”, subrayó el funcionario de la universidad quien recordó que en el Estado: “hay una muy amplia oferta de carreras, tanto en la UADY, como en otras instituciones públicas y privadas que hace compleja, la decisión de los jóvenes”.

Estrada Pinto explicó también que con la Feria Universitaria de Profesiones 2015, se reúne en un solo espacio, el Centro de Convenciones Siglo XXI, “Toda la oferta educativa local, para que los estudiantes tengan una visión completa del abanico de opciones; que incluye carreras nuevas y emergentes, muy diferentes a las tradicionales y que representan un futuro importante para la juventud que vive en la entidad”.

A su vez Vanessa Patrón Guillermo, Coordinadora General del Sistema de Licenciatura, detalló que: “Antes de llevarse a cabo en esta ciudad la feria se realizará en la Unidad Multidisciplinaria Tizimín de la UADY; en esta dependencia sólo se difundirá la oferta de 45 programas de la UADY y será posteriormente, cuando el evento se lleve a cabo en esta ciudad; específicamente en el Centro de Convenciones Siglo XXI”.

“En este recinto ubicado al norte de Mérida, la Feria Universitaria presentará la oferta educativa de las 41 instituciones además de la UADY mediante módulos instalados especialmente, para brindar información de los programas y otros más, relativos al proceso de ingreso a las licenciaturas, revalidación de estudios, programas de becas y servicios como los del Centro Institucional de Lenguas (CIL)”. La coordinadora comentó además que: “Habrá un área específica, para que los jóvenes respondan una prueba vocacional y un centenar de pláticas que se referirán a las características y objetivos de cada programa y su relación con el ámbito laboral”.

Díaz Barahona precisó, que de las 41 instituciones educativas invitadas; 30 son particulares y 11 públicas, destacando la colaboración de la Secretaría de Educación del Estado para convocar a los jóvenes, que viven en el interior del Estado. Asimismo, señaló que este año se contempla también la participación de centros de asesorías, de intercambio y material didáctico.

A su vez, Herrera Correa, titular de la Escuela Preparatoria Uno, recordó el valioso trabajo de los orientadores vocacionales, para la adecuada decisión de los estudiantes: “En gran parte, el éxito o fracaso del profesionista depende de esta decisión”, apuntó e instó a los orientadores, para alentar y organizar la asistencia de los estudiantes a la feria.

Cortés Navarrete, Directora Electa de la Preparatoria Dos, dijo que: En el Estado, la matrícula de Educación Media Superior es de alrededor de 30,000 estudiantes: “Para los jóvenes éste será un momento muy importante, ya que, en un solo espacio; tendrán acceso a la información de cada profesión”.

Finalmente, Contreras Gil, Coordinador de la UABIC, se refirió al involucramiento de los padres de familia, para guiar y acompañar a sus hijos en la toma de decisiones: “Por este motivo durante los tres días de la feria se impartirán pláticas, para que los padres sepan con mayor detalle, qué harán sus hijos cuando egresen de la carrera que elegirán” y concluyó que “Los papás tendrán información, que sin duda los ayudará a orientar a sus hijos en la decisión; que tal vez es la más importante de sus vidas”

❖ España, Feria de Madrid 2018 (IFEMA):

AULA, Salón Internacional del Estudiante y de la Oferta Educativa, se ha reunido recientemente con las Universidades de Madrid, para ver el modo de mejorar la información y servicio, que ofrecerán en la próxima edición del certamen, que cumple su vigésimo quinta edición, a través de una intensa agenda de actividades dinámicas, culturales y educativas, dirigidas a estudiantes y familias. La práctica totalidad de los centros universitarios madrileños suelen participar en un Salón, que es el más completo de España, para toda la comunidad educativa.

La próxima cita será, organizada por IFEMA, en la FERIA DE MADRID. Algunas de estas universidades estarán presentes, además, en el FORO DE POSTGRADO, 8º Salón Internacional de la Educación de Tercer Ciclo y Formación Continua, para presentar su programación en estudios de tercer ciclo, formación continua y cursos de capacitación profesional. Ambos salones, organizados por IFEMA, se celebran conjuntamente con RECURSOS PARA LA EDUCACIÓN – INTERDIDAC y Expoelearning, con su el XVI Congreso Internacional, en el marco de la tercera SEMANA DE LA EDUCACIÓN. La

formación en emprendimiento y la especialmente dirigida al profesorado, son otras áreas en las que las universidades madrileñas, públicas y privadas, han indicado que van a presentar interesantes propuestas.

El Salón Internacional de Posgrado y de la formación Continua, acogerá una renovada muestra de formación dirigidas a estudiantes y personas interesadas en completar su formación académica, científica o técnica, mejorar su cualificación profesional, reorientar su carrera, incorporarse al mercado laboral.

Los talleres y cursos que se ofrecerán, ayudarán a que puedan mejorar sus estrategias y habilidades para el acceso, permanencia y reorientación en el mercado laboral, lo que sin duda contribuye a la proyección personal.

La formación continua responde a una demanda social de actualización del conocimiento, es una exigencia del mercado laboral y un elemento importante de satisfacción personal, que permite el desarrollo de competencias personales y profesionales.

Las universidades, junto a sus enseñanzas oficiales y titulaciones propias, ofrecen cursos de Formación Continua asegurando altos estándares de calidad en sus contenidos e impartición, adecuación al mercado y flexibilidad en los formatos.

La oferta de estudios universitarios, de primer, segundo y tercer ciclo se incluirá en la nueva edición de la Guía: “Estudiar en la Universidad Española”, que tuvo muy buena acogida en la anterior convocatoria de 2016 y que será objeto, por parte del Salón, de una amplia difusión, especialmente, en Iberoamérica. Dicho documento se ha revelado como una útil herramienta a la hora de orientar a los estudiantes de cara a su especialización.

Precisamente, **la orientación es una de las señas de identidad de la Feria** y que más valor añadido aportan, por lo que las universidades, vuelven a centrar sus esfuerzos en la preparación del personal que atiende sus stands, para que puedan proporcionar esa **función orientadora, tan importante.**

## 2.2. Teorías:

❖ Teoría de Donald Súper (1953) (Díaz, F. 2010)

Afirma que: Para poder ayudar a una persona en el momento de su elección vocacional, **es necesario, conocer su ciclo vital.** Desde su infancia, cada sujeto comienza un período

de auto diferenciación progresiva, de lo cual se originará la formulación de su propio autoconcepto. En la adolescencia, el autoconcepto se va concretando; por eso el joven se va inclinando más hacia unas actividades, que a otras; cuando llega el momento de la elección, el joven escogerá aquella carrera u ocupación que le permita explotar sus potencialidades y hacer realidad, lo que piensa de sí mismo. A todo este proceso, Súper lo llama Proceso del Desarrollo Vocacional o Desarrollo del Concepto de sí mismo.

Este autor plantea cuatro etapas en este desarrollo vocacional: La primera es la de Crecimiento y comprende desde el nacimiento hasta los 14 años. En esta etapa, el niño crece en los ambientes: escuela, hogar, vecinos y adquiere, a lo largo de ella, ciertas habilidades, intereses y valores que lo van configurando, y básicamente lo aprende, por los procesos de modelado e identificación.

La segunda etapa planteada por Súper (1953), es la Exploración, que va desde los 15 a los 24 años y dentro de la cual, ocurre el momento de la elección vocacional. Esta etapa se caracteriza, por una profunda introspección, la confirmación y confrontación de lo descubierto en la etapa anterior, con la realidad y la definición de una elección de carrera. A su vez, se subdivide en tres períodos que son:

a) Tentativo: Comprende de los 15 a los 17 años. Podría decirse que este es un período de integración de los aspectos antes descubiertos como: Las habilidades, ocupacionales, valores, intereses. Esta integración progresiva en confrontación con la realidad va a generar una conducta nueva, depurada de lo que pensaba, que eran sus capacidades o habilidades y ahora no lo son. La reflexión, en esta fase, constituye el elemento clave que da origen a un autoconcepto más real.

Para que sean reales, las percepciones que el joven tiene acerca de sí mismo, es necesario que sean confirmadas o puestas a pruebas, mediante la ejecución breve de una ocupación u oficio de manera imaginaria o real, buscando así una experiencia revitalizante, indicadora de confirmación del autoconcepto. El período tentativo culmina pues, con la escogencia primera, de dos o más carreras u ocupaciones, que se irán reafirmando en las etapas posteriores.

b) Transición: Comprende de los 18 a los 21 años de edad. Aquí se establece un momento de cambio del sistema escolar, pues el joven entra a la universidad, asumiendo la adultez joven y dejando atrás la adolescencia.

c) Ensayo: Comprende de los 22 a los 24 años, en la cual el joven comienza a pensar en su trabajo, y a realizar sus primeros intentos de empleo proveniente de su grado superior.

La tercera etapa del Desarrollo Vocacional es el Establecimiento, comprende desde los 25 a los 44 años, aquí la persona busca estabilizarse, mantiene su empleo y requiere realizarse en varios aspectos de su vida a la vez.

Por último, tenemos la cuarta etapa de Declinación, que comienza a partir de los 65 años, aquí las condiciones físicas e intelectuales empiezan a decaer en la persona. Surgen nuevos roles, muchos se jubilan y se dedican a otras cosas y hay una vuelta a la familia y al hogar. Para muchos esta etapa suele ser dura, porque no aceptan el desarrollo natural de su existencia.

❖ El enfoque de activación del desarrollo vocacional y personal de Dennis Pelletier (Álvarez, O. 2005)

Supuestos básicos:

1. Sistema instrumental operativo, para guiar intencionalmente el desarrollo vocacional de los jóvenes conforme a las **tareas evolutivas**.
2. La intervención se aplica en el ámbito escolar y a los sujetos, que se encuentran en la adolescencia y principio de la adultez.
3. En el desarrollo vocacional, se encuentran elementos cognitivos y afectivos.
4. Las tareas de desarrollo vocacional son: la exploración –la cristalización–, la especificación y la realización.
5. Los principios que sostiene el modelo activación del desarrollo vocacional y personal son:
  1. Las experiencias deben vivirse, es decir, vivenciarse.
  2. Deben ser tratadas cognitiva y procesualmente.
  3. Las experiencias deben integrarse lógica y psicológicamente.

#### Tareas del Proceso Evolutivo Vocacional:

1. Tarea de Exploración: Consiste en actividades mentales y físicas planificadas, para lograr información sobre sí mismo y sobre el entorno, para fundamentar una ulterior decisión. Es muy importante, que el sujeto logre percibir la existencia de un problema de índole vocacional y que ha de resolverlo. Asimismo, es procedente que el sujeto, dado su etapa de desarrollo, identifique varios papeles ocupacionales.
2. Tareas de Cristalización: Conformadas por actividades planteadas, para lograr la clarificación, la comparación y la síntesis de la información obtenida con la exploración. Debe lograrse mediante estas tareas: coherencia, organización y estructuración de la información.
3. Tareas de Especificación: Son acciones encaminadas a lograr, que las preferencias vocacionales concluyan en una elección vocacional específica en función de elementos internos del sujeto referidos a necesidades y valores. Estas tareas se basan en asumir un modelo de toma de decisiones.
4. Tareas de Realización: Representan las tareas encaminadas a incentivar en los alumnos la responsabilidad de hacer un plan de acción en función de la decisión vocacional asumida y ponerlo en práctica. Estas tareas deben generar autonomía y previsión de posibles dificultades. Se pone en práctica procesos de confrontación, actualización de sí mismo, lógica decisoria, pensamiento creador y evaluador.

En síntesis, podemos decir, que la orientación profesional en su devenir histórico ha presentado un constante proceso de elaboración en sus concepciones del hombre, de la sociedad y de la educación. Como factor innovador ha venido incidiendo en la humanización y personalización del proceso educativo.

Observamos también que, de una Orientación Profesional remedial, coyuntural, directiva, individual, curativa, se ha transcendido a una Orientación de Desarrollo, de Acompañamiento, de Colaboración y seguimiento del Proceso de Desarrollo Vocacional de los sujetos, preventiva. Básicamente se plantea hoy la asistencia psicopedagógica dirigida a la diversidad y la multi culturalización, quizás, como una vía hacia el desvanecimiento de las fronteras multiculturales y como herramienta de innovación del mundo globalizado.

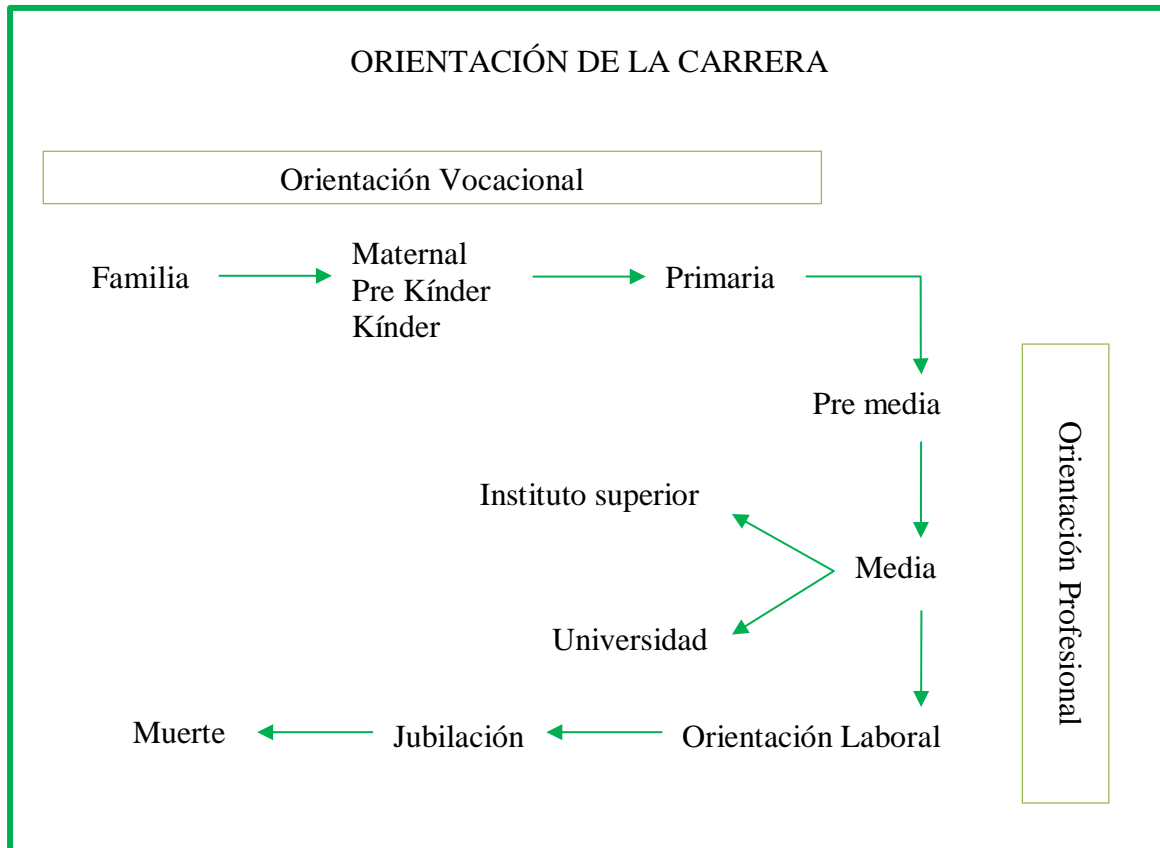
También debe señalar, a manera de síntesis, que, en orientación vocacional, los orientadores deben manejar, los diferentes planteamientos teóricos y seleccionar aquel o aquellos que mejor expliquen su intervención, y construir el saber desde la misma práctica cotidiana. Además, la adopción de un modelo ecléctico basado en una variedad de estrategias y técnicas congruentes con unos principios teóricos fijados con antelación, resulta también razonable a la hora de fundamentar una intervención de orientación vocacional.

En la actualidad, los enfoques de desarrollo vocacional han progresado hacia:

1. La multi dimensionalidad de la elección vocacional, donde los determinantes personales y situacionales interactúan y son imprescindibles en la asesoría psicopedagógica.
2. El desarrollo vocacional es el objeto de estudio. Se entiende ahora que la orientación vocacional es un proceso introducido en el entramado curricular.
3. El orientador es visto como un profesional de ayuda y de consulta en la identificación de las necesidades y la consecución de los proyectos de vida.
4. Desde el ámbito de la intervención, la orientación vocacional se abre a la sociedad, a lo largo de toda la vida del individuo e interviene en los contextos organizacionales.
5. En el ámbito educativo, se entiende a la orientación vocacional, como un elemento innovador en procura de la calidad educativa.

Cuadro 1

## Orientación de la carrera



Adaptado de Pelletier, Denis.

### 2.3. Aspectos conceptuales

❖ Concepto de Feria de Universidades (Feria Vocacional UCR, 2015):

Es una actividad que apoya a los jóvenes en su proceso de elección de carrera y se constituye como un mecanismo de proyección de las universidades a la comunidad. Tiene como objetivo esencial informar a los estudiantes acerca de las opciones de estudio que ofrecen, en temas como: habilidades y características personales, perfil profesional, mercado laboral, proyección de la carrera, posgrados y plan de estudio, entre otros.

Se enmarca como una actividad con fines de orientación vocacional: su interés radica en que las personas visitantes se informen acerca de las carreras de manera objetiva, oportuna y mediante contacto directo con informantes idóneos y que esta información les apoye en la toma de decisión vocacional.

Es un encuentro con las carreras que ofrecen las diferentes Universidades. Por tal razón, se instalan puestos informativos, atendidos por profesores y estudiantes avanzados en las carreras. Ofreciéndosele: exposiciones, atención de consultas, demostraciones, entrega de material y simulaciones.

También están presentes agencias que financian la continuación de estudios superiores a través de préstamos y becas; organizaciones privadas y estatales divulgando, los proyectos de desarrollo y el tipo de profesional que han de requerir.

Una de sus principales características es la de visitar stands, otorgamiento de becas, conferencias y mesas de especialistas.

❖ **Objetivos de las Ferias de Universidades. (Feria Universitaria Contacto, 2012):**

1. Permití que los estudiantes conozcan las diferentes culturas de las universidades y sus países y les permitirá interactuar entre ellos sobre la actualidad académica.
2. Desarrolla exposiciones y conferencias presentadas por profesionales de distintas ramas, los que transmitirán a los jóvenes, sus experiencias acerca de cómo logró superarse mediante la educación y convertirse en actores de cambio social.
3. Expone información sobre las distintas carreras que ofrecen las organizaciones participantes y las posibilidades, que tienen estas carreras en el campo laboral, de tal manera, que contribuye a que los estudiantes elijan de manera responsable y madura su futuro profesional, y que esa elección responda a sus aptitudes, intereses, exigencias y demandas del mercado de trabajo.
4. Proporciona que los asistentes tengan la oportunidad de conocer la oferta y las mejores herramientas, para una mejor toma de decisiones, al momento de la elección de su carrera; que las universidades invitadas les ofrecen. Así mismo recibirán los elementos valiosos que les permitirán elegir correctamente su vocación.
5. Ofrece información de calidad, adecuada a los destinatarios.
6. Motiva la búsqueda activa de la información y procura diversas instancias, que permitan un verdadero diálogo esclarecedor de las características de la educación universitaria en general y de las diversas carreras, en particular.

7. Promueve intercambios que permitan acceder a una información, que contemple el ejercicio profesional de la carrera.

Cuadro 2

## Diferencias entre las Ferias Universitarias

<b>Feria Universitaria Institucional</b> (Centros de Educación Media con 12°)	<b>Feria Universitaria Provincial</b> IFARHU (Edúcate)
Participan un aproximado de 12 a 30 universidades.	Participan 160 universidades y Centros de Enseñanza Superior a nivel nacional, estatal, particular e internacional.
Ofertan estudios de licenciatura.	Ofertan estudios como: cursos, licenciaturas, postgrados, maestrías, doctorados e internacionales.
Asisten los estamentos de seguridad que tienen ofertas educativas.	Asisten todos los estamentos de seguridad del Estado que tengan ofertas educativas.
No participan instituciones que ofrezcan intercambio escolar.	Participan instituciones que ofrecen intercambio escolar.
Se cuenta con poco espacio para desarrollar esta actividad.	Cuenta con el Centro de Convenciones ATLAPA, para llevar a cabo esta actividad..
Es organizado sin presupuesto.	Es organizado con un presupuesto.
Dura de tres a cuatro horas la feria.	Dura tres días la feria.
No cuenta con exposiciones y conferencias.	Cuenta con exposiciones y conferencias.
Asisten un promedio de 200 estudiantes.	Asisten más de 22,000 estudiantes.
La mayoría de las escuelas organizan las Ferias de Universidades.	Se les invita a todas las escuelas de nivel medio por región provincial.
Participan más universidades que instituciones gubernamentales.	Participan universidades y entidades gubernamentales.

❖ Estrategia orientadora:

Son estructuras asimiladoras que el sujeto construye a lo largo de su vida (Tintaya, 2008).

❖ Orientación Vocacional. (Rojas, F. 2010):

Es la inclinación a tendencias en las que nuestras propias actividades y actitudes, aparecen como eficazmente dominadas, por la conciencia no sólo de la posibilidad, sino de la convivencia y aún de la necesidad de realizar un cometido determinado.

La vocación es el llamado de la naturaleza original del hombre hacia una actividad particular, es la voz de la aptitud preferente, basada en los instintos y capacidades, que impulsan a aceptarse en una actividad determinada de preferencia con los demás y esta actividad especial, sea manual o mental tan a tono con los impulsos de nuestro ser.

Lo vocacional se refiere a aquellas tendencias que trae la persona al nacer, aspecto muy suyo, profundamente relacionado con las actividades principales en el pasado de la familia, que se transmiten en generaciones. Es a su vez, un potencial que todos tenemos y que se manifiestan en conductas de interés; la parte vocacional es una fuente enorme de posibilidades que tenemos las personas. Se trata de algo auténtico del individuo y de las actividades interesantes y satisfactorias de sus progenitores antepasados.

❖ Orientación Profesional (Rojas, F. 2010):

Es concebida como un proceso educativo que implica el aprendizaje de un saber. Un saber-hacer y un saber-ser. Es la ayuda en la elección de una profesión; un proceso que se basa en el conocimiento del sujeto y de su entorno. Conjunto de técnicas o prácticas destinadas al esclarecimiento de la problemática de la elección de carrera, que puede ser trabajado desde distintos enfoques o teorías.

Otra conceptualización está destinada a conseguir, que cada sujeto se dedique al tipo de trabajo; en el que con menos esfuerzo pueda obtener mayor rendimiento y satisfacción para sí y para la sociedad. La orientación profesional debe posibilitar un marco de ayuda y opción, para que los estudiantes realicen tomas de decisiones realistas, eficaces y autónomas. Es concebida como un proceso educativo que implica el aprendizaje de un saber, un saber-hacer y un saber-ser. Es la ayuda en la elección de una profesión, un proceso que se basa en el conocimiento del sujeto y de su entorno. Conjunto de técnicas o prácticas, destinadas al esclarecimiento de la problemática de la elección de carrera; que puede ser trabajada desde distintos enfoques o teorías.

Otra conceptualización está destinada a conseguir, que cada sujeto se dedique al tipo de trabajo, en el que, con menos esfuerzo, pueda obtener mayor rendimiento y satisfacción, para sí y para la sociedad. La orientación profesional debe posibilitar un marco de ayuda y opción, para que los estudiantes realicen tomas de decisiones realistas, eficaces y autónomas.

❖ Elección de Carrera Universitaria:

Es un proceso que implica conocerte a ti mismo. En la medida en que te conozcas, será más fácil saber qué quieres, qué persigues en tu vida profesional, adonde quieres llegar y por lo tanto, será más fácil tomar la decisión. Se deben estudiar los perfiles de las carreras, anotando, todo lo que sea importante, significativo, confuso, incomprensible, positivo, negativo, etc. Deben seleccionar dos o tres carreras y conseguir los planes de estudio de las mismas, también la descripción del contenido de los cursos o materias que las integran, a fin de determinar, la formación profesional que ofrecen. (Montero, E. 2011)

Para elegir una carrera está implicada la reflexión de los gustos, intereses, necesidades, aspiraciones, limitaciones, información sobre las carreras, sus objetivos, planes de estudio y campo ocupacional. Asistir a paneles, apersonarse a la facultad de su preferencia, empresas y dialogar con los padres, consejeros escolares, orientadores y estudiantes universitarios. (Rojas, F. 2010).

❖ Mercado Laboral (Quispeccopa, K.):

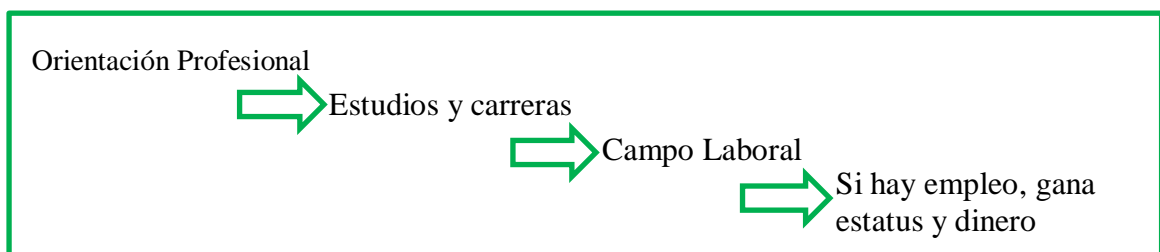
Se define al mercado en donde confluyen la demanda y la oferta de trabajo. El mercado de trabajo, se relaciona con la libertad de los trabajadores y la necesidad de garantizar, la misma. En ese sentido, el mercado de trabajo suele estar influido y regulado por el Estado a través, del derecho laboral y por una modalidad especial de contratos; los convenios colectivos de trabajo.

Hay que reconocer, que existe demanda para casi todas las profesiones, pero no para todos los profesionales. Y el más importante, es conocer cuáles son las exigencias que las empresas determinan, para los puestos de trabajo, que ofrecen.

El mercado de trabajo es el entorno económico, en el cual, concurren la oferta, formada por el número de horas que quiere trabajar, la población en actividades remuneradas y la demanda, constituida, por las oportunidades de empleo. El estudio del mercado laboral es el instrumento, que contribuirá al conocimiento del mismo.

Cuadro 3.

Concepto de Orientación Profesional



❖ Puestos informativos:

Los puestos informativos, son como su nombre lo indica, espacios, para la difusión de información al público, sobre un tema que se considera importante. Se pone en funcionamiento en una mesa; afiches, plantas y otros elementos decorativos que llamen la atención de las personas. Estos se utilizan mucho en ferias institucionales o ciudadanas, pero también pueden ser usados en la institución, Colocándose en lugares estratégicos y vistosos, para una población es una meta específica (Poder Judicial, 2018).

❖ Exposiciones:

Es la acción y efecto de exponer algo, para que sea visto, oído y apreciado, por otras personas. La palabra, como tal, proviene del latín *expositio*, *expositiōnis*.

El término, puede hacer referencia a las exhibiciones públicas de cosas u objetos de interés artístico, científico, cultural, arqueológico, histórico, tecnológico, educativo o divulgativo. Por lo general, estas exposiciones se hacen con finalidad cultural o comercial, principalmente, para dar a conocer ciertas cosas a la gente.

Una exposición es también el acto de exponer de manera oral o escrita un tema o asunto, para un auditorio. En este sentido, una exposición puede ser una presentación, una conferencia, una ponencia o un discurso, en el cual, se desarrolla un aspecto específico de un tema para someterlo a la discusión e interpretación del público. (Significados.com. 2016)

❖ Conferencia:

Del latín *conferentia*, es una disertación en público sobre algún tema concreto. Cuando el disertante, es una personalidad famosa o reconocida; se habla de una conferencia magistral. Esto implica que la persona tiene amplios conocimientos y experiencia sobre los temas a tratar. (Pérez, J y Merino, M. 2009)

❖ Test Vocacional:

Ayuda a esclarecer las mejores opciones para tu futuro, basándose en intereses, aptitudes, debilidades, entre otras características personales. El objetivo de esta herramienta es guiar y señalar dónde podrías prosperar profesionalmente. (Universidad Andrés Bello. 2019)

❖ Folleto (Raffino, M. 2019):

Un folleto es un texto impreso en pequeñas hojas de diferentes formas, que sirve como una herramienta publicitaria. Generalmente, son entregados en mano en la vía pública con información de interés, aunque también son utilizados con la misma finalidad, siendo dejados en distintos comercios para que, quien los visite, pueda tomar el folleto que le interese.

Los folletos existen como medio de comunicación, desde que se inventó la imprenta en Europa, en el siglo XVI. No eran como los actuales, ya que esos eran folletos, porque eran la única forma de impresión existente: una carilla con un breve texto.

El folleto más común es aquel de forma rectangular, que tiene dos caras y se entrega en la calle, tienen muchas formas, como los trípticos o dípticos. Los folletos son útiles, para difundir información de todo tipo, no necesariamente son entregados, con el fin, de vender un producto o servicio.

Los diseñadores gráficos o publicistas son quienes de mejor forma podrán diseñar los folletos dado que han estudiado justamente técnicas gráficas; que les permiten que todo se ajuste al tamaño del folleto, a los requisitos del cliente y demás detalles.

En general, la información que se divulga en los folletos no corresponde en temas específicos, sino que, lo que se busca es que el público en general pueda comprender, lo que lee. El texto debe ser conciso y al grano, debe mostrar rápidamente su intención con palabras claves y, de ser posible, complementar, la información con imágenes.

❖ Atención Individual (Villanueva, L. 2019):

Es una atención personalizada en sesiones, en las cuales el orientador educativo te ayuda en la identificación y análisis de alternativas y toma de decisiones, para la solución de problemas, que afecten de alguna forma tu desarrollo personal, académico, vocacional, profesional y ocupacional.

Es un proceso de ayuda que brindan los orientadores educativos y profesionales, a través del cual, la persona conoce aspectos sobre Sí misma. Mejora sus relaciones interpersonales aprenden comportamientos y estrategias que preparan su desarrollo personal, académico y profesional, mediante la elaboración de tu proyecto de vida y la toma de decisiones.

Objetivo: Ayuda a la formación integral de los alumnos desde su ingreso a la universidad hasta el egreso, mediante acciones encaminadas a su desarrollo personal, académico y profesional; con el propósito de facilitar su integración al mercado laboral.

**TERCER CAPÍTULO**  
**MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. Tipo de investigación**

La presente investigación será cuantitativa, según la autora Gólcher, I. 2003. *“La misma es de naturaleza numérica, se refiere a prioridades o características que poseen los sujetos u objetivos estudiados”*. Esta investigación, según la misma autora, se realiza con *“fines utilitarios, para resolver problemas específicos, tomar decisiones administrativas, evaluar el impacto de programas, mejorar productos o procesos, etc. Todo ello, mediante el estudio y aplicación de conocimientos teóricos”*. Nos dice que: *“La investigación descriptiva, pues posibilita conocer, medir, especificar las propiedades significativas de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis; establece las características demográficas, de las unidades investigadas”*.

### **3.2. Población y muestra:**

#### **3.2.1. Población**

La población total de orientadores a Nivel Nacional es de 600, otra población de estudio fueron Estudiantes de primer año de la Universidad de las Facultades de Humanidades y Ciencias de la Educación y estudiantes de duodécimo grado de las Regiones Educativas de Panamá Centro y Panamá Oeste.

#### **3.2.2. Muestra**

Se confecciona una muestra probabilística de 35; 100 estudiantes de primer año de la universidad y 100 estudiantes de duodécimo grado.

### **3.3. Instrumentos de recolección de datos:**

Para esta investigación se aplicaron cuestionarios de la siguiente manera:

- 35 para profesores de Orientación, con 10 preguntas a responder.
- 100 estudiantes de primer año de la universidad, 7 preguntas.
- 100 estudiantes de duodécimo grado, 12 preguntas.

Esto abarca los elementos, que queremos saber para comprender si podemos ver la Feria de Universidades, como una estrategia orientadora.

### 3.4. Cronograma

Cuadro 4

Actividades durante la tesis de los años 2017, 2018 y 2019.

2017	
Fase	Actividades
Uno	Selección del tema. Búsqueda de contenido. Estructura del anteproyecto. Exposición del tema a investigar.
Dos	Reestructuración del trabajo de investigación. Completar cuadro de los talleres. Construcción de los instrumentos de evaluación. Aplicación para validar instrumentos de investigación. Sustentación del trabajo de investigación. Revisión y arreglos del trabajo final.
Tres	Seminario de estadística.
2018	
Cuatro	Revisión del primer capítulo. Revisión del segundo y tercer capítulo. Revisión del cuarto capítulo y cuestionarios. Revisiones del borrador de tesis.
Cinco	Lista de instituciones. Lista de responsables. Aplicación de cuestionarios. Tabulación de los datos. Elaboración de cuadros.
	2019 Interpretación de los cuadros. Comprobación de la hipótesis. Elaboración del informe final de tesis. Revisión de experto en español y redacción de estilo.
Seis	Preparación y defensa de tesis.
Siete	Sustentación de tesis.
Ocho	Encuadernación.

### 3.5. Presupuesto

Cuadro 5

Presupuesto utilizado en los años 2017, 2018 y 2019 para la investigación

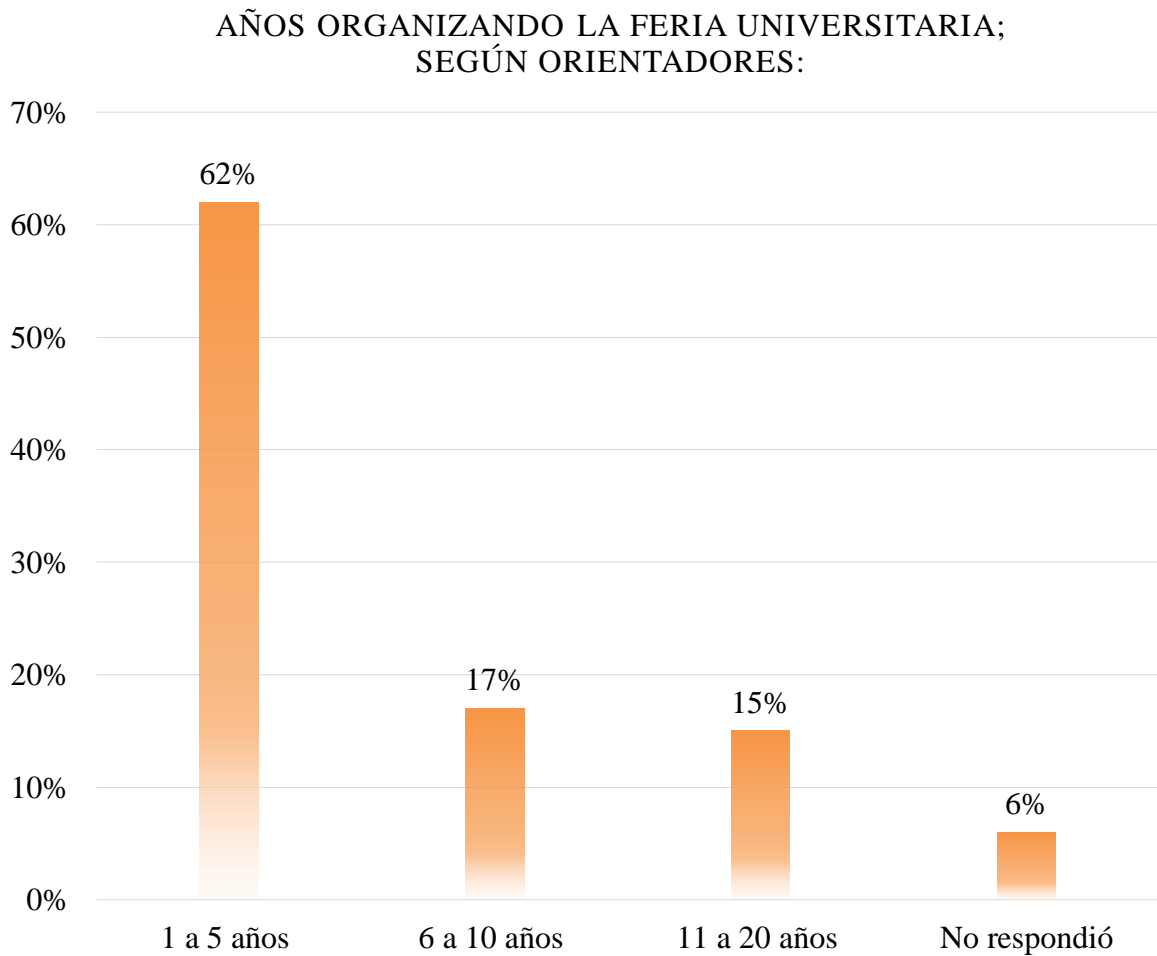
<b>Materiales</b>	<b>Dinero</b>
Fotocopias e impresión	50.00
Papelería y útiles escolares	138.00
Engargolados y CD	24.25
Impresión	190.19
Internet	45.00
<b>Transporte:</b>	
Auto propio	165.00
<b>Otros gastos:</b>	
Alimentación	95.00
Seminario de estadística	100.00
Preparación y defensa de tesis	300.00
<b>Total</b>	<b>1,107.44</b>

**CUARTO CAPÍTULO**  
**RESULTADOS Y ANÁLISIS DE DATOS**

#### 4.1. Presentación de resultados:

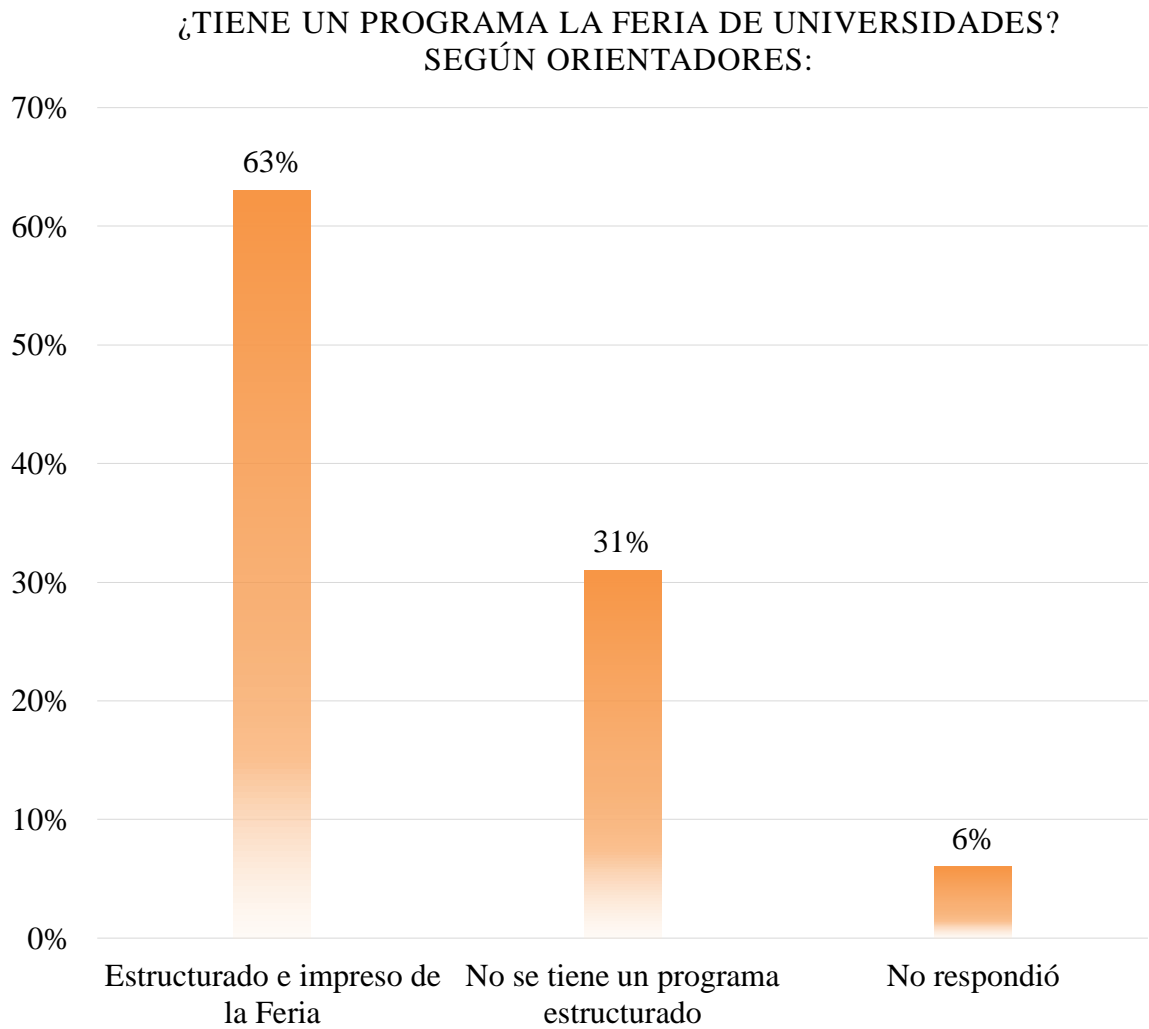
##### 4.1.1. Presentación de resultados de los organizadores de Feria de Universidades:

Figura 1



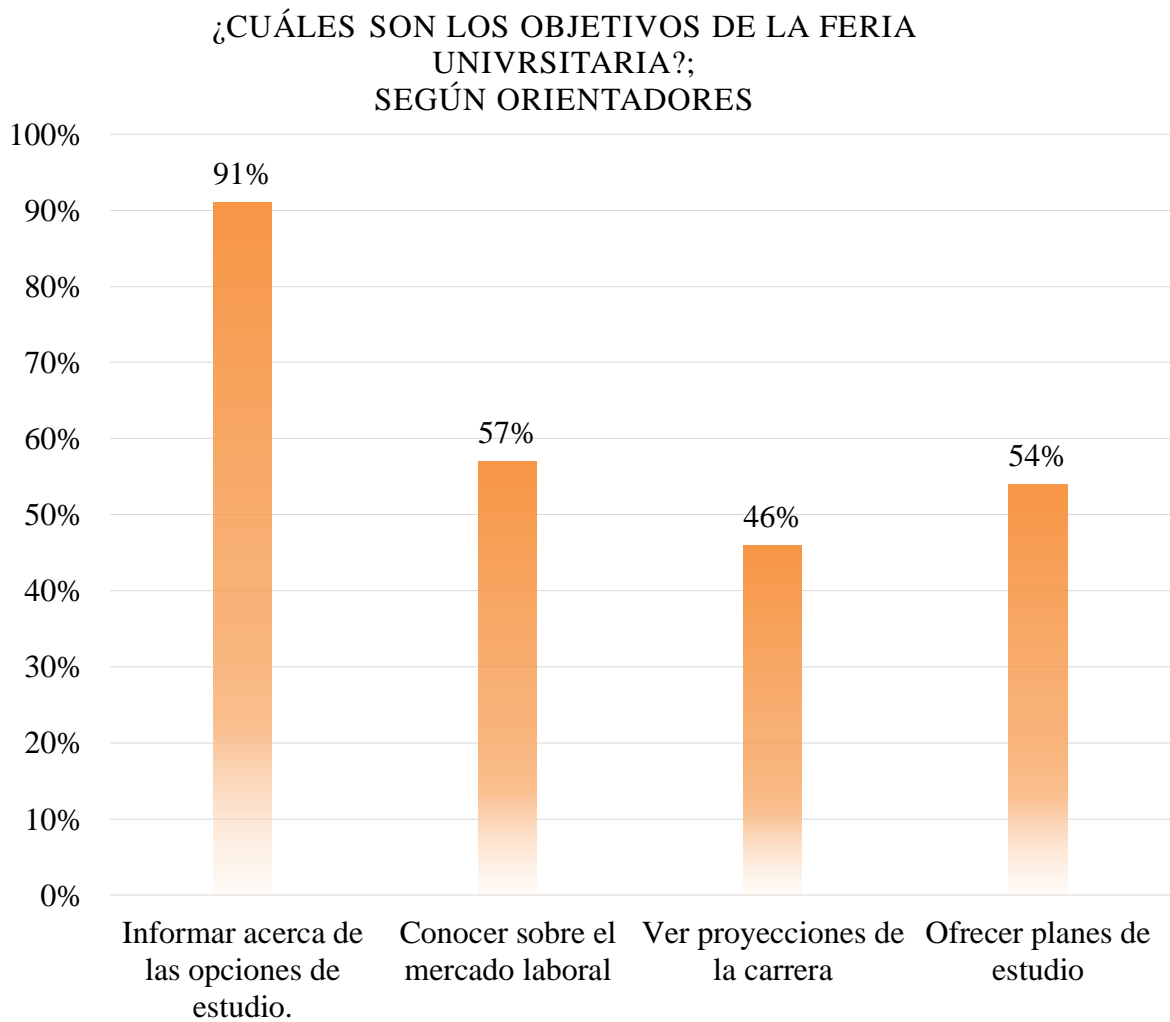
Nota. El 62 % de los Profesores de Orientación organizadores encuestados llevan entre 1 a 5 años organizando la Feria de Universidades; entre 6 a 10 años el 17% llevan organizando Feria, el 15% tiene entre 11 a 20 años organizan Feria y el 6% no respondió.

Figura 2



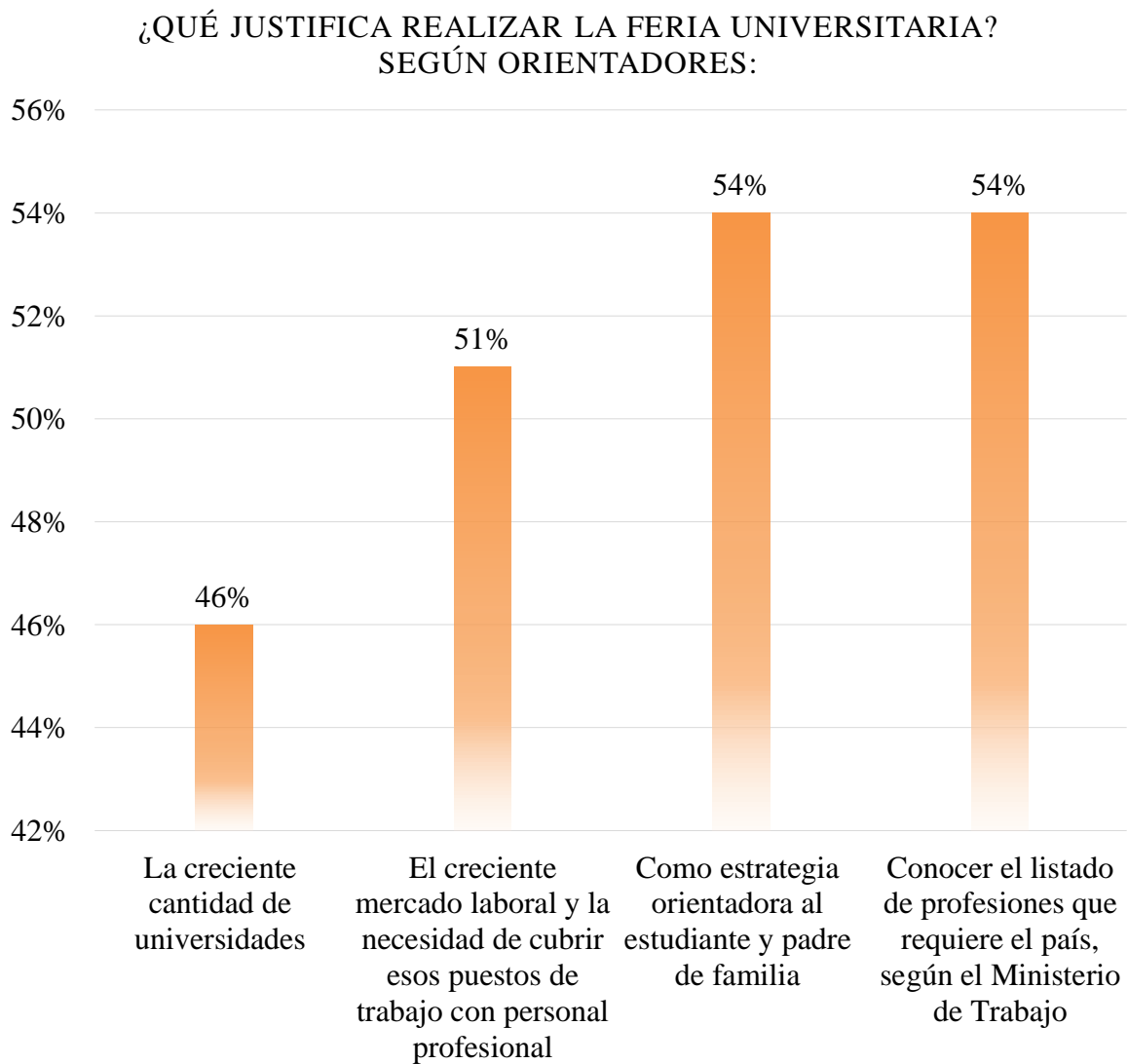
Nota. El 63 % de los Profesores de Orientación, organizadores respondieron, tener un programa estructurado e impreso de la Feria de Universidades; un 31% no se tiene un programa estructurado y no respondió el 6%.

Figura 3



Nota. El 91 % de los Profesores de Orientación, organizadores respondieron, que el objetivo primordial de la Feria de Universidades es informar acerca de las opciones de estudio; en cambio, el 57% de los encuestados la feria le sirvió para conocer sobre el mercado laboral; el 54%, se le ofreció planes de estudios y el 46%, ver una proyección de la carrera que quieren estudiar.

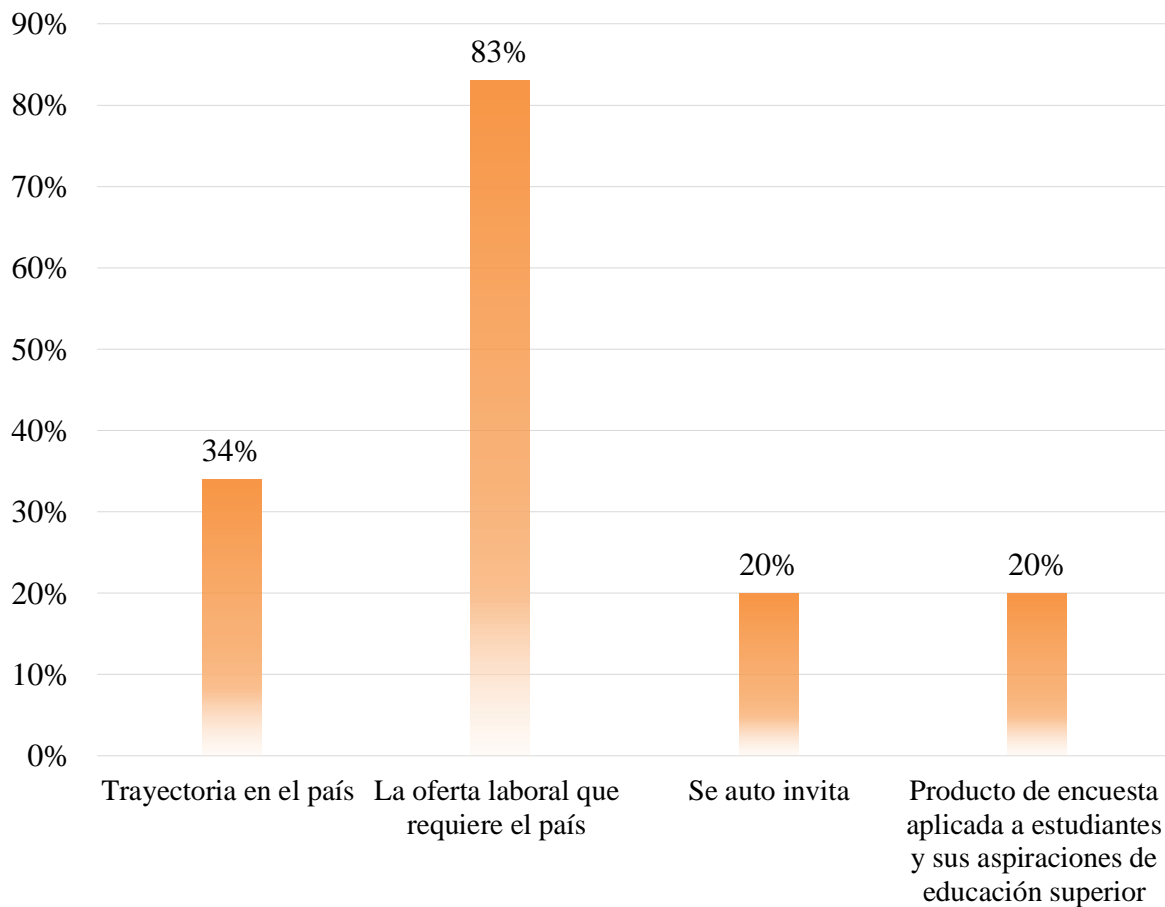
Figura 4



Nota. Para los Profesores de Orientación, organizadores, lo que justifica la realización de las Ferias de Universidades, con un 54 %, son dos opciones: (a) El conocer el listado de profesiones, qué requiere el país según el Ministerio de Trabajo; y (b) como estrategia orientadora al estudiante y padre de familia; el 51% por el creciente mercado laboral y la necesidad de cubrir esos puestos de trabajo con personal profesional y un 46% a la creciente cantidad de universidades.

Figura 5

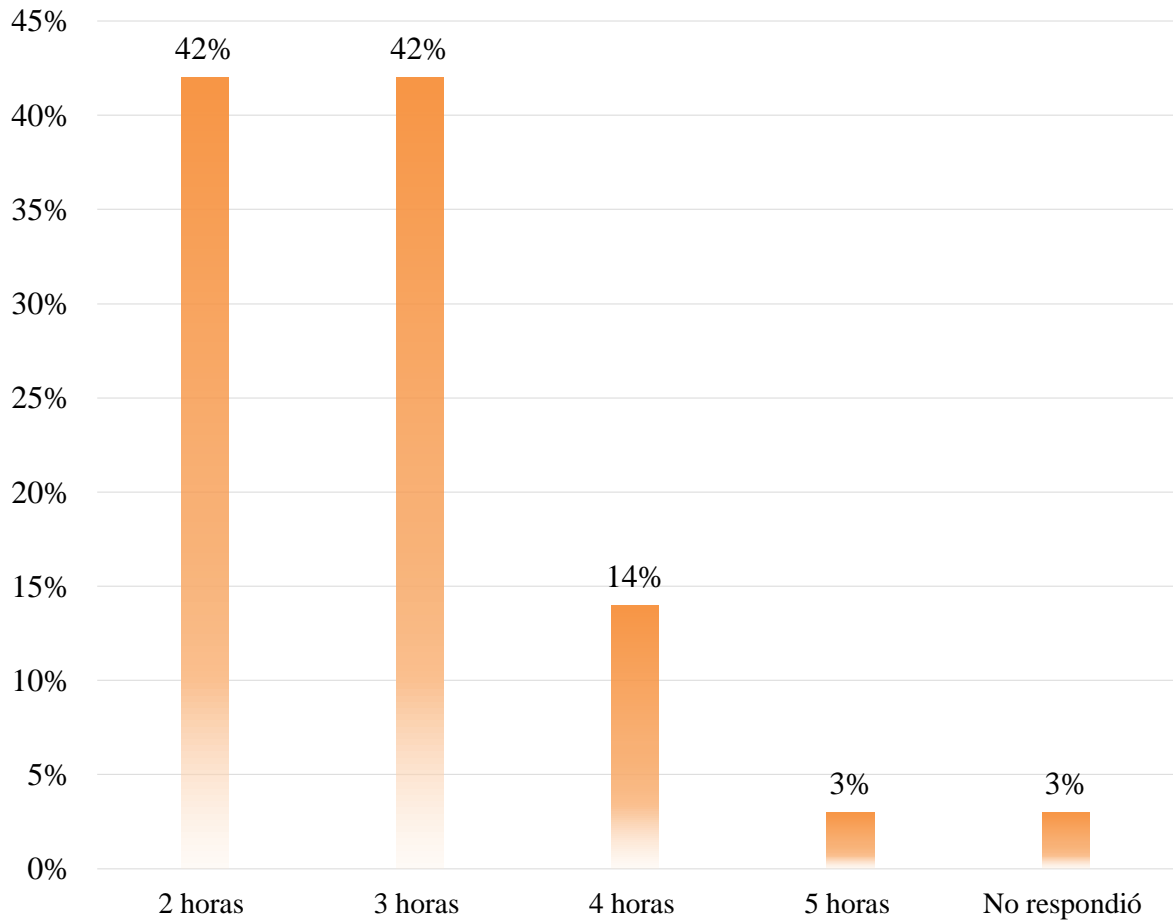
¿QUÉ MOTIVOS TUVO PARA INVITAR A UNA UNIVERSIDAD  
A LA FERIA? SEGÚN ORIENTADORES:



Nota. Para los Profesores de Orientación, organizadores; el motivo para invitar a una Universidad a la Feria de Universidades fue en un 83 %, por la oferta laboral que requiere el país; un 34%, por la trayectoria en el país y el 20% se auto invita, producto de encuesta aplicada a estudiante y sus aspiraciones de Educación Superior.

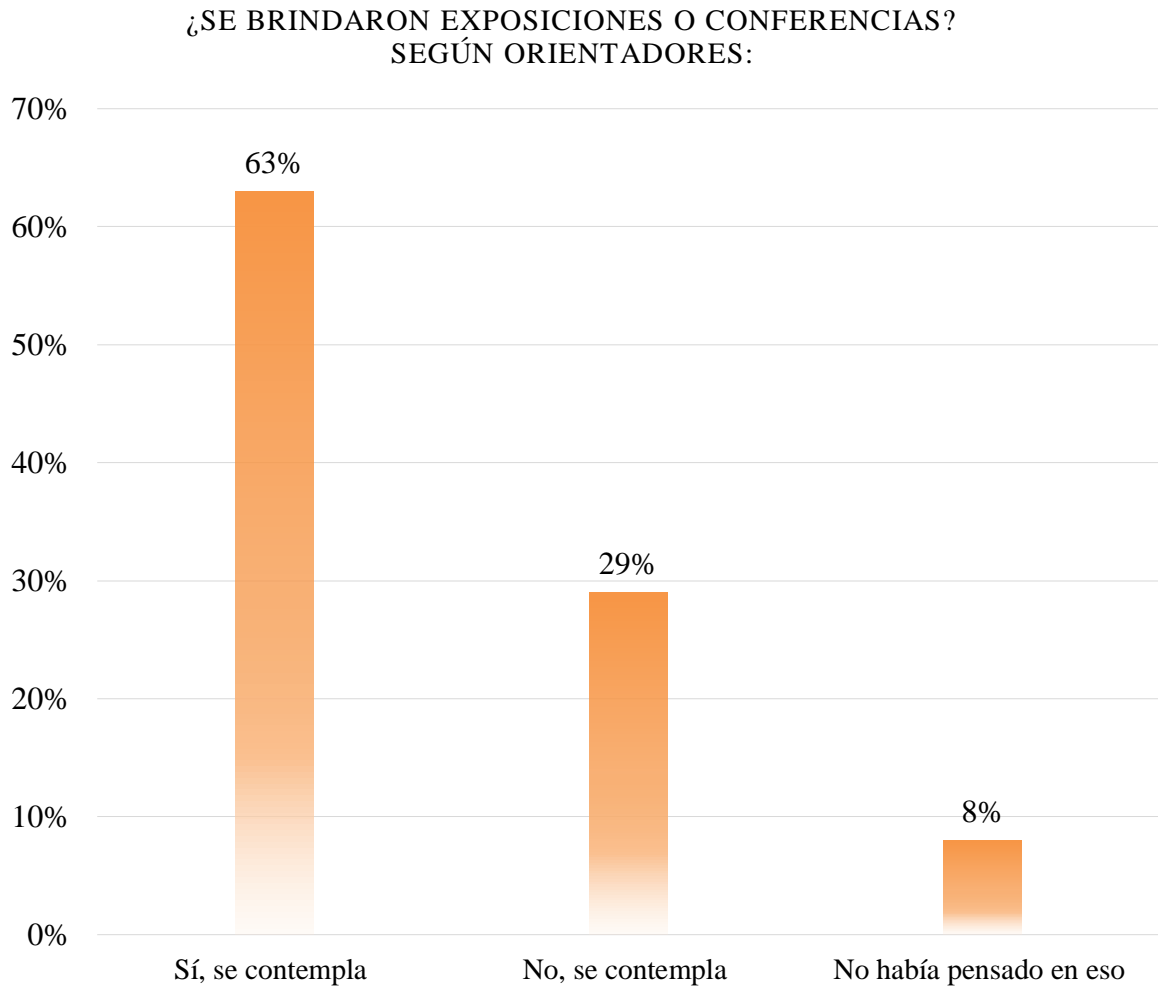
Figura 6

¿CUÁNTO TIEMPO TIENE PROGRAMADO PARA RECORRER LA FERIA? SEGÚN ORIENTADORES:



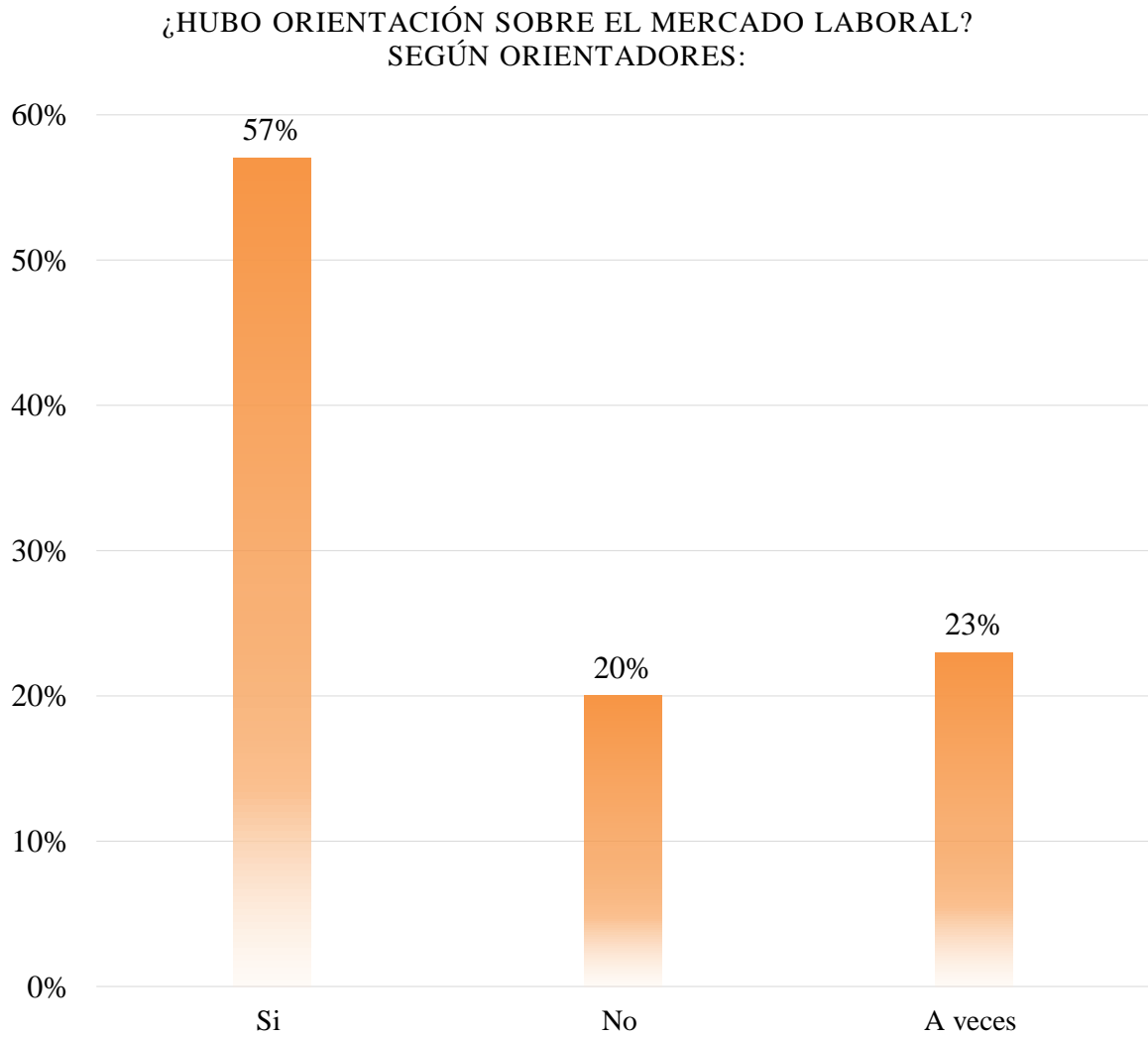
Nota. De acuerdo con un 42 % de los Profesores de Orientación, organizadores; se tiene un tiempo programado de 2 y 3 horas de recorrido de la Feria de Universitaria; el 14% manifiestan necesitar 4 horas y el 3% optaron por 5 horas o no respondió.

Figura 7



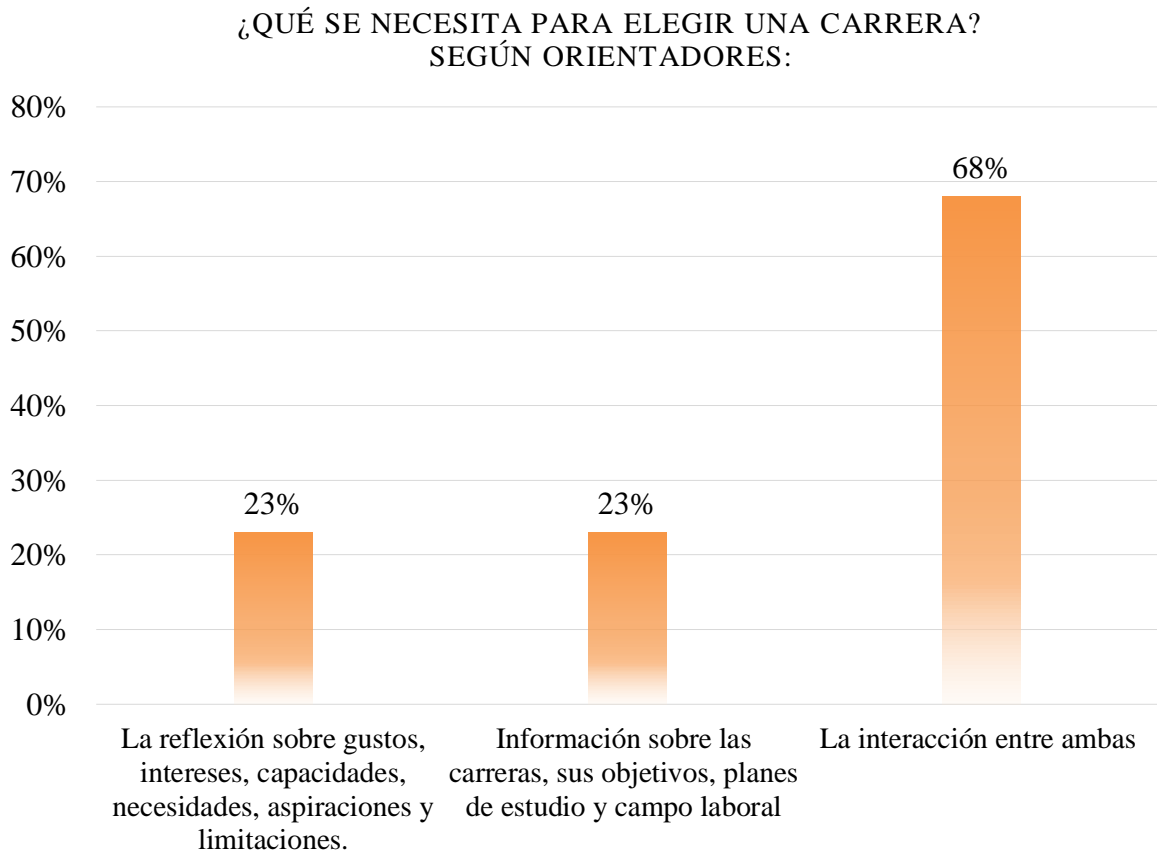
Nota. El 63 % de los Profesores de Orientación, organizadores, sí, contempló brindar exposiciones o conferencias en la Feria de Universidades; un 29% no, se contempla y no había pensado en eso, el 8%.

Figura 8



Nota. Un 57 % de los Profesores de Orientación, organizadores, respondió que hubo orientación del mercado laboral durante la Feria de Universidades; el 23% manifestó, que a veces y el 20% considera, que a veces.

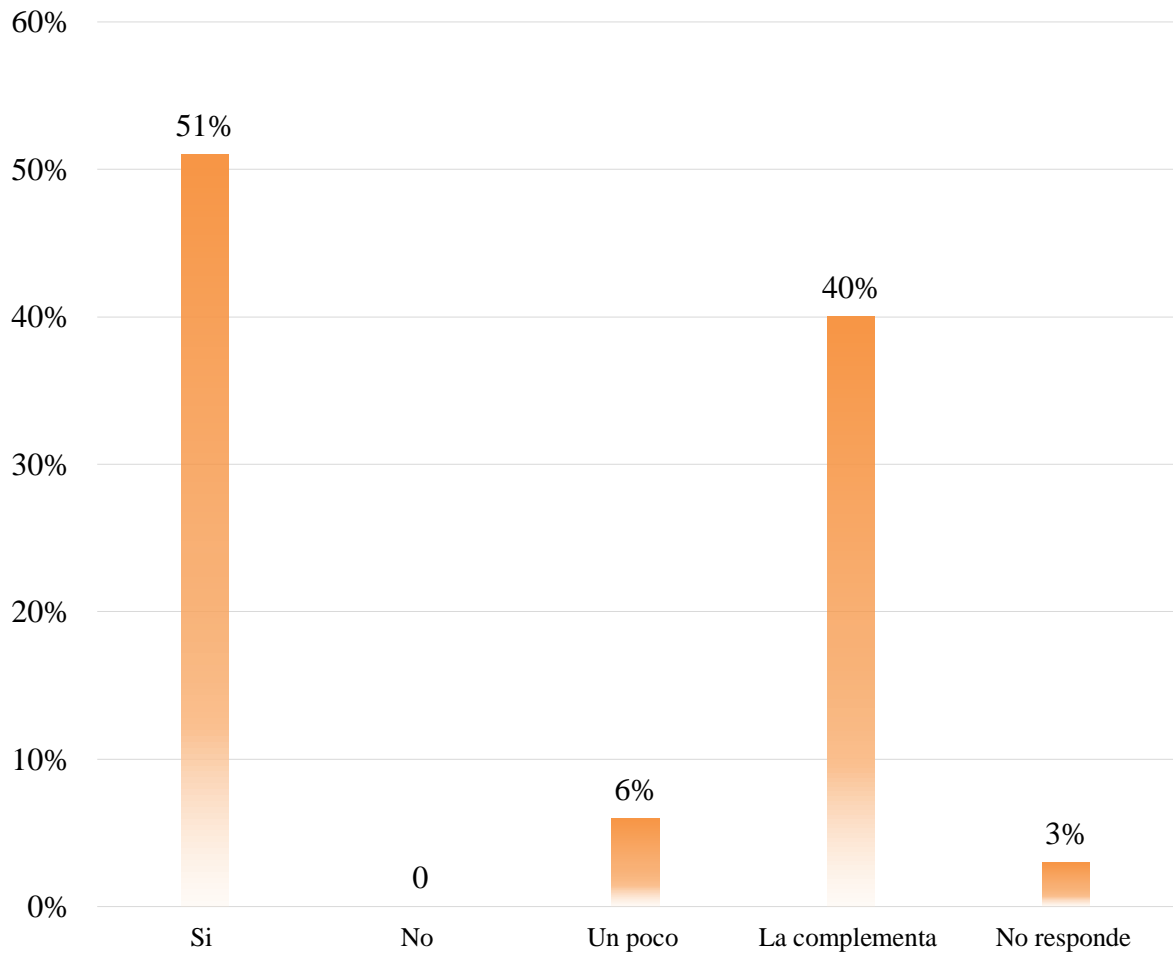
Figura 9



Nota. El 68 % de los Profesores de Orientación, organizadores de la Feria de Universidades consideran, que para elegir una carrera universitaria se necesita de la interacción entre los dos conceptos planteados, los cuales son: (a) La reflexión sobre gustos, intereses, capacidades, necesidades, aspiraciones y limitaciones; (b) Información sobre las carreras, sus objetivos, planes de estudio y campo laboral y un 23% seleccionó la reflexión sobre gustos, intereses, capacidades, necesidades, aspiraciones y limitaciones e información sobre las carreras, sus objetivos, planes de estudio y campo laboral.

Figura 10

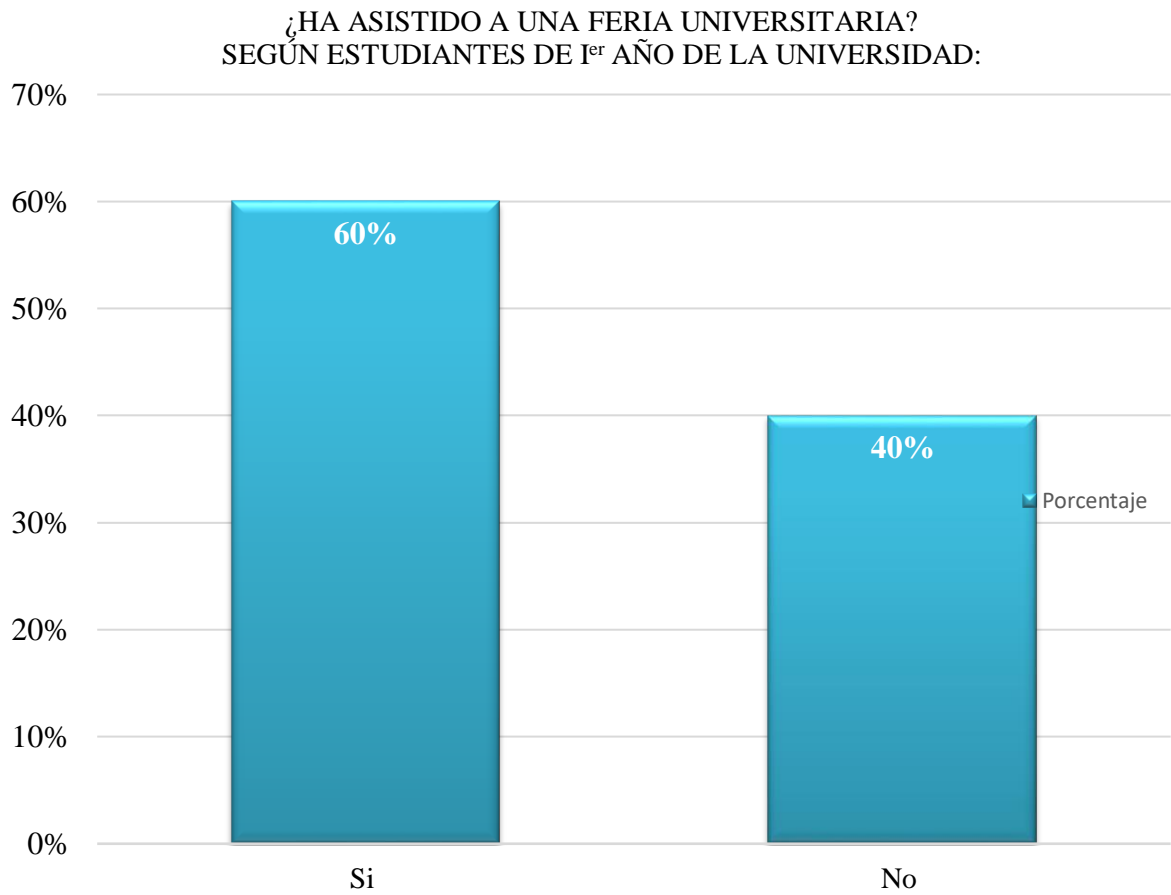
¿LA FERIA ES UNA ESTRATEGIA ORIENTADORA?  
SEGÚN ORIENTADORES:



Nota. El 51 % de los Profesores de Orientación, organizadores; consideró que la Feria de Universidades, sí es una estrategia orientadora; el 40% la contempla como estrategia de orientación; el 6% un poco estratégica y el 3% no respondió.

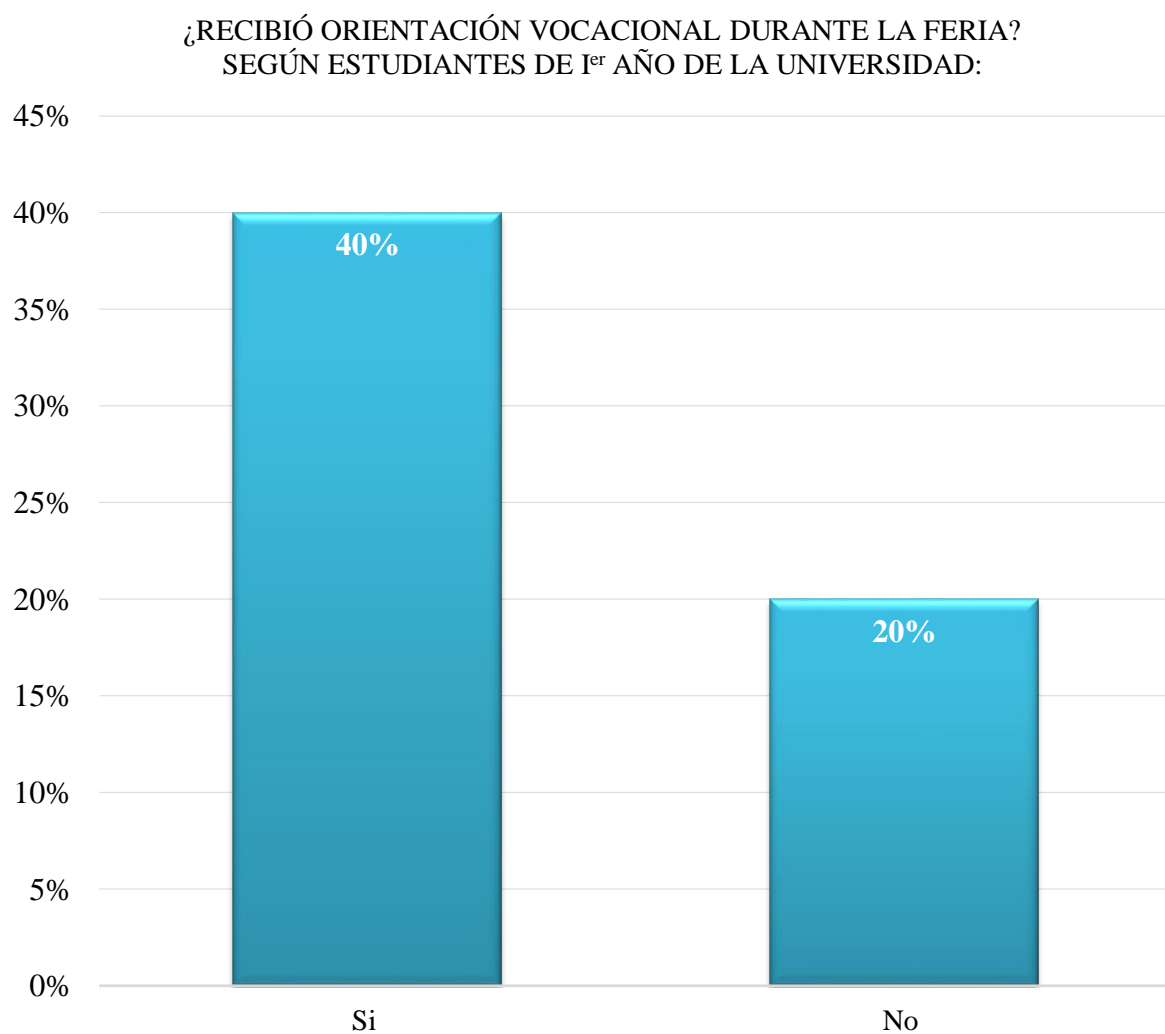
#### 4.1.2. Presentación de los resultados de los estudiantes de primer año de la Universidad de Panamá:

Figura 11



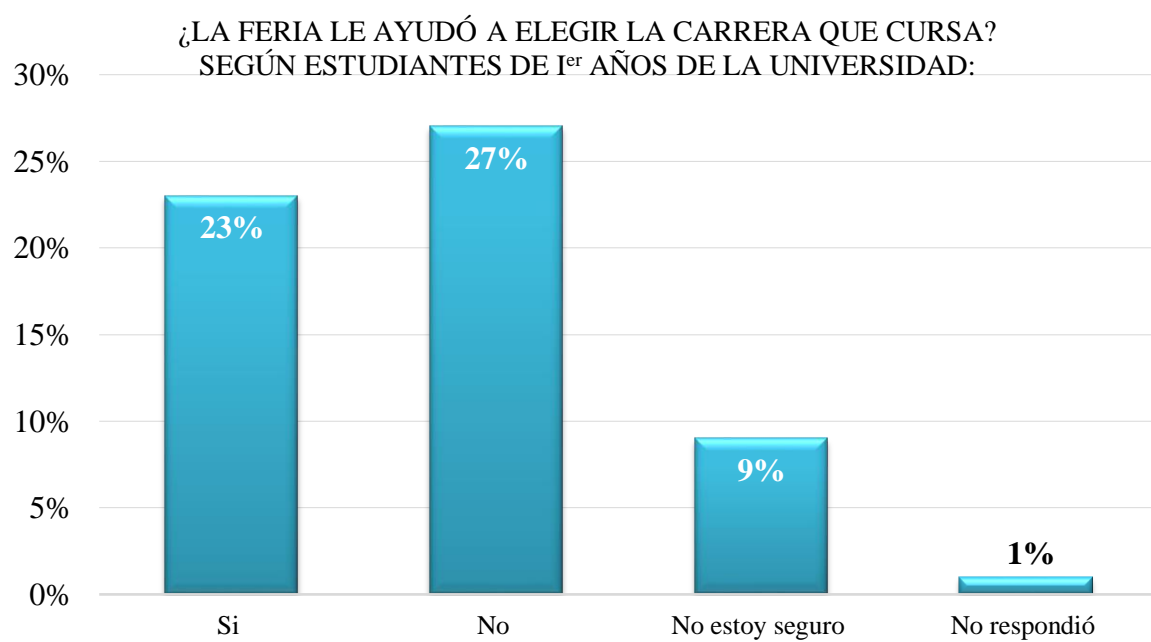
Nota. El 60 % de estudiantes de primer año de la universidad respondió que, sí asistieron a la Feria de Universidades y el 40% no asistió a la feria.

Figura 12



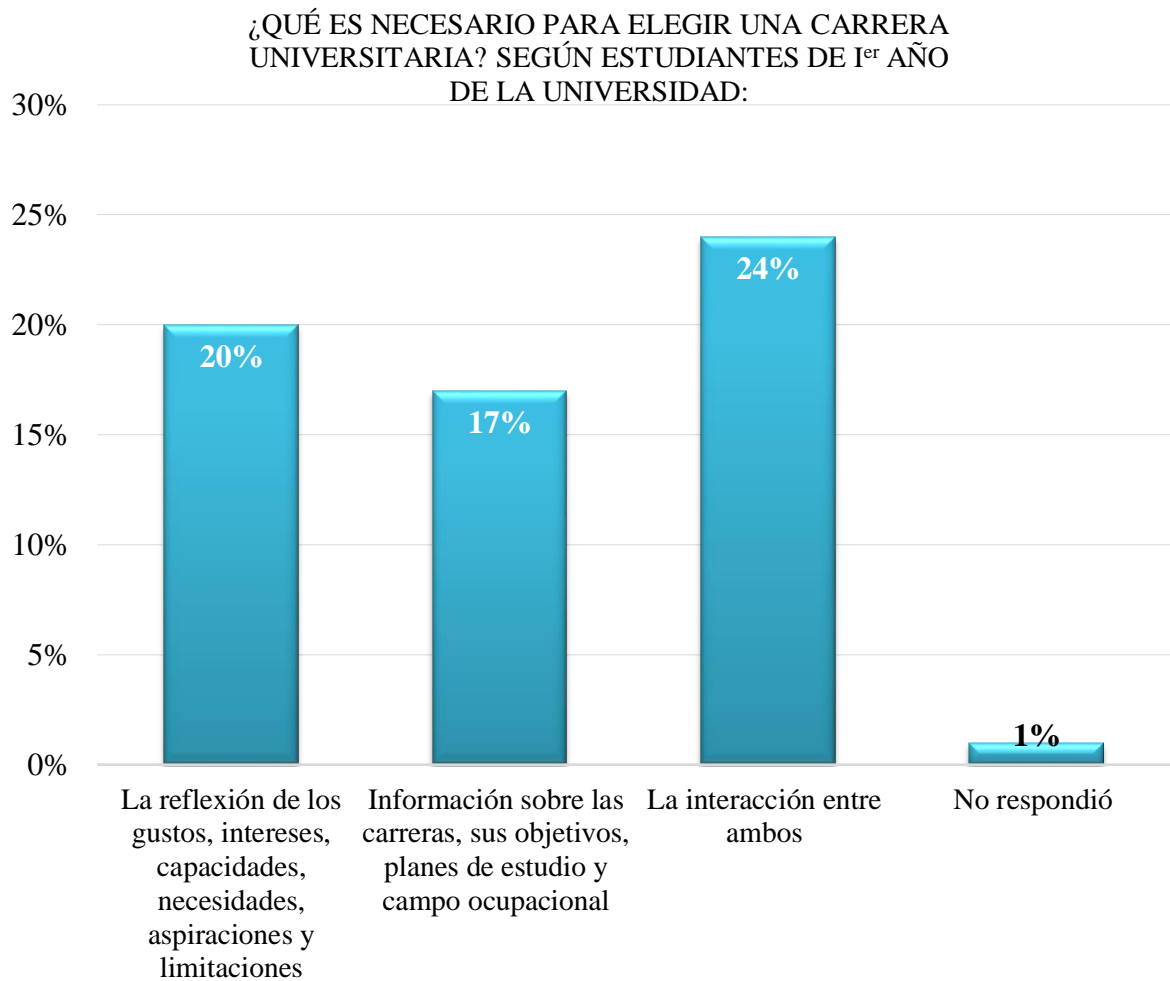
Nota. El 40 % de los estudiantes de primer año de la universidad dijo: sí recibe Orientación Vocacional en la Feria de Universidades y en cambio el 20% no recibe Orientación durante la feria.

Figura 13



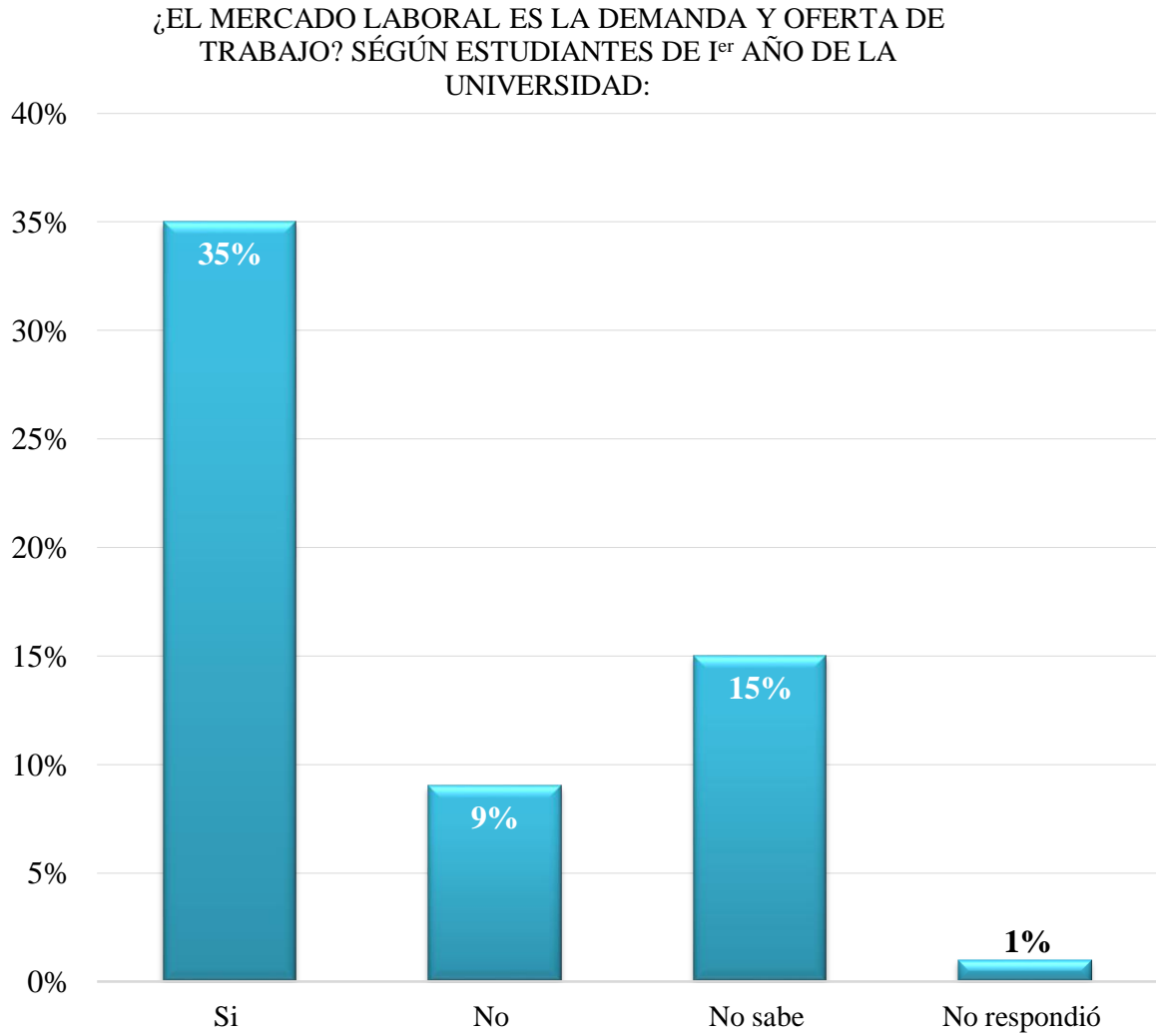
Nota. El 27 % de los estudiantes de primer año de la universidad, manifestó que la Feria Universitaria no los ayudó a elegir la carrera que cursa; en cambio, un 23% sí manifestó que le ayudó; un 9% no estaba seguro y el 1% no respondió.

Figura 14



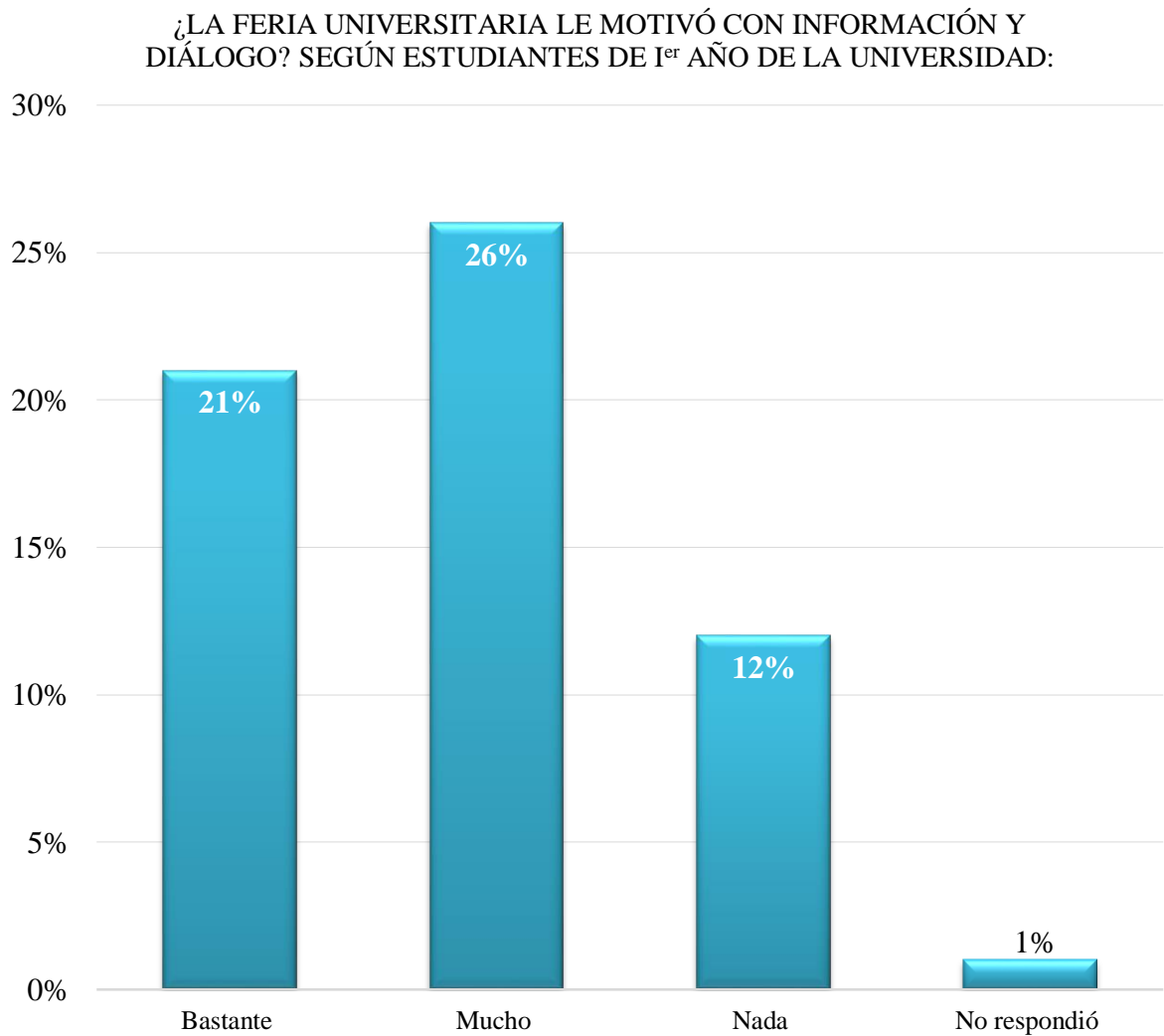
Nota. El 24 % de los estudiantes de primer año de la universidad encuestados, manifestó que lo necesario, para elegir bien una carrera es la interacción entre ambos; 20% La reflexión de los gustos, intereses, capacidades, necesidades, aspiraciones y limitaciones; y el 17% información sobre las carreras, sus objetivos, planes de estudio y campo ocupacional y el 1% no respondió.

Figura 15



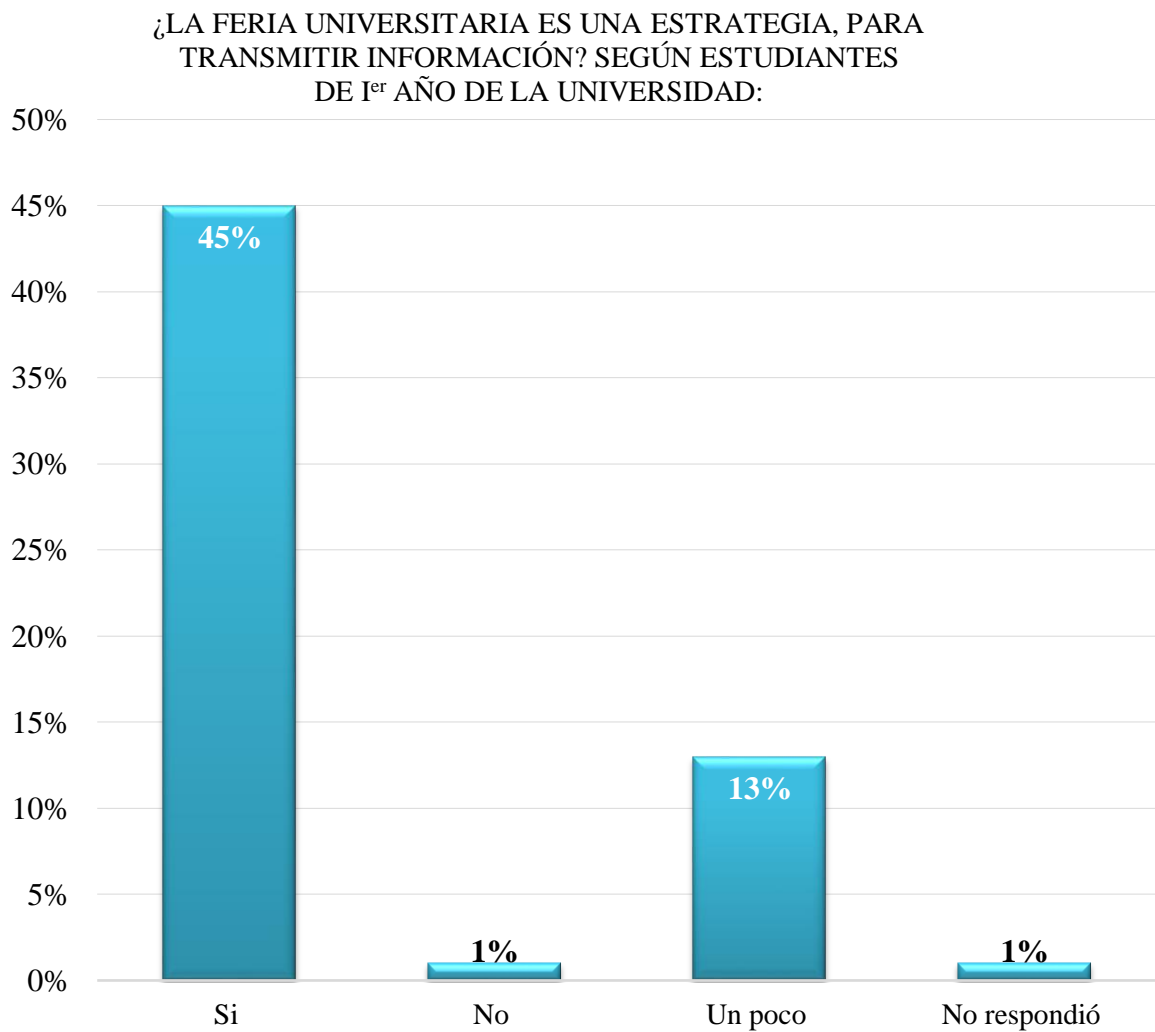
Nota. El 35 % de los estudiantes de primer año de la universidad, sí considera que el mercado laboral se une a la demanda y oferta de trabajo; un 15% no sabe; el 9% no y un 15% no sabe.

Figura 16



Nota. El 26 % de los estudiantes de primer año de la universidad, manifestó que fueron motivados en la Feria de Universidades; el 21% considera que bastante; un 12% nada y el 1% no respondió.

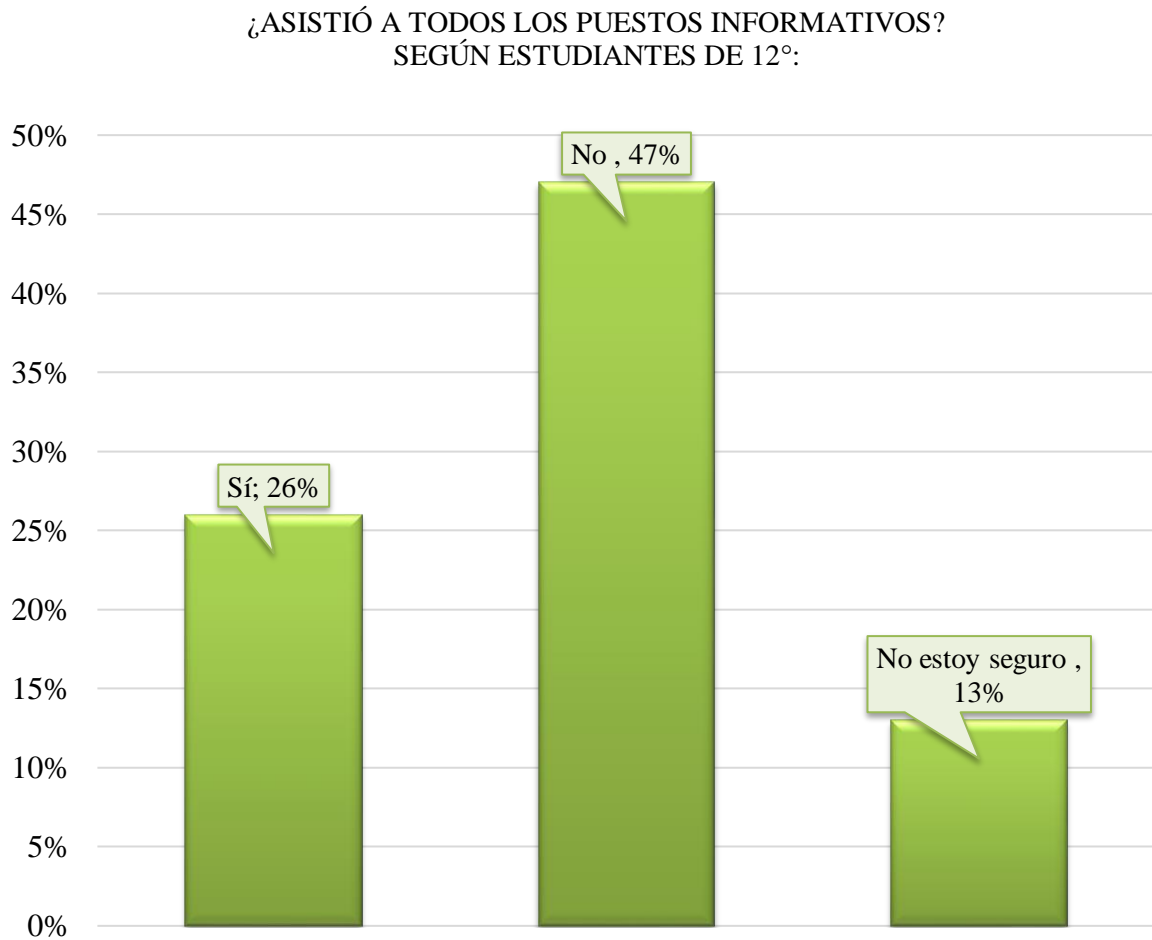
Figura 17.



Los estudiantes de primer año de la universidad, un 45%, sí considera que la Feria de Universidades es una estrategia, para transmitir información; el 13% manifiesta que un poco; un 1% marcó que no y otro 1% no respondió.

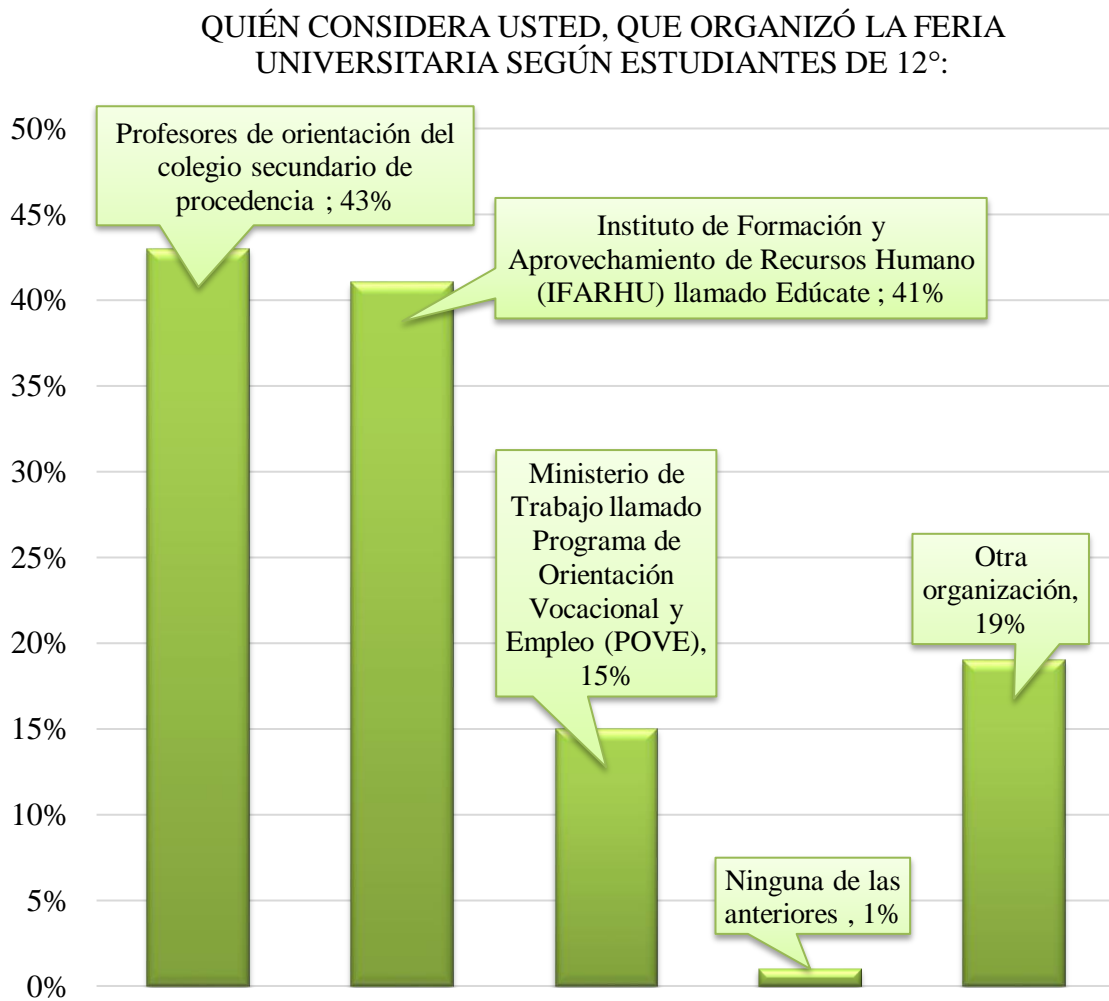
#### 4.1.3. Presentación de los resultados de los estudiantes de duodécimo grado de Educación Media:

Figura 18



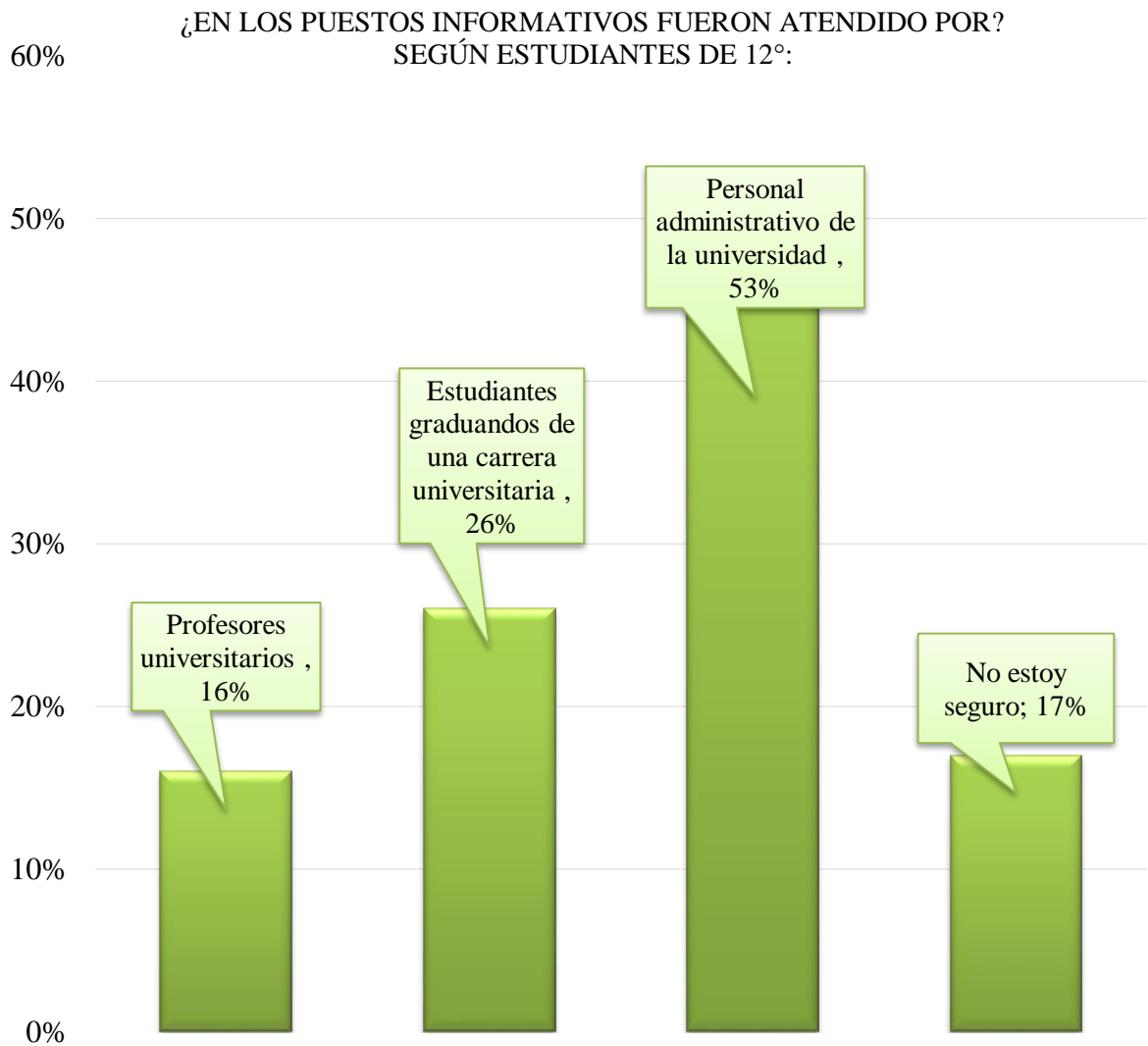
Nota. El 47 % de los estudiantes de duodécimo grado manifestó, que no pudo asistir a todos los puestos informativos; en cambio, un 26% sí asistió a todos los puestos informativos y un 13% no estaba seguro de haber asistido a todos los puestos.

Figura 19



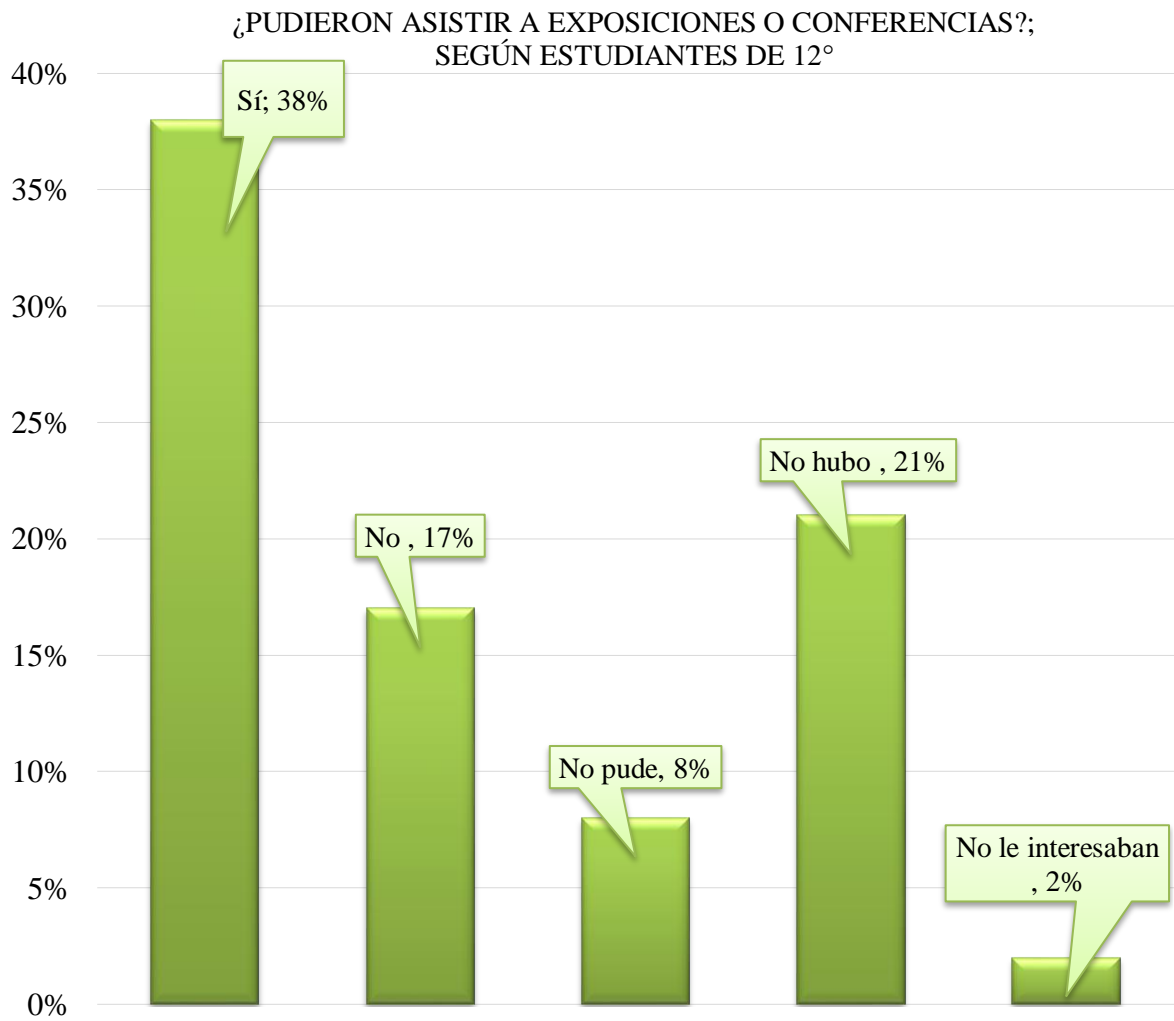
Un 43% considera, que fue organizado por Profesores de Orientación del colegio secundario al cual pertenece; el 41% considera, que fue organizado por el Instituto de Formación y Aprovechamiento del Recurso Humano (IFARHU) llamado, Edúcate; un 19% que fue organizado, por otra organización; un 15% piensa que lo organizo el Ministerio de Trabajo a través del Programa de Orientación Vocacional y Empleo (POVE); un 1% considera que ninguna de las anteriores, fueron los organizadores.

Figura 20



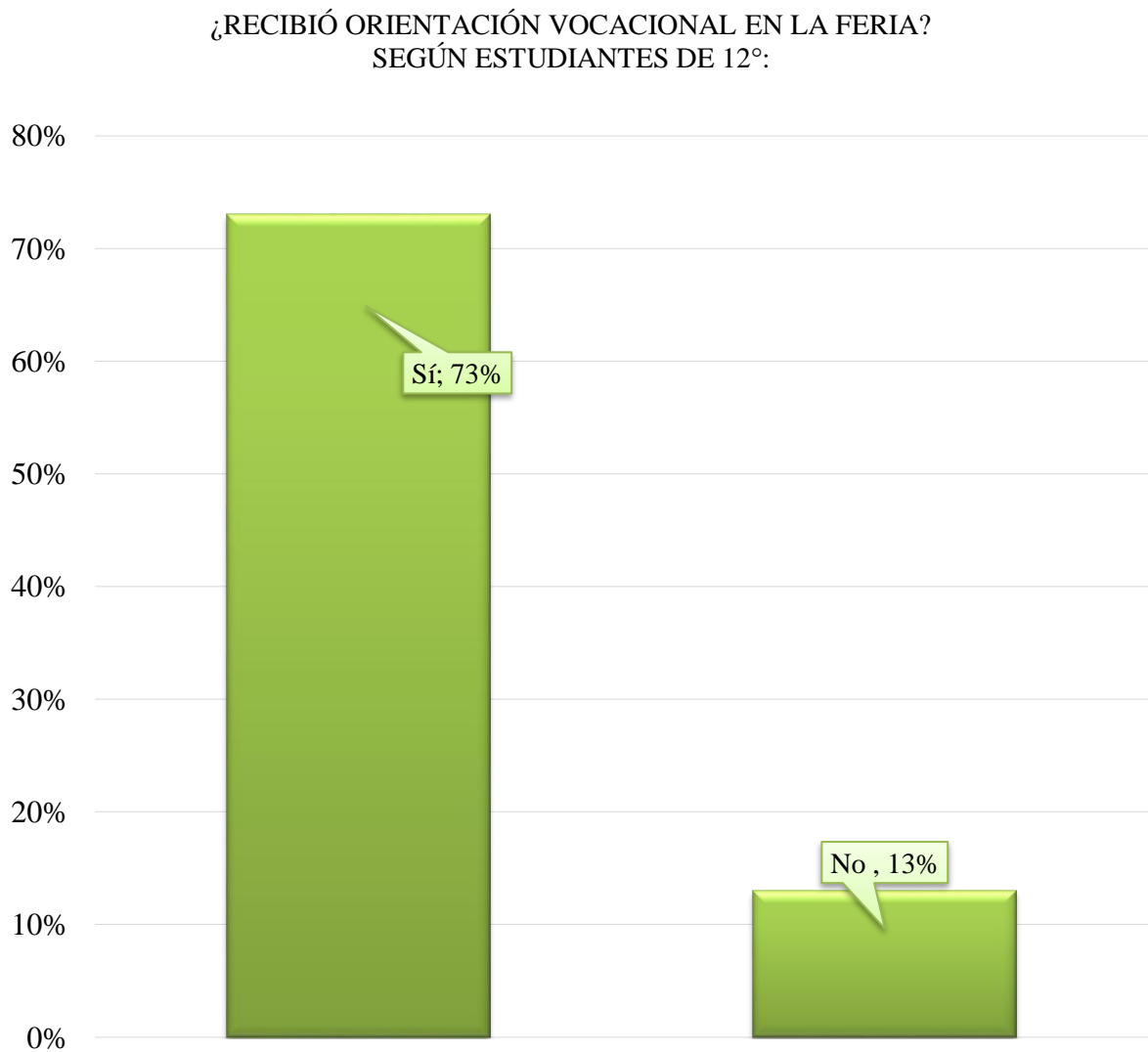
Nota. Los estudiantes de duodécimo grado en un 53 %, consideraron que en los puestos informativos fueron atendidos, por personal administrativo de la universidad; otros por estudiantes graduando de una carrera universitaria, un 26%; el 17% no está seguro de quien lo atendió y un 16% consideran que fueron atendidos, por profesores universitarios.

Figura 21



Los estudiantes de duodécimo grado, un 38 %, sí asistió a conferencia o exposiciones en la Feria de Universidades; un 21% no hubo, un 17% no asistió; no pudo en un 8% y no les interesaba asistir a una, un 2%.

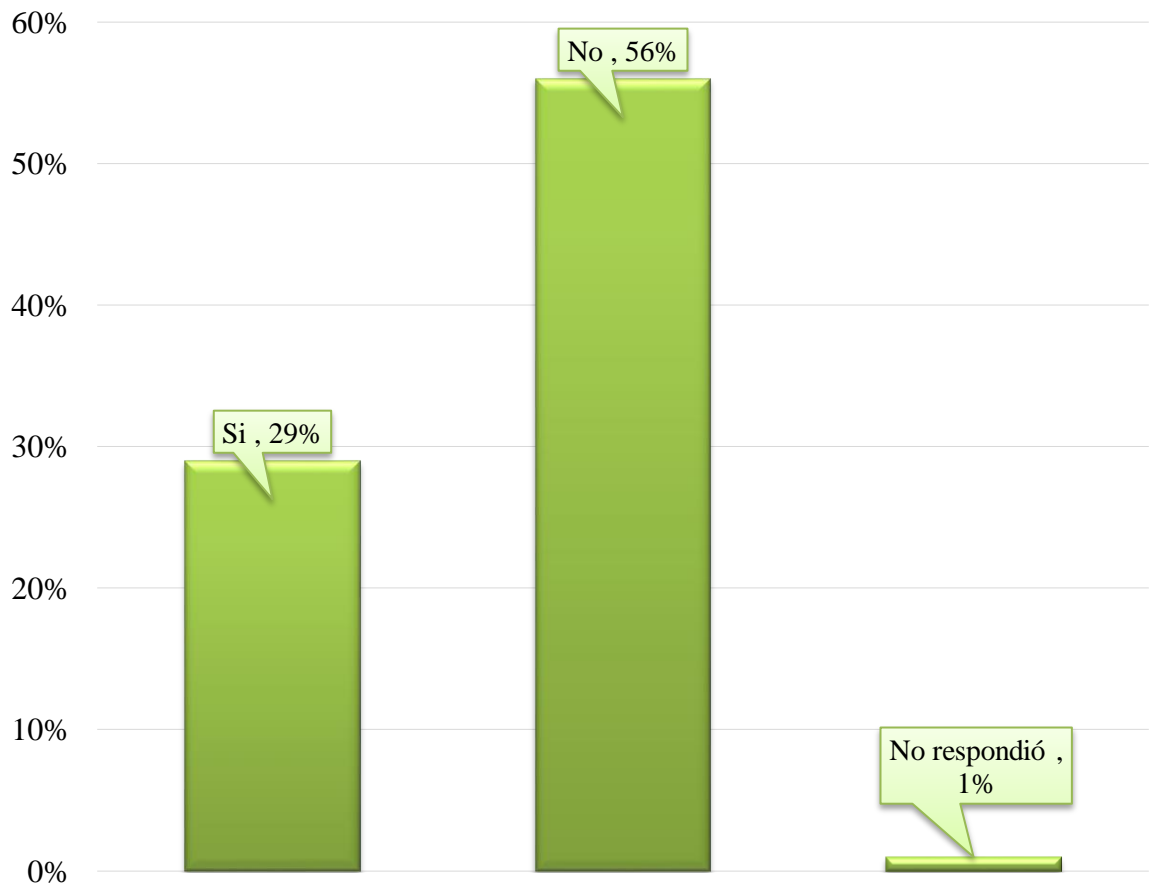
Figura 22



Nota. El 73 % de los estudiantes de duodécimo grado respondió que sí fueron orientados en la Feria de Universidades y un 13% no fueron orientados.

Figura 23

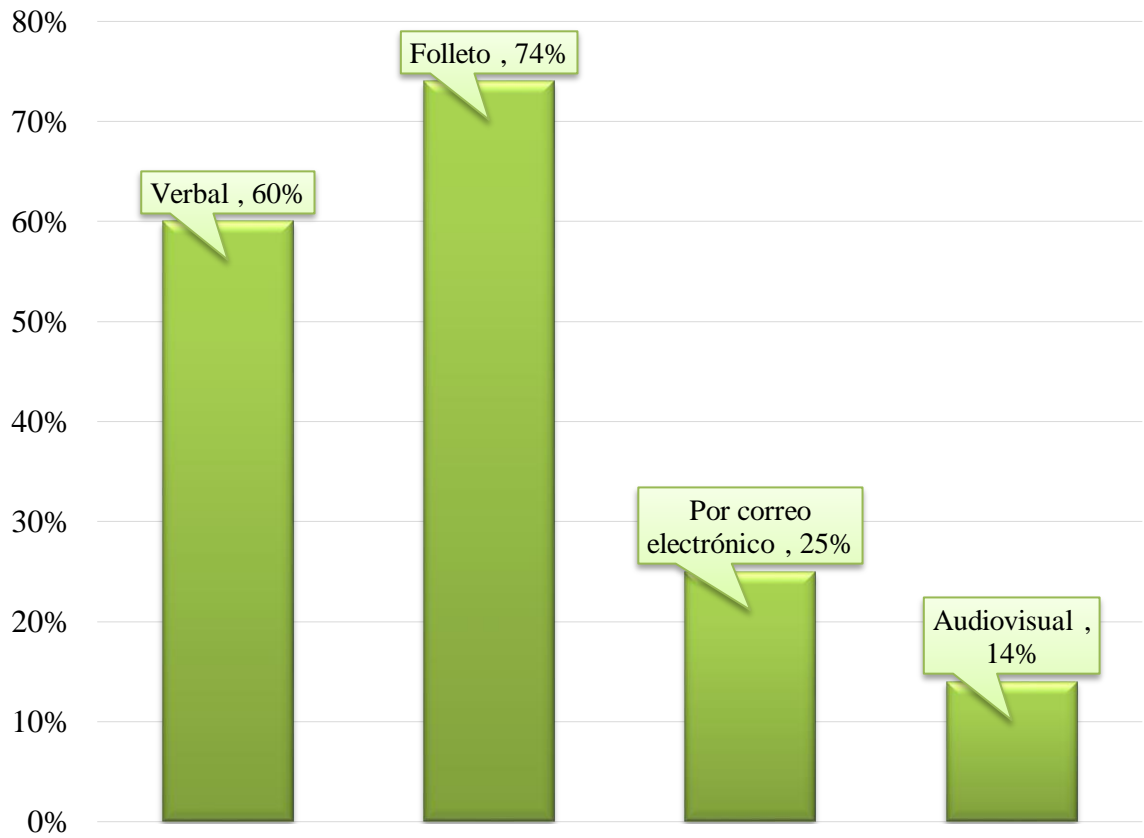
¿SE LE APLICÓ UN TEST VOCACIONAL?  
SEGÚN ESTUDIANTES DE 12°:



Nota. Los estudiantes de duodécimo grado respondieron, en un 56 %, que no se les aplicó algún test vocacional; un 29% respondieron, que sí se les aplicó y un 1% no respondió.

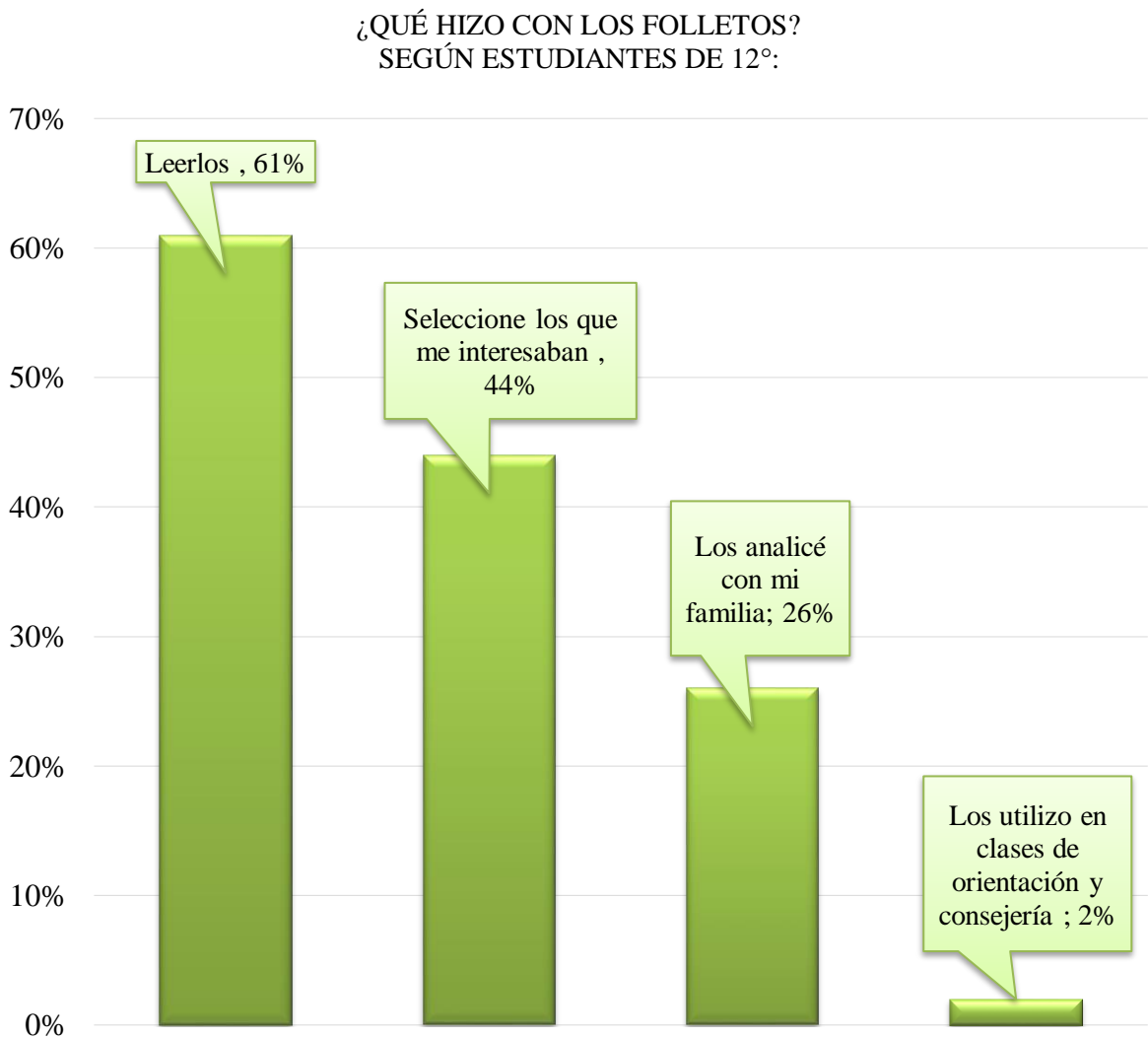
Figura 24

¿CÓMO RECIBIÓ INFORMACIÓN DE LAS UNIVERSIDADES?  
SEGÚN ESTUDIANTES DE 12°:



Nota. El 74 % de los estudiantes de duodécimo grado señaló que recibieron información a través de folletos en la Feria de Universidades; el 60% recibió información verbal; el 25% por correo electrónico y el 14% recibió información audiovisual.

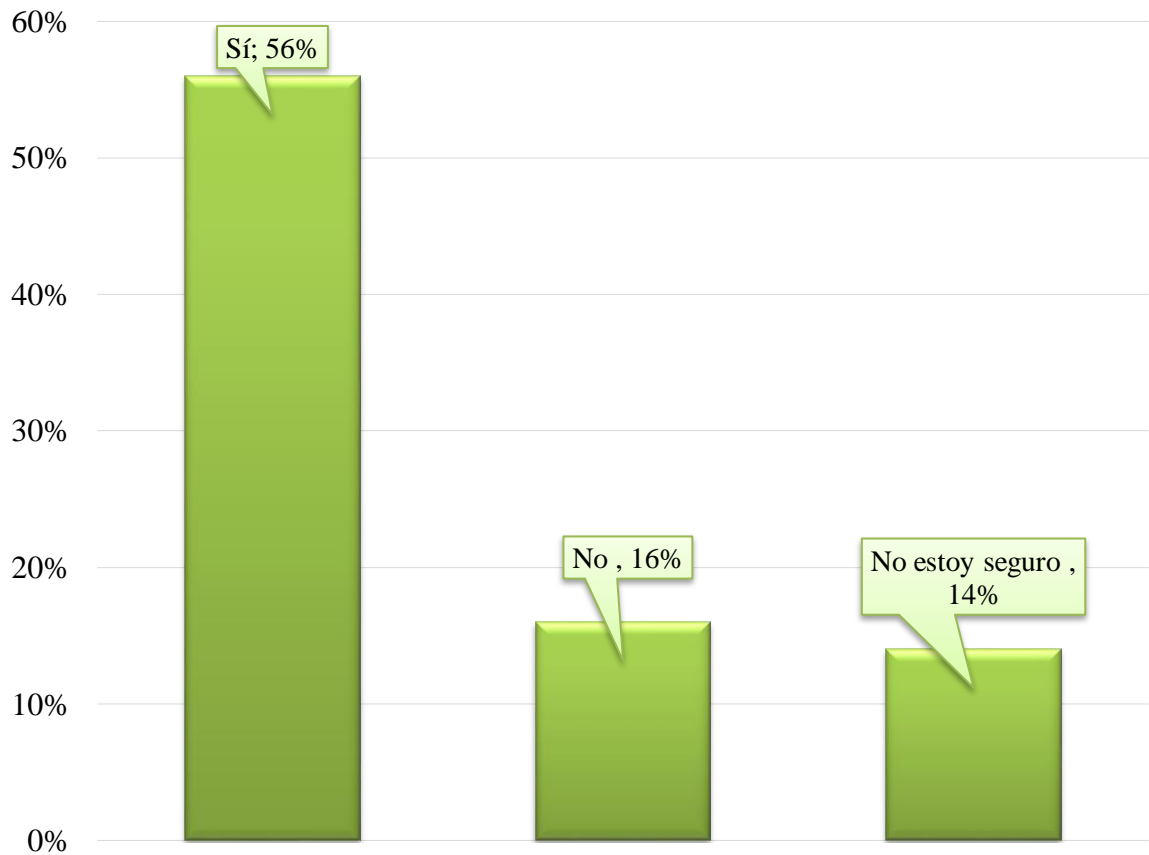
Figura 25



Nota. Según los estudiantes de duodécimo grado, el 61% leyó los folletos recibidos durante la Feria de Universidades; el 44% sólo seleccionó las que le interesaban; un 26% los analizó con su familia y un 2% los utilizó en la hora de Orientación o Consejería.

Figura 26

¿LA FERIA UNIVERSITARIA LE AYUDÓ A ELEGIR UNA CARRERA? SEGÚN ESTUDIANTES DE 12º:



Nota. El 56 % de los estudiantes de duodécimo grado, consideró que asistir a la Feria de Universidades, sí le ayudó a elegir una carrera universitaria; un 16% no le ayudó y un 14% no estaba seguro, de que lo ayudaran.

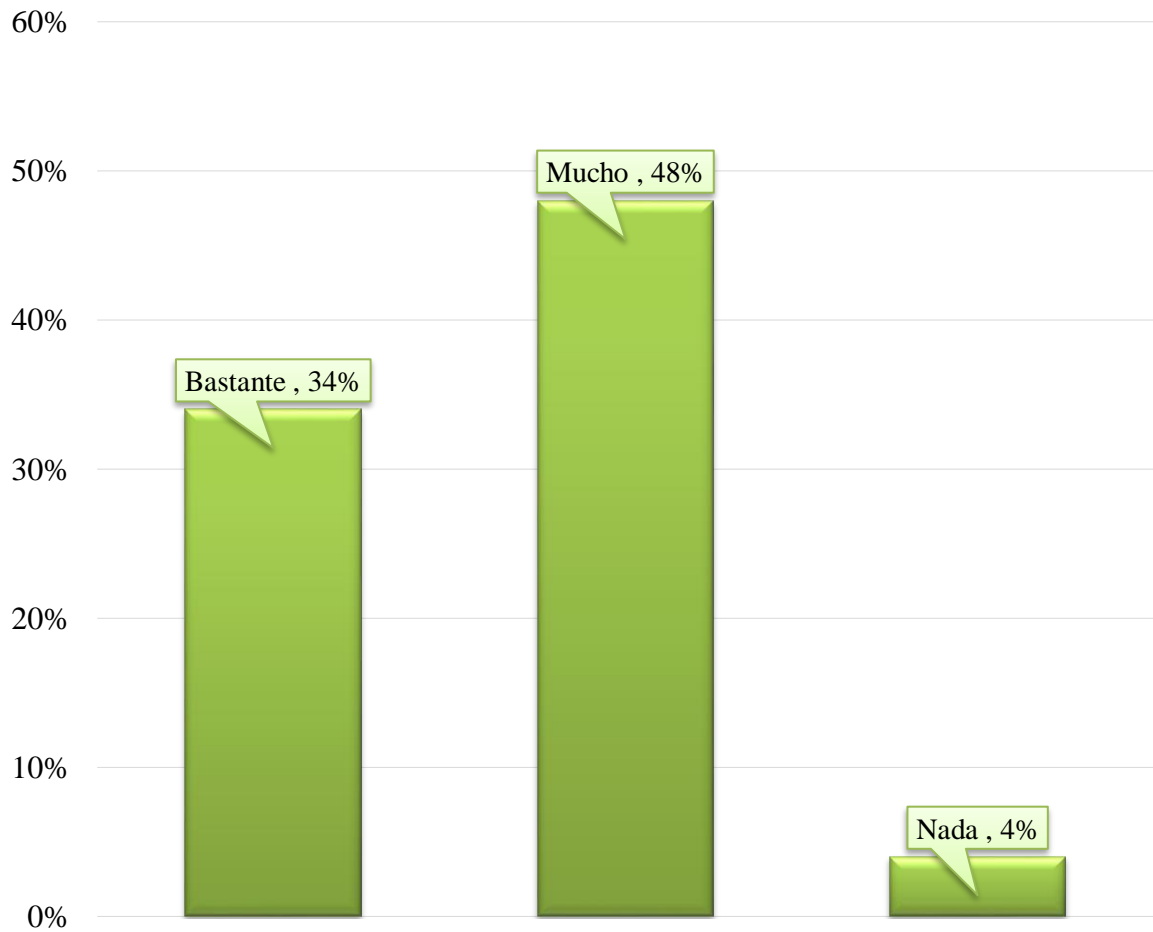
Figura 27



Los estudiantes de duodécimo grado consideraron: un 33 % que para elegir una carrera universitaria es necesario, la reflexión de los gustos, intereses, capacidades, necesidades, aspiraciones y limitaciones; un 29% la interacción entre las opciones anteriores y un 24% información sobre las carreras, sus objetivos, planes de estudio y campo ocupacional.

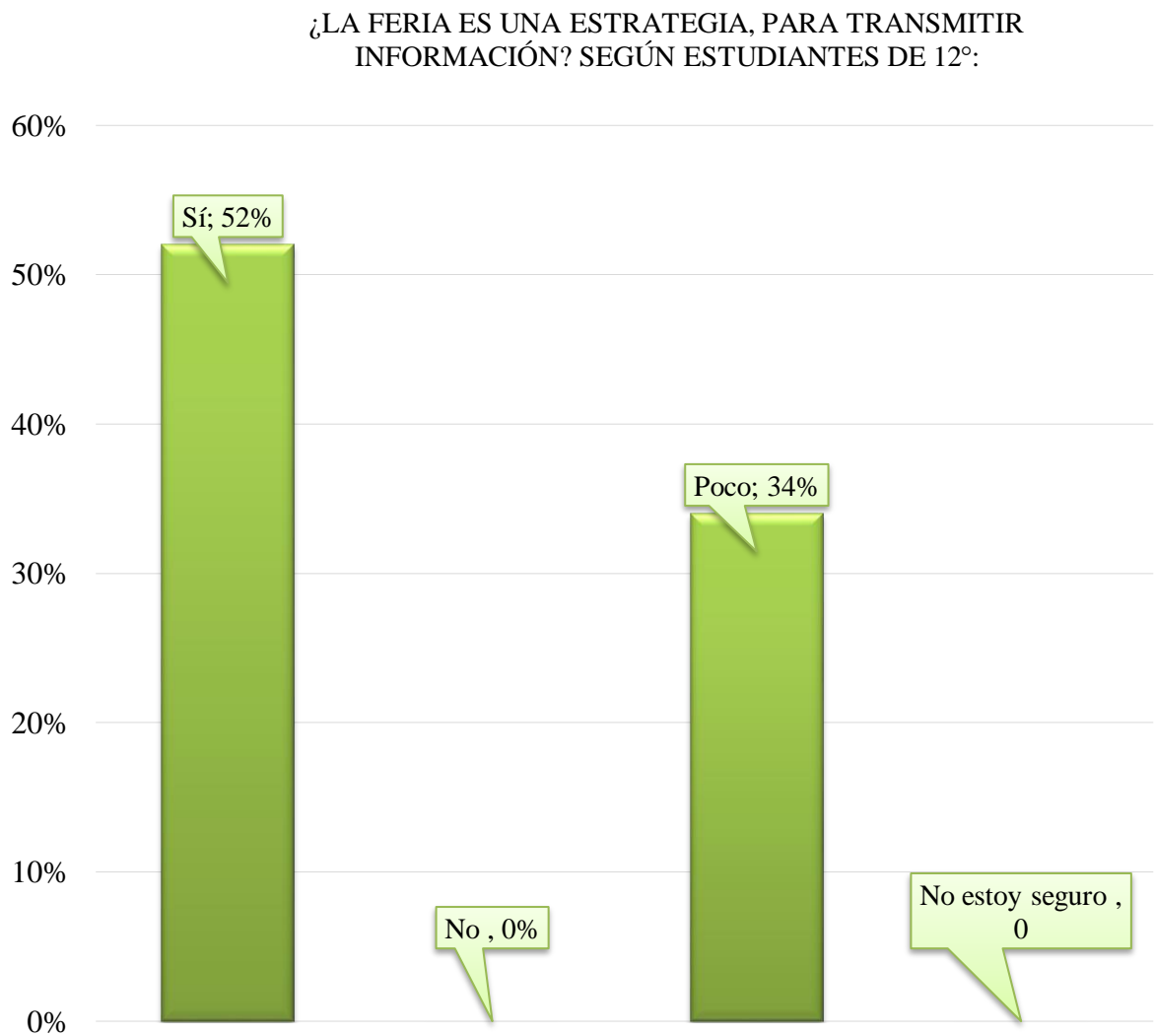
Figura 28

¿LA FERIA DE UNIVERSIDADES LO MOTIVÓ CON INFORMACIÓN  
Y DIÁLOGO? SEGÚN ESTUDIANTES DE 12°:



Nota. A los estudiantes de duodécimo grado, les motivó mucho, en un 48 %, la Feria de Universidades con información y diálogo; un 34% le motivó bastante y un 4% nada, lo motivó.

Figura 29



Los estudiantes de duodécimo grado, el 52 %, consideran que la Feria de Universidades, sí es buen recurso, para transmitir información, concerniente, a la elección profesional; el 34% consideran poca estrategia, para transmitir información; el 0% no es estrategia, para transmitir información.

#### **4.2. Análisis de los resultados obtenidos:**

Revisando los resultados obtenidos, podemos proceder a verificar nuestra hipótesis, objetivos generales y específicos del primer y del segundo capítulo, los antecedentes, teorías y enfoques, para comprobar la veracidad de las mismas; su alcance y repercusiones:

La hipótesis fue aprobada, resulta ser cierto que el propósito de la Feria Universitaria es brindar información.

El objetivo general se logró conocer ya que, el propósito de la Feria Universitaria es brindar información.

De los objetivos específicos planteados en el primer capítulo de los aspectos generales de la investigación, se logró especificar, que para los estudiantes, el orientador es el organizador de la Feria Universitaria (Ver Figura 19); en el objetivo de identificar cómo está programada la Feria Universitaria, se pudo encuestar, que están por escrito, para 2 ó 3 horas de duración (Ver Figura 6); durante la Feria se deben dar las siguientes actividades: conferencias y orientación vocacional (Ver Figura 7 y 21) y en el último objetivo específico, que fue identificar, que hacen con la información recibida durante la Feria Universitaria, los estudiantes de duodécimo grado manifestaron, que leen los folletos (Ver Figura 25).

De los antecedentes como bien dijo Miller en 1971 se puede comprobar que, hasta nuestros días, las Ferias Universitarias son jornadas para proporcionar información, (Ver Figura 16 y 29); En la Expo Educativa 2010 en Argentina, los estudiantes no pudieron hacer, todo el recorrido; en Panamá en el 2018 pasó lo mismo, (Ver Figura 18). En el estudio realizado por Olivares y Quezada en el año 2013, se vuelve a confirmar que las ferias no ayudan a elegir la carrera, que cursan los estudiantes de primer año de la universidad (Ver Figura 13); en cambio, para los estudiantes de duodécimo grado, sí los ayudo a elegir una carrera (Ver Figura 26). De acuerdo a Cuevas, R. (2014), los programas influyen significativamente, podemos considerar que, al responder, el orientador que cuenta con un programa impreso de la Feria Universitaria, estará influyendo en el proceso de toma de decisiones del estudiante (Ver Figura 2). En la Feria Universitaria de Profesiones en México 2015, cuyo propósito consistió en la promoción y difusión de la oferta académica, similar respuesta de los objetivos de la feria, por parte de los orientadores fue la de informar acerca de las opciones de estudio (Ver Figura 3). Para la Feria de Madrid, España 2018; consideran

que la orientación es una de las señas de identidad de la Feria, cuya función orientadora es tan importante, para los orientadores panameños, la feria es una estrategia orientadora (Ver Figura 10), para los estudiantes de primer año de la universidad (Ver Figura 12) y de duodécimo grado, destacan recibir orientación vocacional (Ver Figura 22).

La teoría de Super, D. nos habla, que es necesario conocer el ciclo vital de la persona, por ende, durante la feria no se brinda orientación; ya que dos o tres horas para visitar los puestos informativos, por quizás unos 8 minutos, no permite conocer el ciclo vital de los estudiantes de duodécimo grado.

El enfoque de Pelletier, D., nos habla de tareas evolutivas, la cual se puede lograr a través de un sistema o programa, por lo cual en una feria no se les asignan tareas evolutivas, solamente, recaban información.

Profesores organizadores:

- ✓ Cuentan con un programa estructurado e impreso para celebrar la feria (Ver Figura 2).
- ✓ El objetivo de este evento es informar acerca de las opciones de estudios (Ver Figura 3).
- ✓ Para hacer una feria se justifica como una estrategia orientadora al estudiante y padres de familia y conocer las profesiones que requiere el país (Ver Figura 4).
- ✓ Se cuenta con un tiempo mínimo de dos a tres horas, para visitar los puestos informativos (Ver Figura 6).
- ✓ Sí, se contempla, el brindar exposiciones o conferencias durante la feria (Ver Figura 7).
- ✓ También hubo orientación sobre el mercado laboral (Ver Figura 8).
- ✓ Los orientadores consideran, que para elegir una carrera se necesita, la interacción entre la reflexión sobre gustos, intereses, capacidades, necesidades, aspiraciones, limitaciones e información sobre carreras, sus objetivos, planes de estudio y campo laboral (Ver Figura 9).
- ✓ Los orientadores, sí consideran a la feria como una estrategia orientadora, para la elección de una carrera profesional (Ver Figura 10).

Estudiantes de primer año de la universidad:

- ✓ Consideran que recibieron Orientación Vocacional durante la feria (Ver Figura 12).
- ✓ No les ayudó a elegir la carrera, que cursan (Ver Figura 13).
- ✓ Consideran que la interacción entre la reflexión de los gustos, intereses, capacidades, necesidades, aspiraciones, limitaciones e informaciones sobre la carrera, sus objetivos, planes de estudios y campo ocupacional son necesarios para elegir una carrera universitaria (Ver Figura 14).
- ✓ Creen que es en el mercado laboral donde se unen la demanda y la oferta de trabajo (Ver Figura 15).
- ✓ La feria los motivó con mucha información y diálogo (Ver Figura 16).
- ✓ La consideran una estrategia, para transmitir información concerniente a la elección profesional (Ver Figura 17).

Estudiantes de duodécimo grado:

- ✓ No lograron asistir a todos los puestos informativos y consideran, que fueron atendidos por personal administrativo de la universidad (Ver Figura 18).
- ✓ Asistieron a exposiciones o conferencias (Ver Figura 21).
- ✓ Consideran que recibieron orientación vocacional durante la feria (Ver Figura 22).
- ✓ No se les aplicó un test vocacional (Ver Figura 23).
- ✓ Recibieron información a través de folletos y los leyeron (Ver Figura 24).
- ✓ La feria los ayudó a elegir una carrera (Ver Figura 26).
- ✓ Es necesaria la reflexión de los gustos, intereses, capacidades, necesidades, aspiraciones y limitaciones (Ver Figura 27).
- ✓ La feria los motivó mucho con información y diálogo (Ver Figura 28).
- ✓ Consideran la feria como una buena estrategia, para transmitir información concerniente a la elección profesional (Ver Figura 29).

**QUINTO CAPÍTULO**  
**PROPUESTA DE APLICACIÓN**

## **Orientación Vocacional y Profesional, procedimiento previo y posterior a la Feria Universitaria**

### **Objetivo General:**

- Establece las fases de atención, para la Orientación Vocacional y Profesional, para la elección de una carrera universitaria con base en la Feria de Universidades en beneficio del estudiante y la sociedad.

### **Objetivos Específicos:**

- Plasma una estructura de atención en Orientación Vocacional y Profesional, basada en la Feria de Universidades.
- Proporciona las fases, para la Orientación Vocacional y Profesional previa y posterior a la Feria de Universidades.

### **Justificación**

De acuerdo con la investigación previamente realizada, el orientador desarrolla un programa (ver Figura. 2) donde se planifica, la realización de la Feria de Universidades; en este se detalla, todo lo concerniente a la misma, como asistencia de las universidades, dónde se realizará, participación y protocolo, que debe seguir toda actividad de este tipo. Pero después de realizada la actividad ferial no hay un registro, que recoja información sobre lo que se hizo antes y después de la actividad, si los estudiantes conocen vocacionalmente, qué deben indagar durante la feria y qué hacer después con la información recibida; solo leer los folletos, como indica la investigación (ver figura. 24). Lo que se debe hacer es un análisis más profundo del resultado de cada feria, por parte del profesor de orientación.

Atendiendo a lo que nos dice Donoso-Vásquez (2013): *“Para el profesional en Orientación esto implica atender especialmente, los procesos de toma de decisiones”*; ya que, a partir de la investigación realizada, surge la necesidad de hacer un formato de intervención a los estudiantes de duodécimo grado. El mismo consta de tres fases, con un aproximado de cinco sesiones en cada fase. En este formato estructural presentaremos los temas que debe abordar el orientador para llevar al estudiante a un proceso de toma de decisiones fundamentales.

### **Descripción**

Según manifiesta Donoso - Vásquez (2013): *“El profesional debe atender los procesos de toma de decisiones, el desarrollo de la vida de la persona y a orientar, especialmente este ámbito”*.

Es importante mencionar que un manual: *“Es una guía de información, instrucciones y lineamientos, que explican cómo puede ser un procedimiento, el uso de un dispositivo o la forma de hacer una actividad”*, la O.I.T. (2016).

En este sentido, el manual resulta ser esa orientación general, no una camisa de fuerza, pues, la realidad de cada institución es diferente. Si bien es cierto, que es recomendable realizar todas las actividades y emplear las técnicas escritas, el orientador debe tener la capacidad de discernir las necesidades y dudas, que tiene el participante y las técnicas, para satisfacer las inquietudes y ayudarlo a encontrar respuestas a todas sus dudas y decisiones.

### Plan de acción

	Fases	Sesión	Tema
<b>Orientación de la Carrera</b>	<b>I. Orientación Vocacional</b>	1	Concepto de Orientación Vocacional.
		2	Encuesta de intereses personales y profesionales.
		3	Cuestionario vocacional.
		4	Inventario de actitudes.
		5	Árbol genealógico.
		6	F.O.D.A.
		7	Capacidades físicas y mentales.
	<b>II. Feria Universitaria</b>	1	Organización de la Feria Universitaria.
		2	Ofertas universitarias.
		3	Proceso de ingreso a la universidad.
		4	Planes de estudio.
	<b>III. Orientación Profesional</b>	1	Concepto de Orientación Profesional.
		2	Revisión de los folletos recolectados en la feria.
		3	Exposición de profesionales acorde a la encuesta de intereses personales y profesionales.
		4	Ofertas laborales.
		5	Visitas a empresas.
		6	Proceso de elección y toma de decisiones.
		7	Proyecto de vida.

### Resultados esperados

1. Un buen Servicio de Orientación Vocacional y Profesional.
2. Elección Vocacional y Profesional, que satisfaga las expectativas del estudiante panameño.

## CONCLUSIONES

1. Podemos manifestar que la Feria de Universidades cuenta con un programa estructurado que brinda información a los estudiantes hacia la elección de una carrera profesional acorde al mercado laboral.
2. Consideramos que la Feria de Universidades es una propuesta para brindar información, mas no así para orientar, lo que debe motivar a los estudiantes a seguir estudios universitarios.
3. Para los organizadores de la feria, esta es una estrategia orientada a la elección de una carrera profesional. En cambio, los estudiantes de primer año de la universidad y de duodécimo grado consideran que es una buena estrategia para transmitir información concerniente a la elección profesional.
4. Para los organizadores, la oferta académica universitaria está acorde al mercado laboral.
5. Para los estudiantes de media es un eslabón de oportunidades, que les abrirá, las puertas al ámbito laboral y profesional.

## RECOMENDACIONES

### Universidades:

1. Participar en las Ferias de Universidades Institucionales y Provinciales.
2. Contar con el personal docente, administrativo y estudiantes en los puestos informativos preparados, para la promoción de las carreras y elección profesional.

### Organizadores:

3. Implementar el plan de acción del capítulo quinto de esta investigación, para su proceso de hacer un programa de Orientación Vocacional, previo a las Ferias de Universidades y Orientación Profesional, posterior a la feria para hacer de la Feria de Universidades una estrategia orientadora.
4. Aplicar a los estudiantes pruebas o tests que le hagan conocer su Orientación Vocacional y Profesional.
5. Procurar que los estudiantes visiten todos los puestos informativos en la feria.

### Investigadores:

6. Ampliar la investigación del impacto de la feria institucional, versus la provincial o nacional (Educate).
7. Influencia de los folletos. Qué contenidos se deben incluir en los mismos, para crear un mayor impacto informativo en el consultante.

## BIBLIOGRÁFICAS

1. Álvarez, O. (11 de noviembre de 2019) Monografías.com Teorías sobre orientación vocacional. Recuperado de <https://www.monografias.com/trabajos-pdf5/teorias-orientacion-vocacional/teorias-orientacion-vocacional.shtml>
2. Cueva, D. (2014) *Programa High School Para Mejorar La Orientación Vocacional De Los Alumnos De Quinto Grado De Secundaria De La Institución Educativa El Triunfo De Tumbes*. Universidad César Vallejo. Tumbes, Perú.
3. Decreto Ejecutivo 511 del 5 de julio de 2010. Panamá, República de Panamá.
4. Díaz, F. (11 de noviembre de 2019). Orientación Vocacional y Educativa. (Mensaje de un blog). Recuperado de <http://orientacion-morelos.blogspot.com/2010/02/teoria-de-super.html>
5. Expo Educativa. (2015). Recuperado de <http://orientacion.ucr.ac.cr/feria-vocacional/>
6. Feria Universitaria Contacto. (2012). Informando y Transformando. recuperado de <https://feriaunicontacto.jimdo.com/objetivo/>
7. Gólcher, I. (2003). *Escriba y Sustente su Tesis, Metodología para la Investigación*.
8. IFEMA. Feria de Madrid (2018). Recuperado de [http://www.ifema.es/Institucional\\_01/noticias/NoticiasdeFerias/ferial/INS\\_082364](http://www.ifema.es/Institucional_01/noticias/NoticiasdeFerias/ferial/INS_082364)
9. Montero, E. (2011). La elección de Carrera... (Mensaje de un blog). Recuperado de <http://blog.udlap.mx/blog/2011/03/acercadelaelecciondecarrera/>
10. Olivares, M. y Quezada J. (2013). Impacto de las Ferias Vocacionales en la
11. Orientación Vocacional. Universidad Femenina del Sagrado Corazón. Lima, Perú.
12. Panamá. Editorial Letras Panameñas.
13. Pérez, J. y Merino, M. (2009). Definicion.de: Definición de conferencia (Mensaje en un blog). Recuperado de <https://definicion.de/conferencia/>
14. Poder Judicial (3 de noviembre de 2018) Guía práctica para incorporar la participación ciudadana en el Poder Judicial (Mensaje de blog). Recuperado de <https://www.poderjudicial.go.cr/participacionciudadana/images/guia/herramientas/difusion-informacion/puestos-informativos.html>

15. Quispeccopa, K. (11 de noviembre de 2019) Monografías.com Mercado laboral. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos59/mercado-trabajo/mercado-trabajo.shtml>
16. Raffino, M. (Última edición: 11 de febrero de 2019). "Folleto". Concepto.de. Recuperado de <https://concepto.de/folleto/#ixzz64zW1ehg8>
17. Reyes, S. (2009) *Estrategias de Comunicación de Tres Ferias Exitosas Realizadas en Corferias (Expoartesanías, Feria Internacional del Libro de Bogotá, International Footwear & Leather Show Ifls)* Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia.
18. Rojas, F. (2010). Programa del Curso: Maestría en Orientación y Consejería -708 (3) b. Orientación de la Carrera en el Sistema Educativo. Universidad de Panamá, Panamá.
19. Significado.com (Fecha de actualización: 28/03/2016.) "Exposición". En: Significados.com. (Mensaje de blog) Recuperado de: <https://www.significados.com/exposicion/>
20. Tintaya, P. (2008) Estrategias orientadoras del aprendizaje. Recuperado de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rip/n6/n6a08.pdf>
21. UNCUYO, (2010), Feria Informativa de la Oferta de Educación. Recuperado de <http://www.proyectosacademicos.uncu.edu.ar/expo-educativa>
22. Universidad Andrés Bello (2019) ¿Para qué sirven los test de orientación vocacional? Recuperado de <https://explora.unab.cl/para-que-sirven-los-test-de-orientacion-vocacional/>
23. Universidad Autónoma de Yucatán (2015) Feria Universitaria de Profesiones. Recuperado de <http://www.feriaprofesiones.uady.mx/>
24. Villanueva, L. (2019) Scribd.com La Atención Individualizada en La Orientación Educativa. Recuperado de <https://www.scribd.com/document/238110341/La-Atencion-Individualizada-en-La-Orientacion-Educativa>

## **ANEXO**

1. Cartas solicitando permiso para la recopilación de datos:



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
ESCUELA DE FORMACIÓN PEDAGÓGICA  
Departamento de Orientación Educativa y Profesional



Panamá, 28 de septiembre de 2018.

PROFESOR  
DR. Olmedo García  
Decano  
Facultad de Humanidades  
E. S. O

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
RECIBIDO  
- 2 OCT 2018  
Firma:   
DECANATO

Estimado señor Decano:

Por este medio, me permito solicitarle en la forma más atenta su autorización para que nuestra estudiante: MGTRA. Marcelina Cáceres, céd. 8-729-947, quien se encuentra haciendo la TESIS para graduarse en la Maestría en Docencia Superior; pueda recolectar información sobre los estudiantes de su Facultad y, posteriormente, pasar una encuesta a una pequeña muestra de los estudiantes seleccionados, con el fin de completar una investigación sobre los efectos de las Ferias Universitarias.

Agradeciéndole mucho su colaboración a este respecto, me suscribo con muestras de mi consideración y respeto,

Atentamente,

Francisco Rojas Rodríguez M.Sc.  
DIRECTOR

Cc: arch.



Jc B.  
10/10/2018  
6629  
5236630  
Yamitelh



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
ESCUELA DE FORMACIÓN PEDAGÓGICA  
Departamento de Orientación Educativa y Profesional



Panamá, 28 de septiembre de 2018.

PROFESORA  
DRA. DOLORES CASTILLO  
Directora Escuela de Formación Pedagógica  
E. S. O

Estimada profesora:

Por este medio, me permito solicitarle en la forma más atenta su autorización para que nuestra estudiante: MGTRA. Marcelina Cáceres, céd. 8-729-947, quien se encuentra haciendo la TESIS para graduarse en la Maestría en Docencia Superior; pueda recolectar información sobre los estudiantes de la Facultad y, posteriormente, pasar una encuesta a una pequeña muestra de los estudiantes seleccionados, con el fin de completar una investigación sobre los efectos de las Ferias Universitarias.

Agradeciéndole mucho su colaboración a este respecto, me suscribo con muestras de mi consideración y respeto,

Atentamente,

Francisco Rojas Rodríguez M.Sc.  
DIRECTOR

Cc: arch.

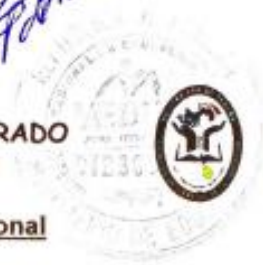


13

*WB Franco*



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
ESCUELA DE FORMACIÓN PEDAGÓGICA  
Departamento de Orientación Educativa y Profesional



Panamá, 3 de octubre de 2018.

DIRECCION REGIONAL DE PANAMA CENTRO  
**DIRECCION**

Mgtra. Petra Serracín de Franco  
Directora Regional de Educación  
Panamá Centro.  
E. S. D.

Recibido: *Edwigis*  
Fecha: 5-10-18  
Hora: 11:14 a.m.

Estimada profesora Petra:

Por este medio, me permito solicitarle en la forma más atenta su autorización para que nuestra estudiante: Mgtra. Marcelina Cáceres, céd. 8-729-947, quien se encuentra haciendo la TESIS para graduarse en la Maestría en Docencia Superior; pueda recolectar información sobre los estudiantes y orientadores de los colegios que se detallan adjunto, con el fin de completar una investigación relacionada con los efectos de las Ferias Universitarias.

Agradeciéndole mucho su colaboración a este estudio, me suscribo con muestras de mi consideración y respeto,

Atentamente,

*Francisco Rojas Rodríguez*

Francisco Rojas Rodríguez M.Sc  
DIRECTOR



64663403  
*celular*

*Francisco*  
*6/10/18*



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
ESCUELA DE FORMACIÓN PEDAGÓGICA  
Departamento de Orientación Educativa y Profesional



Panamá, 3 de octubre de 2018.

PROFESOR

Abel Guerra

Director del Centro Educativo

Cristobal Adán de Urriola

E. S. O

Estimado señor Director:

En la forma más respetuosa me permito solicitarle permiso para que nuestra estudiante de Maestría en Docencia Superior, Mgtra. Marcelina Cáceres, céd. 8-729-947, pueda realizar la aplicación de encuestas para recabar información conducente a su TESIS de graduación, con estudiantes y orientadores de varios colegios de la Región Panamá Centro y Panamá Oeste, así como en varias facultades de la Universidad de Panamá. El tema de esta investigación es sobre los efectos de las Ferias Universitarias..

Agradeciéndole mucho su colaboración con las justas aspiraciones de superación académica de Marcelina, le doy de antemano las más expresivas gracias por su comprensión y apoyo.

Atentamente,



Francisco Rojas Rodríguez M.Sc.  
DIRECTOR

## 2. Instrumento de recolección de datos

**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**DIRECCIÓN DE DIRECCIÓN Y POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN DOCENCIA SUPERIOR**

**LAS FERIAS UNIVERSITARIAS CUESTIONARIO**  
**-ORGANIZADORES-**

### **Presentación:**

Respetado estudiante, el presente cuestionario tiene como finalidad recolectar datos importantes, para conocer la efectividad de las Ferias de Universidades como propuesta orientadora, para la elección de una carrera universitaria. Los datos que usted nos proporcione son de vital importancia, por tal motivo, le solicitamos sinceridad al responder las preguntas que encontrará a continuación. No le ponga nombre a la misma. No está demás enfatizar, que los datos que usted exponga, serán tratados con profesionalismo, discreción y responsabilidad. Muchas gracias.

### **Indicaciones:**

- ❖ Lea detenidamente cada una de las preguntas y responda en el espacio en blanco con la mejor alternativa.
- ❖ Marque con “X” su criterio.
- ❖ Cada pregunta puede tener más de una elección.
- ❖ Ante cualquier duda, consulte con toda confianza a la persona a cargo del cuestionario.
- ❖ Antes de responder las preguntas, lea todo el cuestionario primero, para evitar contradicciones en las respuestas.

1. Número de años en que ha participado organizando esta feria \_\_\_\_\_ años

2. La organización de la Feria de Universidades cuenta con:

\_\_\_\_\_ Un programa estructurado impreso de la feria.

\_\_\_\_\_ No se tiene un programa estructurado.

\_\_\_\_\_ Se hace de forma empírica.

3. ¿Cuáles son los objetivos de la Feria de Universidades?:

\_\_\_\_\_ Informa acerca de las opciones de estudio.

\_\_\_\_\_ Desarrolla temas sobre habilidades y características personales.

\_\_\_\_\_ Presenta perfiles profesionales.

\_\_\_\_\_ Conoce sobre el mercado laboral.

\_\_\_\_\_ Ver proyecciones de las carreras.

\_\_\_\_\_ Ofrece planes de estudios.

4. ¿Qué justifica realizar la Feria Universitaria?

\_\_\_\_\_ La creciente cantidad de universidades, que hay en el país.

- \_\_\_\_\_ El creciente mercado laboral y la necesidad de cubrir esos puestos de trabajo con personal profesional.
- \_\_\_\_\_ Por tradición.
- \_\_\_\_\_ Política de Estado o de gobierno.
- \_\_\_\_\_ Como estrategia orientadora al estudiante y padres de familia.
- \_\_\_\_\_ Conoce el listado de profesiones, que requiere el país, según el Ministerio de Trabajo.
5. ¿Qué motivos tuvo para invitar a una universidad a la Feria Universitaria?:
- \_\_\_\_\_ Trayectoria en el país.
- \_\_\_\_\_ La oferta laboral que requiere el país.
- \_\_\_\_\_ Se auto invita.
- \_\_\_\_\_ Producto de encuesta aplicada a estudiante y sus aspiraciones de Educación Superior.
6. ¿Cuánto tiempo tiene programado para recorrer la feria de universidades?
- 2 horas \_\_\_\_\_ 3 horas \_\_\_\_\_ 4 horas \_\_\_\_\_ 5 horas \_\_\_\_\_
7. ¿Se contempla brindar exposiciones o conferencias de las distintas ramas en donde se transmiten experiencias de superación y otros hechos importantes?
- Sí se contempla \_\_\_\_\_
- Siempre \_\_\_\_\_
- No se puede \_\_\_\_\_
- No había pensado en eso \_\_\_\_\_
8. ¿Sé les da a los estudiantes, Orientación sobre el mercado laboral?
- Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ A veces \_\_\_\_\_
9. Cómo organizador considera que para elegir una carrera universitaria se necesita:
- \_\_\_ La reflexión de los gustos, intereses, capacidades, necesidades, aspiraciones, y limitaciones.
- \_\_\_ Información sobre las carreras sus objetivos, planes de estudio y campo ocupacional.
- \_\_\_ La interacción entre ambas.
10. ¿Piensa que en la Feria de Universidades es una estrategia orientadora?
- Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ Un poco \_\_\_\_\_ La complementa \_\_\_\_\_

**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**DIRECCIÓN DE DIRECCIÓN Y POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN DOCENCIA SUPERIOR**

**LA FERIAS UNIVERSITARIA CUESTIONARIO**  
**-ESTUDIANTES DE I<sup>Er</sup> AÑO DE LA UNIVERSIDAD-**

**Presentación:**

Respetado estudiante, el presente cuestionario tiene como finalidad recolectar datos importantes, para conocer la efectividad de las Ferias de Universidades como propuesta orientadora, para la elección de una carrera universitaria. Los datos que usted nos proporcione son de vital importancia, por tal motivo, le solicitamos sinceridad al responder las preguntas que encontrará a continuación. No le ponga nombre a la misma. No está demás enfatizar, que los datos que usted exponga serán tratados con profesionalismo, discreción y responsabilidad. Muchas gracias.

**Indicaciones:**

- ❖ Lea detenidamente cada una de las preguntas y responda en el espacio en blanco con la mejor alternativa.
- ❖ Marque con “X” su criterio.
- ❖ Cada pregunta puede tener más de una elección.
- ❖ Ante cualquier duda, consulte con toda confianza a la persona a cargo del cuestionario.
- ❖ Antes de responder las preguntas, lea todo el cuestionario primero, para evitar contradicciones entre las respuestas.

1. ¿Ha asistido a una Feria de Universidades? Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
2. ¿Recibió, Orientación Vocacional durante la feria? Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
3. ¿La Feria le ayudó a elegir la carrera que cursa?  
 Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ No estoy seguro \_\_\_\_\_
4. ¿Qué es necesario, para elegir una carrera universitaria?  
 \_\_\_\_\_ La reflexión de los gustos, intereses, capacidades, necesidades, aspiraciones y limitaciones.  
 \_\_\_\_\_ Información sobre las carreras, sus objetivos, planes de estudio y campo ocupacional.  
 \_\_\_\_\_ La interacción entre ambas
5. ¿El mercado laboral es donde, esta la demanda y la oferta de trabajo?  
 Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ No sabe \_\_\_\_\_
6. ¿La Feria de Universidades Le motivó con información y diálogo?  
 \_\_\_\_\_ Bastante \_\_\_\_\_ Mucho \_\_\_\_\_ Nada

7. ¿La Feria Universitaria es un recurso, para transmitir información concerniente a la elección profesional?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ Un poco \_\_\_\_\_ No estoy seguro \_\_\_\_\_

**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**  
**VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO**  
**MAESTRÍA EN DOCENCIA SUPERIOR**

**LAS FERIAS DE UNIVERSIDADES CUESTIONARIO**  
**-ESTUDIANTES DE 12°-**

**Presentación:**

Respetado estudiante, el presente cuestionario tiene como finalidad recolectar datos importantes, para conocer la efectividad de las Ferias de Universidades, como propuesta orientadora para la elección de una carrera universitaria. Los datos que usted nos proporcione son de vital importancia, por tal motivo, le solicitamos sinceridad al responder las preguntas que encontrará a continuación. No le ponga nombre a la misma. No está demás enfatizar que los datos que usted exponga serán tratados con profesionalismo, discreción y responsabilidad. Muchas gracias.

**Indicaciones:**

- ❖ Lea detenidamente cada una de las preguntas y responda en el espacio en blanco como la mejor alternativa.
- ❖ Marque con “X” su criterio.
- ❖ Cada pregunta puede tener más de una elección.
- ❖ Ante cualquier duda, consulte con toda confianza a la persona a cargo del cuestionario.
- ❖ Antes de responder las preguntas, lea todo el cuestionario, primero para evitar contradicciones entre las respuestas.

1. ¿Cuándo fue a la feria, ¿logró asistir a todos los puestos informativos?  
 Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ No estoy seguro \_\_\_\_\_
2. ¿En los puestos informativos fue usted atendido por?  
 \_\_\_\_\_ Profesores universitarios.  
 \_\_\_\_\_ Estudiantes graduandos de una carrera universitaria.  
 \_\_\_\_\_ Personal administrativo de la universidad.  
 \_\_\_\_\_ No estoy seguro.
3. ¿Pudo asistir a exposiciones o conferencias presentadas por profesionales, en donde transmitían sus experiencias de superación mediante la educación y otros temas motivadores?  
 Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_ No pudo \_\_\_\_ No hubo \_\_\_\_ No le interesaban \_\_\_\_
4. ¿Recibió Orientación Vocacional al asistir a la Feria? Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
5. ¿Se le aplicó un test vocacional? Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
6. ¿Cómo recibió información sobre las universidades?  
 \_\_\_\_\_ Verbal \_\_\_\_\_ Folleto \_\_\_\_\_ Por correo electrónico \_\_\_\_\_ Audiovisual
7. ¿Qué hizo con los folletos que le brindaron en los diferentes puestos informativos?  
 \_\_\_\_\_ Leerlos  
 \_\_\_\_\_ Seleccioné los que me interesaban más

\_\_\_\_\_ Los analicé con la familia  
 \_\_\_\_\_ Los utilicé en clases de orientación y consejería

8. ¿Cree que la Feria de Universidades le ayudó a elegir una carrera?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ No estoy seguro \_\_\_\_\_

9. ¿Qué es necesario para elegir una carrera universitaria?

\_\_\_\_\_ La reflexión de los gustos, intereses, capacidades, necesidades, aspiraciones y limitaciones.

\_\_\_\_\_ Información sobre las carreras, sus objetivos, planes de estudio y campo ocupacional.

\_\_\_\_\_ La interacción entre ambas

10. ¿La Feria de Universidades le motivó con información y diálogo?

\_\_\_\_\_ Bastante \_\_\_\_\_ Mucho \_\_\_\_\_ Nada

11. ¿Cree que la feria es un recurso para transmitir información?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ Un poco \_\_\_\_\_ No estoy seguro \_\_\_\_\_

**3. Listado de Universidades participantes de la Feria de Universidades,  
Edúcate 2019 del IFARHU.**

1. Universidad Católica San Antonio
2. Illinois State University
3. Quality Leadership University
4. University of Louisville
5. Universidad de Panamá
6. Universidad Interamericana de Panamá
7. Universidad Americana
8. Universidad del Caribe
9. Universidad Latina de Panamá
10. Universidad Metropolitana de Educación Ciencias y Tecnología
11. IBI Universidad Bancaria
12. Universidad Especializada de las Américas
13. Columbus University
14. Universidad Alta Dirección
15. Eastern Kentucky University
16. University at Buffalo, The State University of New York
17. University of Delaware
18. California State University San Marcos
19. Miami International University of Art and Design
20. California State Polytechnic University- Panama
21. California State University- Long Beach
22. University of North Carolina Wilmington
23. Full Sail University
24. University of Southern Indiana
25. Universidad Santa María la Antigua
26. University of the Incarnate Word
27. California State University Monterey Bay
28. The University of New Orleans
29. University of Tennessee
30. Louisiana State University
31. Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Agronómicas
32. Universidad Tecnológica de Panamá
33. ISAE Universidad
34. Universidad Hispanoamericana de Panamá/ Centro Tecnológico de Panamá
35. INTO University Partnership
36. Wilkes University
37. Universidad del Istmo
38. Universidad Marítima
39. Universidad Interamericana de Puerto Rico
40. Universidad Antonio de Nebrija
41. Universidad Santander

#### 4. Certificaciones



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
COMITÉ DE BIOÉTICA (CBUP)

---

Panamá, 23 de enero de 2020  
Nota N° CBUP/032/2020

Investigadora  
Marcelina Del C. Cáceres A.  
Maestría en Docencia Superior  
Universidad de Panamá

Estimada investigadora:

El Comité de Bioética de la Universidad de Panamá CBUP, considera que el proyecto de tesis de Maestría titulado "**Feria Universitaria, una estrategia orientadora para la elección de una carrera**", no amerita revisión bioética por el tipo de investigación.

Por otra parte, el proyecto ya ha sido realizado, por lo que no sería posible someterlo a revisión según las normas nacionales e internacionales de los comités de bioética de la investigación que postulan que las revisiones y aprobaciones no pueden ser retrospectivas.

Atentamente.

Claude Vergès  
Presidente

Cc: Dra. Norma Andrade, Directora de Postgrado  
Dr. Janzel Villalaz, Director de Investigación

Arraiján, 5 de Agosto de 2021

A Quien Concieme  
E. S. M  
Respetados Profesores:

Yo, **Araceli Saavedra**, profesora de Español; en calidad de permanente, trabajo en el Centro Educativo Cristóbal Adán De Urriola, cédula 3-64-253. Poseo títulos de Licenciada en Humanidades y Profesora de Segunda Enseñanza con especialización en la Facultad de Ciencias de la Educación según diploma n°32647 y 32648.

Revisé la tesis titulada: "La Feria Universitaria, una Estrategia Orientadora, para la Elección de una Carrera" de la profesora **Marcelina Del Carmen Caceres Alabarca** con cédula 8-729-947. Tesis presentada como uno de los requisitos, para optar al grado de Magister en Docencia Superior. Según lo requerido en cuanto a lo concerniente a las reglas de sintaxis, redacción , ortografía y uso correcto de las normas de gramática , entre otras de manera satisfactoria.

Araceli Saavedra

Araceli Saavedra  
Profesora de Español

# UNIVERSIDAD DE PANAMA

LA FACULTAD DE

*Humanidades*

EN VIRTUD DE LA POTESTAD QUE LE CONFIEREN LA LEY Y EL ESTATUTO UNIVERSITARIO,  
HACE CONSTAR QUE

*Graciela Sacrista Morales*

HA TERMINADO LOS ESTUDIOS Y CUMPLIDO CON LOS REQUISITOS  
QUE LE HACEN ACREEDOR AL TITULO DE

*Licenciada en Humanidades  
con Especialización en Español*

Y EN CONSECUENCIA, SE LE CONCEDE TAL GRADO CON TODOS LOS DERECHOS,  
HONORES Y PRIVILEGIOS RESPECTIVOS, EN TESTIMONIO DE LO CUAL SE LE EMITE  
ESTE DIPLOMA EN LA CIUDAD DE PANAMA A LOS

DIAS DEL MES DE *octubre* DE MIL NOVECIENTOS *noventa y tres*

*Diego R. de Vitor*  
Secretario General

Diploma 32647

Matrícula Personal  
3.64-2513

*Gustavo García Valdés*  
Decano

*Enrique Durán*  
Rector

# UNIVERSIDAD DE PANAMA

LA FACULTAD DE

*Educación*

EN VIRTUD DE LA POTESTAD QUE LE CONFIEREN LA LEY Y EL ESTATUTO UNIVERSITARIO,  
HACE CONSTAR QUE

*Araceli Saavedra Morales*

HA TERMINADO LOS ESTUDIOS Y CUMPLIDO CON LOS REQUISITOS  
QUE LE HACEN ACREEDOR AL TITULO DE

*Profesora de Segunda Enseñanza  
con Especialización en Español*

Y EN CONSECUENCIA, SE LE CONCEDE TAL GRADO CON TODOS LOS DERECHOS,  
HONORES Y PRIVILEGIOS RESPECTIVOS, EN TESTIMONIO DE LO CUAL SE LE EXPIDE  
ESTE DIPLOMA EN LA CIUDAD DE PANAMA A LOS

DIAS DEL MES DE *octubre* DE MIL NOVECIENTOS *noventa y uno*.

Revisor de Cuenta  
General

Diciembre 22 1911

Revisor de Cuenta  
Particular

31 25/11

*Renaud de Luna*  
Decano

*Antonio Duran*  
Rector





*Universidad de Panamá*  
*Secretaría General*

DRA-986-00

LA SUSCRITA  
SECRETARIA GENERAL DE LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ,  
A SOLICITUD DE PARTE INTERESADA,

CERTIFICA:

Que la señorita Araceli Saavedra Morales, con cédula de identidad personal N93-64-2513, obtuvo los títulos de Licenciada en Humanidades con Especialización en Español, en la Facultad de Humanidades, y el título de Profesora de Segunda Enseñanza con Especialización en Español, en la Facultad de Ciencias de la Educación, el día 1 de octubre de 1991, según diplomas N932647 y 32648.

Dado en la Ciudad Universitaria "Octavio Méndez Pereira", a los veintinueve días del mes de junio del año dos mil.

x *Betty Anna Rowe de Catsambanis*  
DRA. BETTY ANNA ROWE de CATSAMBANIS 

/ip.