

# ¿Buscando carrera?

INFORME TALLERES PREPARATORIOS  
PARA LA ESTRATEGIA DE MOVILIZACIÓN  
DE LA DEMANDA “¿BUSCANDO  
CARRERA?” 2009



Bogotá, abril de 2009





## PRESENTACIÓN

Desde el Ministerio de Educación Nacional la estrategia de “¿Buscando Carrera?”, ha propendido por la movilización de la demanda desde los últimos dos años (2007 y 2008); esta actividad se ha realizado principalmente a través del desarrollo de ciento treinta y ocho (138) encuentros estudiantiles, realizados en ciento veinticinco (125) municipios del país, con más de trescientos (300) mil participantes, es así como a través de esta actividad se ha informado de los procesos claves para el acceso a la Educación Superior, se han abordado los sistemas de información, financiación, la importancia de las competencias, el proyecto de vida y orientación vocacional. Además dichas reuniones se han complementado con la presentación de las ofertas institucionales de las IES.

Debido a la gran acogida que han tenido los encuentros en cuanto a la sensibilización de la demanda a la Educación Superior, la estrategia ¿Buscando Carrera?, tiene como objetivo impulsar de manera articulada elementos comunicativos, de información y orientación, llegando a las regiones mediante un proceso sinérgico, sostenible y replicable.

Por tal motivo, se desarrollaron once (11) talleres regionales preparatorios en todo el país para concertar y articular esfuerzos, recursos y acciones con actores del sector público y privado del país, con respecto a la política de movilización de la demanda y acceso a la educación superior, impulsada por el Ministerio de Educación Nacional y así enriquecer aún más la estrategia.

El presente documento, presenta los resultados de los talleres a partir de los siguientes puntos:

1. Caracterización de los participantes.
2. Resultados de la encuesta de expectativas sobre actividades de movilización de la demanda.
3. Resultados de los momentos del taller
  - a. Identificación de iniciativas para la movilización de la demanda.
  - b. Diagnóstico de actores vinculados a la construcción del proyecto de vida de los jóvenes de la región.
  - c. Compromisos para el desarrollo regional de la estrategia
4. Municipios priorizados para el desarrollo de encuentros estudiantiles
5. Evaluación de la actividad.
6. Conclusiones Generales.

Esperamos que este documento de resultados sea el inicio para una estrategia que aglutine esfuerzos e iniciativas para promover el acceso a la educación superior en el país.



### SOBRE LOS PARTICIPANTES

Para el desarrollo de los 11 talleres programados se convocaron en total a 1592 personas vinculadas a alcaldías, alianzas para la formación técnica y tecnológica (T&T), Centros Regionales de Educación Superior (CERES), Consejos municipales y departamentales de juventud, integrantes territoriales y nacionales de Red Juntos y Acción Social, Regionales del ICETEX, 179 Instituciones de Educación Superior (IES), SENA, Secretarios de Educación certificados, directores de núcleos educativos, coordinadores locales de educación y sectores productivos.

La participación en cada taller fue:

REGIÓN	CIUDAD DE REUNIÓN	DEPARTAMENTOS CONVOCADOS	FECHA	PARTICIPANTES
Región Andina I	Medellín	Antioquia	06-mar	130
Región Andina II	Bogotá	Cundinamarca, Boyacá	17-feb	116
Distrito Capital	Bogotá	Bogotá	20-mar	109
Región Pacífica	Cali	Valle del Cauca, Cauca, Nariño, Choco	10-mar	105
Eje cafetero	Pereira	Risaralda, Quindío, caldas	24-mar	80
Región Andina - Amazonía	Neiva	Huila, Tolima, Caquetá	13-mar	72
Costa Norte II	Cartagena	Córdoba, Sucre, Bolívar, San Andrés y Providencia	03-mar	68
Costa Norte	Santa marta	Magdalena, Atlántico, Cesar	27-feb	55
Región Andina III	Bucaramanga	Norte de Santander, Santander	24-feb	53
Región Orinoquía	Villavicencio	Meta, Arauca, Vichada, Guaviare, Casanare	17-mar	40
Región Amazonía I	Bogotá	Putumayo, Amazonas, Guainía, Vaupés	20-feb	27

Tabla 1. Talleres realizados.

En total se registraron 855 participantes pertenecientes a los siguientes tipos de entidades:

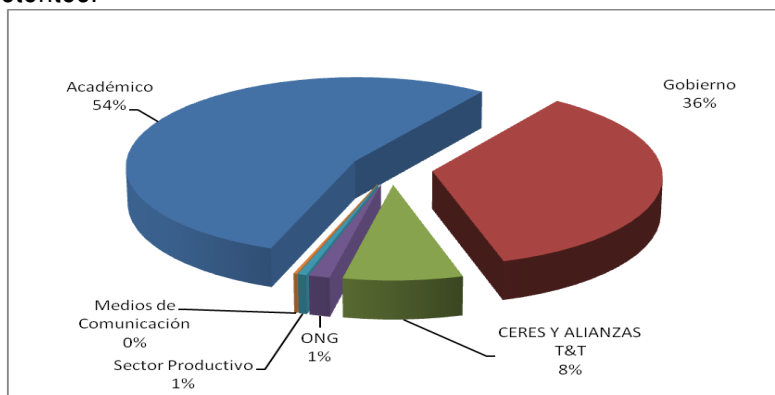
Tipo de entidad	Total
IES privada	279
IES Oficial	94
IE	80
Red Juntos	68
Consejo de Juventud	65
Alcaldía Municipal	45
CERES	38
secretaría de educación municipal	34
Alianzas T&T	30
Secretaría de educación departamental	21
Acción Social	18
CADEL	14



Tipo de entidad	Total
SENA	12
Policía Nacional	9
OTROS	8
ONG	7
Concejo Municipal	7
Alcaldía Local	6
Sector Productivo	5
Gobierno Departamental	4
Gobierno Nacional	3
Padres de Familia	2
ICETEX	2
CCAI	2
ICFES	1
Total general	854

Tabla 2. Tipo de entidad participante

En este sentido, el 54% de los asistentes se identifican como pertenecientes al sector académico (IES, Instituciones educativas de media), el 36% al sector Gobierno (Secretarías de Educación, Alcaldías, Gobernaciones, Consejos Municipales y departamentales de Juventud, Gobierno Nacional), CERES y alianzas T&T con el 8%, ONG el 1% (representantes de Asociaciones de Padres de Familia, Asociaciones de Egresados, otras entidades no gubernamentales), Sector Productivo con el 1% (Cámaras de Comercio y representantes de gremios) y medios de comunicación con dos asistentes. En la gráfica 1 se evidencia los sectores en los cuales se identifican los asistentes.



Gráfica 1. Sector de pertenencia de los asistentes

A través los 362 representantes de IES, participaron 131 instituciones de las cuales el 51% son Universidades y el 31% Instituciones Universitarias. (Tabla 2.)

Carácter de la IES	No. IES
Universidad	66
Institución Universitaria	40
Institución Tecnológica	15
Institución Técnica Profesional	9

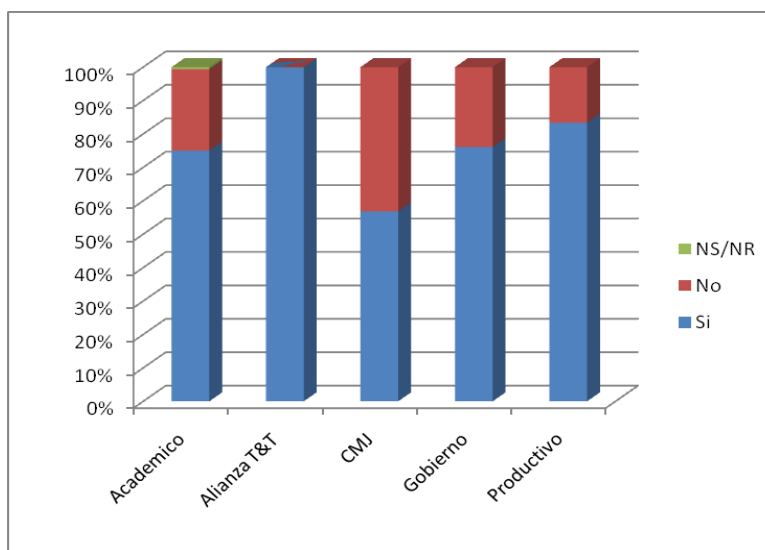
Tabla 3. Carácter de las IES asistentes a los talleres.

**RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE EXPECTATIVAS SOBRE ACTIVIDADES DE MOVILIZACIÓN DE LA DEMANDA**

Se aplico una encuesta a los participantes al inicio de la jornada con el fin de tener una medición de entrada del nivel de conocimiento de iniciativas locales y de la estrategia ¿Buscando Carrera?

La encuesta fue respondida por el 84% de los asistentes registrados; indagó en primera instancia por el conocimiento de los participantes sobre iniciativas locales y/o departamentales para promover el acceso a la Educación Superior en sus departamentos; frente a este tema el 74% de los participantes afirma conocer iniciativas que promueven el acceso a la Educación Superior, se destacan los Consejeros Municipales y Departamentales de Juventud, quienes cerca de un 50% manifiestan no tener conocimiento de iniciativas locales para la promoción del acceso a la Educación Superior (Gráfica 2)

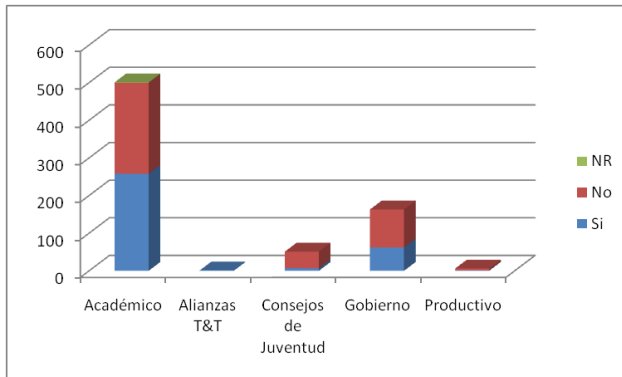
**¿Conoce iniciativas locales y/o departamentales que promuevan el acceso a la Educación Superior en su Departamento?**



Gráfica 2. Respuesta conocimiento de iniciativas

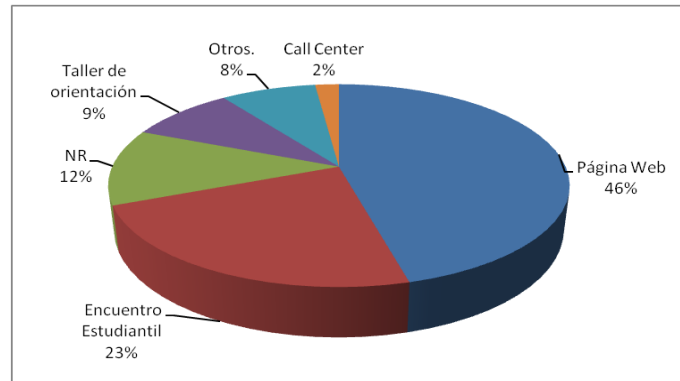
Frente a la pregunta ¿Conoce la estrategia Buscando Carrera?, el 54% de los participantes afirma NO conocer ¿Buscando Carrera?, del 46% que SÍ conoce la estrategia (Gráfica 3), un 46% ha accedido a la página Web y el 23% a un Encuentro Estudiantil, siendo estos los dos componentes más reconocidos de la estrategia; el Call Center (2%) y los talleres de orientación (8%) son los componentes menos reconocidos por los participantes (Gráfica 4).

¿Conoce “Buscando Carrera”?



Gráfica 3. Respuesta conoce ¿Buscando Carrera?

A cuáles de los siguientes componentes de ¿Buscando Carrera? ha accedido



Gráfica 4. Respuesta componentes a los que ha accedido

## RESULTADOS DE LOS MOMENTOS DEL TALLER

### 1. Iniciativas locales para la movilización de la demanda a la educación superior

Con el objetivo de iniciar el taller con el reconocimiento e identificación de los esfuerzos locales, los asistentes exponen las iniciativas que han desarrollado en sus regiones, basados en una discusión al interior de las mesas de trabajo conformadas por máximo 10 integrantes.

La metodología del taller sugiere que cada mesa, la cual representa diferentes instituciones de una misma entidad territorial, identifique y exponga tres iniciativas locales que estén desarrollando para movilizar la demanda y aumentar el acceso a la educación superior; que seleccione la que ha tenido un mayor impacto, y que proponga factores que podrían complementar y generar mayores resultados en el ámbito local.

Como material de apoyo logístico cada participante ha recibido un perfil departamental en educación superior, que muestra la dinámica de coberturas y la oferta del plan de desarrollo; a su vez, cada mesa cuenta con un papelógrafo, el cual contiene dos formatos en tamaño pliego para desarrollar y plasmar los interrogantes sugeridos en un tiempo de media hora aproximadamente; posteriormente el relator de cada mesa expone el trabajo desarrollado por el grupo.

## Hallazgos

La descripción que se presenta a continuación muestra los resultados de once talleres regionales desarrollados.

## Amazonía.



La participación de esta región se dio en un taller por parte de cuatro mesas de los departamentos de Putumayo, Amazonas, Vaupés y Guainía, en donde se identificaron 12 iniciativas, de las cuales se destacan como las más importantes en cuanto a resultados la nueva oferta local, la creación de CERES, el aumento de la oferta del SENA. El departamento de Caquetá tuvo participación en una mesa, en el taller realizado en la ciudad de Neiva, la cual destacó los CERES y los Convenios interinstitucionales como principales proyectos de acceso a la educación superior.

Las principales sugerencias realizadas para complementar las iniciativas locales y alcanzar mejores resultados son realizar mayor difusión a través de medios como frecuencias radiales, teniendo consideración sobre la baja densidad poblacional y la escasez de vías de acceso a los municipios y corregimientos departamentales. Para poder llegar a mayor parte de la población se sugiere tener articulación interinstitucional y convocar a las autoridades tradicionales indígenas, para poder multiplicar la información de ofertas en educación superior y financiación de las mismas.

### **Costa Norte.**

Para la Costa Norte se realizaron dos talleres en las ciudades de Santa Marta y Cartagena, con participación de los departamentos de Bolívar, San Andrés, Sucre, Córdoba, Atlántico, Cesar, La Guajira y Magdalena, los cuales conformaron 13 mesas y comentaron 37 iniciativas locales.

Dentro de las iniciativas destacadas, los mecanismos de financiación fueron reconocidos en 9 oportunidades, seguidos de las ferias y/o Encuentros Estudiantiles enunciados 6 veces.

Los departamentos de Bolívar, Atlántico y Magdalena, destacaron los CERES como principal iniciativa de fomento a la educación superior, en tanto para las mesas de los demás departamentos los proyectos más destacados son la gratuidad de la matrícula en el departamento de La Guajira; convenios con universidades y el SENA en los departamentos de Sucre y Córdoba.

Para alcanzar una estrategia de movilización de la demanda con mayor impacto, los departamentos de esta región sugirieron que deberían tenerse en cuenta dentro de los líderes locales a miembros de Juntas de Acción Comunal, en el departamento de San Andrés y Providencia la comunidad raizal, continental y árabe; al sector productivos tanto gremios como microempresarios; en los actores del sector académico destacaron las alianzas para el fomento de la educación Técnica y Tecnológica, los coordinadores de CERES, universidades, colegios y psicorientadores.

Los medios de comunicación que deben ser incluidos en esta Estrategia, de acuerdo con los participantes son talleres con padres y docentes, las páginas web de las Universidades, emisora radial de la policía nacional y medios locales.



## **Andina**

En la zona Andina se realizaron cinco talleres con la participación de los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Antioquia, Caldas, Risaralda, Quindío, Huila, Tolima, Santander, Norte de Santander y el Bogotá como Distrito Capital, quienes conformaron 47 mesas de trabajo en las que se identificaron 139 iniciativas locales que promueven un mayor acceso a la educación superior.

Dentro de las iniciativas resaltadas por el taller en el que participaron los representantes de Cundinamarca y Boyacá, donde se tuvo una alta participación de IES, se encuentra las Ferias Universitarias (6 mesas), Visitas a colegios (3 mesas), Orientación Profesional (4 mesas) y Convenios con IES (4 mesas). Estos proyectos, junto con la promoción virtual y el mercadeo directo, fueron considerados por los participantes como las de mayor impacto.

La principal sugerencia para enriquecer la estrategia se centra en utilizar medios alternativos de comunicación e Internet.

En el taller realizado en Antioquia, los mecanismos de financiación se destacaron en 9 oportunidades, siendo el Fondo EPM y el Fondo Gilberto Echeverry, los considerados por los asistentes como los de mayor impacto. La articulación de la educación media con la superior fue considerada en 8 ocasiones como proyectos para aumentar la cobertura en superior.

Así mismo el Proyecto Galileo de la alcaldía municipal de Bello, fue destacado en dos mesas como una iniciativa local que combina aspectos financieros, de cursos preuniversitarios y convenios institucionales con IES para ofertar programas de Educación Técnica y Tecnológica.

Sugieren que la estrategia de movilización de la demanda debe tener publicidad apoyada en las TIC's, participación del sector productivo, mayor coordinación entre IES y colegios e inclusión de planes de orientación vocacional.

En el taller realizado en Bucaramanga, los representantes de departamentos de Santander y Norte De Santander, conformaron 8 mesas e identificaron 24 iniciativas locales. De estas fueron nombradas cada una en 3 oportunidades la utilización de medios de comunicación, las ferias universitarias y la articulación de la Educación Media con la Superior.

Como iniciativas con mayor impacto, se resaltaron el proyecto de Masificación de la Oferta de la Educación Superior en Bucaramanga (Universidad del Pueblo), de igual forma las alianzas de promoción de la educación técnica y tecnológica y los proyectos de articulación fueron elegidas en tres mesas.

Las sugerencias para mejorar la estrategia en los Santanderes fueron principalmente articular la comunicación entre la Educación superior y la educación media, fortalecer los departamentos de orientación vocacional de los colegios e incluir como actores a los docentes y al sector productivo.





En el taller con participación de los departamentos de Huila y Tolima (5 mesas y 14 iniciativas), los mecanismos de financiación, las ferias universitarias y la articulación de la educación media con la superior fueron enumerados en un par de oportunidades como iniciativas locales que permiten aumentar el acceso a la educación superior.

Se destacan como iniciativas de alto impacto, el Pacto por la Educación Superior que beneficia a jóvenes de 9 municipios en Huila y los convenios realizados en este departamento para descentralizar la oferta.

Para los participantes de Tolima, se debe hacer mayor promoción del Fondo FEM y el Crédito ACCES CERES. Las representantes de instituciones en el Huila rescataron la necesidad de capacitar a la comunidad académica de las instituciones de educación básica y media.

En el Distrito Capital, los participantes conformaron 12 de mesas de trabajo que permitieron la identificación de 82 proyectos que movilizan mayor demanda en educación superior. Las iniciativas enunciadas en un mayor número de mesas fueron la articulación de la educación media con la superior (8) y los mecanismos de financiación (7) e igualmente fueron resaltados como los de mayor impacto para aumentar la cobertura en educación superior.

Los participantes, dentro de los que se destacan representantes de las IES y los CADELES, sugieren para enriquecer la estrategia incluir la participación de las alcaldías locales, los Consejos Locales de Juventud y la difusión por medios institucionales y universitarios.

En el eje cafetero se tuvo la participación de instituciones de Caldas, Quindío y Risaralda, quienes conformaron 6 mesas de trabajo e identificaron 18 iniciativas locales de movilización de la demanda, dentro de las cuales se destacaron los mecanismos de financiación (7 veces), los CERES (4 oportunidades) y la orientación vocacional (2 veces). Sin embargo, se destacan como proyectos de mayor impacto las ferias y el mercadeo directo (3 veces).

Sugieren realizar talleres como el ICETEX, vincular al sector productivo y a las secretarías de educación como actores partícipes de la estrategia, y la utilización de canales comunitarios para la difusión de la misma.

## **Orinoquía**

El taller realizado en Villavicencio con contó con la participación de instituciones de los departamentos de Meta, Guaviare, Casanare, Guaviare y Arauca, quienes hicieron parte de 9 mesas de trabajo e identificaron 18 iniciativas locales de fomento al acceso de la educación superior.

Las alternativas de financiación (Becas y Subsidios) se resaltaron en 10 oportunidades, seguidos de las ferias universitarias con 2. Los participantes sugieren involucrar a las asociaciones de padres de familia, que se permita la creación de cultura empresarial y la creación de un centro de



información permanente en cada municipio que maneje información sobre créditos educativos, como parte de los elementos que pueden mejorar la estrategia de movilización de la demanda.

### **Pacífico**

En Santiago de Cali se realizó el taller con participación de instituciones de los departamentos de Valle del Cauca, Cauca, Nariño y Chocó, quienes hicieron parte de 8 mesas de trabajo e identificaron 23 iniciativas de movilización de la demanda de la educación superior.

Dentro de las iniciativas destacadas por las mesas, la articulación de la educación media con la superior y los mecanismos de financiación, enumerados cada una en cinco oportunidades, seguidos de las ferias universitarias y los CERES con tres menciones.

Para enriquecer la estrategia de movilización de la demanda, sugieren acudir a la Responsabilidad Social Universitaria, mayores programas de orientación vocacional, una mayor caracterización de la población objeto y la utilización de emisoras de radio locales como mecanismos de difusión.

### **Resultados generales**

En los 11 talleres previos se visibilizaron 235 iniciativas en 82 mesas de trabajo, de las cuales se destacaron como las más enunciadas las alternativas de financiación, como becas y créditos, en 53 oportunidades, la articulación de la educación media con la superior 31 veces, las ferias universitarias en 29, los convenios con IES en 21 ocasiones, los CERES en 20 mesas, la orientación vocacional 13 y la utilización de medios de comunicación en 11 ocasiones. Otro tipo de iniciativas se enumeraron en 45 oportunidades, dentro de las que se destacan las alianzas de T y T (7), visitas a IES (8) y los cursos preuniversitarios (6).

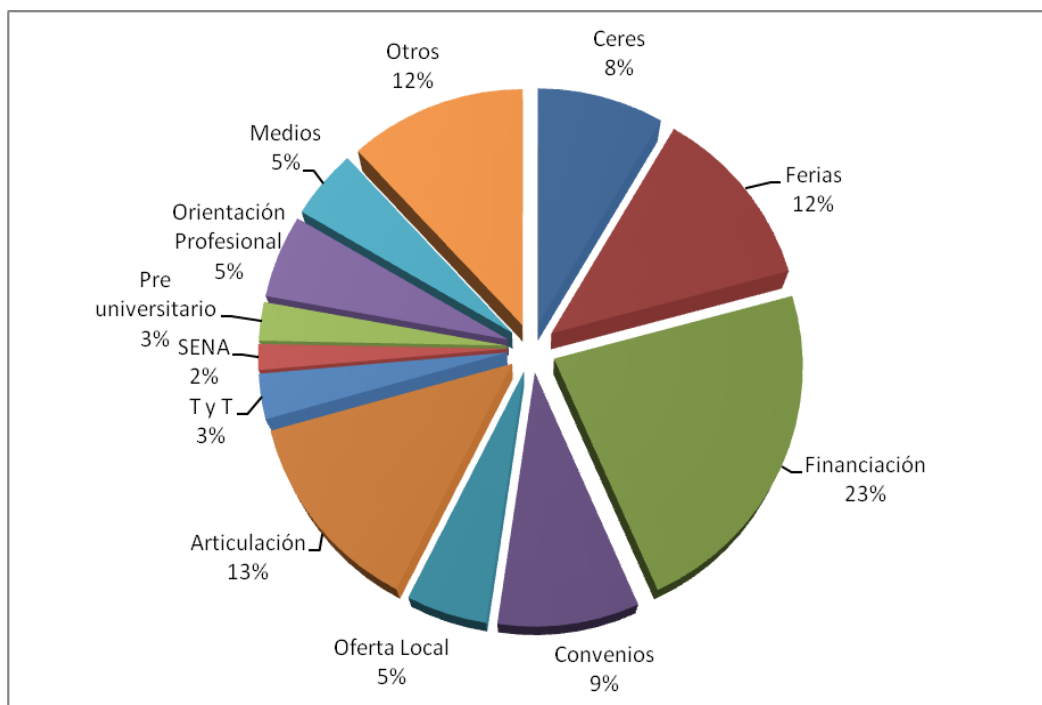


Figura 5. Iniciativas locales identificadas.

La iniciativa más destacada a nivel nacional como la de mayor impacto en el aumento de la cobertura a la educación superior es los CERES en 12 mesas de trabajo.

2. Diagnóstico de actores vinculados a la construcción del proyecto de vida de los jóvenes de la región

Con el objetivo específico de conocer la percepción de los actores participantes a los once talleres regionales acerca del perfil de los jóvenes de cada región representados por “Wilson” y “Yolanda” personajes de la estrategia “¿Buscando Carrera?”, con el fin de analizar la correspondencia entre la satisfacción de las necesidades y expectativas de los jóvenes de la región, las iniciativas locales para que ellos puedan acceder a la Educación Superior y los actores que están influenciando el proyecto de vida de los jóvenes se diseñó la siguiente metodología:

A través de un taller participativo con aproximadamente diez (10) tipos de actores locales diferentes por departamento, se empleó una metodología de identificación y priorización, tanto del perfil de los jóvenes de las regiones, así como de la influencia de los actores en la construcción del proyecto de vida de los jóvenes y su impacto en el acceso a la Educación Superior. Una vez terminado el ejercicio por parte de cada mesa de trabajo se presentó en plenaria las principales reflexiones. Para el desarrollo de estas reflexiones los asistentes se apoyaron en el material de la imagen 1.



Imagen 1. Material empleado en el ejercicio

Los principales puntos de reflexión de la actividad fueron:

### **Percepción de los perfiles representativos de los jóvenes de las regiones por parte de los actores participantes a los talleres**

Las características nacionales más relevantes de “Yolanda” como una joven con edad entre 16 y 17 años representativa de las regiones, con relación a qué hace en su tiempo libre, fueron las siguientes:

- Escucha música y/o ve Televisión
- Navega en Internet
- Comparte con los amigos

Respecto a qué puede hacer luego de graduarse del colegio, las respuestas más frecuentes fueron:

- Trabajar
- Ser ama de casa
- Estudiar una carrera técnica y/o profesional

Así mismo las respuestas más significativas relacionadas con los sueños que tiene en 10 años fueron:

- Tener una situación económica estable
- Ser una profesional exitosa
- Formar un hogar

Las características nacionales más relevantes de “Wilson” como un joven de 16 o 17 años representativo de las regiones, en cuanto a qué hace en su tiempo libre, las respuestas más representativas fueron:



- Escuchar Música
- Navegar en Internet
- Compartir con los amigos

Respecto a qué puede hacer luego de graduarse del colegio las respuestas más frecuentes fueron:

- Trabajar
- Trabajar en labores de su comunidad
- Estudiar una carrera técnica o profesional

Así mismo las respuestas más significativas relacionadas con los sueños que tiene en 10 años fueron:

- Alcanzar una situación económica estable
- Ser un profesional exitoso
- Ganar dinero fácil

De acuerdo con la anterior descripción que hacen los participantes con relación a los jóvenes de las regiones, nuevamente se evidencia las debilidades en sus proyectos de vida, en su orientación vocacional, en las débiles motivaciones que tienen los jóvenes para acceder a la Educación Superior. Dichos aspectos incrementan la vulnerabilidad académica y afectiva, pilares para el ingreso y permanencia a otros niveles de formación o cualificación, en términos generales, existe una percepción de jóvenes con las siguientes características:

- Desmotivados
- Cansados, perezosos
- Gran interés en los juegos y las fiestas
- Gran motivación por las bebidas alcohólicas
- Motivados por ejercer una sexualidad desenfrenada
- La paternidad a temprana edad
- Gran interés en estar conectados al ipod, Celular
- Gran interés en estar conectados a comunidades virtuales y les encanta chatear
- Gran interés por ver programas de Tv
- Gran interés por la belleza física
- Facilista e influenciado por los amigos

De esta forma, se revelan grandes brechas entre lo que los jóvenes viven en un tiempo presente y lo que aspiran llegar a ser en un futuro. El interrogante que hay que definir es cómo cerrar dicha brecha logrando en el presente más adecuados niveles actitudinales y competenciales en los jóvenes que puedan asumir roles que aporten al cumplimiento de sus metas futuras y de las metas regionales a través de proyectos vida pertinentes.



### En cuanto a la influencia de los actores en el proyecto de vida

Los actores que **mayor** influencia tienen en el proyecto de vida de los jóvenes de las regiones son:

1. Los Amigos
2. Los Medios de Comunicación
3. La Familia

Con relación a los actores que **menos** influencia tienen en el proyecto de vida de los jóvenes de las regiones son:

1. El Sector Productivo
2. IES
3. La Iglesia
4. La Secretaría de Educación

### Principales puntos de reflexión:

- Existen vacíos en las acciones de actores claves para la construcción proyectos de vida pertinentes:

A partir de lo anterior, se analiza que existen grandes vacíos y ausencias en los actores principales que pueden generar adecuadas influencias hacia la construcción de proyectos de vida pertinentes en los jóvenes. Pueden ser vacíos conceptuales o actitudinales, o la ausencia de figuras o modelos de ciudadanos pertinentes comprometidos con el desarrollo personal, social y económico con una región. Cada actor local se debate en múltiples escenarios, con un alto nivel de activismo, pero bajo impacto en la transformación social y construcción de ciudadanía con valores y competencias que puedan apalancar el desarrollo familiar, comunitario y económico de la región.

- Débiles incentivos y motivaciones para los jóvenes a nivel local

Los actores departamentales o municipales no están generando alternativas de participación social, de identificación de roles y proyectos de vida que los jóvenes puedan sentir como propios y así motivarse para acceder a la Educación Superior. No se evidenció en el desarrollo del taller la percepción de la importancia o el interés de implementar estrategias de movilización en los jóvenes que están en extraedad.

- Se requiere un sector productivo integrado con el desarrollo regional



Es imperativo que el sector productivo, esté integrado a las estrategias de desarrollo regional así como a generación de estrategias motivadoras para los jóvenes con el fin de articularse con la formación técnica y tecnológica facilitando su inserción laboral.

Es urgente una resignificación del papel de la familia, de los medios de comunicación, de la iglesia, de la Secretaria de Educación, de las Instituciones de Educación Superior y del Sector productivo para que se fortalezcan individualmente y de manera sinérgica apuntando al desarrollo sostenible, social y económico de las regiones.

- La estrategia debe ser la integración y articulación de actores claves

Una estrategia de movilización de la demanda hacia la Educación Superior debe integrar actores claves de manera permanente y socializada que involucre al sector productivo, a la Secretaria de Educación y al Gobierno local. Dicha integración, no debe ser pasiva ni estática, sino que debe involucrar la innovación, la investigación y desarrollo de ciencia y tecnología además de la competitividad para el desarrollo regional.

- El desarrollo sostenible y la responsabilidad social pilares de la movilización de la demanda.

Dentro del proceso de desarrollo regional, en el cual están implícitas las aplicaciones y utilidades de las competencias de los jóvenes en diversos contextos, se requieren suficientes motivaciones, para acceder a la Educación Superior.

Los cimientos de las regiones están en el desarrollo ambiental, el social y el económico, en dichos contextos tiene gran responsabilidad no solo el gobierno local sino todas y cada una de las personas que conforman la sociedad. Incluso, el joven quien debe sentirse parte de ella. Si el joven se hace co-responsable y apunta al desarrollo sostenible de su región, lo más probable, es que busque crecer y quedarse en ella. Todos los actores de una región son co-responsables del crecimiento personal y académico de los jóvenes mediante la formación de competencias adecuadas que se articulen al cumplimiento de metas locales.

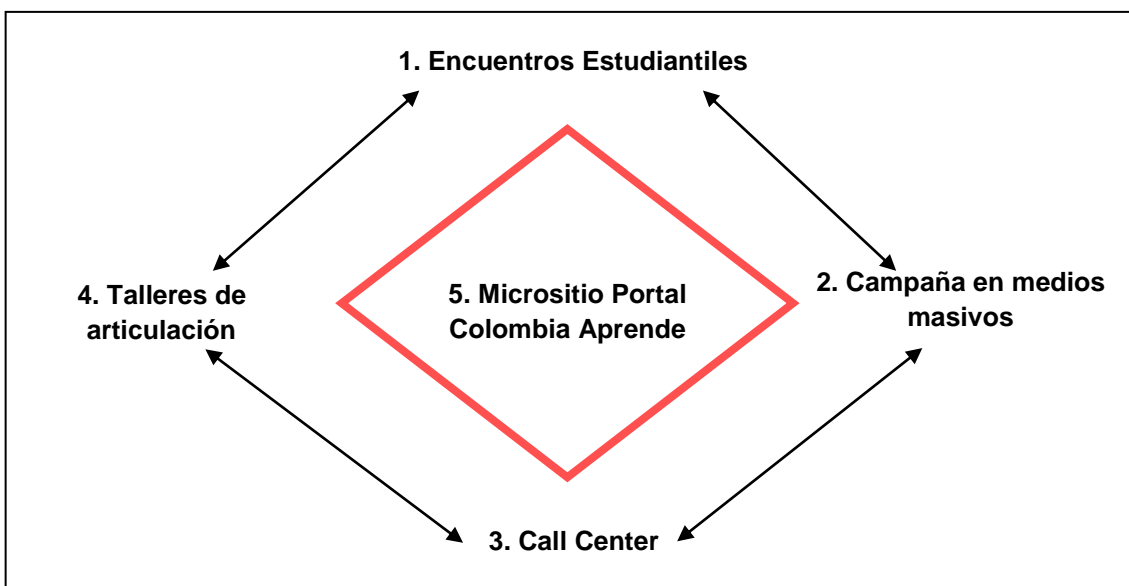
En últimas, son dichos jóvenes quienes a la vuelta de veinte años están liderando procesos en las regiones; de la cualificación de esos jóvenes mediante al acceso a la Educación Superior dependerá la calidad de su liderazgo para toda la sociedad.

#### Compromisos para el desarrollo regional de la estrategia

La metodología empleada para el desarrollo de esta parte del taller consistió en trabajo grupal por mesas departamentales; a partir de la presentación de la estrategia ¿Buscando Carrera? y de cada uno de sus componentes se desarrolló una discusión grupal sobre los posibles aportes que los diferentes actores podían ofrecer para el fortalecimiento de la estrategia, de dicha discusión se desprenden los siguientes compromisos:

1. Identificación de compromisos y aportes de los actores a cada componente de ¿Buscando Carrera?

### Componentes ¿Buscando Carrera?



Gráfica 5. Componentes de ¿Buscando Carrera?

#### 1. Encuentros Estudiantiles

Frente a los encuentros estudiantiles los actores conocieron la organización y desarrollo básico de un encuentro y recibieron un documento con los requerimientos logísticos para su realización; con este marco se establecieron compromisos en torno a la difusión del evento, convocatoria a estudiantes de media, bachilleres y padres de familia interesados, participación con stands informativos y orientadores de los programas y procesos de las diferentes Instituciones de Educación Superior y participación en el desarrollo de las charlas por núcleo de conocimiento. De manera puntual los participantes definieron los siguientes compromisos:

##### Sector Académico

- Recursos físicos y transporte (Auditorios, refrigerios y transporte interno)
- Stand informativo.
- Desarrollo de charlas por núcleo de conocimiento.

##### CERES - Alianzas T&T

- Stand
- Desarrollo de charlas por núcleo de conocimiento.

##### Sector Gobierno





Libertad y Orden

▪ Disposición de recursos (físicos, humanos y financieros): Apoyo logístico, infraestructura, apoyo en transporte y refrigerios.

Convocatoria y difusión: Comunicación directa a colegios (estudiantes y padres de familia) y medios de comunicación

#### Organizaciones no Gubernamentales

▪ Convocatoria y difusión a través de medios propios como carteleras, boletines de información y páginas Web.

▪ Replica de encuentros estudiantiles. CDJ - CMJ

#### Sector Productivo

▪ Stand

▪ Desarrollo de charlas por núcleo de conocimiento.

## **2. Campaña en Medios Masivos**

En el componente de medios masivos se identificó un gran interés por articular medios propios y medios locales disponibles para la difusión de la estrategia, integrando elementos motivacionales para la movilización de la demanda, pautas para la orientación vocacional y profesional, elementos informativos que permitan a bachilleres y padres de familia tener información de calidad para la toma de decisiones pertinentes en la Educación Superior y con un alto grado de compromiso en el desarrollo de sus departamentos y regiones. Los compromisos establecidos en este componente fueron los siguientes:

#### Sector Académico

• Convocatoria y difusión en medios propios: Canales institucionales, programas radiales, páginas Web, material impreso, periódicos institucionales, revistas y material en audio y video.

• Otros medios: alianzas con canales de TV locales y departamentales, radios comunitarias, boletines, revistas y páginas Web de alcaldías y gobernaciones.

#### Sector Gobierno

• Convocatoria y difusión de la estrategia a través de comunicación directa a colegios (estudiantes y padres de familia), paginas Web de alcaldías, emisoras locales y comunitarias, canales de TV local.

#### CERES y Alianzas T&T

• Convocatoria y difusión en boletines virtuales, emisoras comunitarias, periódicos regionales propios.

#### Organizaciones no gubernamentales

• Convocatoria y difusión a través de medios propios como carteleras, boletines de información, páginas Web y carteleras.



Libertad y Orden

### Sector productivo

- Convocatoria y difusión a través de medios propios como páginas Web y revistas.

### **3. Call Center**

Al ser el Call Center el componente menos reconocido por los participantes, los compromisos establecidos frente a su fortalecimiento y difusión fueron de difícil identificación, con excepción de actores del sector académico que manifestaron su interés por divulgar esta herramienta y articularla a sus Call Center propios.

### **4. Talleres de articulación**

Los talleres de articulación han constituido un componente de la estrategia que pretende posicionar el tema de la educación técnica y tecnológica en directivos docentes, orientadores vocacionales y docentes de media de los grados 10 y 11 por considerarlos determinantes en la toma de decisiones de los jóvenes y padres de familia, así como generar espacios con Secretarios de Educación para la socialización y reconocimiento de las políticas del MEN en Educación Superior; y el establecimiento de acuerdos para la constitución de alianzas para el fomento de la educación superior en las regiones, en este sentido el sector académico y el sector gobierno manifestaron lo siguiente:

#### Sector Académico

- Talleres de Orientación profesional dirigidos a padres de familia y estudiantes de grados 10 y 11.
- Capacitación a psicorrientadores en temas de orientación vocacional y profesional.

#### Sector Gobierno

- Charlas de orientación en temas de inclusión educativa, proyecto de vida y articulación de educación media con educación superior.

### **1. Micrositio ¿Buscando Carrera?**

De acuerdo con las reflexiones de los participantes en los 11 talleres a lo largo de todas las actividades, el componente de página Web es el que posee las mayores potencialidades para llegar de forma masiva a los jóvenes con contenidos dinámicos, comprensibles y cercanos a sus situaciones de vida particulares, con información que transmitida de manera adecuada puede contribuir altamente en la movilización de la demanda hacia la Educación Superior, en este sentido todos los actores manifestaron su interés de referenciar al micrositio de ¿Buscando Carrera? en sus páginas institucionales.

### **Otros compromisos para el desarrollo de la estrategia**



En el ejercicio de reflexión sobre el fortalecimiento de ¿Buscando Carrera? fueron identificados compromisos de los actores que no se enmarcaron en ninguno de los anteriores componentes y que se considera importante visibilizar en tanto constituyen en propuestas de articulación con otras acciones que vienen desarrollando los actores en las regiones.

#### Académicos

- Vinculación de Semilleros de educación y Semilleros de investigación.
- Grupos culturales para el desarrollo de los encuentros

#### Organizaciones no gubernamentales

- Reuniones de socialización de la estrategia con diferentes poblaciones (jóvenes, padres de familia, directivos docentes) y replica de encuentros estudiantiles.
- Foros Juveniles con Consejos Municipales y Departamentales de Juventud, en los que se aborde el acceso a la Educación Superior con pertinencia.

#### Gobierno

- Reuniones de socialización de la estrategia con diferentes poblaciones (jóvenes, padres de familia, directivos docentes)- Red Juntos.
- Replica de encuentros estudiantiles en municipios a los que ¿Buscando Carrera? no llegará durante este año.

### **Principales propuestas regionales para la articulación de acciones**

En cada una de las regiones se identificaron propuesta de articulación de acciones que contribuirían a fortalecer la movilización de la demanda, dichas acciones se relacionan con vinculación de nuevos actores para el desarrollo de la estrategia, constitución de redes y alianzas, fortalecimiento en un plan de medios, capacitación de diversos actores en temas de movilización de la demanda, orientación vocacional y profesional para replicar acciones en territorios apartados.

#### Región Costa Norte

Gestionar la vinculación de proyectos productivos y empresariales a los procesos de orientación vocacional de los estudiantes y a la estrategia en general.

#### Región Pacífico

Replica de la estructura de los encuentros estudiantiles, con un fuerte componente étnico y cultural, solicitan un proceso de acompañamiento y capacitación para la orientar las réplicas.

#### Región Andina

Fortalecimiento de la estrategia virtual, a través de foros, asesoría y orientación a los bachilleres, articulación de un plan de medios para la difusión de la estrategia, y creación de una red de Instituciones ¿Buscando Carrera? en el que se pueda hacer uso de la imagen de la estrategia.



Libertad y Orden

### Región Amazonía

Vincular a proyectos productivos y experiencias exitosas del SENA, y capacitación a multiplicadores para llegar a los territorios más apartados de la región.

### Región Orinoquia

Involucrar el sector productivo y la agroindustria para el desarrollo de la estrategia (emprenderismo), y fomento de actividades culturales y de arraigo de la región dentro de los procesos de orientación vocacional a bachilleres.

## **MUNICIPIOS PRIORIZADOS PARA EL DESARROLLO DE ENCUENTROS ESTUDIANTILES**

Para la definición del desarrollo del componente “Encuentros Estudiantiles” se programo una actividad que consistió en trabajar sobre un mapa físico político de cada departamento, en el que se propuso el desarrollo de encuentros con alcance regional, dentro de los criterios de priorización se tuvo en cuenta:

- Municipios de confluencia regional o provincial, con alto número de bachilleres y bajas tasas de cobertura.
- Municipios priorizados con niveles altos de pobreza que cuente con oferta de Educación Superior (CCAI).
- Nuevas entidades territoriales que cuenten con oferta de educación superior.
- Regiones con propuestas para el fortalecimiento de la educación técnica y tecnológica y los CERES.
- Regiones con presencia de población afrocolombiana, raizal e indígena.

Posteriormente los asistentes realizaron una lluvia de ideas sobre el alcance de los encuentros propuestos o de otras áreas en las que podrían trabajar, de esta forma se priorizaron los siguientes municipios con área de influencia regional:

Departamento	Municipio	Total Estudiantes 10 y 11	Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
<b>REGIÓN ANDINA</b>				
Bogotá	Centro	6000	21-Jul	22-Jul
Boyaca	Sogamoso	3954	23-Jul	24-Jul
Bogotá	Engativá	6000	27-Jul	28-Jul
Boyaca	Chiquinquirá	1882	27-Jul	28-Jul
Risaralda	La Virginia	880	28-Jul	28-Jul
Boyaca	Duitama	3398	30-Jul	31-Jul
Risaralda	Dos Quebradas	3557	30-Jul	31-Jul
Cundinamarca	Girardot	2562	03-Ago	04-Ago
Quindío	Calarcá	1913	03-Ago	03-Ago



Libertad y Orden

Ministerio de Educación Nacional  
Subdirección de Apoyo a la Gestión de IES  
República de Colombia

Departamento	Municipio	Total Estudiantes 10 y 11	Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
Norte de Santander	Cucuta	13113	05-Ago	06-Ago
Quindío	Quimbaya	679	05-Ago	05-Ago
Cundinamarca	Zipaquirá	3444	05-Ago	06-Ago
Norte de Santander	Sardinata	200	10-Ago	10-Ago
Cundinamarca	Facatativa	3221	10-Ago	11-Ago
Tolima	Chaparral	817	13-Ago	13-Ago
Santander	Málaga	603	14-Ago	14-Ago
Cundinamarca	Soacha	7338	18-Ago	20-Ago
Norte de Santander	Ocaña	2209	18-Ago	18-Ago
Tolima	Espinal	2005	24-Ago	24-Ago
Tolima	Ibagué	13423	27-Ago	28-Ago
Santander	Floridablanca	5545	28-Ago	30-Ago
Bogotá	Ciudad Bolívar	6000	31-Ago	02-Sep
Huila	Neiva	8659	22-Sep	23-Sep
Huila	Pitalito	2001	25-Sep	25-Sep
Cundinamarca	La Vega	576	01-Oct	01-Oct
Caldas	Salamina	475	07-Oct	07-Oct
Caldas	Manzanares	478	09-Oct	09-Oct
Santander	Barrancabermeja	5927	12-Oct	13-Oct
Cundinamarca	Gachetá	314	19-Oct	19-Oct
Santander	Barbosa	578	19-Oct	19-Oct
Antioquia	Apartadó	2470	20-Oct	20-Oct
Antioquia	Itagüí	5822	22-Oct	23-Oct
Antioquia	Rionegro	3116	26-Oct	27-Oct
Caldas	Chichiná	1294	30-Oct	30-Oct
<b>REGIÓN PACÍFICO</b>				
Cauca	Santander de Quilichao	1647	03-Ago	04-Ago
Valle	Tuluá	4951	13-Ago	14-Ago
Valle	Buenaventura	6758	20-Ago	21-Ago
Cauca	Silvia	517	24-Ago	24-Ago
Cauca	Guapi	780	26-Ago	26-Ago
Choco	Quibdó	3797	03-Sep	04-Sep
Choco	Itsmina	986	08-Sep	08-Sep
Choco	Nuquí	137	11-Sep	11-Sep
Cauca	Popayán	6568	17-Sep	18-Sep
Valle	Florida	1327	21-Sep	21-Sep
Nariño	Ipiales	2868	21-Sep	21-Sep
Nariño	La Unión	680	23-Sep	23-Sep
Valle	Roldanillo	1057	24-Sep	25-Sep
Nariño	Pasto	10042	01-Oct	02-Oct



Libertad y Orden

Ministerio de Educación Nacional  
Subdirección de Apoyo a la Gestión de IES  
República de Colombia

Departamento	Municipio	Total Estudiantes 10 y 11	Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
Nariño	Tumaco	2657	15-Oct	16-Oct
<b>REGIÓN COSTA NORTE</b>				
La Guajira	Dibulla	355	06-Ago	06-Ago
Sucre	San Onofre	711	11-Ago	11-Ago
Sucre	Sincelejo	8609	19-Ago	20-Ago
Atlántico	Soledad	8810	24-Ago	25-Ago
Atlántico	Sabanalarga	2351	27-Ago	27-Ago
Bolívar	San Pablo	268	07-Sep	07-Sep
Bolívar	El Carmen de Bolívar	1659	09-Sep	09-Sep
Cesar	Aguachica	1904	09-Sep	09-Sep
Cesar	Curumani	629	11-Sep	11-Sep
Bolívar	Cartagena	27780	28-Sep	30-Sep
Cesar	Agustín Codazzi	1058	14-Sep	14-Sep
Córdoba	Montería	10095	15-Sep	16-Sep
Bolívar	Mompós	1221	18-Sep	18-Sep
Córdoba	Tierralta	1422	18-Sep	18-Sep
La Guajira	Riohacha	3301	21-Sep	22-Sep
La Guajira	San Juan del Cesar	1208	25-Sep	25-Sep
La Guajira	Maicao	2761	28-Sep	28-Sep
Magdalena	Ciénaga	2670	02-Oct	02-Oct
Magdalena	Aracataca	707	06-Oct	06-Oct
Magdalena	Santa Marta	11395	08-Oct	09-Oct
Magdalena	El Banco	1373	15-Oct	15-Oct
San Andres	San Andrés	1577	20-Oct	21-Oct
<b>REGIÓN ORINOQUÍA</b>				
Vichada	Puerto Carreño	461	11-Ago	11-Ago
Arauca	Tame	992	25-Ago	26-Ago
Casanare	Aguazul	753	14-Sep	14-Sep
Meta	Puerto López	602	15-Sep	15-Sep
Meta	San Juan De Arama	84	17-Sep	17-Sep
Casanare	Villanueva	423	17-Sep	17-Sep
Meta	Acacías	1644	12-Oct	12-Oct
Guaviare	San José Del Guaviare	857	22-Oct	23-Oct
Arauca	Saravena	893	26-Oct	27-Oct
<b>REGIÓN AMAZONIA</b>				
Putumayo	Puerto Asís	695	01-Sep	01-Sep
Putumayo	Orito	529	02-Sep	02-Sep
Putumayo	Sibundoy	497	04-Sep	04-Sep
Caquetá	Florencia	3201	07-Sep	08-Sep
Putumayo	Mocoa	942	08-Sep	08-Sep



Departamento	Municipio	Total Estudiantes 10 y 11	Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
Caquetá	San Vicente del Caguán	583	10-Sep	10-Sep
Putumayo	Puerto Leguízamo	235	23-Sep	23-Sep
Vaupés	Mitú	378	30-Sep	30-Sep
Guainía	Inírida	290	06-Oct	06-Oct
Amazonas	Leticia	1594	15-Oct	16-Oct

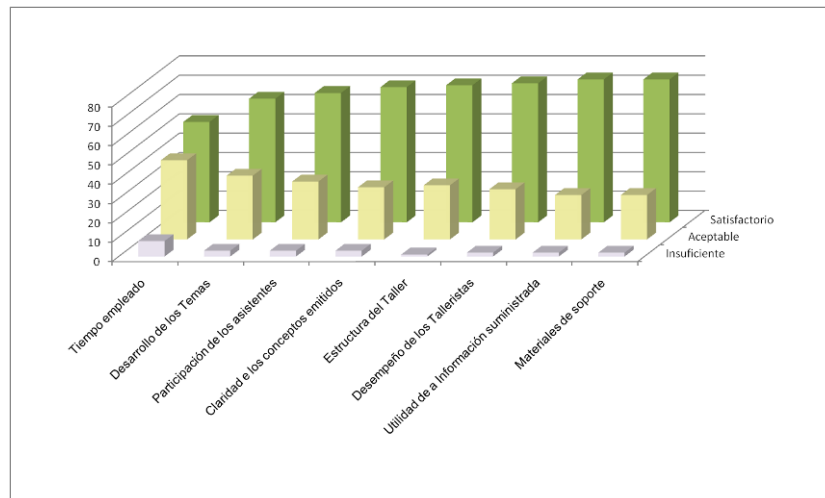
Tabla 4. Cronograma de Encuentros estudiantiles

#### EVALUACIÓN DE LA ACTIVIDAD

Con el fin de evaluar el contenido y los componentes del taller, se aplicó una evaluación a 527 asistentes; la evaluación evidenció que los asistentes valoraron satisfactoriamente la utilidad de la información, los materiales de soporte y la estructura del taller, el aspecto con menos nivel de satisfacción fue el tiempo empleado para el desarrollo de la actividad, dada la densidad de los temas tratados pues en algunos casos los participantes manifestaron que por tratarse de la primera vez que se abría un espacio de discusión en el tema, este deberían contar con más tiempo para su desarrollo. Ver tabla 5

Aspectos evaluados	Satisfactorio	Aceptable	Insuficiente
Utilidad de la Información suministrada	394	122	13
Materiales de soporte	390	122	12
Estructura del Taller	374	147	6
Desempeño de los Talleristas	373	133	9
Claridad e los conceptos emitidos	365	142	18
Participación de los asistentes de acuerdo con la metodología	355	157	15
Desarrollo de los Temas	339	172	14
Tiempo empleado	274	214	40

Tabla 5. Resultados de la evaluación.



Grafica 6. Evaluación de los talleres

## CONCLUSIONES GENERALES

A partir de los once (11) talleres desarrollados en el país se puede concluir:

### En cuanto a los participantes a los talleres:

La mayor cantidad de participantes al taller fueron las instituciones de Educación Superior. Esto invita a pensar innovadoras estrategias para la convocatoria de diversos actores importantes, como son asociaciones de padres de familia, grupos regionales de ciencia, tecnología y competitividad, equipos de gobierno locales y otras instancias de participación local.

El MEN, tiene información limitada sobre bases de datos de Asociaciones de Padres de Familia, aunque se hizo la convocatoria de éstos a través de la Secretaria de Educación, se apreció una reducida participación de los padres de familia en el taller, reflejándose la necesidad de desarrollar estrategias de acercamiento hacia ellos e implementación de acciones conjuntas tanto para la construcción de proyectos de vida pertinentes, como para una orientación vocacional y ocupacional adecuada.

Para el desarrollo de los talleres preparatorios regionales, la participación de las Secretarías de Educación fue muy escasa lo cual requiere de adoptar medidas y estrategias que permitan articular acciones y actores de las SE de manera más sostenible y comprometida. Lo anterior, surgió también como una reflexión por parte de los actores que participaron en el taller, quienes apreciaron que las Secretarías de Educación, estaban alejadas de los retos y desafíos que plantea el acceso a la educación superior y su articulación con el desarrollo regional.

Sin embargo se destaca la participación de actores que no habían sido convocados para el tema de la demanda.





**En cuanto a los niveles de aportes y compromisos de los participantes a los talleres** se evidenció seriedad, apertura, reflexión y motivación en la mayoría de los casos. Con relación a la trascendencia de los temas, se logró aclarar por parte de los asistentes que se requiere mayor compromiso local, de las secretarías de educación y de las instituciones de educación básica y media para incentivar y articular proyectos de vida pertinentes para acceder a la Educación Superior y proyectar el desarrollo regional.

**En cuanto a la información clave producto del taller** se evidenció que no existe una caracterización de los jóvenes referidas a sus necesidades y expectativas en ninguna de las regiones del país. Que no existen perfiles ocupacionales de las regiones y que en varios casos los estudiantes no diferencian el significado de la formación técnica, la tecnológica y la profesional por ciclos propedéuticos aún más con la nueva denominación.

**En cuanto a la información de las iniciativas locales** para la movilización de la demanda se requieren incentivos para que los jóvenes se queden en la región por medio del fomento de la ciencia y la tecnología o de proyectos productivos que generen proyecciones en su región, se requiere seguir fortaleciendo y posicionando la presencia territorial de CERES y las alianzas T&T. También este espacio permitió el reconocimiento de estrategias locales y regionales de financiación del acceso a la educación superior y el intercambio de experiencias.

**Los actores al taller no tenían claro que una estrategia de movilización implica** la integración y sinergia con varios actores para que sea pertinente, oportuna y de impacto para el cumplimiento de las metas personales y regionales de los jóvenes.

**Así mismo, en varios de los encuentros se generó la reflexión de la pertinencia del papel de los directivos docentes, de los docentes, y de los psico-orientadores** en cuanto a la necesidad de una construcción pertinente para el proyecto de vida de los jóvenes y su orientación vocacional-profesional. Tal parece que la orientación vocacional, no está dirigida al joven y las instituciones educativas de básica y media no tienen el impacto necesario en la continuidad de los procesos para articularse con la educación media, técnica y tecnológica.

**Se dieron a conocer Sistemas de información y programas** del Ministerio de Educación Nacional en el tema de ampliación de cobertura en Educación Superior, como en el caso del Sistema Nacional de Información para la Educación Superior (SNIES), el Observatorio Laboral para la Educación, los Centros Regionales de Educación Superior (CERES) y las Alianzas para la educación técnica y tecnológica.

**En cuanto a las preguntas que debemos hacer desde los actores de la Educación Superior**

¿Se están realizando las acciones necesarias para que los jóvenes se motiven a vincularse a la Educación Superior?



¿Se está adecuando la oferta de manera pertinente para el Desarrollo regional?

¿Se están superando las barreras mínimas como la falta de información que impiden el acceso a la Educación Superior?

### **Expectativas para el desarrollo de la estrategia**

#### **De Comunicación:**

Diseñar, Implementar un Plan de Medios e Imagen Corporativa para Buscando Carrera

#### **De formación**

Focalizar acciones para fortalecer programas dirigidos a los psico-orientadores, directivos docentes, docentes y padres de familia. De ahí surge la importancia de construir una identidad vocacional-profesional, construida sobre intereses, competencias, valores, motivaciones, incentivos, apoyos y aspiraciones.

Focalizar programas y participaciones en mesas regionales que apunten a cambios de roles y al desarrollo de proyectos de vida pertinentes que desencadenen en el cumplimiento de metas competitivas personales y regionales. El proyecto de vida se constituye entonces en un plan de autoformación y superación de acuerdo con las propias necesidades y expectativas pero sobre todo estimula la autonomía.



Libertad y Orden

## PRESENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MOVILIZACIÓN DE LA DEMANDA PARA LAS REGIONES

La presente estrategia busca sensibilizar al país sobre el acceso a la Educación Superior, a partir de la articulación de nociones como desarrollo regional, competitividad y empresarismo, y su relación con la educación superior. Hoy por hoy no se pueden desconocer los retos y necesidades económicas, sociales, culturales y ambientales que existen en las regiones, así como la oferta laboral y las necesidades de técnicos y tecnólogos que aporten al desarrollo del país.

Esta estrategia se sustenta en un proceso de acompañamiento a los jóvenes y los actores claves que apoyan la construcción de su identidad personal, social y profesional. Motivando acciones que permitan la apropiación de proyectos de desarrollo regional como de interés propio, abordando de esta forma su problemática personal, socio-cultural y económica para integrar sus aspectos fuertes y débiles en soluciones constructivas para su entorno.

### Objetivo General:

Fortalecer la movilización de la demanda a la educación superior en las regiones a través del acompañamiento y asesoría a diversos actores vinculados en la definición de proyecto de vida de los y las jóvenes y su relación con el desarrollo regional y la competitividad.

### Objetivos Específicos:

- Promover espacios de reflexión sobre los aportes sostenibles desde la Educación Superior, hacia el desarrollo regional y la competitividad en el marco de la formación técnica y tecnológica.
- Identificar influencia y conocimientos del entorno y su relación con proyectos de vida orientados a la educación superior con el fin de construir insumos a partir de fortalezas y debilidades en los procesos de movilización de la demanda.
- Resignificar la imagen del proceso de orientación vocacional, ocupacional y profesional y su impacto en la identidad, la competitividad y el desarrollo regional, a través de la vinculación de actores sociales e institucionales claves.
- Realizar una campaña que articule recursos locales y departamentales para la difusión y el fomento de la estrategia de movilización de la demanda ¿Buscando Carrera?

### Actividades estratégicas:

- Equipo de movilizadores regionales de la demanda facilitando y monitoreando el desarrollo de las actividades realizadas.



Libertad y Orden

- Espacios de información sobre cadenas de formación, entre la educación media y la educación superior, que fomentan el acceso a la Educación Superior. (Talleres de articulación de la educación media con la educación superior).
- Estudio aplicado a jóvenes estudiantes de la educación media que evidencie la influencia y conocimiento del entorno de los jóvenes y su relación con proyectos de vida orientados a la educación superior.
- Insumos de reflexión y trabajo para actores locales sobre proyecto de vida, orientación vocacional, ocupacional y profesional orientados al desarrollo regional y la competitividad.
- Estrategias comunicativas regionales y locales empleadas para el fomento al acceso de la educación superior (plan de medios).
- Rediseño de la página web de acuerdo a las necesidades identificadas por los usuarios y por la estrategia en términos de comunicación y difusión.
- Manual de imagen creado para la campaña ¿Buscando Carrera?
- Encuentros Estudiantiles ¿Buscando Carrera?
- Estructuración y presentación de informes al equipo de trabajo.

#### **Algunos Indicadores de Gestión:**

- Proceso de inducción a equipo regional.
- Plan de trabajo de movilización de la demanda por región.
- % de propuestas articuladas a planes de acción relacionados con la movilización de la demanda en los departamentos.
- No. de espacios de información sobre cadenas de formación y educación superior con actores claves.
- No. de estudiantes que participan en el estudio sobre influencia y conocimiento del entorno para la construcción del proyecto de vida.
- No. de materiales construidos a nivel local, regional o departamental para la orientación vocacional, ocupacional y profesional en contextos de desarrollo regional específico.
- No. de espacios pedagógicos desarrollados a nivel local, regional o departamental fomentados en el marco del programa para la orientación vocacional, ocupacional y profesional en contextos de desarrollo regional específico.
- No. de medios articulados a la campaña de movilización de la demanda.
- No. de municipios impactados con la campaña ¿Buscando Carrera?
- No. de impactos en medios de comunicación regionales.
- No. de banners en páginas de IES, entidades gubernamentales, medios electrónicos de comunicación que conectan a la página web de ¿Buscando Carrera?
- No. de solicitudes realizadas sobre el manual de imagen de ¿Buscando Carrera?
- No. de visitas realizadas al micrositio de ¿Buscando Carrera?
- No. de usuarios que emplearon el formulario de “contáctenos” como vía de comunicación con el equipo de trabajo.
- Página web rediseñada



Libertad y Orden

- No. de documentos noticiosos producidos para la página web.