

EDUCACIÓN

# PERFIL PSICO-SOCIO-EDUCATIVO Y CONSUMO DE MEDIOS DE LOS JÓVENES QUE INGRESAN A LA UNMSM

## PSYCHO-SOCIAL AND EDUCATIONAL PROFILE AND MEDIA CONSUMPTION IN YOUNG PEOPLE AT THE UNMSM

**Augusto Frisancho León**

*Universidad Nacional Mayor de San Marcos*

*<unmsm56@hotmail.com>*

### RESUMEN

La presente investigación tuvo como principal objetivo caracterizar a los estudiantes que ingresan a la Escuela Académico Profesional de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, para lo cual se trabajó con una muestra de 170 alumnos ingresantes 2014 a la referida escuela. Durante los semestres académicos 2014-1 y 2014-2 se aplicó a dicha muestra de estudiantes una batería de tests psicológicos y un cuestionario de 65 ítems. Se presentan los resultados en cinco rubros: perfil demográfico, perfil psicológico, perfil socioeconómico y cultural, perfil socioeducativo y consumo de medios. Los resultados obtenidos serán de utilidad para las autoridades encargadas del diseño curricular de las escuelas profesionales, docentes universitarios y profesores tutores.

**PALABRAS CLAVE:** Perfil psico-socio-educativo, consumo de medios, estudiantes universitarios, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

### ABSTRACT

This research had as main objective to characterize the students entering the Academic Professional School of Education at the National University of San Marcos, for which he worked with a sample of 170 freshmen 2014 to the said school. During the 2014-1 and 2014-2 academic semesters was applied to the sample of students a battery of psychological tests and a questionnaire of 65 items. The results are presented in five categories: demographic profile, psychological profile, socioeconomic and cultural profile, social and educational profile and media consumption. The results will be useful to the authorities responsible for curriculum design professional schools, university teachers and tutors.

**KEYWORDS:** Profile psycho-socio-educational, Media consumption, College students, National University of San Marcos.

*Recibido: 8/1/15*

*Aceptado: 14/2/15*

## INTRODUCCIÓN

**T**oda carrera universitaria cuenta con su diseño curricular, que contiene, entre otros elementos, el perfil de ingreso y el perfil de egreso del estudiante.

El perfil de ingreso hace referencia a una descripción de las características deseables en el alumno de nuevo ingreso en términos de conocimientos, habilidades y aptitudes para cursar y terminar con mayores posibilidades de éxito los estudios que inicia.

El perfil de egreso se refiere a las características que debe reunir quien termina los estudios de una carrera determinada, características estimadas aptas para el fin determinado.

Pero así como es importante saber qué tipo de persona queremos que ingrese a una determinada carrera universitaria y también qué tipo de profesional queremos que egrese de la misma, es igualmente importante saber qué tipo de persona realmente ingresa, cuáles son sus características.

Conocer el perfil psico-socio-educativo de las personas que ingresan a una determinada carrera universitaria permitirá a las autoridades de la misma adecuar el currículo a las necesidades e intereses de esa población. Asimismo, permitirá a los profesores adecuar los contenidos de sus asignaturas a las características de los estudiantes. Y a los profesores tutores les permitirá diseñar actividades de tutoría universitaria que tengan por finalidad la prevención de desajustes y el desarrollo personal de los estudiantes.

Por lo anterior, nos propusimos realizar la presente investigación, cuyo problema quedó planteado de la siguiente manera:

¿Cuál es el perfil psico-socio-educativo del estudiante que ingresa a la Escuela Académico Profesional de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos?

Y cuyos objetivos fueron:

- Caracterizar a los estudiantes que ingresan a la Escuela Académico Profesional de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Elaborar el perfil psico-socio-educativo del ingresante a la Escuela Académico Profesional de Educación.

## MÉTODO

### *Tipo y diseño de investigación*

Se trata de investigación aplicada, de tipo descriptiva. El diseño de investigación corresponde básicamente al descriptivo-comparativo.

### *Población y muestra*

La población estuvo constituida por los 250 estudiantes ingresantes 2014 a la Escuela Académico Profesional de Educación.

Se intentó trabajar con toda la población, pero no se pudo por diversas razones. En el caso de la aplicación de los tests psicológicos se trabajó con un promedio de 190 estudiantes, que representó el 76% de la población total de ingresantes. Y en el caso de la aplicación del cuestionario, se trabajó con 170 estudiantes (68% de la población).

	Hombres	Mujeres	Total
Tests psicológicos	57	133	190
Cuestionario del estudiante	58	112	170

### *Instrumentos de investigación*

#### *1. Tests psicológicos*

##### *Test de Inteligencia General 2 (TIG-2)*

El Test de Inteligencia General 2 (TIG-2), pertenece a la serie de pruebas de "dominós". El test fue elaborado por A. Cordero y col. (2001), evalúa la inteligencia general, en concreto el factor "g", entendido este como la capacidad de abstracción y comprensión de relaciones aplicadas a problemas no verbales. El TIG-2 se aplica a sujetos a partir de los 14 años hasta adultos de nivel educativo elevado. La tarea de la persona que se evalúa es averiguar el orden que siguen las fichas de cada elemento y estimar los valores que debe contener la ficha en blanco para que la serie se complete.

*Inventario de Personalidad de Eysenck, Forma B (EPI-B)*

El test, elaborado por H. Eysenck, ha sido traducido al castellano y validado factorialmente por Sánchez y Cuadras (1972) y editado por TEA (1973). Evalúa dos grandes dimensiones de la personalidad: neuroticismo y extraversión. Consta además de una escala adicional de sinceridad. El cuestionario, de 57 preguntas, tiene la forma habitual de preguntas con posibilidades de contestar “sí” o “no”. Está dirigido a adolescentes y adultos y su aplicación puede ser individual o colectiva.

*Escala de Autoconcepto, Forma 5 (AF-5)*

La Escala de Autoconcepto, Forma 5 (AF-5), prueba elaborada por F. García y G. Musitu (2001), surge como versión ampliada y actualizada de la Escala de Autoconcepto, Forma A o AFA. Su propósito es evaluar diferentes aspectos del autoconcepto en adolescentes y adultos.

El AF-5 está compuesto por 30 ítems que evalúan el autoconcepto presente en el sujeto en sus contextos Académico/profesional, Social, Emocional, Familiar y Físico. Esta última dimensión, que no estaba presente en el AFA, permite recoger información adicional y sin duda muy útil del modo en que el sujeto se autopercibe. Es de fácil aplicación, individual o colectiva y el contenido de los elementos es adecuado para todo su ámbito de edad y formación.

*Perfil de Preferencias Profesionales (PPP)*

El test fue elaborado por el psicólogo peruano J. L. Pereyra (1992). Su finalidad es determinar los intereses vocacionales de los sujetos con el propósito de realizar consejería en la elección de estudios de nivel técnico, superior o militar. Se presentan 60 centros laborales, de los cuales el sujeto tiene que elegir, obligatoriamente, 20 donde le gustaría trabajar, 20 donde no le gustaría, y 20 donde ni sí ni no le gustaría trabajar. Su aplicación, individual o colectiva, es a adolescentes y/o adultos (con instrucción mínima de 5to año de secundaria).

*Inventario de Hábitos de Estudio (IHE)*

El test fue elaborado por F. Fernández Pozar y editado por TEA Ediciones (1981, 2014). Su finalidad es la evaluación de los hábitos de trabajo y estudio mediante cuatro escalas (Condiciones ambientales del estudio, Planificación del estudio, Utilización de materiales y Asimilación de contenidos) y una adicional de sinceridad. El IHE consta de 90 ítems, para ser contestados con un “sí”, “?” o “no”. Se puede aplicar a sujetos desde los 12 hasta los 24 años de edad y su aplicación es tanto individual como colectiva.

**2. Cuestionario del Estudiante**

*Instrumento elaborado por el responsable del presente estudio*

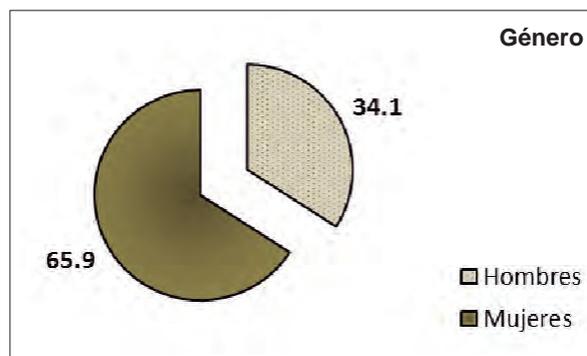
Consta de 65 ítems, que combina preguntas abiertas y cerradas. Busca obtener información sobre: Datos personales (7 ítems), Familia (9 ítems), Educación secundaria (5 ítems), Educación universitaria (10 ítems) y Consumo de medios (24 ítems). Adicionalmente, hay preguntas sobre Donación de órganos (6 ítems) y sobre su centro de estudios (4 ítems)

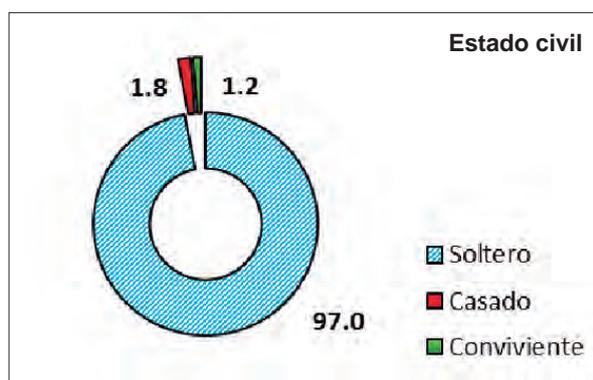
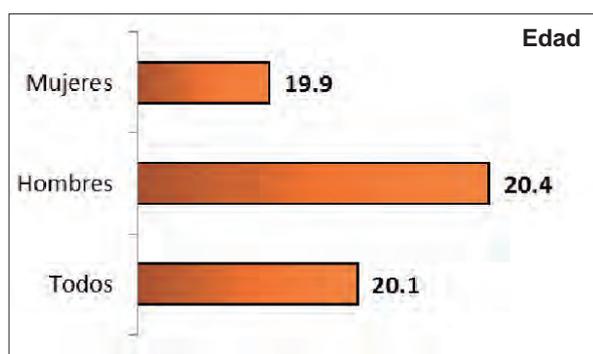
**RESULTADOS**

Se procede a presentar los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos de investigación (tests psicológicos y cuestionario), con su respectiva interpretación.

**PERFIL DEMOGRÁFICO**

**Datos personales**



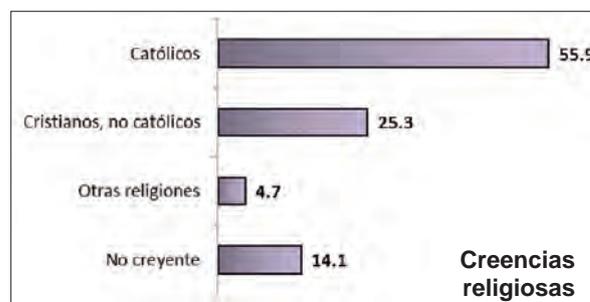
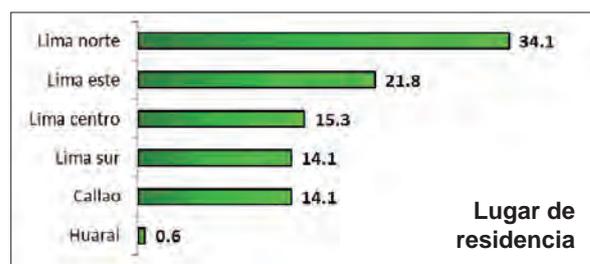
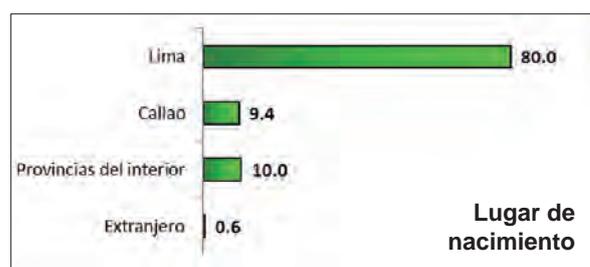


Educación es una carrera seguida más por mujeres que por hombres. El 65.9% de los estudiantes ingresantes 2014 son mujeres, contra solo un 34.1% de hombres.

La edad promedio de los ingresantes es 20.1 años (20.4 años los hombres y 19.9 años las mujeres). Como se aprecia, el promedio de edad de los hombres es ligeramente superior al de las mujeres. Llama la atención la edad promedio de los ingresantes, pues se sabe que se acostumbra terminar la secundaria hacia los 16-17 años de edad. El haber ingresado a los 20 años de edad en promedio, estaría indicando que nuestros estudiantes estuvieron tres o cuatro años intentando ingresar a la Universidad, posiblemente primero a otras carreras y luego a Educación, como segunda opción.

Casi la totalidad de los estudiantes ingresantes son solteros (97%), aunque hay 1.8% de casados y 1.2% de convivientes. Tanto los casados como los convivientes son estudiantes mujeres.

La gran mayoría de los estudiantes ingresantes ha nacido en las provincias de Lima (80%) y el Callao (9.4%) y solo un 10% en las provincias



del interior del país. Un solo estudiante nació en el extranjero.

Actualmente los estudiantes ingresantes están residiendo en los distritos de Lima norte (34.1%), Lima este (21.8%), Lima centro (15.3%) y Lima sur (14.1%). Un 14.1% reside en el Callao. Un solo estudiante reside en la provincia de Huaral.

Los estudiantes ingresantes 2014 profesan principalmente la religión católica (55.9%). El 25.3% son cristianos no católicos (evangélicos, testigos de Jehová, mormones, etc.). Un 4.7% profesa otras religiones. Llama un tanto la atención el

que haya un 14.1% de estudiantes ingresantes que se declara no creyente.

Distinguiendo entre creyentes “practicantes” y “no practicantes”, se aprecia que siempre los “no practicantes” superan a los “practicantes”; esta diferencia es más notoria entre los católicos. Un “no practicante” es aquel que, por ejemplo, se reconoce católico, pero que no acostumbra asistir a misa ni acudir al confesionario.

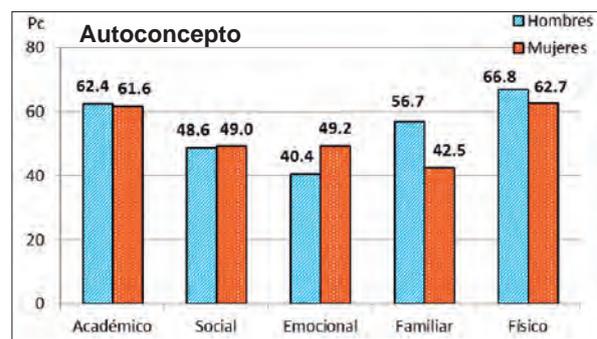
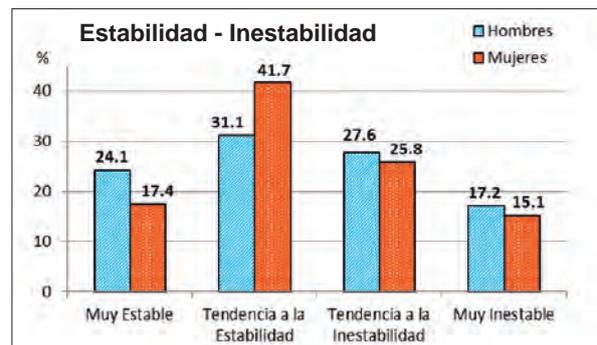
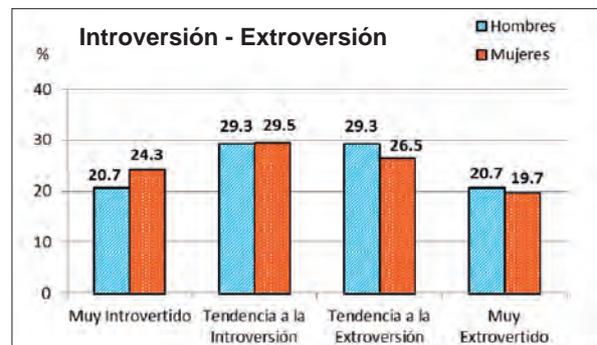
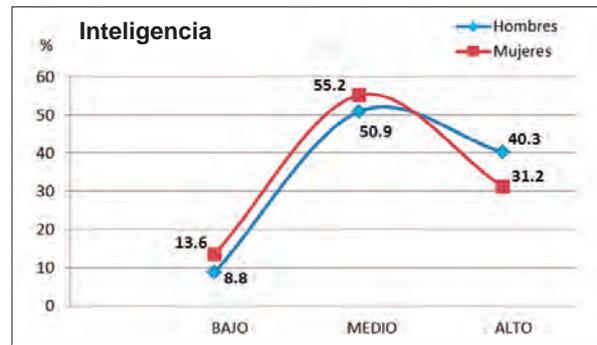
## PERFIL PSICOLÓGICO

Entre la población “normal” (la población total de la ciudad de Lima, por ejemplo), aproximadamente el 80% de ella caería dentro de lo que los psicólogos llaman “nivel intelectual normal promedio” (medio). Un 10 % sería de un “nivel intelectual inferior” (bajo) y otro 10% de un “nivel intelectual superior” (alto). Pero los cocientes intelectuales de los estudiantes universitarios no se distribuyen normalmente (curva normal de distribución), sino que, como se aprecia en el gráfico, el porcentaje de estudiantes que alcanza un nivel alto de inteligencia es mayor que el que se puede encontrar dentro de una población normal. Es así que, en lo que respecta a su inteligencia, el 50.9% de los hombres y el 55.2% de las mujeres tiene un *nivel intelectual medio*, el 40.3% de los hombres y el 31.2% de las mujeres tiene un *nivel intelectual alto* y solo el 8.8 % de los hombres y el 13.6% de las mujeres tiene un *nivel intelectual bajo*.

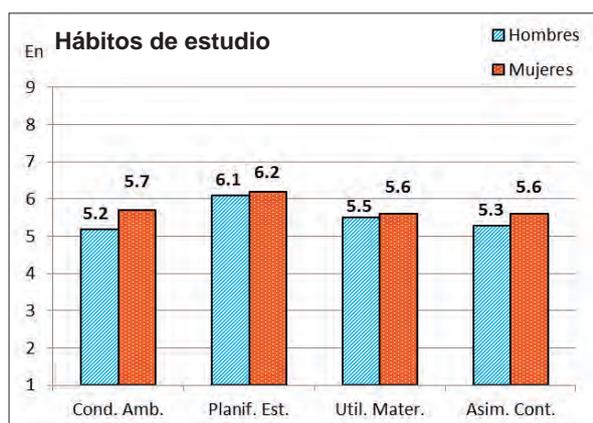
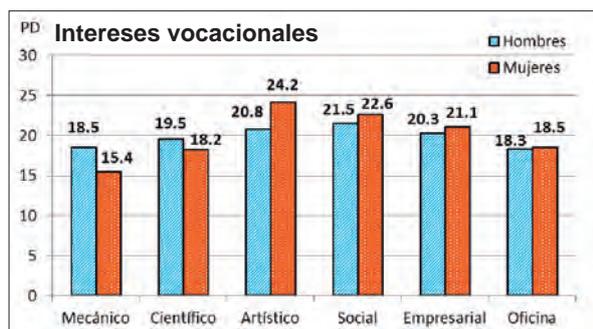
Estos resultados eran los esperados, porque para seguir estudios universitarios se requiere como mínimo tener un *nivel intelectual medio*, es decir, normal promedio.

En la personalidad se evaluaron dos rasgos o dimensiones: Introversión-Extroversión y Estabilidad-Inestabilidad emocional. En lo que respecta a la *dimensión Introversión-Extroversión*, se aprecia en el gráfico que tanto los hombres como las mujeres se agrupan hacia el centro, es decir, *tienden* o bien a la introversión o bien a la extroversión, lo cual para los psicólogos sería lo “normal”.

En lo que respecta a la *dimensión Estabilidad-Inestabilidad*, en el gráfico se aprecia que también



la mayor parte de los hombres y de las mujeres se agrupa en el centro, es decir, *tienden* o bien a la estabilidad o bien a la inestabilidad emocional, lo que también para los psicólogos sería lo deseable. Estos rasgos encontrados son los que se desean en



un postulante a Educación. El Catálogo UNMSM (2006) indica que “es indispensable poseer equilibrio emocional” para postular a la carrera de Educación.

Por otro lado, se aprecia que el 20.7% de los hombres y el 24.3% de las mujeres son *muy introvertidos*. Igualmente se aprecia que el 17.2% de los hombres y 15.1% de las mujeres se consideran *muy inestables*. Estos rasgos no son los deseables en un postulante a la carrera de Educación, por lo que tanto los unos como los otros van a requerir de orientación vocacional y personal.

En lo que respecta al autoconcepto, los estudiantes ingresantes 2014, tanto hombres como mujeres, destacan por tener niveles altos tanto de *autoconcepto académico* (percentil 62.4 en hombres y 61.6 en mujeres) como de *autoconcepto físico* (percentil 66.8 en hombres y 62.7 en mujeres).

Por otra parte, los hombres muestran dificultades en lo que se refiere al *autoconcepto emocional* (percentil 40.4), en tanto que las mujeres muestran dificultades en lo que respecta al *autoconcepto familiar* (percentil 42.5).

Los intereses vocacionales de los estudiantes ingresantes tienden más al campo *social* (puntaje directo 21.5 en hombres y 22.6 en mujeres) y al *artístico* (puntaje directo 20.8 en hombres y 24.2 en mujeres), y, en menor medida, al campo *empresarial* (puntaje directo 20.3 en hombres y 21.1 en mujeres). Estos resultados también concuerdan con el perfil aptitudinal de la carrera de Educación.

Finalmente, se puede decir que los hábitos de estudio de los estudiantes ingresantes, tanto de hombres como de mujeres, se encuentran desarrollados mayormente a un nivel *Medio* (eneatipos 4, 5 y 6) en los cuatro componentes que se han evaluado: *Condiciones ambientales del estudio*, *Planificación del estudio*, *Utilización de materiales* y *Asimilación de contenidos*. Tanto hombres como mujeres destacan principalmente en *Planificación del estudio* (eneatipo 6). Los estudiantes ingresantes requieren desarrollar sus hábitos de estudio hasta alcanzar un nivel *Alto* (eneatipos 7, 8 y 9), si pretenden mejorar su rendimiento académico.

## PERFIL SOCIOECONÓMICO Y CULTURAL

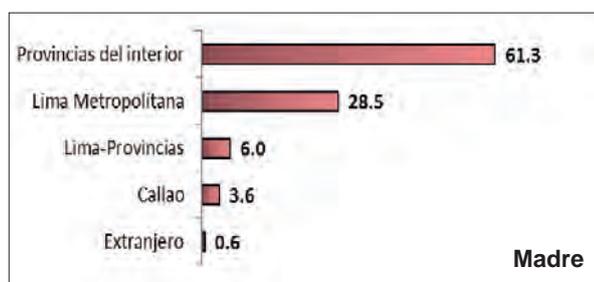
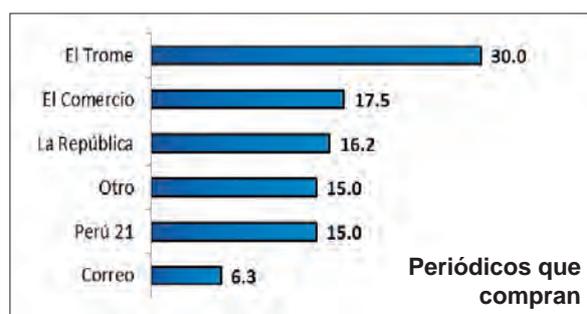
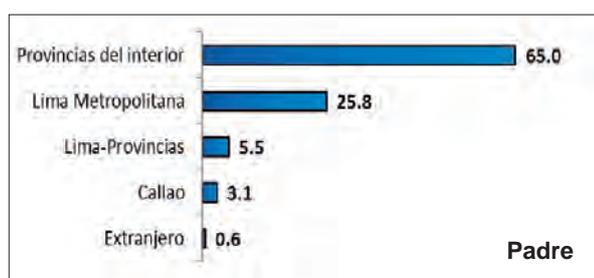
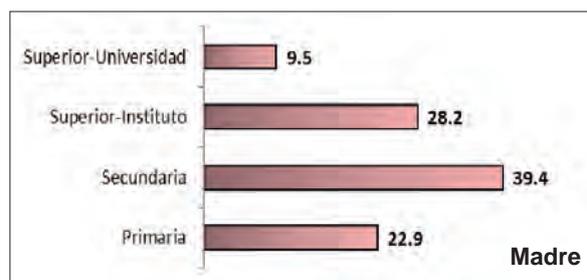
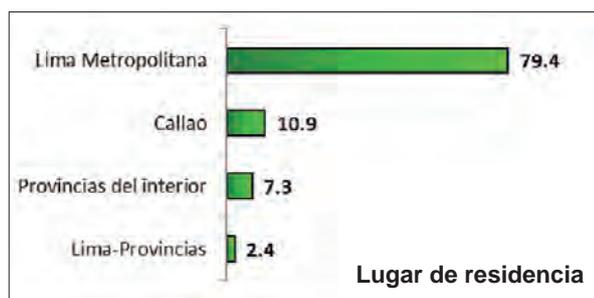
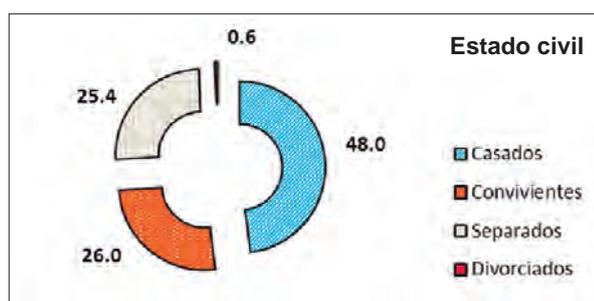
El nivel socioeconómico y cultural de los estudiantes ingresantes se puede inferir a partir del nivel educativo alcanzado por los padres, el tipo de ocupación que estos tienen y también por el tipo de periódico que compran.

La mayoría de los padres de nuestros estudiantes son casados (48%). Un 26% son convivientes, otro 25.4% son separados y un 0.6% divorciados.

La gran mayoría de los padres reside en los distritos de Lima Metropolitana (79.4%) y el Callao (10.9%). El 7.3 % reside en provincias del interior del país y el 2.4% en provincias de la región Lima.

A diferencia de sus hijos, que en su gran mayoría han nacido en Lima, los padres han nacido en las provincias del interior del país (el 65% de los padres y el 61.3% de las madres).

El nivel educativo de los padres es, principalmente, secundaria (48% de los padres y 39.4% de las madres). Pero también un apreciable porcentaje



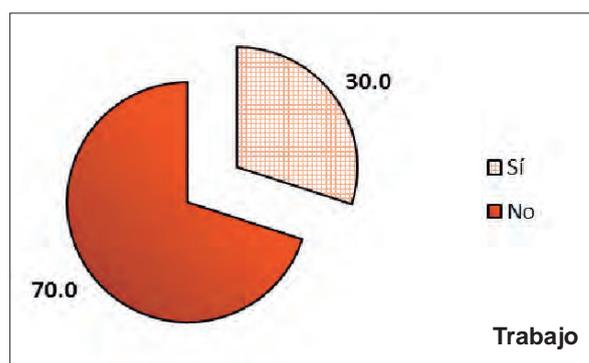
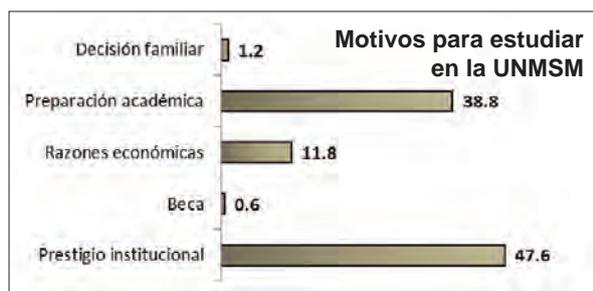
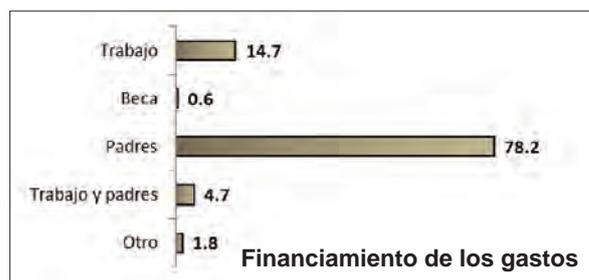
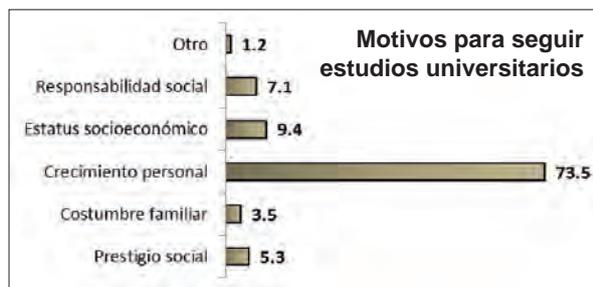
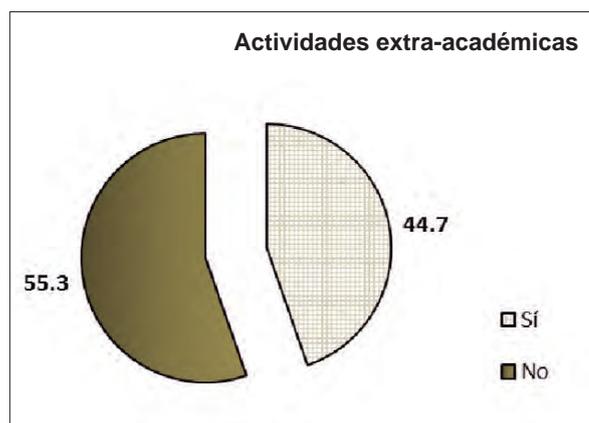
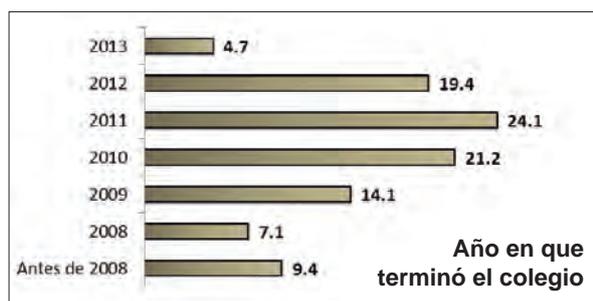
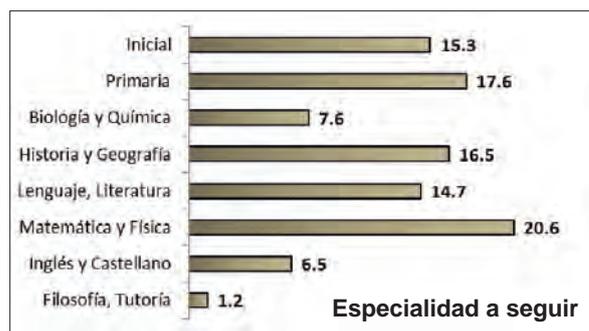
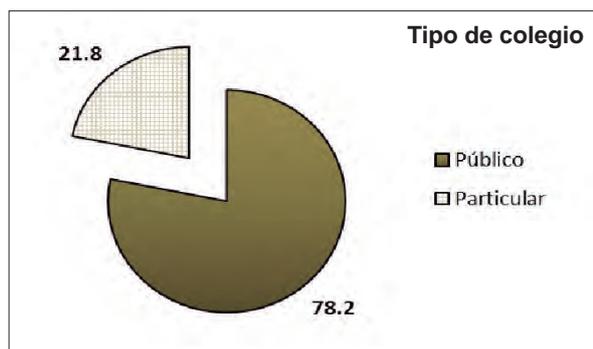
de ellos ha seguido carreras técnicas en Institutos Superiores Tecnológicos (24% de los padres y 28.2% de las madres). El nivel educativo de los padres es un tanto superior al de las madres.

La principal ocupación de los padres es “comerciante” (17.1%). Las principales ocupaciones de las madres es “ama de casa” (48.8%) y “comerciante” (12%).

El periódico que principalmente compran los padres de nuestros estudiantes es “El Trome” (30%). En orden de preferencias, le sigue “El

Comercio” (17.5%), “La República” (16.2%), “Perú 21” (15%) y “Correo” (6.3%). Como todos sabemos, “El Trome” es el periódico “popular” del Grupo El Comercio (grupo que, además de “El Comercio”, publica también “Perú 21”).

El 32.9% de las familias de nuestros estudiantes compra periódicos todos los días. Un 14.7% los compra de tres a cinco veces a la semana. Otro 20% los compra solo los fines de semana. Y hay un preocupante 32.4% que los compra muy de vez en cuando o nunca o casi nunca.



## PERFIL SOCIOEDUCATIVO

### Educación secundaria

La mayoría de los estudiantes ingresantes 2014 a la Escuela de Educación procede de colegios públicos (78.2%). Solo un 21.8% egresaron de colegios particulares.

Se espera que los estudiantes ingresen a la Universidad al año siguiente de haber terminado

el colegio. Pero vemos que solo el 4.7% de nuestros estudiantes así lo hicieron. La mayoría de ellos ingresó a San Marcos uno, dos, tres o cuatro años después de haber terminado (19.4%, 24.1%, 21.1% y 14.1%, respectivamente).

### Educación superior

Los estudiantes ingresantes manifiestan que decidieron seguir estudios universitarios principalmente por razones de “crecimiento personal” (73.5%). Eligieron estudiar en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos principalmente por razones de “prestigio institucional” (47.6%) y por la “preparación académica y profesional” que esta ofrece (38.8%).

### Motivos para escoger la carrera de Educación

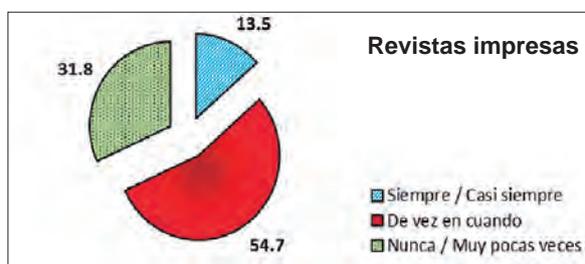
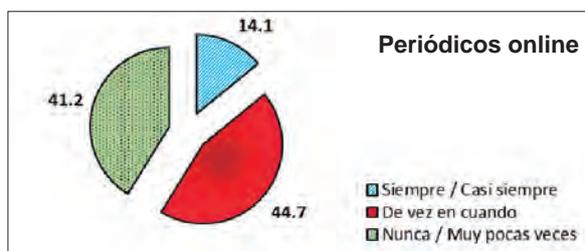
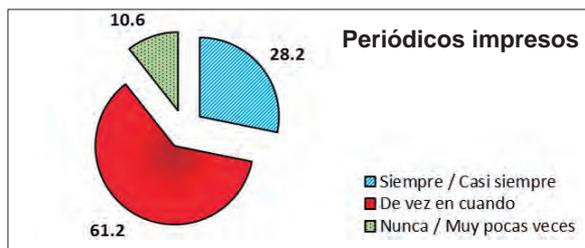
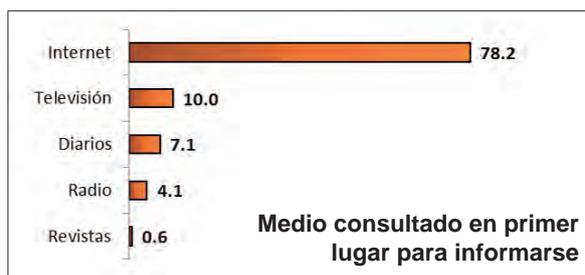
Los estudiantes ingresantes decidieron estudiar la carrera de Educación por diferentes razones, siendo las principales las referidas a la vocación (“Me gusta enseñar”), el transmitir conocimientos (“Me agrada brindar conocimientos y desarrollar capacidades”), la relación con otras personas (“Me agrada relacionarme con niños y jóvenes”) y por compromiso social (“Quisiera contribuir a la mejora de la educación, de la sociedad y del país”).

La carrera de Educación ofrece al estudiante que ingresa tres niveles: Inicial, Primaria y Secundaria; y dentro de este último nivel, seis especialidades: Biología y Química, Historia y Geografía, Lenguaje, Literatura y Comunicación, Matemática y Física, Inglés y Castellano, y Filosofía, Tutoría y Ciencias Sociales.

El 15.3% de los estudiantes ingresantes manifiesta que iría al Nivel Inicial. El Nivel Primaria acogería al 17.6% de ellos. A Biología y Química iría el 7.6% de los estudiantes. A Historia y Geografía el 16.5%. A Lenguaje, Literatura y Comunicación el 14.7%. A Matemática y Física el 20.6%. A Inglés y Castellano el 6.5%. Y a Filosofía, Tutoría y Ciencias Sociales un escasísimo 1.2% de los ingresantes.

Aparte de estudiar en la Universidad, el 44.7% de los estudiantes ingresantes 2014 realiza algún tipo de actividad extraacadémica: practican un deporte, estudian un idioma extranjero, realizan ayuda social, etc.

El 78.2% de los estudiantes ingresantes sufragó sus gastos diarios (transporte, alimentación) con la ayuda de sus padres y tutores, pues la gran mayoría de ellos (70%) no trabaja.



### CONSUMO DE MEDIOS

Cuando se les pregunta “¿Qué medio consultas *en primer lugar* para informarte?”, la gran mayoría de los estudiantes ingresantes (78.2%) manifiesta que recurre a la Internet para informarse de lo que sucede en el ámbito nacional e internacional. Lejos quedan otros medios como la televisión (10%), el periódico (7.1%) y la radio (4.1%).

### Periódicos y revistas

El 28.2% de los estudiantes manifiesta que lee periódicos impresos “Siempre o Casi siempre” y el 61.2% de ellos dice que los lee “De vez en cuan-

do”. Los periódicos on-line son leídos “De vez en cuando” (44.7%) o “Nunca o Muy pocas veces” (41.2%). Las revistas impresas son leídas “De vez en cuando” (54.7%) o “Nunca o Muy pocas veces” (31.8%).

**Televisión**

El 25.9% de los estudiantes manifiesta ver televisión “Siempre o Casi siempre” y el 57.1% dice que la ve “De vez en cuando”. La mayoría de los estudiantes ingresantes (48.8%) ve televisión entre una y dos horas al día, de lunes a viernes. La mayoría también (40.6%) ve televisión entre dos y cuatro horas al día los fines de semana y feriados.

**Radio**

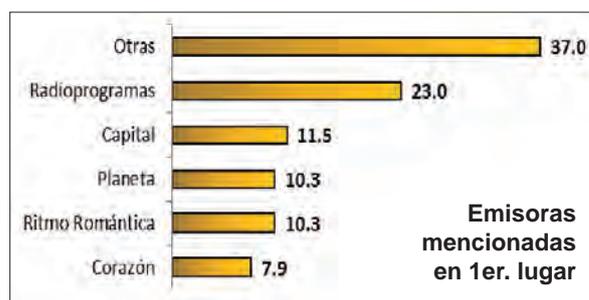
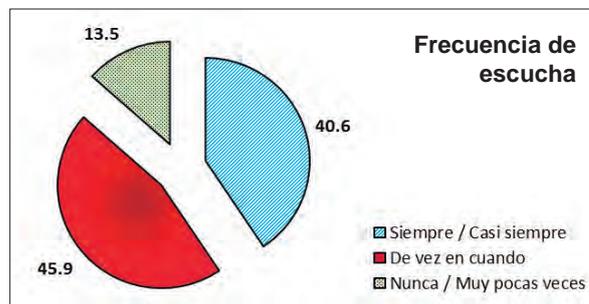
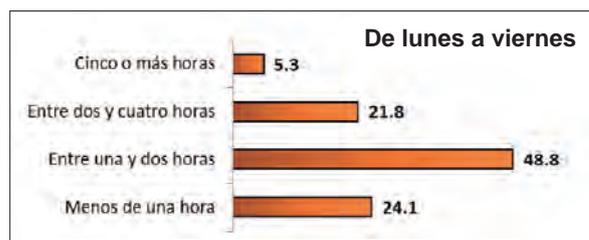
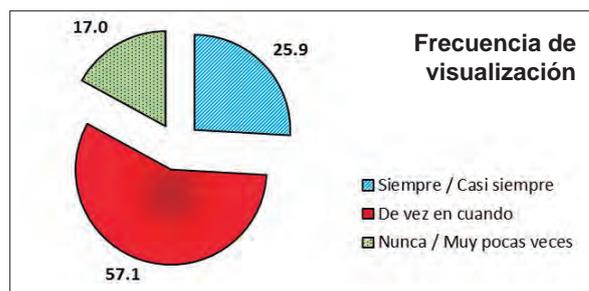
El 40.6% de los estudiantes manifiesta escuchar radio “Siempre o Casi siempre”. Un porcentaje similar, 45.9%, dice que la escucha “De vez en cuando”. De las 32 emisoras mencionadas por los estudiantes, las más sintonizadas son, como primera opción, “Radioprogramas” (23%), “Capital” (11.5%), “Planeta” (10.3%), “Ritmo Romántica” (10.3 %) y “Corazón” (7.9%). Y como segunda opción, “Corazón” (11.9%), “Radioprogramas” (11.9%), “Planeta” (9.5%), “Ritmo Romántica” (9.5%), “Moda” (9.5%) y “Capital” (8.7%).

**Internet**

El 89.4% de los estudiantes ingresantes manifiesta tener computadora en casa. Y de ellos, el 88.2% cuenta con servicio de Internet.

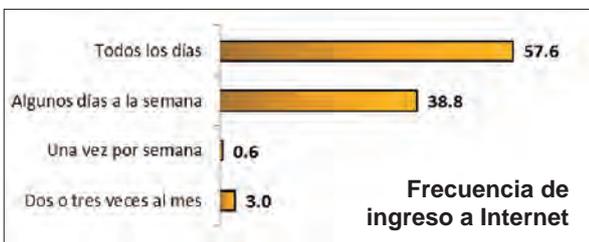
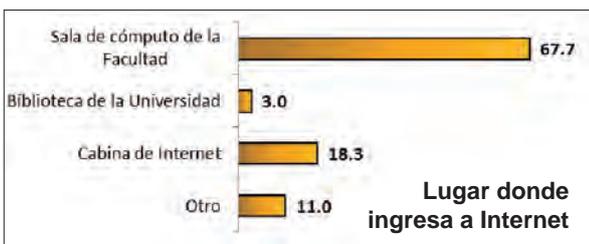
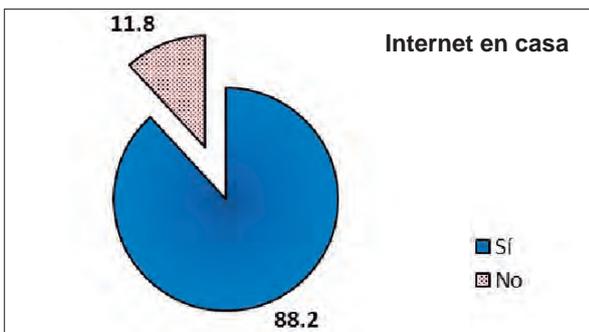
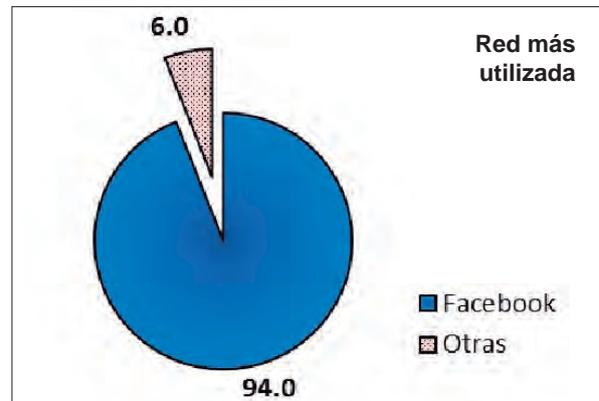
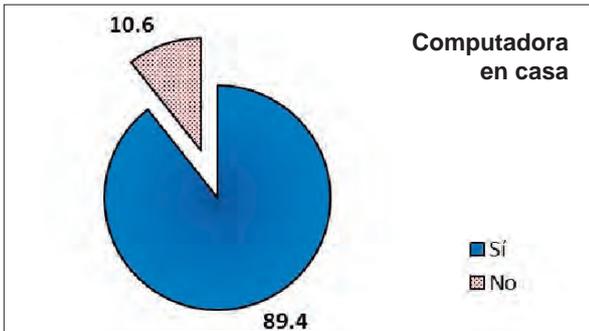
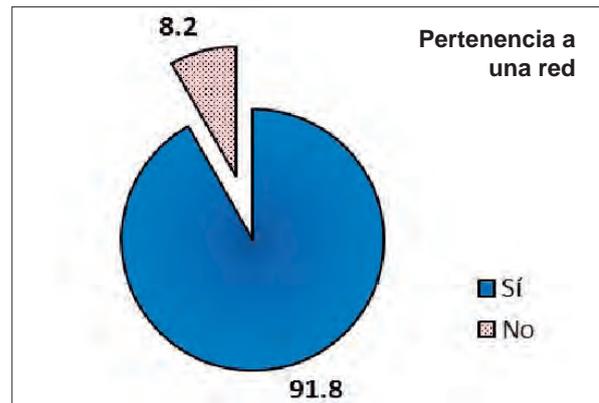
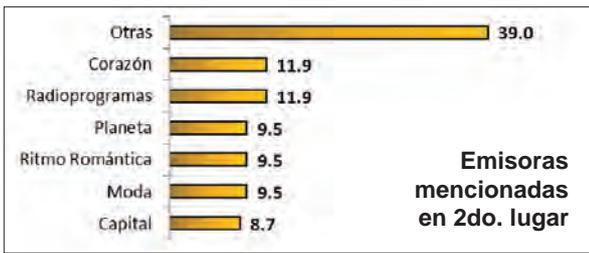
En la Universidad los estudiantes acceden a Internet principalmente utilizando la sala de cómputo de la Facultad (67.7%) y el 18.3% de ellos emplea las cabinas de Internet ubicadas dentro y fuera de la Universidad. El 57.6% de los estudiantes acostumbra ingresar a Internet todos los días y el 38.8% lo hace por lo menos algunos días a la semana.

Los motivos para ingresar a Internet son, principalmente: buscar información para sus trabajos académicos, realizar sus trabajos académicos empleando Word y PowerPoint, utilizar el correo electrónico, ingresar a las redes sociales y para distraerse (música, videos, juegos).



**Redes sociales**

El 91.8% de los estudiantes ingresantes pertenece a una red social. La red social que usan con más frecuencia es Facebook (94%). Ingresan a las redes sociales todos los días (51.5%) o por lo me-

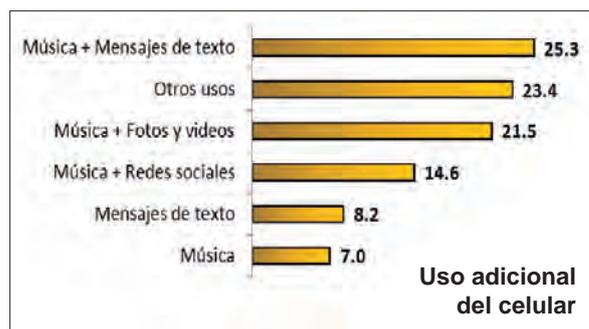
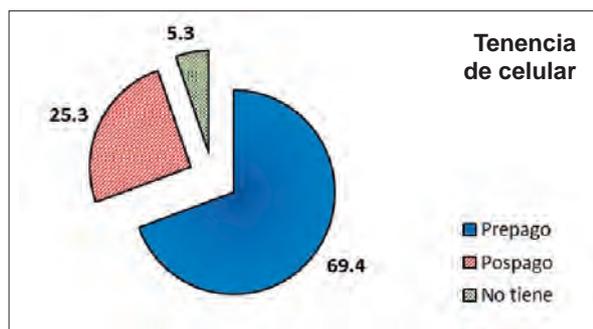


nos algunos días a la semana (43.1%). E ingresan a las redes sociales principalmente para coordinar trabajos, compartir información y conversar con amistades.

### Celular

En cuanto al uso del celular, la mayoría de los estudiantes cuenta con uno de prepago (69.4%), el 25.3% tiene de postpago y el 5.3% no cuenta con celular.

Además de utilizar el celular para hacer y recibir llamadas telefónicas, los estudiantes emplean el celular para escuchar música y enviar mensajes de texto (25.3%); escuchar música, tomar fotos y grabar videos (21.5%); y escuchar música e ingresar a las redes sociales (14.6%).



## CONCLUSIONES

### *Perfil demográfico*

- El número de estudiantes mujeres que ingresó a estudiar la carrera de Educación el 2014 duplica al de hombres. La edad promedio de los ingresantes es 20.1 años. Casi la totalidad de los estudiantes son solteros. La gran mayoría de ellos nació en las provincias de Lima y el Callao. Actualmente están residiendo mayoritariamente en los distritos de Lima norte y Lima este. Profesan principalmente la religión católica.

### *Perfil psicológico*

- La inteligencia, tanto de hombres como de mujeres, se ubica mayoritariamente entre los niveles *medio* y *alto*. Hay que saber que para seguir estudios universitarios se requiere como mínimo tener un *nivel intelectual medio* (normal promedio). En lo referido a su personalidad, la mayoría de los estudiantes hombres y mujeres se caracteriza por su tendencia o bien a la introversión o bien a la extroversión, así como por su tendencia o bien a la estabilidad o bien a la inestabilidad emocional. Son rasgos de personalidad acordes con el perfil aptitudinal de la carrera de Educación.
- En lo que respecta al autoconcepto, los estudiantes ingresantes 2014, tanto hombres como mujeres, destacan por tener un nivel alto de *autoconcepto académico* y de *autoconcepto físico*. Los intereses vocacionales de los estudiantes

ingresantes tienden más al campo *social* y al *artístico*. Esto último también concuerda con el perfil de la carrera de Educación.

- Finalmente, en cuanto a los hábitos de estudio, los estudiantes ingresantes, tanto hombres como mujeres, muestran mayormente un *nivel medio* de ellos, tanto en lo referido a las *Condiciones ambientales del estudio*, como a la *Planificación del estudio*, la *Utilización de materiales* y la *Asimilación de contenidos*.

### *Perfil socioeconómico y cultural*

- La mayoría de los padres de nuestros estudiantes son casados. Igualmente, la gran mayoría de ellos reside en los diferentes distritos de Lima Metropolitana. A diferencia de sus hijos que nacieron principalmente en Lima, los padres de nuestros estudiantes han nacido en las provincias del interior del país. El nivel educativo alcanzado por los padres es, principalmente, educación secundaria. La principal ocupación del padre es la de comerciante y, las de la madre, ama de casa y comerciante. El periódico que principalmente compran es “El Trome”.

### *Perfil socioeducativo*

- La mayoría de los estudiantes ingresantes 2014 a la Escuela de Educación procede de colegios públicos. La mayoría de ellos ingresó a San Marcos uno, dos, tres o hasta cuatro años después de haber culminado su educación secundaria.

- Los estudiantes ingresantes manifiestan que decidieron seguir estudios universitarios principalmente por razones de crecimiento personal. Eligieron estudiar en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos principalmente por el prestigio institucional y por la preparación académica y profesional que la Universidad ofrece.
- Decidieron estudiar la carrera de Educación por diferentes razones, siendo las principales las referidas a la vocación (“Me gusta enseñar”), el transmitir conocimientos (“Me agrada brindar conocimientos y desarrollar capacidades”), la relación con otras personas (“Me agrada relacionarme con niños y jóvenes”) y por responsabilidad social (“Quisiera contribuir a la mejora de la educación, de la sociedad y del país”).
- Aparte de estudiar en la Universidad, los estudiantes ingresantes 2014 realizan algún tipo de actividad extraacadémica: practican un deporte, estudian un idioma extranjero, realizan ayuda social, etc. Los estudiantes ingresantes sufragan sus gastos diarios (transporte, alimentación) principalmente con la ayuda de sus padres y tutores, pues la mayor parte de ellos no trabaja.

### *Consumo de medios*

- La mayoría de los estudiantes ingresantes manifiesta que recurre a la Internet para informarse de lo que sucede en el ámbito nacional e internacional.
- Los estudiantes ingresantes consumen los medios (periódicos, revistas, televisión) no con mucha frecuencia sino solo de vez en cuando. Al parecer, la radio sería el medio utilizado con más frecuencia por los estudiantes ingresantes. Sus emisoras preferidas son “Radioprogramas”, “Capital”, “Ritmo Romántica”, “Planeta”, “Corazón” y “Moda”, en ese orden.
- La mayoría de los estudiantes ingresantes cuenta con computadora y con servicio de Internet en casa. En la Universidad acceden a Internet principalmente utilizando la sala de cómputo de la Facultad. Acostumbran ingresar a Internet todos los días y lo hacen principalmente para buscar información, realizar los trabajos académicos, utilizar el correo electrónico, ingresar a las redes sociales y para distraerse.
- La casi totalidad de los estudiantes ingresantes pertenece a una red social. La red social más usada por ellos es Facebook. Ingresan a las redes sociales todos los días o por lo menos algunos días a la semana. Y lo hacen principalmente para coordinar trabajos, compartir información y conversar con sus amistades.
- La mayoría de los estudiantes cuenta con un teléfono celular de prepago, el cual emplean, además de para hacer y recibir llamadas telefónicas, para escuchar música, enviar mensajes de texto, tomar fotos y grabar videos e ingresar a las redes sociales.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAGÓN, Laura (2011). “Perfil de personalidad de estudiantes universitarios de la carrera de Psicología”. En: *Perfiles Educativos* Vol. XXXIII N° 133. México; pp. 68-87.
- BERTONI, Elba (2005). *El estudiante universitario: Una aproximación al perfil de ingreso*. Montevideo: Universidad de la República.
- CASTAÑO, José (2012). “El perfil psicosocial de los estudiantes de Medicina de la Universidad de Manizales (Colombia) y su relación con el rendimiento académico”. En: *Archivos de Medicina* Vol. 12 N° 1. Colombia: enero-junio; pp. 62-72.
- DEL VALLE, Gabriela et al. (2002). “Perfil del ingresante a la Escuela de Bibliotecología”. Trabajo presentado para obtener el título de Licenciado en Bibliotecología y Documentación. Argentina: Universidad de Córdoba.
- DÍAZ, Judith (2008). *Perfil psicológico del estudiante de la Escuela de Educación de LUZ*. Venezuela: Universidad de Zulia.
- MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO (2007). *Guía de profesiones univer-*

- sitarias a nivel nacional*. Lima: Dirección Nacional de Promoción del Empleo y Formación Profesional del MTPE.
- RODRÍGUEZ, Catalina et al. (2008). "Perfil psicosocial y uso de las tecnologías de la información y la comunicación de alumnos con promedios académicos altos y mínimos de la modalidad educativa presencial en un contexto mexicano". En: *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, Vol. 10 N° 2, México; pp. 1-19.
- SALVIA, Agustín et al. (2011). *Perfil de los alumnos del tramo inicial de Ciencias de la Comunicación*. Argentina: Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
- Universidad Nacional Mayor de San Marcos (2006). *Catálogo UNMSM*. Lima: CEPREDIM.