

Autoestima y satisfacción con la profesión elegida en estudiantes de formación técnica

Self-esteem and satisfaction with the chosen profession in technical training students

Alania Contreras, Rubén Darío [✉] ^{1,a}
<http://orcid.org/0000-0003-4303-1037>

Fuentes Torpoco, Yosselin Leonor ^{1,b}
<https://orcid.org/0000-0002-7868-505X>

Mely Ruiz-Aquino ^{2,c}
<https://orcid.org/0000-0001-8979-2734>

Recibido: 01-07-2020

Arbitrado por pares

Aceptado: 20-10-2020

Citar como

Alania, R., Fuentes, Y. y Ruiz-Aquino, M. (2020). Autoestima y satisfacción con la profesión elegida en estudiantes de formación técnica. *Desafíos*, 11(2); 147-55. <https://doi.org/10.37711/desafios.2020.11.2.217>

RESUMEN

Objetivo. Determinar la relación entre la autoestima y la satisfacción hacia la profesión elegida en estudiantes de Diseño Gráfico Publicitario del Instituto Superior Continental de Huancayo. **Métodos.** Estudio de tipo básico, nivel correlacional y diseño no experimental, transversal y descriptivo correlacional, tuvo una muestra de 90 estudiantes a quienes se aplicó el inventario de autoestima de Coopersmith (1997) y el inventario de satisfacción con la profesión elegida de Vildoso (2002). **Resultados.** Se halló que la autoestima ($v1 = 0,64$) y la satisfacción con la profesión elegida ($v2 = 3,51$) están por encima del promedio ideal; la correlación entre las variables de estudio fue directa, alta ($r = 0,61$) y la significancia igualmente alta ($p = 0,00$), por lo que se infirió que, a mayor autoestima mayor satisfacción con la profesión elegida. **Conclusiones.** Se halló relación directa, alta, con significancia alta, entre la autoestima y la satisfacción hacia la profesión elegida en estudiantes de Diseño Gráfico Publicitario del Instituto Superior Continental de Huancayo.

Palabras clave: autoestima, satisfacción, profesión elegida, estudiantes de instituto, diseño gráfico.

ABSTRACT

Objective. To determine the relationship between self-esteem and satisfaction towards the chosen profession in Advertising Graphic Design students at the Instituto Superior Continental de Huancayo. **Method.** A study of basic type, correlational level and non-experimental, cross-sectional and descriptive correlational design, had a sample of 90 students to whom Coopersmith's self-esteem inventory (1997) and Vildoso's inventory of satisfaction with the chosen profession (2002) were applied. **Results.** It was found that self-esteem ($v1 = 0.64$) and satisfaction with the chosen profession ($v2 = 3.51$) are above the ideal average; the correlation between the study variables was direct, high ($r = 0.61$) and the significance was equally high ($p = 0.00$), so it was inferred that, greater self-esteem greater satisfaction with the chosen profession. **Conclusion.** There was a direct, high and high significance relationship between self-esteem and satisfaction towards the chosen profession in Advertising Graphic Design students at the Instituto Superior Continental de Huancayo.

Keywords: self-esteem, satisfaction, chosen profession, high school students, graphic design.

Filiación y grado académico

¹ Universidad Continental, Huancayo, Perú.

² Universidad de Huánuco, Huánuco, Perú.

^a Doctor en Educación.

^b Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

^c Magister en Salud Pública y Gestión Sanitaria.



INTRODUCCIÓN

Las cambiantes exigencias políticas y sociales, además de las científicas e institucionales, constituyen retos a veces difíciles de alcanzar en el sistema educativo superior, ante los cuales es necesario involucrar factores de integración social y académica con enfoque individual. En consecuencia, la formación profesional debe fundamentarse en el desarrollo de dos grupos de habilidades importantes: las habilidades intelectuales y las habilidades emocionales. De ese modo, los estudiantes aprenden a manejar la información académica y, simultáneamente, muestran equilibrio emocional; el mismo que se caracteriza por su alto nivel de tolerancia y asimilación de los cambios, sin caer en la frustración.

El nivel cognitivo inicial no representaría un obstáculo en la formación profesional, ya que la voluntad de superación, disciplina y constancia permiten al individuo, alcanzar satisfactoriamente sus metas. Estos factores actitudinales se manifiestan en su autoestima y satisfacción por la profesión. Es necesario que la formación no solo se base en la información de las disciplinas de estudio, sino también debe considerar los aspectos psicológicos (como persona) y psicosociales (como agente de cambio dentro de la sociedad) del individuo.

Según Coopersmith (1976), la autoestima es una percepción subjetiva y juicio personal sobre uno mismo, que se manifiesta como actitud de aprobación o desaprobación, a menudo de forma inconsciente. Según como se encuentre la autoestima, puede ser responsable de muchos fracasos o éxitos en la vida personal y profesional. Por ejemplo, la autoestima adecuada, está vinculada con el concepto positivo de uno mismo, mejora el nivel de seguridad personal y potencia la capacidad de desarrollar habilidades, a diferencia de la autoestima baja que encamina a la persona hacia la derrota o el fracaso.

La pedagogía y la psicología enfatizan, en ese sentido, la importancia de la autoestima para el desarrollo humano, considerándola como un elemento clave; así, Goleman (1996) indica que la autoestima influye en el desarrollo del coeficiente intelectual y Branden (1988) afirma que la autoestima, que es adquirida y no innata, se genera por las experiencias en la historia de cada persona.

Respecto a la satisfacción con la profesión elegida, Vildoso (2002) señala que es el estado afectivo positivo respecto a la carrera profesional elegida, producto de la automotivación y motivación del entorno y se desarrolla de acuerdo a los intereses, preferencias y expectativas del individuo,

generando conductas positivas en él como el desarrollo al máximo sus habilidades intelectuales y emocionales, el esfuerzo por mejorar cada día, participar en innovaciones, buscar actualizarse continuamente, cumplir con sus trabajos, buscar soluciones a problemas que afectan el desarrollo de su profesión. De esa manera, el estudiante satisfecho con la carrera que ha elegido tiene actitudes favorables para el aprendizaje.

Según Álvarez et al. (2006), aunque los estudiantes tienen sus propios intereses, expectativas e intenciones (relacionados con la automotivación), lo que fundamentalmente determina la decisión de cambiar o de continuar sus estudios superiores es el nivel de integración social y académica que logre en la institución (motivación del entorno); y esos aspectos motivacionales, sin duda, están relacionados con la autoestima y repercuten en la satisfacción con la profesión. Mankelivnas (1978) sustenta que toda acción humana tiene como objetivo último la autorrealización. Así, una persona que se siente autorrealizada actúa con libertad y no se conforma con conocer y comprender su medio; además, tiene la capacidad de conquistar su propia naturaleza, estando comprometida con su cambio personal positivo, logra mejorar y superar sus deficiencias cognitivas, con el fin de alcanzar el óptimo grado de desarrollo.

En estudios realizados en universitarios de Perú, Vildoso (2002) determinó que la autoestima, satisfacción con la profesión elegida y formación profesional influyen significativamente en el coeficiente intelectual del estudiante. López (2009) halló relación entre la autoestima y el rendimiento académico al igual que Ricalde y Sana (2017) que también encontraron relación entre la satisfacción en la elección de la carrera y el rendimiento académico. Del mismo modo, Angulo (2008) determinó que la motivación para el estudio y la satisfacción con la profesión elegida se relacionan significativamente con el rendimiento académico. Huamán y Boza (2015) encontraron que existe relación significativa entre la autoestima y la satisfacción con la profesión a diferencia de Revollar (2015) que no encontró relación entre ambas variables. Cabe mencionar que las dos investigaciones utilizaron los mismos instrumentos que el presente estudio. Chilca (2017) halló relación significativa múltiple entre autoestima, hábitos de estudio, satisfacción con la profesión elegida y rendimiento académico.

El Instituto Continental de Huancayo, en el 2013 fue el primer instituto en el Perú que logró acreditar sus carreras profesionales; entre las cinco carreras acreditadas estuvo Diseño Gráfico Publicitario (Sineace, 2013), la misma que en 2017 renovó su

acreditación (Sineace, 2017). En 2019 también fue el primer instituto tecnológico del Perú que logró su licenciamiento institucional por el Ministerio de Educación (Corporación de Prensa Especializada, 2019).

En el estudio se eligió la carrera profesional de Diseño Gráfico Publicitario porque en ella se hallan particularidades de origen afectivo y cognitivo que repercuten en una considerable tasa de deserción estudiantil, sobre todo en los primeros semestres de la carrera, aunque también por el efecto que puedan tener en la autoestima y la satisfacción con la profesión elegida, los prejuicios sociales hacia a las profesiones de formación técnica.

Muchos sectores sociales perciben que las carreras profesionales de institutos son inferiores o de menor estatus frente a las carreras universitarias. Bonfiglio (2008), en su estudio sobre la baja aceptación de la formación técnica en el Perú, halló que obedecía más a razones de prestigio social y no tanto a la calidad educativa; la investigación se realizó en seis ciudades importantes del país, entre ellas Huancayo. Según Bonfiglio (2008) existe una fuerte presión en los sectores sociales emergentes para acceder a la educación como medio para elevar el estatus social, percibiendo a la educación universitaria como único canal de real ascenso. Ello no significa rechazo a la formación técnica, sino resistencia a ubicarse en un nivel intermedio en la escala de prestigio social, creándose límites estructurales entre formación técnica y educación universitaria.

Las motivaciones de los ingresantes a la carrera de Diseño Gráfico del Instituto Continental son diversas: su predisposición a las artes plásticas, la demanda de la carrera, por vocación hacia el diseño gráfico, por la necesidad de una carrera corta o porque no pudieron ingresar a una carrera universitaria. Al respecto Prado (2019) mencionó que, a pesar de que la elección de la profesión representa un aspecto básico en el plan de vida de todo estudiante, esta no se efectúa a través del análisis u orientación vocacional, sino que estos son influenciados por muchos otros motivos y razones que están fuera de contexto vocacional, académico y profesional.

En base a lo planteado, el objetivo de la investigación fue determinar la relación entre la autoestima y la satisfacción con la profesión elegida en estudiantes de Diseño Gráfico Publicitario del Instituto Superior Continental de Huancayo, se propuso como hipótesis que existe relación directa y significativa entre la autoestima y la satisfacción con la profesión elegida.

MÉTODOS

Tipo de estudio

La investigación fue de enfoque cuantitativo, de tipo básico por su propósito, de nivel correlacional y diseño no experimental, trasversal y descriptivo correlacional (Hernández et al., 2014).

Población y muestra

La población estuvo integrada por 188 estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario del Instituto Superior Continental de Huancayo; por su parte, la muestra estuvo constituida por 90 estudiantes de los seis semestres académicos. El muestreo probabilístico fue de tipo estratificado.

Instrumentos y procedimiento de selección de datos

Para la variable autoestima se aplicó el inventario de autoestima de Coopersmith adaptado por Diaz (1997), compuesto por 58 ítems divididos en cuatro subtest "sí mismo", "social pares", "hogares padres" e "instituto", más un sub test de mentira que puede invalidar la aplicación si existen inconsistencias. Las opciones de respuesta son dicotómicas: sí - no. La validez de contenido se realizó por juicio de cinco expertos expertos que al evaluarlo con la V de Aiken resultó entre 0,71 y 0,93; lo que significa validez alta y muy alta. Para la confiabilidad se aplicó una prueba piloto en 20 estudiantes de Ciencias de la expertos que al evaluarlo con la V de Aiken resultó entre 0,71 y 0,93; lo que significa que el instrumento es muy confiable.

Para la variable satisfacción con la profesión elegida se aplicó el inventario de satisfacción con la profesión elegida de Vildoso (2002), compuesto por 33 ítems que evalúan cuatro dimensiones: necesidad de seguridad, necesidad de pertenencia, necesidad de estima, necesidad de autorrealización. Cada ítem tiene cinco opciones de respuesta en escala tipo Likert: totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo y totalmente de acuerdo. La validez del contenido se realizó por juicio de cinco expertos que al evaluarlo con la V de Aiken resultó entre 0,69 y 0,91; lo que significa validez alta y muy alta. Para la confiabilidad se aplicó una prueba piloto en 20 estudiantes de Ciencias de la Comunicación cuyo resultado en la prueba alfa de Cronbach fue de 0,91; lo que significa que el instrumento es muy confiable. La recolección de la muestra se realizó en 2018.

Análisis de datos

Se realizó el análisis descriptivo usando como medidas de resumen los porcentajes para variables cualitativas. En la comprobación de hipótesis se aplicó el Coeficiente de correlación r de Pearson, las

pruebas F de Fisher del ANOVA para la comparación de varias medias y la prueba de comparaciones múltiples de Tukey. Para el procesamiento de datos se utilizó el paquete estadístico SPSS para Windows, versión 25.

Aspectos éticos

Previo a la aplicación de los instrumentos documentales se aplicaron las consideraciones éticas, como los principios bioéticos (beneficiencia, no maleficiencia, justicia, autonomía y veracidad).

RESULTADOS

Al analizar la autoestima, en la tabla 1, se halló que la media de la autoestima de los estudiantes es de 0,64, superior a la media ideal de 0,5 y las medias de sus dimensiones también son superiores a sus medias ideales respectivas, donde la dimensión “hogar padres” tiene la media menor (0,59) y la dimensión “social pares” la mayor (0,70).

De acuerdo a la tabla 2, la mayoría de los estudiantes (73,33 %) presentaron autoestima promedio, el 20 % autoestima alta y el 6,67 % autoestima baja. Así, el nivel predominante de autoestima de los estudiantes fue promedio, tal como se demostro la prueba Z de Gauss para una proporción en muestras grandes.

Asimismo, se observa que el nivel predominante en cada una de las dimensiones de la autoestima es el nivel promedio, oscilando entre 48,33 % (instituto) y 68,33 % (social pares).

Al analizar los resultados de la satisfacción con la profesión elegida, en la tabla 3, se observó que la media de la satisfacción con la profesión elegida en los estudiantes es de 3,51; lo cual fue superior a la media ideal (3). Las medias de las dimensiones de la satisfacción con la profesión elegida superaron a sus medias ideales respectivas, fluctuando entre 3,40 (necesidad de estima) y 3,61 (necesidad de seguridad).

Tabla 1
Estadísticos de autoestima y sus dimensiones (n = 90)

Variable	Media	Desviación estándar
Simismo	0,64	0,16
Social pares	0,70	0,17
Hogar	0,59	0,26
Instituto	0,66	0,24
Total autoestima	0,64	0,14

Nota. Medias ideales: cada ítem se valora como 0 y 1; la media ideal de cada ítem es (0+1)/2 = 0,5.

Tabla 2
Nivel de autoestima y sus dimensiones (n = 90)

Dimensiones	Nivel	fi	%
Sí mismo	Alto	11	18,33
	Promedio	34	56,67
	Bajo	15	25,00
Social	Alto	5	8,33
	Promedio	41	68,33
	Bajo	14	23,33
Hogar padres	Alto	3	5,00
	Promedio	39	65,00
	Bajo	18	30,00
Instituto	Alto	25	41,67
	Promedio	29	48,33
	Bajo	6	10,00
Total autoestima	Alto	12	20,00
	Promedio	44	73,33
	Bajo	4	6,67

Los resultados en la tabla 4 señalan que la mayoría de los estudiantes (58,33 %) presentaron satisfacción adecuada con la profesión elegida y el 41,67 % satisfacción ambivalente. De estos resultados se infirió que la satisfacción de los estudiantes con la profesión elegida fue adecuada, tal como se demostró la prueba Z de Gauss para una proporción en muestras grandes.

En cada dimensión de la satisfacción con la profesión elegida, con excepción en la estimación (ambivalente: 48,33%), la satisfacción de los estudiantes fue adecuada, oscilando entre 51,67 % (necesidad de autorrealización) y 63,33 % (necesidad de seguridad).

Tabla 3
Estadísticos de satisfacción con la profesión elegida y sus dimensiones (n = 90)

Variable	Media	Desviación estándar
Necesidad de seguridad	3,61	0,42
Necesidad de pertenencia	3,55	0,51
Necesidad de estima	3,40	0,45
Necesidad de autorrealización	3,48	0,48
Total satisfacción con la profesión	3,51	0,30

Nota. Medias ideales: cada ítem se valora entre 1 a 5; la media ideal de cada ítem es (1+2+3+4+5)/5 = 3.

Tabla 4

Niveles de satisfacción con la profesión elegida y sus dimensiones (n = 90)

Dimensiones	Nivel	Conteo	Porcentaje
Necesidad de seguridad	Adecuada	38	63,33
	Ambivalente	22	36,67
Necesidad de pertenencia	Adecuada	34	56,67
	Ambivalente	18	30,00
	Inadecuada	8	13,33
Necesidad de estima	Adecuada	27	45,00
	Ambivalente	29	48,33
	Inadecuada	4	6,67
Necesidad de autorrealización	Adecuada	31	51,67
	Ambivalente	27	45,00
	Inadecuada	2	3,33
Total satisfacción con la profesión	Adecuada	35	58,33
	Ambivalente	25	41,67

También se halló que la satisfacción con la profesión elegida fue ambivalente (60 %) en los estudiantes de los ciclos inferiores (I y II), a excepción de los otros niveles que resultaron adecuados. Ello podría explicar el mayor índice de deserción en los primeros ciclos.

Al analizar la relación entre la autoestima y la satisfacción con la profesión elegida, en la tabla 5, se halló que la correlación r de Pearson del total de la autoestima y total de la satisfacción con la profesión elegida es = 0,610; lo que expresa

la existencia de una correlación directa y alta. Asimismo, se hallaron relaciones directas, bajas o medias, significativas (fondo de color azul) y altamente significativas (fondo de color verde) entre la autoestima y algunas dimensiones de la satisfacción con la profesión elegida, fluctuando entre 0,301 (sí mismo) y 0,407 (hogar padre). También se hallaron relaciones directas, bajas o medias, significativas y altamente significativas entre la satisfacción con la profesión elegida y algunas dimensiones de la autoestima, oscilando entre 0,263 (seguridad) y 0,463 (pertenencia). De

Tabla 5Coeficientes de correlación r de Pearson entre autoestima (y sus dimensiones) y satisfacción con la profesión elegida (y sus dimensiones)

	Sí mismo	Social	Hogar padres	Instituto	Total autoestima
Necesidad de seguridad	0,197	0,004	0,174	0,315	0,263
	0,131	0,977	0,183	0,014	0,042
Necesidad de pertenencia	0,496	0,220	0,061	0,346	0,463
	0,000	0,091	0,643	0,007	0,000
Necesidad de estima	0,305	0,077	0,187	0,385	0,367
	0,018	0,561	0,153	0,002	0,004
Necesidad de autorrealización	0,301	0,175	0,211	0,407	0,397
	0,020	0,182	0,105	0,001	0,002
Total satisfacción con la profesión	0,538	0,212	0,245	0,581	0,610
	0,000	0,103	0,059	0,000	0,000

Nota. Contenido de la celda: correlación de Pearson y valor p .

igual modo, existen relaciones directas, bajas o medias, significativas y altamente significativas entre algunas dimensiones de la autoestima y algunas dimensiones de la satisfacción con la profesión elegida, oscilando entre 0,305 (sí mismo y estimación) y 0,496 (sí mismo y pertenencia).

Entre otros análisis de los resultados se puede resaltar que las pruebas F de Fisher del ANOVA para la comparación de varias medias y la prueba de comparaciones múltiples de Tukey mostraron que la dimensión de la autoestima menos desarrollada fue “hogares padres” y las dimensiones de satisfacción con la profesión elegida tuvieron similar desarrollo.

Para probar las hipótesis de investigación se utilizó la prueba Z de Gauss en muestras grandes ($n > 50$) que evaluó la significación del coeficiente de correlación r de Pearson entre la autoestima y la satisfacción con la profesión elegida, al 95 % de confianza estadística; resultando un valor $p = 0,000$; lo que significa que la correlación fue altamente significativa. Con tales resultados se puede dar por aprobada la hipótesis de la investigación.

DISCUSIÓN

Los resultados mostraron la existencia de relación directa, alta y significancia, entre la autoestima y la satisfacción con la profesión elegida en los estudiantes de Diseño Gráfico Publicitario del Instituto Superior Continental de Huancayo; comprobando de esa manera la hipótesis principal de investigación. De ese modo, se coincide con el estudio de Huamán y Boza (2015) quienes encontraron relación significativa entre la autoestima y la satisfacción con la profesión en estudiantes de Enfermería en Huancavelica y se rebate con lo hallado por Revollar (2015) quien no encontró relación entre la autoestima y la satisfacción con la profesión en estudiantes de Educación; las dos investigaciones también utilizaron los instrumentos de autoestima de Coopersmith y satisfacción de Vildoso (2002). La contradicción con la investigación de Revollar (2015) se debe a que en su muestra predominó la ambivalencia respecto a la satisfacción con la profesión elegida; ello se puede explicar porque socialmente, en los últimos años, en Perú y América Latina hubo un desprestigio de la profesión del docente de nivel básico (Gavilán, 1999; Gestión, 2016; Hincapié, 2018). En ese sentido, se infiere que el prestigio de la carrera profesional y el estatus que le atribuyen las representaciones sociales a la formación técnica (Bonfiglio, 2008) puede tener efectos en individuos de autoestima media y baja, quienes dependen de la aceptación del entorno social para la seguridad de sí mismos, según Coopersmith (1976), quien también afirma

que la aprobación o desaprobación de sí mismo indica la extensión de lo que el individuo se cree capaz, significativo y exitoso.

Los resultados de la investigación coinciden con los estudios de Vildoso (2002), López (2009), Angulo (2008), Ricalde y Sana (2017) y Chilca (2017), quienes determinaron relaciones significativas de la autoestima o satisfacción con la profesión elegida, con el éxito del desempeño cognitivo y académico de estudiantes del nivel superior, reconociendo la importancia del factor emocional y motivacional.

Los resultados revelaron que el nivel predominante de la autoestima de los estudiantes de Diseño Gráfico Publicitario del Instituto Superior Continental de Huancayo es promedio (73,33 %). Según Coopersmith (1976), las que tienen autoestima media son personas expresivas que dependen de la aceptación social, sus afirmaciones positivas son altas y son moderadas en sus expectativas y competencias.

Los resultados también indican que la dimensión de la autoestima con mayor cantidad de estudiantes en nivel bajo es “hogar padres”; ello puede explicarse porque al pertenecer a una franja etaria de adolescentes, los estudiantes están en una etapa de desapego de los padres y prevalencia del interés socializador con sus pares. De acuerdo a Oliva (2011), esta etapa se caracteriza por el distanciamiento de los padres y la búsqueda de autonomía, aumentando con la edad, cuando la comunicación experimenta un ligero deterioro. Según Branden (2001), el nivel bajo de autoestima se pondera por la seguridad de lo familiar.

Al ser la autoestima adquirida y no innata (Branden, 1998), es posible formarla positivamente. Esa función que se inicia en el hogar debe ser complementada desde un enfoque de formación integral en el nivel básico y, sobre todo, en el superior, pues el superior es una etapa donde los adolescentes y jóvenes definen muchos aspectos de su vida. Según la pedagogía y psicología, la autoestima es uno de los elementos claves para el desarrollo humano (Branden, 1988); así, una persona con autoestima elevada busca metas dignas y exigentes (Branden 2001).

Respecto a la satisfacción con la profesión elegida, la mayoría de los estudiantes alcanzaron el nivel adecuado (58,3 %). El resultado, de acuerdo a Vildoso (2002), representa el estado afectivo de la motivación y causa conductas positivas. Esa disposición favorable de los estudiantes de Diseño Gráfico Publicitario del Instituto Continental hacia la carrera que estudian, denota que hay condiciones emocionales para desarrollar sobresalientemente

habilidades y destrezas dentro de su desempeño académico (Angulo, 2008). De igual manera, la dimensión con mayor cantidad de estudiantes en nivel adecuado es “necesidad de seguridad” (63,33 %); lo que denota su creencia de que la carrera representa sus intereses, preferencias y expectativas.

El estudiante satisfecho con la carrera elegida tiene iniciativa y autonomía para gestionar su aprendizaje, es empoderado en el desarrollo de sus habilidades cognitivas, emocionales y procedimentales, se expresa favorablemente acerca de su profesión y busca actualizar sus conocimientos sobre la carrera adaptándose a las múltiples vías de la sociedad de la información y el conocimiento (Vildoso, 2002).

Al analizar las correlaciones por dimensiones y variables, se halló correlación positiva (0,581) y significativa entre variable satisfacción con la profesión elegida y la dimensión “instituto” de la variable autoestima. El resultado indica que la imagen corporativa positiva del Instituto Continental, a partir de sus logros en la acreditación de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario y el licenciamiento institucional (Sineace, 2013, 2017; Corporación de Prensa Especializada, 2019) es un factor que motiva la satisfacción con la profesión elegida y la autoestima de los estudiantes.

En el estudio también se halló que la dimensión “sí mismo” de la autoestima tiene relación positiva (0,496) y significativa con la dimensión “necesidad de pertenencia de satisfacción...elegida” con la profesión elegida. El resultado se puede entender pues, debido a los logros de acreditación de la carrera profesional y licenciamiento institucional, el Instituto Continental mejoró su prestigio académico y social, diferenciándose de otras instituciones de formación técnica. La necesidad pertenencia de los estudiantes, en su mayoría en nivel adecuado (56,7 %), se manifiesta en su vinculación afectiva con la institución.

Los resultados de la investigación fundamentan la importancia de reforzar los factores afectivos y motivacionales en la formación profesional, como parte de una estructura de formación integral que responda a la demanda cada vez mayor de competencias blandas en el mercado laboral, donde se necesitan profesionales que no solo demuestren el saber hacer sino, fundamentalmente, sepan ser individuos autorrealizados que no solo tengan la predisposición de conocer y comprender su medio sino que también tengan la capacidad de comprender y cambiar su propia naturaleza (Mankelivnas, 1987), e incluso mejoren sus deficiencias cognitivas.

Al compararse los resultados de la investigación con el estudio de Bonfiglio (2008) sobre la aceptación de la formación técnica en el Perú, se confirma que dicha aceptación obedece más a razones de prestigio social de que calidad educativa; de esa manera, esa manera el prestigio del Instituto Continental es el factor que afianza en los estudiantes la seguridad consigo mismos y la necesidad de seguridad con la carrera; además, la satisfacción con la profesión se extiende a la actitud que los estudiantes perciben de sus padres.

La necesidad de movilidad social de un estatus o escala social a otra superior, teniendo como vía a la educación, es un factor importante que media entre la elección de la profesión y el centro de estudios, constituyéndose en un condicionante social que ha generado estereotipos y prejuicios respecto a las carreras de formación técnica, situándolas por debajo de la formación universitaria, a pesar de su incremento en la demanda laboral.

Para muchos sectores sociales en el Perú, el liderazgo de una institución educativa en el nivel superior estará supeditado más al estatus social que promete a sus egresados que a su calidad educativa (Bonfiglio, 2008). Ello se constituye además en un factor importante para la autoestima y la satisfacción con la profesión elegida; por lo tanto, es importante que ese aspecto de percepción social, sea tomado en cuenta al implementar de las estrategias de integración académica y social en los centros de formación superior.

A partir de los resultados obtenidos se abren asimismo posibilidades de estudios que continúen la presente línea de investigación, como la relación de los factores psicológicos y psicosociales con las representaciones sociales de la formación técnicas y las carreras que brinda, la influencia de las aspiraciones de prestigio social en la vocación profesional, la elección de la carrera y la satisfacción con la misma, así como el modo como estas representaciones se han insertado en la estructura social y cómo se relacionan con otros tipos de perjuicio, como el étnico o de género.

Como limitaciones del estudio se destaca que la investigación, al ser de carácter trasversal, midió actitudes que pueden ser cambiantes de acuerdo al contexto del momento, por lo que se buscó determinar los patrones conductuales estables de la muestra. De igual modo, la autoestima y la satisfacción con la profesión elegida obedecen también a factores internos de los sujetos que no son observables directamente, sino a través de sus conductas y respuestas, por lo que la investigación buscó que las respuestas racionales a los cuestionarios sean lo más sinceras posible, de

modo que se evaluó con minuciosidad la validez y la confiabilidad de los instrumentos y se realizó un análisis coherente y objetivo de los resultados.

Finalmente se concluye que existe correlación directa y altamente significativa entre la autoestima y la satisfacción con la profesión elegida de los estudiantes de Diseño Gráfico Publicitario del Instituto Superior Continental de Huancayo. Cuando la autoestima mejora, también mejora la satisfacción con la profesión elegida y cuando la satisfacción elegida mejora, de la misma manera mejora la autoestima de los estudiantes. El nivel cognitivo no sería un obstáculo en la formación profesional si los factores actitudinales y motivacionales de la autoestima y la satisfacción con la profesión elegida son adecuados.

El auge de los nuevos medios y los cambios tecnológicos acelerados exigen que los profesionales del diseño muestren en el ejercicio de su profesión la capacidad de aprender, desaprender y reaprender; esa flexibilidad y tolerancia al cambio es mediada por la autoestima del individuo y la satisfacción con su profesión. Los estereotipos o prejuicios hacia la formación técnica por la escala de prestigio social que representan para algunos sectores de la sociedad son factores que intervienen en la autoestima y la satisfacción con la carrera elegida.

Se sugiere potenciar la labor psicopedagógica y de tutoría en el Instituto, siendo necesario realizar constantes diagnósticos sobre aspectos de la personalidad, motivación y autoestima de los estudiantes, a fin de constituir una línea de base sobre la cual se implementen estrategias orientadas al logro de la autonomía y el empoderamiento de los estudiantes en la gestión de su aprendizaje. Del mismo modo, la institución debe potenciar sus estrategias de identidad corporativa para representar las aspiraciones sociales de estudiantes y familiares.

REFERENCIAS

- Álvarez Pérez, P. R., Cabrera Pérez, L., González Afonso, M. C. y Bethencourt Benítez, J. T. (2006). Causas del abandono y prolongación de los estudios universitarios. *Paradigma*, 27(1), 349-363. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1011-22512006000100002&lng=es&tlng=es
- Angulo, J. (2008). *Relación de la motivación y satisfacción con la profesión elegida con el rendimiento de los estudiantes de la Facultad de Educación de la UNMSM* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos] Repositorio Institucional UNMSM. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/2383>
- Bonfiglio, G. (2008). ¿Qué hay detrás de la baja aceptación de la formación técnica en el Perú? *Debates en Sociología*, 33, 77-94.
- Branden, N. (1998). *El poder de la Autoestima* (2.a ed.). Paidós.
- Branden, N. (2001). *Psicología de la Autoestima*. Paidós.
- Coopersmith, S. (1976). *Estudio sobre la estimación propia. Psicología Contemporánea. Selections Scientifics American*. Blume.
- Corporación de Prensa Especializada. (2019). Continental, primer Instituto que obtiene licenciamiento institucional del MINEDU. *Corporación de prensa*. <http://corporaciondeprensa.com/continental-primer-instituto-en-la-region-junin-que-obtiene-licenciamiento-institucional-del-minedu/>
- Chilca, M. (2017). *Relación entre la autoestima, hábitos de estudio, satisfacción con la profesión elegida y el rendimiento académico de los estudiantes en los cursos de estadística, de la Facultad de Economía y Contabilidad de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, semestre 2016 - I, Huaraz - Ancash*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos] Repositorio Institucional UNMSM. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/6184>
- Díaz, B. (1997). *Inventario de autoestima Original de Coopersmith*. Facultad de Psicología Relaciones industriales y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Goleman, D. (1996). *Inteligencia emocional*. Kairós.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014) *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education.
- Hincapié, D. (2018, 12 de julio). ¿Por qué se perdió el prestigio de la profesión docente en América Latina y cómo recuperarlo? *BID mejorando vidas*. <https://blogs.iadb.org/educacion/es/profesionprofesor/>
- Huamán, K. y Velázquez, A. (2015). *Autoestima y satisfacción con profesión elegida en estudiantes de la Facultad de Enfermería, Universidad Nacional de Huancavelica - 2015* [Tesis de maestría, Universidad Enrique Guzmán y Valle] Repositorio Institucional UNH. <http://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/456>
- López, J. (2009). *Relación entre los hábitos de estudio, la autoestima y el rendimiento académico de los estudiantes de la Escuela Profesional de Medicina Veterinaria de la Universidad Alas Peruanas* [Tesis de maestría, Universidad Enrique Guzmán y Valle] Repositorio Institucional UNE. <http://www.biblioteca.une.edu.pe/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?bibliobnumber=1967>
- Mankelivnas, M. (1987). *Psicología de la motivación*. Trillas.
- Oliva, A. (2011) Apego en la adolescencia. *Acción psicológica*, 8(2), 55-65. <https://www.redalyc.org/pdf/3440/344030766005.pdf>
- Prado Cobeñas, L. A. (2019). *Efectos de la satisfacción con la profesión elegida y la formación profesional en el coeficiente intelectual de los estudiantes de educación primaria y problemas de aprendizaje de la*

- UNJFSC [Tesis de maestría, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho] Repositorio Institucional UNJFSC. <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/3657>
- Redacción Gestión. (2016, enero 23). Es un fenómeno muy doloroso en el país, no hay mucha que quiera estudiar educación. *Diario Gestión*. <https://gestion.pe/tendencias/fenomeno-doloroso-pais-hay-gente-quiera-estudiar-educacion-109985-noticia/>
- Sineace. (2013, abril 29). *Carreras del Instituto Tecnológico Superior Continental de Huancayo logran acreditación*. <https://www.gob.pe/institucion/sineace/noticias/186473-carreras-del-instituto-tecnologico-superior-continental-de-huancayo-logran-acreditacion>
- Sineace. (2017, marzo 14). *Cinco carreras del Instituto Continental de Huancayo renuevan su acreditación*. <https://www.sineace.gob.pe/cinco-carreras-del-instituto-continental-de-huancayo-renuevan-su-acreditacion/>
- Revollar, F. (2015). *Relación entre autoestima y satisfacción con la profesión elegida en los estudiantes de las series 200400 de la escuela de formación profesional de educación secundaria, UNSCH-2010* [Tesis de maestría, Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga] Repositorio Institucional UNSCH. <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/1361>
- Ricalde, J. y Sana, M. (2017). *Autoestima, satisfacción en la elección de la carrera profesional y su relación con el rendimiento académico* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional San Agustín de Arequipa] Repositorio Institucional UNSA. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/4631>
- Vildoso, J. (2002). *Influencia de la autoestima, satisfacción con la profesión elegida y la formación profesional en el coeficiente intelectual de los estudiantes del tercer año de la Facultad de Educación* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos] Repositorio Institucional UNMSM. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/1708>

Contribución de los autores

RAC: diseño y concepción del proyecto, redacción del artículo científico.

FTY: diseño del proyecto y recolección de datos.

MRA: análisis de datos y redacción del artículo científico.

Fuentes de financiamiento

Autofinanciado.

Conflictos de interés

Los autores declaran no tener conflictos de interés.

Correspondencia

Ruben Alania Contreras