



## **Percepción de los panameños sobre las Carreras Técnicas**

*Por: Ninotshka Tam*

*Analista del CNC*

El proyecto Nuevas Oportunidades de Empleo para Jóvenes (NEO) en Panamá busca incrementar las oportunidades de inserción laboral en empleos formales de jóvenes pobres y vulnerables entre 16 y 29 años de edad, a través de tres componentes: fortalecimiento de la educación técnica de nivel medio y la formación profesional de corta duración; fortalecimiento de los servicios de orientación socio ocupacional e intermediación laboral; y gestión de conocimiento y comunicación estratégica.

Este proyecto se realiza gracias a la conformación de una alianza pública-privada, compuesta por 15 organizaciones provenientes del sector empresarial, del sector gubernamental y de la sociedad civil; quienes aportan recursos, conocimientos y capacidades para implementar soluciones de empleo juvenil efectivas y sostenibles, en tres sectores prioritarios: logística, construcción y turismo.

Estos sectores fueron definidos en el informe de la Alta Comisión de Empleo, donde además se identificó que el país requerirá unos 67 mil trabajadores entre el 2015-2020, cuya formación rebasa la capacidad del sistema educativo actual; de ellos el 96% corresponde trabajadores en áreas técnicas. Esto hace importante que se le dé impulso a la formación técnica para suplir la mano de obra que el país necesita y pone en la palestra la pertinencia y calidad de la educación que debe responder a las demandas del mercado.

Con la finalidad de conocer porque existe esta fisura entre oferta y demanda, específicamente en el área técnica, NEO realizó un Estudio de Percepción de los Jóvenes y sus Familias sobre la Formación y el Trabajo Ocupacional y Técnico. El mismo tuvo como objetivo principal el caracterizar la percepción y actitud de los jóvenes y sus familias hacia las carreras y las profesiones técnicas; en cuatro ciudades de la República de Panamá (Panamá, Colón, Penonomé y David).

Se levantaron seis mil setecientos seis encuestas distribuidas entre estudiantes de 9no-12vo grado del Ministerio de Educación (MEDUCA), estudiantes del Instituto Nacional de Formación Profesional y Capacitación para el Desarrollo Humano (INADEH), jóvenes que asisten a los Centros de Alcances de United Way, familiares de estudiantes, egresados y jóvenes que no trabajan ni estudian; de las ciudades antes mencionadas.

De los resultados del estudio se desprende principalmente que existe un gran desconocimiento de la población estudiantil y de sus padres con relación a la formación técnica. Esta situación podría estar empañando las decisiones de los jóvenes de optar por la carrera técnica como opción de vida, pues parece que las opiniones que se tienen está basado en percepción y no en información veraz. Lo anterior, refuerza la “glamorización” de los estudios universitarios en contraposición con la “estigmatización” de las carreras técnicas.

Por otro lado, se destaca en el estudio que los medios que son utilizados para promocionar la formación técnica entre los jóvenes como la televisión, la radio y periódicos no son los comúnmente consumidos por éstos, ya que se refleja un alto porcentaje que prefiere las redes sociales, Whatsapp y Facebook.

Otro aspecto a considerar es el escaso contacto entre los centros de enseñanza y sus egresados, lo cual dificulta la creación de redes de apoyo a la empleabilidad e intercambio de información con respecto a oportunidades de inserción laboral.

En el estudio se brindan recomendaciones para atender la necesidad de información y promoción de las carreras técnicas, entre ellas: desarrollar una campaña publicitaria para promover la formación técnica, ya que se necesita “vender” la formación técnica como algo “cool” entre los jóvenes, promoviendo ejemplos de personas que optaron por esa opción y han logrado mejorar su calidad de vida; además se sugiere adoptar buenas prácticas en materia de vinculación con los egresados, retomar la formación dual que es aquella que se realiza simultáneamente en las aulas y las empresas, entre otras acciones.