

**Pertinencia en el mercado laboral del programa de Administración de Empresas de la
Fundación Universitaria Colombo Internacional en la ciudad de Cartagena**



Autora:

Yennifer Alexandra Ortega Caballero

Universidad Nacional Abierta Y A Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN

Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo

Cartagena de Indias

2020

**Pertinencia en el mercado laboral del programa de Administración de Empresas de la
Fundación Universitaria Colombo Internacional en la ciudad de Cartagena**



Autora:

Yennifer Alexandra Ortega Caballero

Proyecto presentado bajo la modalidad de Grado de Proyecto Aplicado para optar por el título de
Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo

Plan estratégico de mercadeo

ASESOR:

Julio Cesar Montoya Rendón

Universidad Nacional Abierta Y A Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN

Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo

Cartagena de Indias

2020

Nota de aceptación.

Firma del presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Cartagena, Bolívar, abril de 2020

Dedicatoria

Dedico este trabajo, principalmente a Dios, por darme la oportunidad de llegar a alcanzar otro de mis logros, y por llegar a superar toda clase de obstáculos que me impedían seguir adelante.

A mi Madre, Soraya Caballero, porque es el motivo que me ha hecho emprender este camino, gracias a su apoyo incondicional, a su paciencia y dedicación, y a su ejemplo de buena madre triunfadora y emprendedora. A mi abuela, porque sin ella no hubiera llegado a ser lo que soy ahora, gracias a su educación y cuidado, logró en mí, ser una persona diferente con muchas cualidades y habilidades.

A mis compañeros, porque sin duda alguna fueron un punto importante a lo largo de mi vida estudiantil. A mis profesores y a mis asesores, porque me enseñaron a ser mejor cada día, ayudándome en todo el transcurso de la especialización a aprender cosas nuevas para poderlas transmitir a los demás.

Ahora entiendo aquella frase que dice, que se es mejor profesional cuando se transmite el conocimiento, en mi caso también dedico este proyecto a mis estudiantes quienes sin duda alguna son mi principal motor para continuar con mi proceso de aprendizaje.

Gracias a todas estas personas que aportaron de una manera u otra a que creciera como persona, la cual dedico con honor este proyecto.

Yenifer Ortega Caballero

Agradecimientos

Agradezco a Dios por concederme la inteligencia, la fortaleza y la oportunidad de haber perseverado con ahínco este logro que he alcanzado.

A mi madre, por apoyarme y brindarme la oportunidad de estudiar y de formarme como persona y como profesional

A mis asesores, como José Ever Castellanos e Pedro Emilio Ubague, por orientarme y guiarme en el proceso de la construcción de este proyecto y por compartir conmigo sus conocimientos, experiencias, estrategias y aprendizaje, además por ser nuestro ejemplo a seguir durante mi camino La Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

Y por último a mis compañeros y amigas de distancia quienes descubrimos que a través de una plataforma se pueden construir lazos de amistad, hicieron de mí una mejor persona, a pesar de nuestras diferencias de religión, de costumbres, de cultura y de tradiciones, pero que además no fue impedimento para cosechar una amistad que se ha conservado a pesar de la distancia, agradezco porque a través de la modalidad que me ofreció la institución pude cruzar fronteras, ser autónoma y autodidacta.

Yenifer Ortega Caballero

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo evaluar la pertinencia en el mercado de Administración de Empresas de la Fundación Universitaria Colombo internacional, el cual se oferta desde el primer periodo académico del 2010, mediante registro calificado Res. 4368 del MEN, el cual se caracteriza además por su fortaleza en la enseñanza del idioma inglés y por la oferta de asignaturas con énfasis en el área financiera. De igual manera el programa ofrece la oportunidad de desarrollar en el estudiante, el emprendimiento y el espíritu empresarial. El propósito de esta investigación es leer la realidad del pregrado de administración de empresas, tanto en los aspectos sociales relacionados con el graduado (grado de pertenencia a la universidad, situación laboral, etc.), y la opinión de los empresarios que los reciben y en general, los requerimientos del mercado laboral de profesionales formado en el área de administración de empresas. Igualmente, en lo académico (opinión sobre la formación recibida, etc.), para lo cual se tiene en cuenta al graduado tanto como objeto de evaluación (evaluación viva) y como sujeto evaluador del proceso educativo.

Palabras claves: *Investigación, Mercados, Universidad, Programa, Administración*

Abstract

The objective of this study is to evaluate the relevance in the Business Administration market of the Colombo International University Foundation, which has been offered since the first academic period of 2010, by means of a qualified registry Res. 4368 of the MEN, which is also characterized by his strength in teaching the English language and the offer of subjects with an emphasis in the financial area. Similarly, the program offers the opportunity to develop student, entrepreneurship and entrepreneurship. The purpose of this research is to read the reality of the undergraduate business administration, both in the social aspects related to the graduate (degree of belonging to the university, employment status, etc.), and the opinion of the entrepreneurs who receive them and in general, the requirements of the professional labor market formed in the area of business administration. Likewise, academically (opinion on the training received, etc.), for which the graduate is taken into account both as an object of evaluation (live evaluation) and as an evaluating subject of the educational process.

Keywords: Research, Markets, University, Program, Administration

Tabla de Contenido

Resumen	
Introducción	12
1. Problema de investigación	4
1.1. Planteamiento del Problema	14
1.2. Formulación del problema.	18
1.3. Justificación	19
1.4 Objetivos	22
1.4.1 <i>Objetivo General</i>	22
1.4.2 <i>Objetivos Específicos</i>	22
2. Marco de referencia	23
2.1. Antecedentes del estudio	23
2.1.1. Reseña institucional – Micro y Macroentorno	28
2.1.1.1. <i>Microentorno</i>	29
2.1.1.2. <i>Macroentorno</i>	30
2.2. Marco teórico	31
2.2.1. Teorías económicas sobre el mercado de trabajo	32
2.2.2. Evaluación del Impacto	32
2.2.3. Teoría del Capital Humano	33
2.3. Marco conceptual	36
2.4. Marco legal	37
2.5. Marco espacial	41
2.6. El Marco temporal	42
3. Marco metodológico	42
3.1 Tipo de Estudio	42
3.2 Tipos de Información	43
3.3 Técnicas de recolección de la Información	44
3.4 Población estudiada	45
3.4.1 Universo	46

3.4.2	Muestra	47
4.	Resultados	48
4.1.	Análisis De Resultados (Egresados)	49
4.2.	Análisis De Resultados (Empresarios)	66
4.3.	Plan de mercadeo ajustado a las demandas del sector productivo.....	82
4.3.1.	Análisis situacional (Interno)	83
4.3.2.	Análisis situacional (Externo)	84
4.3.2.1.	Marketing Mix.....	85
4.3.2.1.1.	Producto	85
4.3.2.1.2.	Precio	87
4.3.2.1.3.	Promoción y Comunicación	87
4.3.2.1.4.	Distribución	87
4.3.3.	Objetivos estratégicos	88
4.3.4.	Estrategias de Marketing: Curso de acción.....	89
4.3.5.	Planes de acción y Presupuesto	93
5.	Conclusiones	94
6.	Recomendaciones	96
7.	Referencias Bibliográficas.....	98
8.	Anexos	101

Lista de Tablas

Tabla 1. Oferta de programas de Administración de Empresas en Cartagena, 2019	15
Tabla 2. Egresados de Administración de Empresas Unicolombo, 2018	17
Tabla 3. Población y muestra de graduados del programa de Administración de Empresas, según género y año de graduación	46
Tabla 4. Asociaciones	60
Tabla 5. Análisis interno del Programa de Administración de Empresas	83
Tabla 6. Análisis externo del Programa de Administración de Empresas	84
Tabla 7. Valores académicos 2020	87
Tabla 8. Curso de acción- estrategia de objetivos 1	89
Tabla 9. Curso de acción- estrategia de objetivos 2.....	90
Tabla 10. Curso de acción- estrategia de objetivos 3.....	91
Tabla 11. Curso de acción- estrategia de objetivos 4.....	92
Tabla 12. Plan de acción y Presupuesto	93

Lista de Gráficos

Gráfico 1. Información ocupacional de los egresados	49
Gráfico 2. Nivel salarial del egresado	50
Gráfico 3. Durabilidad para emplearse	51
Gráfico 4. Nivel de formación	52
Gráfico 5. Formación académica actual del egresado.....	53
Gráfico 6. Percepción del programa	54
Gráfico 7. Áreas profesionales.....	55
Gráfico 8. Cargos desempeñados.....	56
Gráfico 9. Fortalezas del programa.....	57
Gráfico 10. Áreas para fortalecer.....	58
Gráfico 11. Formación recibida	59
Gráfico 12. Calidad del programa.....	59

Gráfico 13. Pertinencias a asociaciones	60
Gráfico 14. Distinciones nacionales o internacionales	61
Gráfico 15. Espacios de participación del egresado	62
Gráfico 16. Participación académica	63
Gráfico 17. Mecanismos de participación.....	63
Gráfico 18. Prioridad de actividades	64
Gráfico 19. Organización de egresados	65
Gráfico 20. Trabajo por el programa	65
Gráfico 21. Tipo de organización.	66
Gráfico 22. Tamaño de la organización	67
Gráfico 23. Actividad económica	68
Gráfico 24. Formación vs Requerimiento.....	69
Gráfico 25. Perfil del estudiante adecuado	70
Gráfico 26. Consulta de opinión	71
Gráfico 27. Utilidad del programa	71
Gráfico 28. Conocimientos Teóricos - Prácticos	72
Gráfico 29. Expresión oral y escrita.....	73
Gráfico 30. Opinión de los egresados en base a su conocimiento	74
Gráfico 31. Diagnóstico y resolución de problemas	75
Gráfico 32. Motivación para profundizar conocimiento.....	75
Gráfico 33. Programas de continuidad académica.....	76
Gráfico 34. Cubrimiento de oferta laboral	77
Gráfico 35. Vinculo universidad – sector laboral	78
Gráfico 36. Reconocimiento del programa	79
Gráfico 37. Desempeño del egresado	79
Gráfico 38. Competencia de la carrera con otras instituciones.....	80
Gráfico 39. Fortalezas del programa.....	82

Introducción

El mundo de la Educación Superior es una esfera dinámica que afecta las modificaciones del entorno y se ve simultáneamente influenciado por ellas, y que se vincula e incide en el desarrollo y la transformación de la sociedad. En su afán por lograr la misión que le ha sido encomendada, las instituciones se ven en la necesidad de revisar en forma permanente sus programas de formación, a fin de determinar, fundamentalmente, la pertinencia social y la información de su oferta académica y de sus procesos de formación. En esta revisión uno de los sectores, quizás el más indicado, para aportar información está representado por los *egresados*, los cuales manejan tanto la información concerniente a los procesos y actividades de formación en la universidad, como lo concerniente a las exigencias que plantea el desempeño en el campo laboral.

El Proyecto de Investigación de mercado para analizar el impacto de egresados del programa de Administración de Empresas y la pertinencia del programa en el sector productivo, se enmarca dentro del proceso de evaluación de la información de la formación ofrecida, en cuya determinación se prevé, además, recopilar información proveniente de otras fuentes, tales como las opiniones de los expertos en las diferentes áreas de formación, y de los empleadores. Los resultados del análisis de los datos obtenidos de distintas fuentes, serán utilizados fundamentalmente para la revisión de planes de estudio, y para orientar las decisiones en torno al programa, con propósitos de actualización.

En busca de cumplir su misión de formar integralmente personas capaces de interactuar en un mundo globalizado, tal como lo establece la Misión institucional, se requiere que el Programa de Administración de Empresas retroalimiente las potencialidades y limitaciones del desarrollo local y regional y las demandas sociales para articular su función docente. La participación de los egresados en este proceso es fundamental porque son ellos quienes constantemente están en interacción con el medio, clarificando las potencialidades para un mejor desarrollo de la academia. Ahora bien, investigar la pertinencia del programa con el sector laboral, nos conlleva a realizar los procesos que conduzcan a la información válida de las fuentes que se emplearán.

El siguiente proyecto aplicado se encuentra estructurado por secciones; donde el cuerpo del trabajo se encuentra la problemática sobre la Pertinencia del programa para medir el grado de competitividad frente a las demás instituciones que ofrecen programas similares. Así mismo se justifica el problema y apoyan a la constitución de los objetivos y el desarrollo de los resultados de la investigación, tanto en la caracterización de los egresados como en la propuesta de desarrollar un plan de mercadeo ajustado a las demandas y tendencias exigidas en el medio.

Por otro lado la investigación se apoyará en sus marcos referenciales y los antecedentes que soportan el estudio que se está desarrollando. La metodología empleada se enfoca en un estudio descriptivo

Pertinencia en el mercado laboral del programa de Administración de Empresas de la Fundación Universitaria Colombo Internacional en la ciudad de Cartagena

1. Problema de investigación

1.1. Planteamiento del problema

Durante las dos décadas que van corriendo del nuevo milenio, en Colombia se ha producido una expansión de la educación superior, sobre lo cual se puede presenciar el nacimiento de diferentes programas académicos, a través de nuevas instituciones establecidas. Las dinámicas del desarrollo constante de las telecomunicaciones, los cambios en los modelos operativos, la relevancia de un mundo dinámico y proactivo en el que existe una fuerte tendencia hacia la competencia y el mejoramiento continuo, las instituciones de educación superior requieren de identificar los retos que permitan superar o mitigar a sus competidores. De toda esta evolución, subyace la responsabilidad de adaptarse a los requerimientos del contexto y la revisión de los contenidos, los diseños curriculares y la forma de proyectarse hacia el sector externo.

Tabla 3: Oferta de programas de Administración de Empresas en Cartagena, 2019

Nombre Institución	Estado		
	Institución	Carácter Académico	Sector
UNIVERSIDAD LIBRE	ACTIVA	UNIVERSIDAD	PRIVADA
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO	ACTIVA	UNIVERSIDAD	PRIVADA
CORPORACION UNIVERSITARIA RAFAEL NUÑEZ	ACTIVA	UNIVERSITARIA/ESCU	PRIVADA
CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS -UNIMINUTO-	ACTIVA	UNIVERSITARIA/ESCU	PRIVADA
CORPORACION UNIVERSITARIA ANTONIO JOSE DE SUCRE - CORPOSUCRE	ACTIVA	UNIVERSITARIA/ESCU	PRIVADA
COLEGIO MAYOR DE BOLIVAR	ACTIVA	UNIVERSITARIA/ESCU	OFICIAL
FUNDACION UNIVERSITARIA TECNOLOGICO		UNIVERSITARIA/ESCU	
COMFENALCO - CARTAGENA	ACTIVA	UNIVERSITARIA/ESCU	PRIVADA

FUNDACION			
UNIVERSITARIA COLOMBO		INSTITUCION	
INTERNACIONAL -		UNIVERSITARIA/ESCU	
UNICOLOMBO	ACTIVA	ELA TECNOLOGICA	PRIVADA
FUNDACION			
UNIVERSITARIA COLOMBO		INSTITUCION	
INTERNACIONAL -		UNIVERSITARIA/ESCU	
UNICOLOMBO	ACTIVA	ELA TECNOLOGICA	PRIVADA

Fuente: ESNIES (2019)

De acuerdo con los datos arrojados por los sistemas de información del Ministerio de Educación Nacional (ESNIES, 2019) descritos en la tabla 1, en la ciudad de Cartagena, se ofertan 9 programas de administración de empresas en la misma modalidad (presencial) en universidades privadas y públicas, todos con registros calificados vigentes. Siete de las mencionadas compiten por la admisión de los estudiantes que, en parte no logran obtener cupos de la universidad pública. Igualmente, las estadísticas históricas de la educación superior en Colombia, en el año 2018, arrojan un total de 6.885 graduados, durante dicho periodo en las áreas de economía, administración, contaduría y afines en el departamento de Bolívar. En el caso de Uicolombo, egresaron un total de 20 estudiantes, de acuerdo ESIES, como se refleja en la Tabla número 2.

Tabla 4: Egresados de Administración de Empresas Unicolombo, 2018

Programa Académico	Año	Semestre	Graduados
ADMINISTRACION DE			
EMPRESAS	2018	1	6
ADMINISTRACION DE			
EMPRESAS	2018	1	14

Fuente: ESNIES (2019)

Dadas las condiciones actuales de los mercados de bienes y servicios que de forma directa inciden en la competitividad de las organizaciones, las características de la ciudad de Cartagena en cuanto a la oferta turística y la relevancia que tiene actualmente el aprendizaje de una segunda lengua, la Fundación Universitaria Colombo Internacional ha identificado la necesidad de mantener la búsqueda del mejoramiento del desempeño de los profesionales de diferentes áreas mediante la creación de un programas académicos entre los que se destacan el programa de Administración de Empresas.

Este programa busca fortalecer, complementar y ampliar diferentes áreas del conocimiento que a su vez permitan que los estudiantes cuenten con los elementos suficientes para resolver diferentes retos dentro de las organizaciones y la sociedad. Además, en el aspecto profesional debe repercutir de manera positiva en su desempeño dentro de las empresas o en el campo laboral en el cual se desarrollen.

Otro aspecto relacionado con el problema a desarrollar es el entorno laboral. Mientras las instituciones universitarias luchan por infundir en sus estudiantes un pensamiento emprendedor,

las dinámicas del mercado laboral siguen siendo de vital importancia para la pertinencia de los programas académicos en el área de la administración de empresas y los negocios. De acuerdo con las cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE, 2019), “Para el mes de agosto de 2019, la tasa de desempleo fue 10,8%, lo que representó un aumento de 1,6 puntos porcentuales en comparación con agosto de 2018 (9,2%). La tasa global de participación se ubicó en 62,9%, lo que significó una reducción de 1,2 puntos porcentuales frente al mismo mes del año anterior (64,1%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 56,1%, lo que representó una disminución de 2,2 puntos porcentuales al compararlo con agosto de 2018 (58,3%). Lo anterior. Pone de manifiesto el reto de los programas de administración en cuanto al entorno laboral.

Lo anterior, obliga además a una revisión de la trayectoria de quienes, egresan del programa objeto de estudio, como un elemento clave para revisar la calidad del programa y de la institución. Dicha revisión apunta a consolidar la pertinencia del programa en el mercado, mediante un análisis del entorno laboral, la trayectoria académica, profesional y la calidad del programa.

1.2. Formulación Del Problema

¿Cuál es la pertinencia en el mercado laboral del programa de Administración de Empresas de la Fundación Universitaria Colombo Internacional?

1.3. Justificación

El crecimiento y proyección que tengan las personas impulsan el desarrollo adquirido en su quehacer académico y esto sumado a la experticia adquirida en cada una de sus labores diarias, profundizan y se ven reflejadas con la proyección empresarial que como efecto dominó ocurre en cada una de las organizaciones, generando con esto desarrollo con impacto social hacia un país cada día mejor.

las empresas buscan el beneficio económico y para esto es fundamental la productividad de sus empleados es así como la evaluación del colaborador es realizada a través de la medición y calificación del quehacer de las personas en su área de trabajo, medir el desempeño significa establecer parámetros cuantitativos de la conducta laboral y comparar las conductas individuales de los trabajadores o grupos de trabajadores con los indicadores generales de la industria ya sea a nivel nacional o internacional, para ello es determinante que a partir del ambiente laboral general y con implicaciones netamente saludables se haga ofrecimiento a la apertura de los programas propuestos, es por ello que es inminente la necesidad de determinar cuál es la opinión del mercado potencial de la Fundación Universitaria Colombo Internacional (UNICOLOMBO).

El estudio que se propone desde la investigación de mercado sobre la pertinencia de un programa académico, como lo es la administración de empresas, se ubica en la necesidad de adentrarse en las dinámicas transicionales del sistema educativo actual, el cual requieren de la participación de diversos actores sociales para que se pueda adaptar a las necesidades y problemáticas propios.

Los procesos de calidad, implementados por las entidades responsables como el Ministerios de Educación Nacional, entienden los cambios del mercado y las nuevas exigencias de que el mundo hace a los profesionales que se forman en las universidades, en un contexto en el que se demanda mayor especialización y especificación de los conocimientos. Las dinámicas de crecimiento poblacional, los cambios en los modelos económicos, las afectaciones de la escases y los objetivos de sostenibilidad, ponen en debate las características del profesional de la administración, en la búsqueda de obtener un buen empleo con un buen salario, o ser quien genere esos espacios de vinculación laborar a partir del fortalecimiento de la innovación.

Históricamente, las ciencias económicas y ramas como la administración y las fianzas han contribuido en la construcción de las dinámicas de la globalización, lo que obliga a la necesidad de nuevos profesionales en estas áreas que ayuden a emprender, administrar y tomas decisiones y para la gestión de recursos financieros para cualquier tipo de empresa a la que se vincule, nacional o internacional.

Este tipo de estudios, permiten a las instituciones de educación superior, generar espacios de discusión, con un enfoque académico, que les permita, realmente comprender cuales son las necesidades apremiantes del mercado al cual se enfrentarán sus egresado, no solo para determinar o no si un programa se oferta o no, sino que permite revisar los aspectos del plan de estudio y del currículo, que en verdad están respondiendo a las necesidades de su entorno, permitiendo modificar también su enfoque en la formación del saber, del hacer y sobre todo del ser.

El proceso de investigación se enmarca en la línea de investigación sobre “gestión Organizacional, profundizada en los procesos de mercadeo de la escuela de investigación que lleva el mismo nombre. Su impacto, permitirá a las instituciones tener claridad sobre los mercados en los que sus egresados enfrentarán la vida laboral, lo cual permite no solo ajustar sus planes de estudios, además de conocer las necesidades de los mismo para procurar en el proceso formativo garantizar a los profesionales plataformas laborales en las que puedan iniciar su vida profesional de forma pertinente

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Evaluar la pertinencia en el mercado laboral del programa de Administración de Empresas de la Fundación Universitaria Colombo Internacional.

1.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Caracterizar a los egresados del programa Administración de Empresas Unicolombo de acuerdo con sus condiciones laborales, profesionales y tendencias de la demanda laboral a nivel local y regional de los últimos 5 años.
- ✓ Analizar cómo ven las empresas y las personas la formación en Administración de Empresas egresadas de Unicolombo.
- ✓ Proponer un plan de mercadeo del programa de Administración de Empresas ajustado a las demandas y tendencias del mercado laboral a nivel nacional y local.

2. Marco referencial

2.1. Antecedentes de estudio

Diferentes estudios se han realizado, en el plano internacional, nacional y local sobre la pertinencia de programas académicos en el mercado, está casi es una asignatura obligada, teniendo en cuenta los requerimientos del ministerio para la aprobación de nuevos programas; la expedición de registros calificados y procesos de acreditación de calidad de los mismos. Generalmente este tipo de procesos se encaminan a cumplir con una estandarización básica que se propone desde el MEN. En tal sentido se pretende observar desde los resultados investigativos, como los procesos de evaluación apuntan al establecimiento de planes de mercadeo ajustados a las necesidades del mercado laboral, si se entienden las universidades como entes de formación para el trabajo, que tanto proyectan el proceso formativo visto desde las tendencias del mercado.

Inicialmente Stubrin (2018), reflexiona acerca de los efectos de la actividad de las agencias de evaluación y acreditación en américa latina, en su trabajo sobre “la uniformidad y la atomización”, el cual se enfoca sobre las titulaciones del pregrado y posgrado universitarias. El trabajo, particularmente discute y analiza:

La a participación en procesos evaluativos regidos por normas de calidad es, por una parte, útil para el control frente a infracciones jurídicas o éticas al régimen público de universidades y títulos, pero al mismo tiempo conspira, según se

afirma con frecuencia, contra la capacidad de diferenciación e innovación de los actores educacionales y los sujeta a un ordenamiento que, a poco andar, resulta empobrecedor en lo intelectual y conservador en sus prácticas. (p. 85)

Igualmente, para el caso de Chile, Sjoberg, Oyarzun y Ormeño (2018), buscan determinar y jerarquizar los elementos influyentes en la decisión de un trabajador de matricularse en un programa para dar continuidad a sus estudios universitarios. Mediante un análisis cuantitativo y el análisis factorial de los componentes principales, buscan diseñar e implementar estrategias comerciales eficientes y efectivas por parte de las instituciones de educación superior.

En el caso de España, Gómez, Pérez, y Sánchez (2009), Describen la percepción que tienen los jóvenes universitarios del mercado laboral y las expectativas que estos tienen acerca de su futuro laboral, teniendo en cuenta el contexto de crisis en el que se encontraba el país para dicha época. Él estudia muestra las percepciones de estudiantes de Psicopedagogía, relaciones laborales y carreras técnicas relacionadas con las ingenierías. Los autores, analizan sus discursos sobre diferentes temas relacionados con el futuro laboral: expectativas de encontrar empleo, atribución de las causas del desempleo, consecuencias del desempleo a nivel socio familiar y personal, etc. Se abordan diversos factores implicados en la socialización laboral de los jóvenes mediante una metodología cualitativa, como acción previa a posteriores desarrollos de esta línea de investigación. Como resultado de la investigación, se confirman “que los universitarios manifestaron una alta preocupación por el futuro de su situación laboral, así como escasas expectativas de conseguir un empleo ajustado a su nivel de formación y cualificación. Además, mencionan a la familia como principal fuente de apoyo en la actual situación de crisis.

En el caso mexicano, Cardoso, Ramos y Cerecedo (2011), realizan una “evaluación de la organización académico-administrativa de tres programas de licenciatura en turismo con bases en los criterios TEDCAL Y CONAET”, mediante un estudio comparativo, con enfoque sistémico, para acceder a la certificación nacional e internacional. En tal sentido, resulta que las licenciaturas en turismo ofrecidas por la Escuela Superior de Turismo (EST) cumple con dichos criterios de certificación, por lo que se considera que el programa ofertado y sus instalaciones se encuentran conforme, contrario a la Escuela Bancaria Comercial (EBC) y la Universidad del Valles de México las cuales muestran deficiencias respecto a los criterios establecidos por dichos organismos.

En esta misma línea, el caso de las universidades regionales argentinas, García, Zelaya y Di Marco (2010), identifican y caracterizan las configuraciones de las políticas de educación superior desarrolladas entre la crisis del Estado Social y el Auge del Neoliberal abordando el trabajo académico de docencia e investigación “con las nuevas expansiones territoriales” de la oferta de educación superior, así como las modalidades de gobierno y gestión universitaria en espacios territoriales del sudeste bonaerense. “El trabajo presenta avances del estudio de prácticas académicas, de gobierno y gestión entre mediados de los setenta y primeros años del siglo XXI analizando continuidades y rupturas en el proceso de conformación de facultades, carreras, disciplinas, considerando un entramado de políticas, actores, pujas de poder y saber en un espacio sociocultural y territorial”. (p. 284)

Para el caso colombiano, se describen algunos trabajos desde el enfoque del impacto de los programas universitarios en el medio. Estos análisis han sido necesarios en el marco del

desarrollo de los procesos de acreditación dirigidos por la Comisión Nacional de Acreditación (CNA). Las universidades en aras de garantizar dichos lineamientos permanentemente revisan los impactos de sus programas, dentro de los procesos denominados de autoevaluación. Malagón (2009), estudia la “pertinencia curricular de tres programas académicos de la Universidad de Antioquia, en las que se buscan elementos para analizar e interpretar los desarrollos sobre pertinencia curricular de los programas de trabajo social, ingeniería sanitaria y nutrición y dietética. El trabajo se centra en la construcción del concepto de pertinencia, buscando identificar las dinámicas relacionadas con dichos programas.

Acerca de la influencia de “la brecha salarial de género entre los universitarios recién titulados”, Cepeda, Cardona y Barón (2014), analizan el caso de personas recién egresadas con empleo formal en Colombia, por lo cual resaltan el papel que desempeña el tipo de carrera universitaria en la explicación de dicha brecha, en las primeras experiencias en el mercado laboral, de acuerdo con el género de los sujetos. En tal sentido, se toman los sistemas de información de las mismas universidades sobre la colocación laboral de sus recién egresados, los resultados destacan:

La existencia de un fenómeno de techo de cristal desde las primeras etapas de la experiencia del mercado laboral, lo cual es de particular interés para los encargados de formular políticas dado que algunas de las explicaciones que se ofrecen acerca del efecto de techo de cristal están relacionadas con la experiencia y los ascensos, características que no son significativamente diferentes para los universitarios recién titulados. (p. 442)

Por otra parte, Chálela, Valencia y Arango (2017), estudian las “motivaciones de los estudiantes universitarios para continuar su formación académica en programas de posgrados”, por lo cual, identifican sus principales motivaciones, destacando la exigencia académica y las modalidades presenciales de la oferta para continuar. En tal sentido proponen que las Instituciones de Educación Superior deben considerar el contexto social en el que se enmarcan, así como sus propósitos fundacionales, para responder de manera adecuada a las necesidades de formación avanzada que se requiere en sus entornos.

En cuanto a la “calidad en la educación superior desde las ciencias sociales y administrativas”, Rengifo (2017), determina si los planes de mejoramiento de los programas de estudios acreditados de ciencias de la administración de la Universidad del Valle, entre 2003 y 2013, se cumplieron, sus avances, sus aspectos facilitadores y sus limitantes. De lo anterior, se observan mejoras en cuanto a los procesos académicos, la organización, la gestión de los programas y el factor de los profesores. Sobre las mejorar se destacan, el factor de egresados, bienestar estudiantil y la necesidad de formar una cultura continua de la calidad, con impacto social y empresarial.

En el ámbito local, se detallan los diferentes trabajos, de medición de los impactos de distintos programas. Inicialmente Blanco (2016), como tesis doctoral expone el “impacto de la acreditación en los programas académicos de pregrado de las instituciones de educación superior en el Caribe colombiano”. El trabajo, muestra los impactos positivos o cambios favorables en las funciones sustantivas, de docencia, investigación y extensión, además de los recursos en los que

se apoya la universidad para la implementación de los procesos de acreditación en los programas objeto de estudio.

Por su parte, Vergara (2015), estudia “los sistemas de medición de desempeño estratégico frente a la competitividad y la sustentabilidad”, teniendo en cuenta estos dos factores que considera claves de éxito empresarial contemporáneo. El autor realiza una revisión de la literatura publicada en las revistas y textos de mayor prestigio, encontrando avances en el desarrollo teórico y empírico, específicamente en los países desarrollados.

De igual forma, Ramírez (2015), hace un estudio sobre el “impacto de los graduados del programa de derecho de la Universidad Libre, sede Cartagena” en el cual socializa la experiencia de sistematización de información recogida a través de encuestas con el fin de comparar las capacidades laborales, los ingresos económicos y la opción de optar por estudios de posgrados de los egresados del programa. Igualmente, se estudia la percepción del sector productivo para la revisión de los elementos de formación de las competencias que se requieren.

2.1.1. Reseña institucional – Micro y Macroentorno

2.1.1.1. Microentorno

- ✓ **Nombre:** Fundación universitaria colombo internacional – UNICOLOMBO
- ✓ **Tamaño:** mediana empresa.
- ✓ **Historia:** nace en el 2006 Como una necesidad de responder a los retos de un mundo globalizado y apoyado en su reconocida trayectoria académica en la enseñanza del idioma

inglés, el Centro Cultural Colombo Americano de Cartagena en su calidad de miembro fundador, creó en diciembre de 2006 la Fundación Universitaria Colombo Internacional, UNICOLOMBO, institución de educación superior que tiene como misión contribuir con la formación de profesionales bilingües, con un alto sentido social, con manejo de competencias lingüísticas del idioma inglés. Para el 2007 inician las actividades académicas con un solo programa, unicolombo fue creciendo y de la misma manera fueron agregándole nuevos programas institucionales en la actualidad ya cuenta con 7 programas académicos.

✓ *Programas académicos:*

- Licenciatura con bilingüismo con énfasis en inglés.
- Contaduría pública.
- **Administración de empresas.**
- Tecnologías en gestión de servicios turística y hotelera.
- Derecho.
- Tecnología en sistema de gestión de calidad.
- Ingeniería industrial.
- Administración de empresa turística y hotelera.
- Tecnología en desarrollo de sistemas informáticos.
- Ingeniería de sistemas.

✓ **Misión:** Somos una Institución Universitaria orientada a la formación integral de profesionales bilingües al servicio de la sociedad, en el marco de exigentes valores éticos, con conciencia de la identidad cultural del Caribe, abiertos al conocimiento universal

y comprensión de otras culturas, a la investigación y la innovación con sentido humanístico.

- ✓ **Visión:** La Fundación Universitaria Colombo Internacional será reconocida en la Costa Caribe como una institución Universitaria de calidad y excelencia, en la formación de ciudadanos que contribuyan a la construcción del tejido social de la Colombia del siglo XXI.
- ✓ **Valores:** compromiso, honestidad, justicia, respeto, tolerancia y responsabilidad.
- ✓ **Competidores:** Todas las universidades en las que se encuentran los mismos programas universitarios y aproximadamente con el mismo valor económico.
- ✓ **Cliente:** la institución ofrece un servicio a mujeres/ hombres interesados estudiar y obtener una titulación bilingüe de cualquier edad.
- ✓ **Empleados:** contamos con un área administrativa altamente cualificada y preparada para llevar a cabo sus funciones, además cuenta con un grupo de docentes bilingües pero docentes sin doctorados y pocos investigadores.

2.1.1.2. **Macroentorno:**

- ✓ **Político:** por políticas del gobierno nacional de Colombia y el gobierno local de Cartagena la institución debe otorgar becas académicas, aumento de créditos académicos por medios de convenios generados obteniendo así estudiantes beneficiados, cobertura a nivel nacional y estratos bajos a nivel local.
- ✓ **Económicos:** se ha podido detectar una tasa de desempleo, inflación, la tasa de cambio y además el nivel de ingreso económico por personas, bastante variable por medio del

DANE, banco de la república y DNP; que han llevado a la toma de decisiones algunos estudiantes nuevos y antiguos que se han visto afectados.

- ✓ **Sociales:** en los últimos años hemos tenido el ingreso de estudiantes muy jóvenes (15 – 16 años) con un nivel de ciencias básicas bajas; información arrojada por las IFECS, además es alto el porcentaje de estudiantes que son provenientes de colegios públicos.
- ✓ **Tecnológica:** se cuenta con una buena conexión a internet, tecnologías de información y comunicación como lo son las computadoras, tables, teléfonos celulares. etc. Hay infraestructura vial buena teniendo un uso y buen acceso a las universidades; además una seguridad informática, Por medio del ministerio de las TICS, DANE y DATT.
- ✓ **Ambiente:** se cuenta con una buena calidad de agua potable, además emisiones de CO2 en la ciudad de Cartagena, buscando la calidad de vida de las personas, campañas de concientización con el medio ambiente y así mismo poder seguir en a protección de la fauna y flora de nuestra ciudad.
- ✓ **Legal:** se lleva a cabo el cumplimiento de las legislaciones por medio del ministerio de educación nacional para así poder tener la apertura y funcionamientos de la sociedad, se busca saber el nivel de educación de las instituciones para el aseguramiento de la calidad.

2.2. Marco Teórico

Este marco de referencia se interesa por cuatro aspectos que se relacionan entre sí: la pertinencia, los estudios a graduados, desde los planteamientos del MEN (2001) se entiende como los graduados son egresados que, previo el cumplimiento de requisitos académicos

exigidos por las instituciones (exámenes, preparatorios, monografías, tesis de grado, etc.), han recibido su título.

2.2.1. Teorías económicas sobre el mercado de trabajo

Las teorías económicas sobre el mercado de trabajo, se han agrupado en tres conceptos según las orientaciones con puntos en común, referidos respectivamente a las teorías marginalistas (neoclásica y neokeynesia), marxianas y keynesianas, y a las diversas escuelas institucionalistas. A fines del siglo XIX y comienzos del XX la economía institucionalista ocupaba un lugar importante en el campo académico estadounidense, donde muchos economistas formados en Alemania seguían influenciados por la escuela histórica alemana. Pero entre las dos guerras, esta influencia había comenzado a declinar significativamente. Es necesario reconocer, que no hay una verdadera teoría del mercado de trabajo en John Keynes; todo el aporte de su teoría sobre la demanda efectiva es, por el contrario, mostrar que lo que cuenta para explicar la desocupación es lo que sucede sobre el mercado de bienes y no sobre el mercado de trabajo. (Neffa, 2008)

2.2.2. Evaluación del Impacto

De acuerdo con Blanco (2016), se tienen en cuenta autores sobre el concepto de impacto en cuanto a los resultados, efectos, logros visibles o no, presupuesto inesperados, positivos o negativos. Su evaluación permite medir su extensión y emitir un juicio de valor con el cual se toman decisiones oportunas. (p. 92) En ese sentido, se define la evaluación del impacto como un

juicio de valoración dinámica de los cambios operados en las personas o las organizaciones beneficiados por la acción de capacitación, este es un proceso orientado a medir los resultados generados en el escenario socio profesional, el análisis y la verificación de los efectos producidos por la intervención de un programa concreto. (Cabrera, 2005, Fernández, 2006, Apocada 1999), citados por Blanco, (2016, p. 92).

Tomando lo anterior, en el ámbito educativo Aedo, (2005), citado por Blanco (2016, p. 93), define la evaluación del impacto como el propósito de “determinar si un programa produjo los efectos deseados en las personas, hogares e instituciones a los cuales este se aplica; obtener una estimación cuantitativa de estos beneficios y evaluar si ellos son o no atribuibles a la intervención del programa”

2.2.3. Teoría del capital humano

El termino Capital Humano atribuido a Theodore Schultz el cual fue popularizado por Gary Stanley Becker, reviste múltiples facetas en la literatura económica y abarca diferentes tipos de inversión -en salud, alimentaciones recursos humanos (educación) en las teorías de crecimiento y desarrollo económico basadas sobre el ser humano. En la literatura económica sobre capital humano, generalmente se pone mayor énfasis en la educación y se suele distinguir tres fases distintas a lo largo de la vida para acumular capital humano por parte de un individuo: 1) El capital humano adquirido en el hogar 2) El capital humano acumulado por experiencia o (sobre el terreno), y 3) El capital humano adquirido en la educación formal. Estos tres tipos de capital humano tienen como efecto incrementar la económica de los individuos y, por consiguiente, la producción de las naciones (Destinobles, 2006)

Desde la perspectiva de la educación, se plantea un concepto es más amplio de Shultz (1961) y Becker (1962) para los cuales, la acumulación de capital humano refuerza la productividad del capital físico y conduce la economía a un crecimiento sostenido. El capital humano se puede acumular por la vía de la educación formal y por la forma de aprender haciendo. Estas externalidades funcionan como un mecanismo endógeno que acelera el proceso de crecimiento al impedir la caída de la rentabilidad marginal. Además, el conocimiento es un capital que se derrama a lo interno y externo de las organizaciones por lo que potencia la acumulación de capital y la producción. Otro aspecto es la formación o capacitación en el trabajo, que incluye el aprendizaje organizado por las empresas a partir de programas de entrenamiento; o bien el trabajo artesanal que impacta necesidades específicas de las empresas y su productividad (Urquidy, 2014).

El estudio del capital humano no solo esclarece las cuestiones relativas de orden político, social, humano, sino también los factores de crecimiento, de desarrollo y de la asignación de los recursos a las cuales son confrontados todos los agentes del mundo. El capital humano aparece pes, como un concepto para el estudio del desarrollo y el crecimiento económico dado que engloba e integra las diferentes esferas políticas, sociales y económicas de un país (Destinobles, 2005 p: 6).

Como tercer gran elemento teórico, de acuerdo con el Ministerio de Educación Nacional (MEN, 2013), una competencia es una serie de conocimientos, habilidades, actitudes, comprensiones y disposiciones cognitivas, socio afectivas y psicomotoras que, adecuadamente usadas, ayudan a la ejecución de una tarea de manera flexible, eficaz y coherente.

El termino competencia, proviene del latín “*competere*”, que significa, coincidir, ir a una cosa al encuentro de otra o encontrarse. Con la evolución del verbo *competere* adquiere el significado de pertenecer, dando lugar al sustantivo competencia y al adjetivo competente, cuyo significado es a apto o adecuado. Como verbo competir se usa como expresión de rivalidad o pugna, por lo cual en algunos casos da razón a equívocos. En el sentido educativo que se plantea en este trabajo, se entiende como parte del papel que la escuela en la formación de ciudadanos con posibilidades de insertarse en la vida productiva, mediante condiciones que permitan la obtención de un empleo. (Trujillo, 2014)

Por otra parte, si se habla de la formación basada en competencias, se entiende una relación directa entre los contenidos y las competencias requeridas, lo cual permite partir de un referente adecuado de la demanda que se requiere de la formación, estas deben ser identificadas, verificadas y conocida por las personas implicadas en el proceso de enseñanza y aprendizaje; la formación se centra en el desarrollo de cada competencia con y de su evaluación. Esta última, tienen en cuenta, no solo el conocimiento, también las actuaciones y el desempeño como evidencia. Así mismo se tiene en cuenta el ritmo de cada individuo en su proceso formativo, permitiéndole participar y ser retroalimentado. (Martínez y Echavarría, 2009)

De acuerdo con Tobón (2010), alguien es competente cuando logra integrarse en una tarea o actividad en compañía de los demás individuos, en ese sentido, ser competente implica formarse como persona y al mismo tiempo de forma cultural, social y laboral. Esta no debe referirse solo a la definición de pugna o búsqueda de poder, sino que busca la capacidad de hacer el bien de forma cooperativa.

De acuerdo a lo anteriormente planteado, la formación por competencias se relaciona con el aprendizaje significativo y se orienta a una formación integral del individuo. Este tipo de formación, integra la teoría y la práctica en cada una de las actividades y en cada nivel educativo según se organizan, con fines laborales y de convivencia, específicamente en el desarrollo de capacidades emprendedoras, relaciones interpersonales y el crecimiento económico. (Tobón, 2010). En el mismo sentido, el concepto de competencia se entiende de forma integrada e interactuante entre los saberes y habilidades del pensamiento de los sujetos (saber-saber). Estos, permiten destrezas para resolver problemas, proponer alternativas y transformar situaciones en contextos determinados (saber – hacer), con una formación humanizadora y constructiva (saber- ser), ética y estética para las relaciones con los otros (saber-convivir). (Acebedo, Aznar, Hinojo, 2017)

2.3. Marco conceptual

A partir de estos aspectos clave del concepto de impacto, es necesario definir los elementos que constituyen su evaluación, que de acuerdo con Pichardo (1993) Citado por Blanco, (2016, p. 94) son:

- ✓ **Los Productos:** Son los resultados tangibles, verificables y puestos en circulación, son los más fáciles de medir.

- ✓ **Los Efectos:** Son los resultados obtenidos al utilizar los productos, se diferencia del impacto por el grado de permanencia, su presencia por sí solo no produce un cambio histórico. Un elemento importante en la determinación de un efecto, es la existencia de un

cambio, de una transformación cualitativa o estructural en la sociedad o en un grupo social amplio.

- ✓ **El impacto:** Es la consecuencia de los efectos, expresados en cambios o variaciones con un mayor nivel de significancia o permanencia y su presencia evidencia cambios importantes en la tendencia histórica proyectada. Son los que tienen que ver con el fin último de un programa.

- ✓ **Pertinencia:** La pertinencia es la oportunidad, adecuación y conveniencia de una cosa. Es algo que viene a propósito, que es relevante, apropiado o congruente con aquello que se espera. De lo anterior podemos asumir que el significado “pertinencia de la educación” corresponde más a la segunda acepción, esto es: a "que viene a propósito", o en otras palabras que guarda relación de afinidad y eficacia con algo, y por lo tanto que sus sinónimos son acertado, adecuado, eficaz, conveniente, correspondiente, apropiado, debido y congruente. (Perez, 2009)

2.4. Marco Legal

La UNESCO en la Conferencia Mundial sobre la Educación Superior (1998) establece el siguiente enfoque de evaluación de la Calidad de la Educación:

La calidad de la enseñanza superior es un concepto pluridimensional que debería comprender todas sus funciones y actividades: enseñanza y programas académicos,

investigación y becas, personal, estudiantes, edificios, instalaciones, equipamiento y servicios a la comunidad y al mundo universitario. Una autoevaluación interna y un examen externo realizado con transparencia por expertos independientes, en lo posible especializados en lo internacional, son esenciales para la mejora de la calidad. Deberían crearse instancias nacionales independientes, y definirse normas comparativas de calidad, reconocidas en el plano internacional. Con miras a tener en cuenta la diversidad y evitar la uniformidad, debería prestarse la atención debida a las particularidades de los contextos institucional, nacional y regional. Los protagonistas deben ser parte integrante del proceso de evaluación institucional” (Blanco, 2016, p. 100)

Ley 1324 de 2009: fija los parámetros y criterios para organizar el sistema de evaluación de resultados de la calidad de la educación; se dictan normas para el fomento de una cultura de la evaluación, en procura de facilitar la inspección y vigilancia del estado y se transforma el ICFES (Instituto Colombiano para la Evaluación de la Educación).

Decreto 1781 de 2003: el cual fue modificado el ECAES por la Prueba Saber Pro:

Artículo 1º. Definición y objetivos. El Examen de Estado de Calidad de la Educación Superior, es un instrumento estandarizado para la evaluación externa de la calidad de la Educación Superior. Forma parte, con otros procesos y acciones, de un conjunto de instrumentos

que el Gobierno Nacional dispone para evaluar la calidad del servicio público educativo y ejercer su inspección y vigilancia.

Son objetivos del Examen de Estado de Calidad de la Educación Superior:

a) Comprobar el grado de desarrollo de las competencias de los estudiantes próximos a culminar los programas académicos de pregrado que ofrecen las instituciones de educación superior.

b) Producir indicadores de valor agregado de la educación superior en relación con el nivel de competencias de quienes ingresan a este nivel; proporcionar información para la comparación entre programas, instituciones y metodologías, y mostrar su evolución en el tiempo.

c) Servir de fuente de información para la construcción de indicadores de evaluación de la calidad de los programas e instituciones de educación superior y del servicio público educativo, que fomenten la cualificación de los procesos institucionales y la formulación de políticas, y soporten el proceso de toma de decisiones en todos los órdenes y componentes del sistema educativo.

Decreto 2566 de 2003, el cual fue derogado por el Decreto 1295 de 2010, por el cual se reglamenta el Registro Calificado de que trata la Ley 1188 de 2008 y la oferta y desarrollo de programas académicos de educación superior y por último la Acreditación Institucional (2006)

El componente de información está desarrollado a través de 4 sistemas (MEN, 2010):

- a) **Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES):** Tiene como objetivo fundamental consolidar y divulgar información para orientar a la comunidad sobre la calidad, cantidad y características de las instituciones y programas del sistema.
- b) **Observatorio Laboral para la Educación (OLE):** Brinda información estadística estratégica a los interesados e involucrados en el sector (aspirantes, padres de familia, profesionales, IES, sector productivo y sociedad en general), sobre dónde están, a qué se dedican, y que característica tiene la inserción de los graduados en la educación superior en Colombia, en el mercado laboral; proporciona información cuantitativa sobre la empleabilidad de los graduados, los ingresos promedios según núcleos básicos del conocimiento, información cualitativa sobre la pertinencia del área de formación frente a la ocupación del graduado, el tiempo que éste tarda en insertarse en el mercado laboral y su movilidad entre otros.
- c) **Sistema de Información para el Aseguramiento de la Calidad (SACES):** Este sistema fue creado para que las IES realicen de forma automática los trámites asociados al proceso de registro calificado y otros trámites de carácter institucional.
- d) **Sistema de Prevención y Análisis de la Deserción (SPADIES):** Este sistema es la herramienta para hacer seguimiento a las cifras de deserción de estudiantes de la educación superior. Con los datos suministrados por las IES a SPADIES, se identifican y se ponderan los comportamientos, las causas, variables y riesgos determinantes para desertar.

El componente de evaluación está conformado por (MEN, 2010):

- a) **Comisión Nacional de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CONACES):** Apoya el estudio de solicitudes del registro calificado, a través del cual se pretende garantizar que los programas cumplen con las condiciones de calidad.
- b) **Consejo Nacional de Acreditación (CNA):** Su función es evaluar a las IES y los programas académicos para el otorgamiento de la acreditación de alta calidad.
- c) **Pares académicos:** Encargados de desarrollar el proceso de evaluación de las IES, tanto para registro calificado como para acreditación de alta calidad.

2.5. Marco Espacial

El marco espacial para la presente investigación será realizado en la Fundación Universitaria Colombo Internacional, específicamente para el programa de Administración de Empresas. La elección de este programa se debe a que se necesita evaluar todos los aspectos pertinentes del programa y el entorno laboral para su posterior aprobación de la acreditación del programa. El programa de Administración de Empresas es uno de la mayor trayectoria tiene en la institución y también a nivel nacional e internacional. La población objeto de esta investigación consta de cuatro actores relacionados con el proceso educativo: los estudiantes, los docentes, los egresados y los empleadores.

2.6. El Marco temporal

Las fuentes de información utilizadas para el estudio de pertinencia del programa de Administración de Empresas se encuentran bajo los periodos analizados desde el primer periodo del año 2015 hasta el segundo periodo del año 2019; comprendiendo así 8 periodos de estudio.

3. Marco Metodológico

3.1. Tipo de estudio realizado

La presente investigación se fundamenta en el paradigma interpretativo, los cuales permiten una investigación estructurada y a la vez flexible. La investigación que se propone es del tipo descriptiva ya que se enfoca en las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas, y la investigación explicativa intentará dar cuenta de un aspecto de la realidad, explicando su significatividad dentro de una teoría de referencia, a la luz de leyes o generalizaciones que dan cuenta de hechos relacionados con la causa – efecto, o fenómenos que se producen en determinadas condiciones.

Utilizando como método de investigación un diseño descriptivo, se busca identificar distintas percepciones y tendencias, acerca de la participación de docentes, directivos y estudiantes, sobre todo dentro de los procesos de la planeación y dirección institucional sobre el desarrollo de los procesos de calidad del programa de administración de empresas. (Hernández-Sampieri, 2004).

Este proceso permitirá conocer las características de los egresados en los últimos 5 años, asociadas a su condición de profesionales de las ciencias administrativas, esencialmente formadas el desempeño laboral, la generación de empresas y el liderazgo en el campo de los negocios. Las explicaciones sobre la factibilidad del proceso de formación profesional radican propiamente en los significados y aptitudes del sujeto que se asume como administrador de empresas en el campo laboral y la sociedad a la que pertenece.

3.2. Tipos de información

La investigación, procurara la obtención de información de tipo documental y a través de reuniones con el sector productivo, puesto que se estarán consultando datos ya previamente documentados como son la base de datos de la Fundación Universitaria Colombo Internacional, de los egresados del programa de administración de Empresas. Además, se realizarán encuestas con el objeto de analizar los factores que los profesionales argumentan sobre su experiencia y su versión sobre los elementos estadísticos relacionados sobre el crecimiento empresarial en los últimos 5 años.

Según Sandoval (2006) “los documentos son una fuente valiosa que reveló los intereses y las perspectivas de comprensión de la realidad de quienes los han escrito”. En tal sentido, el análisis de las fuentes documentales dará un aporte fundamental para la construcción tanto del relato del proceso como para su interpretación y análisis.

3.3. Técnicas de recolección y análisis de la información

Inicialmente el tipo de entrevista consiste en una conversación interpersonal que debido a su intencionalidad y objetivo sitúa al entrevistado en un lugar determinado. Se caracteriza por tener predeterminado un tema o foco de interés hacia el que se orienta la conversación, y, por lo tanto, el entrevistado o persona objeto de la entrevista es seleccionado de acuerdo con éste foco de interés, pues sus experiencias subjetivas van a estar mediadas por el acontecimiento. Según Sierra, citado por Galindo (S. F) “El sujeto nos interesa porque, de alguna manera, se conoce de antemano su participación en una experiencia que ha motivado el diseño de la investigación”. Según Ruiz e Ispizua, igualmente citados por Galindo (Ibid.), “la entrevista enfocada pretende responder a cuestiones muy concretas, tales como, estímulos más influyentes, efectos más notorios, diferencia de sentidos entre sujetos sometidos a la misma experiencia”. Para ello, este tipo de entrevista plantea la elaboración de una lista de tópicos y temas objetos necesarios para abordar el tema de interés, por lo cual se presenta funcionalmente estructurada y definida conceptualmente.

Por otra parte, la encuesta, de acuerdo con Bernal (2006, pp. 177), esta técnica de recolección es una de las más usadas. Esta se fundamenta en la realización de un cuestionario conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas.

El contacto con los graduados se realizó a través de correo electrónico y vía telefónica:

- ✓ Envío de correos personalizados.
- ✓ Envío de correos electrónicos generales.

- ✓ Envío de correos electrónicos recordatorios.
- ✓ Contacto telefónico.

En el caso de los empresarios se realizó un workshop breakfast en la sede principal de la universidad donde antes de llenar la encuesta se realizó una pequeña conferencia sobre habilidades gerenciales, acompañado de un desayuno. El workshop se realizó entre las 8 y 10 a.m. dado que la población empresarial son gerentes o coordinadores de talento humano de las empresas o instituciones invitadas.

3.4. Población estudiada

Según Tamayo (2012) la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluyendo la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que deben cuantificarse para un determinado estudio, integrando un conjunto N° de entidades que participan de una determinada característica, denominada población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación. Adicional a esto, menciona que es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado, donde se desarrollará la investigación; por lo que se tienen en cuenta dos criterios fundamentales que son:

- ✓ Criterios de inclusión: son todas las características de los integrantes de la población de referencia que permiten su ingreso –formar parte- a la población en estudio.

- ✓ Criterios de exclusión: son todas las características de los integrantes de la población de referencia que descartan su ingreso –no formar parte- a la población en estudio.

Como aspecto importante para este estudio de investigación se tuvo en cuenta la población la unidad de análisis poblacional que de acuerdo con Tamayo corresponde a la entidad mayor o representativa de lo que va a ser objeto específico de estudio en una medición y se refiere al qué o quién es objeto de interés en una investigación (2012).

3.4.1. Universo

El presente trabajo incluyó la población de graduados de Administración de Empresas entre el primer semestre del 2015 y el segundo semestre de 2019. Este periodo agrupa a 83 egresados, de los cuales 45 (53.5%) son mujeres y 38 (45.2%) son hombres. La muestra obtenida es de 40 graduados (48% de la población), con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 7.2%, relacionados en la tabla No. 3

Tabla No. 3 Población y muestra de graduados del programa de Administración de Empresas, según género y año de graduación

ENCUESTA		POBLACIÓN			MUESTRA		
Año	Total de Egresados	Población Femenina	Población Masculina	Total	Población Femenina	Población Masculina	Total
2015	7	4	3	7	1	2	3
2016	16	9	7	17	3	4	7
2017	18	7	11	18	5	5	10
2018	29	7	11	28	3	6	9
2019	13	7	6	13	5	6	11
Total	83	34	38	83	17	23	40

Fuente: Base de datos de egresados del programa de Administración de Empresas

3.4.2. Muestra

Los elementos de la muestra se seleccionan en base a una probabilidad conocida. Este tipo de muestreo tiene como ventaja la falta sesgo en la elección de la población que se usará, mejorando la calidad de las inferencias. La fórmula utilizada, de proporciones finitas, se aplicó a toda la población bajo estudio y a cada una de las subpoblaciones (años de grado) y es la siguiente:

$$\eta = \frac{z^2 * p * q}{e^2}, \text{ donde } q = 1 - p$$

Donde:

- ✓ Nivel de confianza deseado (z): valor crítico para la distribución normal estandarizada.
En este caso se utilizó un nivel de confianza del 95%.
- ✓ Error de muestreo aceptable (e): Para el presente estudio se empleó un error de Muestreo que oscila en 7,2%
- ✓ Proporción poblacional (p): Se tomó como supuesto un p=0.5, pues no se tiene un conocimiento previo o estimación de la proporción poblacional.

Los resultados obtenidos se presentan mediante gráficos, cuadros resumen con distribuciones porcentuales, variaciones y totales de las características de la población.

4. Resultados

Los resultados obtenidos se presentan con base a los datos suministrados de la caracterización de los egresados del programa de administración de Empresas de acuerdo a los últimos datos de sus condiciones laborales y las últimas tendencias de la demanda laboral a nivel local. Así mismo el análisis realizado a las empresas de diferentes sectores de la ciudad de Cartagena, donde actualmente se demanda a los egresados del programa de Administración de Empresas. Se les aplicó una encuesta para el caso de los egresados y un workshop para el caso de los empresarios y gerentes de las instituciones en convenio con la Universidad Uicolombo.

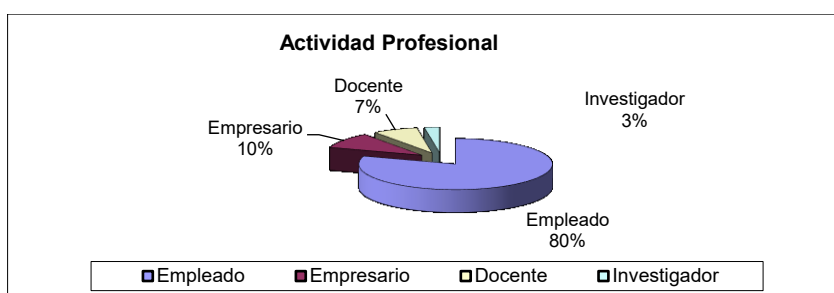
Los resultados obtenidos se presentan mediante gráficos de distribución y acumulación, cuadros resumen con distribuciones porcentuales, variaciones y totales de las características de la población; así mismo corresponde a la evaluación de la pertinencia del programa de Administración de Empresas de la Fundación Universitaria Colombo Internacional, con base en los resultados de la encuesta aplicada a los graduados de este pregrado en el periodo 2015-2019; y los empresarios de diferentes sectores de la ciudad de Cartagena.

4.1. Análisis de resultados (Egresados)

I. Preguntas específicas – información general

a) Si actualmente desempeña alguna actividad profesional, por favor señale cuál o cuáles.

Grafico 1. Información ocupacional de los egresados

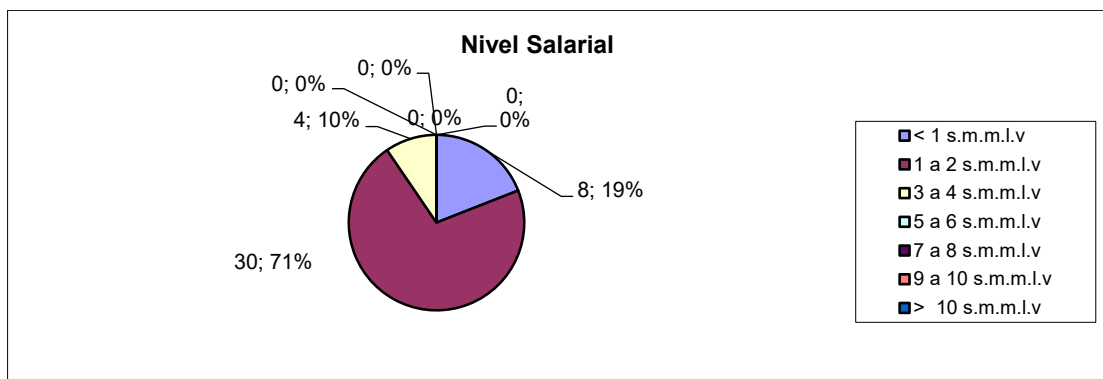


Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

Se puede observar que el 80% de los egresados son empleados dependientes, le sigue el 10% son empresarios, el 7% dedicados a la docencia, y el 3% dedicado a la investigación. Por lo anterior podemos observar que según su perfil está obedeciendo al encargo de la institución ya que la formación no es para docente. Cabe analizar que por ser un programa Administrativo es muy bajo el porcentaje de egresados interesados en la Investigación, pero aquellos egresados cuya actividad profesional es el sector educativo es de suma importancia para seguir con su formación profesional y laboral.

b) Indique su nivel salarial o de ingresos profesionales: (S.M.M.L.V = salario mínimo legal vigente)

Grafico 2. Nivel salarial del egresado

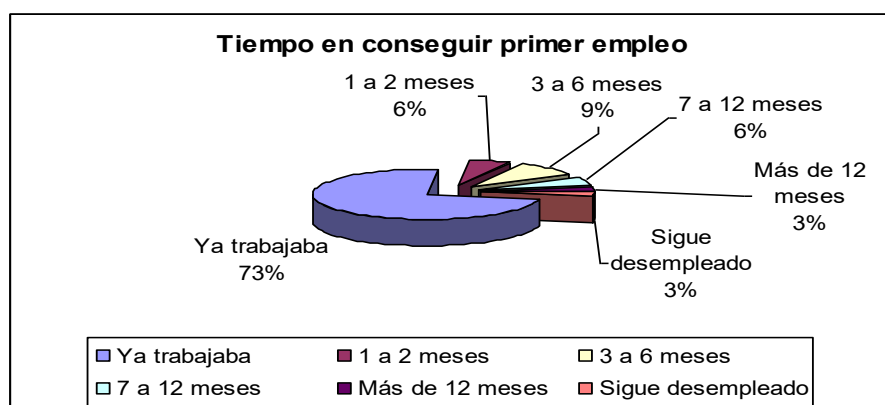


Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

Se observa que el nivel salarial de los egresados está entre 1 S.M.M.L.V ; 1-2 S.M.M.L.V y entre 3-4 S.M.M.L.V . Representados en un 71% 19% y 10% respectivamente, Por otro lado se observa que los salarios más altos no representan en el nivel profesional ningún porcentaje, esto debido a que para llegar a dicho salario se requiere de estudios de postgrados. Cabe analizar que los salarios de los profesionales de la ciudad de Cartagena dependen también del sector, ya sea el Sector Industrial, Sector Turístico y Comercial y Sector Naval y Portuario; todos estos varían por el tema de regalías y ganancias comerciales.

c) Indique el tiempo que tardó en conseguir su primer empleo después de graduarse de Profesional en Administración de Empresas de Unicolombo

Gráfico 3. Durabilidad para emplearse

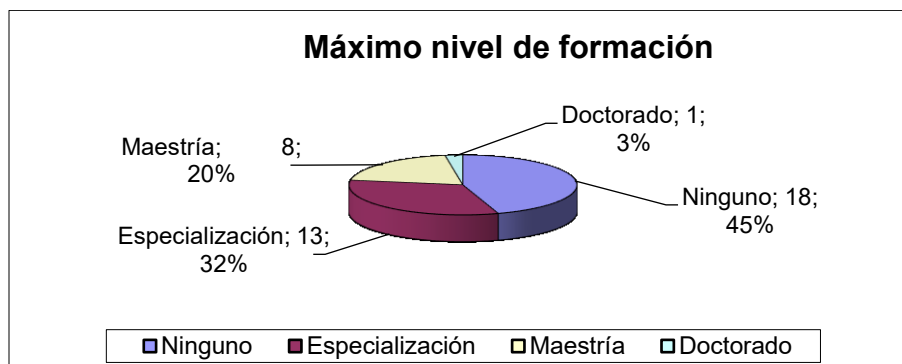


Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

Los resultados muestran que el 73% de egresados ya estaban trabajando antes de graduarse; el 6% tardó 1-2 meses en conseguir empleo, como también el 9% tardó entre 3-6 meses para conseguirlo, por otro lado también el 9% demoró entre 7-12 meses en encontrarlo y el 6% demoró más de 12 meses. Hay que anotar que solamente el 3% de egresados están sin empleo aún. Lo que se puede concluir que el 97% de egresados están laborando actualmente y que de una u otra manera crea un impacto en la sociedad.

**d) Indique el máximo nivel de formación alcanzado después de la profesional en
Administración de Empresas**

Grafico 4. Nivel de Formación



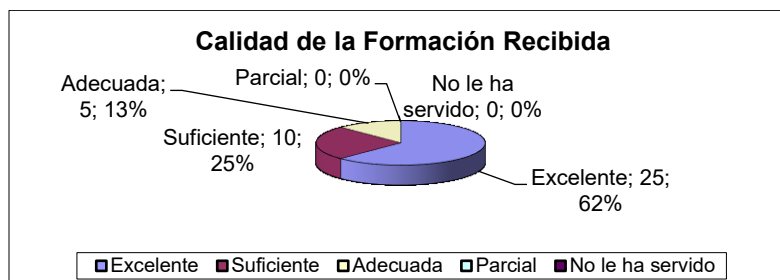
Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

El gráfico muestra que el 45% de los egresados encuestados no ha realizado ningún tipo de formación después de la Profesional. Sin embargo el 32% han manifestado que una vez terminada la profesionalización, han realizado especialización enfocados en su área laboral; el 20% ha llegado a la Maestría y el 3% ha realizado Doctorado. Para aquellos egresados cuya actividad laboral la realizan en el sector educativo e Industrial, es muy importante su formación en Maestría y Doctorado, por lo que manifestaron que se encuentran interesados en realizar su doctorado.

II. Información específica a egresados

1. La formación académica que le brindó el programa ha sido:

Grafico 5: *Formación académica actual del egresado*

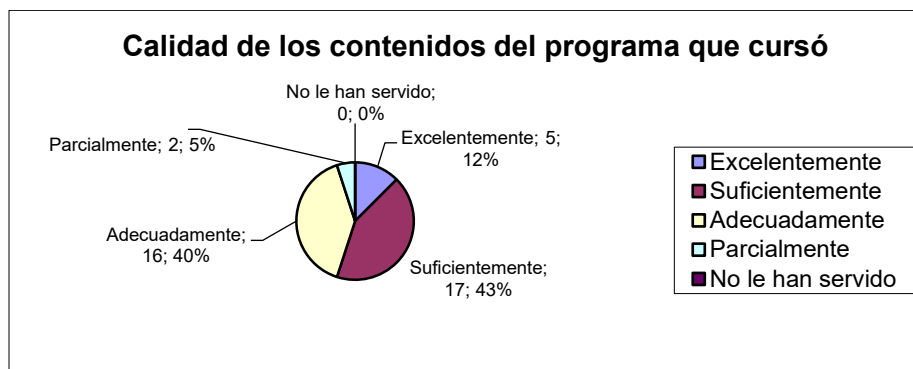


Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

Es notorio el buen concepto que tienen los egresados encuestados acerca de la calidad de la formación académica que le brindó el programa. Un 62% la califica de excelente; otro 25% manifiesta que fue suficiente y un 13% la cataloga como adecuada.. Ninguno manifestó que la formación académica recibida fue parcial o que no le ha servido en sus vidas laborales. Lo que podemos concluir que la formación fue muy buena para ellos y ayuda a su desarrollo en el campo laboral.

2. Los contenidos del programa que cursó en relación con su validez y actualidad le han servido para su desempeño profesional:

Grafico 6. Percepción del programa

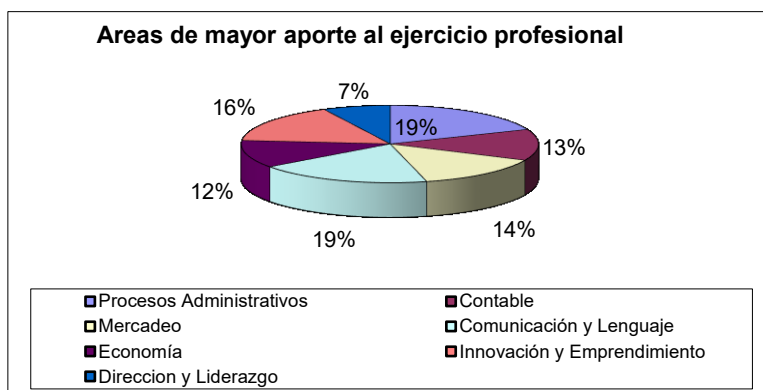


Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

La relación Contenidos del Programa – Desempeño Profesional fue calificada como Excelente por el 12% de los egresados; mientras que el 43% opinó que es Suficiente; y el 40% la catalogó como Adecuada. Se puede decir que los contenidos al menos se adecuan a su desempeño laboral, sin embargo ninguno de los encuestados han opinado que no le han servido los contenidos curriculares aplicados a su vida laboral.

3. En su ejercicio profesional, cuáles áreas del programa le han sido de mayor aporte o utilidad?

Gráfico 7. Áreas profesionales



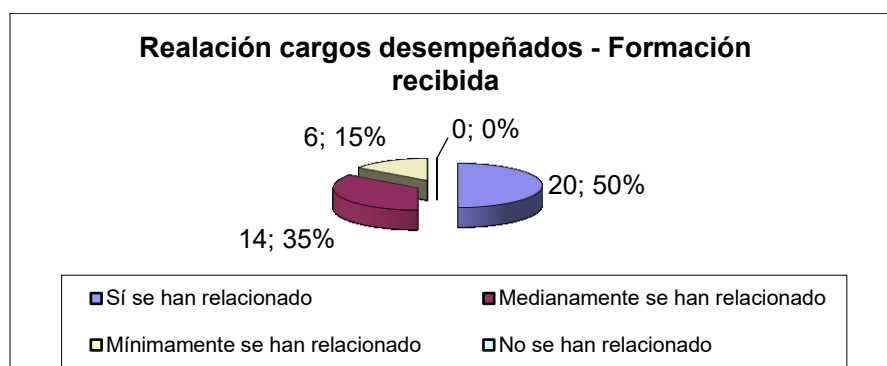
Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

Los resultados arrojaron que el área de Procesos Administrativos con un 19%, es la que le ha sido de mayor aporte o utilidad en el ejercicio profesional a los egresados encuestados; en este caso los contenidos teóricos prácticos de la asignatura han sido fundamentales para el desarrollo y desempeño de sus habilidades y competencias, claramente es una de las áreas más importantes debido a la enseñanza del manejo desde su planeación hasta el control de los procesos dentro de una organización. Así mismo encontramos el área de Comunicación y lenguaje con un porcentaje del 19%, donde según los encuestados es sumamente importante tener conocimiento de las técnicas de comunicación verbal y escrita, y de mantener un adecuado lenguaje dentro y fuera de la entidad. Por otro lado los encuestado resaltan el área de Innovación y Emprendimiento con el 16% ya que según sus propias palabras, los conocimientos en esta área los han impulsado no solo a crear su propio negocio paralelo en ocasiones a sus actividades profesionales, sino las habilidades que dichos contenidos han ayudado que desarrollen y puedan aportar tanto en su área

como en otros departamentos sus ideas de desarrollo de procesos de innovación. Con unos porcentajes similares, 14%, 13% y 12% se ubican las áreas de Mercadeo, Contable y Economía, respectivamente, la cual indican que todas estas áreas han sido desarrolladas en el desarrollo de sus actividades, para ellos el mercadeo es sumamente importante, sin embargo asumen que el conocimiento que han aprendido en su trayecto por la universidad en ocasiones ha sido desactualizado, puesto que no manejan las tecnologías al 100% e; con el área Contable han resaltado que no siempre lo utilizan, ya que en la gran mayoría de veces son los departamentos específicos quienes se encargan del manejo del mismo. Y por último con un 7% han enfocado el área de Dirección y liderazgo por lo que podemos analizar que esta área no la han explotado dentro de su área profesional.

4. Los cargos que usted ha desempeñado, hasta el momento se han relacionado con su formación y ejercicio profesional:

Gráfico 8. Cargos Desempeñados



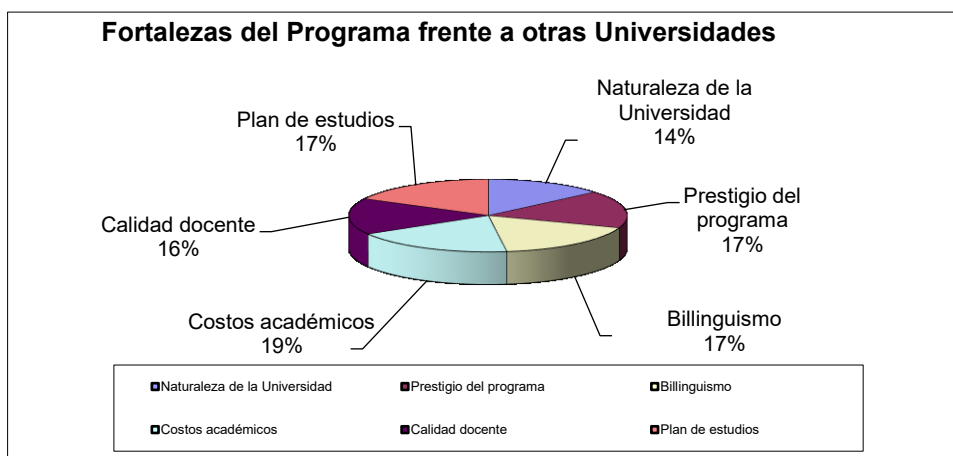
Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

El 50% de los egresados encuestados expresaron que los cargos que han desempeñado si se han relacionado con la formación recibida; otro 35% opinó que se han relacionado medianamente y solo el 15% opinó que la formación recibida ha sido mínima en el cargo

desempeñado. Lo que se puede concluir que los cargos que han desempeñado los egresados están muy relacionados con su formación y ejercicio profesional en un 85%.

5. Priorice las fortalezas que reconoce del programa que cursó, frente a otros programas de otras Universidades

Gráfico 9. Fortalezas del Programa

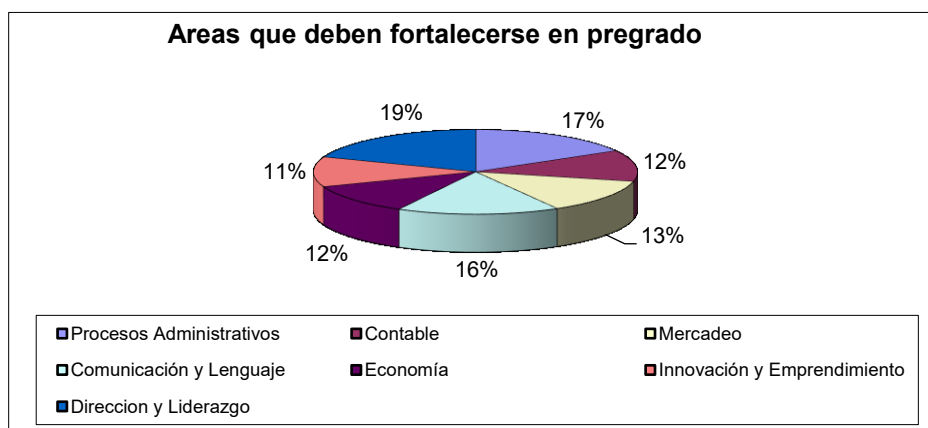


Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

La principal fortaleza del Programa que reconocen los egresados encuestados es la relacionada con los Costos Académicos; por ella votaron el 19%. Con igualdad de porcentaje, el 17% opinó que el Bilingüismo, el Plan de Estudios y el prestigio del programa son fortalezas que tienen frente a otros programas de la universidad. La Calidad Docente fue calificada con un 16%. Finalmente aparece la Naturaleza de la Institución con un 14%. Como se puede observar, los aspectos más importantes relacionados con la calidad del Programa como El bilingüismo, el Plan de Estudios y la Calidad Docente fueron muy bien valoradas por los encuestados.

6. Considera que el egresado del programa de Administración de Empresas de Uicolombo debe fortalecerse más en las áreas de:

Gráfico 10. Áreas para fortalecer

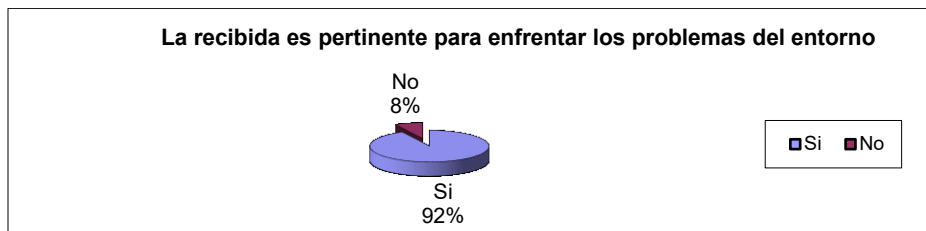


Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

Los resultados arrojados muestran que el Programa debe fortalecerse prioritariamente en las áreas de Procesos Administrativos, Comunicación y Lenguaje, Dirección y Liderazgo. Así lo dejaron ver los egresados encuestados con los porcentajes que le asignaron: con el 19%, 17% y 16% respectivamente. El área de Mercadeo sigue siendo nombrada para ser fortalecida. Con una igualdad en cuarto lugar se ubican Economía y Contable con 12% cada una; y el área de Innovación y Emprendimiento obtuvo un porcentaje del 11%, por lo que de acuerdo a los encuestados están son las áreas que necesitan mayor atención por parte de la dirección del programa.

7. **Considera que la formación de pregrado recibida es pertinente para enfrentar problemas del entorno (o medio laboral en el que usted se desempeña)?**

Gráfico 11. Formación recibida

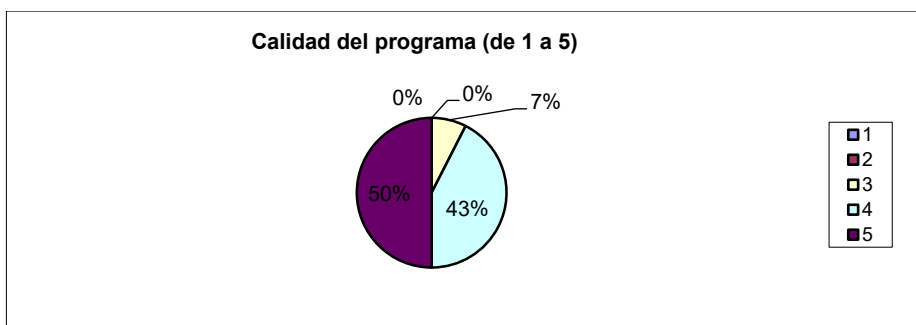


Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

Confirmando los resultados arrojados en las preguntas 1 al 4 de este cuestionario, vemos que un alto porcentaje, el 92%, manifiesta que la formación recibida **Si** es pertinente para enfrentar los problemas encontrados en sus entornos laborales. Sólo el 8% opinó que **No**.

8. **De 1 a 5, cómo califica usted la calidad de la educación recibida en el programa de Administración de Empresas que cursó en Uicolombo?; siendo (1) como muy bajo y (5) como muy alta calidad.**

Gráfico 12. Calidad del Programa



Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

El 50% de los egresados encuestados calificaron con la máxima valoración (5) la Calidad del Programa. El 43% la valoró con 4 y solo el 7% con 3. Esto deja ver que el 93% de los encuestados tienen una opinión muy positiva del Programa. Y ninguno de los encuestados considera negativa d la Calidad del Programa.

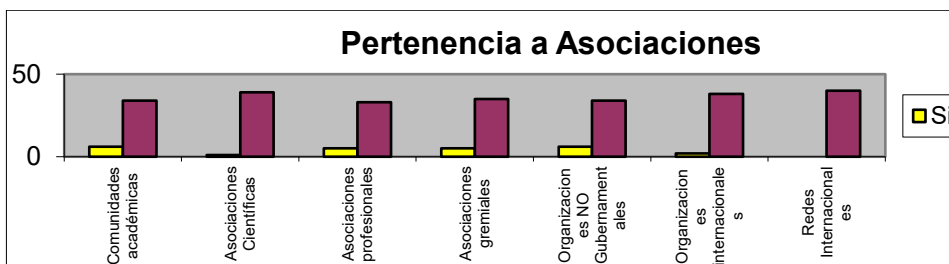
9. Actualmente pertenece usted a alguna de las siguientes asociaciones:

Tabla No. 4. Asociaciones

Asociación	Si	No
Comunidades académicas	6	34
Asociaciones Científicas	1	39
Asociaciones profesionales	5	33
Asociaciones gremiales	5	35
Organizaciones NO Gubernamentales	6	34
Organizaciones internacionales	2	38
Redes Internacionales de Información	0	40

Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

Gráfico 13. Pertenencias a Asociaciones



Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

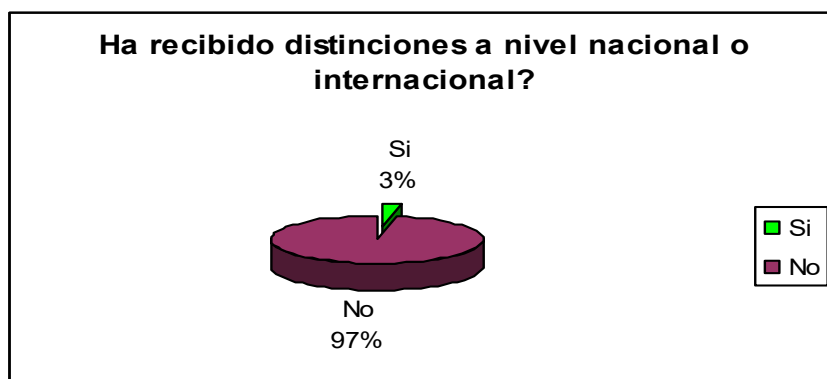
Como se puede observar en la tabla y el gráfico anterior, los egresados del programa de Administración de Empresas pertenecen a los siguientes gremios empresariales:

- Comunidades Académicas: solo 6 de ellos pertenecen a este gremio.
- Asociaciones Científicas: solo 1 de ellos pertenece
- Asociaciones Profesionales: solo 5 de ellos pertenecen
- Asociaciones Gremiales: solo 5 de ellos pertenecen
- Organizaciones NO Gubernamentales: solo 6 de ellos pertenecen
- Organizaciones Internacionales: solo 2 de ellos pertenecen
- Redes Internacionales: ninguno pertenece.

En este aspecto, la participación de los egresados en Redes internacionales es prácticamente nula.

10. Durante su ejercicio profesional, usted ha recibido alguna distinción o reconocimiento especial a nivel nacional o internacional?

Gráfico 14. Distinciones Nacionales o Internacionales

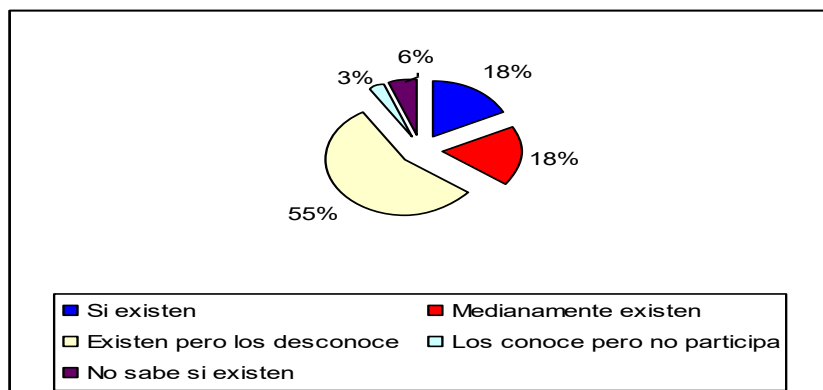


Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

Sólo un 3% de los egresados encuestados manifestaron haber recibido alguna distinción o reconocimiento a nivel nacional o internacional. La inmensa mayoría, el 97% no ha recibido tales distinciones.

11. Existen espacios que permiten la participación de los egresados en la evaluación, currículo y administración del programa?

Gráfico 15. Espacios de participación del egresado



Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

El estudio arrojó que el 18% de los egresados encuestados manifiesta que si existen tales espacios. Otro 18% opinaron que Medianamente existen. Un porcentaje importante, 55%, dijo que si existen pero los desconoce. Un 3% manifestó que los conoce pero no participa; y un 6% No sabe si existen tales espacios de participación.

Se puede concluir que la gran mayoría de egresados sabe que existen pero los desconoce.

12. Como egresado ha tenido oportunidad de participar en la discusión y orientación académica y administrativa del programa?

Gráfico 16. Participación académica



Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

El 94% de los egresados encuestados han expresado que no ha participado en la discusión y orientación académica y administrativa del Programa. Sólo un 6% manifestó haber participado.

13. Conoce usted los mecanismos de participación y vinculación a los órganos de discusión, organización académica y administrativa del programa?

Gráfico 17. Mecanismos de Participación

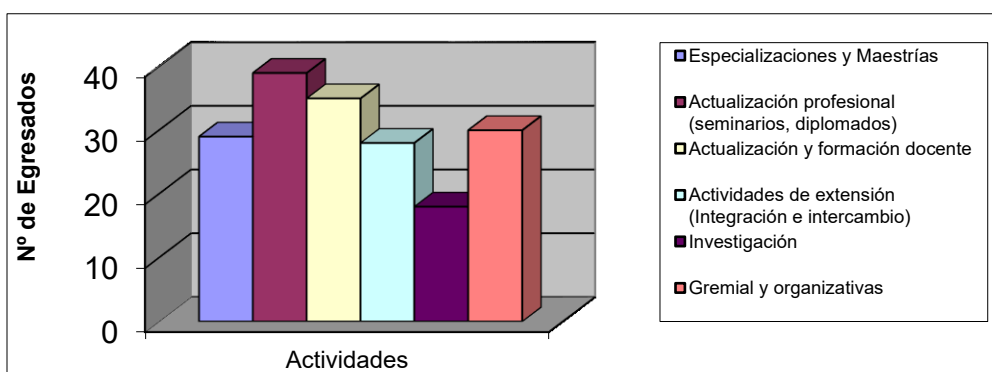


Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

Sólo el 6% de los encuestados dice conocer los mecanismos de participación y vinculación a los órganos de discusión del Programa. El 94% dice no conocer los mecanismos. Se hace necesario hacer una mayor difusión de los mecanismos entre los egresados.

14. Priorice las actividades que Unicolombo y la dirección del programa deben promover para sus egresados.

Gráfico 18. Prioridad de Actividades



Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

Se puede observar que las actividades que deben promover son las Actualizaciones profesionales tales como: (cursos, seminarios, diplomados), seguido hacia las Especializaciones y Maestrías; as mismo se puede observar que el resto las otras prioridades están en los Gremios y Organizaciones, como también Actividades de extensión e intercambio.

15. Desearía pertenecer a una organización de egresados del programa de Administración de Empresas y que sea auspiciada por Uicolombo?

Gráfico 19. Organización de egresados

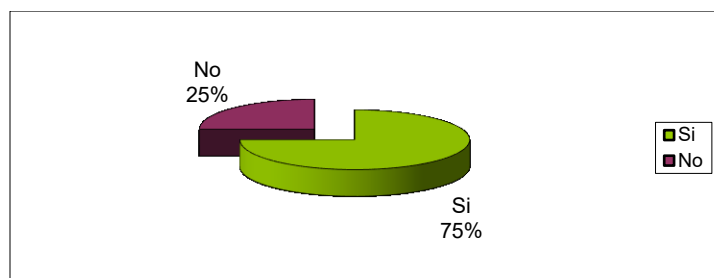


Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

El 85% de los encuestados mostró su interés en pertenecer a la asociación de egresados del Programa. El otro 15% restante dijo no estar interesado en participar en la asociación por sus ocupaciones laborales.

16. Estaría dispuesto a convocar a sus compañeros de promoción y amigos egresados con el fin de trabajar por el ;

Gráfico 20. Trabajo por el programa



Fuente: Encuesta realizada a egresados año 2019

El 75% mostró su disposición para trabajar por el desarrollo del Programa. El 25% restante contestó negativamente.

4.2. Análisis de resultados (Empresarios)

A continuación se presenta los resultados de la encuesta de percepción, evaluada por 17 empresarios y las acciones puntuales de percepción del Programa de Administración de Empresas; para ello se procedió a determinar el tamaño de una muestra representativa con respecto a la población de organizaciones que funcionan en la ciudad de Cartagena. De esta población se extrajo una muestra basándose en una de las fórmulas estadísticas más utilizadas para la elaboración de este tipo de trabajos de muestreo.

La aplicación de la formula se ha realizado teniendo en cuenta un Nivel de Confianza del 95%. Resultando una muestra de 17.

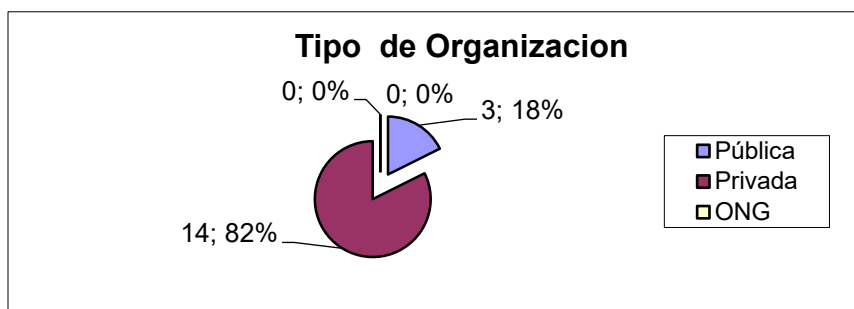
$$n = \frac{N * E^2 * P * Q}{(N-1) * Z^2 + E^2 * P * Q}$$

Dónde: n = Muestra N = Población Z = Nivel de confianza E = Error admitido Q = Probabilidad de fracaso P = Probabilidad de éxito.

I. Información General de la organización

a) A qué tipo de organización pertenece su empresa:

Gráfico 21. Tipo de Organización.

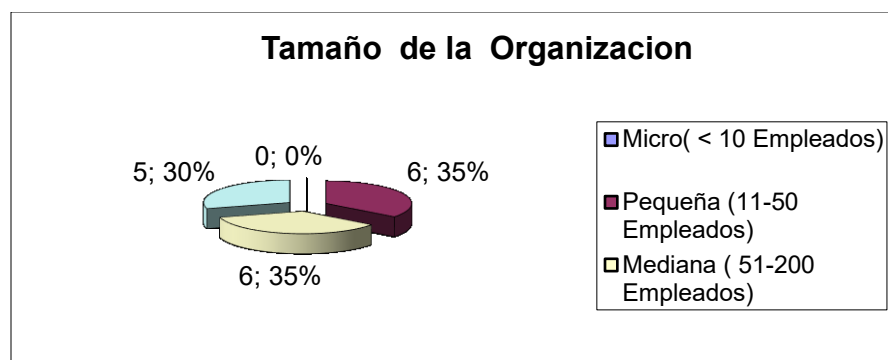


Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Unicolombo

Como se puede observar que se escogieron para el estudio entidades privadas en un 82% y en entidades públicas en un 18%. Se analiza que los convenios creados se han logrado con las entidades privadas de la ciudad, la cual concuerda con los datos arrojados por los egresados y la base de datos existente de los mismos.

b) Cuál es el tamaño de su empresa?

Gráfico 22. Tamaño de la Organización

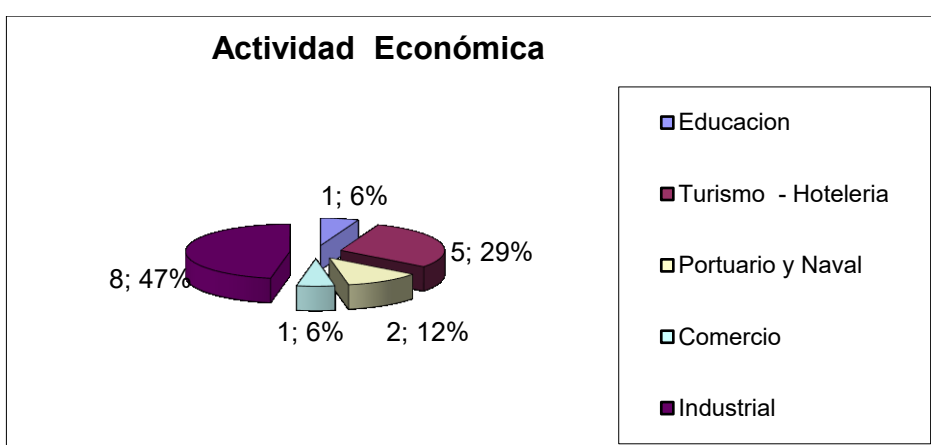


Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Unicolombo

Se observa que los egresados del programa de Administración de Empresas se encuentran en aquellas organizaciones entre pequeña, mediana y grandes instituciones, cuyo porcentaje es considerado en 35% y 30% respectivamente. Ninguno de los egresados se encuentra laborando en microempresas.

c) Su empresa pertenece al sector de

Gráfico 23. Actividad Económica



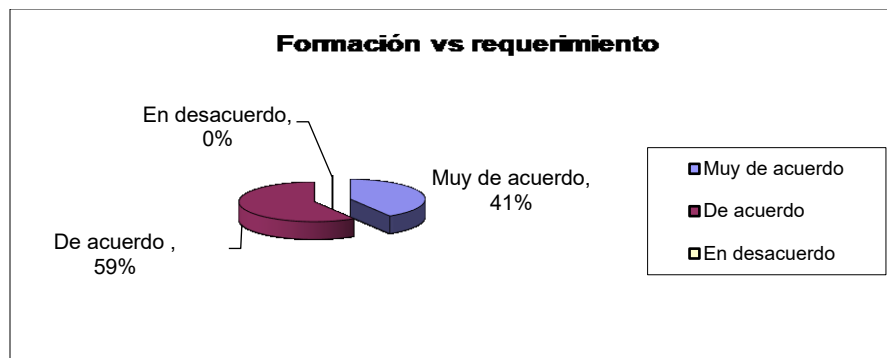
Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Unicolombo

Se analiza que la mayor parte de los egresados, están la actividad Industrial, marcando como un 47%, gracia al perfil profesional, los estudiantes poseen habilidades administrativas adaptables a la ocupación laboral de las organizaciones ; consecuentemente el sector Turístico y Hotelero con una calificación del 29% y el sector portuario y naval con una calificación del 12%. En igual de condiciones pero con una baja calificación del 6%, el sector de Educación y Comercio.

II. Información de percepción del programa

1. El programa de formación prestado por Unicolombo permite satisfacer los requerimientos de nuestra organización:

Gráfico 24. Formación vs Requerimiento



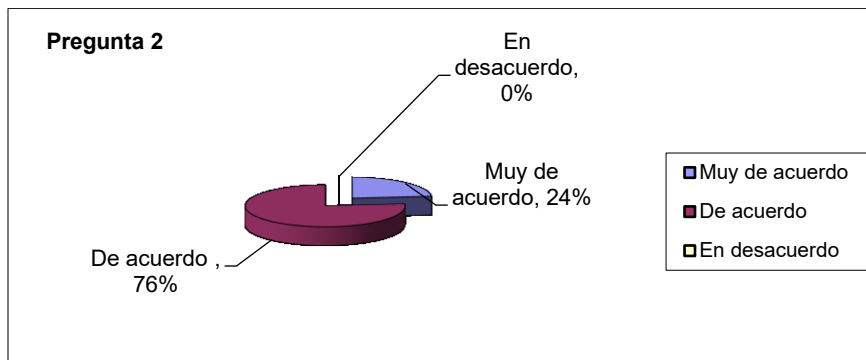
Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Unicolombo

En cuanto a la formación y el conocimiento de los egresados permiten satisfacer los requerimientos de la organización los empleadores respondieron que están Muy de acuerdo en un 41%, de acuerdo en un 59% , en desacuerdo no existe ningún porcentaje.

Podemos concluir que el 100% de los empleadores están de acuerdo con la formación y los conocimientos adquiridos por los egresados del programa.

2. El perfil de los estudiantes capacitados en el programa brindado por Unicolombo me parece bueno y adecuado a los requerimientos del medio laboral:

Gráfico 25. Perfil del estudiante adecuado



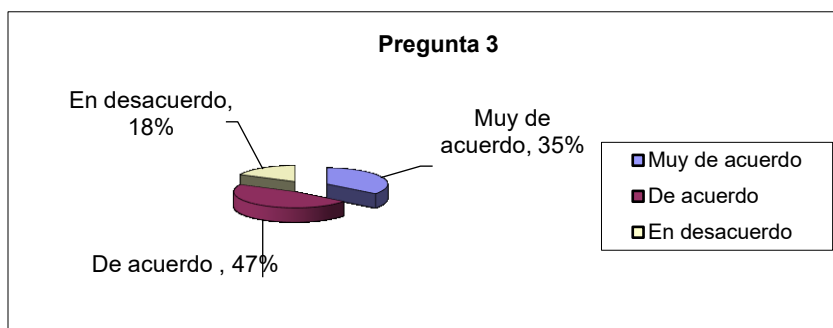
Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Unicolombo

En cuanto al perfil del egresado si les parece bueno y adecuado a los requerimientos del medio laboral los empleadores respondieron que están Muy de acuerdo en un 24%, de acuerdo en un 60% , en desacuerdo los empleadores no tiene ningún porcentaje.

Podemos concluir que el 100% de los empleadores conocen el perfil del egresado y no solo les parece bueno y adecuado sino también cumplen con los requerimientos del mercado laboral.

3. Los coordinadores del programa de Administración de Empresas, consultan regularmente mis opiniones como empleador:

Gráfico 26. Consulta de opinión

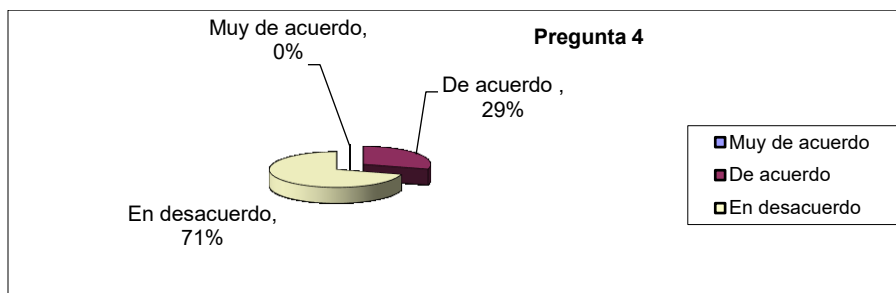


Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Unicolombo

Los empleadores respondieron en cuanto a si consultan sus opiniones sobre el programa que están Muy de acuerdo en un 35%, de acuerdo en un 47% , en desacuerdo un 18%. Podemos concluir que en general **no** se consultan las opiniones de los empleadores acerca del programa.

4. Los contenidos que manejan los programas actuales son poco útiles y/o irrelevantes para el desempeño en mi organización:

Gráfico 27. Utilidad del programa

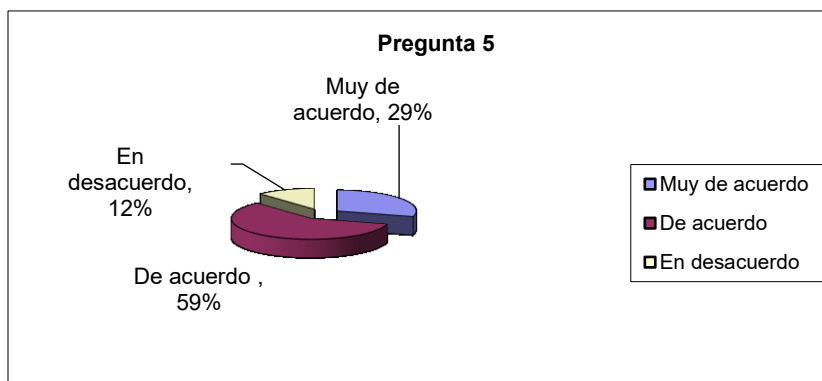


Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Unicolombo

Los empleadores respondieron en cuanto a los contenidos que manejan son poco útiles y/o relevantes para el desempeño en mi organización están : en Muy de acuerdo en un 0%, de acuerdo en un 29% , en desacuerdo un 71%. Podemos concluir que Los contenidos que se manejan para la mayoría **Si** son útiles y relevantes para el desempeño profesional y para la minoría **No**.

5. Los estudiantes capacitados con los programas impartidos por Uicolombo combinan adecuadamente el conocimiento teórico y el práctico:

Gráfico 28. *Conocimientos Teóricos - Prácticos*

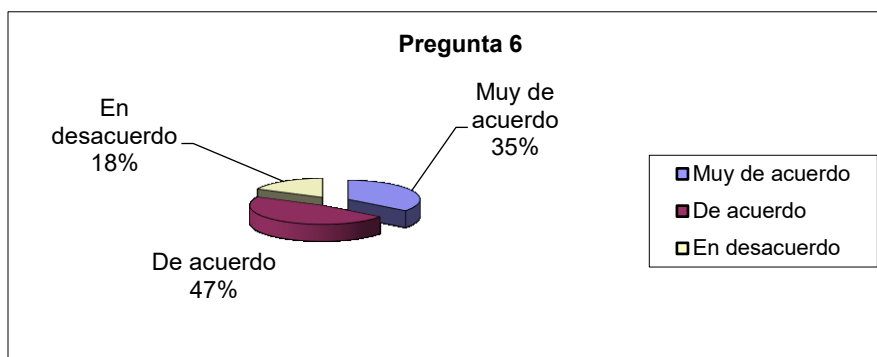


Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Uicolombo

De acuerdo a lo resultados, se puede observar que los empresarios se encuentran en los rangos de: acuerdo con un 29%, muy de acuerdo con 29% y solo el 12% de los empresarios opinaron estar en desacuerdo con respecto a la combinación de las capacitaciones teóricas prácticas.

6. Los egresados y/o practicantes del programa impartido por Unicolombo muestran facilidad de expresión oral y escrita:

Gráfico 29. Expresión oral y escrita

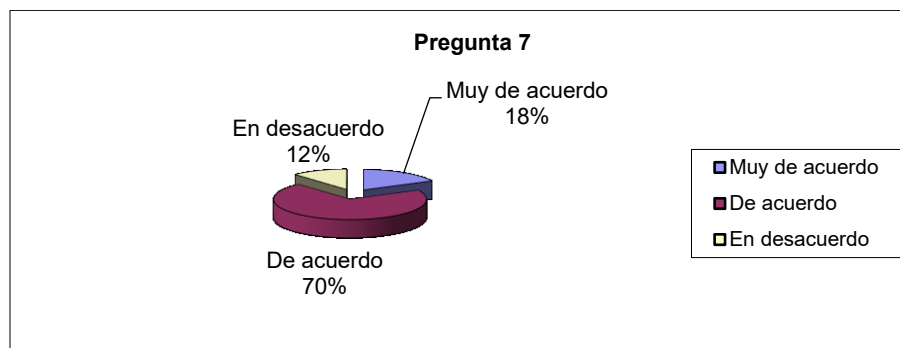


Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Unicolombo

Los empleadores respondieron que los egresados muestran facilidad de la expresión oral y escrita, además que están: Muy de acuerdo en un 35%, de acuerdo en un 47%, en desacuerdo un 18%. Podemos concluir que los egresados de nuestra institución muestran facilidad de expresión oral y escrita cuando desempeñan alguna actividad, los contenidos establecidos en contenido curricular se encuentra la formación de asignaturas como Comunicación y Lenguaje, Talleres de habilidades comunicativas, entre otros, que ayudan a la formación integral de los egresados.

7. Los egresados y/o practicantes del programa de Administración de Empresas de Uicolombo, están en condiciones de emitir su propia opinión fundamentada en base al conocimiento recibido.

Gráfico 30. Opinión de los egresados en base a su conocimiento

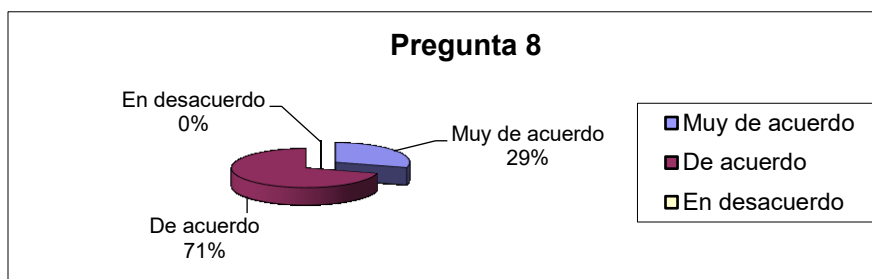


Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Uicolombo

Los empleadores respondieron que los egresados están en condiciones de emitir su propia opinión fundamentada con base al conocimiento recibido, están de acuerdo en un 70%, en muy de acuerdo en 18% y en desacuerdo en un 12%. Los egresados pueden emitir su propia opinión fundamentada con base al conocimiento recibido en el transcurso de su formación integral, sin embargo cuando se analiza este punto, se puede sintetizar que el sistema laboral es cambiante, se puede tener una opinión válida pero existe temor de expresar su punto de vista.

8. Los egresados y/o practicantes de esta carrera pueden diagnosticar problemas y resolverlos:

Gráfico 31. Diagnóstico y resolución de problemas

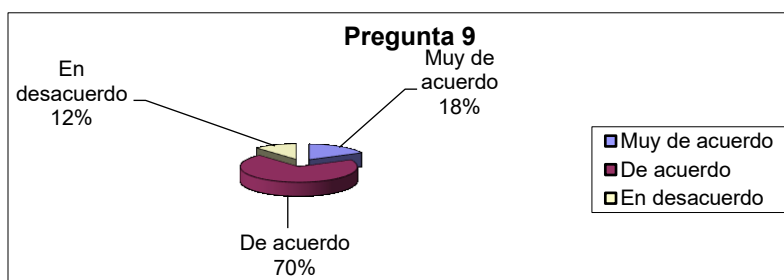


Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Unicolombo

En cuanto a que los egresados están en condiciones de diagnosticar problemas y resolverlos, los empleadores respondieron que están : Muy de acuerdo en un 29% y de acuerdo en un 71% , en desacuerdo los empleadores no tiene ningún porcentaje. Podemos concluir que los egresados de nuestra institución pueden diagnosticar problemas y resolverlos según la apreciación de los empleadores de las diferentes empresas consultadas.

9. Los egresados y/o practicantes de esta carrera muestran una alta motivación para investigar y profundizar sus conocimientos en la organización:

Gráfico 32. Motivación para profundizar conocimiento

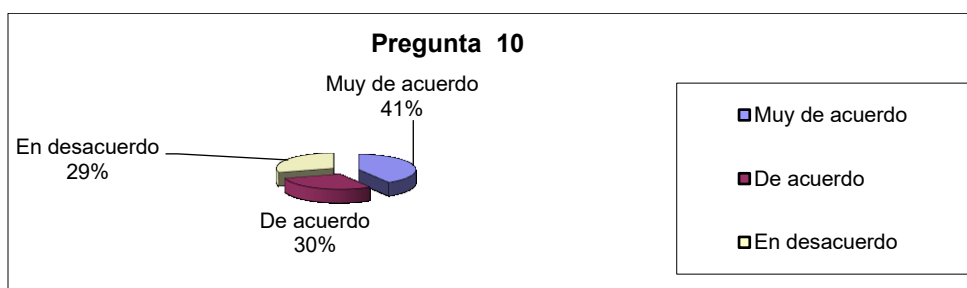


Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Unicolombo

En cuanto a la motivación para investigar los empleadores respondieron que: Muy de acuerdo en un 18%, de acuerdo en un 70% , en desacuerdo un 12% . La mayoría de los egresados de la institución muestran un alto grado de motivación para investigar y profundizar sus conocimientos; el recién graduado es un personaje lleno de conocimientos que quiere emplear en las instituciones pero también se encuentra atento para aprender nuevos conocimiento. De acuerdo a los empleadores, los egresados con perfiles variados como el Administrador de Empresas, puede emplear sus conocimientos y desarrollar habilidades en cualquier área administrativa de la empresa y estos a su vez lo convierten en una práctica que requiere de constante disciplina para proponer y recibir ideas.

10. Estoy informado de que en Uicolombo se imparten interesantes y útiles cursos y programas para el perfeccionamiento, actualización y/o capacitación de la comunidad en general:

Gráfico 33. Programas de continuidad académica



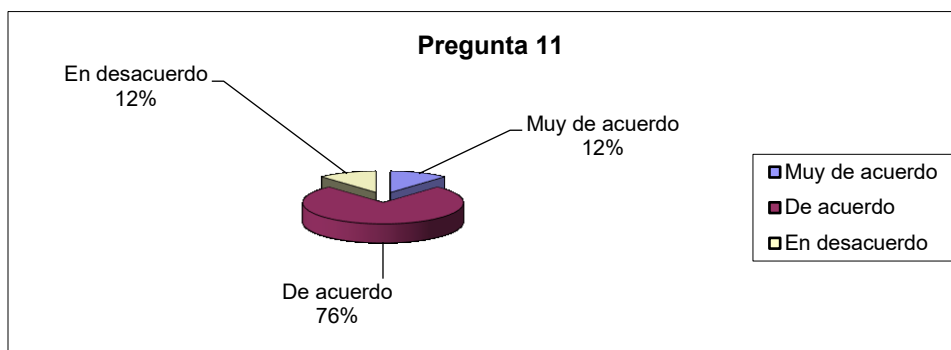
Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Uicolombo

En cuanto a la formación continuada que imparte la institución y en particular el programa, los empleadores respondieron que están :Muy de acuerdo en un 41%, de acuerdo en 30%, en desacuerdo con un 29%de acuerdo en los otros ítems no se tiene porcentaje alguno , por lo que

se concluye que los empleadores no están completamente informados de los cursos de formación continuada que se imparten para actualización de profesionales.

11. Cuando requiero de profesionales relacionados con la Administración, mi organización recurre a la Universidad para cubrir con la oferta laboral:

Gráfico 34. *Cubrimiento de oferta laboral*

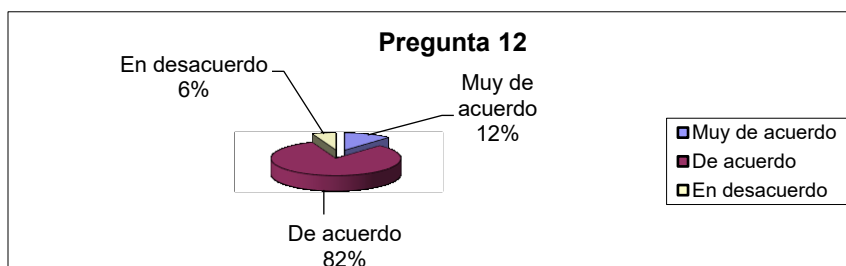


Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Unicolombo

Los empleadores manifiestan estar Muy de acuerdo en un 12%, de acuerdo en un 76% y en desacuerdo un 12.%. La mayoría de empresas cuando requiere talentos en el área administrativa, recurren o piensan en el profesional en Administración de Empresas de la institución, su perfil y el valor agregado del inglés como segunda lengua, los hacen competitivos en los campos que se les asignen. Por otro lado se observa que un bajo porcentaje no lo recurre, cuyas razones se centran básicamente en el área operacional, como es el caso de las empresas de sectores portuarios y navales.

12. Los directivos del programa y de la institución mantienen un fuerte vínculo con el medio laboral.

Gráfico 35. Vinculo universidad – sector laboral

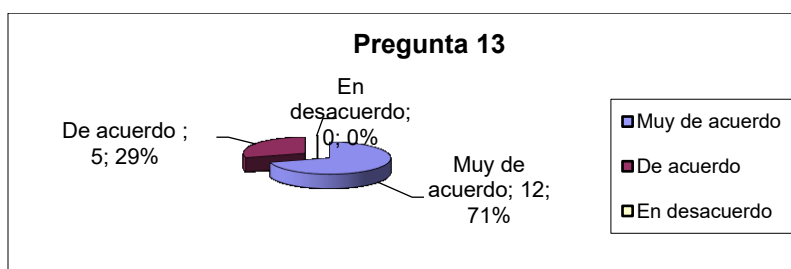


Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Unicolombo

En cuanto a el vínculo de los directivos de nuestra institución con las diferentes empresas de la ciudad , los empleadores respondieron que están: de acuerdo en un 82% , muy de acuerdo en un 12% y en desacuerdo 6% Lo que podemos evidenciar es que existe vínculo con algunas empresas y con otras no. Se llega a analizar que la institución debe preocuparse más por la percepción de los empresarios de los diferentes sectores.

13. A mi juicio, el programa de Administración de Empresas es reconocido porque forma profesionales bilingüe de calidad:

Gráfico 36. Reconocimiento del programa

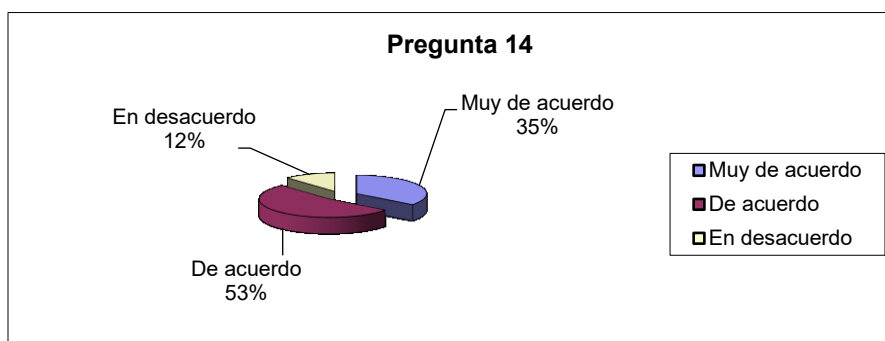


Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Unicolombo

En cuanto a la formación de profesionales de calidad, los empleadores respondieron que están: Muy de acuerdo en un 71%, y de acuerdo en un 29%, en desacuerdo no tiene porcentaje. Los empleadores tienen la convicción de que los egresados del programa son reconocidos como profesionales con calidad, lo cual es importante para nuestra institución. El profesional no solo es integral en todas sus áreas, sino que se esfuerza por mantenerse una vez que llega a la empresa para desarrollar sus habilidades.

14. El desempeño profesional de los egresados y/o practicantes de esta carrera es adecuado para la organización:

Gráfico 37. Desempeño del egresado

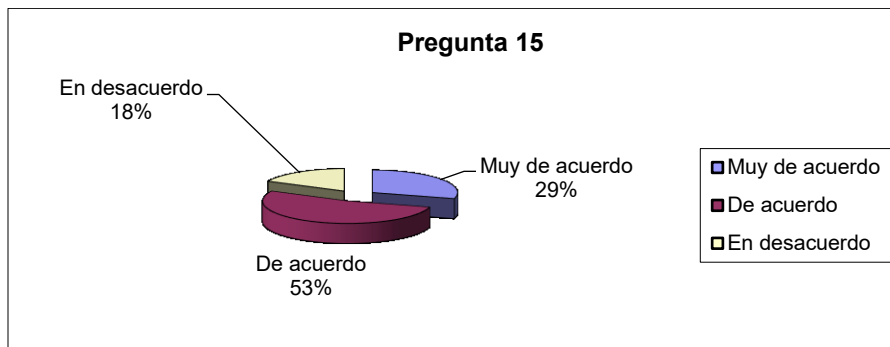


Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Unicolombo

En cuanto al desempeño de los egresados que si es bueno, los empleadores respondieron que están: Muy de acuerdo en un 35%, de acuerdo en un 53% y un pequeño pero significativo valor en desacuerdo del 12%. Podemos concluir que los empleadores se encuentran satisfecho con el buen desempeño laboral en sus empresas, lo cual es meritorio para la institución.

15. Los egresados y/o practicantes de esta carrera se comparan favorablemente, en términos profesionales, con los de otras instituciones:

Gráfico 38. Competencia de la carrera con otras instituciones

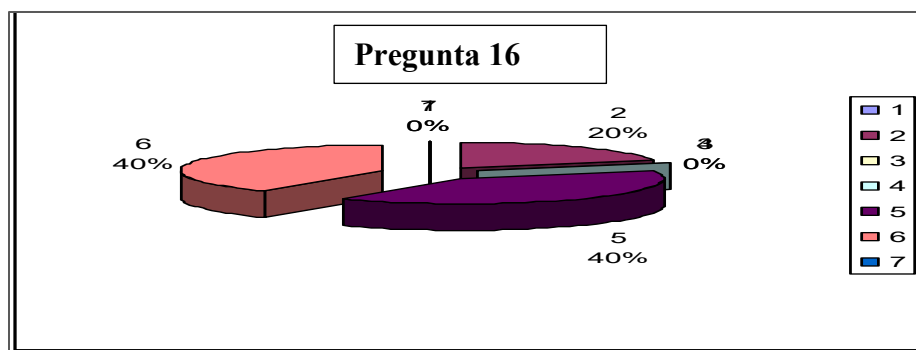


Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Unicolombo

Se analiza que los encuestados se encuentran: Muy de acuerdo en un 29%, de acuerdo en un 53%, en desacuerdo un 18%. Se observa que se encuentran satisfecho con el desempeño de los egresados, consecuentemente los egresados son competitivos para el sistema laboral, se adaptan fácilmente y se fortalecen en las organizaciones donde crecen laboralmente. Podemos concluir que los empleadores comparan a los egresados en términos profesionales de una manera favorable frente a los egresados de otras instituciones.

16. Priorice las fortalezas que reconoce del programa, frente a otros programas de otras Universidades. (Es de múltiple respuesta, enumere en orden de importancia de acuerdo a su criterio)

Gráfico 39. Fortalezas del programa



Fuente: Encuesta de percepción a empresarios workshop Unicolombo

Los empleadores priorizaron las fortalezas del programa frente a otros, de la siguiente forma:

- ✓ Plan de estudios respecto a las necesidades del medio. 40%
- ✓ Calidad docente. 40%
- ✓ Prestigio del programa 20%

Se puede concluir que el plan de estudios del programa del administrador de Empresas es muy atractivo para los empleadores y ven la calidad docente como fortaleza del programa, lo cual es importante para la institución, ya que es una de las triadas que soporta la educación (docencia-investigación- proyección social).

4.3. Plan de mercadeo ajustado a las demandas del sector productivo

La educación es uno de los pilares fundamentales del desarrollo de cualquier sociedad. Así, la educación superior tiene como función principal la formación de ciudadanos íntegros que sirvan al desarrollo de las organizaciones y la sociedad en general; en ella se debe fomentar la construcción de conocimiento (docencia) y la investigación científica (investigación) que generen impactos positivos en la sociedad y permitan la identificación de oportunidades para el desarrollo regional o nacional y para el beneficio de la comunidad (extensión - proyección social).

El plan de mercadeo que se ha propuesto, pretende dar respuesta a las tendencias laborales actuales del Administrador de Empresas de la Fundación Universitaria Colombo Internacional (Unicolombo). Para ello se requiere de los siguientes puntos:

1. Un análisis de la situación.
2. La determinación de los objetivos.
3. Determinación de las estrategias: curso de acción
4. Planes de acción.

4.3.1. Análisis de la situación.

4.3.1.1. Análisis situacional (Interno)

Tabla 5. Análisis Interno

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
ACADÉMICO	ACADÉMICO
El programa tiene buen reconocimiento en el medio por su alto nivel académico.	Bajo porcentaje de docentes de planta.
El programa cuenta con 16 niveles de inglés y asignaturas bilingües.	Falta de recursos para movilidad académica
Valor del semestre asequible para la población 1, 2 y 3	Falta de investigación de mercados del programa, para evaluar contenidos, competencias y perfiles de los estudiantes.
Alto porcentaje de estudiantes bilingües	Procesos largos para permiso o salidas académicas
Profesores bilingües	Carencia de un programa de seguimiento estudiantil
Alto nivel académico de los docentes, en su mayoría con títulos de Maestría y Doctorado.	Falta de un programa de deserción estudiantil
Los planes de estudio responden a un enfoque multidisciplinario e interdisciplinario.	Falta de programa de postgrados (Especializaciones y Maestrías)
Estructura curricular coherente con la formación de los estudiantes y con el sector productivo	No hay fusión de asignaturas con los otros programas de la institución, que no se relacionan entre sí.
El programa ofrece campos de práctica profesional:	Falta de plataforma virtual para los casos de emergencia nacional y regional
Los programas brindan la oportunidad de mejorar las competencias laborales e investigativas.	Los recursos tecnológicos no son suficientes para el número de estudiantes
Altos recursos bibliográficos online	Pocos recursos bibliográficos físicos
Convenios nacionales e internacionales para continuidad con el proceso de formación estudiantil	Poco uso de las tecnologías por parte del cuerpo docente y de los estudiantes.
INVESTIGATIVO	INVESTIGATIVO
Profesores altamente calificados con formación científica	Poco interés en los proyectos de aula, deben ser calificados para motivar a los estudiantes.
Alta participación en eventos académicos y científicos por parte de profesores y estudiantes	Pocos estudiantes en los semilleros de investigación
Semilleros de Investigación reconocidos por Colciencia	Poca vinculación a los trabajos investigativos regionales y nacionales.
Fuerte énfasis y promoción en investigación y docencia	Falta de una red de universidades para proyectos de investigación.
EXTENSIÓN	EXTENSIÓN
Existe una Oficina de Extensión y relaciones con la Comunidad para la Facultad.	Falta de programa de atención al empresario
En proceso de creación el consultorio empresarial, para brindar asesoría y consultoría al sector productivo o a personal independiente.	Falta de vínculo con el sector productivo, en ocasiones los mismos estudiantes acceden a buscar sus propias practicas
Laboratorio de emprendimiento	Falta de Cursos y diplomados tanto para el egresado como para los estudiantes activos
Realización de eventos de integración con la comunidad de egresados.	Falta de intercambio estudiantil del programa.

Fuente: Elaboración propia (2020)

4.3.1.2. Análisis situacional (Externo)

Tabla 6. Análisis Externo

ANÁLISIS EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ACADÉMICO	ACADÉMICO
Promover Alianzas Estratégicas y Programas de Cooperación nacional e internacional.	Amplia oferta del programa en el mercado
Proceso de Acreditación de Alta Calidad del programa	Migración de profesores a otras universidades
Homologación de programas Técnicos y Tecnológicos en convenio con instituciones regionales y nacionales	Falta de estabilidad laboral
Fortalecer los vínculos con empresas privadas y públicas de la región.	Infraestructura, falta de un espacio adecuado universitario.
Estimular y motivar a estudiantes y docentes para movilidad académica investigativa	Falta de capacitación a docentes
Creación de consultorio empresarial	Planes de estudios más cortos en otras universidades
Desarrollo de nuevas técnicas y uso de las Tic's	Niveles de inglés altos y muchos estudiantes desertan por el bilingüismo
Desarrollo de plataforma virtual "Renata " para las clases virtuales en medio de crisis de emergencia nacional	Programas virtuales en la competencia
Proyecto de formación para la creación de programas de postgrados	Costos del semestre más económicos en otras universidades.
INVESTIGACIÓN	INVESTIGACIÓN
Creación de líneas de investigación del programa	Recorte de presupuesto para investigación
Creación del comité de docentes y alumnos en el área de emprendimiento	Mayor competencia de las universidades privadas y públicas de la región en programas y proyectos de investigación en áreas administrativas.
Redes con universidades nacionales e internacionales para proyectos investigativos	
EXTENSIÓN	EXTENSIÓN
Participación de egresados y estudiantes activos en proyectos de extensión y continuidad académica.	Comunicación baja con egresados del programa. Optan por continuar sus estudios de postgrados en otras instituciones.
Participación en proyectos de territorios rurales	
Búsqueda de fuentes de financiación internacional	

Fuente: Elaboración propia (2020)

4.3.1.3. Marketing Mix

Según Kotler y Keller (2012), ese mix de servicios es una herramienta clave para basar estrategias de diferenciación. No obstante, se ha considerado la identificación de los elementos en base a la siguiente información:

4.3.1.3.1. Producto

Administración de Empresas
Res.09754 de Mayo 18 de 2016 MEN. Código SNIES: 54740

Titulo	Profesional/ Administrador de Empresas
Semestre	9 semestres / Presencial
Horario	Diurno / Nocturno

la Fundación Universitaria Colombo Internacional define al Administrador de Empresas como aquel que cuenta con fundamentos teóricos y científicos que lo capacitan para planear y aplicar estrategias modernas en la toma de decisiones, evaluar la situación financiera y administrativa de las organizaciones, conocer los elementos técnicos que lo habiliten para el desempeño en las diferentes áreas funcionales de la empresa (finanzas, mercadeo, recursos humanos y producción); analizar y brindar soluciones a los problemas de las empresas y su entorno.

Cuenta con la capacidad necesaria para mejorar los procesos y procedimientos en las organizaciones donde preste sus servicios. Los conocimientos adquiridos le permiten fomentar, crear y gestionar empresas que permitan la generación de nuevos empleos y propicien por ende el desarrollo local, regional y nacional.

➤ ***Perfil Ocupacional***

De acuerdo a (Unicolombo, 2020 a), el campo laboral del Administrador de Empresas es amplio. Puede desempeñarse en las siguientes áreas:

- ✓ Mercadeo
- ✓ Negocios internacionales
- ✓ Gestión humana
- ✓ Finanzas
- ✓ Sector público o privado

➤ ***Perfil Profesional***

El Administrador de Empresas de la Fundación Universitaria Colombo Internacional, cuenta con fundamentos teóricos y científicos que lo capacitan para planear y aplicar estrategias modernas en la toma de decisiones, evaluar la situación financiera y administrativa de las organizaciones, conocer los elementos técnicos que lo habiliten para el desempeño en las diferentes áreas funcionales de la empresa (finanzas, mercadeo, recursos humanos y producción); analizar y brindar soluciones a los problemas de las empresas y su entorno. Cuenta con la capacidad necesaria para mejorar los procesos y procedimientos en las organizaciones donde preste sus servicios. Los conocimientos adquiridos le permiten fomentar, crear y gestionar empresas que permitan la generación de nuevos empleos y propicien por ende el desarrollo local, regional y nacional. (Unicolombo, 2020 b)

4.3.1.3.3. Precio

Tabla 7. Valores académicos 2020

Concepto	Valor
Inscripción	\$0.0
Matricula	\$2'187.000

Fuente: Secretaría General

4.3.1.3.4. Promoción o Comunicación

Considerando que los estudiantes actuales hacen uso de las Tic's y buscadores en internet, se hizo necesaria la creación de nuevas estrategias de promoción como:

- ✓ Página web (<http://www.unicolombo.edu.co/>)
- ✓ Flyers informativos
- ✓ Redes sociales
 - ❖ Facebook: unicolomboctg
 - ❖ Instagram: unicolomboctg
- ✓ Ferias en colegios e instituciones técnicas y tecnológicas en Bolívar y Cartagena
- ✓ Alianzas con gremios y redes de Educación Superior.

4.3.1.3.5. Distribución

La Fundación Universitaria Colombo Internacional emplea el tipo de distribución directa

- ✓ **Distribución Directa** (productor y consumidor): el servicio educativo se realiza de manera directa, por varias vías y se apoya en las estrategias de promoción y comunicación. El estudiante potencial busca un servicio personalizado ya sea face to face o vía telefónica. Sin embargo hace uso de las páginas de redes sociales para solicitar mayor información del programa del cual se encuentra interesado.

4.3.2. Objetivos estratégicos

Acorde con el análisis propuesto en la matriz DOFA se obtuvieron los siguientes objetivos necesarios para lograr el mejoramiento y la pertinencia del programa de Administración de Empresas frente a las exigencias del medio productivo.

- ✓ Incrementar el número de inscripciones totales en 6% para el segundo semestre del 2020 y en un 20% para el primer semestre de 2021, con el fin de cumplir las metas en número de estudiantes, teniendo en cuenta los objetivos propuestos por el programa.

- ✓ Posicionar el programa según los atributos definidos por la Universidad, aumentando la promoción en los diferentes públicos objetivos, haciendo énfasis en zonas locales y regionales.

- ✓ Proponer la creación de la coordinación de egresados y continuidad académica para mantener su estabilidad formativa continua con la universidad.

- ✓ Mejorar en la comunicación con el sector productivo, utilizando nuevas técnicas para desarrollar proyectos en conjuntos y potencializar la formación estudiantil, de acuerdo a las tendencias del medio laboral.

4.3.3. Estrategias de marketing: Cursos de acción

Tabla 8. *Curso de acción estrategia de objetivos 1*

OBJETIVO 1 Incrementar el número de inscripciones totales en 6% para el segundo semestre del 2020 y en un 20% para el primer semestre de 2021, con el fin de cumplir las metas en número de estudiantes, teniendo en cuenta los objetivos propuestas por el programa.						
Estrategias	Actividades	Público Objetivo	Responsables	Descripción	Medición y Control	Objetivo
<i>Acciones de promoción con Colegios e instituciones técnicas o Tecnológicas de la ciudad</i>	1. Selección de IES	Colegios de Cartagena y municipios aledaños	Mercadeo y Coordinador Académico	Selección por cercanía	# colegios/ contacto efectivo	Aumento de Inscripción y matriculados
	2. Selección de Instituciones Ed. Superior	Instituciones de Ed. Superior	Mercadeo y Coordinador Académico	Selección por pensum académico	# Instituciones/ convenios realizados	
	3. Actividades de acompañamiento de interesados	Estudiantes 11° y público interesado	Mercadeo /Coordinador y Call Center	Milling, Llamadas	# interesados /matriculados	

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 9. Curso de acción estrategia de objetivos 2

OBJETIVO 2 Posicionar el programa según los atributos definidos por la Universidad, aumentando la promoción en los diferentes públicos objetivos, haciendo énfasis en zonas locales y regionales						
Estrategias	Actividades	Público Objetivo	Responsables	Descripción	Medición y Control	Objetivo
<i>Posicionamiento del Programa</i>	1. Definición de estrategias de posicionamiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad en general • Egresados • Estudiantes de colegio • Estudiantes de otras universidades e instituciones • Empresarios 	Admisiones y Mercadeo	Reunión con las agencias de publicidad. Contacto con Instagram, Facebook, Linkeling.	# de free press / # noticias del programa	Posicionar el Programa
	2. Free press and work shop-divulgación del programa		Admisiones / Mercadeo y Coordinador Académico	Medios de comunicación (El universal. Radios) • Redacción de comunicados • Desayuno con Rectores, Coordinadores y comunidad de interés.		
	Asistencia a ferias locales, regionales		Admisiones / Mercadeo y Coordinador Académico	Eventos en los colegios e Instituciones Técnicas y Tecnológicas (SENA - Colmayor)	# ferias / # ferias participantes	

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 10. Curso de acción estrategia de objetivos 3

OBJETIVO 3. Creación de la coordinación de egresados y continuidad académica para mantener su estabilidad formativa continua con la universidad y el programa.						
Estrategias	Actividades	Público Objetivo	Responsables	Descripción	Medición y Control	Objetivo
<i>Coordinación de egresados</i>	1. Crear portafolio de ventajas competitivas para el egresado (cursos, diplomados, conferencias.)	Egresados	Coordinación de egresados /Coordinación académica	Creación de portafolio de servicio de acuerdo a las necesidades del egresado y del sector productivo	# de cursos/ # egresados interesados	Crear programa de extensión y continuidad académica
	2. Grupo de líderes por facultad, para apoyo de actividades del programa.		Dirección / Coordinación de egresados)Coordinación académica	Comité de apoyo por facultades para mayor articulación con las actividades requeridas.	# actividades por facultades/ # de egresados interesados	
	3. Estrategias de precios con convenios en empresas e instituciones.		Mercadeo y Financiera	Convenios con almacenes de cadena, empresas o instituciones de diferentes sectores. Crear tarjeta de descuentos.	# de convenios/ # % de descuento	

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 11. Curso de acción estrategia de objetivos 4

OBJETIVO 4. Mejorar en la comunicación con el sector productivo, utilizando nuevas técnicas para desarrollar proyectos en conjuntos y potencializar la formación estudiantil, de acuerdo a las tendencias del medio laboral.						
Estrategias	Actividades	Público Objetivo	Responsables	Descripción	Medición y Control	Objetivo
<i>Fortalecimiento con el sector productivo</i>	1. Crear portafolio de actividades para el empresario.	Egresados y empresarios	Coordinación de egresados /Coordinación académica / Docentes de apoyo	Creación de portafolio de servicio de acuerdo a las necesidades de los entes interesados.	# de cursos/ # egresados y o empresarios	Fortalecer lazos entre el sector productivo y la academia
	2. Realizar visitas o enviar correo de seguimiento a empresarios		Coordinación de egresados /Coordinación académica / Docentes de apoyo	Actualización del sector productivo vs academia.	# encuestas/ # de respuestas	
	3. Crear convenios estratégicos empresa - academia		Coordinación de egresados / Mercadeo /Financiera y Coordinación Académica.	Convenios con las empresas para estudiantes y egresados. Descuentos en cursos y diplomados.	# de empresas/# de convenios	

Fuente: Elaboración propia (2020)

4.3.4. Programas y Planes de acción (Presupuesto)

A continuación se presenta el programa y presupuesto del plan de promoción propuesto.

Tabla 12. Plan de acción y Presupuesto

GASTOS DEL PLAN DE MERCADEO PARA EL PORGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS								
ESTRATEGIAS	ACCIONES	DESCRIPCIONES	1° TRIMESTRE	2° TRIMESTR	3° TRIMES	4° TRIMESTR	TOTAL ANUAL	
<i>Acciones de promoción</i>	1. Selección de IES	-	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
	2. Selección de Instituciones Ed. Superior	-	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
	3. Actividades de acompañamiento de interesados	Manejo de página Instagram (apoyo del Dpto de mercadeo)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		Manejo de página facebook (apoyo del Dpto de mercadeo)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		Llamadas y contacto directo - plan de datos -Tigo (\$55.000)		\$ 165.000	\$ 165.000	\$ 165.000	\$ 165.000	\$ 660.000
		Programa de inducción (Instagramer y actividades)		\$ 2.000.000	\$ 0	\$ 2.000.000	\$ 0	\$ 4.000.000
Formatos de evaluación (Digitales) - Internet (Plan Universitario)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0		
<i>Posicionamiento del Programa</i>	1. Definición de estrategias de posicionamiento.	Diversificación Concéntrica (plano tecnológico)					\$ 0	
		Beneficios (Edu. Billbogue)	\$ 5.000.000	\$ 0	\$ 5.000.000	\$ 0	\$ 10.000.000	
		Calidad y precio (Semestre del programa - economía)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
	2. Free press and work shop- divulgación del programa	Correos electrónicos y página web institucional (Dpto Mercadeo)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		Radio (1 cuña diaria x 7 días) anual (Olimpica, Policía Nacional y Tropicana Stereo) - (Presupuesto de Mercadeo)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
	3. Ferias locales, regionales	Visitas a colegios e instituciones (Transporte)		\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 400.000
	Flyers (500 copias x ferias) - (Apoyo Dpto Mercadeo)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
<i>Coordinación de egresados</i>	1. Crear portafolio de ventajas competiivas	Educación continua (cursos, diplomados)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
		Especializaciones y Maestrías	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
	2. Personal de apoyo	Docentes/Dpto de mercadeo y oficina de egresados institucional		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
	3. Estrategias de precios con convenios en empresas e instituciones	Descuentos por compras en diferentes cadenas de productos y servicios (Oficina de egresados institucional)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
<i>Fortalecimiento con el sector productivo</i>	1. Portafolio de actividades para el empresario	Cursos, diplomados y conferencias (Apoyo oficina relaciones con el medio)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
		Workshops (desayunos para empresarios) grupo de 20	\$ 1.000.000	\$ 0	\$ 1.000.000	\$ 0	\$ 2.000.000	
	2. Visitas o enviar correo de seguimiento	Correos de seguimientos y llamadas al empresario + visitas (2 por s		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
	3. Convenios estratégicos empresa - academia	Descuentos por cursos y programas (del 20% al 40%)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
TOTAL			\$ 8.265.000	\$ 265.000	\$ 8.265.000	\$ 265.000	\$ 17.060.000	

Fuente: Elaboración propia (2020)

Conclusiones

- .Se debe fortalecer más el vínculo empresas-universidad, creando convenios que dinamicen dicha articulación.
- Cabe analizar que a pesar de que existen asignaturas para crear proyectos emprendedores, la investigación a estos niveles es muy baja.
- La publicación de los programas y los cursos de formación continua en las empresas, son sumamente importantes, ya que la gran mayoría de egresados sabe que existen pero los desconoce.
- Los egresados son reconocidos porque son profesionales con calidad, lo cual es importante para nuestra institución. Lo que se puede concluir que los cargos que han desempeñado los egresados están relacionados con su formación y ejercicio profesional
- Los egresados de la institución tienen un buen desempeño laboral en sus empresas, lo cual es meritorio para nuestra institución.
- Los empleadores priorizaron la profesionalización de la carrera que deben promover para sus egresados, como también la actualización profesional y la formación continua, ya que de los egresados encuestados, solo un bajo porcentaje tiene formación en Maestría y uno solo en Doctorado.
- Deben enviar a los estudiantes a las empresas a realizar prácticas empresariales para fortalecer sus competencias laborales.
- Podemos concluir que los egresados de nuestra institución les interesan los problemas de su comunidad como también cómo solucionarlos así que se está cumpliendo con el encargo de la institución en cuanto a la proyección social.

- ✓ De acuerdo al presente estudio, se ha logrado identificar claramente las preferencias y tendencias del mercado potencial para el programa de Administración de Empresas y también establecer de esta manera que las necesidades sentidas se pueden cubrir desde la intención del servicio educativo que quiere ofrecer la institución con el programa descrito.
- ✓ Expresiones como “...el mercado del país lo está solicitando...” hacen que se analice a mayor profundidad uno a uno los programas, para enlazarlos con la normatividad nacional que rige cada una de estas profesiones, desde el ámbito académico hasta llevarlo a la ejecución de productos que logren sostenibilidad a nivel social y empresarial con proyección local, regional nacional e internacional.
- ✓ El bilingüismo es un plus fundamental en las competencias del egresado, sin embargo el termino bilingüismo se encuentra mal enfocado dado que el programa solo cuenta con tres asignaturas en inglés de acuerdo a su malla curricular, por lo tanto los cursos de inglés exigidos para su optar por el título académico es alto para lo que solicita el Ministerio de Educación.

Recomendaciones

- ✓ Se recomienda realizar una reestructuración total, en el que se incorpore un área de mercadeo, teniendo como objetivo primordial la apertura constante de todos los programas
- ✓ Elaborar un plan en donde se parametricen las estrategias a seguir, fortaleciendo las relaciones públicas y la activa participación de los egresados y empresarios.
- ✓ El programa tiene una débil estructura, en lo que compete a Mercadeo y Promoción, esto hace que el mercado no tenga conocimiento de la calidad de estudio en su desarrollo durante los semestres académicos.
- ✓ El programa de Administración de Empresas junto a la universidad, carecen de estrategias sólidas de Promoción de Ventas, Medios de Comunicación, Merchandising y Relaciones Publicas. Por lo que se recomienda ejecutar las estrategias con su plan acción para mantener activo la calidad académica frente a los sectores interesados.
- ✓ El sector productivo es sumamente importante para la academia, en este sentido se requiere que a través de la oficina de asesoría y consultoría o la misma oficina de extensión, se realicen conferencias, workshop (desayunos para empresarios) con propósitos institucionales y capacitaciones para los mismos.
- ✓ Debido a la crisis por la que atraviesa el mundo y en especial Colombia, las instituciones se ven obligadas a fortalecer sus programas académicos a través de estrategias tecnológicas, en este caso la institución carece de una plataforma virtual que ayude tanto a docentes como estudiantes la interacción de las clases mientras se levanta la actual cuarentena.

- ✓ Crear plataforma para el portafolio de programas, cursos, diplomados y conferencias online.
- ✓ Las estrategias de promoción para el próximo semestre se deben realizar de manera online a través de las redes sociales, página web y vía telefónica.
- ✓ Crear convenios con Pse o puntos de pagos online para el pago de los servicios estudiantiles.

Bibliografía Preliminar

- Blanco, I. (2016). *Impacto De La Acreditación en Los Programas Académicos de Pregrado de Las Instituciones de Educación Superior Del Caribe Colombiano*. Tesis Doctoral. Universidad de Cartagena.
- Cardoso Espinosa, Edgar Oliver, & Ramos Mendoza, José Roberto, & Cerecedo Mercado, María Trinidad (2011). Evaluación De La Organización Académico Administrativa De Tres Programas De Licenciatura En Turismo Con Base En Los Criterios De Tedqual Y Conaet: Un Estudio Comparativo.. *Investigación Administrativa*, (107), undefined-undefined. [fecha de Consulta 21 de Octubre de 2019]. ISSN: 1870-6614. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4560/456045213004>
- Cepeda Emiliani, L., Cardona Sosa, L., y Barón, JD (2014). La Brecha Salarial De Género Entre Los Universitarios Recién Titulados. *Trimestre Económico* , 81 (2), 441–477.
- Chalela Naffah, Salim, & Valencia Arias, Alejandro, & Arango Botero, Diana (2017). Motivaciones de los estudiantes universitarios para continuar con su formación académica en programas de posgrado. *Revista Lasallista de Investigación*, 14(2), undefined-undefined. [fecha de Consulta 21 de Octubre de 2019]. ISSN: 1794-4449. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=695/69553551015>
- García, L., Zelaya, M., & Di Marco, M. C. (2010). Las Universidades Regionales Argentinas Entre La Crisis Del Estado Social Y El Auge Del Neoliberal. Un Estudio De Caso Universidad Nacional Del Centro Provincia De Buenos Aires. *Cuadernos de Educación*, 8(8), 283–296.

Galindo Cáceres Luís Jesús. Técnicas de Investigación en sociedad, cultura y comunicación.

Editorial Pearson, México. Disponible en

<http://books.google.com.co/books?id=5a0Jdv7Ip9oC&pg=PA299&lpg=PA299&dq=%E2%80%9CEI+subj>. Consultada el 12 de Marzo de 2016.

Gómez Acuña, Mercedes, & Pérez-Vacas Aparicio, Celedonio, & Sánchez Herrera, Susana

(2009). "Percepción del mercado laboral de jóvenes estudiantes universitarios: una aproximación cualitativa".. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 4(1), undefined-undefined. [fecha de Consulta 21 de Octubre de 2019]. ISSN: 0214-9877. Disponible

en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3498/349832323025>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la*

investigación: Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio (6a. ed. --.). México D.F.: McGraw-Hill.

Kotler, P.; Keller, K. L. *Administração de marketing*. 14 ed. São Paulo, Pearson Education do Brasil, 2012

Malagón-Plata, Luis Alberto (2009). La pertinencia curricular: un estudio en tres programas

universitarios. *Educación y Educadores*, 12(1), undefined-undefined. [fecha de Consulta 21 de Octubre de 2019]. ISSN: 0123-1294. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=834/83411512003>

Neffa, Julio. (2008). Teorías económicas sobre el mercado de trabajo. III. Análisis institucionalistas.

Pérez, T. (2009). Pertinencia de la educación: ¿pertinente con qué? Una mirada desde la gerencia del Plan Decenal de Educación 2006-2016. *Al Tablero*, (54), p.N/A.

- Rengifo-Millán, M. (2017). Calidad en la educación superior desde las ciencias sociales y administrativas. *Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 15(2), 1251-1270. doi:<http://dx.doi.org/10.11600/1692715x.1523113092016>
- Stubrin, A. (2018). Entre la uniformidad y la atomización. Un aporte sobre los impactos del aseguramiento de la calidad sobre instituciones y programas universitarios en América Latina. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 13(37), 85–94.
- Universidad Libre, (2015). *Impacto de los graduados del programa de Derecho de la Universidad Libre, sede Cartagena*. Documento resultado del Proyecto de Investigación “Impacto de los graduados del programa de Derecho de la Universidad Libre, sede Cartagena”. [online] Cartagena: Unilibre, p.136. Available at: http://www.unilibre.edu.co/cartagena/pdf/investigacion/libros/derecho/Informe_Final_De_1%20Impacto_De_Los%20Egresados_De_Derecho.pdf [Accessed 13 Oct. 2019].
- Unicolombo. (25 de Mayo de 2020). *Unicolombo.edu.co*. Recuperado el 25 de Mayo de 2020, de [Unicolombo.edu.co](http://www.unicolombo.edu.co): <http://www.unicolombo.edu.co/viewsFinal/verPrograma.php?pag=programas.php&tbus=pregrado>
- Vergara, J. (2015). Los Sistemas De Medición Del Desempeño Estratégico Frente A La Competitividad Y Sustentabilidad. *Saber, ciencia y libertad*, 10(2), pp.17-26.

Anexos

Anexo 1. Encuesta a egresados



IMPACTO DE LOS EGRESADOS EN EL MEDIO E IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES

OBJETIVO

La institución, y en particular en programa de Administración de Empresas, en aras de tomar las medidas necesarias para mejorar la calidad y evidenciar pertinencia del programa, inició un proceso de Autoevaluación con fines de mejorar la calidad educativa. Esta encuesta busca conocer el impacto de los egresados del programa e identificar la ubicación, las actividades que desarrollan y examinar si éstas corresponden a los fines de la Institución y del programa, al compromiso social y al tipo de formación que brinda.

Lo invitamos a diligenciar de manera completa y objetiva el siguiente cuestionario con el fin de obtener información valiosa y confiable para la evaluación.

INFORMACION GENERAL

Nombres y apellidos: _____ Cédula No: _____ de: _____ Fecha
grado: _____ T.P No: _____ de: _____
Lugar de Nacimiento: _____ Fecha: _____
Lugar de Residencia: _____
Dirección Domicilio: _____ Tel: _____ Móvil _____
Dirección Oficina: _____ Tel: _____ Móvil _____
Dirección E-mail: _____ Skype: _____

INFORMACION OCUPACIONAL

Si actualmente desempeña alguna actividad profesional por favor señale cuál o cuáles. Diligencie la información correspondiente a esta(s) actividad(es).

Empleado Empresario Docente Investigador

Otro Cuál: _____

Empleado

Entidad _____ Tel: _____
Cargo: _____ Área : _____
Tipo de Vinculación Planta Contrato Otro cual: _____
Tiempo Servicio _____ Jefe Inmediato (o empleador): _____

Empresario

Nombre Empresa: _____	Clase: _____
Tipo de empresa: _____	Área: _____
	Tiempo: _____

Docente

Nivel _____	Tiempo Dedicación T.C. ___ M.T. ___	Horas _____
Universidad: _____	Área: _____	Materia: _____
Universidad: _____	Área: _____	Materia: _____
Universidad: _____	Área: _____	Materia: _____

Investigador

Entidad _____	Sector _____
Tiempo Dedicación T.C. ___ M.T. ___	Horas _____
	Área: _____

Indique los tres (3) últimos cargos o actividades desempeñadas:

Entidad: _____	Cargo: _____	Tel: _____
Entidad: _____	Cargo: _____	Tel: _____
Entidad: _____	Cargo: _____	Tel: _____

Indique su nivel salarial o de ingresos profesionales: (s.m.m. = salario mínimo mensual)

< 1 s.m.m. _____	1 a 2 s.m.m. _____	3 a 4 s. m. m. _____	5 a 6 s.m.m. _____
7 a 8 s.m.m. _____	9 a 10 s.m.m. _____	11 a 15 s.m.m. _____	> 15 s.m.m. _____

Indique el tiempo que tardó en conseguir su primer empleo después de graduarse del Programa de Administración de Empresas de Unicolombo:

Ya trabajaba. _____	1 a 2 meses. _____	3 a 6 meses _____	7 a 12 meses. _____	Más de 12 meses. _____
Sigue desempleado _____				

Otros títulos obtenidos

Nivel	Universidad	Título	Año
Profesionalización			
Especialización			
Maestría			
Doctorado			

ENCUESTA SOBRE EL PROGRAMA Y SU IMPACTO SOCIAL

A continuación encontrará preguntas de respuesta única y múltiple. Si es de única respuesta marque con una X, si es de múltiple respuesta enumere en orden de importancia de acuerdo a su criterio.

1. La formación académica que le brindó el programa ha sido.
 - Excelente
 - Suficiente
 - Adecuada
 - Parcial
 - No le ha servido

2. Los contenidos del programa que cursó en relación con su validez y actualidad le han servido para su desempeño profesional.
 - Excelentemente
 - Suficientemente
 - Adecuadamente
 - Parcialmente
 - No le han servido

3. En su ejercicio profesional, cuáles **áreas del programa** le han sido de mayor aporte o utilidad. **(Es de múltiple respuesta enumere en orden de importancia de acuerdo a su criterio)**

<input type="checkbox"/> Procesos Administrativos	<input type="checkbox"/> Economía
<input type="checkbox"/> Contable	<input type="checkbox"/> Innovación y Emprendimiento
<input type="checkbox"/> Mercadeo	<input type="checkbox"/> Dirección y Liderazgo
<input type="checkbox"/> Comunicación y Lenguaje	

4. Los cargos que usted ha desempeñado, hasta el momento se han relacionado con su formación y ejercicio profesional.
 - Sí se han relacionado
 - Medianamente se han relacionado
 - Mínimamente se han relacionado
 - No se han relacionado

5. Priorice las fortalezas que reconoce del programa que cursó, frente a otros programas de otras Universidades. **(Es de múltiple respuesta enumere en orden de importancia de acuerdo a su criterio)**
 - Naturaleza de la Universidad
 - Prestigio del programa
 - Bilingüismo
 - Costos académicos
 - Calidad docente
 - Plan de estudios acorde con las necesidades del medio

6. Considera que el egresado del programa de Administración de Empresas de Unicolombo debe fortalecerse más en el pregrado en las áreas de: **(Es de múltiple respuesta enumere en orden de importancia de acuerdo a su criterio)**

<input type="checkbox"/> Procesos Administrativos	<input type="checkbox"/> Economía
<input type="checkbox"/> Contable	<input type="checkbox"/> Innovación y Emprendimiento
<input type="checkbox"/> Mercadeo	<input type="checkbox"/> Dirección y Liderazgo
<input type="checkbox"/> Comunicación y Lenguaje	

7. Considera que la formación de pregrado recibida es pertinente para enfrentar problemas del entorno (o medio laboral en el que usted se desempeña)?

Sí _____ No _____

8. ¿De **1 a 5** cómo califica usted la calidad de la educación recibida en el Programa de Administración de Empresas que cursó en Unicolombo? _____

9. Actualmente pertenece usted a alguna de las siguientes asociaciones.

Asociación	Sí	No	Nombre/Entidad
Comunidades académicas			
Asociaciones Científicas.			
Asociaciones profesionales			
Asociaciones gremiales			
Organizaciones NO Gubernamentales			
Organizaciones internacionales.			
Redes Internacionales de Información			

10. Durante su ejercicio profesional, Usted ha recibido alguna distinción o reconocimiento especial a nivel nacional o internacional:

Sí _____ No _____

Cuál?: _____ De quién?: _____ Año _____
Porqué?: _____

11. Existen espacios que permiten la participación de los egresados en la evaluación, currículo y administración del programa.

- Si existen
 Medianamente existen
 Existen pero los desconoce
 Los conoce pero no participa
 No sabe si existen

12. Como egresado ha tenido oportunidad de participar en la discusión y orientación académica y administrativa del programa?

Sí _____ No _____

13. Conoce usted los mecanismos de participación y vinculación a los órganos de discusión, organización académica y administrativa del programa.

Si _____ No _____

14. Priorice las actividades que Unicolombo y la Dirección del Programa deben promover para sus egresados. **(Es de múltiple respuesta enumere en orden de importancia de acuerdo a su criterio y a su profesión)**

- Especializaciones y Maestrías
 Actualización profesional (seminarios, diplomados)
 Actualización y formación docente
 Actividades de extensión (Integración e intercambio)
 Investigación
 Gremial y organizativas

15. Desearía pertenecer a una organización de egresados del Programa de Administración de Empresas y que sea auspiciada por Unicolombo?.

Si _____ No _____

16. Estaría dispuesto a convocar a sus compañeros de promoción y amigos egresados con el fin de trabajar por el desarrollo de la institución, el programa y la conformación de una organización de egresados de carácter institucional?.

Sí _____ No _____

Tiempo Disponible días: Lunes __ Martes __ Miércoles __ Jueves __ Viernes __

Indique jornada: Mañana __ Tarde __ Noche __

La Dirección del Programa agradece su participación y lo invita a inscribirse en su sistema de información y a visitar su página Web.

Anexo 2. Encuesta a empresarios



Fecha de aplicación de la encuesta: DD / MM / AAAA

**IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES Y PERTINENCIA DEL PROGRAMA FRENTE AL
SECTOR PRODUCTIVO**

OBJETIVO

Realizar una encuesta que busque conocer las necesidades del sector en cuanto a las ocupaciones se refieren. Sus aportes serán de gran valía puesto que nos permitirán crear programas de acuerdo con las necesidades de un sector productivo y cumplir con el compromiso que hemos adquirido con la sociedad y el país es general.

Lo invitamos a diligenciar de manera completa y objetiva el siguiente cuestionario con el fin de obtener información valiosa y confiable para la evaluación.

INFORMACION GENERAL DE LA ORGANIZACIÓN

Nombre o Razón Social _____

Entrevistado _____ Cargo _____

Tipo de Organización: Pública ___ Privada ___ ONG ___

Actividad Económica: Turismo –Hotelería.

Tamaño de su empresa

Cuál es el tamaño de su empresa?

Micro _____

Pequeña _____

Mediana _____

Grande _____

Actividad Económica

Su empresa pertenece al sector de:

Educación ____ Portuario y o Naval ____
 Turismo /Hotelería ____ Comercio ____
 Industrial ____

ENCUESTA SOBRE LAS NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación encontrará preguntas de respuesta única y múltiple. Si es de única respuesta marque con una X, si es de múltiple respuesta enumere en orden de importancia de acuerdo a su criterio.

1. Los cursos de formación prestados por Unicolombo permiten satisfacer los requerimientos de nuestra organización:
 Muy de acuerdo ____ De acuerdo ____ En desacuerdo ____
2. El perfil de los estudiantes capacitados en el programa brindado por Unicolombo, me parece bueno y adecuado a los requerimientos del medio laboral.
 Muy de acuerdo ____ De acuerdo ____ En desacuerdo ____
3. Los coordinadores del programa de Administración de Empresas, consultan regularmente mis opiniones como empleador.
 Muy de acuerdo ____ De acuerdo ____ En desacuerdo ____
4. Los contenidos que manejan los programas actuales son poco útiles y/o irrelevantes para el desempeño en mi organización.
 Muy de acuerdo ____ De acuerdo ____ En desacuerdo ____
5. Los estudiantes capacitados con los programas impartidos por Unicolombo combinan adecuadamente el conocimiento teórico y el práctico.
 Muy de acuerdo ____ De acuerdo ____ En desacuerdo ____
6. Los egresados y/o practicantes del programa impartido por Unicolombo muestran facilidad de expresión oral y escrita.
 Muy de acuerdo ____ De acuerdo ____ En desacuerdo ____
7. Los egresados y/o practicantes del programa de Administración de Empresas de Unicolombo, están en condiciones de emitir su propia opinión fundamentada en base al conocimiento recibido.
 Muy de acuerdo ____ De acuerdo ____ En desacuerdo ____
8. Los egresados y/o practicantes de esta carrera pueden diagnosticar problemas y resolverlos.
 Muy de acuerdo ____ De acuerdo ____ En desacuerdo ____
9. Los egresados y/o practicantes de esta carrera muestran una alta motivación para investigar y profundizar sus conocimientos.
 Muy de acuerdo ____ De acuerdo ____ En desacuerdo ____
10. Estoy informado de que en Unicolombo se imparten interesantes y útiles cursos y programas para el perfeccionamiento, actualización y/o capacitación de la comunidad en general?
 Muy de acuerdo ____ De acuerdo ____ En desacuerdo ____

11. Cuando requiero de profesionales relacionados con la Administración, mi organización recurre a la Universidad para cubrir con la oferta laboral
Muy de acuerdo ____ De acuerdo ____ En desacuerdo ____
12. Los directivos del programa y de la institución mantienen un fuerte vínculo con el medio laboral.
Muy de acuerdo ____ De acuerdo ____ En desacuerdo ____
13. A mi juicio, el programa de Administración de Empresas es reconocido porque forma profesionales bilingües de calidad.
Muy de acuerdo ____ De acuerdo ____ En desacuerdo ____
14. El desempeño profesional de los egresados de esta carrera es adecuado para la organización?
Muy de acuerdo ____ De acuerdo ____ En desacuerdo ____
15. Los egresados y/o practicantes de esta carrera se comparan favorablemente, en términos profesionales, con los de otras instituciones.
Muy de acuerdo ____ De acuerdo ____ En desacuerdo ____
16. Priorice las fortalezas que reconoce del programa, frente a otros programas de otras Universidades. **(Es de múltiple respuesta, enumere en orden de importancia de acuerdo a su criterio)**
- ____ Naturaleza de la Universidad
- ____ Prestigio del programa
- ____ Formación integral
- ____ Costos académicos
- ____ Calidad docente
- ____ Plan de estudios acorde con las necesidades del medio
- Otras fortalezas _____

La Dirección del Programa agradece su participación y lo invita seguir aportando con sus comentarios acerca de la pertinencia del programa frente al campo requerido.