

ESTUDIO DE MERCADO DEL PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
EXTENSIÓN FACATATIVÁ EN TÉRMINOS DE CAMPOS DE OCUPACIÓN,
NECESIDADES DEL SECTOR Y COMPETENCIA DEL MERCADO EN SABANA
DE OCCIDENTE.

CAROLINA TORRES BARRERA

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS
Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FACATATIVÁ

2019

ESTUDIO DE MERCADO DEL PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
EXTENSIÓN FACATATIVÁ EN TÉRMINOS DE CAMPOS DE OCUPACIÓN,
NECESIDADES DEL SECTOR Y COMPETENCIA DEL MERCADO EN SABANA
DE OCCIDENTE.

CAROLINA TORRES BARRERA

Asesor: WILSON RICARDO PINILLOS CASTILLO

Magister en dirección de Marketing

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS
Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FACATATIVÁ

2019

NOTA DE ACEPTACION

FIRMA DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, el mejor papá que me permitirme alcanzar los anhelos del corazón, por darme la valentía, fuerza, sabiduría e inteligencia, por hacerme entender que desde mi profesión ÉL hará cosas que mi mente no alcanza a imaginar. Le agradezco a Dios por manifestarse de maneras tangibles en diferentes áreas de mi vida.

De igual forma dedico esta Monografía a mi mamá, ella ha dejado de vivir sus sueños por cumplir los míos, por ayudarme a nunca desistir, por sus oraciones y palabras de sabiduría. A mi padre porque sin palabras me ha enseñado la humildad, compromiso y dedicación para una familia. A mis hermanos por estar dispuestos a animar y expresar su cariño y amor profundo. A mis sobrinos, aunque todavía están pequeños, mi deseo es verlos crecer como personas integrales.

A mi futuro esposo por encontrar las palabras correctas frente a las circunstancias y decir siempre que todo va a estar bien porque estamos en las manos de Dios, a mis amigos de la Universidad que hicieron satisfactoria esta etapa de mi vida.

Agradezco al docente Wilson Ricardo Pinillos Castillo, asesor de esta monografía, por aceptar ser mi consejero y retarme de diferentes maneras, por enseñarme que el conocimiento nunca será suficiente y que cada día junto a una taza de café se puede aprender y reaprender.

Gracias a todos los que con sus palabras y hechos impulsaron este proyecto.

INTRODUCCIÓN

El sistema educativo a nivel profesional debe combinar una metodología teórico-práctica que permita la formación de gerentes integrales que posean diferentes grupos de habilidades para responder a la correcta administración de una organización. El centro de interés de la presente monografía es suministrar información relacionada con el perfil ocupacional de los egresados y los campos laborales de acción, la valoración del su pensum académico frente a los egresados de otras entidades educativas, además del impacto económico-social que han tenido los administradores Udecinos en el sector de Sabana de Occidente, registros que servirán de soporte para la construcción del documento de renovación de registro calificado 2020 del programa de Administración de empresas extensión Facatativá.

Con este estudio se busca evidenciar la situación actual en el mercado educativo, laboral y competitivo del Programa de Administración de empresas extensión Facatativá de la Universidad de Cundinamarca, por lo anterior se evaluarán 3 variables que inciden en el proceso de la renovación de Registro calificado: campos de ocupación, necesidades del sector y competencia del mercado en sabana de occidente.

Para cumplir con el propósito, esta monografía se basa en una investigación del mercado actual y la técnica del Benchmarking para autoevaluar el programa.

JUSTIFICACIÓN

Así como en el mercado de productos y servicios existe una fuerte competencia por fenómenos causados por la globalización y la tecnología, de la misma manera sucede en el mercado laboral y profesional, todos deben evolucionar respecto a las megas tendencias, necesidades y retos, esto con el fin de formar profesionales con habilidades integrales en medio de las organizaciones, sólo sobreviven aquellas instituciones y empresarios capaces de adaptarse, ya no solo es cuestión de fuerza o inteligencia. El programa de Administración de empresas de la extensión de Facatativá de la Universidad de Cundinamarca actualmente adelanta procesos de actualización de curricular, investigaciones, revisión y análisis de los documentos institucionales, además de implementar espacios dialógicos (Acuerdo 008) entre el director del programa y los estudiantes, de esta manera consolidar el proceso de autoevaluación que plantea el CNA para la obtención de la Renovación de Registro Calificado (2020):

“La Autoevaluación, que consiste en el estudio que llevan a cabo las instituciones o programas académicos, sobre la base de los criterios, las características, y los aspectos definidos por el Consejo Nacional de Acreditación. La institución debe asumir el liderazgo de este proceso y propiciar la participación amplia de la comunidad académica en él.”¹

Lo anterior son fases que evalúan el quehacer del actual sistema educativo para así modificarlo de tal manera que cumpla los requisitos que exige el Ministerio de Educación, dicha reestructuración debe estar basada en una visión real de la situación y posición interna y externa del Programa, es por esta razón que la actual monografía responde a la incertidumbre en base a un estudio de mercadeo y Benchmarking institucional.

¹ CONSEJO NACIONAL DE ACREDITACION, Acreditación de programas de pregrado. [en línea]: <https://www.cna.gov.co/1741/article-186377.html>

TABLA DE CONTENIDO

JUSTIFICACIÓN	2
OBJETIVO GENERAL	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
1. MARCOS DE REFERENCIA	10
1.1 MARCO TEÓRICO	10
1.1.1 ESTUDIO DE MERCADO	10
1.1.2 BENCHMARKING	12
1.1.3 CAMPO OCUPACIONAL	15
2. DISEÑO METODOLÓGICO	16
3. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN, PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	17
3.1 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN, PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	1
4. CAPITULO I: PERFIL PROFESIONAL Y OCUPACIONAL	2
4.1 PERFIL PROFESIONAL Y SUS ELEMENTOS	2
4.1.1 (Arnaz, 1981)	3
4.1.2 (Díaz-Barriga, 1999)	3
4.1.3 PERFIL PROFESIONAL ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA	3
4.2 PERFIL OCUPACIONAL	4
4.2.1 (Bastidas y Bolaños)	4
4.2.2 El perfil ocupacional está compuesto por un conjunto de estándares que describen:	4
4.2.3 PERFIL OCUPACIONAL ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA	5
4.3. ASCOLFA: PERFIL DEL ADMINISTRADOR	6
4.4 ENCUESTA	9
4.4.1 ¿QUÉ ES?	9
4.4.2 ENCUESTA SEGÚN NARESH:	9
4.4.3 MODELO DE ENCUESTA:	10

4.4.4 SECCIONES Y PREGUNTAS DE LA ENCUESTA	11
4.5 TAMAÑO DE LA MUESTRA DE GRADUADOS Y MUESTREO ESTRATIFICADO	12
4.6.1 Año 2014	15
4.6.2 Año 2015	17
4.6.3 Año 2016	19
4.6.4 Año 2017	21
4.6.5 Año 2018	23
4.6.6 Año 2019	25
4.7 ANALISIS ESPECIFICO POR VARIABLES DE ESTUDIO	27
4.7.1 Último estudio realizado vs Cargo por niveles	28
4.7.2 Año graduación vs Experiencia laboral	29
4.7.3 Uso de conocimiento adquirido en la Universidad vs Nivel del Cargo que ocupa actualmente	30
4.7.5 Formación de posgrado que ha pensado realizar vs Nivel del Cargo que ocupa	31
4.7.6 Formación de posgrado que ha pensado realizar vs Área en la que ha pesado continuar sus estudios	33
4.7.7 Sector en el que está empleado vs Año de graduación	35
4.7.4 Salario vs Nivel del Cargo que ocupa	36
4.7.8 Sector en el que está empleado vs Área en que se considera mejor capacitado en la Universidad	37
4.7.9 Canal que le permitió conseguir el actual empleo vs Sector en el que está empleado	39
5. CAPITULO II: IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y SOCIOCULTURAL	41
5.1 IMPACTO SOCIAL:	41
5.2 MEDICIÓN IMPACTO SOCIAL:	41
5.2.1 PROCESO MEDICIÓN DE IMPACTO SOCIAL	42
5.3 ANÁLISIS DE PROYECCIÓN SOCIAL EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS	46
5.4 RESULTADOS IMPACTO SOCIAL	46
5.4.1 Cantidad de eventos de Proyección social por tiempo	47
5.4.2 Población objetivo más constante / Objetivos de desarrollo sostenible por segmentos de población	48

5.4.3 Porcentaje de cumplimiento (5 FASES del Modelo COMISION EUROPEA) por año.	49
6. CAPITULO III BENCHMARKING (ANALISIS DE COMPETITIVIDAD)	55
6.1 BENCHMARKING A NIVEL LATINOAMERICA, NACIONAL Y LOCAL	55
6.2 ELEMENTOS ASCOLFA vs PERFIL OCUPACIONAL Y PROFESIONAL	55
6.3 DESCRIPCIÓN UNIVERSIDADES A NIVEL LATINOAMERICANO	58
6.3.1 INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY	58
6.3.2 UNIVERSIDAD DE CHILE	59
6.4. DESCRIPCIÓN UNIVERSIDADES A NIVEL NACIONAL	59
6.4.1 UNIVERSIDAD DE LOS ANDES	59
6.4.2 UNIVERSIDAD NACIONAL	60
6.5 DESCRIPCIÓN UNIVERSIDADES A NIVEL LOCAL	61
6.5.1 POLITECNICO GRAN COLOMBIANO	61
6.6 FACTORES DE ACREDITACIÓN SEGÚN EL CNA (CONSEJO NACIONAL DE ACREDITACIÓN)	63
6.7 ANÁLISIS MPC POR NIVELES	64
6.7.1 LATINOAMÉRICA	64
6.7.2 NACIONAL	67
6.7.3 LOCAL	70
CONCLUSIONES	74
RECOMENDACIONES	76
BIBLIOGRAFIA	77
WEBGRAFIA	78

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Fases y Pasos para la Investigación	11
Tabla 2: Tipos de Benchmarking según Prieto Jorge y R. Boxwell	14
Tabla 3: Técnicas de recolección, procesamiento y análisis de datos	1
Tabla 4: Tamizaje Ascolfa Perfil del administrador	8
Tabla 5: Tipos de encuesta según Naresh	10
Tabla 6: Secciones y preguntas de la encuesta realizada	11
Tabla 7: Tamaño de la muestra	13
Tabla 8: Estratificación	14
Tabla 9: Muestra Real	14
Tabla 10: Variables Cruzadas	28
Tabla 11: Población objetivo más constante	48
Tabla 12: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2014	49
Tabla 13: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2015	50
Tabla 14: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2016	51
Tabla 15: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2017	52
Tabla 16: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2018	53
Tabla 17: Universidades seleccionadas para el Benchmarking	55
Tabla 18: ASCOLFA Vs Universidades del Benchmarking	57
Tabla 19: MPC Universidades Latinoamérica	65
Tabla 20: MPC Universidades Nacional	68
Tabla 21: MPC Universidades Locales	71

INDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Último estudio realizado Vs Cargo por niveles	29
Gráfica 2: Año graduación Vs Experiencia laboral	30
Gráfica 3: Uso de conocimiento adquirido en la Universidad Vs Cargo que ocupa actualmente	31
Gráfica 4: Salario Vs Nivel del cargo que ocupa	36
Gráfica 5: Formación que ha pensado realizar Vs Nivel del cargo que ocupa	32
Gráfica 6: Formación de Posgrado que ha pensado realizar Vs Área en al que ha pensado continuar sus estudios	34
Gráfica 7: Sector en el que está empleado Vs Año de graduación	35
Gráfica 8: Sector en el que está empleado Vs Área en que se considera mejor capacitado en la Universidad	37
Gráfica 9: Canal que le permitió conseguir el actual empleo Vs Sector en el que está empleado	39
Gráfica 10: Cantidad de eventos proyección social en el tiempo	47
Gráfica 11: Población objetivo más constante	48
Gráfica 12: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2014	49
Gráfica 13: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2015	50
Gráfica 14: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2016	51
Gráfica 15: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2017	52
Gráfica 16: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2018	53

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Los 7 Pasos de del Benchmarking según Consultora Waterhouse	12
Gráfico 2: Proceso de Benchmarking en 8 pasos según Prieto Jorge Eliecer.	13
Gráfico 3: Condiciones de impacto social según Prieto Sophie Robin.	42
Gráfico 4: 5 fases para la Medición del impacto según la CE	43
Gráfico 5: Objetivos Desarrollo Sostenible	45

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

PROBLEMA:

La Inexistencia de un estudio de mercado actualizado del programa de Administración de empresas extensión Facatativá de la Universidad de Cundinamarca en términos de campos de ocupación, impacto social y competencia del mercado en sabana de Occidente, incide directamente en el proceso de renovación de registro calificado, generando vulnerabilidad frente al mercado laboral de Sabana de Occidente al no conocer el estado actual del mismo y los reto que de él se derivan.

PREGUNTA DE INVESTIGACION

¿Cómo determinar la situación actual del programa Administración de empresas extensión Facatativá en términos de campos de ocupación, impacto social y competencia del mercado en sabana de Occidente?

SUBPREGUNTAS DE INVESTIGACION

- ¿Qué características presenta el perfil ocupacional de los egresados de los últimos 5 años del programa de Administración de empresas extensión Facatativá?
- ¿Cuál es el impacto social de la universidad de Cundinamarca extensión Facatativá en la sabana de Occidente en cuanto a las actividades de extensión realizadas en los últimos 5 años?
- ¿Cómo se puede medir el posicionamiento en el mercado del programa de administración de empresas frente a otras instituciones educativas con líneas de enseñanza similares a nivel Latino Americano, nacional y local?

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de mercado orientado a la descripción de la situación actual del programa Administración de empresas extensión Facatativá en términos de campos de ocupación, impacto social y competencia del mercado en sabana de Occidente como aporte a la construcción del documento de renovación de registro calificado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar el perfil profesional y ocupacional de los egresados de los últimos 5 años del programa administración de empresas de la extensión Facatativá.
- Analizar el impacto social de la universidad de Cundinamarca extensión Facatativá en la sabana de Occidente en cuanto a las actividades de extensión realizadas en los últimos 5 años.
- Establecer un análisis comparativo del programa de administración de empresas por medio de la referenciación (Benchmarking) frente a otras instituciones educativas con líneas de enseñanza similares a nivel Latino Americano, nacional y local.

1. MARCOS DE REFERENCIA

1.1 MARCO TEÓRICO

1.1.1 ESTUDIO DE MERCADO

La Asociación Estadounidense de Mercadotecnia define la investigación de mercados como:

La encargada de enlazar la organización con el mercado objetivo por medio de la recopilación de información. Dicha información permite la identificación y definición de las oportunidades y problemas de mercado, y así a partir de estas establecer el desarrollo y la evaluación de los planes de acción (estrategias), lo anterior realizado de una manera sistemática. Las fases del proceso son: recopilar información, administrar la recolección de información, analizar e interpretar los resultados para finalmente comunicarlos a quienes toman las decisiones ²

1.1.1.2 Función

Es necesario conocer el perfil del estudiante egresado Udecino, recolectando datos que caractericen su perfil profesional y ocupacional, el quehacer de la universidad tiene como centro (clientes) a los estudiantes por esa razón se requiere recopilar información que refleje la realidad actual.

Se menciona que el papel de la investigación de mercados consiste en “recopilar y reunir, de muchas fuentes, información sobre los clientes...los datos pueden ser internos -por las relaciones de los clientes con la compañía— o externos -a través de **encuestas** y otros métodos de recolección” ³

² HAIR J, BUSH ROBERT, ORTINAU D. Investigación de mercados. (4a. ed. 2010.) McGraw-Hill Interamericana [en línea]: <https://e-biblioteca.ucundinamarca.edu.co:2059/stage.aspx?il=&pg=&ed=256> Pág. 4.

³ . Ibid. Página 5- 6

Un estudio de mercadotecnia arroja datos que reflejan el diagnóstico organizacional frente al mercado, los resultados determinarán si se necesitan, modificaciones, eliminaciones, o sustitución de los diferentes procesos que involucran la satisfacción del cliente, el *análisis situacional* evalúa los siguientes componentes:

- Localización e identificación de nuevas oportunidades de mercado para la organización.
- Identificación y estratificación de clientes en un mercado con necesidades, características o preferencias similares
- Identificación de las ventajas y desventajas frente a los competidores actuales y potenciales, a fin de medir el desempeño.

1.1.1.3 Proceso de Investigación

La investigación consta de cuatro fases definidas e interrelacionadas, cada fase la compone sus pasos respectivos para la transformación de datos a información:

FASES Y PASOS PARA LA INVESTIGACIÓN	
FASE 1: Determinar el problema de investigación	<ul style="list-style-type: none"> ✓Paso 1: Identificar y aclarar las necesidades de información ✓Paso 2: Definir el problema y las preguntas de investigación ✓Paso 3: Especificar los objetivos de investigación y corroborar el valor de la información
FASE 2: Seleccionar el diseño de la investigación	<ul style="list-style-type: none"> ✓Paso 4: Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos ✓Paso 5: Trazar el plan de muestreo y calcular el tamaño de la muestra ✓Paso 6: Examinar los aspectos y escalas de medición ✓Paso 7: Diseño y prueba piloto del cuestionario
FASE 3: Ejecutar el diseño de la investigación	<ul style="list-style-type: none"> ✓Paso 8: Recopilar y preparar los datos ✓Paso 9: Analizar los datos ✓Paso 10: Interpretar los datos para generar conocimiento
FASE 4: Comunicar los resultados de la Investigación.	<ul style="list-style-type: none"> ✓Paso 11: Preparar y presentar el informe final

Tabla 1: Fases y Pasos para la Investigación
Elaboración propia Basado en: Ibid. Pág. 40,42

1.1.2 BENCHMARKING

Conocido como una técnica administrativa y estratégica, en esta se pretende mejorar el desempeño de la organización en el mercado, su estrategia se basa en la observación y análisis de la competencia. Algunas de las definiciones, características y proceso para el benchmarking son:

1.1.2.1 Benchmarking como Mega tendencia administrativa

Prieto Jorge menciona la definición de International Benchmarking Clearinghouse “Proceso de **comparar y medir** continuamente una organización con los líderes del negocio en cualquier parte del mundo para obtener más información que ayude a la empresa a **tomar medidas** para mejorar su propio desempeño”.⁴El proceso implementado por la consultora Price Waterhouse consta de 7 pasos:

7		PASOS DEL Benchmarking	
Consultora Price Waterhouse			
01	Definir el alcance del estudio		
02	Establecer indicadores de desempeño.		
03	Seleccionar socios para el Benchmarking		
04	Recopilar información		
05	Efectuar análisis comparativo		
06	Análisis crítico de resultados.		
07	Implementar plan de mejoramiento.		

Gráfico 1: Los 7 Pasos de del Benchmarking según Consultora Waterhouse (Elaboración propia en Visme)

⁴ PRIETO J. (2011). Gestión Estratégica Organizacional. *La mega tendencia Administrativas* (pp. 203-205) Ecoe ediciones

1.1.2.2 Benchmarking como elemento para competir con ventaja

B. Boxwell en su libro Benchmarking para competir con ventaja, lo define como: “aprender de los otros. Identificarlos, estudiarlos y mejorar basándose en lo que se ha aprendido”⁵. A continuación, se evidencia el proceso de benchmarking planteado por Boxwell, este puede ser aplicado a la mayoría de las organizaciones:



Gráfico 2: Proceso de Benchmarking en 8 pasos según Prieto Jorge Eliecer.
(Elaboración propia en Visme)

⁵ BOXWELL R. (1997). Benchmarking para competir con ventaja, ¿Qué es el benchmarking (pp 15) Mc Graw Hill

1.1.2.3 Tipos de Benchmarking según Prieto Jorge y R. Boxwell.

TIPOS DE BENCHMARKING SEGÚN:		
	PRIETO JORGE	R. BOXWELL
SEGÚN EL PROCESO ESTUDIADO	Benchmarking Interno: Comparación de los procesos de diferentes áreas de la misma organización para ampliarlos a toda empresa.	Benchmarking interno: Es una técnica de dentro hacia fuera. Primero debemos aprender de lo más próximo, pero debemos llegar a lo más lejano.
	*Benchmarking Competitivo: Compara procesos de empresas competidoras de la misma industria con base en acuerdo de voluntades de las partes	*Benchmarking competitivo: Comparación con la competencia durante años...no se trata sólo de saber quién lo hace mejor, sino de aprender de él, para poder hacerlo igual, y si es posible mejor.
	Benchmarking Funcional: Compara procesos entre empresas de la misma industria que no son competidoras entre sí.	Benchmarking genérico: Buscar quién es el mejor en las actividades que se quieren perfeccionar, ya sea una empresa nacional o extranjera.
	Benchmarking Genérico: Compara procesos de empresas similares de distintos factores.	
SEGÚN OBJETIVO DE ANÁLISIS	Benchmarking Estratégico: Compara factores críticos de éxito para mejorarlos	
	Benchmarking Funcional: Compara procesos internos de mercadeo y servicio al cliente para lograr una mayor satisfacción de este.	
	Benchmarking Operativo: Compara procesos operativos entre áreas de la empresa para mejorar la productividad y la toma de decisiones.	

Tabla 2: Tipos de Benchmarking según Prieto Jorge y R. Boxwell
Elaboración propia

1.1.3 CAMPO OCUPACIONAL

1.1.3.1 PROFESIONALES EN LOS MERCADOS DE TRABAJO

La calidad en la educación superior es un elemento fundamental para la construcción, transformación y evolución de la economía en una sociedad, el desarrollo y funcionalidad de dicha economía requiere de profesionales altamente capacitados que proporcionen crecimiento a la nación promoviendo el bienestar y la calidad de vida de la comunidad. La variedad de carreras abarca diferentes campos de acción en las organizaciones por tal razón es imprescindible que los graduados del programa de Administración de empresas extensión Facatativá logren un proceso exitoso de vinculación a los mercados laborales del sector en sabana de Occidente y en el resto del país.



Se puede inferir que el nivel profesional es directamente proporcional al nivel de ocupación (cargo) en las empresas. La **entidad nacional** (empleabilidad) es el Observatorio Laboral para la Educación,⁶ siendo este un sistema de información especializado para el análisis de la pertinencia en la educación superior a partir del seguimiento a los graduados del país y su empleabilidad en el mercado laboral colombiano.

⁶MINISTERIO DE EDUCACION, Sistema Nacional de información de la educación superior. [en línea]: <https://www.mineducacion.gov.co/sistemasinfo/Sistemas-de-Informacion-en-Ed-Superior-especializados/212301:Observatorio-Laboral-para-la-Educacion>

2. DISEÑO METODOLÓGICO

La presente monografía es una investigación **Mixta** ya que se abordan elementos y resultados de tipo cualitativo y cuantitativo, además de tener un alcance **descriptivo** ya que se pretende “especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”⁷ .

Con el estudio se describe la situación profesional y ocupacional del Egresado de los últimos 5 años, la recolección de datos se realizó mediante una encuesta enviada por correo electrónico. Por otro lado, se analiza las acciones proyección social del programa en sabana de Occidente y su impacto social en la comunidad en los últimos 5 años, finalmente se compara diferentes variables en el diseño y funcionalidad del programa de administración de empresas por medio de la referenciación (Benchmarking) frente a otras instituciones educativas con líneas de enseñanza similares a nivel Latinoamericano, Nacional y Local.

⁷ HERNANDEZ S. Metodología de la Investigación, Mc Graw Hill [en línea]: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf> Pág. 98

3. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN, PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Chávez Dennis define las técnicas y recolección de datos de la siguiente manera:

“La recolección de datos se refiere al proceso de obtención de información empírica que permita la **medición** de las **variables** en las unidades de análisis, a fin de obtener los datos necesarios para el estudio del problema o aspecto de la realidad social motivo de investigación. Según J. Galtung, la recolección de datos se refiere al proceso de llenado de la **matriz** de datos”⁸

En la tabla 3 se evidencia cada una de las fases aplicadas a cada objetivo de la monografía, posteriormente presentado como capítulos respectivamente:

CAPITULO 1: La **población objetivo** corresponde a una muestra de 176 egresados hallada por muestreo estratificado, la **técnica** adecuada para la recolección de datos fue dada por una encuesta diseñada en Google Forms, se resalta que las **variables** tomadas en cuenta corresponden a los diferentes componentes del perfil profesional y ocupacional, de la misma manera se evidencian los criterios del perfil del administrador según ASCOLFA (Asociación Colombiana de Facultades de Administración). Finalmente, el **resultado** es convertido a información evidenciando la Caracterización del perfil graduado y su nivel de cumplimiento según las variables establecidas inicialmente.

CAPITULO 2: El **objeto de estudio** corresponde a las actividades de Proyección social realizadas en los últimos 5 años, la **técnica** adecuada para la recolección de datos fue la observación de los diferentes documentos institucionales, se resalta que las **variables** tomadas en cuenta corresponden al método propuesto por la COMISION EUROPEA para la medición del impacto social. Finalmente, el **resultado** evidenciado en la verificación y calificación del impacto.

⁸ CHAVEZ DENNIS, conceptos y técnicas de recolección de datos en la investigación Jurídico social. [en línea]: https://www.unifr.ch/ddp1/derechopenal/articulos/a_20080521_56.pdf . Pag 6

CAPITULO 3: El **objeto de estudio** corresponde al Programa de Administración de empresas de la Universidad de Cundinamarca, extensión Facatativá frente al mercado y la competencia (6 Universidades a nivel: Latinoamericano, Nacional y local), la **técnica** adecuada para la recolección de datos fue la observación e investigación de documentos institucionales en las páginas web de cada una de las Universidades , se resalta que las **variables** tomadas en cuenta corresponden a los factores de acreditación según el CNA (Consejo Nacional de Acreditación), el **resultado** evidenciado en la Matriz MPC y posteriormente analizado.

3.1 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN, PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

CAPITULO/OBJETIVO	POBLACION/MUESTRA /OBJETO DE ESTUDIO	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	VARIABLES / CRITERIOS	TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS PARA LA CONVERSIÓN A INFORMACIÓN
CAPITULO 1: Identificar el perfil profesional y ocupacional de los egresados de los últimos 5 años del programa administración de empresas de la extensión Facatativá	Subpoblación seleccionada por muestreo estratificado: 140 egresados Total, de encuestados: 148	1. Encuesta por medio de plataformas digitales (correo electrónico). 2. Llamadas telefónicas	1. Elementos del perfil profesional y ocupacional. 2. Perfil del administrador (ASCOLFA)	1. Codificación. 2. Tabulación 3. Tablas de frecuencia lineales y multivariadas. 4. Análisis cualitativo y descriptivo (Caracterización del perfil del Graduado)
CAPITULO 2: Analizar el impacto económico-social de la universidad de Cundinamarca extensión Facatativá en la sabana de Occidente en cuanto a las actividades de extensión realizadas en los últimos 5 años	Actividades de proyección social del programa realizadas en los últimos 5 años.	1. Observación de Documentos institucionales (informes, trabajos de grado compartidos por DRIVE por el docente Odair Triana)	1. COMISIÓN EUROPEA, métodos propuestos para la medición del impacto social	1. Tabulación de resultados para la agrupación de estos 2. Organizadores Visuales necesarios (Tablas, cuadros, listas, graficas) 3. Análisis cualitativo y descriptivo (Verificación y cualificación del impacto)
CAPITULO 3: Establecer un análisis comparativo del programa de administración de empresas por medio de la referenciación (Benchmarking) frente a otras instituciones educativas con líneas de enseñanza similares.	Universidades o entidades educativas que oferten líneas de enseñanza similares a programa. Muestra: 6 Universidades a nivel: Latinoamericano, Nacional y Local.	1. (Observación) Investigación en la WEB, (Documentos institucionales)	1. Factores de acreditación según el CNA (Consejo Nacional de Acreditación) 2. Perfil del administrador (ASCOLFA)	1. Tabulación de resultados para la agrupación de estos 2. Organizadores Visuales necesarios (MPC) 3. Análisis estadístico y descriptivo

Tabla 3: Técnicas de recolección, procesamiento y análisis de datos

4. CAPITULO I: PERFIL PROFESIONAL Y OCUPACIONAL

Las entidades de educación superior tienen la responsabilidad de diseñar metodologías y estrategias funcionales para cultivar el perfil profesional y ocupacional del estudiante, las herramientas cultivadas permitirán la integridad e idoneidad en el campo laboral.

“La formación ocupacional y profesional nace de necesidades específicas de instituciones claramente constituidas, ya sean oficiales o de iniciativa privada. Este sistema de formación obedece a principios semejantes a los que fundamentan y explican el sistema educativo. El proceso de formación parte de un estudio de **necesidades** presentes y futuras a corto y a medio plazo, enfocado a los usuarios del proceso: productores de bienes y servicios, expertos en formación y los propios sujetos de formación. Estas necesidades debidamente analizadas, jerarquizadas y sistematizadas, serán la pauta que indique el derrotero que habrá de seguir el **proceso de formación**”⁹

La universidad de Cundinamarca diseña procesos de aprendizaje y formación para los estudiantes a fin de que los mismos tengan la capacidad y habilidad de responder a las necesidades sociales a nivel local, nacional e internacional. A medida que el mercado cambia de la misma manera debe evolucionar el Plan Educativo Universitario.

4.1 PERFIL PROFESIONAL Y SUS ELEMENTOS

A continuación, se enuncian diferentes definiciones perfil profesional con el fin de contextualizar el contenido del primer objetivo de la presente monografía:

⁹ SOSA TREVIÑO y TEJADA FERNÁNDEZ, Las teorías implícitas en la formación ocupacional y profesional, [en línea]: <https://www.raco.cat/index.php/Educar/article/viewFile/42300/90231> Pág. 2

4.1.1 (Arnaz, 1981)

“Hace referencia tanto al producto de una **experiencia educativa** como a las **características** que posee un sujeto, descripción de las características que se requieren del profesional para abarcar y **solucionar las necesidades sociales**. Un individuo se constituirá como profesional después de haber participado en el sistema de instrucción”¹⁰

4.1.2 (Díaz-Barriga, 1999)

“Definido como un conjunto de **conocimientos, habilidades y actitudes** que delimitan el ejercicio profesional. El perfil profesional se elabora luego de haber establecido los fundamentos del proceso curricular y forma parte de un proceso, es una etapa dentro de la Metodología de **Diseño Curricular**.”¹¹

Por lo anterior se puede inferir que el Perfil profesional está dado por las diferentes competencias y áreas que se adquieren en la formación educativa, la construcción de este modelo se plantea en el diseño curricular del programa y las diferentes metodologías educativas empleadas, las instituciones educativas tienen el compromiso de instruir en el saber, saber ser y saber hacer de los estudiantes con el fin de desarrollar seres integrales capaces de ser gestores de cambio social dispuestos a solucionar las necesidades de las organizaciones y la comunidad .

4.1.3 PERFIL PROFESIONAL ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

El Administrador de Empresas de la Universidad de Cundinamarca, es **gestor integral** de procesos que se generan al interior de las organizaciones públicas y privadas, con capacidad investigativa, conocedor del entorno y realidad nacional, con **conocimiento** del

¹⁰MORENO J., Perfiles profesionales y valores relativos al trabajo. [en línea]: http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-42212014000200003

¹¹ Ibid.

contexto global y de los negocios con espíritu empresarial y gerencial que le permitan solucionar problemas y tomar decisiones. Puede crear su propia empresa, concibiendo proyectos empresariales innovadores en diversos sectores de la economía. Competente para generar estrategias que contribuyan al mejoramiento continuo de las empresas con sentido ético, **responsabilidad social** y ambiental.

Por lo anterior el perfil profesional del Graduado en Administración de empresas de la Universidad de Cundinamarca si reúne los diferentes elementos en el diseño curricular, cumpliendo así con los conocimientos, habilidades y actitudes que promulguen la responsabilidad social.

4.2 PERFIL OCUPACIONAL

4.2.1 (Bastidas y Bolaños)

El perfil ocupacional es la descripción de las **habilidades** que un **trabajador** debe tener para **ejercer eficientemente un puesto**. Dicho perfil comprende también componentes, actitudinales (capacidades éticas, liderazgo, inteligencia emocional, entre otras), habilidades y destrezas que se requiere para el desempeño de una función, cargo o responsabilidad. Este tipo de perfiles ocupacionales en la **teoría administrativa** forman parte del **análisis y la descripción de cargos**, que tanto el Estado o la empresa privada necesita como un elemento para la selección de personal¹²

4.2.2 El perfil ocupacional está compuesto por un conjunto de estándares que describen:

- Los **resultados** que un trabajador debe lograr en el desempeño de una función laboral.
- Los **contextos** en los que ocurre ese desempeño.

¹² BASTIDAS ANTONIO y BOLAÑOS SONIA, Elementos para la construcción de un perfil para el gerente social en un entorno globalizado, [en línea]: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3642161.pdf> Pág. 7

- Lo que debe **saber**.
- Las **habilidades** que debe poseer.
- Las **actitudes** que debe mostrar.
- Las evidencias que debe aplicar para demostrar su competencia.

Este conjunto de estándares responde al que sería el **desempeño óptimo del trabajador**. Un perfil ocupacional es la descripción que hace un profesional o trabajador respecto a sus competencias, habilidades y destrezas para desempeñarse eficientemente en un determinado puesto laboral¹³

El perfil ocupacional puede ser definido como la capacidad, aptitud e idoneidad para el desempeño laboral en cierto cargo en medio de las organizaciones, cada carrera universitaria ofrece según la formación impartida diferentes áreas y/o cargos que el graduado será capaz de llevar a cabo en la experiencia laboral.

4.2.3 PERFIL OCUPACIONAL ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

El egresado del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cundinamarca se puede desempeñar en las siguientes actividades:

- Gerente General de organizaciones públicas o privadas. Director de áreas funcionales de organizaciones regionales, nacionales e internacionales.
- Gerente de proyectos públicos y privados.
- Asesor y/o consultor en las distintas organizaciones.
- Gerente de su propia empresa.

¹³ SERCA CORPORATIVO, ¿Que es un perfil ocupacional y cómo elaborarlo? [en línea]: <http://corporativoserca.com/blog/que-es-un-perfil-ocupacional-y-como-elaborarlo/>

- Docente y/o investigador.
- Gestor del desarrollo.

Por esta razón el perfil ocupacional prometido del Graduado en Administración de empresas de la Universidad de Cundinamarca evidencia diferentes áreas de desempeño en medio de las organizaciones, con el fin de que ejerzer eficientemente el puesto según lo requiera la empresa.

4.3. ASCOLFA: PERFIL DEL ADMINISTRADOR ¹⁴

Esta entidad nacional define en una matriz para tamizaje los conocimientos que se deben evidenciar en el profesional al finalizar la formación del Programa, algunos de los elementos generales extraídos se presentan a continuación por áreas de conocimiento:

ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIONES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir estrategias que busquen equilibrar intereses a corto plazo con objetivos de sostenibilidad de la organización en el largo plazo y la conduzcan a la perdurabilidad 2. Adoptar una postura ética al tomar decisiones administrativas y considerar las consecuencias de las operaciones de una organización en torno a la sociedad en la que actúa 3. Conocer y enunciar la evolución que ha tenido el pensamiento administrativo y cómo las teorías y modelos que explican la naturaleza de las organizaciones apoyan la práctica administrativa. 4. Analizar y evaluar la estructura de una organización, la importancia que en esta tienen la racionalización y formalización, y las relaciones de poder, integración, coordinación y comunicación. 5. Comprender los fundamentos teóricos del comportamiento de los individuos, los grupos y las organizaciones, en el contexto de los procesos organizacionales. 6. Identificar la función y los procesos de gestión humana y de manera estratégica aplicar técnicas para la gestión del personal en diferentes contextos organizacionales.
---------------------------------	---

¹⁴ ASCOLFA, Matrices para tamizaje. [en línea]: http://www.ascolfa.edu.co/wp-content/uploads/2015/01/MATRICES_PARA_TAMIZAJE.pdf

FINANZAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar, analizar y comprender las diferentes teorías y modelos comúnmente reconocidos para la toma de decisiones orientadas a la maximización de la utilidad financiera de las organizaciones tomando en cuenta las restricciones que impone el entorno desde el punto de vista financiero. 2. Identificar, analizar y comprender la forma como los seres humanos deciden utilizar recursos productivos escasos, como el capital, el trabajo, la tierra y el conocimiento, con el objetivo de producir bienes y servicios, y distribuirlos entre los distintos miembros de la sociedad para satisfacer sus necesidades.
MERCADERO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entender e interpretar el entorno para aprovecharlo en sus decisiones de negocio. 2. Formular un requerimiento de información relacionado con un mercado, justificarlo e interpretar un informe de investigación elaborado para apoyar la toma de decisiones a nivel gerencial 3. Reconocer los pasos y los roles de quienes intervienen en un proceso de adquisición, apropiación y consumo de un producto, así como interpretar este fenómeno para ofrecer alternativas de abordar el mercado 4. comprender la importancia de los diferentes componentes del producto para satisfacer los deseos del consumidor 5. comprender el funcionamiento de la comunicación integral de mercadeo, sus objetivos y su impacto 6. comprender los factores que afectan la fijación de precios) 7. Identificar e interpretar las condiciones de distribución 8. comprender la importancia del cliente para la organización y el proceso de administración.

PRODUCCION Y OPERACIONES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estructurar y analizar la forma en que los procesos ilustran e indican la secuencia y los componentes propios del desarrollo de las diferentes tareas y actividades de la organización. Interpretar y analizar que su identificación, diseño y normalización es de naturaleza estratégica y requiere de una alta coordinación interfuncional; toda vez que su valoración y mejoramiento están orientados a la creación de valor para la organización y el entorno dentro del cual actúa. 2. Satisfacer en forma más estrecha los requerimientos de los clientes y la generación de una postura competitiva; por lo que induce la importancia del análisis de los diferentes esquemas de mejoramiento aplicables en las operaciones de manufactura y servicios de las organizaciones que contribuyan al incremento de la productividad y el mejoramiento de los indicadores de gestión en la cadena de valor. 3. Generar y aplicar modelos matemáticos y procedimientos cuantitativos para establecer indicadores de desempeño y planear e implementar con base firme y certera procedimientos de mejoramiento que procuren la eficiencia en la utilización de los recursos.
ELECTIVA INTERNACIONAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interpretar el desarrollo del contexto económico y político internacional y el fenómeno de la globalización con sus implicaciones económicas, sociales, políticas, tecnológicas y culturales; sus efectos en el desarrollo de los procesos de integración económica y política internacional y sus efectos en las decisiones empresariales. 2. Analizar e interpretar el entorno nacional e internacional con el fin de implementar estrategias de internacionalización empresarial con base en los aspectos claves de la gerencia Internacional, el comercio exterior y la negociación internacional.
ELECTIVA SERVICIOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar las teorías del servicio y los elementos básicos e integradores del servicio 2. Reconocer la importancia de la ética en la prestación de los servicios y propone códigos de ética. 3. Reconocer las diferencias entre servicios y productos 4. Describir las tendencias y el impacto del servicio 5. Proponer acciones de retroalimentación y monitoreo de servicio

Tabla 4: Tamizaje Ascolfa Perfil del administrador

Los elementos identificados anteriormente son clasificados con el fin de identificar en el perfil profesional y ocupacional de la Universidad los elementos que se cumplen, estos mismos se toman en cuenta para la formulación y realización del

diseño de la encuesta a los egresados y finalmente hace parte de una de las variables usadas en la MPC en el Capítulo III.

4.4 ENCUESTA

4.4.1 ¿QUÉ ES?

“La encuesta es un método que se realiza por medio de **técnicas de interrogación**, procurando conocer aspectos relativos a los grupos...Una encuesta sirve para recopilar datos, como conocimientos, ideas y opiniones de grupos; aspectos que analizan con el propósito de determinar rasgos de las personas, proponer o establecer relaciones entre las **características de los sujetos**, lugares y situaciones o hechos”¹⁵. La encuesta viene a ser un método descriptivo para hallar caracterizaciones, ideas necesidades, preferencias, hábitos, etc. Para la presente monografía este mecanismo permitirá la identificación del perfil profesional y ocupacional de los egresados de la universidad en Sabana de Occidente, a fin de hallar las características predominantes de la muestra

4.4.2 ENCUESTA SEGÚN NARESH:

Para Naresh la encuesta es una técnica de la **investigación descriptiva**, siendo esta un “cuestionario estructurado que se aplica a la muestra de una población. Su objetivo es obtener información específica de los participantes. La técnica más usada es la encuesta directa estructurada, en ella la recolección de los datos se realiza de forma estructurada, con un cuestionario formal (preguntas de alternativa fija) y sin ocultar el propósito del estudio”¹⁶

¹⁵ TORRES M., Métodos de recolección de datos para una investigación, [en línea]:

https://www.researchgate.net/publication/265872831_METODOS_DE_RECOLECCION_DE_DATOS_PARA_UNA_INVESTIGACION UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR Pag 3

¹⁶ NARESH, Investigación de mercados. [en línea]:

http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/517/Investigacion_de_Mercados.pdf Pág. 14

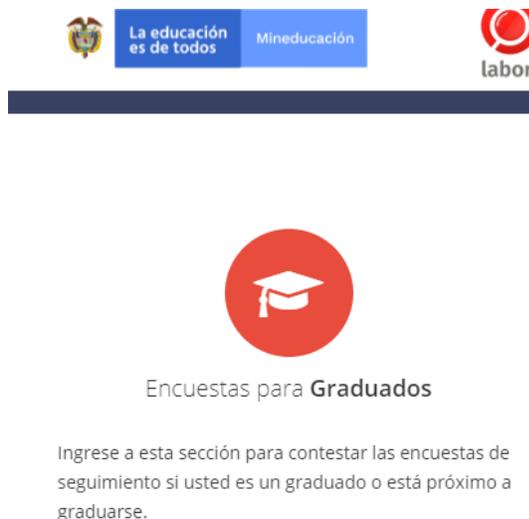
TIPOS DE ENCUESTA SEGÚN NARESH	
Encuesta telefónica	Tradicional Asistida por computador
Encuesta personal	En casa En centros comerciales Asistida por computador
Encuesta por correo	Correo Panel por correo
Encuesta electrónica	Correo electrónico Internet

Tabla 5: Tipos de encuesta según Naresh

Para efectos de la monografía se realizó una encuesta electrónica enviada por correo electrónico a la base de datos de graduados de los últimos 5 años, de la misma manera se realizó la invitación a contestar vía telefónica.

4.4.3 MODELO DE ENCUESTA:

El principal modelo de encuesta que es tomado como referencia es la realizada por el MINISTERIO DE EDUCACIÓN¹⁷, la misma va dirigida para los graduados de todas las carreras universitarias en todo el país.



¹⁷ MINISTERIO DE EDUCACION, Encuesta Graduados. [en línea]: <http://encuestasole.mineducacion.gov.co/hecaa-encuestas/>

Bienvenido

Apreciado graduando/graduado

Gracias por brindarnos su colaboración con el diligenciamiento de la Encuesta de Seguimiento a Graduados, la cual es de gran valor estratégico para analizar los avances en la calidad de la educación superior. La encuesta está dividida en secciones y el tiempo máximo estimado para completarla es de 20 minutos. Una vez ingrese por primera vez, usted cuenta con siete días para terminar la encuesta y durante este tiempo podrá cerrar la sesión en cualquier momento, así como editar la información suministrada con la posibilidad de retomar desde la última parte diligenciada, ingresando nuevamente su número de identificación.

Acuerdo de confidencialidad:

Con el ingreso al formulario usted autoriza que la información recolectada sea utilizada para fines académicos, de mejoramiento institucional y orientación de políticas públicas obligando al Ministerio de Educación Nacional y a la Institución de Educación Superior de la cual es usted graduando o graduado a mantener la confidencialidad de los datos suministrados de acuerdo a la normatividad vigente, entre otras la [Ley 1581 de 2012](#) a partir de la cual se dictan disposiciones generales para la protección de la información.

Por favor seleccione su tipo de identificación y digite su número de identificación:

4.4.4 SECCIONES Y PREGUNTAS DE LA ENCUESTA

Como se evidencia en el Anexo 1 la encuesta consta de 23 preguntas clasificadas de la siguiente manera:

	PREGUNTAS DE IDENTIFICACION	Nombres y apellidos, Número de Cédula de Ciudadanía, Número de teléfono fijo o celular, Correo electrónico Personal o Institucional, preguntas 1,3,4.
	PREGUNTAS DE INTERES PARA EL ESTUDIO (DEFINIR EL PERFIL PROFESIONAL)	Último estudio de educación superior realizado, preguntas :2,5,6,7,8, 22
	PREGUNTAS DE INTERES PARA EL ESTUDIO (DEFINIR EL PERFIL OCUPACIONAL)	Preguntas:5,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21
	PREGUNTAS DE OPINION Y ACEPTACION	Pregunta 23.

Tabla 6: Secciones y preguntas de la encuesta realizada

URL encuesta:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScqTvCKodFx08Gt93mtyDsrt55N14vXz1NRlynQmNblSa4p1Q/viewform>



4.5 TAMAÑO DE LA MUESTRA DE GRADUADOS Y MUESTREO ESTRATIFICADO

Para la realización de la encuesta se llevó a cabo un proceso de solicitud a la oficina de graduados de la Extensión por medio del director del programa Juan de Jesús Rojas Ramírez a fin de que esta fuera aprobada en la sede de Fusagasugá, los correos de invitación para contestar la encuesta fueron enviados directamente por la oficina de graduados de Facatativá. Posteriormente fue asignado un grupo de apoyo de 4 estudiantes para la realización de las llamadas, 3 de estos pertenecientes a la clase del núcleo temático de investigación de mercados con el docente Wilson Pinillos, estos mismos serían los responsables de cumplir con la muestra de los dos años asignados a cada uno y de esta manera abarcar desde el año 2014 al 2019. Este mismo grupo posteriormente fueron asignados para realizar las tablas de frecuencia, análisis lineal y cruce de variables (metodología enseñada por el docente del núcleo) para ser revisadas, corregidas y analizadas.

La población corresponde a 611 graduados de los últimos 5 años:

- 2014 I con 120 graduados
- 2015 con 119 graduados
- 2016 con 111 graduados
- 2017 con 95 graduados
- 2018 con 93 graduados
- 2019 I con 73 graduados

La muestra fue hallada empleando la fórmula, estableciendo un margen de error de 7% y un nivel de confianza de 93%, obteniendo así una muestra de 132 graduados, posteriormente se complementa con el muestreo estratificado. “Cuando se seleccionan aleatoriamente a las personas de una población, sus características pueden o no estar presentes en la muestra en las mismas proporciones que en la población. **La estratificación asegura la representatividad** de esas características (Creswell, 2003)”¹⁸

		Cuadro de Muestra de Acuerdo a la Población (N)												
		1%	2,0%	2,5%	3,0%	3,5%	4,0%	5,0%	6,0%	7,0%	8,0%	9,0%	10,0%	
MARGEN DE ERROR	7,0%	2000	1.608	1.013	793	627	502	408	282	205	155	121	96	79
TAMAÑO POBLACIÓN	611	4000	2.690	1.356	989	743	574	455	303	216	161	124	99	80
NIVEL DE CONFIANZA	93%	6000	3.466	1.529	1.078	792	603	473	311	220	163	126	100	81
1. TAMAÑO DE LA MUESTRA = $\frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))} = \mathbf{132}$ <p>Donde: α_c = Valor del nivel de confianza (varianza) e = Margen de error N = Tamaño Población (universo)</p>	N	8000	4.051	1.633	1.128	819	618	482	315	222	164	126	100	81
		10000	4.508	1.703	1.161	836	628	488	318	223	165	127	100	81
		12000	4.874	1.752	1.184	848	635	492	320	224	165	127	100	82
		14000	5.174	1.790	1.201	856	639	495	321	224	166	127	101	82
		16000	5.425	1.819	1.214	863	643	497	322	225	166	127	101	82
		18000	5.637	1.842	1.224	868	646	499	322	225	166	127	101	82
		611	569	471	417	366	320	279	214	166	132	106	87	72
		22000	5.978	1.877	1.239	876	650	501	323	226	166	128	101	82
		24000	6.116	1.890	1.245	879	652	502	324	226	166	128	101	82
		26000	6.238	1.902	1.250	881	653	503	324	226	166	128	101	82
		28000	6.347	1.912	1.254	883	654	504	325	226	167	128	101	82
		30000	6.445	1.921	1.258	885	655	504	325	226	167	128	101	82
		32000	6.532	1.928	1.261	887	656	505	325	226	167	128	101	82
		34000	6.612	1.935	1.264	888	657	505	325	226	167	128	101	82
		36000	6.684	1.941	1.267	889	658	506	325	227	167	128	101	82

Fuente: Pedro Morales Vallejo (2012), Estadística aplicada a las Ciencias Sociales - Tamaño necesario de la muestra. www.up.es/personal/peter/investigacion/Tama%F1oMuestra.pdf

Tabla 7: Tamaño de la muestra

¹⁸SAENZ LOPEZ K. y TAMEZ GONZALEZ G. Métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas aplicables a la investigación en ciencias sociales. [en línea]: https://www.academia.edu/26757359/MUESTREO_ESTRATIFICADO

2. COEFICIENTE= Población/ Muestra			0,21543549
AÑO DE GRADUACION	N.º GRADUADOS	SUBPOBLACION POR MUESTREO ESTRATIFICADO	Estudiantes núcleo temático Investigación de mercado
2014	120	26	ALEJANDRA
2015	119	26	GINA
2016	111	24	EDGAR
2017	95	20	ALEJANDRA
2018	93	20	GINA
2019 I	73	16	EDGAR
Total	611	132	

Tabla 8: Estratificación

La **muestra real** obtenida posterior a realizar las llamadas y ser contestadas las encuestas corresponde a una subpoblación de **148 graduados**:

AÑO DE GRADUACION	N.º GRADUADOS	Faltantes/ Excedentes
2014	24	-Faltantes:2
2015	21	-Faltantes:5
2016	21	-Faltantes:3
2017	27	+Excedentes:7
2018	35	+Excedentes:15
2019	20	+Excedentes:4

Tabla 9: Muestra Real

La muestra supero los 132 graduados proyectados, sin embargo, en los primeros tres años hay 9 graduados faltantes y en los últimos 3 años 26 graduados excedentes, lo cual de cierta manera complementa la muestra pronosticada.

El proceso de realización de este capítulo puede evidenciarse en los Anexos 1, 2,3, y 4. Presentando así el diseño de la encuesta, los resultados obtenidos y su respectiva tabulación y análisis, muestra estratificada y el registro de llamadas y de correos reenviados.

4.6 RESULTADOS ENCUESTA

Los resultados que se presentan a continuación se presentan año por año desde el 2014 hasta el 2019, enunciando cada una de las características extraídas en la encuesta y así de esta manera examinar las variables que aumentan y disminuyen porcentualmente. El resultado será observar que la realidad en el perfil profesional y ocupacional no es la misma respecto a cada año de graduación.

4.6.1 Año 2014

De los 24 graduados del año 2014, el 88% de los graduados de Universidad de Cundinamarca extensión Facatativá realizaron como **último estudio** de educación superior el título de Pregrado en Administración de Empresas; un 13% ha realizado especialización, es evidente que la mayoría no se han visto interesados por continuar su formación académica buscando títulos de Posgrado que incrementen su perfil profesional y ocupacional; en cuanto al **promedio acumulado** al terminar el programa académico el 63% estuvo entre el 3,6 y 4,0 mientras que el 33% se ubicó con más de 4,1.

EL 50% le gustaría realizar su **estudio de Posgrado** en Colombia y a la otra mitad en el exterior. En la **opción de posgrado** que han pensado en realizar el 63% proyecta realizar una especialización, el 21% una maestría, el 8% en estudio en idiomas, el 4% seminarios /cursos diplomados. Respecto al área **de especialización** el 38% ha pensado continuar en finanzas, con un porcentaje respectivamente de 17 % en Recursos humanos y Gestión estratégica empresarial, un 8% en procesos y producción, con un mismo porcentaje de 4% para las áreas de Gerencia pública, tecnología y salud ocupacional, finalmente un 8% preferiría otro tipo de área.

En cuanto a **experiencia laboral** el 58% ha obtenido una experiencia laboral de más de 4 años, el 29% con una experiencia de 4 años, el 4.2% con experiencia de 3 años y el 8% menos de 2 años. Respecto al **uso de conocimientos** adquiridos en el programa el 50% ejerce los conocimientos con una calificación de 3: En buena

medida, el 33% con la máxima calificación de 4: En gran medida Y el 8% con una calificación de 2: En alguna medida. Frente al **Municipio o ciudad donde labora** los porcentajes más altos corresponden a: 46% trabaja en Bogotá D.C, el 25% en Madrid y un 8% en Facatativá.

Los egresados en un 54% tienen un **nivel de cargo** Medio, un preocupante 38% en nivel Bajo, considerando que son graduados del 2014 y tan solo un 8% se ubican en el nivel Alto. Para este año el tipo de **contrato laboral** más frecuente pertenece en un 63% a término indefinido, lo que asegura estabilidad laboral, en un 17% contrato a término fijo, un 8% posee contrato por prestación de servicios. En cuanto a **desempleo** el 13% no labora actualmente.

Las cifras porcentuales más predominante en el **tiempo de desempeño** en el actual empleo corresponden a menos de 2 años con un 42%, de 2 a 5 años en un 33%, entre 5 y 10 años con un 13%. En la percepción del graduado frente al **nivel de cargo más apropiado** para el cargo actual, el 63% considera el nivel universitario más apropiado, el 21% para especialista y un 8% para niveles técnicos y tecnólogos. En el uso de una **segunda lengua** en el trabajo con un 25% si es frecuente, frente a un 71% que asegura no usar otro idioma diferente al español.

Frente al **salario** devengado en el empleo actual el 54% recibe entre 2 a 3 SMMLV, el 17% devenga entre 3 a 5 SMMLV, mientras que 8% cuenta con 1 SMMLV, Salario que no deberían estar recibiendo, considerando el año de graduación y posibilidad de obtener experiencia laboral. Por otro lado, con un 4% devenga entre 5 a 7 SMMLV y otro 4% más de 7 SMMLV. Los **factores motivantes** que llevaron a vincularse en el empleo actual en un 50% de los graduados corresponde a ganar experiencia, en un 25% aseguran que no había otros trabajos disponibles, y finalmente un 13% por el ingreso o salario que obtienen. Los graduados de este año actualmente ocupan cargos en el **sector** privado con un 75%, en el sector público con 8% y finalmente un 4% en ONG/entidades sin ánimo de lucro/fundaciones.

Se refleja que el **canal de búsqueda de empleo** más usado en un 46% de los graduados en este año corresponde a Familiares, amigos o conocidos, en un 25% a Portales web (el empleo.com, CompuTrabajo, etc.) y otro 17% uso otro canal. Frente al área general del diseño curricular donde los graduados se consideran mejor **capacitados por la universidad** los porcentajes más representativos resaltan que el 33% resalta que fueron mejor capacitados en finanzas, el 21% en Gestión Humana, 17% en servicios y un 13% en costos y presupuesto.

Finalmente, el 96% de los graduados aceptan **recibir información** por parte de la universidad mientras que un 4% no aceptó.

4.6.2 Año 2015

De los 21 graduados del año 2015, el 90% de los graduados de Universidad de Cundinamarca extensión Facatativá realizaron como **último estudio** de educación superior el título de Pregrado en Administración de Empresas; un 10% ha realizado especialización, nuevamente la mayoría no se han visto motivado a continuar su formación académica buscando títulos de Posgrado que incrementen su perfil profesional y ocupacional; en cuanto al **promedio acumulado** al terminar el programa académico el 57% estuvo entre el 3,6 y 4,0 mientras que el 43% se ubicó con más de 4,1.

EL 58% le gustaría realizar su **estudio de Posgrado** en Colombia y mientras que el 52% en el exterior. En la **opción de posgrado** que han pensado en realizar el 38% proyecta realizar una especialización, otro 38% una maestría, y el 24% en estudio en idiomas aumentando significativamente frente al año anterior. Respecto al **área de especialización** el 29% ha pensado continuar en finanzas, con un porcentaje de 14% para las áreas de Recursos humanos, Gerencia publica, y salud Ocupacional, un 10% para Gestión estratégica empresarial, un 5% en procesos y producción, finalmente un 14% preferiría otro tipo de área.

En cuanto a **experiencia laboral** el 14% ha obtenido una experiencia laboral de más de 4 años, el 29% con una experiencia de 4 años, el 28,6% con experiencia de

3 años y el 29% menos de 2 años. Respecto al **uso de conocimientos** adquiridos en el programa el 43% ejerce los conocimientos con una calificación de 3: En buena medida, el 38% con la máxima calificación de 4: En gran medida Y el 14% con una calificación de 2: En alguna medida. Frente al **Municipio o ciudad donde labora** los porcentajes más altos corresponden a: 29% trabaja en Facatativá, el 24% en Bogotá D.C ,14 %en Facatativá y un 10% en Funza.

Los egresados en un 52% tienen un **nivel de cargo** Medio, un preocupante 38% en nivel Bajo, considerando que son graduados del 2015 y tan solo un 10% se ubican en el nivel Alto. Para este año el **tipo de contrato** laboral más frecuente pertenece en un 48% a término indefinido, lo que asegura estabilidad laboral, en un 10% contrato a término fijo, un 19% posee contrato por prestación de servicios. En cuanto a **desempleo** el 14% no labora actualmente.

Las cifras porcentuales más predominante en el **tiempo de desempeño** en el actual empleo corresponden a menos de 2 años con un 29%, de 2 a 5 años en un 33%, entre 5 y 10 años con un 10% y finalmente más de 10 años con el 14%. En la percepción del graduado frente al **nivel de cargo más apropiado** para el cargo actual, el 29% considera el nivel universitario más apropiado, el 33% para especialista, el 10% para maestría y un 19% para niveles técnicos y tecnólogos. En el uso de una **segunda lengua** en el trabajo con un 19% si es frecuente, frente a un 71% que asegura no usar otro idioma diferente al español.

Frente al **salario** devengado en el empleo actual el 52% recibe entre 2 a 3 SMMLV, el 24% devenga entre 3 a 5 SMMLV, mientras que 5 % cuenta con 1SMMLV, Salario que no deberían estar recibiendo, considerando el año de graduación y posibilidad de obtener experiencia laboral. Por otro lado, un 5% devenga más de 7 SMMLV. Los **factores motivantes** que llevaron a vincularse en el empleo actual en un 48% de los graduados corresponden a ganar experiencia, en un 14% aseguran que no había otros trabajos disponibles, y finalmente un 29% por el ingreso o salario que obtienen. Los graduados de este año actualmente ocupan cargos en el **sector**

privado con un 67%, en el sector público con 19% y finalmente un 5% en ONG/entidades sin ánimo de lucro/fundaciones.

Se refleja que el **canal de búsqueda de empleo** más usado en un 57% de los graduados en este año corresponde a Familiares, amigos o conocidos, en un 14% a Portales web (el empleo.com, CompuTrabajo, etc.) y otro 19% uso otro canal. Frente al área general del diseño curricular donde los graduados se consideran mejor **capacitados por la universidad** los porcentajes más representativos resaltan que el 29% resalta que fueron mejor capacitados en Gestión Humana, el 24% en costos y presupuesto, 14% en servicios y Finanzas y un 10% en mercadeo.

Finalmente, el 86% de los graduados aceptan **recibir información** por parte de la universidad mientras que un 14% no aceptó.

4.6.3 Año 2016

De los 21 graduados del año 2016, el 67% de los graduados de Universidad de Cundinamarca extensión Facatativá realizaron como **último estudio** de educación superior el título de Pregrado en Administración de Empresas; un 33% ha realizado especialización, se evidencia un incremento en la búsqueda de títulos de Posgrado que incrementen su perfil profesional y ocupacional; en cuanto al **promedio acumulado** al terminar el programa académico el 100% obtuvo más de 4,1.

EL 76% le gustaría realizar su **estudio de Posgrado** en Colombia y mientras que el 24% en el exterior. En la **opción de posgrado** que han pensado en realizar el 52% proyecta realizar una especialización, otro 24% una maestría, y el 19% en estudio en idiomas aumentando significativamente frente al año anterior. Respecto al **área de especialización** el 24% ha pensado continuar en Recursos humanos, con un porcentaje de 19% para las áreas de Finanzas y Gestión estratégica empresarial, 14% para Procesos y producción, un 10%p para Gerencia Publica, en innovación y finalmente un 10% preferiría otro tipo de área.

En cuanto a **experiencia laboral** el 14% ha obtenido una experiencia laboral de 4 años, el 57,1% con experiencia de 3 años y el 29% menos de 2 años. Respecto al **uso de conocimientos** adquiridos en el programa el 38% ejerce los conocimientos con una calificación de 3: En buena medida, el 38% con la máxima calificación de 4: En gran medida Y el 19% con una calificación de 2: En alguna medida. Frente al **Municipio o ciudad donde labora** los porcentajes más altos corresponden a: 29% trabaja en Bogotá D.C, el 24% en Facatativá, 19% en Funza y un 10% en Mosquera.

Los egresados en un 57% tienen un **nivel de cargo** Medio, 33% en nivel Bajo, considerando que son profesionales graduados del 2016 y tan solo un 10% se ubican en el nivel Alto. Para este año el **tipo de contrato** laboral más frecuente pertenece en un 48% a término indefinido, lo que asegura estabilidad laboral, en un 19% contrato a término fijo, un 10% posee contrato por prestación de servicios y otro 10% con otro tipo de contrato. En cuanto a **desempleo** el 5% no labora actualmente, indicando un avance frente a los años anteriores donde el desempleo es más elevado.

Las cifras porcentuales más predominante en el **tiempo de desempeño** en el actual empleo corresponden a menos de 2 años con un 62%, de 2 a 5 años en un 24%, y finalmente más de 10 años con el 10%, este último posiblemente se refiere a graduados que llevan su vida laboral aun desde el comienzo de posgrado y han podido ascender en medio de la organización. En la percepción del graduado frente al **nivel de cargo más apropiado** para el cargo actual, el 38% considera el nivel universitario más apropiado, el 38% para especialista, el 19% para niveles técnicos y tecnólogos. En el uso de una **segunda lengua** en el trabajo con un 5% si es frecuente, frente a un 90% que asegura no usar otro idioma diferente al español.

Frente al **salario** devengado en el empleo actual el 57% recibe entre 2 a 3 SMMLV, el 24% devenga entre 3 a 5 SMMLV, mientras que 10% % cuenta con 1SMMLV, Salario que no deberían estar recibiendo, considerando que son profesionales. Por otro lado, Los **factores motivantes** que llevaron a vincularse en el empleo actual en un 52% de los graduados corresponden a ganar experiencia, en un 24%

aseguran que no había otros trabajos disponibles, y finalmente un 19% por el ingreso o salario que obtienen. Los graduados de este año actualmente ocupan cargos en el **sector** privado con un 86%, en el sector público con 10%.

Se refleja que el **canal de búsqueda de empleo** más usado en un 52% de los graduados en este año corresponde a Familiares, amigos o conocidos, en un 19% a Portales web (el empleo.com, CompuTrabajo, etc.) y un 14% usó otro canal. Frente al área general del diseño curricular donde los graduados se consideran mejor **capacitados por la universidad** los porcentajes más representativos resaltan que el 33% resalta que fueron mejor capacitados en costos y presupuesto, el 29% en mercadeo, 14% Finanzas y Gestión Humana.

Finalmente, el 90% de los graduados aceptan **recibir información** por parte de la universidad mientras que un 10% no aceptó.

4.6.4 Año 2017

De los 27 graduados del año 2017, el 85% de los graduados de Universidad de Cundinamarca extensión Facatativá realizaron como **último estudio** de educación superior el título de Pregrado en Administración de Empresas; un 15% ha realizado especialización, se evidencia una disminución respecto al año anterior; en cuanto al **promedio acumulado** al terminar el programa académico el 67% obtuvo más de 4,1 y el otro 33% se ubicó entre 3,6 y 4,0.

EL 44% le gustaría realizar su **estudio de Posgrado** en Colombia y mientras que el 56% en el exterior. En la **opción de posgrado** que han pensado en realizar el 52% proyecta realizar una especialización, otro 33% una maestría, y el 15% en estudio en idiomas. Respecto al **área de especialización** el 37% ha pensado continuar en Recursos humanos, con un porcentaje de 19% para Gestión estratégica empresarial, 30% para Finanzas, un 7% para Salud Ocupacional, y finalmente un 4% preferiría para procesos y producción u otro tipo de área.

En cuanto a **experiencia laboral** el 78% ha obtenido una experiencia laboral de menos de 2 años, y el otro 22% con experiencia de 3 años. Respecto al **uso de conocimientos** adquiridos en el programa el 33% ejerce los conocimientos con una calificación de 3: En buena medida, el 30% con la máxima calificación de 4: En gran medida, el 19% con una calificación de 2: En alguna medida y finalmente un 7% expresa no usar en ninguna medida los conocimientos adquiridos. Frente al **Municipio o ciudad donde labora** los porcentajes más altos corresponden a: 37% trabaja en Bogotá D.C, el 30% en Facatativá, 11% en Mosquera y un 4% en Funza y Madrid respectivamente.

Los egresados en un 56% tienen un **nivel de cargo** Medio, 37% en nivel Bajo, y tan solo un 7% se ubican en el nivel Alto. Para este año el **tipo de contrato** laboral más frecuente pertenece en un 48% para otro tipo de contrato, 19% contrato a término fijo, y un 11% por prestación de servicios, con un bajo \$% se encuentra el contrato por obra y labor y a término indefinido, esto nos indica que la búsqueda de empleo estable es cada vez más compleja en los graduados. En cuanto a **desempleo** el 15% no labora actualmente, indicando un desempleo más elevado frente al año anterior.

Las cifras porcentuales más predominante en el **tiempo de desempeño** en el actual empleo corresponden a menos de 2 años con un 63%, de 2 a 5 años en un 11%, de 5 a 10 años con un 7% y finalmente más de 10 años con el 4%, este último posiblemente se refiere a graduados que llevan su vida laboral aun desde el comienzo de posgrado y han podido ascender en medio de la organización. En la percepción del graduado frente al **nivel de cargo más apropiado** para el cargo actual, el 41% considera el nivel universitario más apropiado, el 33% para especialista, 4% para maestría y un 19% para niveles técnicos y tecnólogos. En el uso de una **segunda lengua** en el trabajo con un 26% si es frecuente, frente a un 63% que asegura no usar otro idioma diferente al español.

Frente al **salario** devengado en el empleo actual el 59% recibe entre 2 a 3 SMMLV, el 15% devenga entre 3 a 5 SMMLV, mientras que 11% cuenta con 1SMMLV,

Salario que no deberían estar recibiendo, considerando que son profesionales. Por otro lado, Los **factores motivantes** que llevaron a vincularse en el empleo actual en un 59% de los graduados corresponde a ganar experiencia, un 4% aseguran que no había otros trabajos disponibles, y finalmente un 26% por el ingreso o salario que obtienen. Los graduados de este año actualmente ocupan cargos en el **sector** privado con un 74%, en el sector público con 11%, 4 % en economía mixta.

Se refleja que el **canal de búsqueda de empleo**, en un 30% de los graduados en este año corresponde a Familiares, amigos o conocidos, en un 30% a Portales web (el empleo.com, CompuTrabajo, etc.), el 7% lograron obtener su empleo tras la practica universitaria y un 15% usó otro canal. Frente al área general del diseño curricular donde los graduados se consideran mejor **capacitados por la universidad** los porcentajes más representativos resaltan que el 26% resalta que fueron mejor capacitados en Gestión Humana, con el mismo porcentaje del 15% para las áreas de costos y presupuestos e investigación, y un 7% en servicios y otros.

Finalmente, el 93% de los graduados aceptan **recibir información** por parte de la universidad mientras que un 7% no aceptó.

4.6.5 Año 2018

De los 35 graduados del año 2018, el 89% de los graduados de Universidad de Cundinamarca extensión Facatativá realizaron como **último estudio** de educación superior el título de Pregrado en Administración de Empresas; un 11% ha realizado especialización, se evidencia una disminución respecto al año anterior; en cuanto al **promedio acumulado** al terminar el programa académico el 51% obtuvo más de 4,1 y el otro 46% se ubicó entre 3,6 y 4,0.

EL 43% le gustaría realizar su **estudio de Posgrado** en Colombia y mientras que el 57% en el exterior. En la **opción de posgrado** que han pensado en realizar el 54% proyecta realizar una especialización, otro 29% una maestría, y el 17% en estudio en idiomas. Respecto al **área de especialización** el 29% ha pensado

continuar en Gestión estratégica empresarial, 26% para Finanzas, un 17% para Gerencia Pública, 9% para recursos humanos, un mismo valor del 6% para tecnología y salud ocupacional, y finalmente un 3% preferiría para procesos y producción, innovación u otro tipo de área.

En cuanto a **experiencia laboral** el 91% ha obtenido una experiencia laboral de menos de 2 años, 3% con una experiencia de 3 a 4 años y un 6% con más de 4 años de experiencia. Respecto al **uso de conocimientos** adquiridos en el programa el 43% ejerce los conocimientos con una calificación de 3: En buena medida, el 26% con la máxima calificación de 4: En gran medida, el 14% con una calificación de 2: En alguna medida y finalmente un 6% expresa no usar en ninguna medida los conocimientos adquiridos. Frente al **Municipio o ciudad donde labora** los porcentajes más altos corresponden a: 37% trabaja en Facatativá, el 11% en Bogotá DC, 6% en Mosquera y un 3% en Funza y Madrid respectivamente.

Los egresados en un 37% tienen un **nivel de cargo** Medio, 51% en nivel Bajo, y tan solo un 11% se ubican en el nivel Alto. Para este año el **tipo de contrato** laboral más frecuente pertenece en un 43% a término indefinido, lo que asegura estabilidad laboral, en un 20% contrato a término fijo, un 6% posee contrato por prestación de servicios, 9% por contrato por obra y labor y otro 3% con otro tipo de contrato. En cuanto a **desempleo** el 20% no labora actualmente, indicando un desempleo más elevado frente al año anterior considerando que son egresados del año pasado.

Las cifras porcentuales más predominante en el **tiempo de desempeño** en el actual empleo corresponden a menos de 2 años con un 51%, de 2 a 5 años en un 11%, de 5 a 10 años con un 9% y finalmente más de 10 años con el 9%, este último posiblemente se refiere a graduados que llevan su vida laboral aun desde el comienzo de posgrado y han podido ascender en medio de la organización. En la percepción del graduado frente al **nivel de cargo más apropiado** para el cargo actual, el 37% considera el nivel universitario más apropiado, el 14% para especialista, 3% para maestría y un 26% para niveles técnicos y tecnólogos. Cifra que destaca que los egresados no están ejerciendo su nivel de profesionalidad. En

el uso de una **segunda lengua** en el trabajo con un 17% si es frecuente, frente a un 63% que asegura no usar otro idioma diferente al español.

Frente al **salario** devengado en el empleo actual el 60% recibe entre 2 a 3 SMMLV, el 3% devenga entre 3 a 5 SMMLV, mientras que 14% cuenta con 1 SMMLV, Salario que no deberían estar recibiendo, considerando que son profesionales. Por otro lado, Los **factores motivantes** que llevaron a vincularse en el empleo actual en un 57% de los graduados corresponde a ganar experiencia, un 6% aseguran que no había otros trabajos disponibles, y finalmente un 17% por el ingreso o salario que obtienen. Los graduados de este año actualmente ocupan cargos en el **sector** privado con un 60%, en el sector público con 11%, 6 % en economía mixta, 3% en ONG/entidades sin ánimo de lucro/fundaciones.

Se refleja que el **canal de búsqueda de empleo**, en un 49% de los graduados en este año corresponde a Familiares, amigos o conocidos, en un 20% a Portales web (el empleo.com, CompuTrabajo, etc.), el 6% lograron obtener su empleo en la Unidad de servicio público de empleo y con un 3% para el canal de las cajas de compensación y otro canal. Frente al área general del diseño curricular donde los graduados se consideran mejor **capacitados por la universidad** los porcentajes más representativos resaltan que el 29% resalta que fueron mejor capacitados en Gestión Humana, un 34% para costos y presupuestos e investigación, y un 14% en investigación, servicios y otros. 11% para mercadeo y 9% en el área de servicios.

Finalmente, el 89% de los graduados aceptan **recibir información** por parte de la universidad mientras que un 11% no aceptó.

4.6.6 Año 2019

De los 20 graduados del año 2019, el 85% de los graduados de Universidad de Cundinamarca extensión Facatativá realizaron como **último estudio** de educación superior el título de Pregrado en Administración de Empresas; un 15% ha realizado especialización; en cuanto al **promedio acumulado** al terminar el programa académico el 60% obtuvo más de 4,1 y el otro 40% se ubicó entre 3,6 y 4,0.

EL 50% le gustaría realizar su **estudio de Posgrado** en Colombia y el otro 50% en el exterior. En la **opción de posgrado** que han pensado en realizar el 45% proyecta realizar una especialización, otro 20% una maestría, y el 35% en estudio en idiomas. Respecto al **área de especialización** el 30% ha pensado continuar en Gestión estratégica empresarial, 25% para Recursos humanos, un 15% para Gerencia Publica y Finanzas, 5% para procesos y producción, salud ocupacional y otro tipo de área.

En cuanto a **experiencia laboral** el 100% ha obtenido una experiencia laboral de menos de 2 años. Respecto al **uso de conocimientos** adquiridos en el programa el 25% ejerce los conocimientos con una calificación de 3: En buena medida, el 35% con la máxima calificación de 4: En gran medida, el 25% con una calificación de 2: En alguna medida y finalmente un 5% expresa no usar en ninguna medida los conocimientos adquiridos. Frente al **Municipio o ciudad donde labora** los porcentajes más altos corresponden a: 25% trabaja en Facatativá, el 20% en Bogotá DC, 6%, y un 10% para Funza, Rosal y Mosquera respectivamente, 5% para Madrid.

Los egresados en un 60% tienen un **nivel de cargo** bajo, 25% en nivel medio, y tan solo un 15% se ubican en el nivel Alto. Para este año el **tipo de contrato** laboral más frecuente pertenece en un 40% a término indefinido, lo que asegura estabilidad laboral, en un 15% contrato a término fijo, un 10% posee contrato por prestación de servicios y finalmente un 15% por contrato por obra y labor. En cuanto a **desempleo** el 20% no labora actualmente.

Las cifras porcentuales más predominante en el **tiempo de desempeño** en el actual empleo corresponden a menos de 2 años con un 35%, de 2 a 5 años en un 30%, de 5 a 10 años con un 15%y .En la percepción del graduado frente al **nivel de cargo más apropiado** para el cargo actual, el 30% considera el nivel universitario más apropiado, el 15% para especialista, 5% para maestría , un 25% para niveles técnicos y tecnólogos y finalmente un 5% para bachiller o menor encontrando de esta manera un egresado que no ejerce en ninguna medida su profesión. . Cifra que destaca que los egresados no están ejerciendo su nivel de profesionalidad. En el

uso de una **segunda lengua** en el trabajo con un 5% si es frecuente, frente a un 95% que asegura no usar otro idioma diferente al español.

Frente al **salario** devengado en el empleo actual el 35% recibe entre 2 a 3 SMMLV, el 15% devenga entre 3 a 5 SMMLV, mientras que 20% cuenta con 1 SMMLV, Salario que no deberían estar recibiendo, considerando que son profesionales. Por otro lado, Los **factores motivantes** que llevaron a vincularse en el empleo actual en un 45% de los graduados corresponde a ganar experiencia, un 5% aseguran que no había otros trabajos disponibles, y finalmente un 30% por el ingreso o salario que obtienen. Los graduados de este año actualmente ocupan cargos en el **sector** privado con un 65%, en el sector público con 15%.

Se refleja que el **canal de búsqueda de empleo**, en un 45% de los graduados en este año corresponde a Familiares, amigos o conocidos, en un 5% a Portales web (el empleo.com, CompuTrabajo, etc.) cifra que bajo considerablemente respecto a los años anteriores debido al uso de otro canal con un 30%. Frente al área general del diseño curricular donde los graduados se consideran mejor **capacitados por la universidad** los porcentajes más representativos resaltan que el 30% resalta que fueron mejor capacitados en Gestión Humana, un 20% para costos y presupuestos, un 15% en servicios, 10% en contabilidad; 5% en investigación y finalmente 11% en otras áreas.

Finalmente, el 90% de los graduados aceptan **recibir información** por parte de la universidad mientras que un 10% no aceptó.

4.7 ANALISIS ESPECÍFICO POR VARIABLES DE ESTUDIO

En esta sección se procede a realizar diferentes cruces de variables a fin de interrelacionar elementos de la realidad profesional y ocupacional de los graduados del programa.

Las variables seleccionadas para realizar el análisis multivariable corresponden a:

N.º	VARIABLES PERFIL PROFESIONAL	VARIABLES PERFIL OCUPACIONAL
1	Último estudio realizado	Cargo por niveles
2	Año graduación	Experiencia laboral
3	Uso de conocimiento adquirido en la Universidad	Nivel del Cargo que ocupa actualmente
4		Salario vs Nivel del Cargo que ocupa
5	Formación de posgrado que ha pensado realizar	Nivel del Cargo que ocupa
6	Formación de posgrado que ha pensado realizar vs Área en la que ha pensado continuar sus estudios	
7	Año de graduación	Sector en el que está empleado
8	Área en que se considera mejor capacitado en la Universidad	Sector en el que está empleado
9		Canal que le permitió conseguir el actual empleo vs Sector en el que está empleado

Tabla 10: Variables Cruzadas

El propósito de cada cruce se presenta con anterioridad a los resultados y descripción de estos.

4.7.1 Último estudio realizado vs Cargo por niveles

El objetivo del primer cruce es definir la experiencia educativa acumulada ya que esta es directamente proporcional a la futura experiencia ocupacional, es decir a mayor grado posgradual mayor cargo y salario en medio de las organizaciones.

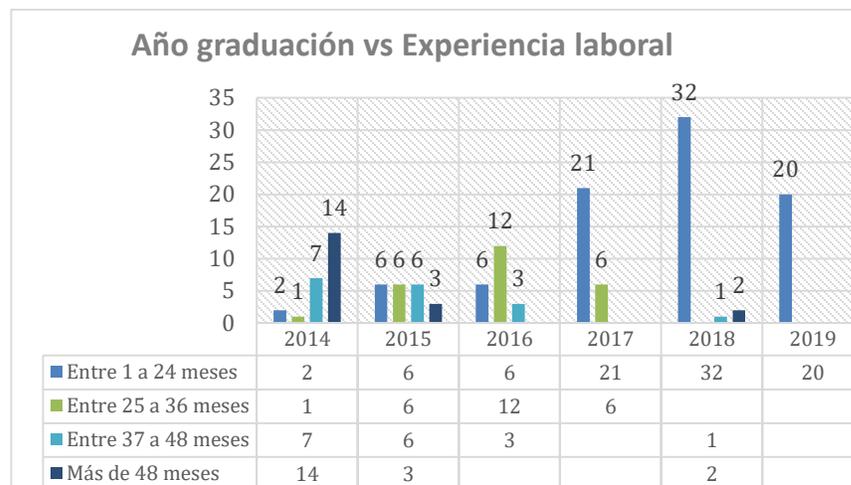


Gráfica 1: Último estudio realizado Vs Cargo por niveles

Los resultados de la encuesta destacan que en entre los años 2014 a 2019 el 86% de los graduados de Universidad de Cundinamarca extensión Facatativá realizaron como **último estudio de educación** superior el título de Pregrado en Administración de Empresas, el 14% restante se encuentra entre Especialización y Maestría; de lo anterior, según el cargo laboral que desempeña cada uno hoy día se muestra el nivel de cargo lo que arrojó que, el 10% corresponde a un Nivel Alto considerado para Gerentes o Directores, Medio en un 47% dado para Analista, Auxiliar/Asistente, Coordinador, Supervisor, Jefe de área y Gestor administrativo, y Bajo en un 43% para Auxiliares, Asistentes y técnicos. La carrera de Administración es una de las más demandadas en Colombia debido que nos presenta varias ramas o campos de acción dentro de una organización, se puede observar que algunos profesionales de este año han logrado adquirir cargos altos únicamente con el Pregrado sin embargo se hace necesario que los profesionales continúen con sus estudios Posgraduales a fin de enriquecer su perfil profesional y ocupacional.

4.7.2 Año graduación vs Experiencia laboral

El propósito de este cruce es evidenciar la relación de la antigüedad del año de graduación frente a la cantidad de tiempo de experiencia laboral, encontrando así algunos graduados que pese a haber salido hace varios años cuentan con poca experiencia laboral.

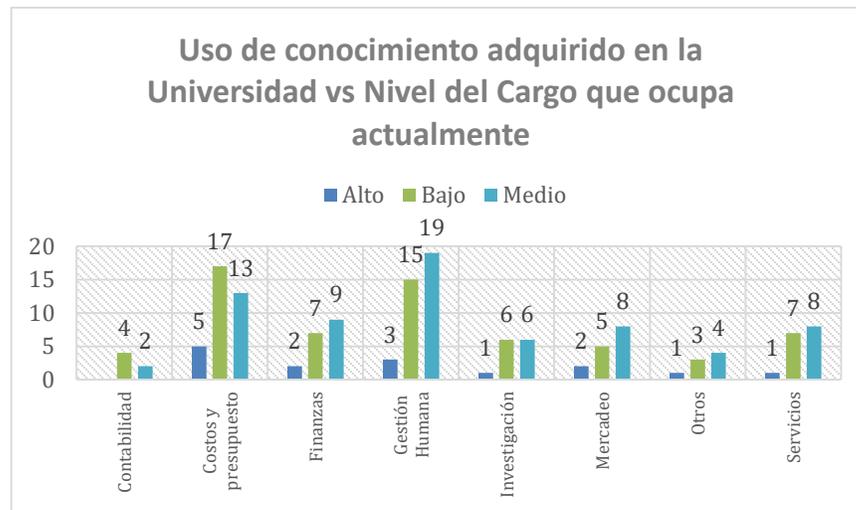


Gráfica 2: Año graduación Vs Experiencia laboral

Los resultados de la encuesta se observan que únicamente el 9% del total de graduados ha adquirido una experiencia laboral de más de 48 meses, esta cifra corresponde al año 2014 donde 14 graduados han podido enriquecer su perfil ocupacional en la experiencia. Respecto a los años recientes del 2017 a 2019 el nivel de experiencia laboral del graduado corresponde equitativamente a su año de graduación, esto quiere decir que los egresados han logrado incursionar en el mercado laboral de una forma acelerada.

4.7.3 Uso de conocimiento adquirido en la Universidad vs Nivel del Cargo que ocupa actualmente

Frente a esta conexión de variables se pretende identificar las áreas del diseño curricular con más aplicabilidad en el mercado laboral, y en qué medida les ha permitido a los graduados obtener el nivel del cargo en medio de las organizaciones y de esta manera deducir si su ejecución se realiza de manera operativa, táctica o estratégica según el nivel que corresponda.



Gráfica 3: *Uso de conocimiento adquirido en la Universidad Vs Cargo que ocupa actualmente*

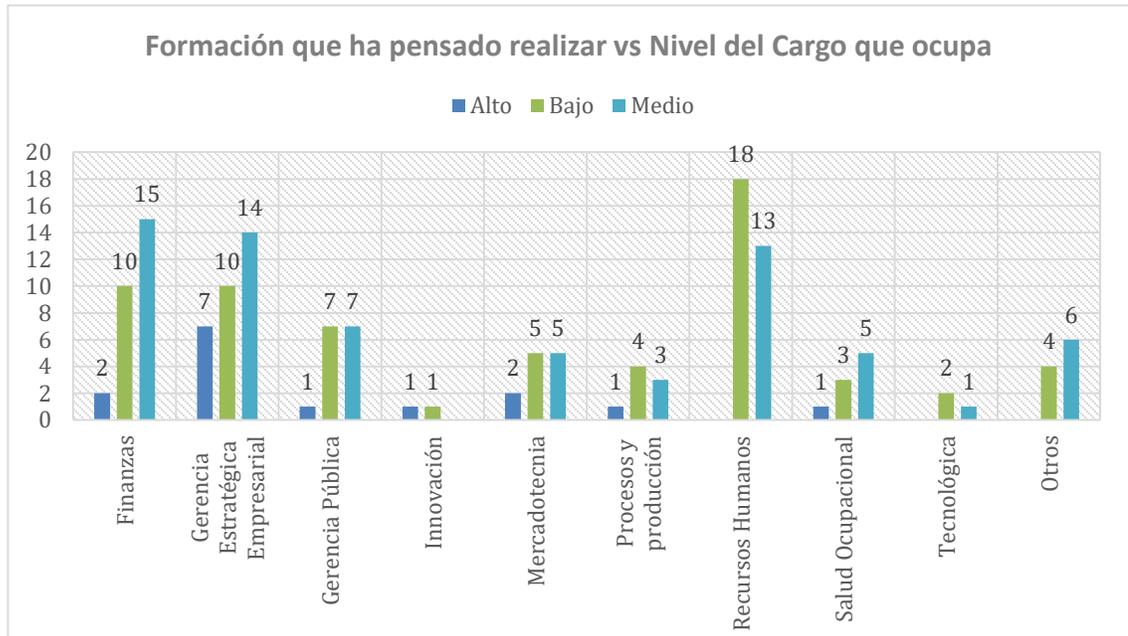
En este cruce de variables se puede observar que el 25% desarrollan y aplican conocimientos en **Gestión Humana** de la siguiente manera, en un nivel de Cargo Bajo en un 10% y Nivel Cargo Medio en un 13%. Posteriormente está el área de **costos y presupuesto** representado por un 24% los niveles predominantes en la aplicación de conocimiento corresponden a los niveles bajo y medio, representando el 11% y el 8,7% respectivamente.

Por otro lado, se encuentra el área de **Finanzas**, representado por un 12% en donde el nivel de mayor predominancia le corresponde el nivel medio. De la misma manera está el área de **mercadeo** con un 10% siendo su nivel más alto el medio con un valor de 6%. Finalmente, los conocimientos poco aplicables en el ámbito laboral son **Contabilidad** en un 4% en donde se hace evidente la ausencia de aplicabilidad en el nivel alto y su poco uso en el nivel bajo y medio.

4.7.5 Formación de posgrado que ha pensado realizar vs Nivel del Cargo que ocupa

Se busca identificar la relación frente a las áreas que podrían ser desempeñadas por los egresados y la aplicabilidad en los niveles y cargos que ocupan los egresados actualmente:

Para el nivel alto el área más proyectada corresponde a gerencia estratégica empresarial con un 5% de la muestra, posteriormente para el nivel medio el valor porcentual más representativo corresponde a Finanzas con un 10%, en nivel bajo refleja un interés en el área de Recursos Humanos en un 12%. Las anteriores podrían ser áreas de enfoque en el diseño curricular u opciones de posgrado en la Universidad.



Gráfica 4: Formación que ha pensado realizar Vs Nivel del cargo que ocupa

Existen tres áreas predominantes que los graduados continuaron o han pensado en continuar para enriquecer su perfil profesional, la primera es la **Gerencia Estratégica Empresarial** representada con un 20% de total de la población encuestada, en este caso los graduados pertenecen a los 3 niveles en los cargos que ocupan actualmente, predominando el Nivel Medio con un 9,4%, Nivel bajo con un 6,7% y finalmente en el Nivel alto con 4,7% ; aunque la población encuestada comprende los últimos 5 años, se puede observar que un pequeño porcentaje de los graduados que posiblemente han incrementado sus conocimientos en esta área y les ha permitido ocupar un mejor nivel en medio de las organizaciones.

La segunda área corresponde a **Recursos Humanos** con un 20%, esta área es representada únicamente en dos niveles, principalmente por los graduados en un

Nivel de cargo bajo con un 12% y de nivel medio con un 8,7%. Sabana de Occidente se caracteriza por la contratación masiva de mano de obra, y para dichos procesos se requieren auxiliares y asistentes administrativos y/o analistas de Gestión Humana.

Finalmente está las áreas de **Finanzas** es representado con un 18%, en este caso los graduados pertenecen a los 3 niveles en los cargos que ocupan actualmente, predominando el Nivel Medio con un 10%, Nivel bajo con 6,7% y finalmente el Nivel alto con un bajo porcentaje del 1,35%.

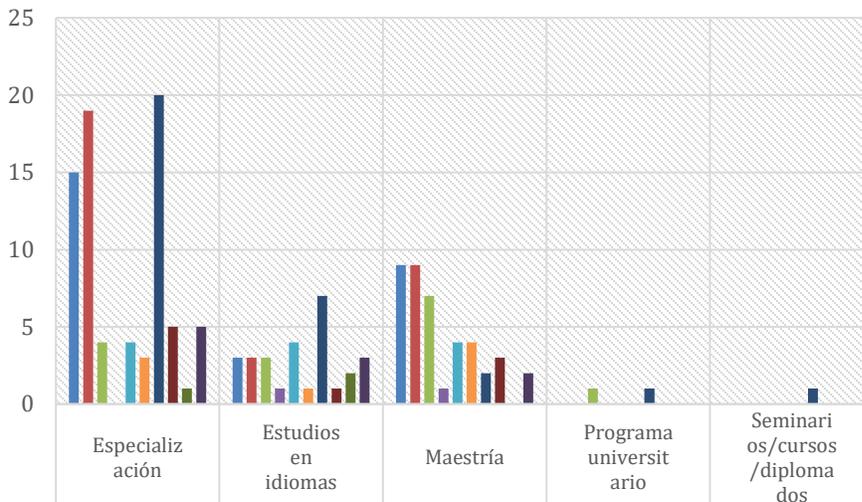
La realización de programas posgraduales enfocados en las diferentes áreas de la organización promulga el crecimiento profesional y ocupacional. Actualmente 84 graduados es decir en el 56,7 % de la población ubicada en los niveles altos y medio.

4.7.6 Formación de posgrado que ha pensado realizar vs Área en la que ha pesado continuar sus estudios

Identificar las tendencias en cuanto a las áreas organizacionales donde los egresados pretenden especializarse para tener un desempeño y ascenso ocupacional.

Aunque el 51% del total de la muestra ha pensado en realizar estudios de especialización y un 28% en maestría, tan solo el 14% tiene estudios en especialización, factor que incide en el rango del SMMLV y el nivel ocupacional obtenido por los egresados.

Formación de Posgrado que ha pensado realizar vs Área en al que ha pensado continuar sus estudios



Gráfica 5: Formación de Posgrado que ha pensado realizar Vs Área en la que ha pensado continuar sus estudios

De lo anterior se puede deducir que los graduados del programa en un 51% es decir 76 graduados han continuado o continuaran con estudios posgraduales en Especialización, las áreas más proyectadas en este caso corresponden a Recursos Humanos con un 13,5%, Gestión estratégica empresarial equivalente a un 12,8% y Finanzas con un 10%.

Por otro lado, está la opción de maestría representada con 27,7%, de lo anterior las áreas más proyectadas pertenecen a finanzas con 6% y Gestión estratégica empresarial con un valor de 4,7 % del total de la población encuestada.

Los otros resultados dejan evidenciar que un 19% de los egresados muestran un alto interés de aprender una segunda lengua y así obtener desarrollo en los campos de internacionalización y negociación.

4.7.7 Sector en el que está empleado vs Año de graduación

El propósito consiste en cualificar el nivel de acierto que promete el programa en su perfil ocupacional y profesional, siendo este que los egresados serán capaces de ser gestores integrales de procesos y gerentes generales de organizaciones públicas y privadas.

Del total de la muestra el 70% se ubica en el sector privado y el 12% en el sector público, sin embargo, tan solo el 10% pertenece a cargos de nivel alto y un 47% a nivel medio, el 43% restante se encuentran en el nivel bajo es decir el operacional.



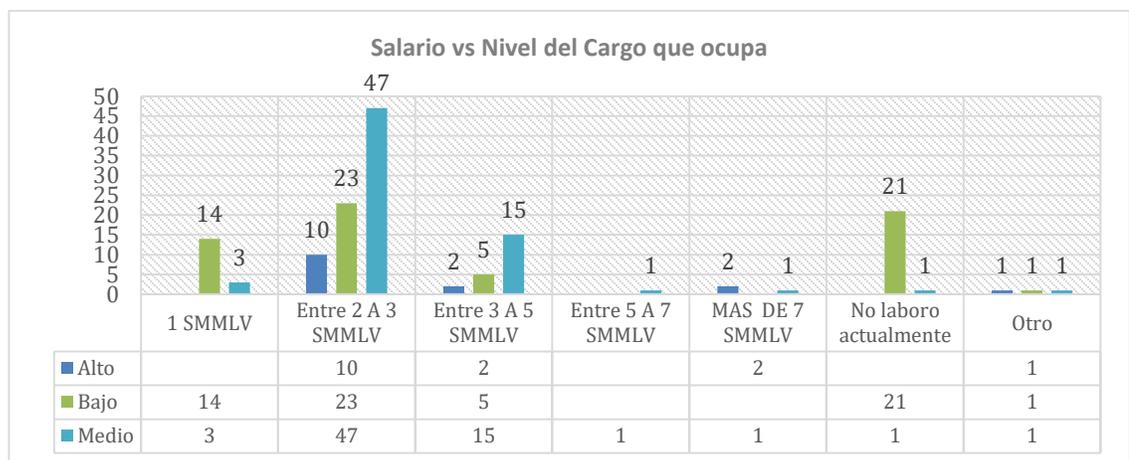
Gráfica 6: Sector en el que está empleado Vs Año de graduación

En consideración del año de graduación y el sector económico de ocupación actual, se puede evidenciar que el 70% de los egresados laboran en el **sector privado** de los cuales 18 egresados pertenecen al 2014, 14 del año 2015, 18 del año 2016, 20 en el año 2017, 21 en el 2018 y 13 para el año 2019, lo que nos indica que a pesar de la antigüedad en el año de graduación la tendencia permanece estable en este sector, convirtiéndose en el más accesible y de oportunidad de empleo para los graduados.

El siguiente sector de la economía donde laboran los graduados es el **público**, el porcentaje de graduados perteneciente a este nivel es de 12,16%. Para entidades **ONG** los egresados representan únicamente el 2% del total de la muestra. Finalmente se evidencia que el 15,5% de los egresados se encuentran en estado de desempleo siendo el 2018 el año con más desempleados.

4.7.4 Salario vs Nivel del Cargo que ocupa

Con este cruce se pretende identificar el rango de remuneración que recibe un recién egresado y el avance salarial que han obtenido los otros graduados con la suma de experiencia laboral y estudio posgraduales. En los hallazgos se evidencia una lamentable realidad, en el mercado laboral algunos egresados profesionales son remunerados con 1SMMLV, aun cuando “Según el Ministerio de Educación Nacional (MEN), el salario de enganche promedio de un egresado de una universidad no acreditada es de 1.664.788 pesos y para otro de una institución de educación superior certificada es de 1.899.592 pesos”¹⁹



Gráfica 7: Salario Vs Nivel del cargo que ocupa

En el mercado laboral el salario mínimo legal es ofrecido para niveles operativos, mientras que en el área administrativa el salario debería ascender según el nivel del cargo, experiencia educativa y laboral, sin embargo, el 11% de graduados se

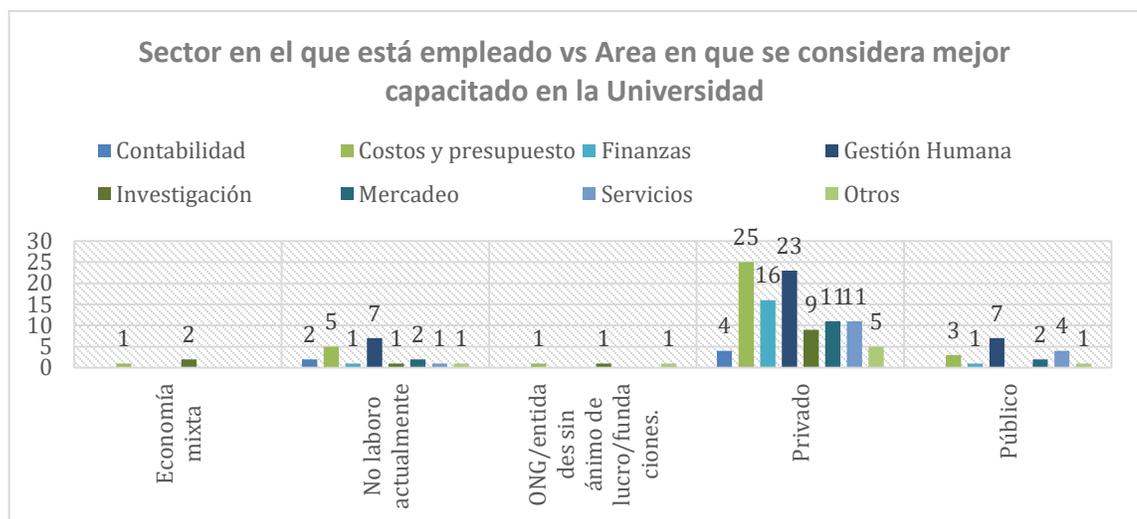
¹⁹SEMANA, ¿Cuánto ganan los recién graduados? [en línea]: <https://www.semana.com/educacion/articulo/salario-de-un-recien-egresado/517340>

reciben 1 SMMLV. Las otras cifras reflejan el mayor porcentaje de representatividad con un 54%, los egresados reciben una remuneración salarial entre 2 a 3 SMMLV donde el 32% pertenecen a cargos del nivel medio y un 16% en un nivel bajo y finalmente el nivel alto con un 6,7% el nivel alto.

Los graduados que se encuentran en el rango de 3 a 5 SMMLV pertenecen el 15% del total de la población encuestada, Nivel medio corresponde al 10%, Nivel bajo con 3,3%, para nivel alto con un bajo porcentaje de 1,35%.

4.7.8 Sector en el que está empleado vs Área en que se considera mejor capacitado en la Universidad

Identificar las tendencias en cuanto a las áreas organizacionales donde los egresados pretenden especializarse para tener un desempeño y ascenso ocupacional. Estas podrían tomarse como opciones de creación de especializaciones posgraduales.



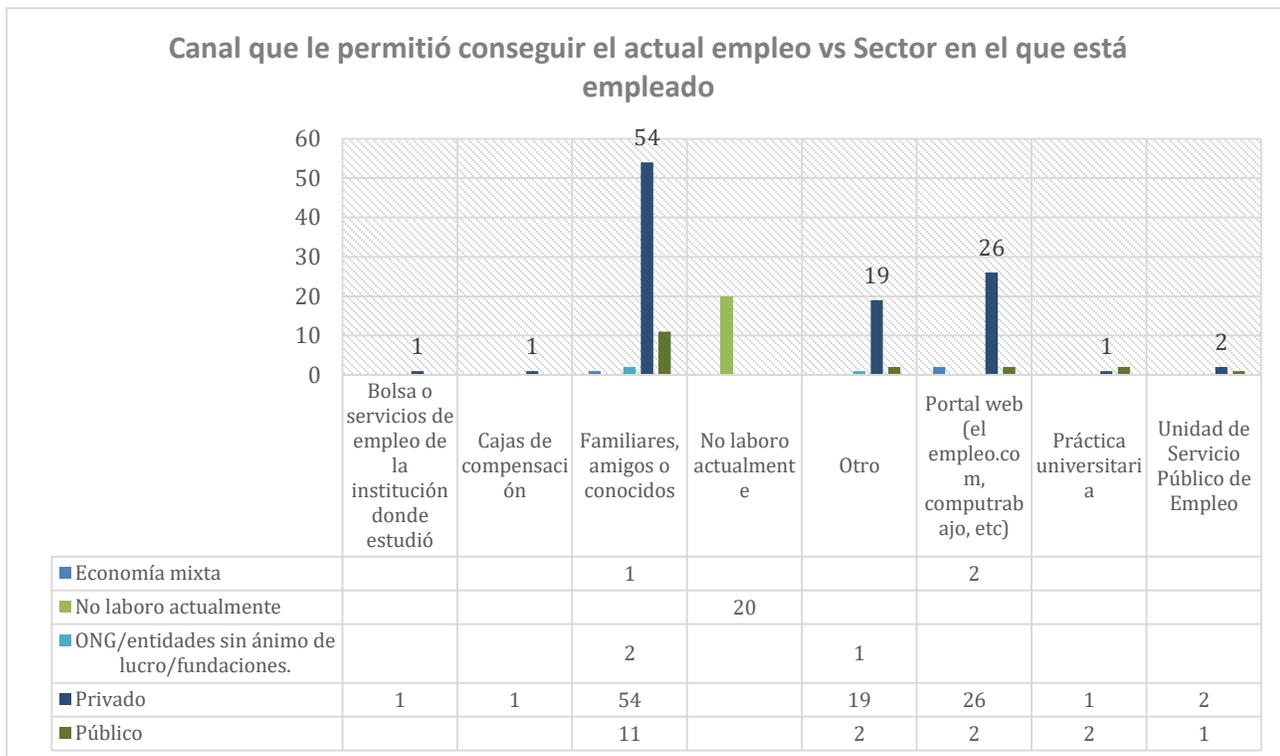
Gráfica 8: Sector en el que está empleado Vs Área en que se considera mejor capacitado en la Universidad

Del 70% de los egresados que laboran actualmente en el sector privado, el 17% se considera mejor capacitado en el área de Costos y Presupuestos, el 15,5 % en Gestión Humana, 10,8% en Finanzas y con un 7,4% para las áreas de mercadeo y servicios. Los anteriores son elementos de valor para el correcto desempeño laboral

en las organizaciones, estos conocimientos requieren ser profundizados y especializados con un estudio posgradual, de esta manera el egresado podrá ser apto para los cargos directivos que requiere las organizaciones modernas.

Únicamente el 12% se encuentra empleado en el sector público, de esta subpoblación el 4.7% se considera mejor capacitado en el área de Gestión Humana, el 2,70% en servicios y el 2% en costos y presupuesto, de esta última área se observa una holgura en la percepción de los graduados de los dos sectores, siendo unos de los valores más altos en el sector privado pero muy bajo en el sector público. El 13,5% de los egresados que se encuentran actualmente en situación de desempleo se observa que las áreas en que se sienten mejor capacitados corresponden a Gestión humana y costos y presupuesto.

4.7.9 Canal que le permitió conseguir el actual empleo vs Sector en el que está empleado



Gráfica 9: Canal que le permitió conseguir el actual empleo Vs Sector en el que está empleado

Evidenciar la realidad frente a la búsqueda de trabajo y los canales empleados para la obtención de empleos en los diferentes sectores de la economía.

Un 46% de los graduados ha obtenido su empleo actual por medio de Familiares, amigos y conocidos, de los cuales el 36% se ubica en el sector privado, un 7,4% en el sector público, el 1,35% en ONG/entidades sin ánimo de lucro o fundaciones y finalmente un 0,67% en entidades de economía mixta.

El 20% de los egresados obtuvieron el empleo actual mediante portales web, estos se ubican en el sector privado en un 17% y, en el sector público en un 1,35%,

Un 15% logro obtener su empleo actual usando otro tipo de medios, y el resultado de usar este canal corresponde en que un 13% esta empleada en el sector privado, mientras que un 1,35% pertenece al sector Público.

En síntesis, el Programa de Administración de empresas Extensión Facatativá no cumple la totalidad con el perfil profesional y ocupacional prometido a razón de que:

- A. En el perfil profesional uno de los elementos que un Administrador Udecino debería obtener es tener **capacidad investigativa** para tener conocimiento del contexto global y de los negocios, sin embargo, tan solo el 9% de la muestra asegura haber sido capacitado en esta área por la universidad. Por otro lado, asegura que es **gestor integral** de procesos que se generan al interior de las organizaciones públicas y privadas y de esta característica se puede inferir que un 47% perteneciente a nivel medio realiza operaciones tácticas propias del nivel, siendo gestor integral de este nivel.
- B. La promesa ocupacional del programa resalta que el graduado podrá desempeñar el cargo de director o Gerente general en empresas privadas y públicas, tan solo el 10% se desempeña en el Nivel alto. Por otro lado, está la actividad de ser gerente de su propia empresa, tan solo el 3% correspondiente a 5 personas son independientes.

5. CAPITULO II: IMPACTO SOCIAL

5.1 IMPACTO SOCIAL:

Para Menou²⁰ el impacto social está enfocado en dos perspectivas, la primera está definida por los proyectos que desarrollan actividades de información y los efectos que estos pueden causar, por otro lado, esta los resultados generados por el uso de esa información, es decir la capacidad de solucionar problemas sociales económicos, protección, medio ambiente, educación, culturales, etc.

Por otro lado, el autor afirma que para que se pueda realizar la **evaluación del impacto** se deben establecer **criterios/variables** que permitan la **medición** de este. Para dicha evaluación se debe partir del análisis del equilibrio entre el desarrollo y la información con el objetivo de seleccionar los métodos adecuados para realizar el proceso de investigación, el proceso de evaluación debe:

- Ser parte en la formulación del proyecto.
- La población objetivo debe ser definida desde el inicio
- Debe ser continuo.
- Debe tener un final abierto.
- Debe inducirse por el beneficiario/usuario”

5.2 MEDICIÓN IMPACTO SOCIAL:

Robín Shopie²¹ que la medición del impacto debe tener en cuenta diferentes factores que sean tangibles y medibles, por esta razón las actividades implementadas son medidas con indicadores de gestión o resultado.

²⁰ Menou MJ. Measuring the impact of information on development. Ottawa: International Development Research Centre; 1993.

²¹ ROBIN SOPHIE, Herramientas de medición del impacto social, [en línea]: http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/56948/2/Herramientas%20de%20medici%C3%B3n%20del%20impacto%20social_M%C3%B3dulo1.pdf Pág. 11

Por otro lado, para que sea tipificado como impacto debe reunir las siguientes características:



Gráfico 3: Condiciones de impacto social según Prieto Sophie Robin.
(Elaboración propia en Visme)

La vigilancia y medición del impacto requiere contar con todos los niveles y la interrelación existente entre ellos, no solo es importante el resultado sino también la buena gestión y la eficiencia en los diferentes procesos y actividades realizadas.

5.2.1 PROCESO MEDICIÓN DE IMPACTO SOCIAL

La COMISION EUROPEA ²² propone el siguiente **modelo** para la medición del impacto social, el mismo será aplicado para la medición de impacto en los eventos de **proyección social** realizados por el Programa en los últimos años:

- Identificación de **objetivos**: tanto de las distintas partes que participan en las actividades de medición como del servicio medido.
- Identificación de las **partes interesadas**, a saber, el beneficiario y el emisor, así como la forma de proceder.

²² COMISIÓN EUROPEA, Métodos propuestos para la medición del impacto social, [en línea]: ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=13401&langId=es Pág. 9-10

- Definición de la medición pertinente: la empresa social **planeará su intervención** y la **forma en que la actividad** conseguirá los resultados y las repercusiones que más necesitan los beneficiarios y las partes interesadas. Esta relación entre la actividad y la repercusión es la teoría de cambio de la empresa social. La empresa decidirá el cambio y establecerá la medición más apropiada para explicar dicha teoría de cambio y las repercusiones conseguidas y, posteriormente, llegará a un consenso en este sentido con las principales partes interesadas.
- Medición, validación y valor, para evaluar si los resultados objetivos **se han conseguido realmente** en la práctica, si son evidentes para la parte interesada beneficiaria y si son importantes para dicha parte interesada.
- Información, formación y **mejoras**, con vistas a que, a medida que se prestan los servicios y se obtienen las medidas de su eficacia, se comuniquen los resultados con regularidad y de manera que resulten pertinentes para los destinatarios internos y externos.

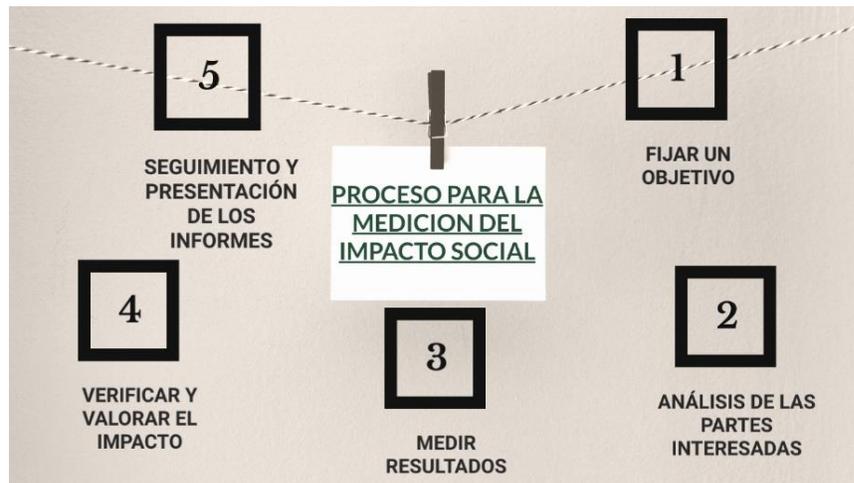


Gráfico 4: 5 fases para la Medición del impacto según la COMISION EUROPEA
(Elaboración propia en Visme)

Las cinco fases requieren la participación de todas las partes involucradas, por tal razón elementos como la comunicación, colaboración y compromiso son necesarios para conseguir y conservar el equilibrio en las diferentes actividades encaminadas al cumplimiento de los objetivos y los indicadores de gestión en cada fase.

5.2.1.1 Comunicación común (información) de las mediciones²³

La **COMISION EUROPEA** establece que, para cualquier tipo de organización sin importar su naturaleza, la presentación de la información debe reflejar las pruebas respectivas y proporcionales que respalden cada variable a medir

- **Una explicación de cómo se ha aplicado el proceso**, a saber, lo que se ha hecho en cada una de las cinco fases; un **informe detallado** de los efectos de la intervención (resultados) y de los beneficiarios identificados, que explique también, al menos en términos cualitativos, el peso muerto, el desarrollo y la reducción;
- Una explicación del proceso, a saber, qué actividad ha generado tales resultados y sus repercusiones, así como el modelo lógico de la empresa social (teoría de cambio o hipótesis) que explique **por qué la actividad ha generado o ha contribuido a dicho resultado**;
- **Una identificación de cualquier tercero** que haya intervenido en la producción eficaz de tales resultados y repercusiones, explicando la forma en que ha contribuido (atribución alternativa);
- Una identificación de las partes cuyos **intereses** son objeto de medición, con indicación de la naturaleza de los beneficios que han obtenido, **clasificados adecuadamente**
- Una selección bien argumentada y proporcionada de los **indicadores** de las repercusiones identificadas **para tales partes interesadas**, donde se identifiquen la relación de los indicadores con la repercusión

²³ Ibid., pág. 10-11

y las necesidades y los intereses de las partes interesadas, y la forma en que tales indicadores han sido acordados con ellas;

- Una explicación del **riesgo social y financiero** (el riesgo de que no se produzcan los resultados sociales y financieros) cuantificado, cuando resulte útil y proporcionado, con una evaluación de la probabilidad y la repercusión, así como con un análisis de sensibilidad en el que se reflejen los efectos en los resultados previstos, las repercusiones y los resultados financieros, en caso de que se materialice el riesgo.

5.2.1.2 MODELO MATRIZ MEDICIÓN IMPACTO

EL PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS²⁴ establece 17 objetivos de desarrollo sostenible, conocidos como objetivos mundiales, estos mismos son una convocatoria mundial para adoptar medidas que promulguen el fin de la pobreza y la protección ambiental y de esta manera garantizar que la población disfrute de paz y prosperidad.



Gráfico 5: Objetivos Desarrollo Sostenible

²⁴ PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS, Objetivos de desarrollo sostenible, [en línea]: <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

El PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS²⁵ establece 17 objetivos de desarrollo sostenible, conocidos como objetivos mundiales, estos mismos son una convocatoria mundial para adoptar medidas que promulguen el fin de la pobreza y la protección ambiental y de esta manera garantizar que la población disfrute de paz y prosperidad.

Se toman como referencia los objetivos mundiales debido a que el programa pretende encaminar sus actividades a los objetivos de : **1. FIN DE LA POBREZA, 2. HAMBRE CERO ,4. EDUCACION DE CALIDAD, 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONOMICO, 9. INDUSTRIA INNOVACION E INFRAESTRUCTURA, 10. REDUCCION DE LAS DESIGUALDADES.**

5.3 ANÁLISIS DE PROYECCIÓN SOCIAL EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS

El **consejo Nacional de Acreditación** establece los lineamientos para la acreditación de programas de Pregrado, uno de los factores que lo componen son los de Procesos académicos y en medio de estos se encuentra la característica número 23. Extensión o proyección social, entendido como: “influencia positiva sobre su entorno, en desarrollo de políticas definidas y en correspondencia con su naturaleza y su situación específica; esta influencia es objeto de análisis sistemático”²⁶

5.4 RESULTADOS IMPACTO SOCIAL

En el anexo 2 y 3 se puede evidenciar el registro de los datos y el proceso de transformación a información.

²⁵ PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS, Objetivos de desarrollo sostenible,

<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

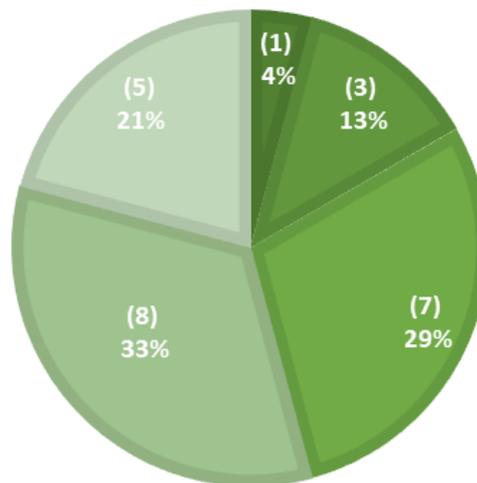
²⁶SISTEMA NACIONAL DE ACREDITACIÓN, Característica 23: Extensión o proyección social. [en línea]:

http://cms.colombiaaprende.edu.co/static/cache/binaries/articles-186359_pregrado_2013.pdf?binary_rand=7432 (pág. 35)

5.4.1 Cantidad de eventos de Proyección social por tiempo

1.CANTIDAD DE EVENTOS PROYECCIÓN SOCIAL EN EL TIEMPO

■ 2014 ■ 2015 ■ 2016 ■ 2017 ■ 2018



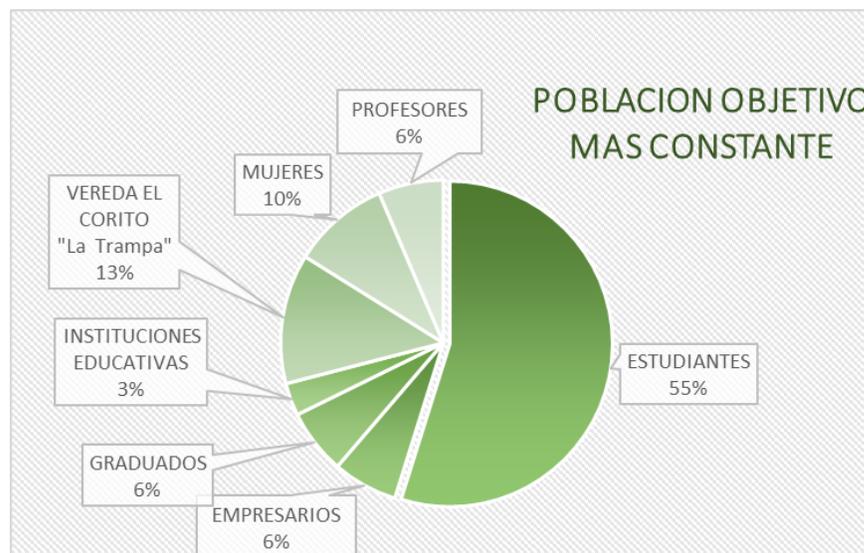
Gráfica 10: Cantidad de eventos proyección social en el tiempo

Los últimos 5 años presentan un total de 24 eventos, el número de eventos registrados corresponde a los reflejados en los informes analizados, el año 2017 es el año con más número de eventos con un total de 8 eventos al año correspondiente el 33% del total de eventos, posteriormente el 2016 con 7 eventos en el año correspondiente a un 29%, el año 2018 refleja 5 eventos anuales correspondiente al 21%, para el año 2015 se observan 3 eventos representando el 13% y finalmente está en año 2014 con 1 solo evento que representa el 4% de la totalidad de eventos de proyección social.

5.4.2 Población objetivo más constante / Objetivos de desarrollo sostenible por segmentos de población

2. POBLACION OBJETIVO MAS CONSTANTE	
DIRIDO A	N.º EVENTOS
ESTUDIANTES	17
EMPRESARIOS	2
GRADUADOS	2
INSTITUCIONES EDUCATIVAS	1
VEREDA EL CORITO "La Trampa"	4
MUJERES	3
PROFESORES	2

Tabla 11: Población objetivo más constante



Gráfica 11: Población objetivo más constante

De un total de 24 eventos de Proyección Social en los últimos 5 años, la población objetivo más frecuente corresponde a los estudiantes con un total de 17 eventos en los que se vieron involucrados, representando así el 55% del total de las diferentes

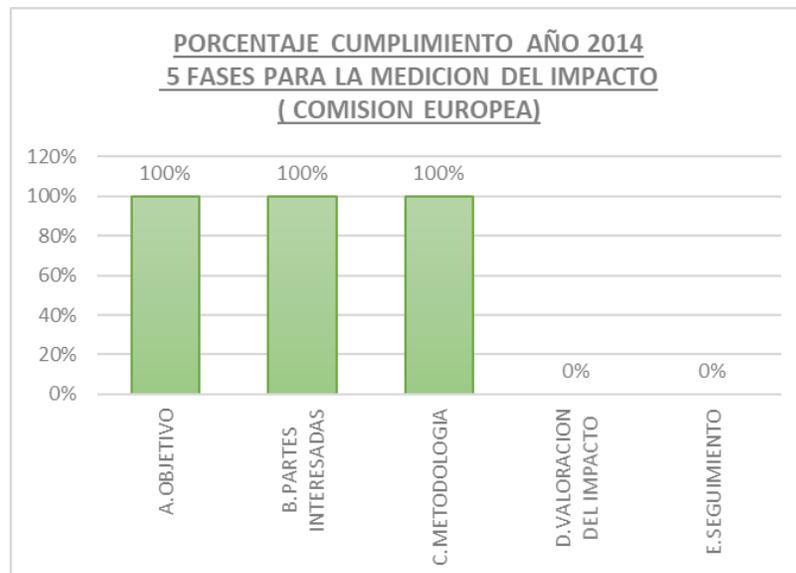
poblaciones objetivo, posteriormente esta la Vereda el Corito “La trampa” con un total de 4 eventos realizados con esta población vulnerable, correspondiente al 13%, también están las mujeres con 3 eventos representando así el 10%, los profesores, graduados y empresarios presentan 3 eventos correspondientemente con 6% cada uno y finalmente se encuentra las instituciones educativas con 1 solo evento correspondiente al 3% de la totalidad.

5.4.3 Porcentaje de cumplimiento (5 FASES del Modelo COMISION EUROPEA) por año.

5.4.3.1 Año 2014

TOTAL	AÑO	A. OBJETIVO	B. PARTES INTERESADAS	C. METODOLOGIA	D. VALORACION DEL IMPACTO	E. SEGUIMIENTO
1	2014	1	1	1	0	0
	TOTAL	1	1	1	0	0
		100%	100%	100%	0%	0%

Tabla 12: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2014



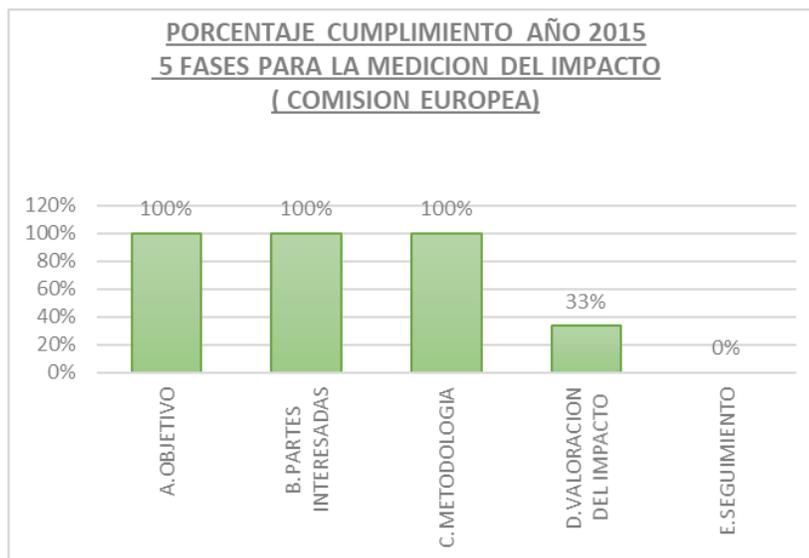
Gráfica 12: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2014

El evento realizado en el año **2014** solo cumple las primeras 3 fases del modelo para la medición del impacto: Objetivo con un 100%, partes interesadas con un 100%, metodología con un 100%, en los informes institucionales es inexistente la Valoración del impacto (0%) y el seguimiento (0%).

5.4.3.2 Año 2015

TOTAL	AÑO	A. OBJETIVO	B. PARTES INTERESADAS	C. METODOLOGÍA	D. VALORACIÓN DEL IMPACTO	E. SEGUIMIENTO
3	2015	1	1	1	0	0
		1	1	1	1	0
		1	1	1	0	0
TOTAL		3	3	3	1	0
		100%	100%	100%	33%	0%

Tabla 13: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2015



Gráfica 13: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2015

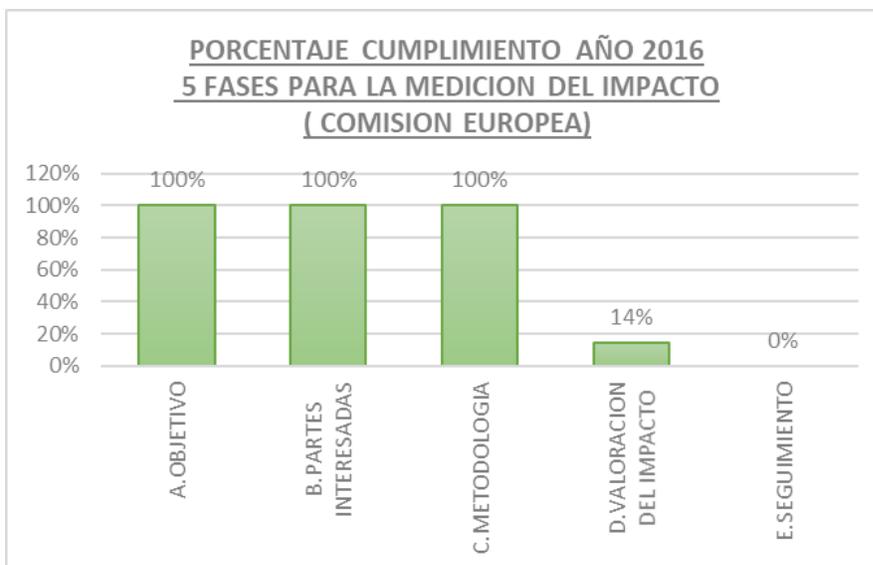
En los 3 eventos realizados en el año **2015** se cumple las primeras 3 fases a totalidad: Objetivo con un 100%, partes interesadas con un 100%, metodología con un 100%, por otro lado, la valoración del impacto refleja un 33% de cumplimiento

esto quiere decir que únicamente 1 evento reporta dicha valoración, finalmente en los informes institucionales es inexistente el seguimiento con un (0%).

5.4.3.3 Año 2016

TOTAL	AÑO	A. OBJETIVO	B. PARTES INTERESADAS	C. METODOLOGIA	D. VALORACION DEL IMPACTO	E. SEGUIMIENTO
7	2016	1	1	1	0	0
		1	1	1	0	0
		1	1	1	0	0
		1	1	1	0	0
		1	1	1	0	0
		1	1	1	0	0
		1	1	1	1	0
TOTAL		7	7	7	1	0
		100%	100%	100%	14%	0%

Tabla 14: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2016



Gráfica 14: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2016

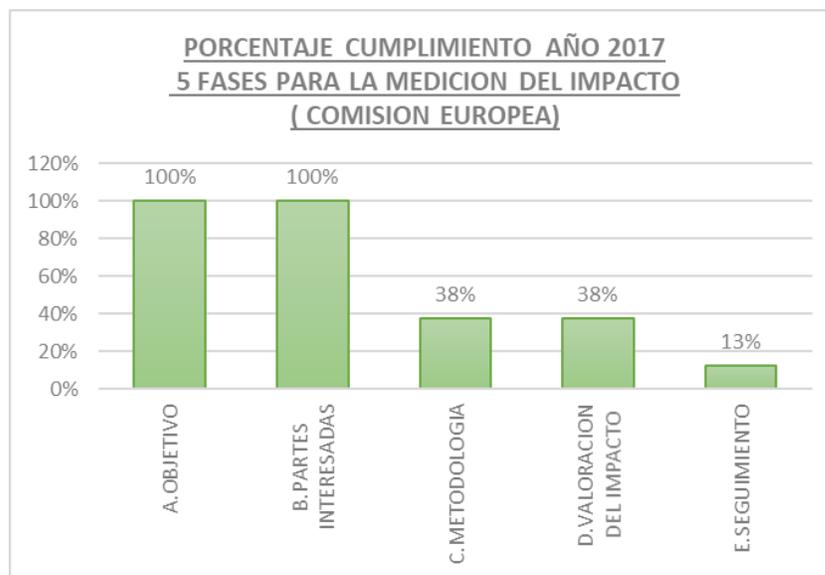
En los 7 eventos realizados en el año **2016** se cumple las primeras 3 fases a totalidad: Objetivo con un 100%, partes interesadas con un 100%, metodología con un 100%, por otro lado, la valoración del impacto refleja un 14% de cumplimiento

esto quiere decir que únicamente 1 evento reporta dicha valoración, finalmente en los informes institucionales es inexistente el seguimiento con un (0%).

5.4.3.4 Año 2017

TOTAL	AÑO	A. OBJETIVO	B. PARTES INTERESADAS	C. METODOLOGIA	D. VALORACION DEL IMPACTO	E. SEGUIMIENTO
8	2017	1	1	1	1	0
		1	1	1	1	1
		1	1	1	1	0
		1	1	0	0	0
		1	1	0	0	0
		1	1	0	0	0
		1	1	0	0	0
		1	1	0	0	0
TOTAL		8	8	3	3	1
		100%	100%	38%	38%	13%

Tabla 15: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2017



Gráfica 15: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2017

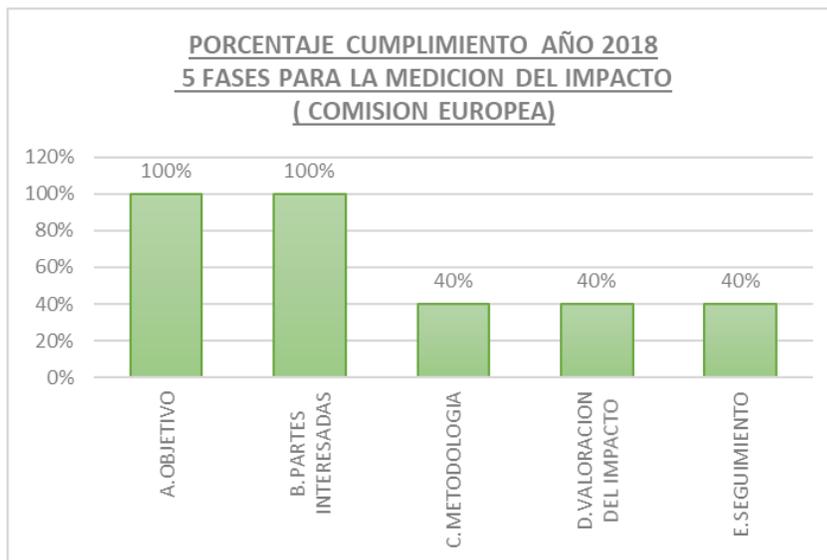
En los 8 eventos realizados en el año **2017** se cumple las primeras 3 fases a totalidad: Objetivo con un 100%, partes interesadas con un 100%, metodología con un 100%, por otro lado, la valoración del impacto refleja un 38% de cumplimiento

esto quiere decir que 3 eventos reportan dicha valoración, finalmente a diferencia de los años anteriores el seguimiento si tiene representación con un 13 % esto quiere decir que solamente 1 evento reporto dicha información.

5.4.3.5 Año 2018

TOTAL	AÑO	A. OBJETIVO	B. PARTES INTERESADAS	C. METODOLOGIA	D. VALORACION DEL IMPACTO	E. SEGUIMIENTO
5	2018	1	1	1	1	1
		1	1	1	1	1
		1	1	0	0	0
		1	1	0	0	0
		1	1	0	0	0
		1	1	0	0	0
	5	5	2	2	2	
		100%	100%	40%	40%	40%

Tabla 16: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2018



Gráfica 16: Porcentaje de Cumplimiento Modelo CE 2018

En los 5 eventos realizados en el año **2018** se cumple las primeras 2 fases a totalidad: Objetivo con un 100%, partes interesadas con un 100%, mientras que la metodología se redujo a un 40%, lo cual significa que 3 eventos no reflejan dicha información, por otro lado la valoración del impacto refleja un aumento al 40% de

cumplimiento esto quiere decir que 2 eventos reportan dicha valoración, finalmente el seguimiento es representando con un 40 % esto quiere decir que 2 eventos reportan dicha información.

En Cuanto a los eventos de proyección social el Programa de Administración de empresas seccional Facatativá deberá iniciar un rediseño desde la planeación, organización, ejecución y control de las actividades, Los informes y trabajos que documentan y soportan las actividades podrían seguir en modelo de la COMISION EUROPEA a fin de obtener mediciones no solo cualitativas sino también cuantitativas en características como el número total de la población , terceros involucrados, población realmente impactada, y valoración del impacto.

6. CAPITULO III BENCHMARKING (ANALISIS DE COMPETITIVIDAD)

6.1 BENCHMARKING A NIVEL LATINOAMERICA, NACIONAL Y LOCAL

Reconocimiento internacional en educación profesional de administradores de empresas. Según la clasificación de la consultora británica QS²⁷ dos instituciones nacionales se encuentran entre las mejores de América Latina:

LAS 10 MEJORES UNIVERSIDADES EN AMERICA LATINA	UNIVERSIDADES SELECCIONADAS PARA EL ESTUDIO
*Pontificia Universidad Católica de Chile	<p>● A nivel Latinoamericano:</p> <p>Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (PRIVADA)</p> <p>Universidad de Chile (PUBLICA)</p> <p>● A nivel Nacional:</p> <p>Universidad de los Andes de Colombia (PRIVADA)</p> <p>Universidad Nacional de Colombia (PUBLICA)</p> <p>● A nivel Local:</p> <p>Politécnico Grancolombiano.</p> <p>Universidad Minuto de Colombia</p>
*Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (PRIVADA)	
*Fundación Getulio Vargas (Brasil)	
*Universidad de Chile (PUBLICA)	
*Universidad de los Andes (Colombia)(PRIVADA)	
*Universidad Nacional Autónoma de México	
*Universidad de São Paulo (Brasil)	
*Instituto Tecnológico Autónomo de México	
*Universidad Adolfo Ibáñez (Chile)	
*Universidad Nacional de Colombia” (PUBLICA)	

Tabla 17: Universidades seleccionadas para el Benchmarking

6.2 ELEMENTOS ASCOLFA vs PERFIL OCUPACIONAL Y PROFESIONAL

Se identificaron los diferentes elementos reflejados en el perfil ocupacional y profesional de cada una de las diferentes Universidades objeto de estudio, además de determinar los componentes diferenciadores que le dan reconocimiento en el mercado a cada una de ellas. Lo anterior con el fin de definir el porcentaje de cumplimiento y con este asignar el valor correspondiente en la MPC de los diferentes niveles.

²⁷SEMANA. (2017). Dos universidades colombianas entre las mejores en Administración. [en línea]: <https://www.semana.com/educacion/articulo/cuales-son-las-mejores-universidades-en-administracion/513191>

		ELEMENTOS DEL PERFIL DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS (ASCOLFA)Asociación Colombiana de Facultades de Administración						
		UNIVERSIDADES						
		UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA	A NIVEL LATINOAMERICANO		A NIVEL NACIONAL		A NIVEL LOCAL	
ÁREAS ELEMENTOS			INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY	UNIVERSIDAD DE CHILE	UNIVERSIDAD DE LOS ANDES	UNIVERSIDAD NACIONAL	UNIVERSIDAD POLITECNICO GRAN COLOMBIANO	UNIMINUTO
		ADMINISTRACIONES Y ORGANIZACIONES						
1	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	1	1	1	1	1	1	1
2	INVESTIGACIÓN	1			1			
3	GESTOR INTEGRAL PROCESOS Y COMUNICACIÓN	1	1		1	1	1	1
4	GESTIÓN HUMANA (COMP. ORGANIZACIONAL)		1	1		1		
5	LIDERAZGO / GERENCIA / ASESOR	1	1	1	1	1	1	1
		FINANZAS						
6	RENTABILIDAD		1			1	1	
7	ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS			1		1		
		MERCADEO						
8	CONOCEDOR DEL ENTORNO	1		1			1	1
9	ESTRATEGIA		1					1
10	TOMA DE DECISIONES	1		1	1	1	1	1
11	INVESTIGACIÓN				1	1		
12	ANÁLISIS CONSUMIDOR							
		ELECTIVA SERVICIOS						
10	CREACIÓN DE VALOR							
11	RETROALIMENTACIÓN Y MONITOREO							
12	TRANSPARENCIA/ ÉTICA	1	1	1	1		1	1

13	INVESTIGACIÓN TENDENCIAS							
		PRODUCCION Y OPERACIONES						
14	CREACIÓN DE VALOR /EMPREDEDOR	1	1			1	1	
15	GESTOR INTEGRAL DE PROCESOS				1			
16	PRODUCTIVIDAD(INDICADORES)					1	1	
17	MEJORAMIENTO CONTINUO				1			
18	LOGÍSTICA OPERACIONAL							
19	MODELOS MATEMÁTICOS						1	1
		ELECTIVA INTERNACIONAL						
20	INTEGRADOR DE PROCESOS		1		1			
21	ESTRATEGIA INTERNACIONAL		1		1			
22	NEGOCIADOR		1		1			
23	CONOCEDOR DEL ENTORNO/APROVECHAMIENTO	1	1		1		1	
24	COMERCIO EXTERIOR		1		1			
		OTROS						
25	DOCENCIA E INVESTIGACIÓN	1			1	1		
26	USO TECNOLOGIA /INNOVACIÓN		1	1		1		1
TOTAL		10	14	8	15	12	10	8
%		38,46	53,85	30,77	57,69	46,15	38,46	30,77
Valor en la MPC		2	3	2	3,5	2	3	2

Tabla 18: ASCOLFA Vs Universidades del Benchmarking

6.3 DESCRIPCIÓN UNIVERSIDADES A NIVEL LATINOAMERICANO

6.3.1 INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY

La carrera de **Licenciado en Administración y estrategia de negocios**²⁸ en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (Privada) , con una duración de **9 semestres** divididos en las fases de Exploración, Enfoque y Especialización, su metodología es presencial, en **programas de continuidad**²⁹ se encuentran 2 doctorados en (Ciencias administrativas y financieras), 4 maestrías en (Maestría en Administración y dirección de empresas (Presencial y en línea), dirección global, finanzas ,INTERNACIONALIZACIÓN (Programas de Intercambio, idiomas, prácticas profesionales, estancias de investigación, dobles titulaciones) , PREPARATEC³⁰(Dominio del inglés como segunda lengua). Por otro lado en su **plan estratégico**³¹: establecen 2 diferenciadores y sus respectivas estrategias para la enseñanza y aprendizaje, estas incluyen (Programas y esquemas innovadores, ecosistemas de emprendimiento que involucren docentes y estudiantes, aprendizaje experiencial con proyectos y vinculación con industrias). Los **requisitos de graduación**³² son (Completar ciclo preparatoria, cumplir con el servicio social, examen de egreso A.C, demostrar dominio del inglés)

Las **competencias** por resaltar de los egresados del TECNOLÓGICO DE MONTERREY son: Planeación organizacional e inteligencia de negocios, Desarrollo y comunicación organizacional, proceso de control administrativo, procesos de control y consultoría administrativos.

²⁸ TECNOLÓGICO DE MONTERREY, Licenciado en Administración y estrategia de negocios. [en línea]:

http://admission.itesm.mx/es/lae?utm_source=itesm.mx&utm_medium=programa&utm_campaign=redirect

²⁹ TECNOLÓGICO DE MONTERREY, Titulación, [en línea]: <https://maestriasydiplomados.tec.mx/escuelas/egade-business-school>

³⁰ PREPATEC, Programas académicos, [en línea]: <http://admissionprepatec.itesm.mx/programas-academicos>

³¹ TECNOLÓGICO DE MONTERREY, Plan estratégico 2020, [en línea]: http://sitios.itesm.mx/webtools/planestrategico2020/publico/documento/PlanEstrategico2020.pdf?fbclid=IwAR31UYP4QEGVTRGeukKokMnUc40RDtxu3eX-N9O2puH9WF4Jft-70Hq_SYM

³² TECNOLÓGICO DE MONTERREY, Opciones de grado, [en línea]: https://samp.itesm.mx/Programas/VistaPrograma?clave=LAE16&modoVista=Default&idioma=ES&cols=0&fbclid=IwAR1GU87-Irt9eK2c1hlpHVGAiAGmwqg_mj8PDv43G6ur7kE8EZy8pWlZGx0

6.3.2 UNIVERSIDAD DE CHILE

La carrera de **Licenciatura en Ciencias Económicas** de la Universidad de Chile (Pública), con una duración de 9 semestres, en su metodología es presencial, en **programas de continuidad**³³ está compuesto por 1 Doctorado en (Administración de Negocios), 11 Magíster en las áreas de (Análisis Económico, Administración (MBA), Contabilidad, Control de Gestión, Economía, Finanzas, Gestión de Personas y Dinámica Organizacional, Marketing, Políticas Públicas, Tributación), 1 curso de especialización (Postítulo en Economía y Finanzas para Abogados). En las **estrategias generales**³⁴ se establecen temas generales y transversales (Formación integral, investigación articulada con las necesidades del país, consolidación del gobierno, potenciar el área de educación). Los estudiantes tienen en sus requisitos de **opción grado**³⁵ (Cumplimiento del plan de estudios de la carrera, Prácticas Universitarias, Examen de especialidad en Administración o Economía, Magister, Trabajo académico, Cursos de inglés)

Las **competencias por resaltar de los egresados** son: (Analizar los fenómenos, liderar áreas y proyectos en empresas públicas o privadas, preocupación y compromiso social para la sostenibilidad de esta, capacidad de toma de decisiones y administración de recursos en todas las áreas de negocios (marketing, finanzas, comercial, recursos humanos, tecnología e innovación y emprendimiento)

6.4. DESCRIPCIÓN UNIVERSIDADES A NIVEL NACIONAL

6.4.1 UNIVERSIDAD DE LOS ANDES³⁶

La carrera de **Administración de empresas** en la Universidad de los Andes (privada), con una duración de **8 semestres**, tiene un valor de \$17.000.000 y su

³³ UNIVERSIDAD DE CHILE, Doctorados, [en línea]: <http://www.uchile.cl/postgrados/112780/administracion-de-negocios>

³⁴ UNIVERSIDAD DE CHILE, Plan de desarrollo institucional 2017, [en línea]: <http://www.uchile.cl/portal/presentacion/senado-universitario/documentos/30784/plan-de-desarrollo-institucional-2017-2026>

³⁵ UNIVERSIDAD DE CHILE, Decreto Universitario N°009615, [en línea]:

<https://pregrado.fen.uchile.cl/Pregrado/reglamentointerno/Documentos/Decreto%20Plan%20de%20estudios%20IC.pdf>

³⁶ UNIVERSIDAD DE LOS ANDES, Facultad de administración, [en línea]:

<https://administracion.uniandes.edu.co/index.php/es/programas/pregrados/administracion/informacion-genera>

metodología es presencial, en **programas de continuidad** está compuesto por 8 maestrías en las áreas de (Finanzas, negociación y mercadeo) , 3 especializaciones en áreas de (Finanzas, negociación y mercado) y 1 maestría en (Administración), los estudiantes tienen 3 modalidades como **opciones grado**³⁷ , siendo su enfoque principal la investigación (Asistentes, trabajo de grado o maestría). Los **ejes estratégicos**³⁸ planteados en el PEI se basan en (Liderazgo Académico en Investigación vinculando docentes y estudiantes, Visibilidad e Impacto por medio de la participación en proyectos e Internacionalización, fomentar la integralidad y cultura en la comunidad Institucional).Las competencias a resaltar de los **egresados** son: Capacidad en la toma de decisiones, compromiso ético, liderazgo para una visión integral en contextos nacionales e internacionales, formación multidisciplinaria y flexible que desarrolla un sentido amplio de la realidad, y por último aptitud para ocupar altos cargos directivos en organizaciones privadas, públicas y del tercer sector.

6.4.2 UNIVERSIDAD NACIONAL

La carrera de **Administración de empresas** en la Universidad Nacional de Colombia (publica), con una duración de **10 semestres**, su valor dependerá de los **ingresos familiares**, su metodología es presencial, en **programas de continuidad** está compuesto por 6 maestrías en las áreas de (Finanzas, contabilidad ,ciencias económicas, administración, estudios políticos, gobierno urbano, medio ambiente y desarrollo) , 2 doctorados en áreas de (Ciencias económicas y administración) , los estudiantes tienen 4 modalidades como **opciones grado**³⁹ (Monografía, prácticas, posgrados, examen preparatorio), por otro lado la **metodología de enseñanza y aprendizaje** está basada principales en (Líneas de Profundización, doble titulación, nivelación, sistema de Acompañamiento Estudiantil) .Las competencias a resaltar

³⁷UNIVERSIDAD DE LOS ANDES, Facultad de administración, [en línea]:

<https://administracion.uniandes.edu.co/index.php/es/programas/pregrados/administracion/programa>

³⁸ UNIVERSIDAD DE LOS ANDES, Facultad de administración, [en línea]:

<https://uniandes.edu.co/sites/default/files/asset/document/Estrategia-2016-2020.pdf>

³⁹UNIVERSIDAD NACIONAL, Resolución 140 de 2010, [en línea]:

http://www.legal.unal.edu.co/rlunal/home/doc.jsp?d_i=44845

de los **egresados**⁴⁰ son: aptitud para medios y altos cargos en los diferentes sectores económicos al igual que entidades públicas o privadas, de la misma manera se resalta la aptitud en docencia e investigación (universidades públicas o privadas); finalmente podrán ser consultores independientes en áreas tales como: Calidad Total, Gestión de Recursos Humanos, Diseño Organizacional, Productividad y Desarrollo Tecnológico, Análisis Financiero, Evaluación de Proyectos de Inversión, Investigación de Mercados, etc.

6.5 DESCRIPCIÓN UNIVERSIDADES A NIVEL LOCAL

6.5.1 POLITECNICO GRAN COLOMBIANO

La carrera de **Administración de empresas** en el Politécnico Gran Colombiano (privada), con una duración de **9 semestres** en modalidades presencial y virtual ,con un valor de \$4.486.000 ,en **programas de continuidad** está compuesto por 3 especializaciones presenciales en las áreas de (Gestión empresarial, logística / cadena de abastecimiento, responsabilidad empresarial pública y privada) y 3 especializaciones virtuales (Gerencia de finanzas, Gerencia de mercado, proyectos de inteligencia de negocios. Los estudiantes tienen como **opciones grado** (Trabajo de grado, semillero, Semestre internacional, inglés de negocios), por otro lado la **metodología de enseñanza y aprendizaje** es abarcada por la **estrategia institucional**⁴¹ en los lineamientos estratégicos (Contribución del desarrollo de la sociedad, garantizar la sostenibilidad financiera, contribuir a éxito y satisfacción de los estudiantes y graduados, fortalecer con innovación el posicionamiento de la institución, excelencia académica, eficiencia operacional, servicio al estudiante, relacionamiento y proyección social, crecimiento institucional, talento humano, capital organizacional, tecnología y gestión de la información). Las competencias a resaltar de los **egresados** son: Gerenciar con liderazgo la gestión empresarial, apto

⁴⁰ UNIVERSIDAD NACIONAL, Generalidades el programa, [en línea]: <http://fce.unal.edu.co/administracion/generalidades-del-programa>

⁴¹ POLITECNICO GRAN COLOMBIANO, Estrategia Institucional, [en línea]: <https://comunicaciones.poligran.edu.co/web/documento-estrategia-institucional-del2018102.pdf>

para desempeñarse como gerente o asesor que responde a factores de competitividad, globalización y desarrollo sostenible)

6.5.2 UNIMINUTO

La carrera de **Administración de empresas** en la Universidad UNIMINUTO (privada), con una duración de **9 semestres** en modalidades presencial y distancia tradicional, con un valor de \$1.766.300 ,en **programas de continuidad** está compuesto por 3 diplomados (NIIF, Gerencia de Mercadeo, Negocios Internacionales) y 2 especializaciones (Gerencia social y Finanzas). Los estudiantes tienen 6 modalidades como **opciones grado**⁴² :Prácticas de investigación (Pertener a un grupo/ponencia),trabajo de grado/ Impacto social, Práctica profesional, Diplomados, programas internacionales de corta duración, certificaciones(estudios específicos) emitida por una organización aprobada por el consejo.

Por otro lado, la **metodología de enseñanza**⁴³ y aprendizaje está basada en la **Praxeología**: ejercicio de la práctica, como validación de la teoría, como método de enseñanza-aprendizaje y como fuente de conocimientos (ver, juzgar, actuar, deducción creativa). Las competencias por resaltar de los **egresados** son: pensamiento sistémico y mente estratégica, con visión para liderar y dirigir organizaciones perdurables, con sentido de responsabilidad social, ético y vocación de servicio, capacidad de liderar organizaciones mediante el diseño de políticas y procedimientos, capacidad de trabajo en equipo con énfasis en ética y responsabilidad social empresarial

⁴² UNIMINUTO, Acuerdo N.º 04, [en línea]:

<http://www.uniminuto.edu/documents/941377/941434/Lineamientos+para+Opciones+de+Grado+de+Pregrado/a4ffe541-bb81-4b79-94ec-a5c6e40c6471>

⁴³UNIMINUTO, Proyecto Educativo Institucional, [en línea]:

<http://www.uniminuto.edu/documents/941377/1434225/Proyecto+Educativo+Institucional+2013.pdf/849a034b-2ee8-448c-9aa9-93e2cef4a317B>

6.6 FACTORES DE ACREDITACIÓN SEGÚN EL CNA (CONSEJO NACIONAL DE ACREDITACIÓN)

El CNA tiene con fin principal “garantizar a la sociedad que las instituciones que hacen parte del Sistema cumplen los más altos requisitos de calidad que realizan sus propósitos y objetivos. El sistema de acreditación es un proceso voluntario para las Instituciones de educación Superior. La acreditación tendrá carácter temporal. Las instituciones que se acrediten disfrutarán de las prerrogativas que para ellas establezca la ley y las que señale el Consejo Superior de Educación Superior (CESU)”⁴⁴. Los elementos que se van a medir en la MPC corresponden a diferentes características enumeradas a lo largo de los Factores establecidos por el CNA en los LINEAMIENTOS PARA LA ACREDITACIÓN DE PROGRAMAS DE PREGRADO⁴⁵:

5.3.1 DURACIÓN ⁴⁶

5.3.2 PROGRAMAS DE CONTINUIDAD

5.3.3 OPCIONES DE GRADO⁴⁷

5.3.4 PERFIL DEL EGRESADO (ASCOLFA) PERFIL PROFESIONAL/OCUPACIONAL ⁴⁸

5.3.5 ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA (PEI, PEI, PEF)⁴⁹

⁴⁴ CONSEJO NACIONAL DE ACREDITACIÓN, Conozca el CNA, [en línea]: <https://www.cna.gov.co/1741/article-186382.html>

⁴⁵ CONSEJO NACIONAL DE ACREDITACIÓN, Lineamientos para la Acreditación de programas de Pregrado, [en línea]: http://cms.colombiaaprende.edu.co/static/cache/binaries/articles-186359_pregrado_2013.pdf?binary_rand=7432

⁴⁶ SISTEMA NACIONAL DE ACREDITACIÓN, Característica 17: Flexibilidad del currículo, [en línea]: http://cms.colombiaaprende.edu.co/static/cache/binaries/articles-186359_pregrado_2013.pdf?binary_rand=7432 (pág. 30)

⁴⁷ SISTEMA NACIONAL DE ACREDITACIÓN, Característica 21: Trabajo de los estudiantes. [en línea]: http://cms.colombiaaprende.edu.co/static/cache/binaries/articles-186359_pregrado_2013.pdf?binary_rand=7432 (pág.34)

⁴⁸ SISTEMA NACIONAL DE ACREDITACIÓN, Característica 16: Integralidad del currículo, [en línea]: http://cms.colombiaaprende.edu.co/static/cache/binaries/articles-186359_pregrado_2013.pdf?binary_rand=7432 (pág. 29-30)

⁴⁹ SISTEMA NACIONAL DE ACREDITACIÓN, Característica 2: Proyecto Educativo institucional. [en línea]: http://cms.colombiaaprende.edu.co/static/cache/binaries/articles-186359_pregrado_2013.pdf?binary_rand=7432 (pág. 20)

6.7 ANÁLISIS MPC POR NIVELES

6.7.1 LATINOAMÉRICA

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO A NIVEL LATINOAMERICANO PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS							
ASPECTO/FACTORES CNA (Consejo Nacional de Acreditación)	PESO	UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA ADMINISTRADOR DE EMPRESAS	C	INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY LICENCIADO EN ADMINISTRACION Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS	C	UNIVERSIDAD DE CHILE INGENIERIA COMERCIAL	C
DURACION		10 SEMESTRES		9 SEMESTRES (FASES) 1-3 EXPLORACION 4 ENFOQUE 5-9 DECISIÓN		10 SEMESTRES	
	0,1	3	0,3	4	0,4	3	0,3
PROGRAMAS DE CONTINUIDAD		2 ESPECIALIZACIONES		2 DOCTORADOS 4 MAESTRIAS INTERNACIONALIZACIÓN PREPARATEC (Idiomas)		1 DOCTORADO 11 MAGISTER 1 CURSO DE ESPECIALIZACION	
	0,2	2	0,4	4	0,8	4	0,8
OPCIONES DE GRADO		*MONOGRAFIA *PASANTIA *INVESTIGACION *SEMESTRE AVANZADO		Completar ciclo preparatorio Cumplir con el servicio social Examen de egreso A.C Demostrar dominio de las ingles		Practicas Universitarias Examen de especialidad (Administración o Economía) Magister Trabajo académico Cursos de ingles	
	0,2	3	0,6	3	0,6	3	0,6
PERFIL DEL EGRESADO (ASCOLFA) PERFIL PROFESIONAL/OCUPACIONAL							
	0,3	2	0,6	3	0,9	2	0,6

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA (PEI, PEU, PEF)		*FORMACIÓN Y APRENDIZAJE *CIENCIA, TECNOLOGIA E INNOVACIÓN *INTERACCIÓN SOCIAL		*SELECTIVIDAD Y BECAS *MODELO TEC 21 *VINCULACION CON EGRESADOS		Temas generales y transversales (Formación integral, investigación articulada con las necesidades del país, consolidación del gobierno, potenciar el área de educación)	
	0,2	3	0,6	4	0,8	3	0,6
TOTAL	1,00	PESO PONDERADO	2,50		3,50		2,90

Tabla 19: MPC Universidades Latinoamérica

A nivel LATINOAMERICANO la Universidad con mayor peso ponderado corresponde al **Tecnológico de Monterrey** con un **3.50**, continuado por la **Universidad de Chile** con **2.90** y finalmente la **Universidad de Cundinamarca** con un peso de **2.50**.

En el factor de **DURACIÓN** ,la **Universidad de Cundinamarca** tiene una calificación de 0.3 frente al **Tecnológico de Monterrey** con un 0.4, la diferencia en la duración únicamente es de 1 semestre, sin embargo la discrepancia es dada por el modelo educativo, este es presentado en 3 fases que orientan a los estudiantes en la formación de un enfoque y especialidad en medio de las diferentes áreas de desempeño en una organización, de esta manera la metodología permitiría el desarrollo de perfiles ocupacionales definidos y decisivos. Desde otro punto de vista se tiene una calificación de 0.3 frente a la **Universidad de Chile** con el mismo valor 0.3, siendo la duración de 10 semestres en ambos casos.

En el factor de **PROGRAMAS DE CONTINUIDAD** se aprecia una calificación de 0.4 frente al **Tecnológico de Monterrey** con un 0.8, la holgura radica en la cantidad y variedad de programas posgraduales ofrecidos, es decir 2 Especializaciones frente a 2 doctorados, 4 Maestrías y un programa de Internacionalización (Idiomas).De la misma manera se tiene una calificación de 0.4 frente a la **Universidad de Chile** con el mismo valor 0.8, el origen de su resultado proviene de la diferencia en la

cantidad de programas posgraduales ofrecidos ,2 Especializaciones frente 1 doctorado, 11 magíster y 1 curso de especialización.

En **OPCIONES DE GRADO** las 3 Universidades reflejan el mismo peso, dado que no se encontraron elementos diferenciadores de juicio, cada universidad plantea los requisitos de grado sujetándose a su PEI y especialización diferenciadora en el mercado.

Se identificaron los elementos planteados por ASCOLFA (Asociación Colombiana de Facultades de Administración) en el **PERFIL DEL EGRESADO** con el fin de determinar por universidad los componentes hallados en el perfil profesional / ocupacional, además de identificar reconocimientos y fortalezas en el mercado de las Universidades en áreas específicas. Respectivamente la universidad cuenta con un peso de 0.6, por tanto, se encuentra en desventaja frente al **Tecnológico de Monterrey** con 0.9, ahora bien, con la **Universidad de Chile** presenta una igualación.

Finalmente, en las **ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA**, la universidad cuenta con un peso de 0.6 por esta razón se encuentra en desventaja frente al **Tecnológico de Monterrey** con 0.8, por otro lado, con la **Universidad de Chile** presenta la misma calificación en su peso.

6.7.2 NACIONAL

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO A NIVEL NACIONAL							
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS							
ASPECTO/FACTORES CNA (Consejo Nacional de Acreditación)	PESO	UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA	C	UNIVERSIDAD DE LOS ANDES	C	UNIVERSIDAD NACIONAL	C
		<u>ADMINISTRADOR DE EMPRESAS</u>		<u>ADMINISTRADOR DE EMPRESAS</u>		<u>ADMINISTRADOR DE EMPRESAS</u>	
DURACIÓN		10 semestres		8 SEMESTRES		10 SEMESTRES	
	0.05	3	0.15	4	0.2	3	0.15
<u>ACCESO ECONÓMICO</u>		<u>1 SMLV</u>		<u>\$17.000.000</u>		<u>INGRESOS FAMILIARES</u>	
	<u>0.05</u>	<u>3</u>	<u>0.15</u>	<u>1</u>	<u>0.05</u>	<u>4</u>	<u>0.2</u>
PROGRAMAS DE CONTINUIDAD		2 ESPECIALIZACIONES		9 MAESTRIAS 3 ESPECIALIZACIONES		6 MESTRIAS 2 DOCTORADOS	
	0.2	2	0.4	4	0.8	4	0.8
OPCIONES DE GRADO		*MONOGRAFIA *PASANTIA *INVESTIGACION *SEMESTRE AVANZADO		*ASISTENTE DE INVESTIGACIÓN *TRABAJO DE INVESTIGACIÓN *MAESTRIA DE INVESTIGACIÓN		*MONOGRAFIA *PRACTICAS *POSGRADOS *EXAMEN PREPARATORIO	
	0.2	3	0.6	4	0.8	4	0.8
PERFIL DEL EGRESADO (ASCOLFA) PERFIL PROFESIONAL/OCUPACIONAL							
	0.3	2	0.6	3.5	1.05	2	0.6

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA (PEI, PEU, PEF)		*FORMACIÓN Y APRENDIZAJE *CIENCIA, TECNOLOGIA E INNOVACIÓN *INTERACCIÓN SOCIAL		Liderazgo Académico en Investigación vinculando docentes y estudiantes, Visibilidad e Impacto por medio de la participación en proyectos e Internacionalización, fomentar la integralidad y cultura en la comunidad Institucional		*LINEAS DE PROFUNDIZACION *NIVELACIÓN *ACOMPañAMIENTO ESTUDIANTIL	
	0.2	4	0.8	3	0.6	3	0.6
TOTAL	1.00	PESO PONDERADO	2.70	PESO PONDERADO	3.50	PESO PONDERADO	3.15

Tabla 20: MPC Universidades Nacional

A nivel NACIONAL la Universidad con mayor peso ponderado corresponde a la **Universidad De Los Andes** con un **3.50**, continuado por la **Universidad de Nacional** con **3.15** y finalmente la **Universidad de Cundinamarca** con un peso de **2.70**.

En el factor de **DURACIÓN**, la **Universidad de Cundinamarca** tiene una calificación de 0.15 frente a Universidad **de los Andes** con un 0.2, la divergencia es dada 2 semestres de diferencia. Desde otro punto de vista se tiene una calificación de 0.3 frente a la **Universidad Nacional** con el mismo valor 0.15, siendo la duración de 10 semestres en ambos casos.

Teniendo en cuenta que la mayoría del mercado objetivo pertenece a estratos 1,2 y 3 se estimó el **ACCESO ECONÓMICO** como un factor en la MPC, ahora bien, frente a este componente la Universidad evidencia un peso de 0.15, encontrándose así; por encima de **Los Andes** con un 0.05 y por debajo de la **Universidad Nacional** con un peso de 0.2; la razón principal de la holgura tan pronunciada es dada por los precios por semestre.

En el factor de **PROGRAMAS DE CONTINUIDAD** se aprecia una calificación de 0.4 frente a la Universidad **de los Andes** con un 0.8, la desventaja radica en la cantidad

y variedad de programas posgraduales ofrecidos, 9 Maestrías y 3 especializaciones. De la misma frente a la **Universidad Nacional** con el mismo valor 0.8, contando así con 6 Maestrías y 2 Doctorados.

En **OPCIONES DE GRADO** la Universidad se encuentra en desventaja con un peso de 0.6 frente a las dos universidades con el mismo peso de 0.8 , las 3 universidades cuentan con las opciones de grado tradicionales, no obstante la **Universidad de los Andes** posee un enfoque en Investigación , de la misma manera la **Universidad Nacional** reglamenta un examen preparatorio⁵⁰ , siendo este una evaluación escrita diseñada por el Programa Curricular donde se incluirá entre cuatro (4) y seis (6) Componentes Temáticos.

Se identificaron los elementos planteados por ASCOLFA (Asociación Colombiana de Facultades de Administración) en el **PERFIL DEL EGRESADO** con el fin de determinar por universidad los componentes hallados en el perfil profesional / ocupacional, además de identificar reconocimientos y fortalezas en el mercado de las Universidades en áreas específicas. Respectivamente la universidad cuenta con un peso de 0.6, por tanto, se encuentra en desventaja frente al **Universidad de los Andes** con 1.05, ahora bien, con la **Universidad Nacional presenta** una igualación.

Finalmente, en las **ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA**, la universidad está en ventaja ya que cuenta con un peso de 0.8 frente a un 0.6 para la Universidad **de los Andes** y la **Universidad Nacional**.

⁵⁰ UNIVERSIDAD NACIONAL, Resolución 140 de 2010, [en línea]: http://www.legal.unal.edu.co/rlunal/home/doc.jsp?d_i=44845

6.7.3 LOCAL

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO A NIVEL NACIONAL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS							
ASPECTO/FACTORES CNA (Consejo Nacional de Acreditación)	PESO	UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA ADMINISTRADOR DE EMPRESAS	C	UNIVERSIDAD POLITECNICO GRAN COLOMBIANO ADMINISTRADOR DE EMPRESAS	C	UNIMINUTO ADMINISTRADOR DE EMPRESAS	C
DURACION		10 semestres		9 SEMESTRES (Presencial y Virtual)		10 semestres	
	0,05	3	0,15	4	0,2	3	0,15
ACCESO ECONOMICO VALOR POR SEMESTRE		1 SMLV		\$4.486.000		\$ 1.755.300	
	0,05	4	0,2	2	0,1	3	0,15
PROGRAMAS DE CONTINUIDAD		2 ESPECIALIZACIONES		3 ESPECIALIZACIONES PRESENCIALES 3 ESPECIALIZACIONES VIRTUALES		3 DIPLOMADOS 2 ESPECIALIZACIONES	
	0,2	2	0,4	3	0,6	3	0,6
OPCIONES DE GRADO		*MONOGRAFIA *PASANTIA *INVESTIGACION *SEMESTRE AVANZADO		SEMESTRE INTENACIONAL INGLES DE NEGOCIOS		*Prácticas de investigación (Pertener a un grupo/ponencia) * Trabajo de grado/ Impacto social *Práctica profesional *Diplomados *Programas internacionales de corta duración * Certificaciones (Estudios específicos) emitida por una organización aprobada por el consejo	

	0,2	3	0,6	3	0,6	3	0,6
PERFIL DEL EGRESADO (ASCOLFA)							
PERFIL PROFESIONAL/OCUPACIONAL	0,3	2	0,6	3	0,9	2	0,6
ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA (PEI, PEU, PEF)		*FORMACIÓN Y APRENDIZAJE *CIENCIA, TECNOLOGIA E INNOVACIÓN *INTERACCIÓN SOCIAL		*INNOVACION *TRANSFORMACION *TECNOLOGIAS *RED GLOBAL		*PENSAMIENTO SISTEMATICO Y ESTRATEGICO *VISIONARIO Y LIDER *SENTIDO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL *VOCACION AL SERVICIO *ETICA PROFESIONAL	
	0,2	4	0,8	3	0,6	3	0,6
TOTAL	1,00	PESO PONDERADO	2,75		3,00		2,70

Tabla 21: MPC Universidades Locales

A nivel LOCAL la Universidad con mayor peso ponderado corresponde a la **Universidad Politécnico Gran Colombiano** con un **3.00**, continuado por la **UNIMINUTO** con **2.70** y finalmente la **Universidad de Cundinamarca** con un peso de **2.55**.

En el factor de **DURACIÓN**, la **Universidad de Cundinamarca** tiene una calificación de 0.15 frente al **Politécnico Gran Colombiano** con un 0.2, la divergencia es dada por 1 semestre de diferencia, además de contar con la modalidad virtual. Desde otro punto de vista frente a la **UNIMINUTO** con el mismo valor 0.15, siendo la duración de 10 semestres en ambos casos.

Teniendo en cuenta que la mayoría del mercado objetivo pertenece a estratos 1, 2 y 3 se estimó el **ACCESO ECONÓMICO** como un factor en la MPC, ahora bien, frente a este componente la Universidad evidencia un liderazgo con un peso de 0.2,

encontrándose así; por encima del **Politécnico Gran Colombiano** con un 0.1 y de la **UNIMINUTO** con un peso de 0.15; la razón principal de la holgura es dada por los precios de cada semestre.

En el factor de **PROGRAMAS DE CONTINUIDAD** se aprecia una calificación de 0.4 frente al **Politécnico Gran Colombiano** con un 0.6, la desventaja radica en la cantidad y variedad de programas posgraduales ofrecidos, 3 especializaciones presenciales y 3 Virtuales. De la misma frente a la **UNIMINUTO** con el mismo valor 0.6, contando así con 3 diplomados y 2 especializaciones.

En **OPCIONES DE GRADO** la Universidad tiene uniformidad con las universidades, todas presentan un peso de 0.6.

Se identificaron los elementos planteados por ASCOLFA (Asociación Colombiana de Facultades de Administración) en el **PERFIL DEL EGRESADO** con el fin de determinar por universidad los componentes hallados en el perfil profesional / ocupacional, además de identificar reconocimientos y fortalezas en el mercado de las Universidades en áreas específicas. Respectivamente la universidad cuenta con un peso de 0.6, por tanto, se encuentra en desventaja frente al **Politécnico Gran Colombiano** con 1.05, ahora bien, con la **UNIMINUTO** presenta una igualación.

Finalmente, en las **ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA**, la universidad está en ventaja ya que cuenta con un peso de 0.8 frente a un 0.6 para la **Politécnico Gran Colombiano** y la **UNIMINUTO**.

Con el fin de mejorar los resultados en el mercado en términos de competitividad se debería tener en cuenta algunos elementos de valor de las universidades objeto de estudio a fin de emular algunas características diferenciales de cada una, a nivel Latino Americano, el **INSTITUTO TECNOLOGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY** plantea en su modelo curricular plantea en 3 fases que permiten al estudiante encontrar su vocación y área de desempeño y de esta manera, en la primera etapa de exploración el estudiante podrá elegir y experimentar las diferentes disciplinas de la carrera sumados a retos de exploración, la segunda etapa de

enfoque se profundiza en las diferentes áreas del programa sumados a retos específicos, la última etapa es la especialización a fin de personalizar la carrera de acuerdo a los interés y planes del estudiante. El manejo de una segunda lengua es un requisito para graduación y esta competencia puede ser desarrollada en programas de internacionalización, además de contener en el PEI estrategias de enseñanza y motivación como lo es el MODELO TEC 21, De la **UNIVERSIDAD DE CHILE** cabe resaltar en enfoque y la importancia dada a la investigación articulada con las necesidades del país.

A nivel nacional la **UNIVERSIDAD DE LOS ANDES** exige en la mayoría de las opciones de grado participar en diferentes modalidades en investigación, por otro lado, la **UNIVERSIDAD NACIONAL** establece en el PEI líneas de profundización, muy similar al Tecnológico de Monterrey además de asegurar el acompañamiento estudiantil.

Finalmente, del nivel local el **POLITÉCNICO GRAN COLOMBIANO** establece como opción de grado el semestre internacional basada en la Red Global del PEI a fin de promover el conocimiento del entorno global, adicionalmente exige en la malla curricular el inglés de negocios.

CONCLUSIONES

- Un alto porcentaje de graduados (86%) se encuentran todavía con el nivel del pregrado en Administración de empresas, es muy bajo el porcentaje interesado en invertir para enriquecer su **perfil profesional**. Por otro lado, en el **perfil ocupacional** únicamente el 10% ocupa un nivel alto en medio de las organizaciones, mientras que es 47 % corresponde al nivel medio, el 43% restante está ubicado en el nivel bajo. Con lo anterior se puede decir que el nivel profesional de los graduados se ha visto estancado y como consecuencia los cargos laborales no superan del nivel medio.
- El 60% de los egresados contaron con un promedio de más de 4,1 y este puede ser entendido como la experiencia educativa de la que habla Arnaz, lo anterior relacionado a las áreas del diseño curricular donde se percibe mayor porcentaje de capacitación en medio del transcurso del proceso de formación corresponden a Gestión Humana, Costos y presupuestos y finanzas para un total del 61% de los graduados.
- Las cifras más alarmantes son: tan solo el 17% usa regularmente otro idioma diferente al español demostrando así el bajo nivel de bilingüismo, la baja capacidad de generar empresa es únicamente del 3%, un nivel de desempleo del 15%, el 61% de los graduados debieron usar canales de búsqueda que involucra familiares, amigo, conocidos y otros medios, finalmente se concluye que en suma el 71% pronostica realizar especializaciones o maestrías, sin embargo, tan solo el 14% cuenta con una especialización.
- Aunque la Universidad evidencia actividades de **Proyección Social**, no existe un debido registro que permita llevar el control adecuado de cada una de las fases que propone la Comisión Europea, en los últimos 2 años subió en un mínimo porcentaje la fase de verificación y seguimiento, fases que son inexistentes en los primeros 3 años.

- Los eventos de proyección social carecen de un modelo para definir y planear las diferentes actividades, dicho modelo debe estar direccionado a condiciones y objetivos mundiales o de carácter internacional y así poder ser medido realmente como impacto con éxito.
- A nivel **Competitivo** la Universidad de Cundinamarca a nivel Latino Americano, Nacional y Local se encuentra en desventaja, los resultados radican en los elementos diferenciadores de cada Universidad, algunas de estas siendo de plataformas muy grandes, además de tener presencia en diferentes lugares, por otro lado, al contar con diferentes recursos económicos que permiten la inversión en las diferentes variables de éxito. Un elemento por resaltar radica en que la universidad de Cundinamarca cuenta con una estructuración en el PEI que genera diferenciación de las otras universidades
- La Universidad no cuenta con los suficientes Programas de Posgrado (Especialización o Maestría) que respondan a las expectativas del mercado, por otro lado, se carece de espacios o criterios que mejoren el nivel de desempeño la una segunda lengua, situación que se repite en la capacidad investigativa.

RECOMENDACIONES

Con la finalidad de promover el perfil profesional y ocupacional de los Egresados, el Programa podría emplear las siguientes estrategias:

Dar apertura a Programas de Posgrado encaminado a áreas de intereses evidenciadas en las encuestas (Gestión Humana, Gestión Estratégica empresarial, Finanzas) y en áreas del diseño curricular con mejor percepción en capacitación por parte del programa (Costos y presupuesto, Mercadeo y Servicios)

Diseñar un espacio en la malla curricular donde el uso de las ingles sea requisito para graduación, esto puede ser promulgado por programas de internacionalización, convenios con entidades especializadas en idiomas.

Crear la bolsa de empleo de la UDEC a fin de generar convenios con las organizaciones y promulgar el currículo de los estudiantes y egresados.

Con el objetivo de llevar una medición cualitativa y cuantitativa en los **eventos de proyección social**, el programa debería adoptar el Modelo propuesto por la COMISION EUROPEA, además las actividades deberán siempre estar encaminadas a los objetivos de desarrollo sostenible.

Para obtener **ventaja competitiva** en el mercado el programa debería analizar y adoptar los elementos diferenciadores de cada una de las Universidades, a fin de definir fases en el aprendizaje que permitan al estudiante encontrar su área de desempeño es decir líneas de profundización que aseguren la asertividad ocupacional cuando inicie su vida laboral, por otro lado deberá fortalecer en gran medida los procesos de investigación y de esta manera articularlos con las necesidades en sabana de Occidente, finalmente se debe dar seguimiento y exigencia al desarrollo de manejo de una segunda lengua, esta al igual que la investigación deberían ser requisitos para graduación. Específicamente en el área de inglés el programa podría establecer como requisito en la descripción de cargo del docente, que este mínimo evidencie el nivel B1 según el Marco Común Europeo.

BIBLIOGRAFIA

- Ángel, M. (2009). Marketing y competitividad. Pearson Educación. Página 205. Tomado de <http://e-biblioteca.ucundinamarca.edu.co:2108>
- BOXWELL R. (1997). Benchmarking para competir con ventaja, *¿Qué es el benchmarking* Mc Graw Hill
- F., J. (2010). Investigación de mercados. (4a. ed.) McGraw-Hill Interamericana. Tomado de <http://e-biblioteca.ucundinamarca.edu.co:2108>
- PRIETO J. (2011). Gestión Estratégica Organizacional. *La mega tendencia Administrativas* Ecoe ediciones.
- Menou MJ. Measuring the impact of information on development. Ottawa: International Development Research Centre; 1993.

WEBGRAFIA

ASCOLFA, Matrices para tamizaje, [en línea]:

http://www.ascolfa.edu.co/wp-content/uploads/2015/01/MATRICES_PARA_TAMIZAJE.pdf

BASTIDAS ANTONIO y BOLAÑOS SONIA, Elementos para la construcción de un perfil para el gerente social en un entorno globalizado, [en línea]:

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3642161.pdf>

CHAVEZ DENNIS, Conceptos y técnicas de recolección de datos en la investigación Jurídico social, [en línea]:

https://www.unifr.ch/ddp1/derechopenal/articulos/a_20080521_56.pdf,

COMISIÓN EUROPEA, Métodos propuestos para la medición del impacto social, [en línea]:

ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=13401&langId=es

CONSEJO NACIONAL DE ACREDITACIÓN, Conozca el CNA, [en línea]:

<https://www.cna.gov.co/1741/article-186382.html>

CONSEJO NACIONAL DE ACREDITACIÓN, Lineamientos para la Acreditación de programas de Pregrado, [en línea]:

http://cms.colombiaaprende.edu.co/static/cache/binaries/articles-186359_pregrado_2013.pdf?binary_rand=7432

HAIR J, BUSH ROBERT, ORTINAU D, Investigación de mercados. (4a. ed. 2010.) McGraw-Hill Interamericana, [en línea]:

<https://ebiblioteca.ucundinamarca.edu.co:2059/stage.aspx?il=&pg=&ed=256>

Pág. 4.

HERNANDEZ S., Metodología de la Investigación, Mc Graw Hill, [en línea]:

<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Pág. 98

MINISTERIO DE EDUCACION, Encuesta Graduados, [en línea]:

<http://encuestasole.mineducacion.gov.co/hecaa-encuestas/>

[MINISTERIO DE EDUCACION](http://www.mineducacion.gov.co/sistemasinfo/Sistemas-de-Informacion-en-Ed-Superior-especializados/212301:Observatorio-Laboral-para-la-Educacion), Sistema Nacional de información de la educación superior. [en línea]:

<https://www.mineducacion.gov.co/sistemasinfo/Sistemas-de-Informacion-en-Ed-Superior-especializados/212301:Observatorio-Laboral-para-la-Educacion>

MORENO J., Perfiles profesionales y valores relativos al trabajo, [en línea]: http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-42212014000200003

NARESH, Investigación de mercados, [en línea]:

http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/517/Investigacion_de_Mercados.pdf

POLITECNICO GRAN COLOMBIANO, Estrategia Institucional, [en línea]:

<https://comunicaciones.poligran.edu.co/web/documento-estrategia-institucional-del2018102.pdf>

PREPATEC, Programas académicos, [en línea]:

<http://admissionprepatec.itesm.mx/programas-academicos>

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS, Objetivos de desarrollo sostenible, [en línea]:

<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

ROBIN SOPHIE, Herramientas de medición del impacto social, [en línea]:

http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/56948/2/Herramientas%20de%20medici%C3%B3n%20del%20impacto%20social_M%C3%B3dulo1.pdf

SAENZ LOPEZ K. y TAMEZ GONZALEZ G. Métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas aplicables a la investigación en ciencias sociales, [en línea]:

<https://www.academia.edu/26757359/MUESTREO ESTRATIFICADO>

SEMANA, ¿Cuánto ganan los recién graduados?, [en línea]:

<https://www.semana.com/educacion/articulo/salario-de-un-recien-egresado/517340>

SEMANA. (2017). Dos universidades colombianas entre las mejores en Administración, [en línea]:

<https://www.semana.com/educacion/articulo/cuales-son-las-mejores-universidades-en-administracion/513191>

SERCA CORPORATIVO, ¿Que es un perfil ocupacional y cómo elaborarlo?, [en línea]: <http://corporativoserca.com/blog/que-es-un-perfil-ocupacional-y-como-elaborarlo/>

SISTEMA NACIONAL DE ACREDITACIÓN, Característica 2: Proyecto Educativo institucional, [en línea]:

http://cms.colombiaaprende.edu.co/static/cache/binaries/articles-186359_pregrado_2013.pdf?binary_rand=7432

SISTEMA NACIONAL DE ACREDITACIÓN, Característica 16: Integralidad del currículo, [en línea]:

http://cms.colombiaaprende.edu.co/static/cache/binaries/articles-186359_pregrado_2013.pdf?binary_rand=7432

SISTEMA NACIONAL DE ACREDITACIÓN, Característica 17: Flexibilidad del currículo,

http://cms.colombiaaprende.edu.co/static/cache/binaries/articles-186359_pregrado_2013.pdf?binary_rand=7432

SISTEMA NACIONAL DE ACREDITACIÓN, Característica 21: Trabajo de los estudiantes, [en línea]:

http://cms.colombiaaprende.edu.co/static/cache/binaries/articles-186359_pregrado_2013.pdf?binary_rand=7432

SISTEMA NACIONAL DE ACREDITACIÓN, Característica 23: Extensión o proyección social, [en línea]:

http://cms.colombiaaprende.edu.co/static/cache/binaries/articles-186359_pregrado_2013.pdf?binary_rand=7432

SOSA TREVIÑO y TEJADA FERNÁNDEZ, Las teorías implícitas en la formación ocupacional y profesional, [en línea]:

<https://www.raco.cat/index.php/Educacion/article/viewFile/42300/90231> Pág. 2

TECNOLÓGICO DE MONTERREY, Licenciado en Administración y estrategia de negocios. [en línea]:

http://admisión.itesm.mx/es/lae?utm_source=itesm.mx&utm_medium=programa&utm_campaign=redirect

TECNOLÓGICO DE MONTERREY, Opciones de grado, [en línea]:

https://smp.itesm.mx/Programas/VistaPrograma?clave=LAE16&modoVista=Default&idioma=ES&cols=0&fbclid=IwAR1GU87-Irt9eK2c1hlpHVGAIAGmwqg_mj8PDv43G6ur7kE8Ezy8pWlzGx0

TECNOLOGICO DE MONTERREY, Plan estratégico 2020, [en línea]:

http://sitios.itesm.mx/webtools/planestrategico2020/publico/documento/PlanEstrategico2020.pdf?fbclid=IwAR31UYP4QEGVTRGeukKokMnUc40RDtxu3eX-N9O2puH9WF4Jft-70Hg_SYM

TECNOLOGICO DE MONTERREY, Titulación, [en línea]:

<https://maestriasydiplomados.tec.mx/escuelas/egade-business-school>

TORRES M., Métodos de recolección de datos para una investigación, [en línea]:

https://www.researchgate.net/publication/265872831_METODOS_DE_RECOLECCION_DE_DATOS_PARA_UNA_INVESTIGACION_UNIVERSIDAD

RAFAEL LANDÍVAR

UNIMINUTO, Acuerdo N.º 04, [en línea]:

<http://www.uniminuto.edu/documents/941377/941434/Lineamientos+para+Opciones+de+Grado+de+Pregrado/a4ffe541-bb81-4b79-94ec-a5c6e40c6471>

UNIMINUTO, Proyecto Educativo Institucional, [en línea]:

<http://www.uniminuto.edu/documents/941377/1434225/Proyecto+Educativo+Institucional+2013.pdf/849a034b-2ee8-448c-9aa9-93e2cef4a317B>

UNIVERSIDAD DE CHILE, Decreto Universitario N°009615, [en línea]:

<https://pregrado.fen.uchile.cl/Pregrado/reglamentointerno/Documentos/Decreto%20Plan%20de%20estudios%20IC.pdf>

UNIVERSIDAD DE CHILE, Doctorados, [en línea]:

<http://www.uchile.cl/postgrados/112780/administracion-de-negocios>

- UNIVERSIDAD DE CHILE, Plan de desarrollo institucional 2017, [en línea]: <http://www.uchile.cl/portal/presentacion/senado-universitario/documentos/30784/plan-de-desarrollo-institucional-2017-2026>
- UNIVERSIDAD DE LOS ANDES, Facultad de administración, [en línea]: <https://administracion.uniandes.edu.co/index.php/es/programas/pregrados/administracion/informacion-general>
- UNIVERSIDAD DE LOS ANDES, Facultad de administración, [en línea]: <https://administracion.uniandes.edu.co/index.php/es/programas/pregrados/administracion/programa>
- UNIVERSIDAD DE LOS ANDES, Facultad de administración, [en línea]: <https://uniandes.edu.co/sites/default/files/asset/document/Estrategia-2016-2020.pdf>
- UNIVERSIDAD NACIONAL, Generalidades el programa, [en línea]: <http://fce.unal.edu.co/administracion/generalidades-del-programa>
- UNIVERSIDAD NACIONAL, Resolución 140 de 2010, [en línea]: http://www.legal.unal.edu.co/rlunal/home/doc.jsp?d_i=44845