

Estudio de la situación académica, desempeño laboral e impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño,

San Juan de Pasto, Julio 2019.

Anyi Paola Erazo Castillo

Universidad de Nariño

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Mercadeo

San Juan de Pasto

2023

Estudio de la situación académica, desempeño laboral e impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño,
San Juan de Pasto, Julio 2019.

Anyi Paola Erazo Castillo

Trabajo de grado presentado en modalidad investigación para optar al título de profesional en
Mercadeo

Asesor Académico

Víctor Manuel Bucheli E.

Mg. Mercadeo Agroindustrial

Universidad de Nariño

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Mercadeo

San Juan de Pasto

2023

Nota de Responsabilidad

Las ideas y conclusiones aportadas en el siguiente trabajo son responsabilidad exclusiva de la autora. Artículo 1ro del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966 emanado por el Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación

Asesor

Firma del jurado

Firma del jurado

Agradecimientos

A Dios y a mi Madre María por ser el sentido de mi vida.

A mi familia y mi novio quienes de una u otra manera, me han brindado su cariño, apoyo y motivación para obtener mi título universitario.

A mi alma mater la Universidad de Nariño y a todos los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas por el aprendizaje y anécdotas adquiridas.

Y de manera muy especial agradezco a mi asesor académico, el profesor Víctor Manuel Bucheli por demostrar a través de su ayuda, paciencia y comprensión su vocación en la docencia.

Dedicatoria

A Dios, mi Madre, mi Padre y Hermanas.

Resumen

El presente trabajo de Investigación tiene como objetivo evaluar la situación académica, desempeño laboral e impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes (2015, 2016, 2017, 2018) del programa de comercio internacional de la universidad de Nariño. Para desarrollar este objetivo se aplicó un instrumento de recolección de datos cuantitativo, la Encuesta, esta fue desarrollada por setenta egresados entre Titulados y No Titulados del programa de Comercio Internacional. Con la información adquirida en trabajo de campo se logró identificar el perfil sociodemográfico del egresado, establecer la condición académica, determinar el impacto social, establecer el desempeño laboral de los egresados, determinar el nivel de satisfacción con los servicios educativos que le proporcionó la universidad de Nariño a los egresados, realizar un análisis DOFA del programa, además de conocer la pertinencia del programa de Comercio Internacional e identificar las propuestas de los egresados para realizar un programa de seguimiento de los egresados del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño y finalmente se presenta una propuesta de construcción de base de datos para mantener actualizada la información de los egresados del programa.

Desarrollar esta investigación es de gran importancia para el programa de Comercio Internacional ya que proporcionará datos importantes sobre la realidad de sus egresados, así mismo otorga información relevante para mejorar el programa y brindar un mejor servicio educativo a sus estudiantes.

Palabras clave: Egresado, Cohorte, Comercio Internacional, Investigación

Abstract

The objective of this research work is to evaluate the academic situation, labor performance and social impact of the graduates of the first four cohorts (2015, 2016, 2017, 2018) of the International Commerce program of the Universidad de Nariño. To develop this objective, a quantitative data collection instrument was applied, the Survey, this was developed by seventy graduates between Graduates and Non Graduates of the International Trade program. With the information acquired in the field work, it was possible to identify the socio-demographic profile of the graduates, establish the academic condition, determine the social impact, establish the labor performance of the graduates, determine the level of satisfaction with the educational services provided by the Universidad de Nariño to the graduates, carry out a SWOT analysis of the program, In addition to knowing the relevance of the International Commerce program and identifying the proposals of the graduates to carry out a follow-up program of the graduates of the International Commerce program of the Universidad de Nariño and finally a proposal is presented for the construction of a database to keep the information of the graduates of the program up to date.

The development of this research is of great importance for the International Commerce program since it will provide important data on the reality of its graduates, as well as relevant information to improve the program and provide a better educational service to its students.

Key words: Graduates, Cohort, International Commerce, Research.

Contenido

Introducción.....		20
1.	Aspectos Generales.....	22
1.1	Tema	22
1.2	Título.....	22
1.3	Línea de Investigación	22
1.4	Sub línea.....	22
2.	Planteamiento y Formulación del Problema	23
2.1	Planteamiento del problema.....	23
2.2	Formulación del Problema.....	24
2.3	Sistematización del problema	24
3.	Objetivos	26
3.1	Objetivo general.....	26
3.2	Objetivos específicos	26
4.	Justificación	28
5.	Hipótesis	30
6.	Matriz de Necesidades de Información.....	31
6.1	Información Cualitativa	48
7.	Marcos de Referencia	49
7.1	Marco Teórico.....	49
7.2	Marco conceptual.....	61
7.3	Contexto jurídico	63
8.	Procedimiento Metodológico.....	64

8.1	Tamaño de la muestra	64
8.2	Delimitación espacial del proyecto	65
8.3	Tipo de Estudio.....	65
8.4	Instrumentos para el Procesamiento de la Información	66
9.	Hallazgos.....	67
9.1	Caracterización Sociodemográfica	67
9.2	Situación Académica	82
9.3	Desempeño Laboral e Impacto social.....	91
9.4	Impacto Social	119
9.5	Nivel de satisfacción con los servicios educativos recibidos en la Udenar	127
9.6	Matriz de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas (DOFA)	165
9.7	Pertinencia del Programa Comercio Internacional	179
9.8	Propuestas de Egresados para Realizar un Programa de Seguimiento a Egresados del Programa de Comercio Internacional.	181
9.9	Base de datos.....	183
	Conclusiones.....	192
	Recomendaciones	195
	Bibliografía... ..	196
	Anexos.....	198

Lista de Tablas

Tabla 1 Objetivo No. 1 Matriz de Necesidades de Información.....	31
Tabla 2 Objetivo No. 2 Matriz de Necesidades de Información.....	32
Tabla 3 Objetivo No. 3 Matriz de Necesidades de Información.....	33
Tabla 4 Necesidades de información Objetivo No. 3	34
Tabla 5 Objetivo No. 4 Matriz de Necesidades de Información.....	39
Tabla 6 Objetivo No. 5 Matriz de Necesidades de Información.....	40
Tabla 7 Necesidades de información Objetivo No. 5	41
Tabla 8 Objetivo No. 6 Matriz de Necesidades de Información.....	44
Tabla 9 Objetivo No. 7 Matriz de Necesidades de Información.....	45
Tabla 10 Objetivo No. 8 Matriz de Necesidades de Información.....	46
Tabla 11 Objetivo No. 9 Matriz de Necesidades de Información.....	47
Tabla 12 Entrevista a empleador.....	48
Tabla 13 Número de trabajos desempeñados desde el egreso	107
Tabla 14 Forma parte de alguna comunidad Académica (Justificación de la pregunta)	121
Tabla 15 Forma parte de alguna comunidad PROFESIONAL (Justificación de la pregunta) ..	123
Tabla 16 Realización de alguna producción académica (Justificación de la pregunta).....	125
Tabla 17 Razones que influyeron para elegir la carrera (Justificación de la pregunta).....	129
Tabla 18 Grado de correspondencia entre su ocupación y el perfil de formación dado (Justificación de la pregunta)	131
Tabla 19 Grado de correspondencia entre su Ubicación profesional y el Perfil de formación dado (Justificación de la pregunta)	133

Tabla 20 Opinión sobre los conocimientos y habilidades aprendidas (Justificación de la pregunta)	136
Tabla 21 Nivel de satisfacción con los contenidos del programa que estudió (Justificación de la pregunta)	138
Tabla 22 Nivel de satisfacción con las competencias adquiridas en el idioma inglés (Justificación de la pregunta)	140
Tabla 23 Modificaciones sugeridas al plan de estudio por parte de los egresados (Justificación de la pregunta).....	142
Tabla 24 Opinión sobre las actividades académicas y el desempeño institucional (Justificación de la pregunta).....	144
Tabla 25 ¿Cuáles son sus expectativas de la carrera en el futuro?	147
Tabla 26 Opinión sobre la pertinencia de la formación en la región (Justificación de la pregunta)	149
Tabla 27 CALIDAD de la formación recibida en el programa (Justificación de la pregunta) ..	151
Tabla 28 Influencia del programa en el logro de su proyecto de vida (Justificación de la pregunta)	153
Tabla 29 Acompañamiento en aspectos ADMINISTRATIVOS (Justificación de la pregunta) 154	
Tabla 30 Acompañamiento en aspectos ACADÉMICOS (Justificación de la pregunta).....	156
Tabla 31 Acompañamiento en aspectos como LA BOLSA DE EMPLEO (Justificación de la pregunta)	158
Tabla 32 Conocimiento de la existencia de una asociación de egresados del programa, legalmente constituida (justificación de la pregunta)	160
Tabla 33 Forma parte de alguna asociación de egresados (Justificación de la pregunta).....	161

Tabla 34	Eficiencia de la página web (Justificación de la pregunta).....	163
Tabla 35	Matriz Dofa del programa de Comercio Internacional.....	165
Tabla 36	Factores Internos del Programa Comercio Internacional	168
Tabla 37	Factores Externos del Programa Comercio Internacional	170
Tabla 38	Estrategias FO, DO, FA, DA.	171
Tabla 39	Explicación estrategias matriz DOFA	174
Tabla 40	Programa de Fortalecimiento de Debilidades.....	177
Tabla 41	Programa de Fortalecimiento de Debilidades.....	178

Lista de figuras

Figura 1 Variable sexo	67
Figura 2 Sexo por Cohortes	67
Figura 3 Estado Civil	68
Figura 4 Estado civil por cohorte.....	68
Figura 5 Edad.....	69
Figura 6 Estrato socioeconómico.....	70
Figura 7 Estrato socio económico por cohorte	71
Figura 8 Residencia actual	72
Figura 9 Dirección por cohorte	72
Figura 10 ¿Tiene Hijos? Paternidad / maternidad.....	73
Figura 11 Cohorte por la pregunta ¿Tiene hijos?.....	73
Figura 12 Cantidad de hijos	74
Figura 13 ¿Con quién vive?	75
Figura 14 Cohorte por convivencia.....	76
Figura 15 Ingresos mensuales	77
Figura 16 Cohorte por ingreso mensual.....	77
Figura 17 Financiamiento para estudio.....	79
Figura 18 Cohorte por fuente de financiamiento de los estudios universitarios	79
Figura 19 ¿Ya se graduó? (70 egresados encuestados).....	82
Figura 20 ¿Ya se graduó? (104 egresados según Base de Datos de Ocara)	82
Figura 21 Modalidad de grado	83
Figura 22 Cohorte por Modalidad de grado.....	84

Figura 23	Tiempo empleado para su trabajo de grado.....	85
Figura 24	Cohorte por Tiempo empleado en la Realización del trabajo de Grado.....	86
Figura 25	Razón por la cual no está graduado.....	87
Figura 26	Cohorte por Razón por la cual no está graduado.....	87
Figura 27	Etapa en la que se encuentran las personas no graduadas	88
Figura 28	Etapa en la que se encuentran las personas no graduadas	89
Figura 29	Situación Laboral ¿Actualmente está trabajando?	91
Figura 30	Tipo de trabajo desempeñado ¿En este trabajo es?	92
Figura 31	Responsabilidad según el tipo de cargo desempeñado ¿Cargo actual?.....	93
Figura 32	Cohorte por cargo actual	93
Figura 33	Forma de vinculación laboral ¿Tipo de Contratación?.....	94
Figura 34	Cohorte por tipo de contratación	95
Figura 35	Régimen jurídico de la empresa o institución de la vinculación laboral	96
Figura 36	Tiempo en horas promedio que se labora en la semana	97
Figura 37	Duración en meses en el trabajo actual	98
Figura 38	Relación entre su actividad laboral y Comercio Internacional.....	99
Figura 39	Sector económico del trabajo actual.....	100
Figura 40	Principal función desempeñada del del perfil profesional	101
Figura 41	Medio por el cual encontró empleo.....	102
Figura 42	Cohorte por medio por el cual encontró empleo	102
Figura 43	Factor que genera satisfacción con respecto al desempeño profesional del Egresado	103
Figura 44	Acciones de la profesión requeridas en el ejercicio del trabajo desempeñado.....	104

Figura 45 Otra actividad remunerada aparte del trabajo actual	105
Figura 46 La otra actividad remunerada es:.....	105
Figura 47 Número de trabajos desempeñados desde el egreso	106
Figura 48 Cohorte por número de trabajos desempeñados desde el egreso	106
Figura 49 Valoración del primer cargo con el actual.....	107
Figura 50 Motivo de retiro de su último empleo	108
Figura 51 Actualmente está buscando empleo.....	109
Figura 52 Acciones que ha realizado para conseguir empleo.....	110
Figura 53 Razón por la que no trabaja actualmente.....	111
Figura 54 Estaba empleado al concluir los estudios	112
Figura 55 Búsqueda activa de empleo al concluir sus estudios	112
Figura 56 Tiempo requerido para conseguir empleo al egresar.....	113
Figura 57 Dificultades para conseguir empleo al egresar	114
Figura 58 Factores que influyeron en la obtención de empleo al egresar	115
Figura 59 Entrevista a Empleador 1.....	116
Figura 60 Entrevista a Empleador 2.....	117
Figura 61 Reconocimientos recibidos.....	119
Figura 62 Egresados que forman parte de alguna comunidad reconocida a nivel nacional o internacional en el ámbito ACADÉMICO.....	120
Figura 63 Egresados que forman parte de alguna comunidad reconocida a nivel nacional o internacional en el ámbito CIENTIFICO.....	121
Figura 64 Egresados que forman parte de alguna comunidad reconocida a nivel nacional o internacional en el ámbito PROFESIONAL.....	122

Figura 65 Participación en la promoción, gestión o desarrollo de proyectos	124
Figura 66 Producción académica.....	125
Figura 67 Razones que influyeron para la elección de la UDENAR.....	127
Figura 68 Razones que influyeron para elegir la carrera	128
Figura 69 Grado de correspondencia entre su OCUPACIÓN y el perfil de formación dado....	130
Figura 70 Grado de correspondencia entre su Ubicación profesional y el Perfil de formación dado.....	132
Figura 71 Valoración de los contenidos de estudio	134
Figura 72 Valoración de la satisfacción de los conocimientos y habilidades aprendidas	135
Figura 73 Satisfacción con los contenidos de estudio	137
Figura 74 Nivel de satisfacción con las competencias adquiridas en el idioma inglés.....	139
Figura 75 Modificaciones sugeridas al plan de estudio	141
Figura 76 Opinión sobre las actividades académicas y el desempeño institucional.....	143
Figura 77 Pregunta: ¿Elegiría inscribirse en la misma institución?.....	145
Figura 78 Pregunta: ¿Elegiría inscribirse en la misma carrera?	146
Figura 79 Opinión sobre la pertinencia de la formación en la región.....	148
Figura 80 CALIDAD de la formación recibida en el programa	150
Figura 81 Influencia del programa en el logro de su proyecto de vida.....	152
Figura 82 Acompañamiento en aspectos ADMINISTRATIVOS	153
Figura 83 Acompañamiento en aspectos ACADEMICOS	155
Figura 84 Acompañamiento en aspectos como LA BOLSA DE EMPLEO.....	157
Figura 85 Conocimiento de la existencia de una asociación de egresados del programa, legalmente constituida	159

Figura 86 Forma parte de alguna asociación de egresados.....	161
Figura 87 Eficiencia de la página web institucional para mantener al egresado informado sobre temas de interés institucional.....	162
Figura 88 Software a la Medida.....	183

Lista de Anexos

Anexo A. Encuesta aplicada	198
Anexo B. Entrevista aplicada.....	213

Introducción

Toda investigación enfocada al seguimiento de egresados se debe contemplar como una estrategia de alta importancia para el mejoramiento de la educación superior. Hoy en día, las universidades deben adquirir un compromiso considerable en aumentar el grado de competencia de los egresados, conocer su impacto en el mercado laboral y en base a la experiencia de los mismos adaptar sus programas a las nuevas exigencias del mercado global. Para lograr estos objetivos es necesario llevar a cabo un adecuado seguimiento a egresados y así conocer de primera mano las necesidades actuales y futuras de los profesionales.

Para conocer la situación actual de los egresados se aplicará un método de investigación tradicional y confiable, las encuestas a egresados (véase Anexo A) y entrevistas a empleadores (véase Anexo B), estos mecanismos están diseñados con la tarea de recoger información valiosa sobre las condiciones de ingreso de los egresados al mercado laboral, los principales canales de búsqueda de empleo que utilizaron, el nivel de satisfacción con la formación recibida, la relación entre la ocupación desempeñada dentro de la organización y el perfil profesional, además de una sección de sugerencias para el plan universitario recibido, así mismo, la calificación de empleadores sobre el impacto de los egresados en diferentes áreas laborales, entre otros datos, toda esta información se constituye en un insumo principal para enriquecer los procesos de formación e identificar aspectos que requieren un énfasis especial, reestructurar los programas académicos existentes o promover espacios de formación.

El análisis de este tipo de datos resulta eminentemente práctico otorgando a la institución de educación superior ventajas como mayor rapidez en la toma de decisiones, oportuno manejo de los inconvenientes identificados en el rendimiento de los programas, actualización de la metodología y por ende mayor satisfacción para estudiantes, mayor impacto social,

adelantamientos competitivos, prevención de riesgos, entre otros. Para este tipo de estudio la combinación de análisis de tipo cuantitativo y cualitativo otorga mayor confiabilidad a los datos al brindar un panorama general y una voz personal a los resultados de la encuesta.

Cabe resaltar que el seguimiento a egresados es una preocupación continua y latente, convirtiéndose en una tendencia creciente que busca mejorar la calidad y pertinencia de los programas estudiantiles, respondiendo a esta necesidad la Universidad de Nariño (UDENAR), en concordancia con el departamento de Comercio Internacional y Mercadeo se ha comprometido con el control de calidad de sus profesionales a fin de hacer una mejora continua que beneficie el sector productivo, académico, social y principalmente brindar a los jóvenes que optan por esta entidad educativa excelencia en su formación profesional.

Este documento se constituye de la siguiente forma: primero se presenta los aspectos generales de la Investigación, se plantea las diferentes incógnitas a resolver, en seguida se realiza el marco teórico que abarca conceptos, información que respalda el estudio, marco legal y Posteriormente se muestra la metodología, desarrollo del proyecto, hallazgos y análisis descriptivo de la información. Finalmente, se presentan las conclusiones adquiridas en el estudio y recomendaciones de este, apoyadas en los resultados obtenidos del estudio de seguimiento a Egresados del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño.

1. Aspectos Generales

1.1 Tema

Investigación de mercados como seguimiento a egresados.

1.2 Título

Estudio de la situación académica, desempeño laboral e impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto, Julio 2019.

1.3 Línea de Investigación

Desarrollo económico y Comercio Internacional.

1.4 Sub línea

Incidencia del Comercio Internacional en el desarrollo económico.

2. Planteamiento y Formulación del Problema

2.1 Planteamiento del problema

Los programas académicos de educación superior son importantes debido a su aporte al desarrollo de la sociedad en todos sus ámbitos, sus objetivos deben ir enfocados a los intereses y necesidades del entorno. La universidad de Nariño, por medio del programa de Comercio Internacional ha adquirido un gran compromiso con la sociedad formando profesionales con espíritu crítico y creativo, capaces de contribuir en la dinámica y el crecimiento económico del departamento a través del proceso de internacionalización de sus sectores productivos, en función del Comercio Internacional, esto con el fin de apuntar por un desarrollo regional con otros sectores en forma solidaria, cooperada y tolerante generando así un proceso de cambio de las condiciones socioeconómicas, políticas y culturales, compromiso expresado en la misión del programa.

El programa de Comercio Internacional debe evaluar el cumplimiento de los compromisos adquiridos a través de la recolección de información de sus egresados, esto permitirá hacer un análisis sobre la situación actual de estos en el campo laboral, así mismo evaluar la calidad y eficiencia del programa. A través del desempeño de los egresados, se puede evaluar los aspectos misionales del programa, la gestión de la docencia, la efectividad de los recursos y otros elementos constitutivos importantes.

De acuerdo con lo anterior, para cualquier programa académico, el conocimiento e interacción con sus egresados resulta determinante en los procesos de retroalimentación. El problema para el programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño es la carencia de estudios al respecto. Urgen proyectos con rigor metodológico para obtener información sobre el desempeño de los egresados, realizaciones, situación actual y perspectivas futuras.

Toda investigación está orientada a la solución de un problema y para ello, recoge toda la información necesaria y suficiente para alcanzar los objetivos, y posteriormente, estructurar la información. La investigación, se constituye en una potente herramienta que permitirá al programa obtener la información necesaria para establecer políticas, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses.

2.2 Formulación del Problema

¿Cuál es la situación académica, desempeño laboral e impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto, Julio 2019?

2.3 Sistematización del problema

1. ¿Cuál es la caracterización sociodemográfica de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño?

2. ¿Cuál es la condición académica del egresado de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño?

3. ¿Cómo se relacionan con el mercado laboral los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño?

4. ¿Cuál es el impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño?

5. ¿Cuál es el nivel de satisfacción con los servicios educativos que le proporcionó la universidad a los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño?

6. ¿Cuáles son las condiciones externas e internas del programa de Comercio Internacional desde la perspectiva de los egresados, a partir de su desempeño profesional?

7. ¿Qué tan pertinente es el programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño?

8. ¿Cuáles son las propuestas de los egresados para realizar un programa de seguimiento a egresados del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño?

9. ¿Qué sistema de recolección de datos se podría aplicar para mantener actualizada la información de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la universidad de Nariño, Julio 2019?

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Realizar un estudio sobre la situación académica, desempeño laboral e impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto, Julio 2019.

3.2 Objetivos específicos

Caracterizar socio demográficamente al egresado de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto, Julio 2019.

Establecer la condición académica del egresado de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño San Juan de Pasto, Julio 2019.

Determinar el impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño San Juan de Pasto, Julio 2019.

Establecer el desempeño laboral de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño San Juan de Pasto, Julio 2019.

Determinar el nivel de satisfacción con los servicios educativos que le proporcionó la universidad de Nariño a los egresados del programa de Comercio Internacional, San Juan de Pasto, Julio 2019.

Realizar un análisis DOFA del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño desde la perspectiva de los egresados, Julio 2019.

Conocer la pertinencia del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, Julio 2019.

Identificar las propuestas de los egresados para realizar un programa de seguimiento de los egresados del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, Julio 2019.

Proponer sistema de recolección de datos para mantener actualizada la información de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la universidad de Nariño, Julio 2019.

4. Justificación

Tener acceso a información de alta calidad y pertinencia educativa es indispensable para las instituciones de educación superior. El seguimiento de egresados es un asunto de vital importancia para las universidades, en razón a que el desempeño profesional y personal de los egresados permite establecer indicadores con respecto a la calidad y eficiencia de las instituciones de educación superior y sus programas. Para las universidades es importante conocer su grado de pertinencia al preparar profesionales requeridos por el sector productivo, lo que permitirá que ellos se inserten en el mercado laboral, por lo tanto, es necesario conocer: el grado en que los programas de estudio permiten a los egresados insertarse en los mercados profesional y académico, las condiciones laborales que enfrentan, las experiencias que han tenido en sus actividades profesionales y las opiniones que desde su perspectiva, mejorarían la calidad de la oferta universitaria.

En este sentido, se ha considerado conveniente realizar un estudio sobre los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional y presentar los resultados generales más sobresalientes de la investigación. Los resultados que se presenten permitirán una mejor identificación de los requerimientos que el mercado profesional y laboral plantea hoy a quienes cursan el programa de Comercio Internacional, por lo que será una herramienta invaluable para planear con un mayor sustento el desarrollo de nuestra casa de estudio.

El programa de Comercio Internacional no cuenta con un estudio de seguimiento de egresados, por esta razón, no se pueden medir aspectos como: correspondencia entre la ocupación y ubicación profesional de los egresados y si el trabajo realizado corresponde al perfil de formación del programa; apreciación de los egresados sobre la calidad de la formación dada por el programa; evidencia del análisis de la situación de los egresados; mecanismos y estrategias

para efectuar ajustes al programa en atención a las necesidades del entorno, evidenciados a través del seguimiento de los egresados; e índice de empleo de los egresados.

La investigación brindará herramientas y conocimiento a la institución para la creación, desarrollo e implementación de políticas educativas; la adecuación y/o modificación del plan y programa de estudio; el fortalecimiento de la calidad en la oferta académica.

Finalmente, el investigador podrá poner en práctica y reforzar los conocimientos adquiridos en su plan de estudios sobre la investigación de mercados y optar por el título de Profesional en Mercadeo.

5. Hipótesis

El 60% de los graduados están trabajando.

6. Matriz de Necesidades de Información

Tabla 1

Objetivo No. 1 Matriz de Necesidades de Información

OBJETIVO GENERAL	Estudiar la situación académica, desempeño laboral e impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto, 2019.			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	SUBPREGUNTAS	NECESIDADES DE INFORMACIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTO O PROCEDIMIENTO DE LA INFORMACIÓN
1. Caracterizar socio demográficamente al egresado de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto.	¿Cuál es la caracterización sociodemográfica de los egresados las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño?	1. Sexo M/F 2. Estado civil <ul style="list-style-type: none"> • Unión libre • Soltero 3. Edad 4. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece? 5. Ubicación 6. ¿Tiene hijos? 7. ¿Con quién vive? 8. Ingresos mensuales <ul style="list-style-type: none"> • Menos o igual a \$499.999 • Entre \$500.000 y \$999.999 • Entre \$1.000.000 y \$1.499.999 • Entre \$1.500.000 y \$1.999.999 • Entre \$2.000.000 y \$2.499.999 • Mayor o igual a \$2.500.000 9. Fuente de financiamiento de los estudios universitarios <ul style="list-style-type: none"> • Padres • Icetex • Propio • Crédito • Beca 	Egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la universidad de Nariño	Censo egresados

Tabla 2

Objetivo No. 2 Matriz de Necesidades de Información

OBJETIVO GENERAL	Estudiar la situación académica, desempeño laboral e impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto.			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	SUBPREGUNTAS	NECESIDADES DE INFORMACIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTO O PROCEDIMIENTO DE LA INFORMACIÓN
2. Establecer la condición académica del egresado de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto.	¿Cuál es la condición académica del egresado de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño?	1. ¿Ya se graduó? Si/No 2. ¿En qué etapa se encuentra? <ul style="list-style-type: none"> • Presenté anteproyecto • Elaborando anteproyecto • Desarrollo del proyecto • Análisis de información • Haciendo informe final • Haciendo diplomado 3. ¿Bajo qué modalidad de grado obtuvo su diploma? <ul style="list-style-type: none"> • Monografía • Pasantía • Diplomado 4. ¿Cuánto tiempo tardó en realizar su trabajo de grado? <ul style="list-style-type: none"> • De 2 a menos de 4 meses • De 4 a menos de 6 meses • De 6 a menos de 10 meses • De 8 a menos de 10 meses • De 10 a menos de 12 meses • De 12 a menos de 14 meses • Ns/Nr 5. ¿Por qué no ha realizado trabajo de grado? <ul style="list-style-type: none"> • En proceso de realizar su trabajo de grado <ul style="list-style-type: none"> • Esta trabajando • Espera hacer diplomado • Ns/Nr 	Egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la universidad de Nariño	Censo egresados

Tabla 3*Objetivo No. 3 Matriz de Necesidades de Información*

OBJETIVO GENERAL	Estudiar la situación académica, desempeño laboral e impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto.			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	SUBPREGUNTAS	NECESIDADES DE INFORMACIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTO O PROCEDIMIENTO DE LA INFORMACIÓN
3. Establecer el desempeño laboral de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto.	¿Cuál es el impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño?		Egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la universidad de Nariño	Censo egresados



Tabla 4*Necesidades de información Objetivo No. 3*

NECESIDADES DE INFORMACIÓN OBJETIVO No.3	
1. ¿Trabaja actualmente?	· Si/No
2. En este trabajo es	· Empleado
	· Trabajador independiente
	· Socio
	· Propietario
	· Otro
3. Puesto actual	· Subordinados
	· Mandos Intermedios
	· Directivos
4. Tipo de contratación del trabajo actual	· Por tiempo determinado
	· Por obra determinada
	· Por tiempo indeterminado
5. Régimen jurídico de la empresa o institución del trabajo actual	· Público
	· Privado
	· Ns/Nr
6. Número de horas promedio que labora a la semana	· De 12 a 18
	· De 18 a 24
	· De 24 a 30
	· De 30 a 36
	· De 36 a 42
	· De 42 a 48
	· Igual o mayor a 48
	· Ns/Nr
7. Duración en meses en el trabajo actual	· De 1 a 4
	· De 5 a 8
	· De 9 a 12
	· De 13 a 16
	· De 17 a 20
	· De 21 a 24
	· De 25 a 28
	· Más de 29
	· Ns/Nr
8. Correspondencia de su situación de egresado con la formación adquirida	· Existe
	· Baja
	· Nula
	· Ns/Nr

9. Sector económico del trabajo actual	<ul style="list-style-type: none"> · Comercio · Educación · Servicios profesionales y técnicos · Servicios de gobierno · Servicios de salud · Turismo · Servicios bancarios, financieros y seguros · Transporte y comunicaciones · Otro · Ns/Nr
10. Principal actividad que desempeña actualmente	<ul style="list-style-type: none"> · Dirección · Coordinación · Planeación · Supervisión · Investigación · Análisis financiero · Asesoría especializada · Comercialización · Ventas · Movimiento automotriz · Control de calidad · Atención al cliente · Actividades administrativas
11. Medio principal a través del cual encontró el empleo actual	<ul style="list-style-type: none"> · Bolsa de trabajo · Invitación expresa de una empresa o institución · Recomendación amigos de carrera · Recomendación de un amigo o familiar · Relaciones hechas en empleo anteriores · Creación de un negocio, despacho, empresa, propios · Integración a un negocio familiar · Practicas o estancias profesionales · Internet · Difundí mi currículum · Ns/Nr
12. Trabajos principales desde el egreso	<ul style="list-style-type: none"> · Uno · Dos · Tres · Cuatro o más · Ns/Nr
13. Además de su empleo, ¿Tiene otra actividad remunerable?	<ul style="list-style-type: none"> · Si · No · Ns/Nr

14. Esta actividad es	<ul style="list-style-type: none"> · De tiempo parcial · De medio tiempo · Por obra o proyecto determinado
15. comparación del puesto del primer empleo con el empleo actual	<ul style="list-style-type: none"> · Mejoró · Esta igual · Empeoró · No aplica
16. Motivo de retiro de su último empleo	<ul style="list-style-type: none"> · Retiro voluntario · Encontré mejor empleo · Terminación de contrato · Creación de empresa · Sociedad o despacho, etc. · Me mude a otra ciudad o país
17. actualmente está buscando empleo	<ul style="list-style-type: none"> · Si · No, continuo en el empleo que tengo · No, encontré empleo sin buscar · No, porque decidí poner mi propio negocio · No, continúo estudiando · No, porque me cansé de buscar empleo sin éxito · Otro
18. Acciones que ha realizado para conseguir empleo	<ul style="list-style-type: none"> · Llené una solicitud empleo · Difundir me currículum (internet, periódico, bolsa de trabajo, etc.) · Recorro a relaciones laborales previas · He contactado a varios empleadores · Contacté agencia de empleo · Recorro a familiares · Recorro a profesores de la Udenar · Tengo intenciones de hacerme propia negocio · Otro
19. Razón más importante por la que no trabaja actualmente	<ul style="list-style-type: none"> · No tengo trabajo porque no encontré, pero sigo buscando · Estoy por incorporarme a un trabajo · No tengo trabajo porque decidí continuar estudiando · No tengo trabajo por razón de salud · No tengo trabajo porque no le he no lo he buscado · Despido · Renuncia voluntaria · Otro
20. Tenía empleo al concluir sus estudios	<ul style="list-style-type: none"> · Si/No
21. Busco trabajo activamente al concluir sus estudios	<ul style="list-style-type: none"> · Si/No

22. Tiempo que le llevó conseguir empleo al egresar	<ul style="list-style-type: none"> · No he encontrado empleo pero sigo buscando · De 6 meses a un año · Menos de 6 meses
23. Demora y o dificultades para conseguir empleo al egresar	<ul style="list-style-type: none"> · Escasa experiencia laboral · La carrera es poco conocida · Tenía ofertas de trabajo poco atractivas · No hay suficientes empleos · Perfil solicitado · Otro
24. Principal medio a través del cual encontró empleo al concluir sus estudios	<ul style="list-style-type: none"> · Bolsa de trabajo · Anuncio de periódico · Invitación expresa de una empresa o institución · Recomendación de amigos de la carrera · Recomendación de un profesor · Recomendación de un amigo o familiar · Relaciones hechas en empleos anteriores · Creación de un negocio, despacho, empresa · Servicio social · Prácticas o estancias profesionales · Agencia de colocación (Heand Hounters) · Difundir mi currículum · Internet · Otro
24. Factores que influyeron en la obtención del empleo al egresar	<ul style="list-style-type: none"> · El prestigio de la Udenar · La buena aceptación de la carrera en el mercado laboral · La coincidencia de la carrera con la necesidad de la empresa o institución · La experiencia laboral previa · La edad · Estado civil · Habilidades como idiomas, computación, conocimientos especializados · Disponibilidad para viajar, horarios y/o cambios de residencia · Tener título profesional · Aprobar los exámenes de selección · Pasar una entrevista formal
25. Grado de satisfacción con su desempeño profesional	<ul style="list-style-type: none"> · La puesta en práctica de los conocimientos adquiridos en la carrera · La posibilidad de realizar ideas propias · El reconocimiento profesional alcanzado el trabajo en equipo · La posibilidad de coordinar un equipo de trabajo · La posibilidad de responder a problemas de trabajo · El contenido del trabajo/actividad · El ambiente del trabajo · El salario (ingresos y prestaciones) · La posición jerárquica alcanzada · La posibilidad de responder a problemas de relevancia social

26. Exigencias en el desempeño profesional cotidiano del trabajo actual	·	Conocimientos inter y multidisciplinares
	·	Habilidades blandas
	·	Habilidades del pensamiento
	·	Habilidades generales
	·	Ns/Nr

Nota. Se muestra cada pregunta de la encuesta aplicada para desarrollo del objetivo No. 3

Tabla 5

Objetivo No. 4 Matriz de Necesidades de Información

OBJETIVO GENERAL	Estudiar la situación académica, desempeño laboral e impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto.			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	SUBPREGUNTAS	NECESIDADES DE INFORMACIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTO O PROCEDIMIENTO DE LA INFORMACIÓN
4. Determinar el impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto.	¿Cómo se relacionan con el mercado laboral los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño?	1. Reconocimientos recibidos <ul style="list-style-type: none"> • Académico científico <ul style="list-style-type: none"> • Laboral • Social • Empresarial • Deportivo • Ninguno 2. Participación en organizaciones o redes <ul style="list-style-type: none"> • Académica • Profesionales • Científica 3. Participación en la promoción desarrollo o gestión de proyectos <ul style="list-style-type: none"> • No he promovido proyectos <ul style="list-style-type: none"> • Académicos/Científicos <ul style="list-style-type: none"> • Empresariales • Sociales/Artísticos • Creación de organizaciones <ul style="list-style-type: none"> • Políticos 4. Producción académica <ul style="list-style-type: none"> • Ninguna • Artículos publicados • Diseño de políticas públicas • Libros, capítulos de libros publicados <ul style="list-style-type: none"> • Artículo científico • Otro 	Egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la universidad de Nariño	Censo egresados

Tabla 6*Objetivo No. 5 Matriz de Necesidades de Información*

OBJETIVO GENERAL	Estudiar la situación académica, desempeño laboral e impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto.			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	SUBPREGUNTAS	NECESIDADES DE INFORMACIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTO O PROCEDIMIENTO DE LA INFORMACIÓN
5. Determinar el nivel de satisfacción con los servicios educativos que le proporcionó la universidad a los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño.	¿Cuál es el nivel de satisfacción con los servicios educativos que le proporcionó la universidad de Nariño a los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional?		Egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la universidad de Nariño	Censo egresados



Tabla 7*Necesidades de información Objetivo No. 5*

NECESIDADES DE INFORMACIÓN OBJETIVO No. 5	
1. La Udenar fue su primera	· Si/No
2. La carrera fue su primera	· Si/No
3. ¿Cuáles son las razones que influyeron para la elección de la Udenar?	· Por la carrera · Su ubicación · El prestigio de la institución · Modelo académico · Costo de la inscripción · Requisitos de ingreso/ Fecha de ingreso · Porque fui seleccionado
4. ¿Cuáles son las razones que influyeron para elegir la carrera?	· El prestigio de la carrera · Facilidad de ingreso · El contenido del plan de estudios · Por tener vocación y habilidades personales · Posibilidades de desarrollo personal y/o profesional · Consejo de familiares y amigos
5. Grado de Correspondencia entre Ocupación, Ubicación Profesional y el perfil de formación dado	· Alto · Medio Alto · Medio · Medio Bajo · Bajo · Ns/Nr
6. Valoración de los contenidos de estudio	· Malla curricular (Regular, bueno, excelente) · Prácticas de campo, talleres, laboratorios, visitas empresariales, etc.
7. Opinión sobre los conocimientos y habilidades aprendidas	· Capacidad para aplicar conocimientos (Nula, buena, regular, excelente) · Conocimientos generales de naturaleza científica · Habilidades para la comunicación escrita y oral · Habilidad para la búsqueda de información · Capacidad analítica y lógica · Capacidad para aplicar conocimientos · Conocimientos técnicos de la disciplina · Capacidad para la identificación y solución de problemas · Continuar capacitándose · Pensar creativamente
8. Satisfacción con el contenido de estudio	· Nula · Poca · Satisfecho · Totalmente satisfecho
9. Competencias en el idioma inglés	· Excelente · Buena · Regular · Mala · Pésimo · Ns/Nr

10. Modificaciones que sugeriría al plan de estudios qué curso	<ul style="list-style-type: none"> · Contenidos teóricos (Ampliar, mantener, reducir) · Contenidos metodológicos · Contenidos técnicos · Prácticas profesionales · Enseñanza de matemáticas y estadística · Enseñanza de idiomas · Enseñanza de programas computacionales · Enseñanza de ciencias o disciplinas afines
11. Opinión sobre las actividades académicas y el desempeño institucional	<ul style="list-style-type: none"> · Realización de foros académicos cursos y seminarios · Estímulo del trabajo de investigación conjunto entre profesores y alumnos · Educación continua · Profesores-investigadores · Disponibilidad de material bibliográfico y hemerográfico · Acceso a los servicios del cómputo · Bolsa de trabajo · Vinculación académica con el entorno social y el mundo productivo · Actividades culturales · Actividades deportivas
12. ¿Elegiría inscribirse en la misma institución?	<ul style="list-style-type: none"> · Si/No
13. ¿Elegiría inscribirse en la misma carrera?	<ul style="list-style-type: none"> · Si/No ¿Por qué?
14. ¿Cuáles son sus expectativas de la carrera en el futuro?	
15. Pertinencia de la formación en la región	<ul style="list-style-type: none"> · Desarrollarse de manera independiente · Optar por trabajos en distintos sectores económicos · Vincularse con alguna institución/empresa en particular
16. Calidad de la formación recibida en el programa	<ul style="list-style-type: none"> · Excelente · Buena · Regular · Mala · Ns/Nr
17. Influencia del programa e el cumplimiento de su proyecto de vida	<ul style="list-style-type: none"> · Muy adecuado · Buena · Regular · Mala · Ns/Nr
18. Acompañamiento en aspectos administrativos	<ul style="list-style-type: none"> · Si · No · Ns/Nr
19. Acompañamiento en aspectos Académicos	<ul style="list-style-type: none"> · Si · No · Ns/Nr
20. Acompañamiento en Bolsa de empleo	<ul style="list-style-type: none"> · Si · No · Ns/Nr

21. Conocimiento de la existencia de una asociación de egresados del programa lealmente constituida	· Si conoce
	· No conoce
	· Ns/Nr
22. Forma parte de alguna asociación de egresados	· Forma parte
	· No forma parte
	· Ns/Nr
23. Eficiencia de la página web institucional	· Suficiente
	· Parcial
	· Muy poco
	· Nada
	· Ns/Nr

Nota. Se muestra cada pregunta de la encuesta aplicada para desarrollo del objetivo No.5

Tabla 8

Objetivo No. 6 Matriz de Necesidades de Información

OBJETIVO GENERAL	Estudiar la situación académica, desempeño laboral e impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto.			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	SUBPREGUNTAS	NECESIDADES DE INFORMACIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTO O PROCEDIMIENTO DE LA INFORMACIÓN
6. Realizar un análisis DOFA del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño desde la perspectiva de los egresados a partir de su desempeño profesional, San Juan de Pasto.	¿Cuáles son las condiciones externas e internas del programa de Comercio Internacional desde la perspectiva de los egresados, a partir de su desempeño profesional?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Según su criterio ¿cuáles son las debilidades del programa de comercio internacional? 2. Según su criterio ¿cuáles son las oportunidades del programa de comercio internacional? 3. Según su criterio ¿cuáles son las fortalezas del programa de comercio internacional? 4. Según su criterio ¿cuáles son las amenazas del programa de comercio internacional? 	Egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la universidad de Nariño	Censo egresados

Tabla 9*Objetivo No. 7 Matriz de Necesidades de Información*

OBJETIVO GENERAL	Estudiar la situación académica, desempeño laboral e impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto.			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	SUBPREGUNTAS	NECESIDADES DE INFORMACIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTO O PROCEDIMIENTO DE LA INFORMACIÓN
7. Conocer la pertinencia del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto.	¿Qué tan pertinente es el programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño?	Se consideran los resultados de la investigación y en particular el éxito de los egresados en el campo profesional	Egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la universidad de Nariño	Censo egresados

Tabla 10

Objetivo No. 8 Matriz de Necesidades de Información

OBJETIVO GENERAL	Estudiar la situación académica, desempeño laboral e impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto.			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	SUBPREGUNTAS	NECESIDADES DE INFORMACIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTO O PROCEDIMIENTO DE LA INFORMACIÓN
8. Identificar las propuestas de los egresados para realizar un programa de seguimiento de los egresados del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto.	¿Cuáles son las propuestas de los egresados para realizar un programa de seguimiento a egresados del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño?	<p>1. Como egresado, usted, ¿qué recomienda para que el programa de comercio internacional mantenga contacto con sus egresados?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear una asociación de egresados <ul style="list-style-type: none"> • Bolsa de empleo • Congresos de actualización • Participación en diplomados • Participación en cursos de posgrado con facilidad de crédito • Crear un sistema interactivo con temas de actualidad <ul style="list-style-type: none"> • Participación en foros • Laboratorios empresariales 	Egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la universidad de Nariño	Censo egresados

Tabla 11*Objetivo No. 9 Matriz de Necesidades de Información*

OBJETIVO GENERAL	Estudiar la situación académica, desempeño laboral e impacto social de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño, San Juan de Pasto.			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	SUBPREGUNTAS	NECESIDADES DE INFORMACIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTO O PROCEDIMIENTO DE LA INFORMACIÓN
9. Elaborar una base de datos sobre la situación actual de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la universidad de Nariño, San Juan de Pasto.	¿Cómo se elabora una base de datos sobre la situación actual de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la universidad de Nariño?	¿Cuáles son las variables que debe contener la base de datos? Se consideran los resultados del trabajo de campo	Egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional de la universidad de Nariño	Censo egresados

6.1 Información Cualitativa

Tabla 12

Entrevista a empleador

Aspectos	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente
Productividad y calidad del trabajo					
Eficiencia					
Objetivos conseguidos					
Horario de trabajo					
Capacidad resolutive y manejo de conflictos					
Capacidad analítica y de síntesis					
Innovación y creatividad.					

Nota. Formato aplicado a través de llamada telefónica

1. ¿El egresado ha incidido en la empresa?, si lo ha hecho ¿de qué manera?
2. En qué aspectos de su trabajo sobresale ¿Cuáles son sus fortalezas?
3. ¿Qué falencias o debilidades a identificado en el profesional?

7. Marcos de Referencia

7.1 Marco Teórico

La presente investigación pretende realizar un estudio de seguimiento a los egresados del programa de Comercio Internacional de las cuatro primeras cohortes de mencionado programa, por tal motivo, es importante revisar las teorías y estudios realizados que permiten abordar con mayor certeza el desarrollo de este.

La evaluación continua y sistemática de la institución universitaria es una actividad esencial para innovar, descubrir nuevos métodos de enseñanza – aprendizaje y optimizar recursos, a lo cual contribuyen los estudios de seguimiento a egresados. Estos estudios permiten conocer información acerca del desempeño profesional, opiniones y sugerencias acerca de la calidad de la educación recibida y de las nuevas demandas del mercado laboral y del medio social. Así, los estudios de seguimiento e impacto de egresados se convierten en un mecanismo para establecer una relación de doble vía entre la institución y los egresados y benefician a todas las partes involucradas, desde las instituciones hasta la comunidad, incluyendo a los egresados y a los profesionales en formación, por cuanto su propósito es contribuir a mejorar la calidad de la educación, a fin de aportar a la solución de problemas. En este contexto, el egresado es una fuente importante fuente de retroalimentación, en tanto que permite a la universidad conocer dónde y cómo está ubicado, su rol social y económico y la forma de reflejar los valores adquiridos durante su formación académica (Aldana, Morales, Aldana, Sagobal, & Ospina, 2008), aspectos que dan cuenta de la pertinencia de los programas y currículos de las Instituciones de Educación Superior (IES).

Estos estudios están asentados en la evaluación de la calidad y la pertinencia del proceso de formación, del programa y de la institución, a través de la descripción de ciertas condiciones

según el enfoque a utilizar, siempre bajo la consideración de que el graduado es *“la presencia de la universidad en la sociedad y su desempeño habla de la pertinencia y calidad de la formación recibida”* (Jaramillo, Universidad EAFIT , 2019)

¿Cuál es el propósito del estudio a Egresados? (Gradua2, 2006)

El propósito de los estudios de seguimiento de egresados es incorporar mejoras en los procesos de efectividad institucional de la universidad o institución de educación superior, a través de la recopilación y análisis de información sobre el desempeño profesional y personal de los egresados. Las encuestas de egresados (estudios de seguimiento) sirven para recopilar datos sobre la situación laboral de los egresados más recientes con el fin de obtener indicadores de su desempeño profesional. Las encuestas de egresados también pueden estar diseñadas para contribuir a las explicaciones causales de la pertinencia de las condiciones de estudio y los servicios proporcionados por las instituciones de educación superior, así como del “desempeño” de los egresados en el mercado laboral. La rápida expansión de la educación en muchos países, así como las preocupaciones sobre la demanda cambiante del mercado laboral en general y en particular de personas altamente calificadas explica porque las perspectivas laborales de los egresados, su empleo y trabajo, llegaron a formar uno de los temas fundamentales de las políticas de la educación superior. No obstante, aunque las universidades intenten satisfacer los requisitos del mercado laboral, también se dedican a la formación de los egresados para la vida social en su totalidad. Los estudios de egresados buscan contribuir a la explicación del desempeño profesional. Para lograr esto, tales estudios necesitan ampliar su alcance ya que la relación entre el título obtenido y el desempeño profesional puede verse afectada no sólo por las variables del mercado laboral, sino también por las variables sociales, familiares y educativas que caracterizan a cada egresado.

Tomando esto en cuenta, se puede extender el contexto de los datos analizados a:

Antecedentes sociales/Educacionales

Educación Superior

Mercado Laboral

Empleo

Realización personal

De acuerdo con esto, en un estudio de egresados se pueden hacer otras preguntas que van más allá del sistema de empleo. Así que no sólo se puede preguntar sobre la satisfacción con el trabajo, sino también la satisfacción general con la vida y los efectos del proceso educativo en el estilo de vida en general. Los temas básicos que por lo general se incluyen en una encuesta de seguimiento de egresados son:

El Perfil del Egresado. Características principales del egresado (datos socioeconómicos, demográficos, antecedentes académicos, etc.) y sobre los estudios que realizó.

Relación con el Mercado de Trabajo. Incluye su situación laboral.

Relación con la Institución de Egreso. Incluye la satisfacción con los servicios educativos que le proporcionó la universidad o institución de educación superior.

En un enfoque más amplio, también se les puede preguntar a los egresados sobre los siguientes puntos:

La Transición de la Educación Superior al Empleo. De ese modo se notará cómo sus competencias, las condiciones del mercado laboral, las expectativas de los empleadores y la dinámica de los mecanismos de transición interactúan al determinar las relaciones entre la graduación y el empleo inicial.

El Desempeño en el Entorno Laboral de los Egresados. Este aspecto se analiza en diversas maneras, combinando indicadores tanto subjetivos como objetivos, permitiendo el análisis del nivel de interrelación o divergencia entre la remuneración y el estatus, el uso en el trabajo de los conocimientos adquiridos en los estudios, y un empleo interesante y satisfactorio.

Una Visión en Conjunto de los Vínculos entre las Competencias Adquiridas y las Tareas Laborales Actuales. Esta relación es importante para medir el impacto social del egresado.

Satisfacción con el Plan de Estudio Recibido. Hasta qué punto las condiciones y provisiones de estudio realmente “importan” para su empleo y trabajo subsiguiente.

Impacto Social. Las motivaciones, expectativas y orientaciones de los estudiantes en sus decisiones y trayectorias profesionales.

A la institución le permite:

Tomar decisiones pertinentes con el propósito de mejorar los procesos de planeación curricular en todas las áreas académicas y alimentar los planes y programas de estudio por medio de un nuevo modelo educativo.

Conocer la información proveniente de los empleadores de los egresados, con el fin de identificar las fortalezas y debilidades, las necesidades del mercado laboral en cuanto a conocimientos específicos y ofrecer sugerencias al programa.

Realizar una autoevaluación de sus programas y si es necesario definir qué hacer.

Al egresado le permite:

Participar activamente en los procesos de mejoramiento académico.

Identificar las debilidades y fortalezas presentadas en su desempeño como profesional, lo cual le permite contribuir al mejoramiento de la formación de nuevas promociones.

Fortalecer el sentido de pertenencia con la universidad.

Los estudios de graduados son considerados como una manera de analizar la relación universidad-entorno, es decir, partiendo de los graduados se puede dar cuenta de la pertinencia de los programas académicos. Esta relación se asocia con la teoría del *capital humano*, en la cual se considera que a mayor nivel educativo se obtienen mayores retribuciones económicas, y al obtener más ingresos y trabajar en el sector y el área para las que se fue formado, se puede corroborar, hasta cierto punto, la pertinencia de un programa. Así mismo, la inversión en capital humano, entendida como las capacidades y conocimientos adquiridos en la educación formal que afectan la productividad de los individuos, se identifica a partir del desarrollo de *las competencias*, las cuales se definen como el conjunto de conocimientos, habilidades y destrezas que debe reunir un titulado para satisfacer plenamente las exigencias de los contextos sociales.

Según la teoría del capital humano, características personales tales como el talento, el nivel educativo y la experiencia, determinan la calidad profesional de los individuos, junto con su valor productivo en el campo laboral, bajo esta concepción, el mayor éxito de un graduado sobre otro en el mercado de trabajo dependerá de la diferencia en la calidad del programa cursado.

Las competencias se entienden como el conjunto de conocimientos, habilidades y destrezas que debe reunir un titulado para satisfacer plenamente las exigencias de los contextos (Barahona, Gonzalez, & Triana, 2019). Dado lo anterior, las competencias buscan valorar los conocimientos adquiridos, tanto para el desarrollo de los graduados en el ámbito laboral como en el personal, y la capacidad de aplicarlos (saber y saber hacer), junto con las condiciones individuales que afectan sus acciones (saber ser).

El tema de las competencias tiene alrededor de 50 años, tiempo en el cual se ha venido desarrollando el concepto y reforzando la importancia de su medición: los pioneros en el uso y aplicación del concepto se encuentran en Inglaterra con el movimiento de educación y entrenamiento con base en competencias (Tobon, 2007). Esta noción se llevó al campo de la formación a través de la década de los ochenta en Inglaterra, Estados Unidos, Australia, Alemania y Canadá. Estos países encontraron en la formación por competencias una herramienta útil para mejorar las condiciones de eficiencia, pertinencia y calidad para la capacitación laboral y, de este modo, mejorar la productividad de su gente como estrategia competitiva. En la actualidad, el concepto hace parte de los lineamientos que la UNESCO considera necesarios para las IES.

En la política de aseguramiento de la calidad de la educación superior en Colombia, el concepto de competencias aparece en el proceso de reforma curricular de 1984, el cual fue liderado por el Ministerio de educación en el área del lenguaje, sin intenciones de utilizarlo en todas las áreas del saber. Para Colombia, el Ministerio de Educación Nacional clasifica las competencias en básicas, ciudadanas y laborales. Estas últimas se dividen también en específicas y generales. Estas últimas a su vez se clasifican en:

Intelectuales: Comprenden aquellos procesos de pensamiento que el estudiante debe usar con un fin determinado, como toma de decisiones, creatividad, solución de problemas, atención, memoria y concentración.

Personales: se refieren a los comportamientos y actitudes esperados en los ambientes productivos, como la orientación ética, dominio personal, inteligencia emocional y adaptación al cambio.

Interpersonales: son necesarias para adaptarse a los ambientes laborales y para saber

interactuar coordinada mente con otros, como la comunicación, trabajo en equipo, liderazgo, manejo de conflictos, capacidad de adaptación y proactividad.

Organizacionales: se refieren a las actividades para aprender de las experiencias de los otros y para aplicar el pensamiento estratégico en diferentes situaciones de la empresa, como la gestión de información, orientación al servicio, referenciación competitiva, gestión y manejo de recursos y responsabilidad ambiental.

Tecnológicas: permiten identificar, transformar e innovar procedimientos, métodos y artefactos y usar herramientas informáticas. Asimismo, hacen posible el manejo de tecnologías y elaboración de modelos tecnológicos.

Empresariales y para el emprendimiento: son habilidades necesarias para poder crear, liderar y sostener empresas o unidades de negocio, consecución de recursos, capacidad para asumir el riesgo y mercadeo y ventas (Universidad, 2016)

Algunos países con mayor tradición en el estudio de las relaciones entre la educación superior y el empleo, como en Estados Unidos, Canadá y México, han avanzado en técnicas de recolección de información y han unificado conceptos respecto de las variables de estudio, metodologías, consideraciones teóricas, entre otros. En México, por ejemplo, la Asociación Nacional de Instituciones Universitarias recopila y publica periódicamente los estudios adelantados por las IES, basados en un esquema metodológico propuesto en 1988. (Eafit, 2015)

Elementos para analizar:

Las Características Demográficas. Aquí encontramos aspectos como edad, sexo, estado civil, ingreso, educación, son muy empleadas como base para la segmentación de mercados. Por su parte (Shiffman, 2017), indica que los factores demográficos consisten en características objetivas, medibles de una población tales como edad, ingreso, educación, sexo y estado civil.

De igual forma (Solomon, 1997) habla de la demografía como el término que designa a las estadísticas que miden los aspectos observables de la población, como tasa de nacimiento, distribución de edad e ingresos. El referido autor indica que los cambios y tendencias que revelan los estudios demográficos son de gran interés para los mercadólogos, ya que es posible utilizar los datos para ubicar y predecir el tamaño de los mercados, estas variables hacen que los consumidores sean iguales o diferentes a los demás.

Las Características Psicográficas. Según (Pride, 1994), son aquellas que operan dentro de los individuos y determinan en parte su comportamiento general, influyendo de esta manera en su comportamiento como consumidores. Las influencias psicológicas primarias sobre comportamiento de consumidor son la percepción, la cual es el proceso de seleccionar organizar e interpretar las entradas de información para generar un significado dentro de este proceso, se puede encontrar entradas de información que no son más que sensaciones que se reciben a través de los órganos de los sentidos. Según (Arellano, 1995), la motivación es la fuerza o estado interno de activación, alerta y excitación emocional que encamina al individuo a la búsqueda y consecución de sus objetivos. Para resolver dicha situación y devolver al organismo su estado de calma, las motivaciones pueden alterar o disminuir tensiones en el interior de las personas al momento en que las mismas buscan un producto o servicio que cubran sus expectativas y logren satisfacer sus necesidades. Este mismo autor establece que la actitud consiste en un sistema de conocimientos, orientación y sentimientos positivos o negativos por parte del consumidor hacia un producto o servicio, para satisfacer sus requerimientos de compra y consumo, tal y como lo expresan sus criterios de evaluación. Los individuos aprenden las actitudes a través de las relaciones con otras personas con las cuales mantienen contacto frecuente. (Shiffman, 2017) refiere que las características psicográficas, que se denominan comúnmente análisis de estilo de

vida o investigación AIO (actividades, intereses y opiniones), son una forma de investigación del consumidor que ha sido profusamente acogida por los practicantes de la mercadotecnia y por los investigadores del consumidor. El atractivo de los psicográficos, se encuentran los perfiles de segmentos de consumidor que es posible obtener a través de ellos. Generalmente tienden a incluir variables relativamente intangibles como motivos, intereses, actitudes y valores; estas variables añaden vitalidad a los perfiles del consumidor que no pueden ser considerados por los factores demográficos y finalmente (Loudon, 1995) establece que las características psicográficas se refieren a los aspectos y cualidades naturales o adquiridas del consumidor individual. Las estrategias de segmentación de consumidores con frecuencia se basan en variables psicológicas específicas, por ejemplo; necesidades, motivaciones, personalidad, percepción, aprendizaje y actitudes.

Los Factores Culturales. Según (Kotler, 1998) establece que influyen y afectan la adquisición y uso de bienes y servicios, ejerciendo por tanto poder sobre el comportamiento del consumidor, en el caso de la cultura, esta es la causa fundamental de los deseos y la conducta de una persona. La conducta humana se aprende en gran parte. Al crecer en una sociedad, un niño aprende los valores básicos, las percepciones, los deseos y la conducta por medio de los miembros de la familia y de otras instituciones importantes. Cada grupo, sociedad, tiene una cultura y está influye sobre la conducta de compra. Las características que se consideran en la cultura son nacionalidad, religión y regiones geográficas. Cada cultura tiene su cultura más pequeña o grupos de personas con sistema de valores compartidos, basados en experiencias de la vida y situaciones comunes. Basados en la subcultura se diseñan productos y programas ajustados a las necesidades de estas.

La Percepción. Para este aspecto (Arellano, 1995), inicia sus planteamientos y explicaciones con el refrán “todo depende del color del cristal con que se mire”, indicando que la percepción se describe como la forma en que las personas observan el mundo que la rodea, y se define como el proceso mediante el cual una persona selecciona, organiza e interpreta los estímulos para entender el mundo en forma coherente. Afirma el autor, que, si bien los estímulos sensoriales pueden ser los mismos para todas las personas, cada una observará cosas distintas. A este respecto (Shiffman, 2017), define la percepción como el proceso por el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para integrar una visión significativa y coherente del mundo. Así, la percepción tiene implicaciones estratégicas, ya que los consumidores toman decisiones basados en lo que perciben, más que sobre la base de la realidad objetiva.

Las Expectativas. Según (Kotler, 1998) las personas en general ven lo que quieren ver y lo que esperan ver se basa en la familiaridad, en la experiencia anterior o en un medio pre acondicionado. En un contexto de mercadotecnia, las personas tienden a percibir los productos y sus atributos de acuerdo con sus propias expectativas. Por otra parte, los estímulos que mantienen un conflicto agudo con las expectativas siempre reciben más atención que aquellos que se conforman a las expectativas. Ahora, (Pride, 1994), define las expectativas como el conjunto de deseos, necesidades y temores que determinan nuestras actitudes y creencias, y que condicionan nuestro comportamiento. Según el autor, todas las personas tienen niveles de expectativas que determinan su conducta.

Base de Datos. Una base de datos es un almacén de datos para manejar de manera rápida y sencilla grandes cantidades de información mediante Modelos de Relación por medio de vínculos que se presentan entre ellos. Esta información debe estar almacenada sistemáticamente y a su vez agrupada y estructurada. (Silberschatz, 2002)

El Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas). También llamado análisis SWOT por sus siglas en inglés, es una de las herramientas más utilizadas por los mercadólogos para familiarizarse con la situación interna y externa de la empresa, institución, además de ayudarlos a canalizar lo que se está haciendo correctamente y las cosas a las que les hace falta mejoras, En otras palabras, dicho análisis ayudará a los directivos y a los mercadólogos a tener una perspectiva de cómo se encuentra la organización en comparación con la competencia, además, contribuye al desarrollo de estrategias factibles, aprovechando oportunidades y puntos fuertes para combatir a las debilidades o amenazas.

La Investigación de Mercados. Citando algunos autores, para (Kotler, core.ac.uk, 1996): “La investigación de mercados es la planeación, recopilación y análisis de la información relevante para la toma de decisiones en las estrategias de marketing de las organizaciones” y Según (Malhorta, 2001), la investigación de mercados es “la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia”.

Una investigación de mercado también puede ser clasificada de acuerdo con los datos que se pueden obtener. De esta manera, una investigación de mercado puede ser clasificada como cualitativa y cuantitativa.

Investigación Cualitativa. Este tipo de investigación se encarga de indagar en la mente del consumidor con el fin de conocer sus motivaciones y percepciones sobre su toma de decisiones en relación con los bienes y servicios que compra y/o utiliza. El objetivo es explorar las actitudes de los consumidores, el comportamiento y experiencias en general. Se caracteriza por ser rica en información y por profundizar en la información solicitada. Generalmente este

tipo de investigación se realiza en un grupo pequeño de la población, en otras palabras, con una muestra pequeña.

Investigación Cuantitativa. Busca obtener información de los hábitos de compra de los consumidores, indagando qué marcas prefieren los consumidores, datos como el qué, cuándo y dónde compran los bienes y servicios. La característica principal de este tipo de investigación es que los datos recolectados permiten obtener información estadística. Esto debido a que la información obtenida son datos en cantidades considerables de personas y permiten tomar decisiones de forma más rápida. (Vargas, 2017)

Instrumentos para la recolección de datos

Encuesta. Siguiendo a (Ferrando, 2002) se puede definir como “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características” se constituye como el principal instrumento para la recolección de datos, debe ser administrada a la mayor cantidad de egresados, su importancia radica en que puede ser el único medio de recopilación de información; por tal motivo debe incluir toda la información relevante para el estudio y para la institución. En el diseño de la encuesta hay que establecer con claridad el objetivo y determinar con exactitud la información que se desea recabar para no desviar la investigación de la meta; ya que cada departamento de la institución involucrado requiere información que le sea útil para sus propios fines.

Encuestas en Internet. Este método consiste en crear un cuestionario, distribuirlo a los entrevistados y obtener resultados con rapidez a través del internet, en razón a que el software

puede programarse para dar resúmenes estadísticos y diagramas en forma automática. Con esto se elimina gastos de impresión y desplazamientos.

Entrevista. (Bogan, 1986) entienden la entrevista como un conjunto de reiterados encuentros cara a cara entre el entrevistador y sus informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que los informantes tienen respecto a sus vidas, experiencias o situaciones.

El enfoque cualitativo de una investigación brinda diversos beneficios dado que la información proviene directamente del entorno, por ello es pertinente complementar las encuestas realizadas a los egresados empleadores con una sección de dicho enfoque. Para lograrlo, hay que realizar entrevistas a algunos de los participantes de la investigación, pues como menciona Ortiz, la entrevista exige la libre manifestación de los sujetos entrevistados acerca de sus intereses informativos, creencias y deseos; lo que permite profundizar la información recabada. La técnica recomendada para obtener la información deseada es la entrevista semiestructurada que recurre a un guion de temas u objetivos relevantes (Redalyc, 2008).

7.2 Marco conceptual

Egresado. Es la persona que ha cursado y aprobado satisfactoriamente todas las materias del pensum académico reglamentado para una carrera.

Pertinencia. Es la capacidad de las instituciones educativas para satisfacer las necesidades de la sociedad, especialmente en su aspecto productivo, pretendiendo adecuar lo que se ofrece desde la educación formal a la demanda potencial del mercado laboral.

Profesional. Toda aquella persona egresada de una universidad y que desempeña una actividad acorde al certificado que lo habilita.

Trayectoria Laboral. Son las posiciones sucesivas que las personas van ocupando en las relaciones de trabajo durante toda su vida, o más frecuentemente durante un periodo determinado de esta, que incluye los respectivos cambios que suceden y los movimientos ocurridos durante este periodo.

Empleo. Es la concreción de una serie de tareas a cambio de una retribución pecuniaria denominada salario. En la sociedad presente, los trabajadores comercian sus capacidades en el denominado mercado laboral, que está regulado por las potestades del Estado.

Evaluación de información. Hace parte del proceso de recolección y posterior análisis de información, donde se localiza, discrimina y selecciona entre diferentes fuentes la información. Es decir, que la información se descompone en partes para extraer lo que se necesita y así alcanzar un objetivo determinado.

Graduado. Egresado, que previo el cumplimiento de requisitos académicos exigidos por las instituciones (exámenes, preparatorios, monografías, tesis de grado, etc.), ha recibido su grado.

Información. Se entiende como el conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje que cambia el estado del conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje.

Nivel de Ocupación. Es el conjunto de tareas laborales determinadas por el desarrollo de la técnica, la tecnología y la división del trabajo. Comprende la función laboral del trabajador y los límites de su competencia. Generalmente se utiliza la denominación de cargo para los técnicos y dirigentes.

Software a Medida. Es un sistema informático diseñado y desarrollado especialmente para las necesidades concretas de sus usuarios finales.

7.3 Contexto jurídico

El ministerio de educación nacional mediante la **LEY 30 DE 1992** enuncia a los egresados como un componente que está contemplado en el fomento de la calidad en las instituciones de educación superior. En la **LEY 115 DE 1994** se expide la ley general de educación donde se señala las normas generales para regular el servicio público de la educación que cumple una función social acorde con las necesidades e intereses de las personas, de la familia y la sociedad.

El decreto **2566 de septiembre 10 de 2003** establece las condiciones mínimas de calidad y demás requisitos para el ofrecimiento y desarrollo de programas académicos de educación superior. En el **Artículo 14 “Políticas y Estrategias de seguimiento a egresados”** se menciona que las instituciones deben demostrar la existencia de políticas y estrategias de seguimiento a egresados que permitan valorar el impacto social del programa y el desempeño laboral de los egresados, el desarrollo de las áreas académicas con la experiencia de los egresados y el estímulo de intercambio de experiencias profesionales e investigativas.

En el caso de los egresados emprendedores la **LEY 789 DE 2002** en el **Art. 40** manifiesta normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social, además, con el **Decreto reglamentario 934 de 2003** se establece el funcionamiento de Fondo emprender FE.

8. Procedimiento Metodológico

La metodología que se empleará en el presente proyecto será la descrita a continuación:

El instrumento cuenta con apartados temáticos que integran información que va de los datos generales al grado de satisfacción con la Institución y el programa, organizando la información de acuerdo con las siguientes dimensiones de información:

- a) Rasgos generales de los egresados.
- b) Condición académica.
- c) Incorporación al mercado laboral.
- d) Tasa de ocupación y desempleo.
- e) Ubicación en el mercado de trabajo.
- f) Satisfacción con la Institución y el programa.
- g) Opiniones acerca de la formación recibida.
- h) Valoración de la institución.

Una vez definido el instrumento, se establecieron los criterios para la determinación de la muestra de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional, permitiendo evaluar la pertinencia de la formación, así como el impacto de esta en su trayectoria profesional y personal.

8.1 Tamaño de la muestra

Dado que la investigación tiene propósitos analíticos múltiples y no existe una única variable a partir de la cual definir el tamaño de la muestra, se decidió escoger el total de egresados hasta el momento del estudio.

Una vez se identifique cuáles son los egresados que se encuentran trabajando. Serán entrevistados los empleadores para conocer el impacto de los egresados en las entidades.

8.2 Delimitación espacial del proyecto

No se circunscribe exclusivamente a Pasto y el departamento de Nariño, sino que abarca ámbitos más generales gracias a que el contexto de actuación de los egresados está determinado por sus posibilidades profesionales tanto en ámbitos locales, regionales, nacionales e internacionales.

8.3 Tipo de Estudio

Para el cumplimiento del estudio se considera una investigación descriptiva, que busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Su propósito es la medición, evaluación o recolección de información sobre conceptos, dimensiones, características o componentes de los eventos a investigar.

Para la siguiente investigación se considera una metodología mixta, integrada por la técnica cuantitativa, en donde se aplicarán encuestas para medir las variables objeto de las indagaciones; y, por otro lado, la técnica cualitativa, que por medio de la aplicación de entrevistas a los empresarios contratistas de los egresados, complementará la investigación permitiendo al entrevistado expresarse en algunas categorías de la investigación.

Se elige el estudio mixto en razón a que la aproximación al estado actual de los egresados implica conocimientos de datos sobre variables específicas y lecturas sobre los discursos sobre el sentir de los egresados. La combinación de las técnicas cuantitativas y cualitativas hace posible un recorrido metodológico con dos concepciones: la aplicación de la estadística que busca describir leyes, principios o tendencias generales y, por otro lado, la utilización de grupos focales y entrevistas para entender el fenómeno social de los egresados desde su propia perspectiva y desde la forma como interactúan con el contexto (Galeano, 2011, p.12-26).

Para el cumplimiento de los objetivos este estudio se necesitan diferentes herramientas que nos faciliten la obtención de datos y para tal fin se acudirá a la herramienta tecnológica ofrecida por Google llamada “Google Docs”, esta permite la creación de formularios en línea de manera que la persona que reciba el enlace solo deberá seleccionar las respuestas, complementarlas donde sea necesario y al final dar la opción de enviar. Esta herramienta resulta ser efectiva porque no solo reduce considerablemente el tiempo de respuesta, sino que simplifica la tarea de atender a la encuesta, adicionalmente los datos son recopilados en una base de datos que se puede consultar a través de correo electrónico de manera inmediata. Asimismo, se aplicará una entrevista a profundidad a los directivos de las empresas donde se encuentran empleados los egresados del programa para conocer su desempeño laboral y el impacto que han generado en las diferentes organizaciones.

8.4 Instrumentos para el Procesamiento de la Información

En el desarrollo del presente proyecto se utilizarán herramientas como Excel, Google Docs, Word y Statgrafic; con la finalidad de analizar el proceso de ejecución del plan a través de los indicadores de gestión para posteriormente hacer ajustes e informes que ayuden en la elaboración del documento final.

9. Hallazgos

Análisis e interpretación de cada sub pregunta de la sistematización.

La opción *Ns/Nr* se debe a que los egresados se abstuvieron de responder algunas preguntas.

9.1 Caracterización Sociodemográfica

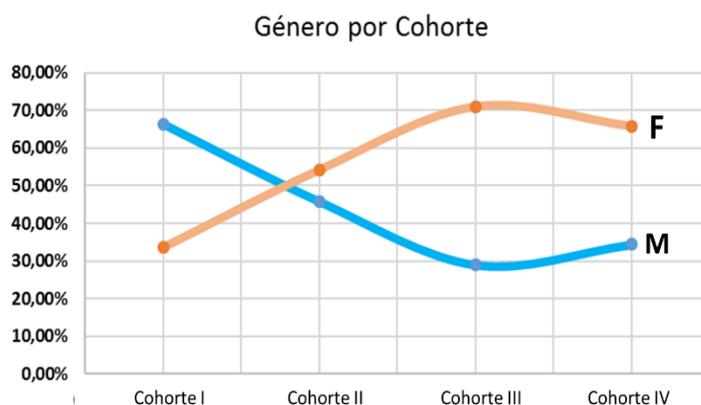
Figura 1

Variable sexo



Figura 2

Sexo por Cohortes



La composición por sexo para los egresados del programa de Comercio Internacional es de 60% mujeres y 40% hombres, esto para la totalidad de egresados (104).

A lo largo de las cuatro cohortes con respecto al género de los egresados de Comercio Internacional se observa inicialmente (cohorte I) un predominio de matrícula de hombres con respecto a las mujeres, pero a partir de la tercera corte este comportamiento se invierte, se observa un incremento significativo del género femenino, mostrando, como se va consolidando la educación de la mujer en este tipo de profesión.

Figura 3

Estado Civil

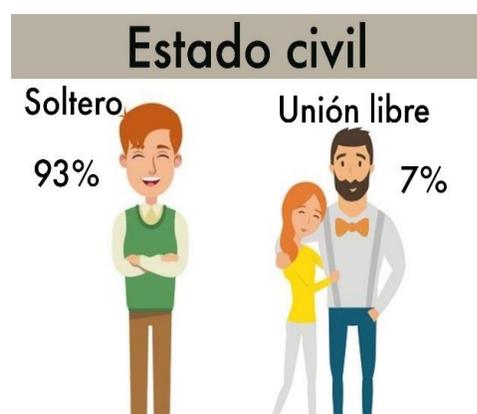
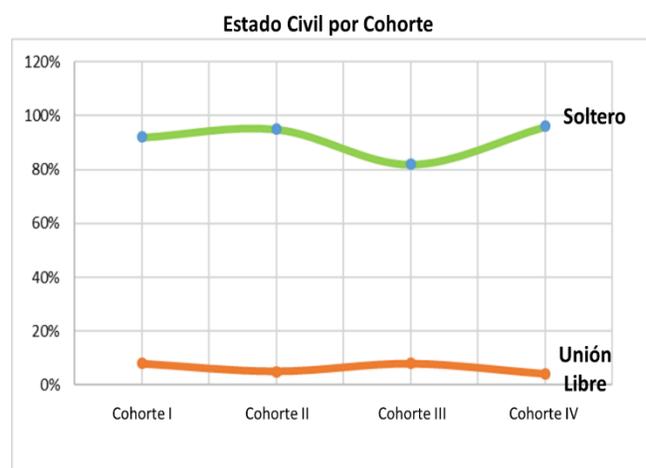


Figura 4

Estado civil por cohorte



Como se observa, en relación con el estado civil, la mayoría de los egresados se declararon solteros (93%). Los que están en unión libre representan el 7%

Los egresados de la primera cohorte están solteros (15,74%) y en unión libre el 1,4%

Los egresados de la segunda cohorte están solteros (30,05%) y en unión libre el 1,4%

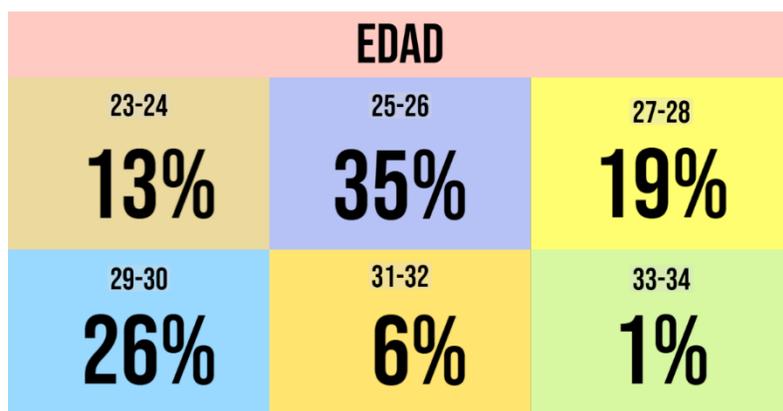
Los egresados de la tercera cohorte están solteros (12,88%) y en unión libre el 2,8%

Los egresados de la cuarta cohorte están solteros (34,34%) y en unión libre el 1,4%

la mayoría de los egresados presentan un estado civil de soltero, esto puede ocurrir debido a las tendencias actuales donde no se desea adquirir un compromiso mayor.

Figura 5

Edad



En promedio, la edad de los egresados es de 27. El promedio de edad para las mujeres es de 27 años y 26 años para los hombres.

El promedio de edad de los egresados de la primera cohorte es de 29 años.

El promedio de edad de los egresados de la segunda cohorte es de 28 años.

El promedio de edad de los egresados de la tercera cohorte es de 26 años.

El promedio de edad de los egresados de la cuarta cohorte es de 25 años.

Relativamente con respecto a la edad los estudiantes terminaron en el momento adecuado.

Esta variable nos permite establecer si los estudiantes por razones de deserción o pérdida de asignaturas académicas se retrasaron en la terminación de la universidad. Los estudiantes de la cohorte del 2015 terminaron hace cuatro años con edad de 25 años en promedio, la cohorte del 2016 terminaron hace tres años con una edad promedio de 25, la cohorte del 2017 terminó hace 2 años y tiene un promedio de 24 años, la del 2018 terminó hace un año con una edad promedio de 24 años lo cual indica que se está reduciendo la edad promedio de terminación de actividades académicas sin embargo, deberían de terminar en un promedio de 22 a 23 años, los resultados presentados muestran que los estudiantes de las dos primeras cohortes se tomaron más tiempo para terminar que las dos últimas cohortes.

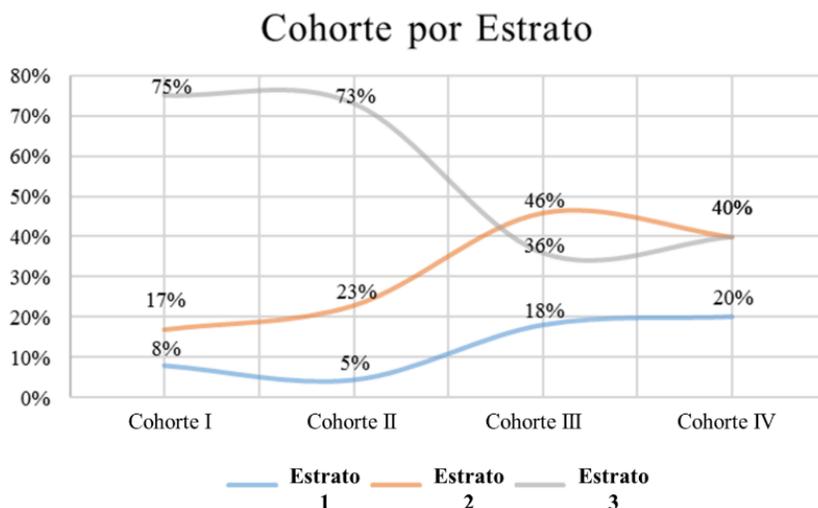
Figura 6

Estrato socioeconómico



Figura 7

Estrato socio económico por cohorte



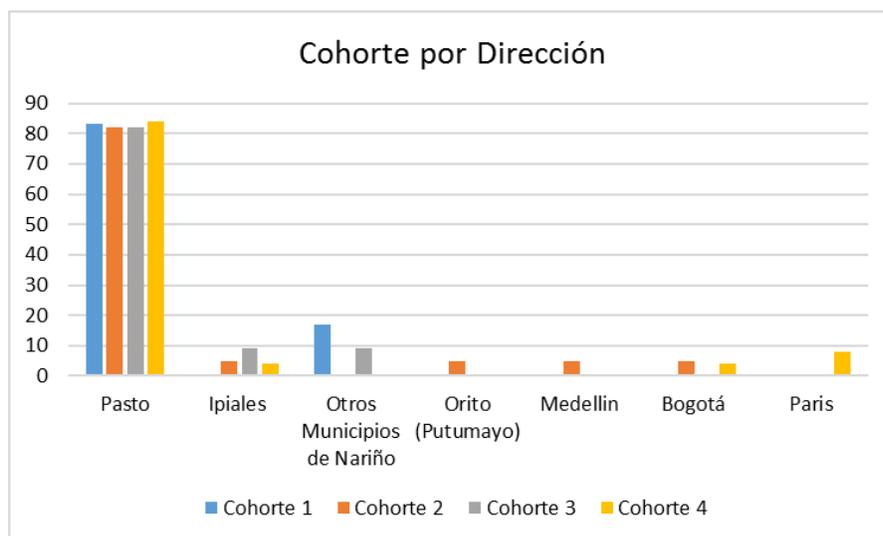
Los egresados de la primera cohorte manifiestan pertenecer al estrato 3 con el 12,92%; al estrato 2 con el 2,8% y al 1 con el 1,4%.

Los egresados de la segunda cohorte manifiestan pertenecer al estrato 3 con el 22,97%; al estrato 2 con el 7,05% y al estrato 1 con el 1,4%

Los egresados de la tercera cohorte manifiestan pertenecer al estrato 2 con el 7,05%; al estrato 3 con el 5,74% y al estrato 1 con el 2,8%

Los egresados de la cuarta cohorte manifiestan pertenecer al estrato 3 con el 14,35%; al estrato 2 con el 14,09 y al estrato 1 con el 7,2%

De los egresados de las cuatro primeras cohortes un poco más de la mitad pertenecen al estrato 3, una tercera parte al estrato 2 y la minoría al estrato 1, lo cual indica que los egresados pertenecen a grupos sociales con bajo poder adquisitivo o provienen de familias de bajos recursos económicos que acceden a la educación con el propósito de mejorar su posición económica y social.

Figura 8*Residencia actual***Figura 9***Dirección por cohorte*

En cuanto a su ubicación, 57 egresados se encuentran viviendo en la ciudad de Pasto; dos egresados se encuentran viviendo en el exterior (Paris, la Garenne Colombes), 8 se encuentran ubicados en municipios del departamento (Ipiales, Puerres Colón-Génova, Orito, Yacuanquer, Taminango), y tres personas viven en otra región del país (Bogotá y Medellín).

En el momento de la investigación (Julio 2019) de cada 5 egresados del programa de Comercio Internacional 4 de ellos viven en Pasto, esto se puede explicar en razón a que en su mayoría son pastusos, los que no lo son se encuentran en la capital porque ofrece mejores oportunidades laborales y de estudio que en los municipios. El resto de los egresados se distribuyen respectivamente en ciudades como Ipiales y otros municipios de Nariño. Se debe mencionar que en una mínima proporción se encuentran en Paris, Bogotá, Medellín y en Orito Putumayo.

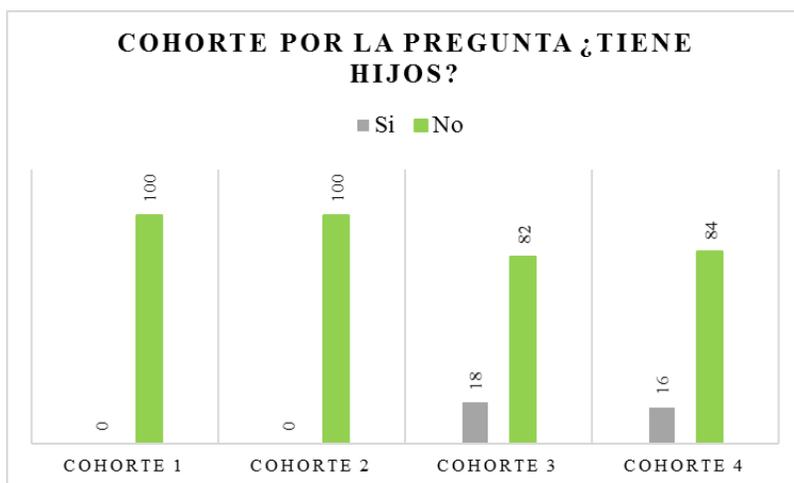
Figura 10

¿Tiene Hijos? Paternidad / maternidad



Figura 11

Cohorte por la pregunta ¿Tiene hijos?



Los egresados en su mayoría (91%) señalan no tener hijos. Sin embargo, 9% de ellos tienen hijos. De los egresados que tienen hijos, el 5,9% corresponde a las mujeres y el 2,9% a los hombres. El 9% se vuelve el 100%, entonces mujeres 67% y hombres 33%

El 17,06% de los egresados de la primera cohorte no tienen hijos.

El 31,28% de los egresados de la segunda cohorte no tienen hijos.

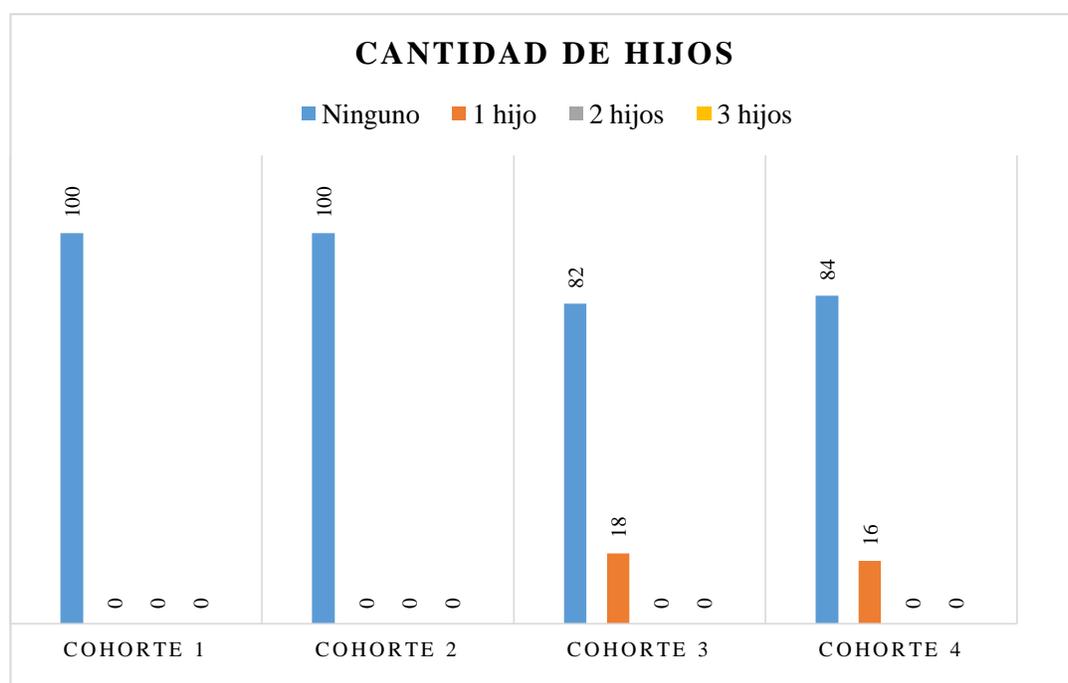
El 12,79% de los egresados de la tercera cohorte no tienen hijos; el 2,99% señala tener.

El 29,85% de los egresados de la tercera cohorte no tienen hijos; el 5,99% señala tener.

De cada 10 egresados 9 no tienen hijos, los que sí, tienen un solo hijo y corresponden a las cohortes tercera y cuarta. Este comportamiento se explica por la edad promedio, a su estado civil y que en su proyecto de vida priorizan la búsqueda de una estabilidad laboral y financiera como también una mayor cualificación académica, planean en el mediano plazo el establecer una relación estable para constituir su familia.

Figura 12

Cantidad de hijos



Respecto al número de hijos (9%) el 100% de ellos declararon tener un hijo.

El 100% de los egresados de la primera cohorte no tienen hijos.

El 100% de los egresados de la segunda cohorte no tienen hijos.

El 2,99% de los egresados de la tercera cohorte tienen 1 hijo.

El 5,99% de los egresados de la cuarta cohorte tienen 1 hijo.

De los 6 Egresados que respondieron “SI” a la pregunta ¿Tiene hijos?, en su totalidad solo tienen 1 hijo.

Los egresados con hijo tienen estado civil de unión libre. 2 egresados son del año 2017 y 4 egresados son del año 2018 con un total de 1 hijo por egresado.

Figura 13

¿Con quién vive?

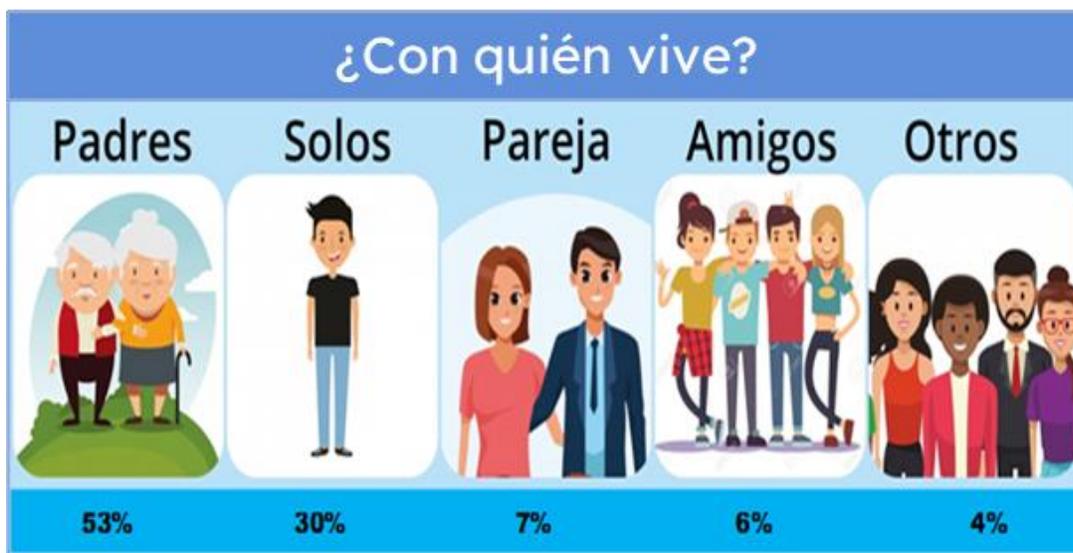
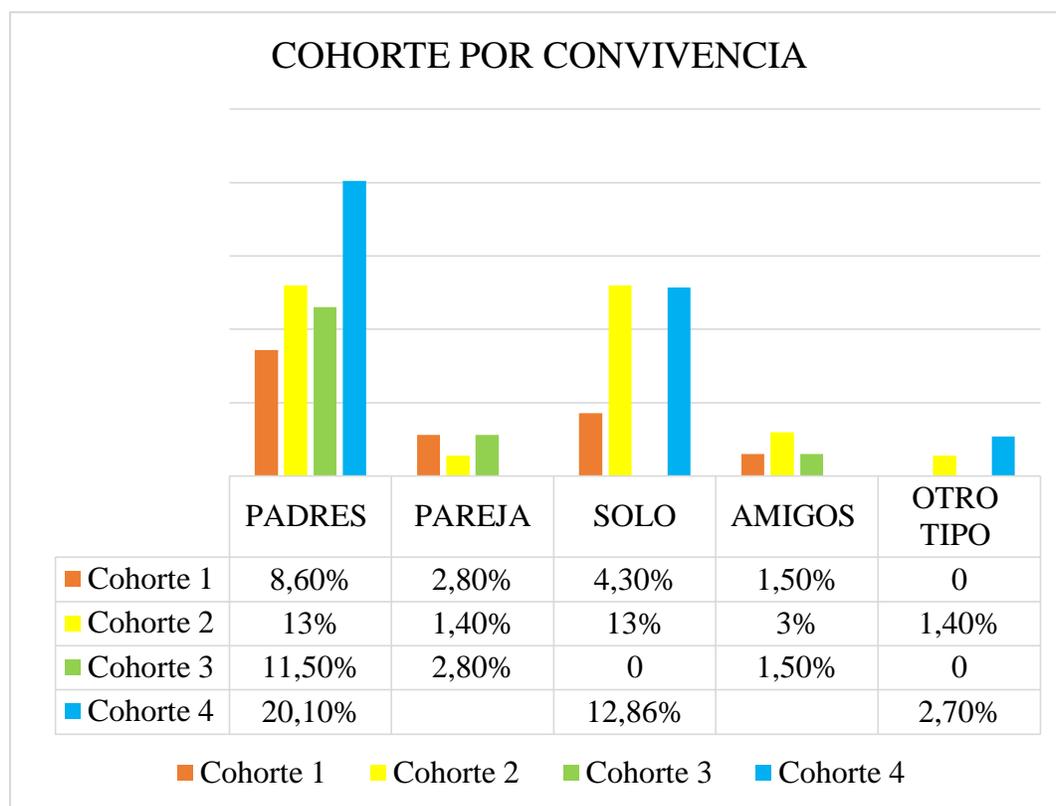


Figura 14*Cohorte por convivencia*

La mayoría de los egresados (53%) viven con sus padres, la tercera parte (30%) viven solos y hay tres grupos en minoría (7%, 6% y 4%) que viven con su pareja, con amigos y con otro tipo de personas cercanas.

De cada 10 egresados del programa de comercio internacional 5 viven con sus padres y casi todos pertenecen a la cohorte cuatro (2018), 3 solos y casi uno con su pareja, el restante con amigos.

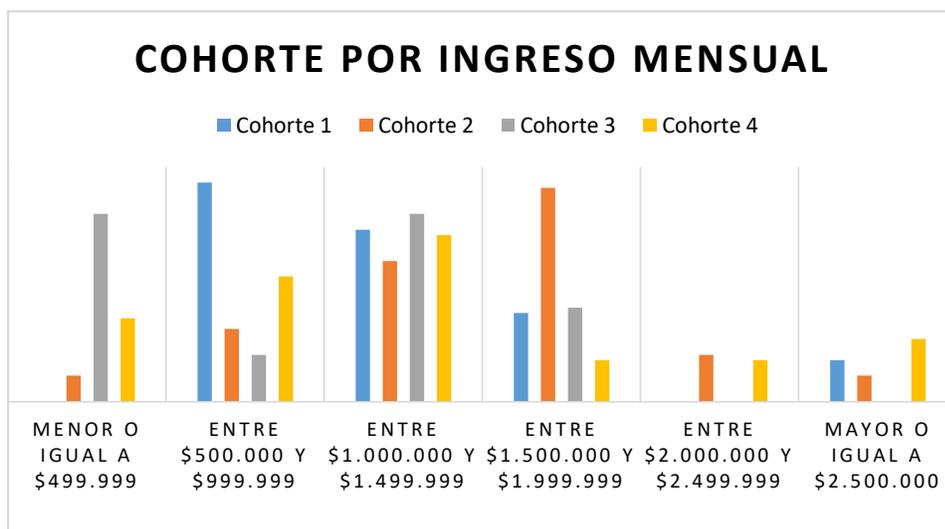
Figura 15

Ingresos mensuales



Figura 16

Cohorte por ingreso mensual



El ingreso mensual de los egresados es una variable relevante en los estudios de seguimiento a egresados, se encontró que los profesionales en Comercio Internacional de la

Universidad de Nariño perciben unos ingresos promedio de \$1.280.930¹ superando al SMLV y el subsidio del transporte que suman \$925.148 en un 38,45%.

Para una mayor comprensión de los ingresos se agrupan así:

El primer grupo percibe unos ingresos hasta un millón de pesos y son el 33%, el segundo entre un millón y un millón quinientos mil son el 30% y el tercer entre un millón quinientos y dos millones quinientos mil son el 36%.

En los ingresos por cohortes se observa que las tres primeras tienen ingresos entre quinientos mil y dos millones y la cuarta menores a un millón.

Se puede observar que sus ingresos se dividen en 3 grupos iguales, el primero con salarios menores al mínimo, el segundo con entre un mínimo y un millón y medio y el tercero más de un millón y medio. Lo cual indica que se encuentran en un proceso de incorporación al mercado laboral y que en la medida en que es reconocido la calidad de su trabajo los ingresos mejoran. (Estos ingresos corresponden al año 2019 con un SMLV de \$828.116 y subsidio de transporte de \$97.032 para un total de \$925.148.)

Figura 17

Financiamiento para estudio

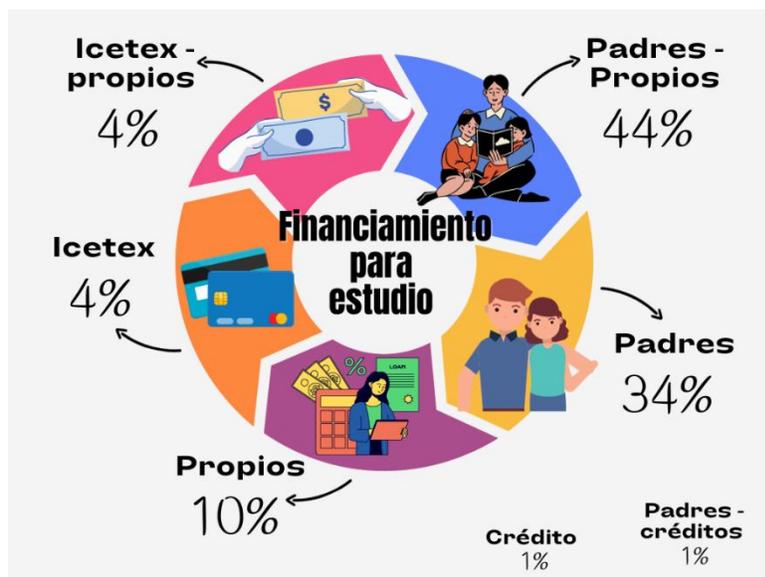
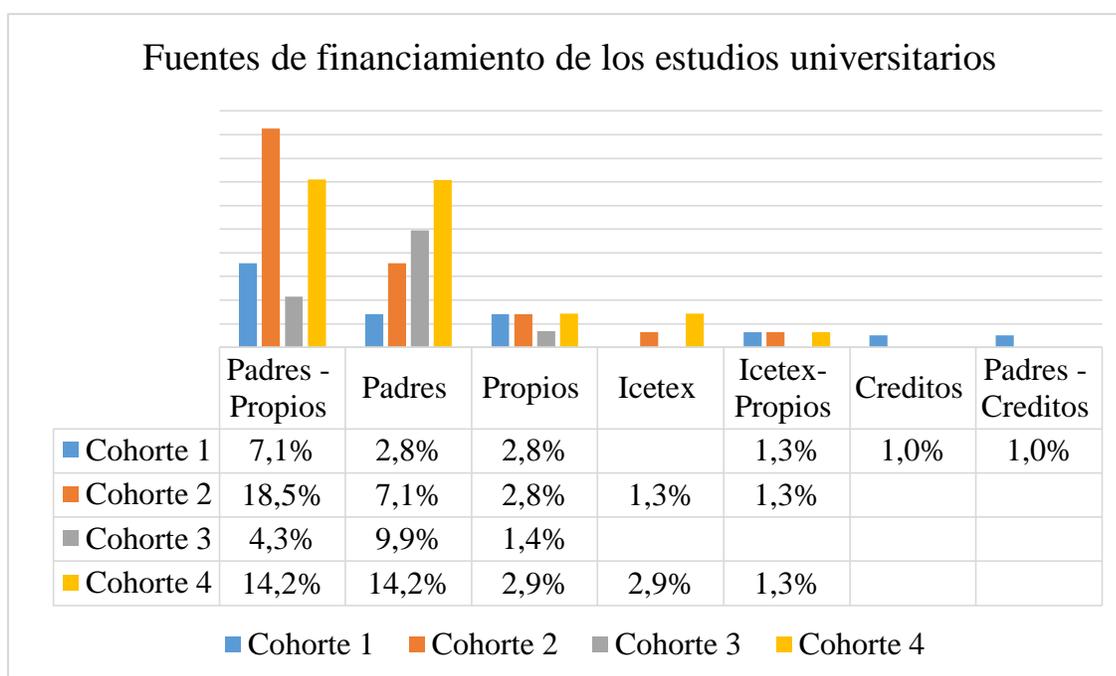


Figura 18

Cohorte por fuente de financiamiento de los estudios universitarios



Los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio internacional financiaron sus estudios con recursos propios y la ayuda de sus padres, una mínima parte lo hace con créditos provenientes de fuentes como el Icetex y de personas naturales. Se puede concluir, que por tratarse de familias de estratos bajos y estudiar en la Universidad de Nariño que es una universidad pública tienen costos de matrícula bajos comparados con las privadas, lo cual les permite tener un fácil acceso a la educación estatal.

Perfil Sociodemográfico



El egresado del programa de Comercio Internacional es mujer, soltera, con edad promedio de 27 años que pertenece al estrato tres, vive con sus padres, se ubica en la ciudad de Pasto, no tiene hijos, gana más de un salario mínimo y sus estudios fueron financiados con recursos propios y de sus padres.

9.2 Situación Académica

Situación de graduación de la población estudiada

Figura 19

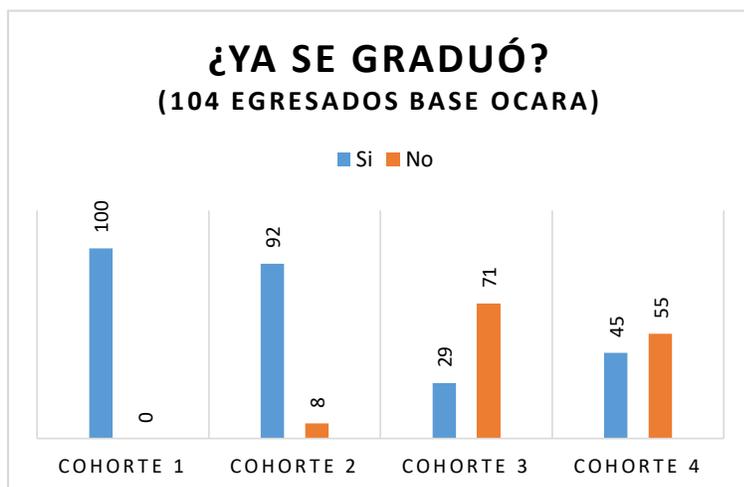
¿Ya se graduó? (70 egresados encuestados)



Nota. Estos porcentajes son resultado de los 70 egresados que respondieron la encuesta

Figura 20

¿Ya se graduó? (104 egresados según Base de Datos de Ocara)



Nota. Egresados graduados por cohorte según base de datos entregada por Ocara

En cuanto a la tasa de graduación acumulada es la que permite conocer semestre a semestre el porcentaje acumulado de estudiantes que se han graduado de los programas

académicos, siendo un indicador que permite realizar seguimiento a la graduación efectiva

de los estudiantes de la educación superior. Se mide al semestre 14 para programas universitarios, la tasa de graduación en el año 2019 para el nivel universitario fue de 40,60%²; los egresados titulados superan el indicador nacional en 20 puntos.

Con respecto a las cohortes muestran que en la primera ya se graduaron todos, en la segunda falta el 8%; en la tercera falta más de la tercera parte y en la cuarta falta más de la mitad. en términos generales su comportamiento es normal en razón que las cohortes más antiguas tienen egresados graduados y las cohortes más recientes están en proceso de graduación.

(MinEducación, 2018)

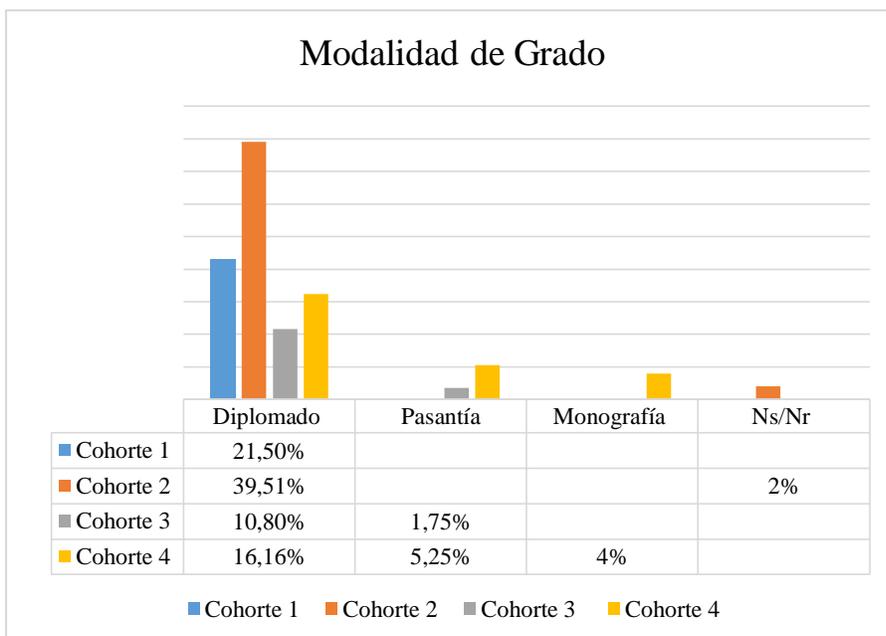
Figura 21

Modalidad de grado



Figura 22

Cohorte por Modalidad de grado

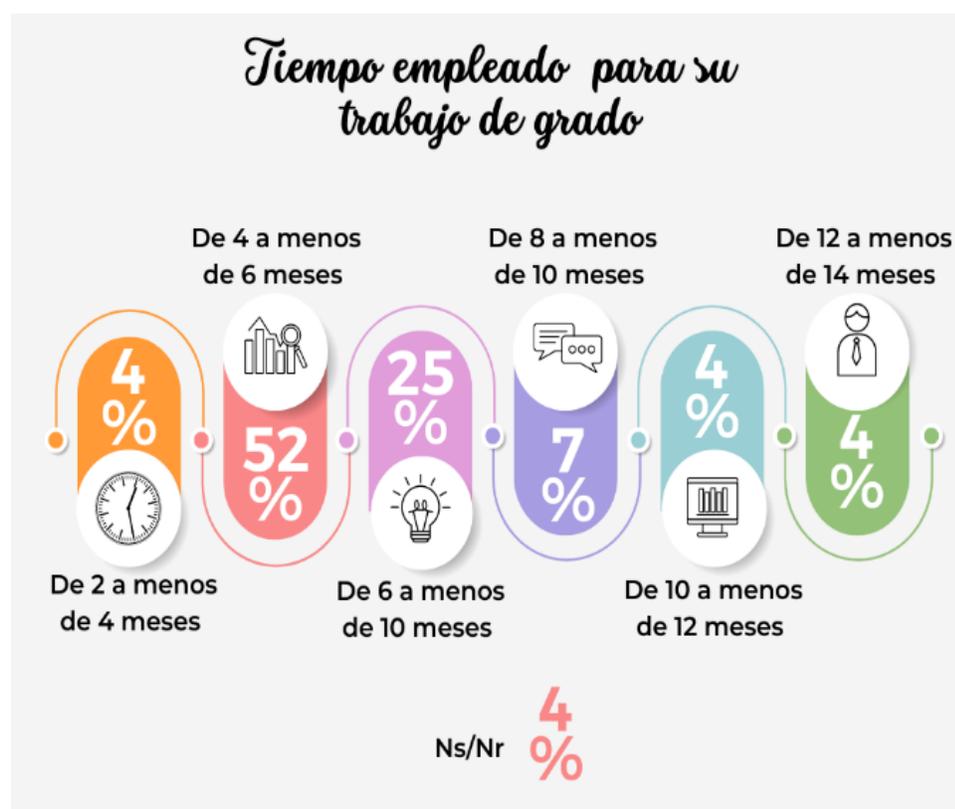


La modalidad de grado preferida por los egresados graduados es el diplomado con un 88%, seguido por la pasantía con un 7%, en menor proporción la Monografía con el 4% y, por último, Ns/Nr con el 2%.

Los estudiantes egresados de las cuatro primeras cohortes de comercio internacional, 9 de cada 10 se han graduado con la modalidad de diplomado, el restante lo ha hecho en su mayoría en pasantía y en una minoría en monografía.

Figura 23

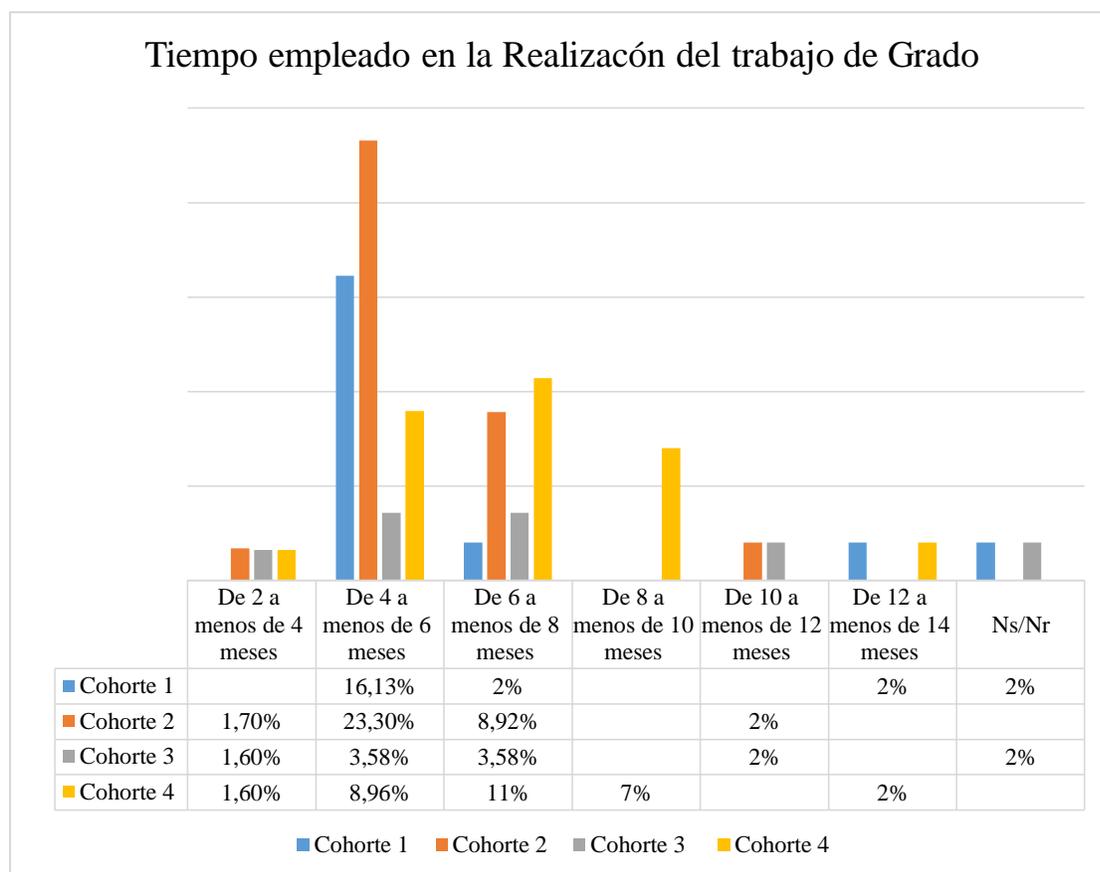
Tiempo empleado para su trabajo de grado



Nota. Resultados en base a 56 egresados ya graduados.

Figura 24

Cohorte por Tiempo empleado en la Realización del trabajo de Grado



Los graduados del programa de Comercio Internacional en su mayoría (52%) han empleado de 4 a menos de 6 meses en la realización de su trabajo de grado, esto puede explicarse ya que la mayor parte de egresados graduados obtuvo su título con Diplomado, proceso que tiene una duración de aproximadamente 4 a 6 meses.

Los estudiantes titulados de las cuatro primeras cohortes de comercio internacional, 5 de cada 10 tardó de 4 a menos de 6 meses en terminar su trabajo de grado, 3 de cada 10 tardó de 6 a menos de 10 meses, el restante tardó más de 8 meses en terminar su proyecto de grado.

Situación académica de egresados en proceso de graduación

Figura 25

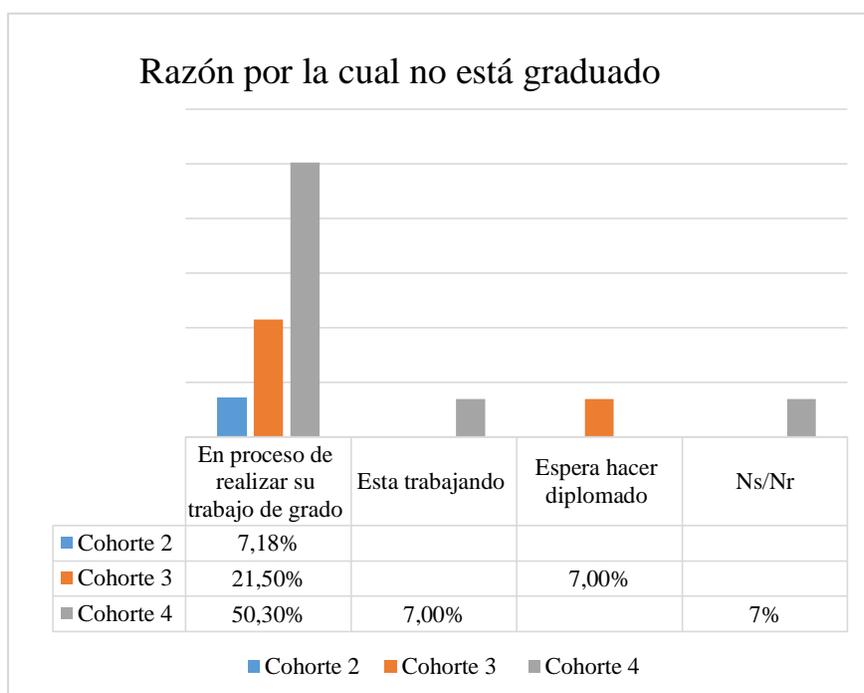
Razón por la cual no está graduado



Nota. Resultados en base a los que aún no se gradúan

Figura 26

Cohorte por Razón por la cual no está graduado



De los diez egresados sin título ocho se encuentran en proceso de realizar trabajo de grado, en segundo lugar, están trabajando el 7%, esperan adelantar un diplomado el 7% y finalmente no ofrecieron un motivo el 7%, en esta Variable podemos observar cómo los egresados de la primera cohorte ya están graduados todos, mientras el mayor porcentaje de estudiantes egresados sin titulación se encuentra en las dos últimas cohortes, mostrando un comportamiento normal al ser las cohortes más recientes.

Figura 27

Etapa en la que se encuentran las personas no graduadas

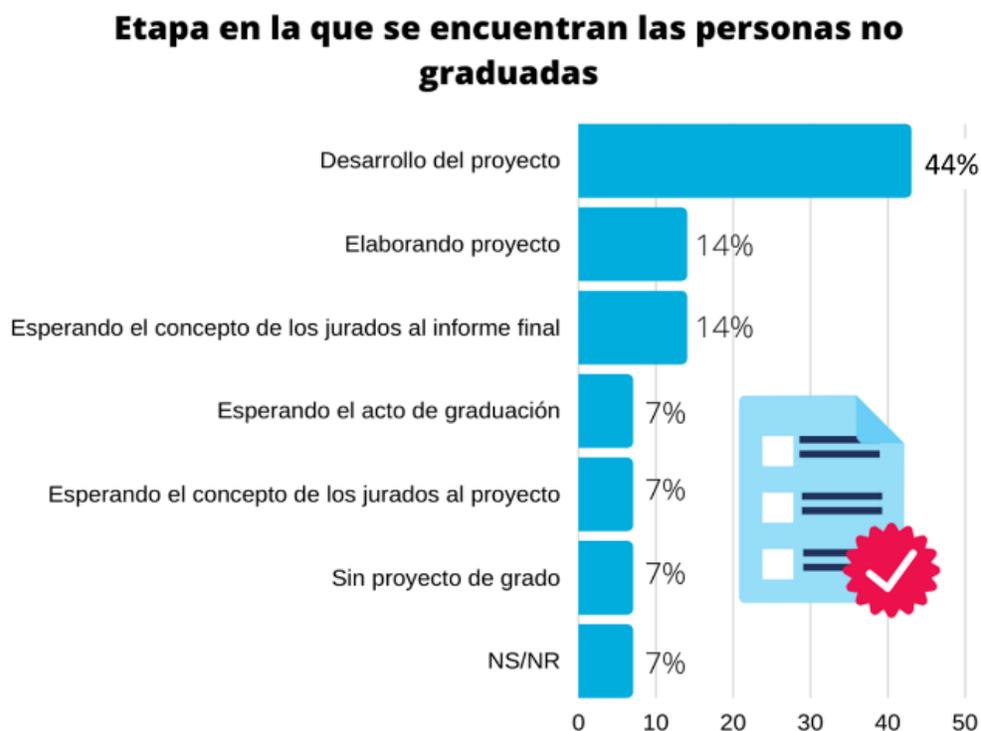
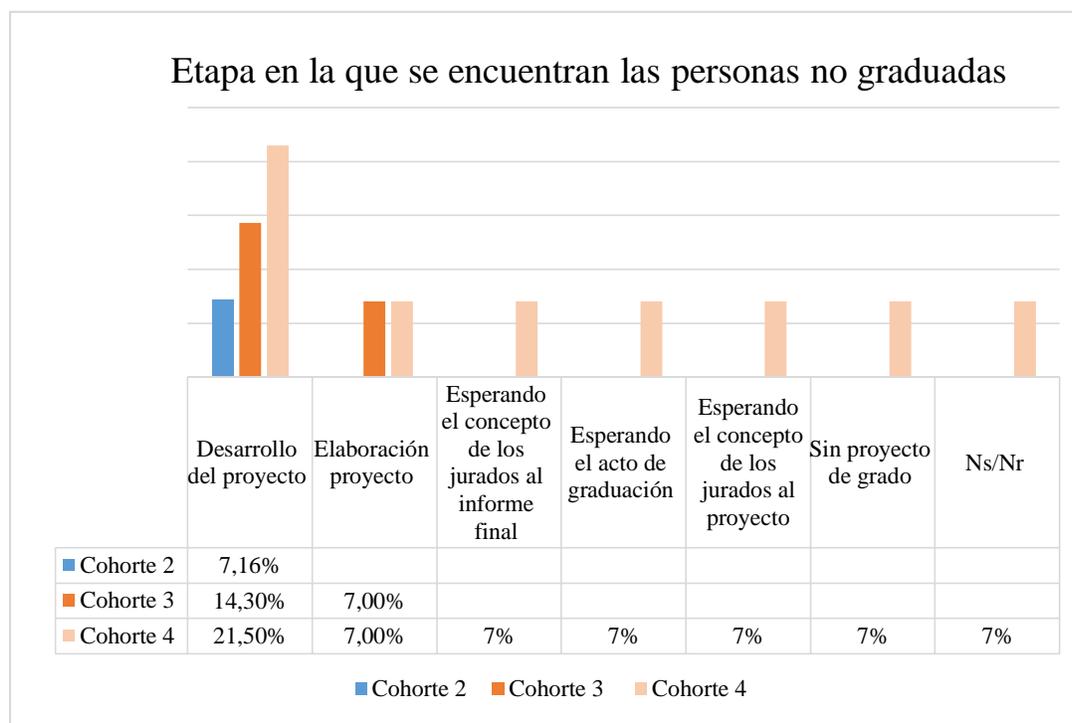


Figura 28

Etapa en la que se encuentran las personas no graduadas



Los egresados sin titulación en su mayoría se encuentran desarrollando su proyecto de grado lo que indica que están buscando una idea, asesoramiento y presentación de posibles proyectos. Un menor porcentaje está en la elaboración del proyecto, etapa en la cual el estudiante puede estar realizando el trabajo de campo del proyecto ya aprobado por el jurado.

SITUACIÓN ACADÉMICA



Los egresados graduados del programa de Comercio Internacional obtuvieron su título bajo la modalidad de diplomado proceso en el que tardó aproximadamente de cuatro a menos de seis meses.

Los estudiantes que aún no se gradúan se encuentran en proceso de desarrollo de su trabajo.

9.3 Desempeño Laboral e Impacto social

Figura 29

Situación Laboral ¿Actualmente está trabajando?



El 57% de los graduados se encuentran trabajando. Por otro lado, el 10% de los que no se han graduado están trabajando.

La Mayor parte de los egresados del programa de comercio Internacional cuentan con un trabajo. Algunos egresados no están trabajando, esto podría deberse a un estado de trabajador independiente o desempleado.

Figura 30

Tipo de trabajo desempeñado ¿En este trabajo es?

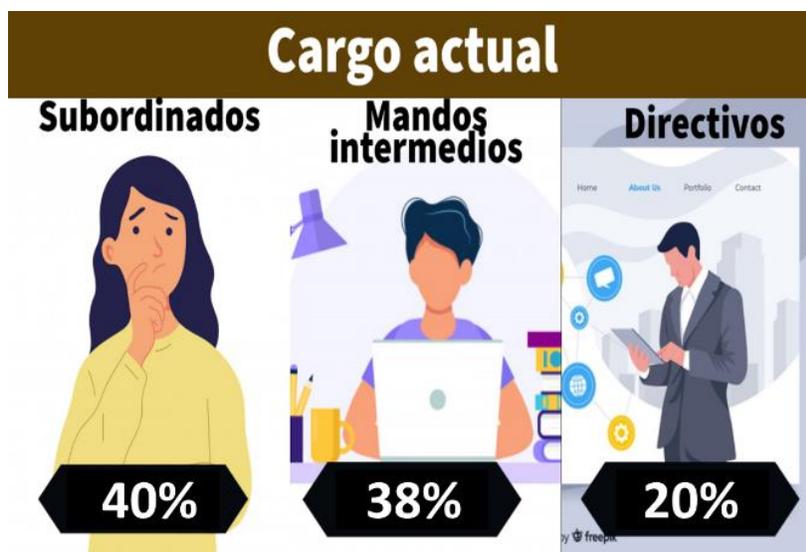


Dentro de las organizaciones contratistas la mayoría de los egresados del programa de Comercio Internacional están en la calidad de “empleados” según la ley esto los hace beneficiarios de aporte para salud, vacaciones, primas, cesantías y demás prestaciones.

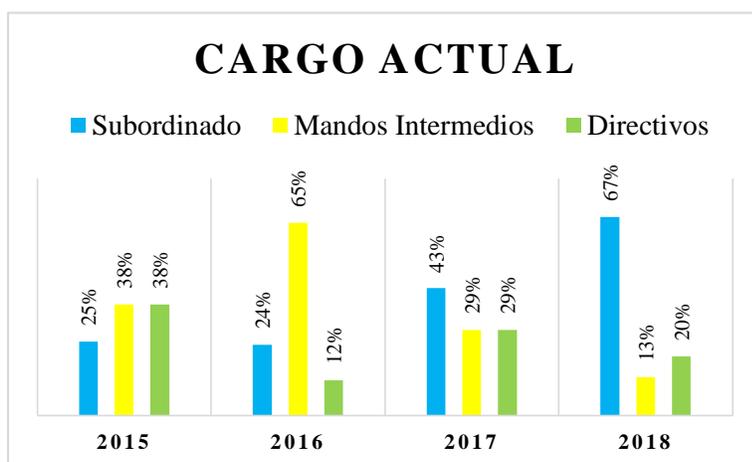
De los egresados que trabajan actualmente la menor parte son trabajadores independientes o socios de las empresas, sin embargo, un pequeño grupo de egresados decidió no revelar su cargo debido a razones desconocidas.

Figura 31

Responsabilidad según el tipo de cargo desempeñado ¿Cargo actual?

**Figura 32**

Cohorte por cargo actual



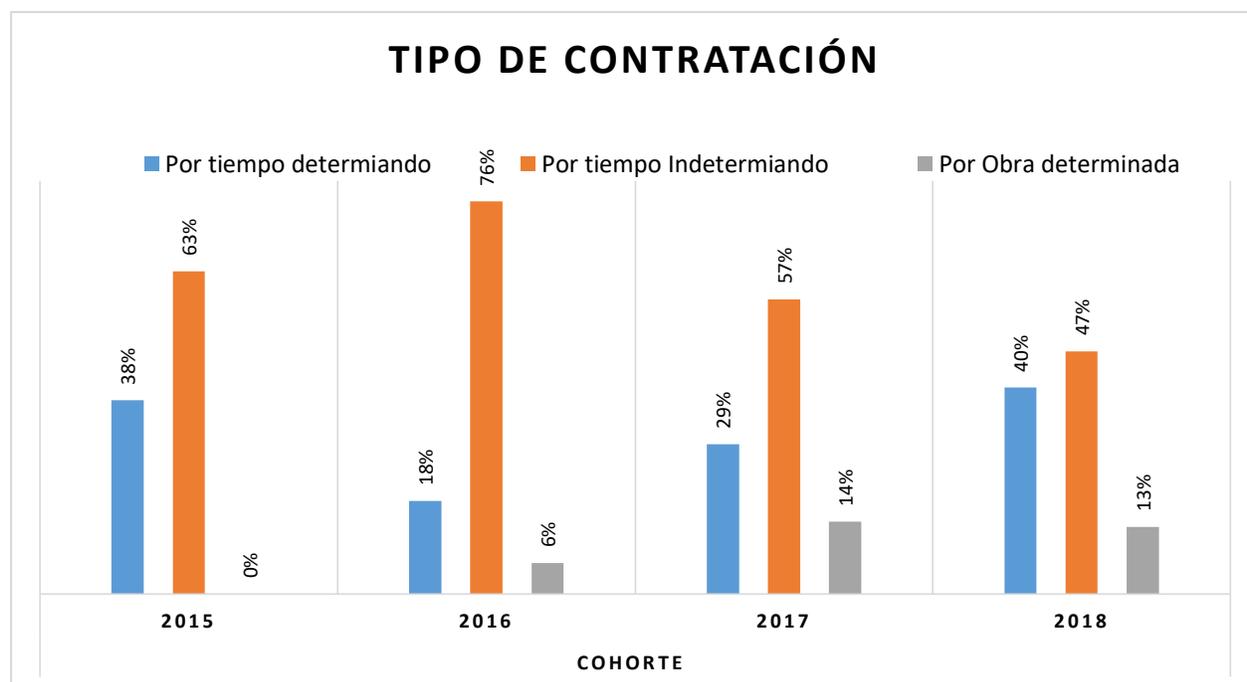
La mayor parte de los egresados del programa de Comercio Internacional poseen una posición de “Subordinados” en su empleo actual, esta categoría encierra cargos como: Asistente,

Ayudante y Empleado no profesional. Le siguen, los egresados ubicados en “Cargos Intermedios” donde se encuentra: Empleado profesional, Ejecutivo de cuenta, Tesorería, coordinador de proyectos, Auxiliar de Comercio Internacional, profesional logístico, asesor, analista de mercados, socio inversor y administrador. Finalmente, los egresados ubicados en posición de “Directivos” que figuran como director de Comercio Internacional y ventas internacionales, director de su propio negocio y cargos gerenciales.

Figura 33

Forma de vinculación laboral ¿Tipo de Contratación?

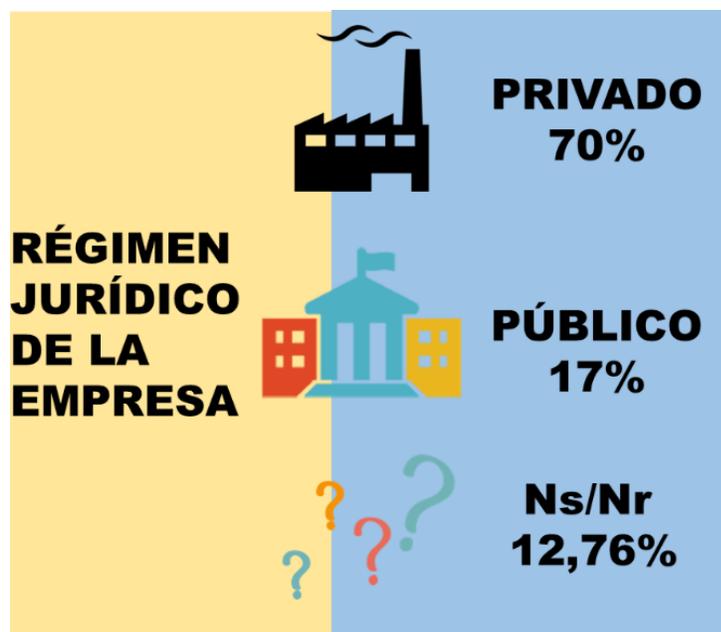


Figura 34*Cohorte por tipo de contratación*

6 de cada 10 egresados del programa de Comercio Internacional tienen un tipo de contratación por tiempo indeterminado, siendo este para el empleado una de las mejores modalidades de contrato ya que se acuerda sin establecer límites de tiempo en la prestación de los servicios y es idóneo la empresa contratante quiere ofrecer a sus empleados estabilidad, compromiso y buenas condiciones laborales.

Figura 35

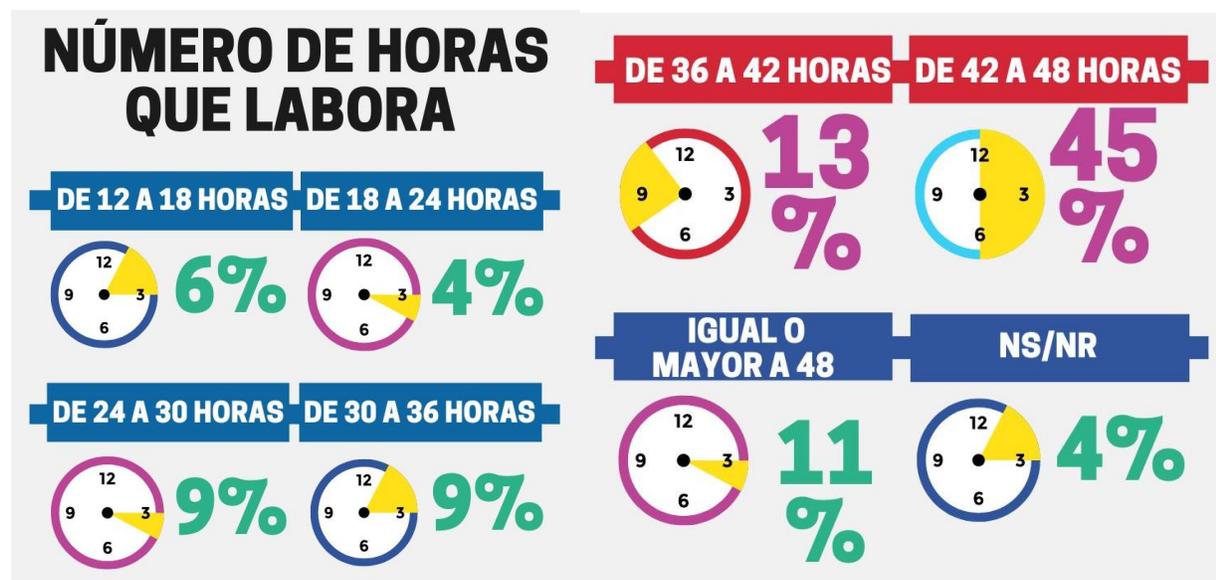
Régimen jurídico de la empresa o institución de la vinculación laboral



En referencia al régimen jurídico de la empresa en la que laboran los egresados, 7 de cada 10 egresados trabajan en el sector privado, estos puestos por lo general se ganan gracias a la experiencia, las habilidades propias y la dedicación, esto también puede indicar el impulso de emprendimientos o negocios en sociedad.

Figura 36

Tiempo en horas promedio que se labora en la semana



El número de horas que en promedio laboran a la semana los egresados, es de 42 a 48 horas, opción que se representa con el 45% lo que muestra que los egresados del programa de Comercio internacional laboran aproximadamente 8 horas diarias lo que se constituye en un comportamiento normal. También destaca que el 13% de los egresados laboran de 36 a 42 horas e igual o mayor a 48 horas con un 11%, lo que podría catalogarse como horas extra.

Figura 37*Duración en meses en el trabajo actual*

Los egresados del programa de Comercio Internacional en su mayoría llevan de 9 a 12 meses en su trabajo actual. Esto podría implicar renunciaciones o despidos en trabajos anteriores o considerarse como el primer empleo del egresado.

Figura 38

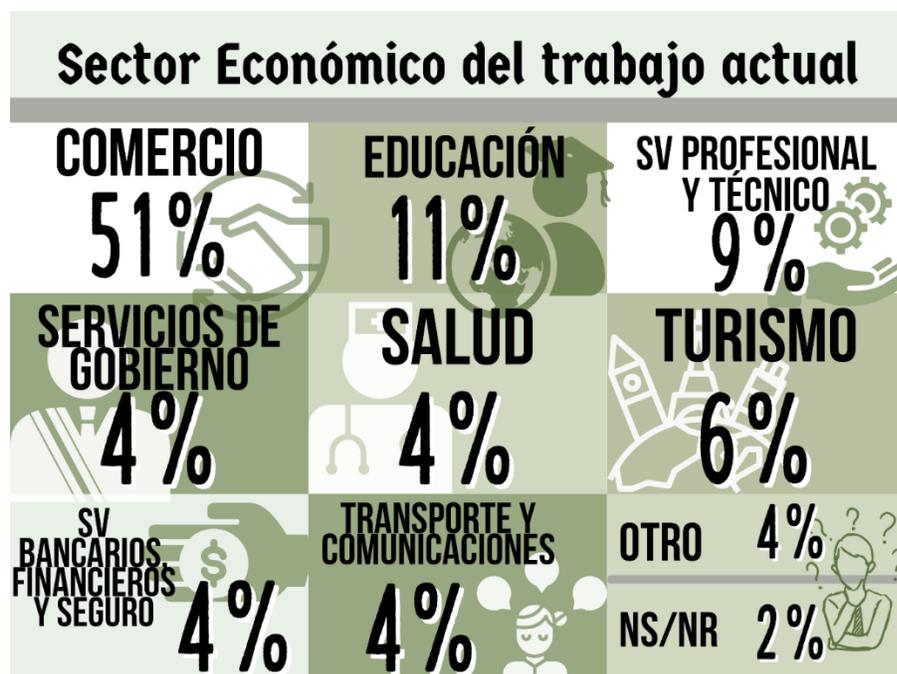
Relación entre su actividad laboral y Comercio Internacional



Guarda relación las funciones laborales con los estudios en la tercera parte de ellos, estos trabajan en la rama de subordinados y cargos directivos, sin embargo, con una mayor proporción (43%) existe una relación, pero BAJA con los estudios y los cargos son del tipo directivos y subordinados. Para el 15% de los egresados la relación es nula con el comercio internacional y se destaca que es para la categoría de subordinados y finalmente 13% donde destacan egresados en la categoría de Subordinados se abstuvieron de responder esta pregunta.

Figura 39

Sector económico del trabajo actual



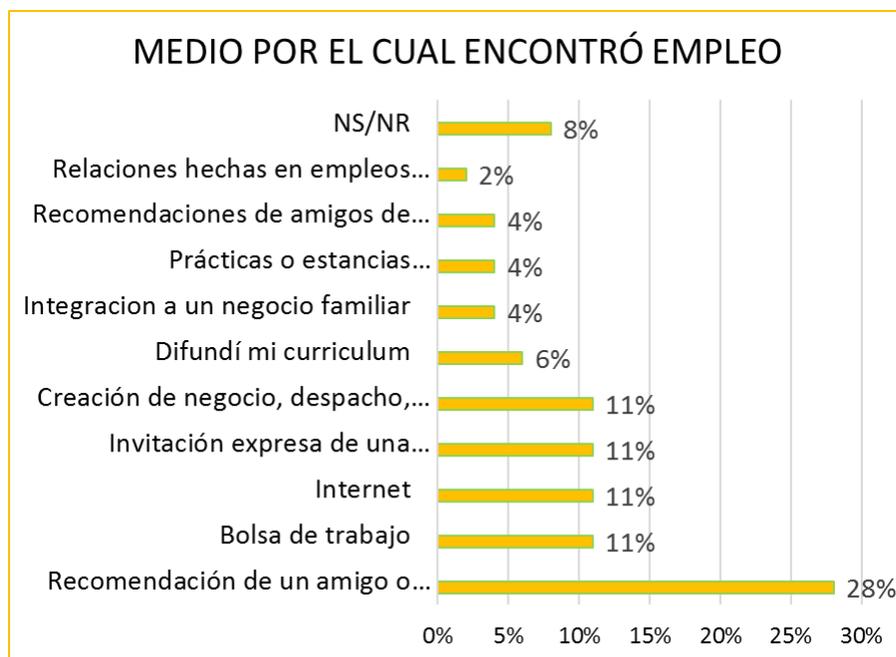
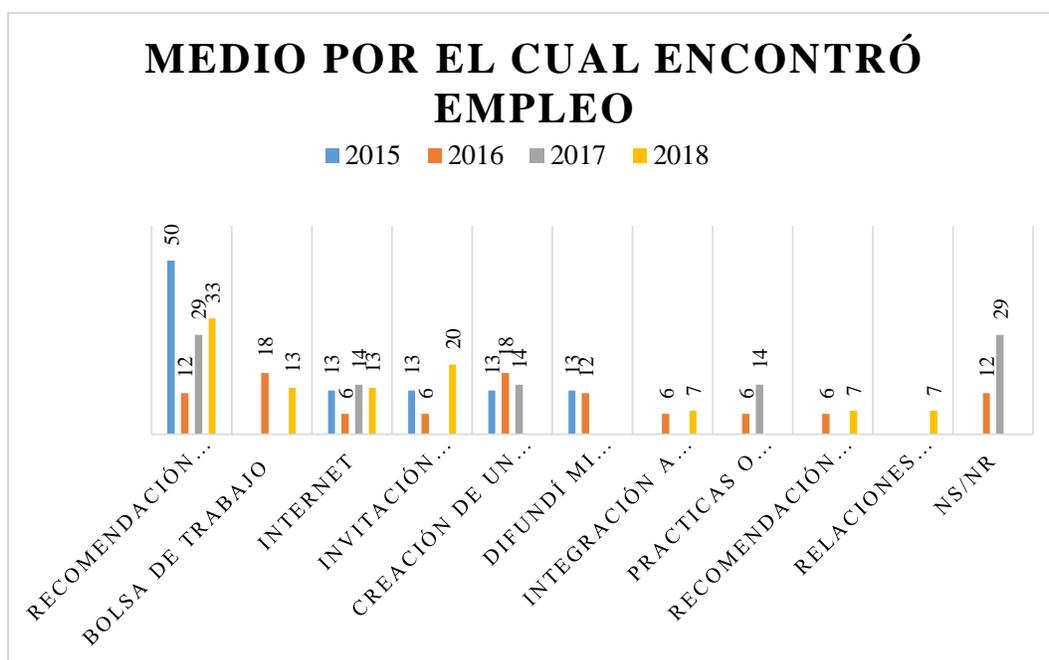
El sector económico del trabajo actual de los egresados se ubica en el Comercio, aquí aparte de las áreas relacionadas con el Comercio Internacional pueden verse incluidas actividades como ventas, servicio al cliente, comercialización, etc. Lo que puede explicar la relación BAJA/EXISTENTE entre la actividad laboral y la carrera estudiada, entre los oficios fuera de las áreas económicas destaca la educación, los servicios profesionales y técnicos y el turismo.

Figura 40

Principal función desempeñada del del perfil profesional



La comercialización como principal actividad del perfil profesional indica la relación BAJA/EXISTENE que existe entre la actividad desempeñada y el perfil profesional, este aspecto hace parte del Comercio Internacional, sin embargo, esta área de la economía no solo se centra en el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución, actividades relevantes para el Comercio Internacional como la dirección, Coordinación, Análisis, Planeación, Evaluación y Supervisión se encuentran en menor proporción.

Figura 41*Medio por el cual encontró empleo***Figura 42***Cohorte por medio por el cual encontró empleo*

Las recomendaciones de amigos y familiares se constituyen como el medio principal a través del cual los egresados del programa de Comercio Internacional encontraron su empleo actual. En menor proporción la Bolsa de trabajo, medios como internet y la invitación expresa de una empresa. Cabe resaltar que por motivos desconocidos un significativo número de egresados se abstuvieron de responder a la pregunta.

Figura 43

Factor que genera satisfacción con respecto al desempeño profesional del Egresado



El factor que proporciona mayor satisfacción con respecto al desempeño laboral de los egresados del programa de Comercio Internacional es la posibilidad de realizar ideas propias, aspecto que se constituye como una fortaleza del programa, además de convertirse en un diferenciador valorado por los empleadores y futuros estudiantes de la carrera.

Figura 44

Acciones de la profesión requeridas en el ejercicio del trabajo desempeñado



Los egresados consideran en el desempeño profesional del trabajo actual los conocimientos Inter y multidisciplinarios como los más solicitados, seguidos de las habilidades blandas en la que están trabajo en equipo, capacidad de resolver problemas, creatividad e innovación, liderazgo, etc. Las habilidades del pensamiento y las habilidades gerenciales también resultan ser una exigencia en el trabajo, entre las que se destacan el razonamiento lógico y analítico, la aplicación de conocimientos, habilidad para trabajar de manera independiente y el conocimiento de lenguas extranjeras.

Figura 45

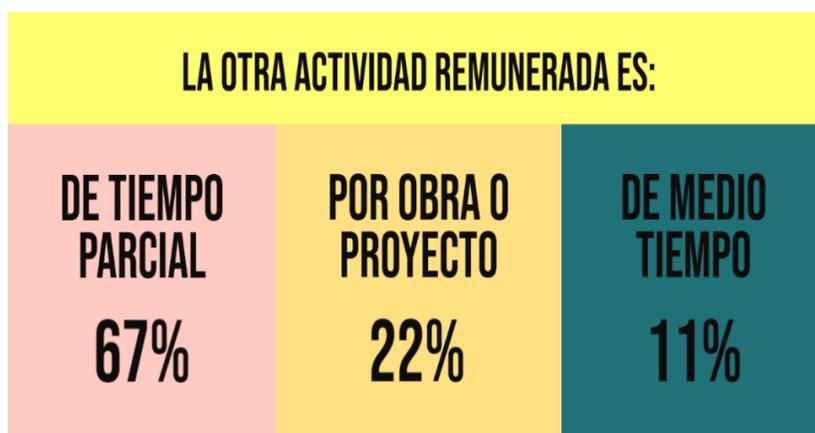
Otra actividad remunerada aparte del trabajo actual



Como se observa en el infograma, además de su empleo, el 38% de los egresados tiene otra actividad remunerada, esto puede indicar proyectos de creación de empresa, actividad que se puede realizar simultáneamente se tiene ya un empleo o puede indicar que la necesidad económica es considerable para los egresados del programa, por ende, deben recurrir a otra entrada económica. La mayoría (55%) de los egresados solo se dedican a una sola actividad remunerada, con la que tienen estabilidad.

Figura 46

La otra actividad remunerada es:



Es la vinculación en tiempo parcial la actividad adicional remunerada de los egresados, esto podría indicar la inversión o trabajo adicional en la creación de nueva empresa, en las actividades por obra o proyecto puede relacionarse a trabajos como hobby o distracción aprovechando las cualidades o talentos propios y en las actividades de medio tiempo puede ser un trabajo adicional que aporte por necesidad una entrada adicional a la economía del egresado.

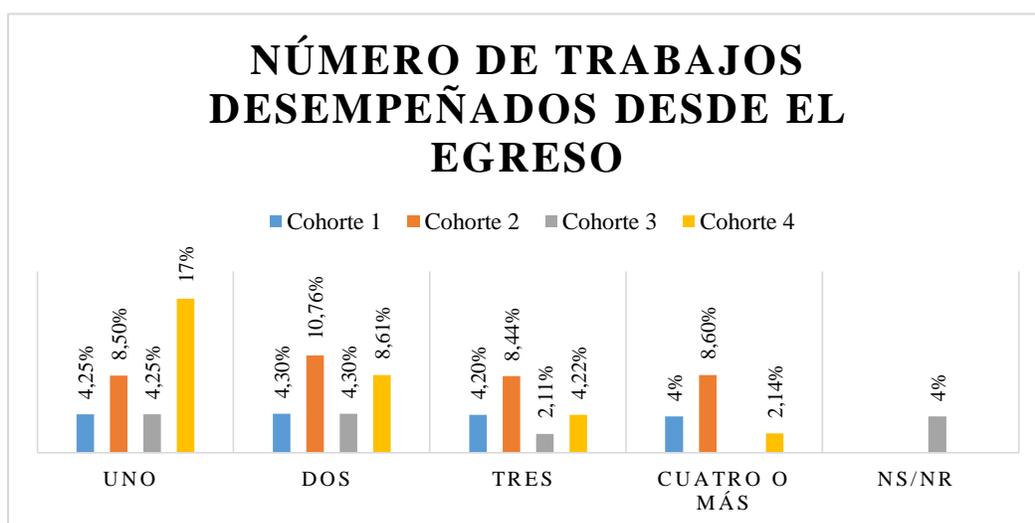
Figura 47

Número de trabajos desempeñados desde el egreso



Figura 48

Cohorte por número de trabajos desempeñados desde el egreso



Los egresados de las dos primeras cohortes (2015, 2016) son los que han conseguido tener entre tres empleos, cuatro o más. Esto se explica dado su tiempo de egreso y adquisición de experiencia. Las Cohortes más recientes (2017,2018) obtienen mayores porcentajes entre uno o dos empleos, comportamiento normal dada su reciente adición al mercado laboral.

Figura 49

Valoración del primer cargo con el actual



Tabla 13

Número de trabajos desempeñados desde el egreso

Número de trabajos desempeñados desde el egreso	Cantidad	Suma
Uno	16	
Dos	13	29
Tres	9	
Cuatro o más	7	
NS/NR	2	
Total	47	

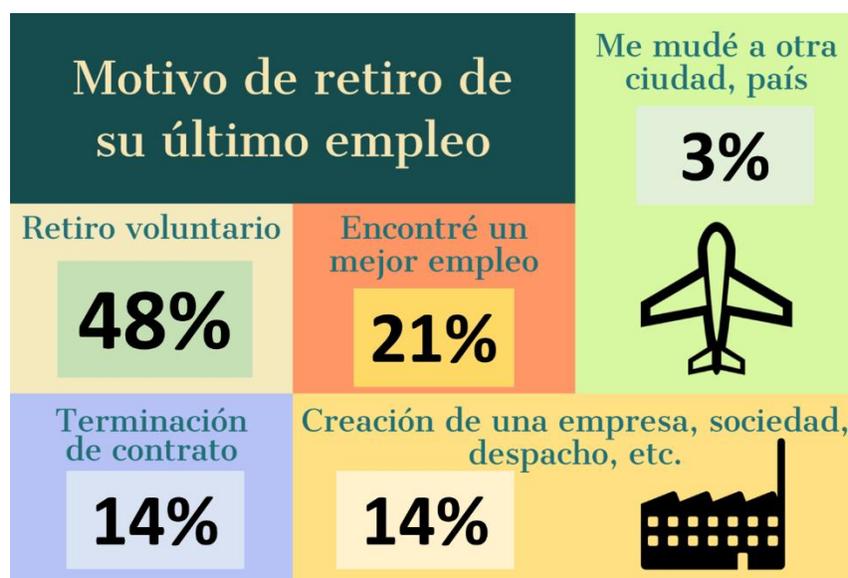
Los egresados que tienen empleo en proporción de dos de cada tres consideran que el empleo actual es mejor, situación que muestra que las condiciones se optimizaron.

La razón se respalda en que, por la experiencia adquirida entre un cargo a otro, hace del egresado un profesional más preparado y por tanto puede acceder a mejores oportunidades laborales.

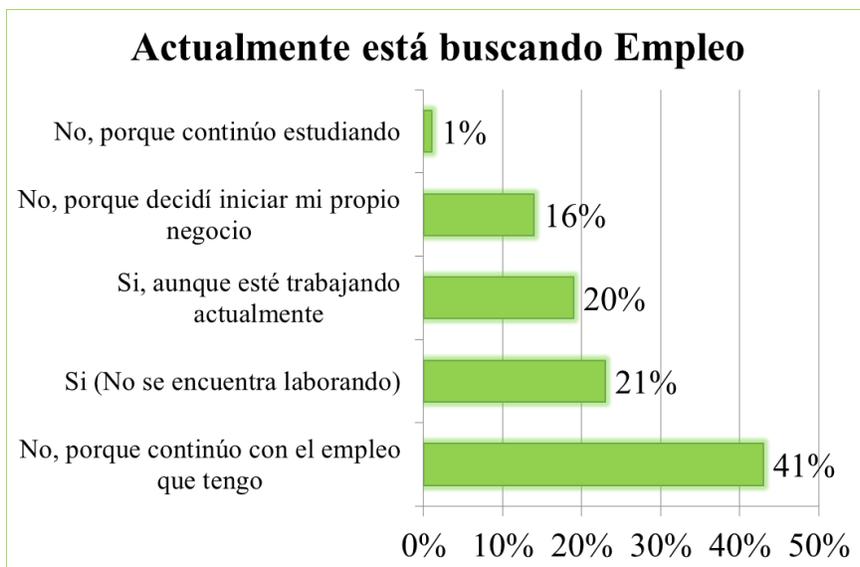
La tercera parte de los egresados que han cambiado de trabajo consideran que la situación es estable.

Figura 50

Motivo de retiro de su último empleo



Los egresados se han retirado de manera voluntaria en proporción uno de cada dos. Esto supone una mejor oportunidad laboral, la creación de una empresa o acceder a una oportunidad fuera del país.

Figura 51*Actualmente está buscando empleo*

Los egresados en proporción de dos de cada tres (58%) no están buscando un empleo porque están vinculados laboralmente, tienen un emprendimiento o están estudiando, los que se encuentran en búsqueda de empleo la quinta parte (20%) lo hacen por mejorar el que en el momento tienen y la otra quinta parte (21%) lo hacen porque actualmente no poseen ninguna actividad remunerada. Esta situación muestra que la mayoría (cuatro de cada cinco) de los egresados se encuentran laborando, mostrando la excelente demanda del mercado laboral por estos profesionales.

Figura 52

Acciones que ha realizado para conseguir empleo



Entre las maneras para buscar empleo por parte de los egresados se destaca el difundir el currículum en Internet, periódico, bolsa de trabajo, etc., representado por tres de cada cuatro (72%). La quinta parte (21%) se abstienen de buscar empleo porque están realizando un emprendimiento. Finalmente, el 3% recurrido a compañeros o a llenar solicitudes de empleo, respectivamente.

Figura 53

Razón por la que no trabaja actualmente



Entre las razones principales por las que los egresados no están trabajando, se ubica en primer lugar el no haber encontrado, pero siguen buscando uno de cada dos (53%), están por incorporarse a un trabajo uno de cada diez (13%), han renunciado de manera voluntaria el 7%, la cuarta parte (27%) argumenta que no trabaja por otras razones como ideas de negocio propias (7%), por poco interés en buscar oportunidades laborales (13%) y debido a que muchas de las compañías buscan personal titulado (7%).

Figura 54

Estaba empleado al concluir los estudios



La mayoría de los egresados (62%) se encontraban sin empleo al concluir sus estudios y la tercera parte (38%) estaban trabajando al finalizar sus estudios.

Figura 55

Búsqueda activa de empleo al concluir sus estudios



La mayoría de los egresados (dos de cada tres) buscó activamente trabajo al concluir sus estudios de pregrado y no buscó trabajo al concluir sus estudios (uno de cada tres).

Figura 56

Tiempo requerido para conseguir empleo al egresar



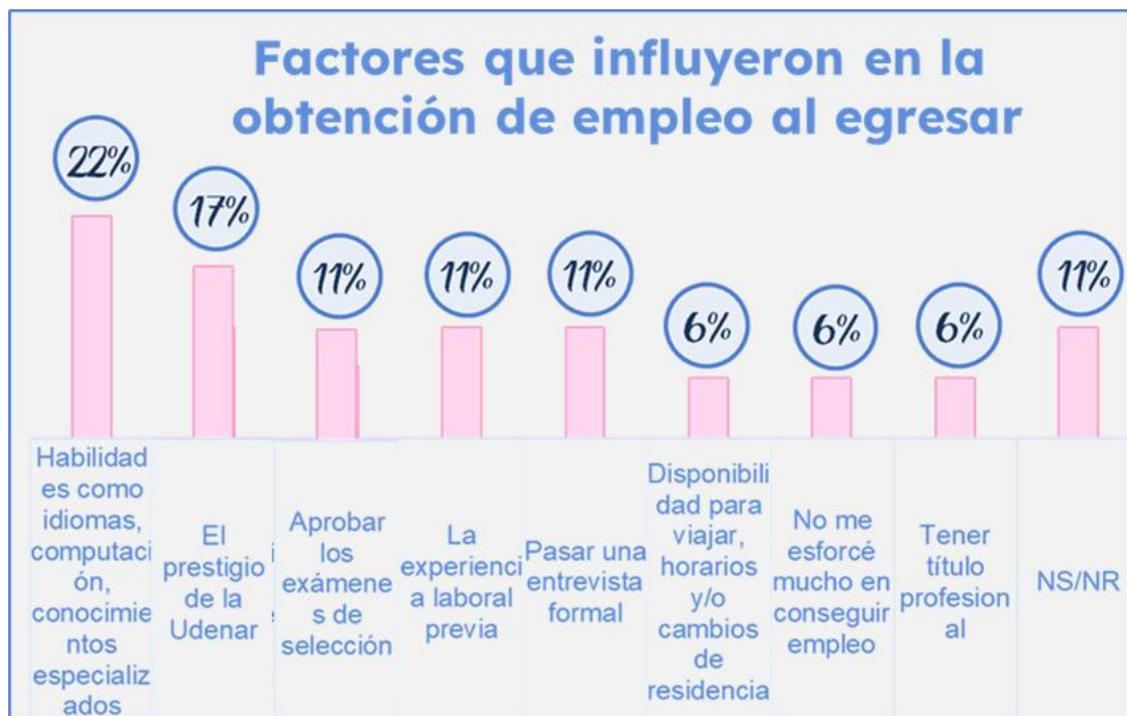
Los egresados que emplearon entre seis meses a un año son la tercera parte (33%) y a la quinta parte le tomo menos de seis meses para encontrar empleo y unos de cada dos aún siguen buscando empleo. Se puede entender que el tiempo para encontrar empleo es bajo lo cual reafirma que hay una buena demanda de este profesional.

Figura 57*Dificultades para conseguir empleo al egresar*

La mayoría de los egresados del programa de Comercio Internacional (7 de cada 10) contaba con escasa experiencia laboral lo que se constituye en la principal dificultad para conseguir empleo al egresar. En menor proporción (1 de cada 5) las pocas ofertas laborales se constituyen en una barrera para los egresados en el momento de conseguir empleo, a esto se suma el desconocimiento de la carrera a nivel regional.

Figura 58

Factores que influyeron en la obtención de empleo al egresar



Entre los factores que contribuyen a la obtención de empleo de los egresados, se destaca las habilidades como idiomas, computación y conocimientos especializados (1 de cada 5); El prestigio de la universidad (1 de cada 5); varios con una medida de (1 de cada 10) aprobar exámenes de selección, experiencia laboral previa, pasar una entrevista formal. En menor proporción (1 de cada 20) la disponibilidad para viajar, horarios y/o cambios de residencia, actitudes de poco esfuerzo en conseguir un empleo y tener un título profesional.

Las distintas habilidades se constituyen en el principal factor para encontrar empleo al egresar, habilidades y aprobar exámenes de selección, el prestigio de la universidad, la experiencia laboral y la aprobación de una entrevista son diferenciales que el programa ha buscado desarrollar a través de su pensum.

Figura 59

Entrevista a Empleador 1

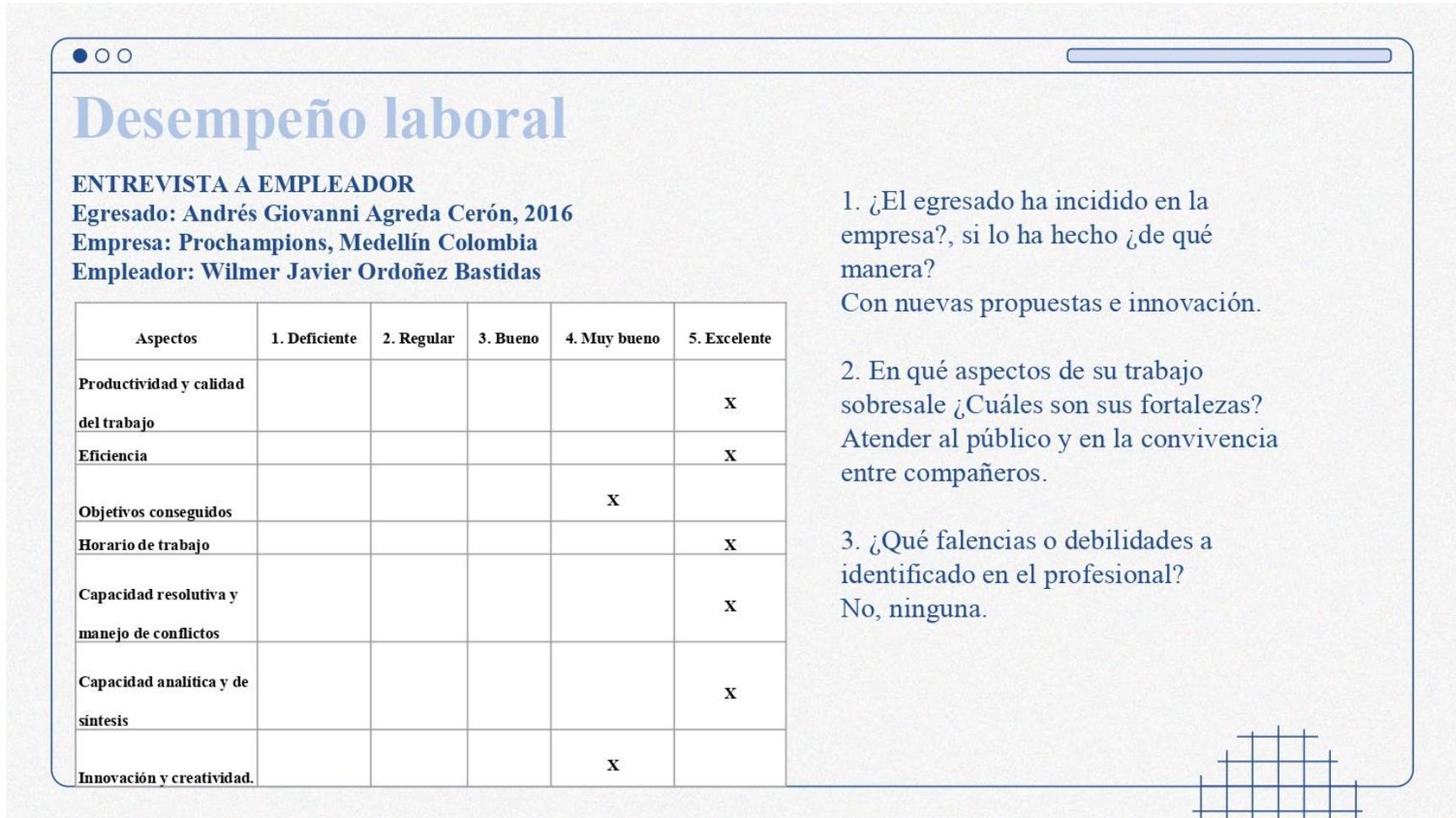


Figura 60

Entrevista a Empleador 2

Desempeño laboral

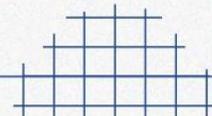
ENTREVISTA A EMPLEADOR
Egresado: Duván Esteben Muriel Estrada, 2016
Empresa: Maquinagro S.A.
Empleador: Henry Alberto Chaves Cadena

Aspectos	1. Deficiente	2. Regular	3. Bueno	4. Muy bueno	5. Excelente
Productividad y calidad del trabajo				X	
Eficiencia			X		
Objetivos conseguidos				X	
Horario de trabajo				X	
Capacidad resolutive y manejo de conflictos			X		
Capacidad analítica y de síntesis			X		
Innovación y creatividad.			X		

1. ¿El egresado ha incidido en la empresa?, si lo ha hecho ¿de qué manera?
 Innovando el portafolio, creando equipos nuevos de diferentes tecnologías y aplicaciones. En una escala de uno a cinco el egresado a impactado en un 3.5

2. En qué aspectos de su trabajo sobresale ¿Cuáles son sus fortalezas?
 Es colaborador

3. ¿Qué falencias o debilidades a identificado en el profesional?
 Es muy lento para revisar el trabajo, en las tareas que se le otorgan.





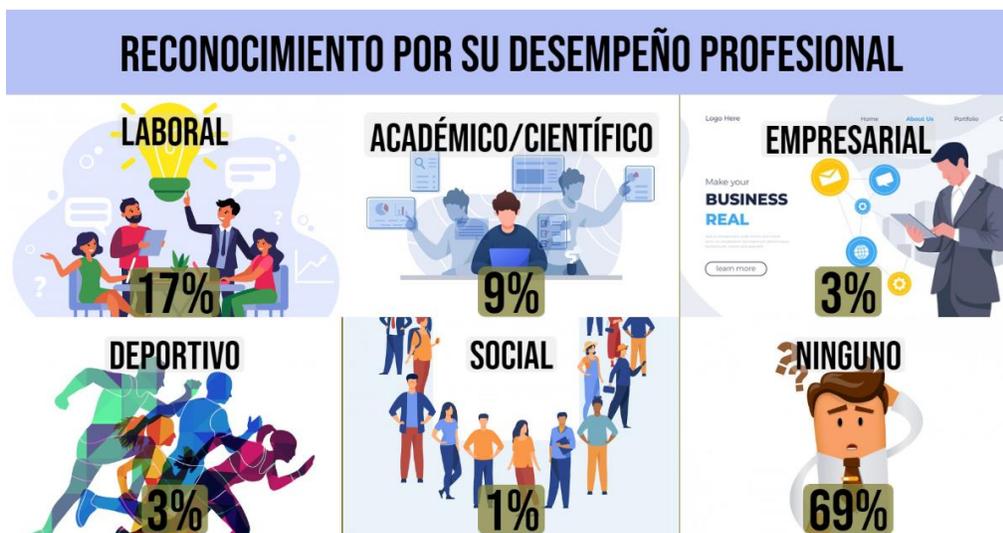
Al concluir sus estudios el egresado de Comercio Internacional no tenía empleo, momento en el que inicia la búsqueda de vinculación laboral, la que consiguió después de un año.

La principal dificultad para tener acceso a su primer empleo fue la falta de experiencia laboral.

9.4 Impacto Social

Figura 61

Reconocimientos recibidos



Han recibido reconocimientos el 6,2% de los egresados de la primera cohorte; el 9,3% de la segunda cohorte; el 3,1% de la tercera cohorte y 12,4% de la cuarta cohorte.

En relación a los reconocimientos recibidos, la mayoría (7 de cada 10) de los egresados no graduados y graduados no ha recibido ningún reconocimiento; los que han recibido un reconocimiento son pocos (1 de cada 5) a nivel laboral, 1 de cada 10 de tipo académico/científico; el 3% de tipo empresarial y deportivo, respectivamente y solo 1% de tipo social.

Entre los reconocimientos recibidos por los egresados de Comercio Internacional se encuentran las bonificaciones e incentivos, ascensos de cargo, gestión de proyectos e innovación, matrículas de honor – distinción de egresado y artículos científico o ponencia.

Figura 62

Egresados que forman parte de alguna comunidad reconocida a nivel nacional o internacional en el ámbito ACADÉMICO



La mayoría de los egresados (9 de cada 10) no forman parte de alguna comunidad reconocida a nivel nacional o internacional en el ámbito Académico, solo 6% pertenecen a este tipo de comunidad.

En relación a las cohortes I el 17%; II el 31,33%; III el 15,66% y la IV el 29,9% no pertenece a una comunidad Académica.

El 6% que pertenecen a alguna tipo de comunidad se destacan egresados en COLCIENCIAS, Red Colsi – Jóvenes Investigadores; CNSC y Diplomados en el politécnico de Colombia. Los que no pertenecen a este tipo de comunidad es por falta de conocimiento, disponibilidad de tiempo y poco interés.

Tabla 14

Forma parte de alguna comunidad Académica (Justificación de la pregunta)

Forma parte de alguna comunidad ACADEMICA	Cantidad	Porcentual
Estudiante COLCIENCIAS	1	1
Red Colsi Jóvenes Investigadores	1	1
CNSC	1	1
Diplomados en el Politécnico de Colombia.	1	1
No formo parte de ninguna	51	73
Falta de conocimiento	10	14
Disponibilidad de tiempo	3	4
No me interesa	2	3
Total	70	100

Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la pregunta abierta ¿Cuál? en esta pregunta

Figura 63

Egresados que forman parte de alguna comunidad reconocida a nivel nacional o internacional en el ámbito CIENTIFICO



Tan solo el 3% pertenecen o forman parte de alguna comunidad reconocida a nivel nacional o internacional en el ámbito CIENTÍFICO como CNSC y Colciencias – Programa de

Innovación más País. Los egresados que no pertenecen a este tipo de comunidades en razón a la falta de conocimiento, disponibilidad de tiempo y poco interés.

Figura 64

Egresados que forman parte de alguna comunidad reconocida a nivel nacional o internacional en el ámbito PROFESIONAL



Los egresados que forman parte de alguna comunidad reconocida a nivel nacional o internacional en el ámbito PROFESIONAL es uno de cada diez.

Tabla 15

Forma parte de alguna comunidad PROFESIONAL (Justificación de la pregunta)

Forma parte de alguna comunidad PROFESIONAL	Cantidad	Porcentual
Universidad de Nariño	1	1
CNSC	1	1
Entrenadores oficiales INCOTERMS 2020	1	1
Cámara de Comercio de Pasto	1	1
fee reeve	2	3
No formo parte de ninguna	48	69
Falta de conocimiento	7	10
Interés en unirse a alguna comunidad	7	10
Disponibilidad de tiempo	1	1
No me interesa	1	1
Total	70	100

Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la pregunta abierta ¿Cuál? en esta pregunta

Los egresados antes referidos que pertenecen a una comunidad PROFESIONAL lo hacen en entidades como La Universidad de Nariño, CNSC, Fee Reeve; los egresados que no pertenecen a este tipo de comunidad son en razón a la falta de conocimiento, disponibilidad de tiempo y poco interés.

Figura 65

Participación en la promoción, gestión o desarrollo de proyectos



La participación de los egresados en la promoción, desarrollo o gestión de proyectos presenta las siguientes características: tres de cada cuatro no han promovido proyectos conformados por el 52,85% de graduados y 11,43% de no graduados; Se destaca que uno de cada seis ha promovido proyectos Empresariales; uno de cada diez Académicos/científicos; uno de cada catorce Sociales/Artísticos y en una insignificante proporción en Gestión de proyectos políticos y Creación de organizaciones.

Figura 66*Producción académica*

En referencia a la producción académica, la mayoría de los egresados (nueve de cada diez) no han realizado ninguna. Sin embargo, el 4% ha realizado otro tipo de producciones y el 6% ha realizado publicaciones que se relacionan con la académica y la publicación de artículos.

Tabla 16*Realización de alguna producción académica (Justificación de la pregunta)*

Realización de alguna producción académica	Cantidad	Porcentual		
Artículo acerca de la situación exportadora del sector cafetero en Nariño	7	10		
Monografía				
Ponencia - Artículo – Libro				
Investigación académica				
Ponencia Internacional				
Artículo en la revista HARS	49	70		
Cartilla para el emprendedor: aprende y emprende				
No ha realizado				
Disponibilidad de tiempo			7	10
Sin interés en este tipo de proyectos			3	4
Falta de conocimiento	2	3		
Evaluativos	1	1		
En proceso	1	1		
Total	70	100		

Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la pregunta abierta “OTRO, ¿CUÁL?” en esta pregunta

Impacto social

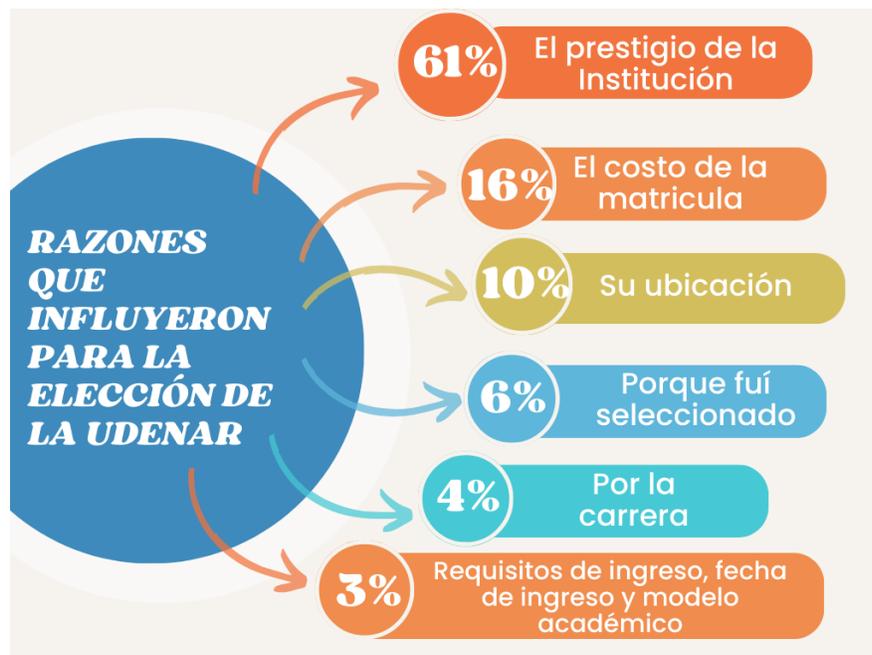


El egresado del programa de comercio internacional no cuenta con ningún tipo de reconocimiento en su entorno laboral, así mismo no pertenece a alguna comunidad reconocida a nivel nacional e internacional en el ámbito académico, científico o profesional. En este mismo sentido, no participa en la promoción, desarrollo o gestión de proyectos y no ha realizado ningún tipo de producción académica.

9.5 Nivel de satisfacción con los servicios educativos recibidos en la Udenar

Figura 67

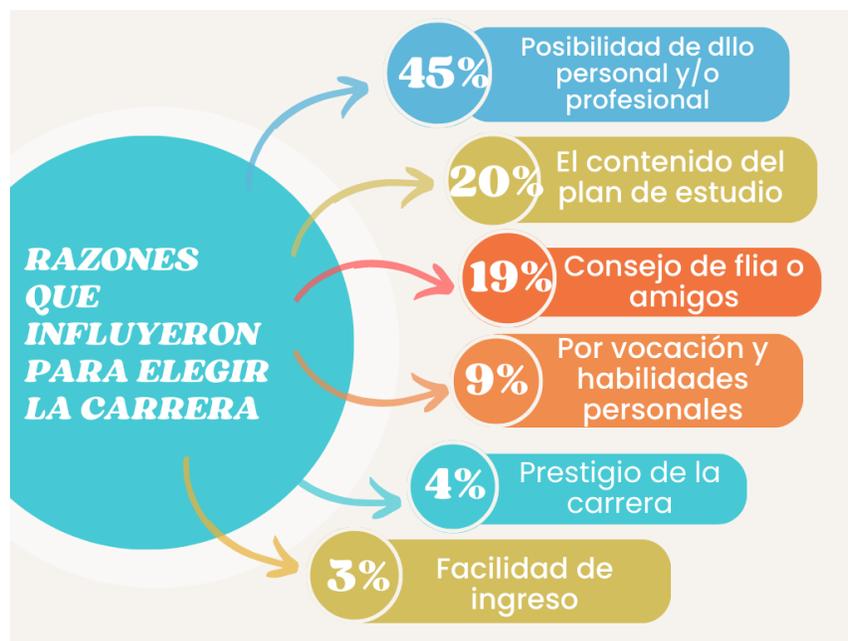
Razones que influyeron para la elección de la UDENAR



El motivo que sobresale en la escogencia de la Universidad de Nariño fue: el prestigio de la institución representado en tres de cada cinco. Por el costo de la matrícula uno de cada seis de los egresados; la ubicación uno de cada diez; porque fueron seleccionados uno de cada diez y seis; por la carrera uno de cada veinte y cinco y por los requisitos de ingreso, fecha de ingreso y el modelo académico con 1% cada uno respectivamente.

Figura 68

Razones que influyeron para elegir la carrera



Las razones de la escogencia de la carrera se muestran que uno de cada dos la cursaron por las posibilidades de desarrollo personal y profesional; por su parte uno de cada cinco lo hizo por el contenido del plan de estudios; y un grupo igual por consejo de familiares y amigos; uno de cada once por tener vocación y habilidades personales; uno de cada veinticinco por el prestigio de la carrera y finalmente uno de cada treinta y tres por la facilidad de ingreso.

Tabla 17

Razones que influyeron para elegir la carrera (Justificación de la pregunta)

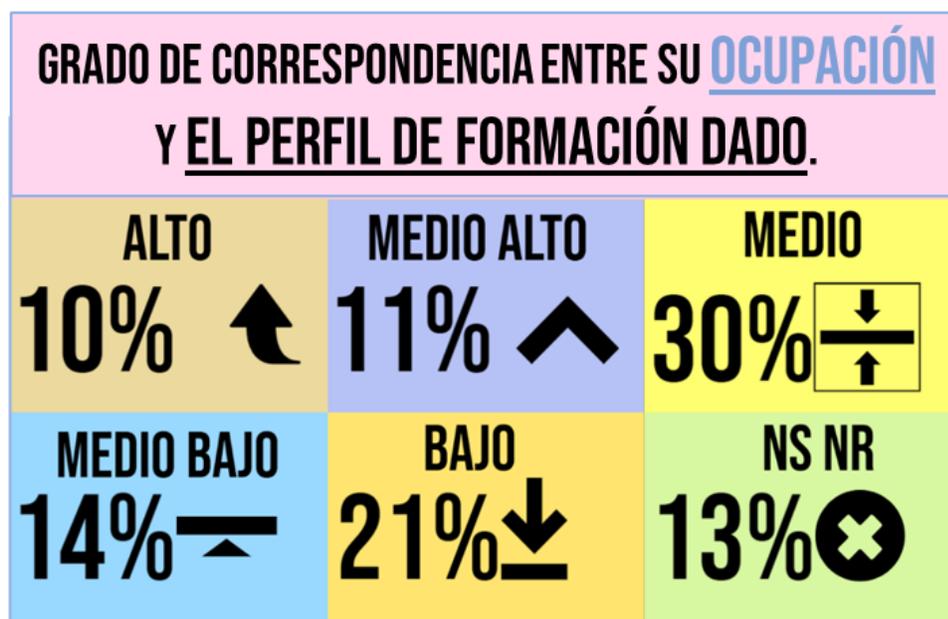
Razones que influyeron para elegir la carrera	Cantidad	Porcentual
El contenido ofrecido por la carrera era interesante y completo	10	14
Vocación y habilidades para desarrollar la carrera	10	14
Posibilidades de crecer y desarrollar empresarial y personalmente	10	14
La opinión de un familiar o amigo influyo en la decisión	7	10
Mi puntaje de ICFES fue el correcto para ingresar a la carrera	2	3
NS/NR	31	44
Total	70	100

Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la pregunta abierta “OTRO, ¿CUÁL?” en esta pregunta

Figura 69

Grado de correspondencia entre su OCUPACIÓN y el perfil de formación dado



Nota. Se entiende por OCUPACIÓN al grupo de funciones o labores que realiza dentro de la organización

De acuerdo con los resultados obtenidos de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional, con respecto al grado de correspondencia entre la OCUPACIÓN y el perfil de formación dado, para uno de cada tres consideran que existe relación media; uno de cada cinco baja; uno de cada siete medio bajo y un grupo igual en su proporción evadieron la pregunta, uno de cada diez medio alto y el alto.

Tabla 18

Grado de correspondencia entre su ocupación y el perfil de formación dado (Justificación de la pregunta)

Grado de correspondencia entre su OCUPACIÓN	Cantidad	Porcentual
No estoy específicamente en el área que me capacite	22	31
Mis funciones se ajustan a lo aprendido en el programa	20	29
Se relaciona con algunos conocimientos adquiridos en el programa	16	23
NS/NR	12	17
Total	70	100

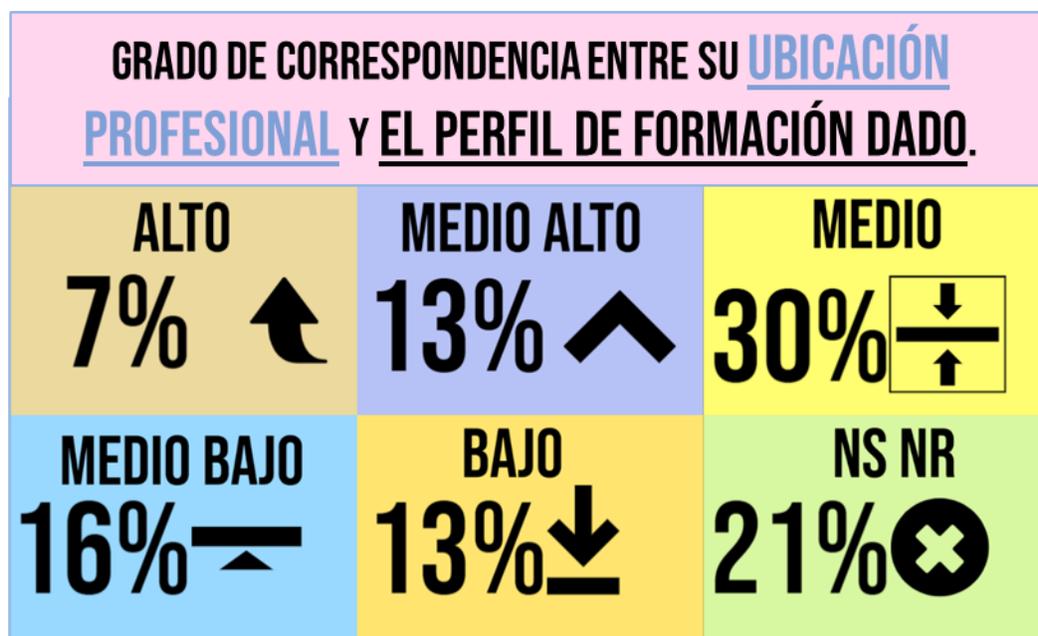
Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la pregunta abierta “OTRO, ¿CUÁL?” en esta pregunta

La calificación dada por la mayoría de los egresados del programa de Comercio Internacional a la ocupación y el perfil de formación dado es MEDIO, donde la mayoría de las razones dadas muestran que la ocupación otorgada en la empresa no corresponde al área de capacitación del egresado, o en su defecto solo cumple con algunas de las características propias del perfil de la carrera.

Figura 70

Grado de correspondencia entre su Ubicación profesional y el Perfil de formación dado



De acuerdo con los resultados obtenidos de los egresados de las cuatro primeras cohortes del programa de Comercio Internacional, con respecto al grado de correspondencia entre la UBICACIÓN PROFESIONAL y el perfil de formación recibido, para uno de cada tres establecen una relación media; uno de cada cinco evadió la pregunta; uno de cada seis medio bajo; uno de cada seis medio alto y Bajo, respectivamente y en una proporción de uno de cada catorce el alto.

Tabla 19

Grado de correspondencia entre su Ubicación profesional y el Perfil de formación dado

(Justificación de la pregunta)

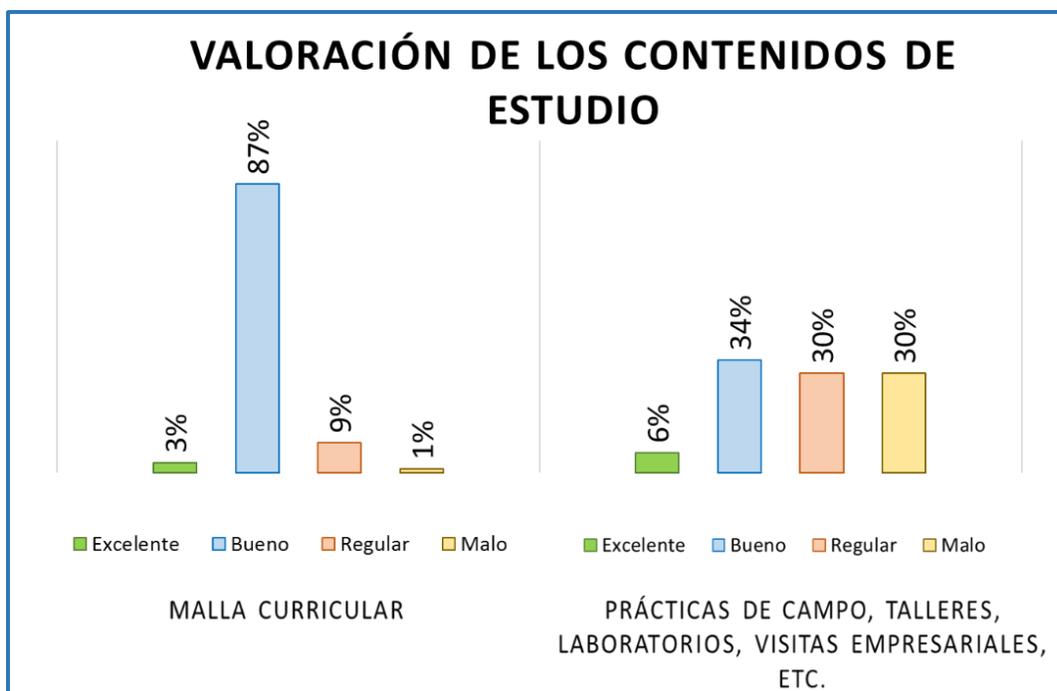
Grado de correspondencia entre su UBICACIÓN PROFESIONAL	Cantidad	Porcentual
No poseo un puesto acorde con el perfil profesional	47	67
Manejo un cargo jerárquico acorde al perfil profesional	13	19
El cargo manejado tiene algunos conceptos relacionados con el perfil profesional	10	14
Total	70	100

Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la pregunta abierta “OTRO, ¿CUÁL?” en esta pregunta.

Figura 71

Valoración de los contenidos de estudio



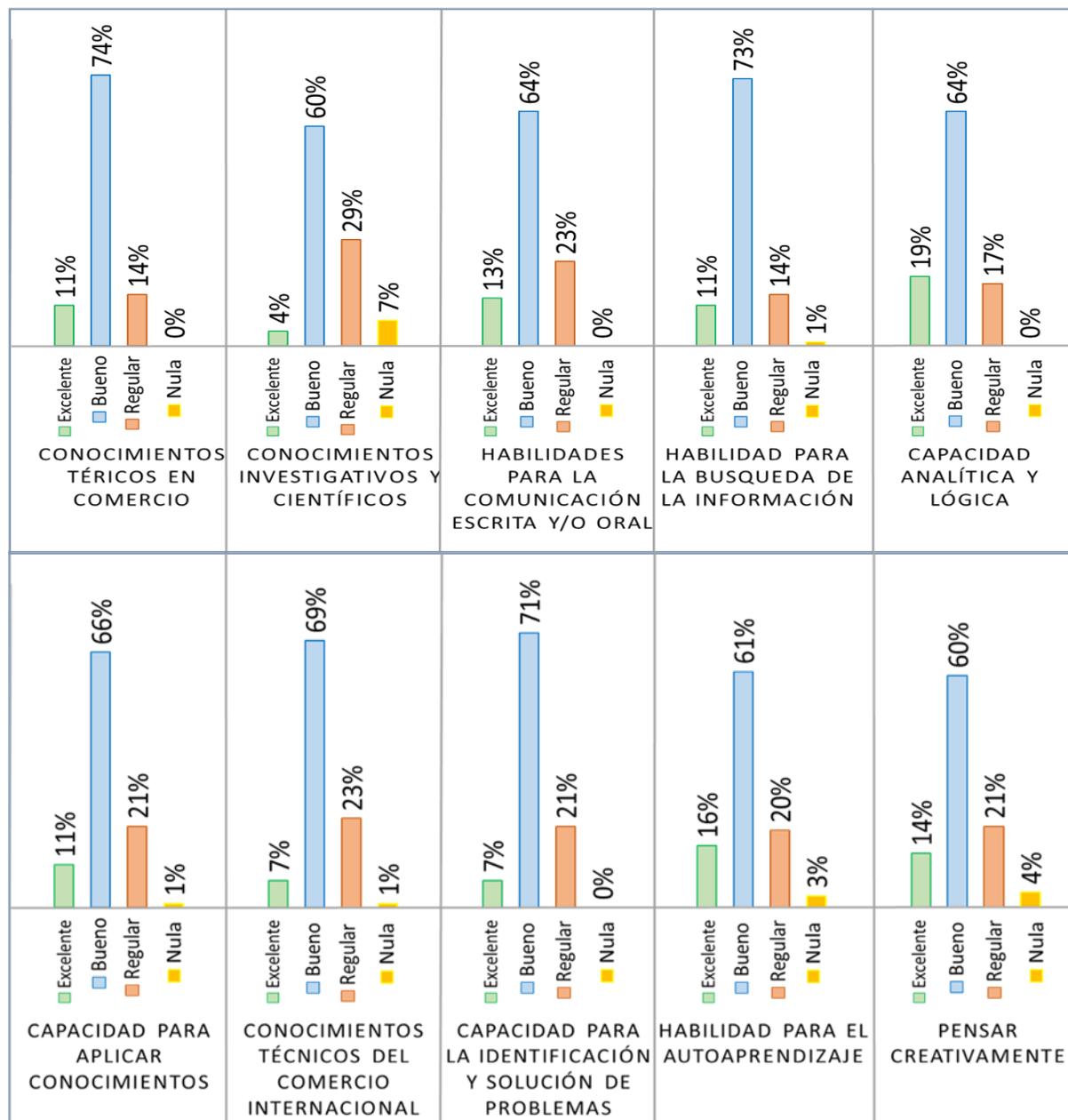
Los egresados destacan que los contenidos de estudio que cursaron fueron “Buenos” en malla curricular como también, para las prácticas de campo, talleres, laboratorios, visitas empresariales, etc.

Las expectativas de los egresados se han colmado en los planes de estudio. De cada diez egresados nueve valoraron como bueno o excelente los contenidos de estudio.

Figura 72

Valoración de la satisfacción de los conocimientos y habilidades aprendidas

VALORACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS APRENDIDOS



Acerca de la valoración de la satisfacción con los conocimientos y habilidades aprendidas, se evidencia que existe una buena aceptación de los conocimientos teóricos y técnicos en mercadeo, capacidad analítica y lógica, habilidad para la búsqueda de información, para el autoaprendizaje y para la comunicación escrita y oral, pensar creativamente y capacidad para la identificación y solución de problemas. Por otro lado, las habilidades que se deben tener en cuenta para mejorarse y hacer planes orientados a la satisfacción de los estudiantes se encuentra los conocimientos investigativos y la capacidad para aplicar conocimientos.

Las expectativas en la valoración de la satisfacción de los conocimientos y habilidades aprendidas han tenido una buena aceptación, sin embargo, se necesitan realizar mejoras orientadas a la satisfacción de los estudiantes.

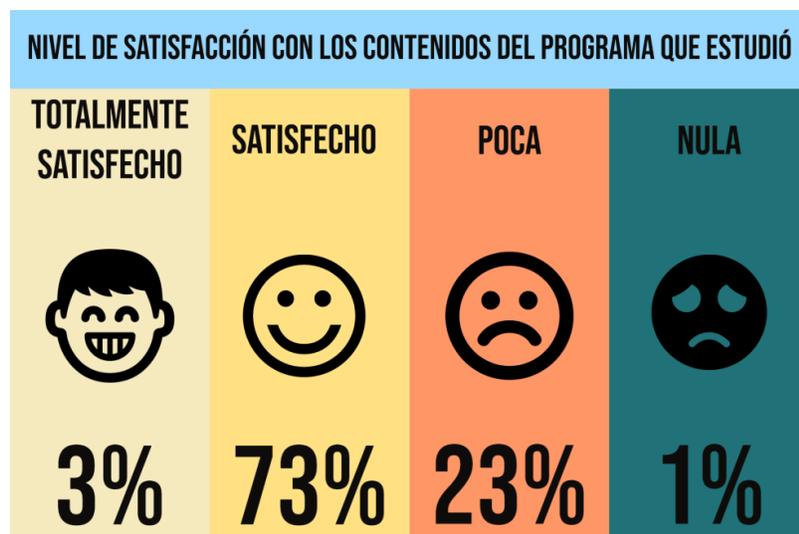
Tabla 20

Opinión sobre los conocimientos y habilidades aprendidas (Justificación de la pregunta)

Opinión sobre los conocimientos y habilidades aprendidas	Cantidad	Porcentual
Teóricamente fue una adecuada educación, aunque es necesario mejorar en la parte práctica (innovar, nuevas metodologías, etc.)	14	20
La universidad forma profesionales autónomos y capacitados en los campos determinados	14	20
Los maestros influyen bastante, por ende, es importante tener un buen personal	3	4
Los conocimientos adquiridos fueron buenos, aunque en el ejercicio se sigue aprendiendo	3	4
NS/NR	36	51
Total	70	100

Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la opción abierta “¿POR QUÉ? En esta pregunta.

Figura 73*Satisfacción con los contenidos de estudio*

La mayoría (tres de cada cuatro) de los egresados manifestaron estar satisfechos con los contenidos de estudio y el 3% está totalmente satisfecho. No obstante, uno de cada cuatro señala poca satisfacción; y el 1% indicó que era nula.

Los egresados no graduados que están satisfechos corresponden a uno de cada siete y los graduados satisfechos representan tres de cada cinco. La poca satisfacción se relaciona de la siguiente manera: el 4,31% corresponde a los egresados no graduados y el 18,6% a los graduados.

Los contenidos de estudio han satisfecho a los egresados, sin embargo, se requieren mejoras para lograr un mejor alcance en las expectativas de los futuros profesionales.

Tabla 21

Nivel de satisfacción con los contenidos del programa que estudió (Justificación de la pregunta)

Nivel de satisfacción con los contenidos del programa que estudió	Cantidad	Porcentual (%)
El contenido académico es acorde y satisfactorio, y sería pertinente mejorar continuamente	17	24
Teóricamente estuvo bien, aunque es necesario profundizar en casos empresariales	15	21
Requería mayor profundidad en diferentes aspectos de la profesión	12	17
Hubo contenido de relleno, el cual podría usarse en temas más importantes	2	3
NS/NR	24	34
Total	70	100

Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la opción abierta “¿POR QUÉ? En esta pregunta.

Figura 74

Nivel de satisfacción con las competencias adquiridas en el idioma inglés



De acuerdo con los resultados, la mayoría (uno de cada dos) de los egresados señala que tiene una competencia regular en el idioma inglés. Se destaca que uno de cada cinco de los egresados indica que su competencia es buena. Por otro lado, uno de cada diez señala que su competencia es mala. En menor proporción, 6% señala que sus competencias en el idioma inglés son excelentes, por otro lado, 4% indica pésimo y 3% se abstiene de responder a la pregunta.

Tabla 22

Nivel de satisfacción con las competencias adquiridas en el idioma inglés (Justificación de la pregunta)

Nivel de satisfacción con las competencias adquiridas en el idioma inglés	Cantidad	Porcentual
Los métodos de enseñanza no fueron adecuados, es necesario mejorar en esos aspectos	32	46
Las competencias adquiridas en el idioma inglés han sido muy útiles	10	14
El programa debe brindarle más importancia al idioma inglés	9	13
Es necesario recurrir a otras entidades y experimentarlo para obtener buena fluidez	5	7
Debí aprovechar mejor los niveles ofrecidos	4	6
NS/NR	10	14
Total	70	100

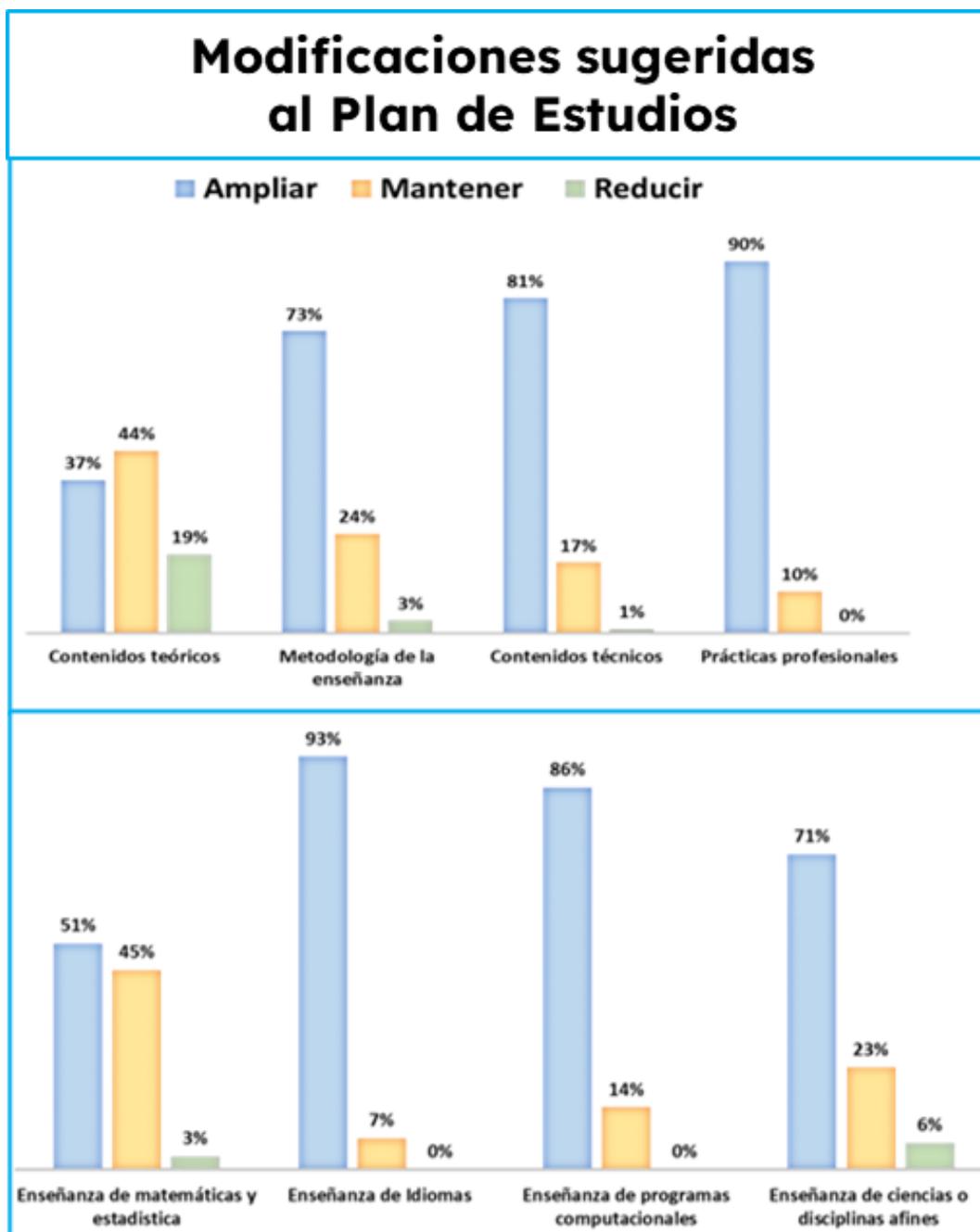
Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la opción abierta “¿POR QUÉ? En esta pregunta.

Los egresados evalúan de manera regular su nivel de inglés, justificando que la pedagogía utilizada no fue la adecuada, además de mencionar que el programa no da la suficiente importancia a esta competencia para el programa de Comercio Internacional.

Figura 75

Modificaciones sugeridas al plan de estudio



Las recomendaciones planteadas por los egresados se basan en tres tipos de respuesta: ampliar, mantener, reducir. Con respecto a la modificación al plan de estudios que sugieren, se

encuentra que la principal actividad que se debe modificar es las prácticas profesionales, enseñanza de programas computacionales con 89%, respectivamente. En el mismo sentido, se sugiere ampliar la enseñanza de idiomas con 82%, enseñanza de ciencias o disciplinas afines con 77%. Asimismo, se debe modificar los contenidos técnicos con 68%, contenidos metodológicos con 62%, contenidos teóricos con 50% y enseñanza de matemáticas y estadísticas sugieren mantener con un 47%.

Tabla 23

Modificaciones sugeridas al plan de estudio por parte de los egresados (Justificación de la pregunta)

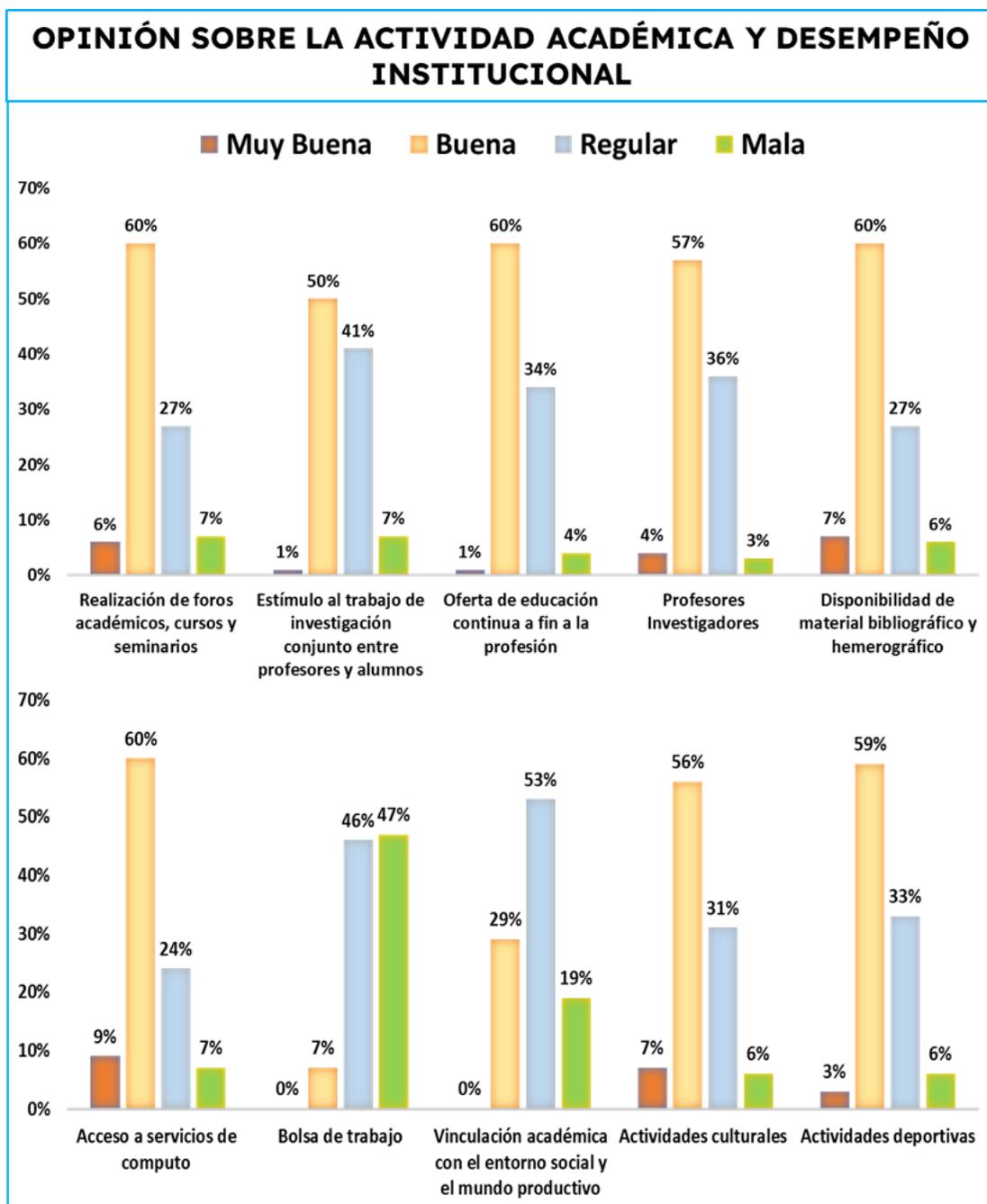
Modificaciones sugeridas al plan de estudios por parte de los egresados	Cantidad	Porcentual
Los conocimientos son adecuados, pero es necesario que sean más prácticos	22	31
Es importante mantenerse en constantemente mejora de cada aspecto mencionado	20	29
Profundizar en contenidos importantes y evolucionar hacia las nuevas tendencias del comercio internacional	9	13
Se deben ampliar o profundizar en los idiomas (inglés)	4	6
NS/NR	15	21
Total	70	100

Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la opción abierta “¿POR QUÉ? En esta pregunta.

Figura 76

Opinión sobre las actividades académicas y el desempeño institucional



Los aspectos referidos a las actividades académicas de la carrera que estudiaron se calificaron en una escala que va de muy buena a mala. Los egresados valoraron como buena: educación continua; acceso a los servicios de cómputo; disponibilidad de material bibliográfico y hemerográfico. Las opiniones más frecuentes de los egresados se señalan en la mayoría de los ítems como regular y a continuación se mencionan esos aspectos: realización de foros académicos, cursos y seminarios; estímulo al trabajo de investigación conjunto entre profesores y alumnos; profesores investigadores; bolsa de trabajo; vinculación académica con el entorno social y el mundo productivo; actividades culturales y actividades deportivas.

Los egresados dejan evidenciar que las actividades académicas de la carrera no colmaron sus expectativas.

Tabla 24

Opinión sobre las actividades académicas y el desempeño institucional (Justificación de la pregunta)

Opinión sobre la organización académica y el desempeño institucional	Cantidad	Porcentual
La universidad tiene buenos aspectos, pero es necesario mejorar constantemente	21	30
Hace falta mayor integración entre la universidad y el estudiante	5	7
Falta el apoyo a la bolsa de trabajo hay demasiados egresados y profesionales en búsqueda de trabajo	5	7
Es importante ampliar aspectos como conferencias, foros y prácticas empresariales	4	6
Mas convenios y alianzas institucionales con el mundo productivo	2	3
Sin justificación.	10	14
NS/NR	23	33
Total	70	100

Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la opción abierta “¿POR QUÉ? En esta pregunta

Figura 77

Pregunta: ¿Elegiría inscribirse en la misma institución?

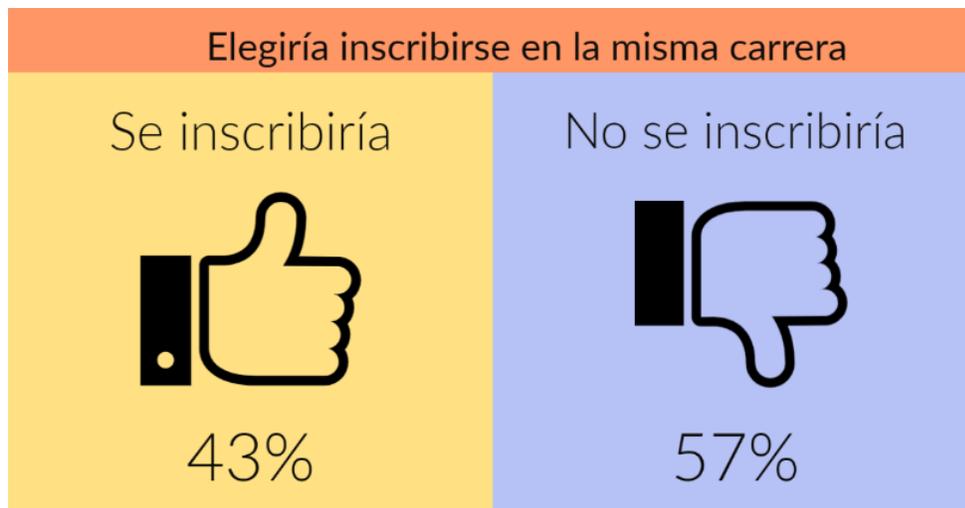


La mayoría de los egresados si eligieran inscribirse en la misma institución porque la calidad y prestigio de la universidad son excelentes, por el cariño que se tiene hacia la institución, por la utilidad de lo aprendido en su vida profesional, porque existe un buen ambiente universitario y con docentes capacitados, es una de las mejores universidades a nivel nacional.

Por otro lado, los egresados que no se inscribirían en la misma institución argumentan que es por las protestas y carencias en la formación, porque hay mejores universidades, porque las instalaciones y los profesores no son acordes a las necesidades de los programas y por las malas experiencias que han tenido en la institución.

Figura 78

Pregunta: ¿Elegiría inscribirse en la misma carrera?



Los egresados en su mayoría elegirían NO inscribirse en la misma carrera ya que los egresados buscan especialización y/o profundizar en áreas afines a la carrera, así mismo, porque preferirían estudiar otra carrera por la falta de demanda laboral, manifiestan el poco apoyo después del egreso, así pues, optarían por inscribirse a carreras dentro de la Universidad que complementen o apoyen la rama del Comercio Internacional

Las razones de los egresados para SI inscribirse en la misma carrera se basan en la capacidad de los docentes del programa, la amplitud laboral de la carrera y por la satisfacción con la experiencia vivida en la universidad.

Tabla 25

¿Cuáles son sus expectativas de la carrera en el futuro?

Expectativas de la carrera en el futuro	Cantidad
Implementar especializaciones y maestrías afines a la carrera	14
Brindar profesionales muy bien capacitados tanto en lo práctico y teórico	12
Mejorar y ampliar el campo laboral	9
Tener una visión más global encaminada a proyectos de internacionalización	9
Generar alianzas y convenios con universidades, empresas, entidades, etc.	7
Estudiantes con altos niveles de aprendizaje (inglés, temas empresariales), con docentes bien capacitados	5
Intercambios	1
Consiga un mejor reconocimiento a nivel nacional	1
Ninguna	1
NS/NR	11
Total	70

Nota. Respuestas a la pregunta abierta ¿Cuáles son sus expectativas de la carrera en el futuro?

Con relación a las expectativas de la carrera en el futuro, los egresados visualizan la implementación de especializaciones y maestrías afines a la carrera, reconocimiento por la formación de profesionales muy bien capacitados en aspectos teóricos como prácticos, el apoyo de la Universidad en la mejora y ampliación del campo laboral, visión global, enfocada en proyectos de internacionalización, incrementar las alianzas y convenios con universidades,

empresas, entidades, etc. A nivel nacional e internacional, fuerte énfasis en materias propias de la carrera, junto a esto, la modificación del pensum académico, donde se dé importancia al idioma inglés y temas empresariales, capacitación constante al cuerpo docente, así mismo, inversión en la actualización de los procesos académicos manejados por los profesores, mayores posibilidades de intercambio estudiantil y el posicionamiento del nombre de la Universidad junto con el programa a nivel nacional como uno de los mejores.

Figura 79

Opinión sobre la pertinencia de la formación en la región



La opinión de los egresados sobre la pertinencia de la formación en la región es que le permite a uno de cada dos desarrollarse de manera independiente; la tercera parte opina que es pertinente que permita optar por trabajos en distintos sectores económicos y la quinta parte considera que es necesario la vinculación con alguna institución, empresa en particular.

Tabla 26

Opinión sobre la pertinencia de la formación en la región (Justificación de la pregunta)

Opinión sobre la pertinencia de la formación en la región	Cantidad	Porcentual
Creación de propia empresa para dinamizar la economía	21	30
Vincularse con alguna institución y desarrollar los conocimientos.	7	10
Progresar independientemente y desarrollar económicamente la región	6	9
No hay mucha oferta laboral para el perfil	3	4
Articular los sectores a fin de ser competitivos en el contexto mundial	3	4
NS/NR	30	43
Total	70	100

Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la opción abierta “Otros, ¿cuál?” En esta pregunta

Figura 80*CALIDAD de la formación recibida en el programa*

La mayoría (cuatro de cada cinco) de los egresados manifestaron que la calidad de la formación recibida es Buena y la quinta parte opina que es Regular. No obstante, en menor proporción, el 3% señala que la calidad de Excelente; y el 1% optó por la opción Ns/Nr.

Los egresados no graduados que están satisfechos corresponden al 13% y los graduados satisfechos representan el 60%. La poca satisfacción se relaciona de la siguiente manera: el 4,31% corresponde a los egresados no graduados y el 18,6% a los graduados.

La CALIDAD de la formación recibida en el programa es percibida como Buena por parte de los egresados, no obstante, se debe tener en cuenta algunas recomendaciones de los egresados para que la calidad sea Excelente.

Tabla 27

CALIDAD de la formación recibida en el programa (Justificación de la pregunta)

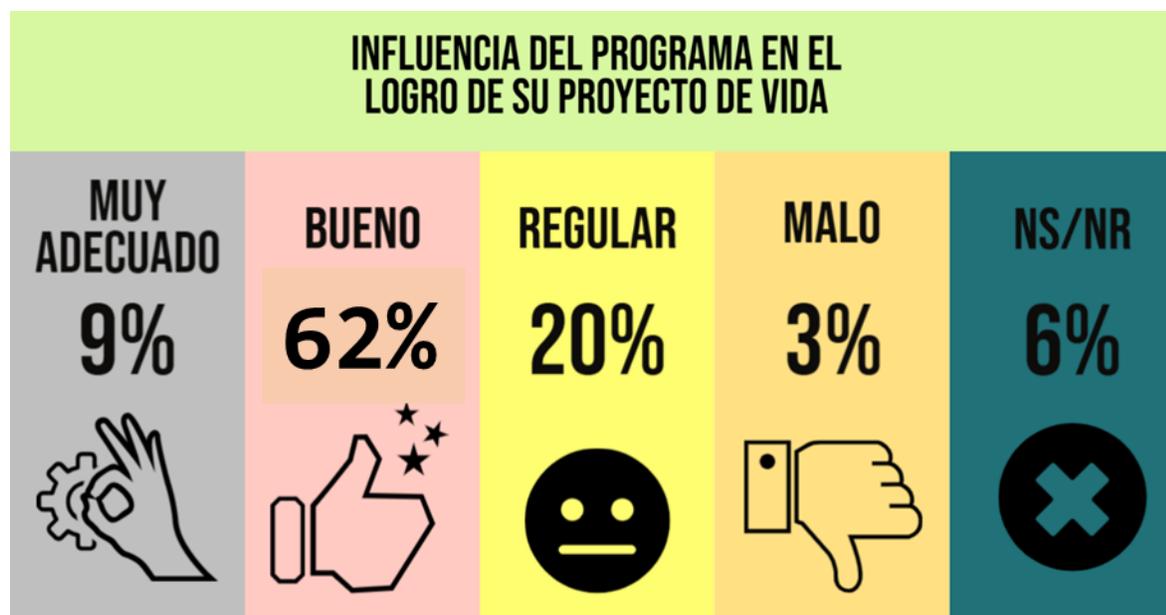
La CALIDAD de la formación recibida en el programa es:	Cantidad	Porcentual
Es adecuada y aplicable en el mundo laboral, de igual forma contiene variedad de conocimientos	20	29
Es necesario enfatizar y mejorar algunas partes (prácticas, temáticas específicas, parte empresarial)	14	20
Dependía bastante del empeño, metodologías y enseñanzas del docente	12	17
Es importante exigir dominar otro idioma (inglés)	2	3
Depende de cuánto provecho el estudiante saque de la formación que ofrece la universidad y el programa	2	3
NS/NR	20	29
Total	70	100

Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la opción abierta “¿POR QUÉ? En esta pregunta.

Figura 81

Influencia del programa en el logro de su proyecto de vida



De acuerdo con los resultados, la mayoría (tres de cada cinco) de los egresados señala que la influencia del programa en el logro de su proyecto de vida ha sido buena; califican como regular la quinta parte. Como muy adecuada uno de cada diez; 3% opina que es malo y el 6% de los egresados optaron por la opción Ns/Nr. Los estudiantes No graduados corresponden al 11% que considera buena la influencia en el logro de su proyecto de vida; los egresados graduados representan el 51%.

El programa ha influido positivamente en el logro del proyecto de vida de los egresados del programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño.

Tabla 28

Influencia del programa en el logro de su proyecto de vida (Justificación de la pregunta)

Influencia del programa en el logro de su proyecto de vida	Cantidad	Porcentual
El programa influye e impacta bastante para crecer empresarial, profesional y personalmente	37	53
No ha apoyado para la realización del proyecto de vida	7	10
El título profesional ha sido importante para progresar en el proyecto de vida	5	7
Siento satisfacción por lo brindado en el programa	2	3
NS/NR	19	27
Total	70	100

Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la opción abierta “¿Por qué?” En esta pregunta.

Figura 82

Acompañamiento en aspectos ADMINISTRATIVOS



La mayor parte de los egresados del programa de Comercio Internacional no saben o no dan respuesta sobre el acompañamiento que realiza el programa en el ámbito Administrativos que ofrece el programa (50%). En menor porcentaje el 33% respondió No y el 17% afirma conocer el apoyo administrativo brindado Algunas de las razones se expresan a continuación:

Tabla 29

Acompañamiento en aspectos ADMINISTRATIVOS (Justificación de la pregunta)

El programa le ha brindado acompañamiento en aspectos ADMINISTRATIVOS	Cantidad	Porcentual
No tengo conocimiento o no he recibido este apoyo	22	31
Siempre han estado prestos en brindar apoyo y acompañamiento en aspectos administrativos	11	16
No sé a qué aspectos administrativos hagan referencia	6	9
No han tenido ningún tipo de contacto y esta encuesta seria como un primer acercamiento	5	7
Hasta el momento no ha sido necesario el acompañamiento	2	3
Los tramites suelen ser tardíos	1	1
NS/NR	23	33
Total	70	100

Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la opción abierta “¿Por qué?” En esta pregunta

Figura 83

Acompañamiento en aspectos ACADEMICOS



La mayor parte de los egresados del programa de Comercio Internacional sienten que el programa no les ha brindado acompañamiento en aspectos Académicos (44%); así mismo, el 37% de los egresados no saben o no dan respuesta sobre el acompañamiento que realiza el programa en el ámbito Académico que ofrece el programa. En menor porcentaje el 19% afirma conocer el apoyo en el área Académica brindado por el programa.

Tabla 30

Acompañamiento en aspectos ACADÉMICOS (Justificación de la pregunta)

El programa le ha brindado acompañamiento en aspectos ACADÉMICOS	Cantidad	Porcentual
No tengo conocimiento y/o no he recibido este tipo de acompañamiento	21	30
En algunos casos el programa ha prestado apoyo ante cualquier inquietud	13	19
Después de egresar se pierde comunicación, por ende, es necesario implementar acercamientos	7	10
No he buscado o solicitado este tipo de ayuda	7	10
En relación con desarrollar el proyecto de grado, siempre hay muy buena atención en el programa.	1	1
NS/NR	21	30
Total	70	100

Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la opción abierta “¿Cuál?” En esta pregunta.

Figura 84

Acompañamiento en aspectos como LA BOLSA DE EMPLEO



La mayor parte de los egresados del programa de Comercio Internacional (tres de cada cuatro) no han recibido acompañamiento en aspectos como la bolsa de empleo, mientras que uno de cada cuatro de los egresados no sabe o conocen sobre este tipo de apoyo brindado por el programa.

Tabla 31

Acompañamiento en aspectos como LA BOLSA DE EMPLEO (Justificación de la pregunta)

El programa le ha brindado acompañamiento en aspectos como LA BOLSA DE EMPLEO	Cantidad	Porcentual
Nunca he recibido apoyo por parte del programa en este aspecto	34	49
Desconozco sobre una bolsa de empleo del programa	10	14
No existe un lugar donde se brinde ese tipo de ayudas	4	6
Cada estudiante debería por cuenta propia buscar su empleo	3	4
NS/NR	19	27
Total	70	100

Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la opción abierta “¿Cuál?” En esta pregunta.

Figura 85

Conocimiento de la existencia de una asociación de egresados del programa, legalmente constituida



La mayoría, es decir, cuatro de cada cinco (83%) de los egresados manifestaron no conocer sobre la existencia de una asociación de egresados legalmente constituida, uno de cada cinco (17%) de los egresados desconoce que el programa tenga este tipo de asociaciones.

Los egresados no graduados que No conocen sobre la existencia de una asociación de egresados legalmente constituida representan el 18,6% y los graduados representan el 64,4%.

Tabla 32

Conocimiento de la existencia de una asociación de egresados del programa, legalmente constituida (justificación de la pregunta)

Conocimiento de la existencia de una asociación de egresados del programa, legalmente constituida	Cantidad	Porcentual
He escuchado hablar algo al respecto, pero ignoro si está legalmente constituida.	1	1
No tengo conocimiento de la existencia de este tipo de asociaciones	50	71
NS/NR	19	27
Total	70	100

Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la opción abierta “¿Cuál?” En esta pregunta.

Figura 86

Forma parte de alguna asociación de egresados



La mayoría de los egresados (90%) del programa de Comercio Internacional NO forma parte de alguna asociación de egresados; 10% no posee conocimiento sobre la existencia de alguno. Estas son algunas de las razones:

Tabla 33

Forma parte de alguna asociación de egresados (Justificación de la pregunta)

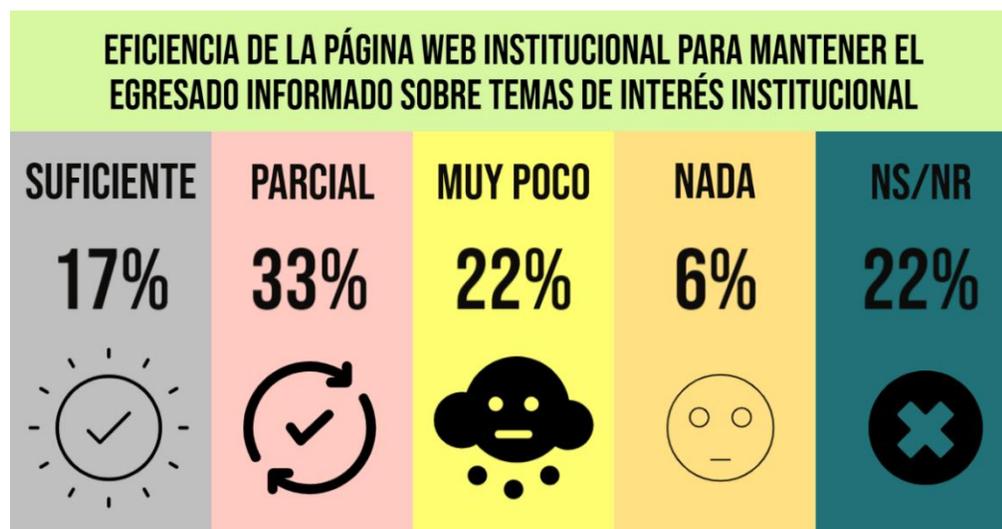
Forma parte de alguna asociación de egresados	Cantidad	Porcentual
No pertenezco, ni conozco alguna asociación de egresados	49	70
No me he enfocado en ello	2	3
No, pero me gustaría.	1	1
NS/NR	18	26
Total	70	100

Fuente: Esta Investigación 2020

Nota. Respuesta a la opción abierta “¿Cuál?” En esta pregunta.

Figura 87

Eficiencia de la página web institucional para mantener al egresado informado sobre temas de interés institucional



Los egresados consideran que la página web institucional para mantener informada a la población universitaria es eficiente de manera parcial para la tercera parte (33%) de ellos; Muy Poco eficiente, Ns/Nr y suficiente para uno de cinco (22%) respectivamente y el último (17%), mientras que el 6% la califica como nada eficiente.

Tabla 34*Eficiencia de la página web (Justificación de la pregunta)*

Justificación de la eficiencia de la página web	Cantidad	Porcentual
Desconocimiento o poco usa de la página web	36	51
Es una buena página con información actualizada y de gran utilidad	11	16
Falta de información y/o aparatado específico para egresados	9	13
Debería actualizarse y tener información más específica	8	11
Visitas de poca frecuencia, para observar algo información	6	9
Total	70	100

Fuente: Esta investigación 2020

Nota. Respuesta a la opción abierta “¿Por qué?” En esta pregunta.



El egresado del programa de Comercio Internacional eligió esta institución por su prestigio, buscando posibilidades de desarrollo personal y/o profesional, sin embargo, en el mercado laboral el grado de correspondencia entre su ocupación y ubicación profesional con el perfil de formación recibido es medio.

Su valoración sobre el contenido de estudio y los conocimientos aprendidos es buena, así mismo su nivel de satisfacción con los contenidos del programa que estudió y el idioma inglés es satisfactoria, sin embargo, sugiere ampliar el plan de estudio.

Sobre la actividad académica y el desempeño institucional el egresado considera que es bueno, sin dejar de lado que su opinión sobre la bolsa de empleo es mala.

9.6 Matriz de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas (DOFA)

Tabla 35

Matriz Dofa del programa de Comercio Internacional

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Formación de profesionales éticos y comprometidos • Las instalaciones físicas • Profesores altamente capacitados • Talento humano • Materias administrativas • Gestión de los directores y profesores tiempo completo • Excelente conocimiento teórico • Estudiantes con los mejores puntajes ICFES • Enfoques logísticos legales y financieros • Su condición de universidad pública garantiza un nivel de exigencia y de preparación más alta en sus estudiantes • Convenios con universidades 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de conocimientos prácticos • Falta de enfoque en el idioma inglés al Comercio Internacional. • Poca aplicación práctica en el plan de estudio • Desactualización en materias • Poco interés y asesoramiento en la práctica profesional • Carencia de docentes especializados en importación y exportación • Docentes con poco dinamismo en las áreas • Mucha teoría poca práctica • Baja participación en la región en el sector empresarial e industrial correspondiente al campo internacional • Plan de estudio rígido • Falta de contenidos en

<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento de la institución 	<p>responsabilidad social, empresarial y ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de alianzas para ayudar a los egresados a vincularse en el mercado regional y nacional
<p>OPORTUNIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento regional e institucional • Desarrollo de la academia cerca de la frontera del país • Globalización • Reconocimiento de la ética profesional del estudiante • Cercanía a empresas y agencias aduaneras • Aplicación de conocimientos en emprendimientos nariñenses • Pasantías en empresas internacionales • Crecimiento empresarial en la región • La era digital • Auge de la carrera 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia institucional • Desactualización del pensum académico • Limitada oferta de posgrados • Docentes que frenan el impulso a aprender • Poco mercado laboral en el departamento • Mala elección del profesorado • Economía local poco enfocada en el comercio internacional • Profesionales con mayor experiencia internacional y bagaje multicultural global • Baja profundidad en materias • Docentes con poca experiencia en

	<p>el campo laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evolución constante de teorías y métodos • No tener tarjeta profesional • Nuevas metodologías de educación a distancia • Bajo manejo de idiomas • Pocas vacantes y apertura dentro de la región • Poca importancia dada por parte de las empresas a esta área • Poco avance del departamento de Nariño en el área
--	---

Nota. Los componentes de la matriz DOFA son resultado de las respuestas a las preguntas abiertas de los egresados en la encuesta aplicada.

Tabla 36*Factores Internos del Programa Comercio Internacional*

FACTORES INTERNOS DEL PROGRAMA					
FORTALEZAS (+)		Peso	DEBILIDADES (-)		Peso
1	Programa que contempla la interdisciplinariedad en los contenidos académicos.	0.28	1	Currículo (pensum) desactualizado con respecto a la enseñanza en las nuevas herramientas tecnológicas (software y hardware) y el entorno laboral.	0.26
2	Énfasis en fundamentos teóricos y enfoque gerencial.	0.27	2	Falta de profesores especializados en temas propios del Comercio Internacional y en conocimientos específicos actuales, además, poca experiencia de los docentes en la parte práctica de las temáticas, ofreciendo así solo conocimiento teórico y desactualizado.	0.18
3	El prestigio de la institución e instalaciones físicas.	0.17	3	Nula enseñanza en el idioma inglés relacionado a las temáticas del programa.	0.16
4	Egresados con visión empresarial y de emprendimiento.	0.10	4	El programa posee baja participación en la región en el sector empresarial e industrial correspondiente al campo internacional.	0.15
5	Docentes con amplios conocimientos teóricos y altamente capacitados en el área de Comercio Internacional.	0.09	5	Deficiencia en las prácticas profesionales (los estudiantes deben buscar empresas a la deriva) por la ausencia de compañías que manejen temas relacionados al Comercio Internacional.	0.10
6	Compromiso de los directivos con el programa.	0.06	6	Poca práctica e investigación.	0.06
7	Proyección de la carrera internacionalmente.	0.03	7	Pocas alianzas internacionales.	0.05

			8	Poco énfasis crítico y análisis de economía internacional.	0.04
Total		1.00	Total		1.00

Tabla 37*Factores Externos del Programa Comercio Internacional*

FACTORES EXTERNOS AL PROGRAMA				
OPORTUNIDADES (+)		Peso	AMENAZAS (-)	Peso
1	Economía regional, nacional e internacional en crecimiento (Globalización).	0.27	1 Otras universidades o instituciones de la región ofrecen una formación basada en la práctica, con posibilidades de obtener diferentes títulos, con un bajo contenido académico y comunicando muy bien sus diferenciales.	0.56
2	Oportunidades laborales dentro y fuera del país, además de la consolidación de un negocio propio.	0.22	2 Profesionales con mayor experiencia internacional y bagaje multicultural global, además, del manejo de idiomas.	0.27
3	Alianzas con empresas para fortalecer conocimiento práctico.	0.16	3 La perspectiva laboral es escasa en la región en razón a que las empresas no visionan entornos internacionales.	0.17
4	Frontera Colombo – ecuatoriana, proyección a nivel global	0.13		
5	Las tecnologías de la información y comunicación (Digitalización)	0.10		
6	Reconocimiento de la ética profesional del egresado	0.06		
7	Auge de la carrera y bajos costos en la admisión.	0.06		
Total		1.00	Total	1.00

Tabla 38*Estrategias FO, DO, FA, DA.*

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>F1. Programa que contempla la interdisciplinariedad en los contenidos académicos.</p> <p>F2. Énfasis en fundamentos teóricos y enfoque gerencial.</p> <p>F3. El prestigio de la institución e instalaciones físicas.</p> <p>F4. Egresados con visión empresarial y de emprendimiento.</p>	<p>D1. Currículo (pensum) desactualizado con respecto a la enseñanza en las nuevas herramientas tecnológicas y el entorno laboral.</p> <p>D2 Falta de profesores especializados en temas propios del Comercio Internacional y en conocimientos específicos actuales</p> <p>D3. Nula enseñanza del idioma inglés relacionado a las temáticas del programa.</p> <p>D4. Deficiencia en las</p>

		prácticas profesionales D5. Página web del programa
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1. Globalización</p> <p>O2. Frontera Colombo - ecuatoriana</p> <p>O3. Alianzas con empresas para fortalecer conocimiento práctico</p> <p>O4. Digitalización</p> <p>O5. Reconocimiento de la ética profesional del egresado</p>	<p>ESTRATEGIAS FO:</p> <p>FF103 <i>Trabajo en equipo</i></p> <p>F405 <i>Apoyo emprender</i></p> <p>F203 <i>Teoría práctica</i></p>	<p>ESTRATEGIAS DO:</p> <p>O1D1 <i>Apoyo mutuo (egresado – docente)</i></p> <p>O1D2 <i>Practicidad docente</i></p> <p>O1D3 <i>Inglés práctico</i></p> <p>O2D4 <i>Frontera</i></p> <p>O3D4 <i>Fortaleciendo la región</i></p>

AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA:	ESTRATEGIAS DA:
A1. Competencia universitaria A2. La perspectiva laboral es escasa en la región.	F1A1 <i>Valor agregado</i>	A2D4 <i>Escuelas de experiencia</i>

Tabla 39*Explicación estrategias matriz DOFA*

ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS FO
<p>O1D1 <i>Apoyo mutuo (egresado – docente)</i>. Fortalecer los contenidos académicos impartidos por los docentes del programa, teniendo en cuenta, la experiencia de egresados que han tenido la posibilidad de trabajar en el exterior y de manejar en la práctica temas propios del Comercio Internacional. Así mismo, buscar docentes con mucha experiencia en su campo.</p> <p>O1D2 <i>Practicidad docente</i>. Fortalecer los contenidos académicos con profesionales que tengan un alto bagaje en roles que se relacionan con el contenido de las materias. Buscar en los concursos de tiempo completo y hora catedra personas con mucha experiencia en su campo.</p> <p>O1D3 <i>Inglés práctico</i>. Contactar a los egresados que han tenido</p>	<p>F1O3 <i>Trabajo en equipo</i>. Utilizar la capacidad del egresado para desempeñar diferentes cargos en razón a la interdisciplinariedad recibida para el apoyo en empresas aliadas al programa de Comercio Internacional de la Universidad de Nariño y así obtener experiencia dentro de las mismas.</p> <p>F4O5 <i>Apoyo emprender</i>. Muchos de los egresados del programa poseen muy buenas ideas de negocio y emprendimientos, por tanto, apoyados en el conocimiento teórico y práctico de los docentes dirigir estas propuestas con menor margen de error y mayor probabilidad de éxito.</p> <p>F2O3 <i>Teoría práctica</i>. Orientar el énfasis teórico y gerencial que recibe el egresado para fortalecer los procesos técnicos de</p>

<p>la oportunidad de laboral en el extranjero para enfocar el aprendizaje del idioma ingles en conceptos propios del Comercio Internacional.</p> <p>O2D4 <i>Frontera.</i> Realizar alianzas concretas con la frontera Colombo – ecuatoriana para que los egresados conozcan más a fondo los procesos que se manejan.</p> <p>O3D4 <i>Fortaleciendo la región.</i> Usar las alianzas ya existentes entre las empresas regionales y el programa de Comercio Internacional para procesos prácticos del estudiante y asesoramiento de las empresas.</p>	<p>las empresas regionales con las que el programa tiene alianza y como argumento para gestionar nuevas alianzas y tener mayor campo de acción.</p>
<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DA</p> <p>A2D4 <i>Escuelas de experiencia.</i> Fortalecer los vínculos con las empresas de la región, fundando escuelas de formación práctica con los empresarios. Los estudiantes tendrán la posibilidad de ingresar a las empresas a conocer la realidad de estas y realizar</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FA</p> <p>F1A1 <i>Valor agregado.</i> Potencializar la interdisciplinaridad en la formación recibida para que este aspecto se convierta en un factor diferenciador con respecto a otras instituciones de educación Superior.</p>

sus trabajos académicos bajo el sustento del contexto del mercado.	F2A1 <i>Formación 50/50</i> . Contenido teórico actualizado en el contexto latinoamericano combinado con experiencia profesional sustentada en el trabajo con las empresas.
--	--

Tabla 40*Programa de Fortalecimiento de Debilidades*

PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE DEBILIDADES	
D1	Generar un proceso de análisis sobre el currículo (pensum) universitario en periodos determinados, apoyar los cambios en la opinión de los estudiantes y egresados a través de encuestas cortas que den luz sobre la relevancia de los cambios.
D2	Programas de capacitación por parte de la Institución de Educación superior hacia sus docentes, este proceso debe ir acompañado de reconocimientos para aquellos docentes que se interesen por actualizarse en los temas actuales del Comercio Internacional.
D3	La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas debe pensar en una independización del centro de idiomas de las Institución y trabajar en un centro de idiomas propio de la facultad, enfocado en vocabulario, conceptos y teoría propios del Comercio Internacional. Esto podría ser para el Programa un valor agregado o diferenciador en el entorno.
D4	Desde el semestre uno del estudiante se debe aprovechar las alianzas con empresas de la Región, este proceso puede convertirse en una herramienta valiosa para el estudiante en su Práctica Profesional.
D5	Dar a la página Web Institucional la importancia que merece.

Tabla 41*Programa de Fortalecimiento de Debilidades*

PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE AMENAZAS	
A1	Identificar puntos que se conviertan para el programa en aspectos de Valor Agregado. La actualización constante de las temáticas del programa y el enfoque en la realidad del mercado laboral son diferenciadores importantes, así como la aplicación de idiomas extranjeros.
A2	Fortalecer las alianzas estratégicas con las empresas de la región para que en trabajo conjunto entre estudiante y docente haya un impacto significativo en las empresas al paso de los estudiantes por ellas, esto realiza indirectamente un proceso de concientización en la economía local sobre la importancia de la aplicación del Comercio Internacional.

9.7 Pertinencia del Programa Comercio Internacional

Para identificar la pertinencia del programa de Comercio Internacional se medirá el éxito de los egresados en el campo profesional, esto a través de las preguntas:

- ✓ ¿Existe relación entre su actividad laboral y Comercio Internacional?
- ✓ ¿Cuál es la Principal actividad de su perfil profesional?
- ✓ ¿Ha recibido algún tipo de reconocimiento por su desempeño profesional?
- ✓ ¿Forma parte de alguna comunidad reconocida a nivel nacional o internacional en el ámbito ACADÉMICO?
- ✓ ¿Forma parte de alguna comunidad reconocida a nivel nacional o internacional en el ámbito CIENTÍFICO?
- ✓ ¿Forma parte de alguna comunidad reconocida a nivel nacional o internacional en el ámbito PROFESIONAL?
- ✓ ¿Ha participado en la promoción, desarrollo o gestión de proyectos?
- ✓ ¿Ha realizado alguna producción académica?
- ✓ Califique el grado de correspondencia entre su OCUPACIÓN (entendiendo esta como el grupo de funciones o labores que realiza dentro de la organización) y el perfil de formación dado por el programa.
- ✓ Califique el grado de correspondencia entre su UBICACIÓN PROFESIONAL (entendiendo esta como la posición jerárquica que posee dentro de la compañía) y el perfil de formación dado por el programa.

Con base a las respuestas obtenidas a estas preguntas que muestran la experiencia de los egresados en el ámbito laboral encontramos que el programa de Comercio internacional se encuentra en un grado de pertenencia MEDIO/BAJO, esto dado que sus egresados aunque poseen

cargos que son afines al perfil de formación recibido aún no logran tener un impacto significativo dentro de las organizaciones, no se ha logrado obtener reconocimientos por su desempeño profesional y son inactivos en comunidades nacionales e internacionales de tipo académico, científico o profesionales. Además, el egresado de mencionado programa de Comercio Internacional no participa en la promoción, desarrollo o gestión de proyectos y así mismo no ha logrado tener participación en producciones académicas, la correspondencia con el grupo de funciones o labores que realiza dentro de la organización y el perfil profesional dado por el programa es de tipo MEDIO, lo que en palabras de los mismos encuestados se debe a que las funciones realizadas no corresponden al área de capacitación recibida, la ubicación profesional dentro de la organización también es de tipo MEDIO ya que el cargo manejado tiene solo algunos conceptos relacionados con el perfil profesional dado por el programa.

De estos resultados podemos concluir que el programa de Comercio Internacional hasta el momento educa profesionales que suplen las necesidades básicas de la empresa pero que aún no son capaces de asumir retos, innovar o destacar en algún ámbito propio de la organización, esto puede deberse a la poca experiencia que los egresados poseen al salir de la academia y la poca iniciativa del mismo estudiante a investigar, indagar, consultar y proponer, se podría decir que el nivel de pertenencia por parte del estudiante es BAJO y esto puede implicar también un BAJO nivel de incentivos por parte del programa para que el alumno se motive y tome aprecio hacia su foco de estudio.

9.8 Propuestas de Egresados para Realizar un Programa de Seguimiento a Egresados del Programa de Comercio Internacional.

Como egresado, usted ¿Qué recomienda para que el programa de Comercio Internacional mantenga contacto con sus egresados?

- ✓ Manejo de algún directorio, reuniones entre egresados y la universidad e interacción de experiencias entre egresados y estudiantes.
- ✓ Que cada vez que haya oferta de especializaciones, maestrías o algún otro tipo de estudios de post grado haya notificaciones a los correos de los egresados.
- ✓ Tener una base de datos de correos electrónicos para mantener informado al egresado.
- ✓ Realizar encuentros anuales con egresados y docentes y así fomentar la creación de grupos y programas de posgrado que respondan a las necesidades de la región y el país y así con información actualizada realizar la creación de una asociación funcional de egresados, también, tener en cuenta a los egresados y su experiencia en el campo laboral para implementar mejoras en los planes de estudios de los programas académicos que faciliten los procesos de inserción laboral.
- ✓ Una página web del Departamento donde se suba toda la información, tal y como lo tienen otros programas.
- ✓ El programa debe contar con una plataforma digital para que el estudiante de manera constante esté en contacto frecuente con el programa, se le debe ofrecer, por ejemplo, hacerle llegar oportunidades de empleo, asesorías personalizadas para que pueda desempeñarse mejor en su cargo, oportunidades de asociarse entre egresados o externos, mantenerlos

actualizados en temas críticos, por ejemplo, decretos que regulen el comercio. (noticias, foros, conferencias, cursos, etc.)

✓ Un departamento de comunicaciones para el programa o bien para la facultad, en el que se establezcan planes de acción y cumplimiento de esos objetivos referentes al contacto con los egresados.

✓ Envío de correspondencia por correo, incurrir más en medios de difusión (como redes sociales) y apoyar a los egresados en la búsqueda de empleo.

✓ Encuestas a través de redes sociales, que sean más constantes para que puedan ser más cortas.

✓ Fan page en Facebook con un trabajo serio por parte de la universidad donde quienes conformen este grupo sean verdaderamente egresados y a través de este medio realizar encuestas, publicar información relevante para los egresados, noticias y en especial la parte de actualización de toda la parte jurídica y de aduanas que se encuentra en mucho movimiento en el ámbito

✓ página web, las bases de datos ya son obsoletas. un medio donde se encuentre directamente con el egresado o CRM que mantenga en contacto con todos los egresados, en donde se pueda actualizar información en tiempo real y brindar información de interés.

✓ Hacer feria de egresados con los que estén estudiando actualmente el programa, motivar a los alumnos académicamente para que busquen, localicen, llamen y motiven a los egresados a participar de esta clase de eventos.

9.9 Base de datos

La universidad cuenta con una base de datos para cada una de las cohortes de los egresados del programa de Comercio Internacional, el problema radica en que esta información esta desactualizada, esto frena y entorpece el seguimiento y estudio de los egresados, para evitar este tipo de situaciones se presenta la implementación de un tipo de SOFTWARE A LA MEDIDA, este sistema hará que la Universidad cuente con información actualizada de los egresados y facilitará la información de los egresados a tiempo real.

A continuación, se presenta un ejemplo de diseño para este programa:

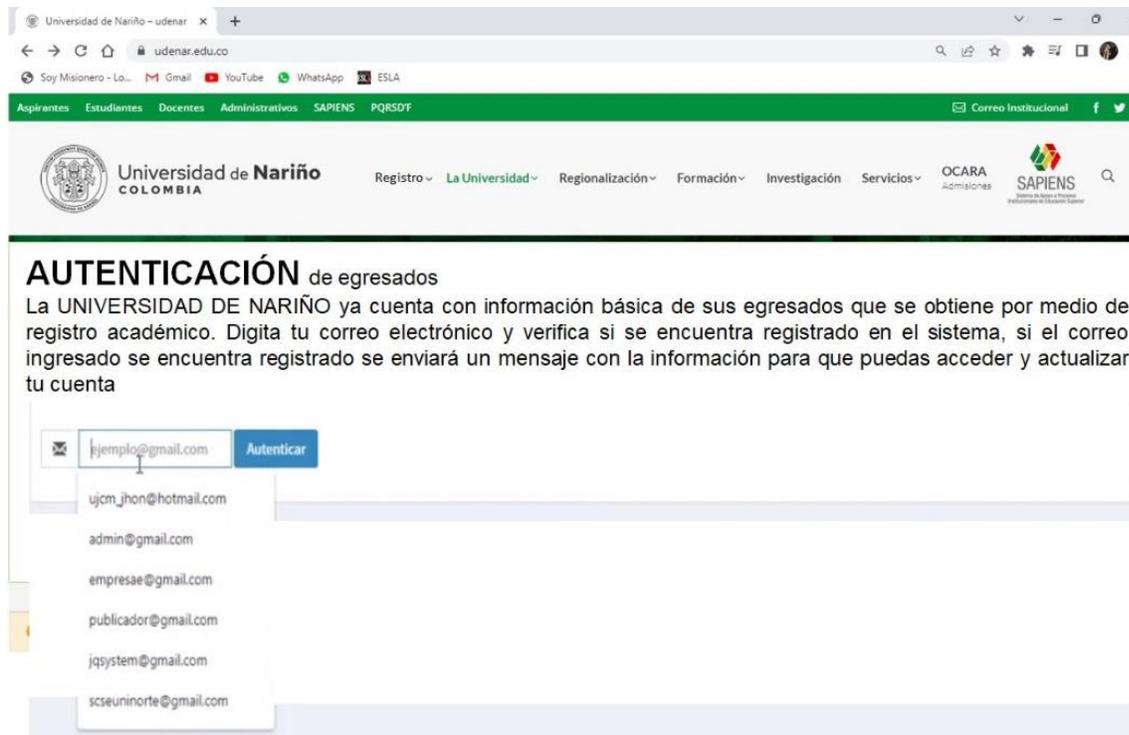
Figura 88

Software a la Medida

1. Desde la página web de la Universidad de Nariño, el estudiante deberá registrarse como egresado del programa de Comercio Internacional.



2. Procederá a diligenciar su correo electrónico para ser aprobado por el funcionario del software.



Universidad de Nariño – udenar x +

udenar.edu.co

Soy Misionero - Lo... Gmail YouTube WhatsApp ESLA

Aspirantes Estudiantes Docentes Administrativos SAPIENS PQRSDF Correo Institucional f t

Universidad de Nariño COLOMBIA Registro La Universidad Regionalización Formación Investigación Servicios OCARA Admisiones SAPIENS Sistema de Apoyo a la Proceso Institucional de Educación Superior

AUTENTICACIÓN de egresados

La UNIVERSIDAD DE NARIÑO ya cuenta con información básica de sus egresados que se obtiene por medio de registro académico. Digita tu correo electrónico y verifica si se encuentra registrado en el sistema, si el correo ingresado se encuentra registrado se enviará un mensaje con la información para que puedas acceder y actualizar tu cuenta

Autenticar

- ujcm_jhon@hotmail.com
- admin@gmail.com
- empresae@gmail.com
- publicador@gmail.com
- jqsystem@gmail.com
- scseunorte@gmail.com



Universidad de Nariño – udenar x +

udenar.edu.co

Soy Misionero - Lo... Gmail YouTube WhatsApp ESLA

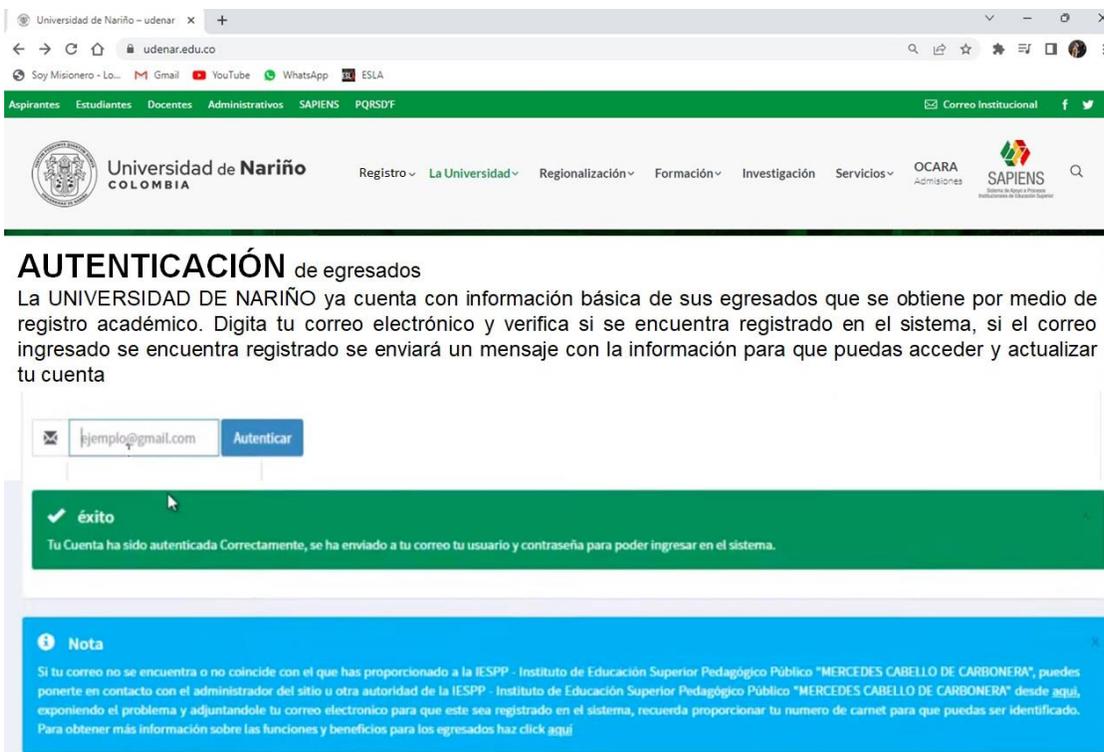
Aspirantes Estudiantes Docentes Administrativos SAPIENS PQRSDF Correo Institucional f t

Universidad de Nariño COLOMBIA Registro La Universidad Regionalización Formación Investigación Servicios OCARA Admisiones SAPIENS Sistema de Apoyo a la Proceso Institucional de Educación Superior

AUTENTICACIÓN de egresados

La UNIVERSIDAD DE NARIÑO ya cuenta con información básica de sus egresados que se obtiene por medio de registro académico. Digita tu correo electrónico y verifica si se encuentra registrado en el sistema, si el correo ingresado se encuentra registrado se enviará un mensaje con la información para que puedas acceder y actualizar tu cuenta

Autenticar



Universidad de Nariño – udenar x +
 udemar.edu.co
 Soy Misionero - Lo... Gmail YouTube WhatsApp ESLA
 Aspirantes Estudiantes Docentes Administrativos SAPIENS PQRSDF Correo Institucional f t

Universidad de Nariño COLOMBIA Registro La Universidad Regionalización Formación Investigación Servicios OCARA Admisiones SAPIENS

AUTENTICACIÓN de egresados

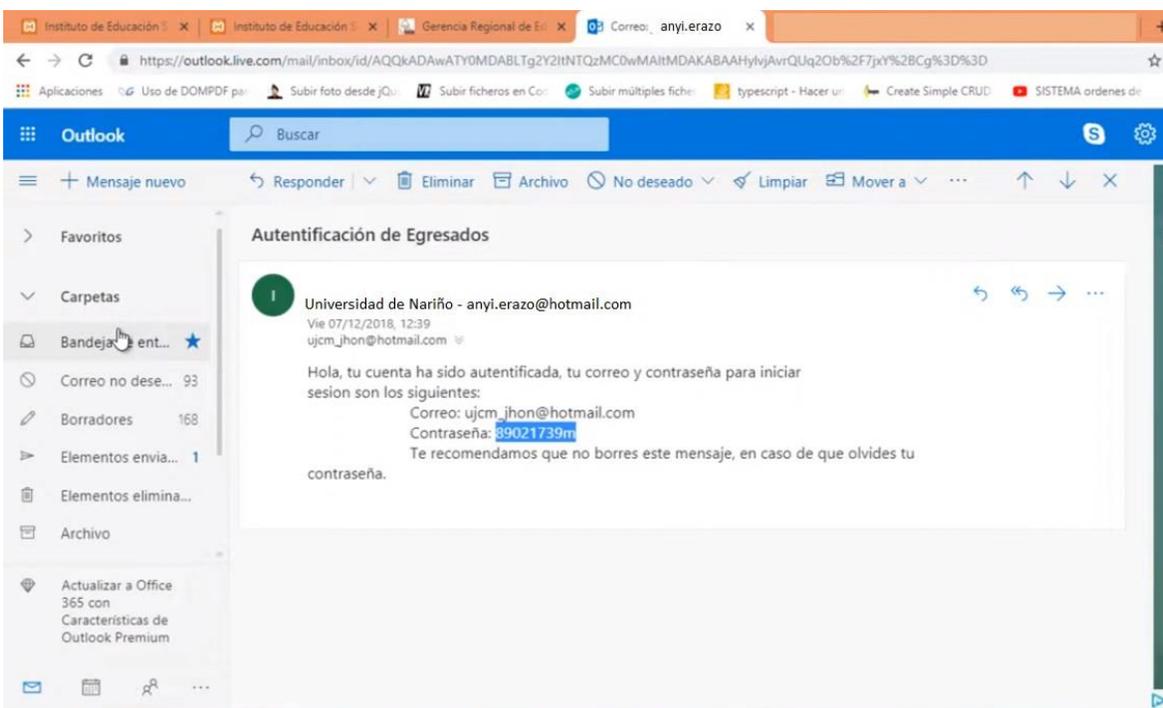
La UNIVERSIDAD DE NARIÑO ya cuenta con información básica de sus egresados que se obtiene por medio de registro académico. Digita tu correo electrónico y verifica si se encuentra registrado en el sistema, si el correo ingresado se encuentra registrado se enviará un mensaje con la información para que puedas acceder y actualizar tu cuenta

✉ ejemplo@gmail.com Autenticar

✓ éxito
 Tu Cuenta ha sido autenticada Correctamente, se ha enviado a tu correo tu usuario y contraseña para poder ingresar en el sistema.

Nota
 Si tu correo no se encuentra o no coincide con el que has proporcionado a la IESPP - Instituto de Educación Superior Pedagógico Público "MERCEDES CABELLO DE CARBONERA", puedes ponerte en contacto con el administrador del sitio u otra autoridad de la IESPP - Instituto de Educación Superior Pedagógico Público "MERCEDES CABELLO DE CARBONERA" desde aquí, exponiendo el problema y adjuntándole tu correo electrónico para que este sea registrado en el sistema, recuerda proporcionar tu número de carnet para que puedas ser identificado. Para obtener más información sobre las funciones y beneficios para los egresados haz click [aquí](#)

3. El egresado recibirá un correo electrónico de confirmación donde recibirá usuario y contraseña para poder acceder a su perfil como egresado y diligenciar la información.



Instituto de Educación x Instituto de Educación x Gerencia Regional de E... Correo: anyi.erazo x +
 https://outlook.live.com/mail/inbox/fid/AQqkADAwATY0MDABLg2Y2hNTQzMCdwMAItMDAKABAHHyIvAvrQUq2Ob%2F7jxY%2BCg%3D%3D
 Aplicaciones Uso de DOMPDF pa... Subir foto desde JQ... Subir ficheros en Co... Subir múltiples fich... typescript - Hacer un... Create Simple CRUD SISTEMA ordenes di

Outlook Buscar

Mensaje nuevo Responder Eliminar Archivo No deseado Limpiar Mover a

Favoritos

Carpetas

Bandeja de ent... ★

Correo no dese... 93

Borradores 168

Elementos envia... 1

Elementos elimina...

Archivo

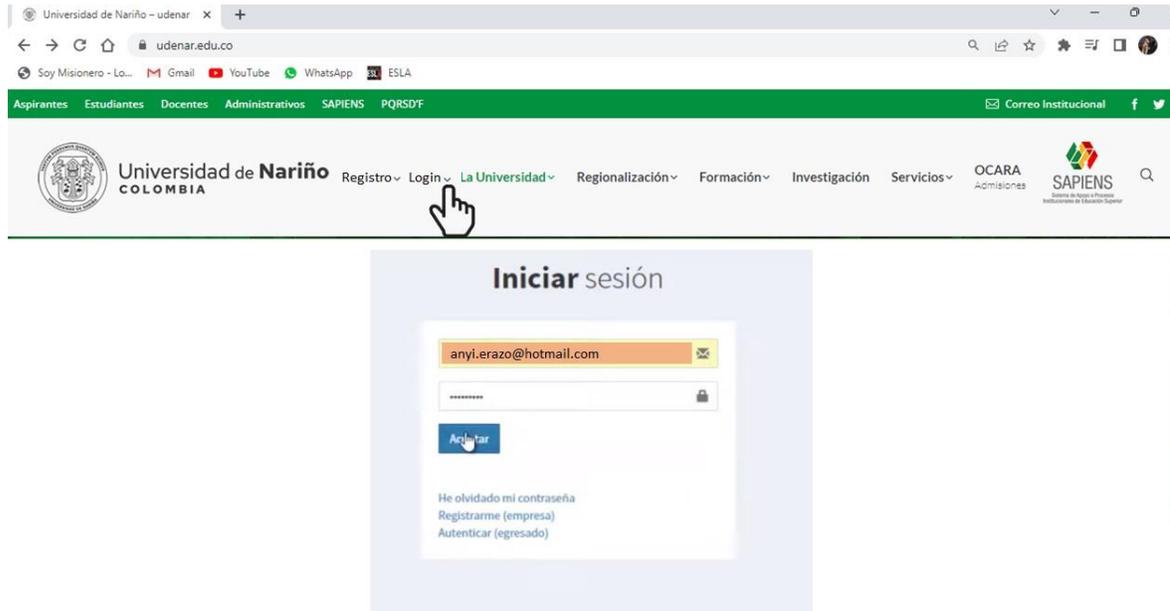
Actualizar a Office 365 con Características de Outlook Premium

Autenticación de Egresados

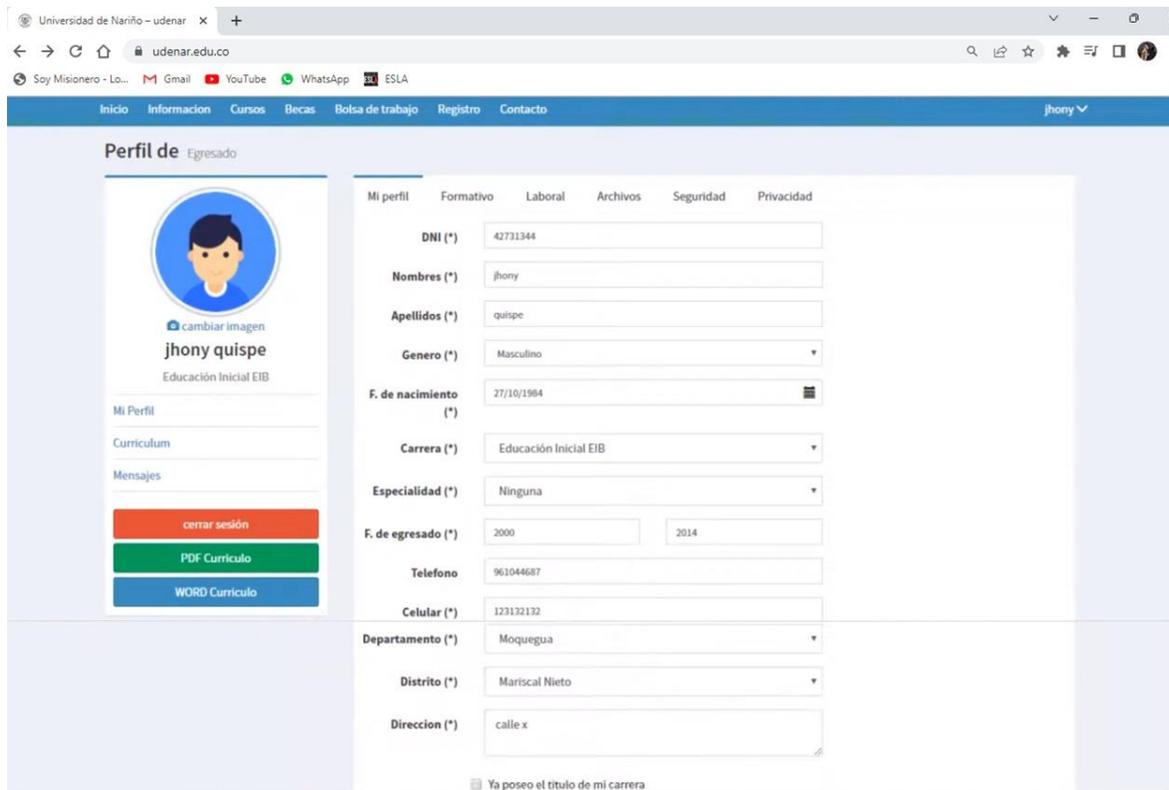
Universidad de Nariño - anyi.erazo@hotmail.com
 Vie 07/12/2018, 12:39
 ujcm_jhon@hotmail.com

Hola, tu cuenta ha sido autenticada, tu correo y contraseña para iniciar sesión son los siguientes:
 Correo: ujcm_jhon@hotmail.com
 Contraseña: 89021739m
 Te recomendamos que no borres este mensaje, en caso de que olvides tu contraseña.

4. Con usuario y contraseña el egresado podrá iniciar sesión y entrar a su perfil.



5. Una vez dentro del sistema el egresado procederá a llenar y actualizar la información pedida por el software iniciando por MI PERFIL (datos personales)



6. procederá a diligenciar el campo “formativo” y guardar los cambios.

The screenshot shows the 'Formativo' tab of the 'Perfil de Egresado' form. The user's name is 'jhony quispe' and their institution is 'Educación Inicial EIB'. The form includes the following fields:

- SE ENCUENTRA SATISFECHO CON LA FORMACION RECIBIDA?**: A dropdown menu with the value 'Muy Satisfecho'.
- MENCIONE SUS 3 ULTIMOS CERTIFICADOS DE CAPACITACION**: A table with columns for 'Nombre del Certificado', 'Institución', and 'Año'. The first row contains 'certif 1', 'init 1', and '2018'.
- ESTUDIÉ BACHILLERATO**: A checkbox that is checked.
- QUE FRECUENCIA DE VINCULACION TIENE USTED CON EL IESP**: A dropdown menu with the value 'Esporadicamente'.
- CUALES SON SUS EXPECTATIVAS PROFESIONALES**: A text input field containing 'okokO'.
- QUE ME GUSTARIA HACER PARA FORTALECER Y POTENCIAR MI INSTITUCION DE EGRESO**: A dropdown menu with the value 'Seleccione'.

A 'guardar cambios' button is located at the bottom of the form.

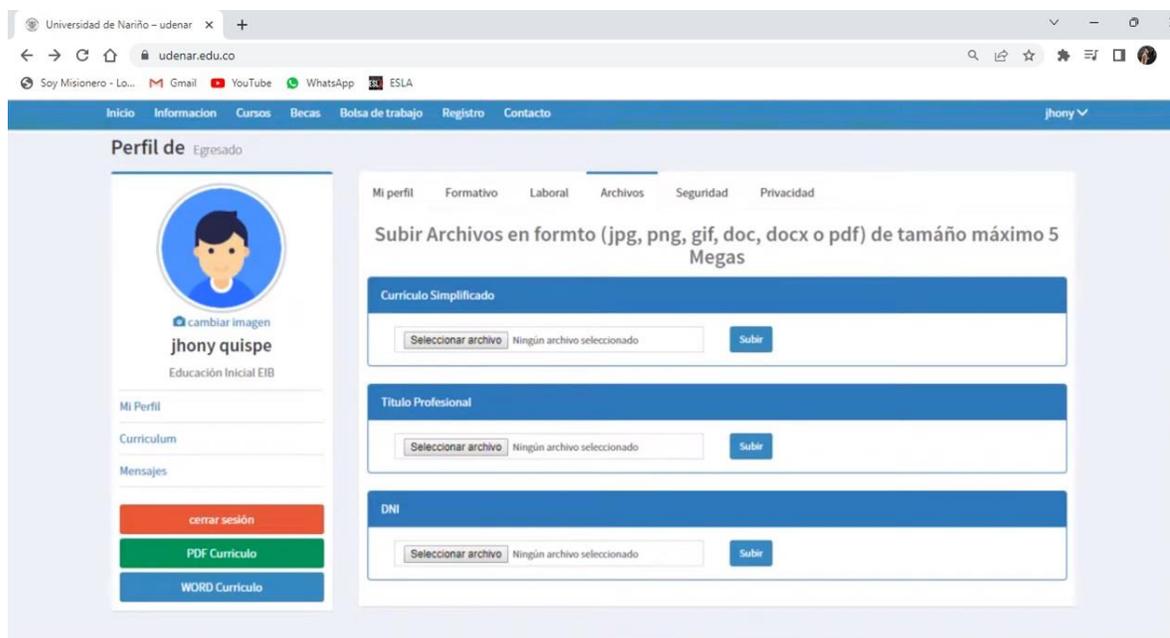
7. Procederá a llenar el campo “laboral” y guardar los cambios.

The screenshot shows the 'Laboral' tab of the 'Perfil de Egresado' form. The user's name is 'jhony quispe' and their institution is 'Educación Inicial EIB'. The form includes the following fields:

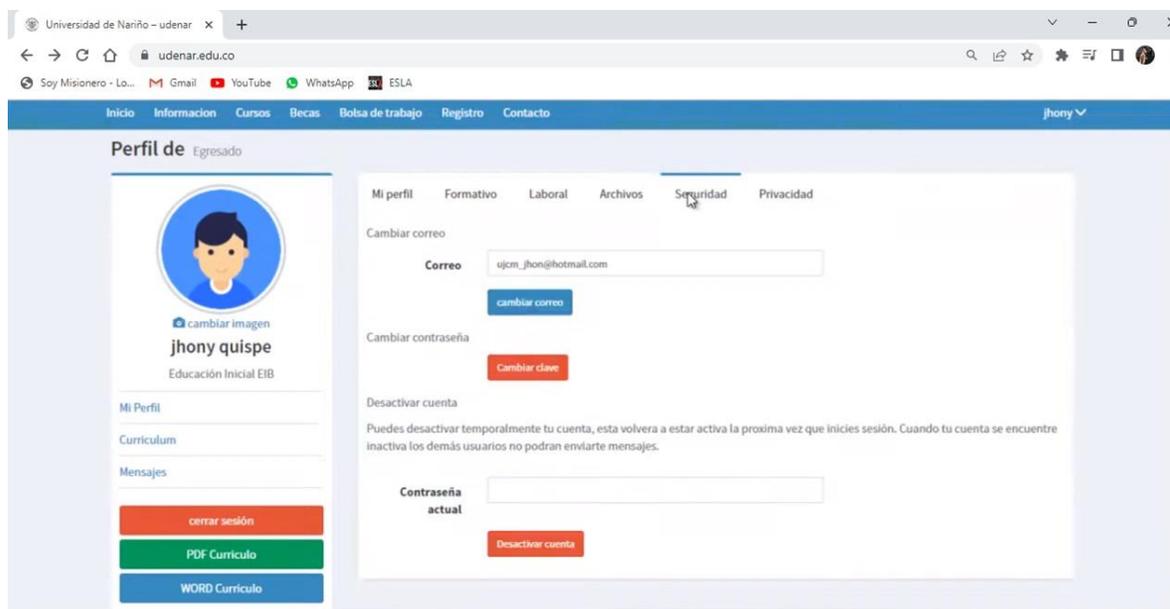
- CONSIGUIÓ TRABAJO AL EGRESAR**: A checked checkbox.
- EL TRABAJO QUE CONSIGUIÓ AL EGRESAR FUE CON:** A dropdown menu with the value 'Titulo'.
- TIEMPO QUE DEMORO ENCONTRAR SU PRIMER TRABAJO**: A dropdown menu with the value 'Seleccione'.
- Actualmente me encuentro trabajando**: A checked checkbox.
- DONDE SE ENCUENTRA TRABAJANDO?**: A text input field for 'Institución', a dropdown menu for 'Ugell flo', and a dropdown menu for 'Rural'.
- SU ESTADO LABORAL ES**: A dropdown menu with the value 'Seleccione'.
- Actualmente me encuentro satisfecho con la Remuneración que gano**: A checked checkbox.
- CUANTO ES SU REMUNERACION MENSUAL QUE PERCIBE ACTUALMENTE**: A dropdown menu with the value 'Entre \$/ 1,000 y \$/ 2,000'.
- Adicionalmente al trabajo que desempeño, tengo otro trabajo**: An unchecked checkbox.

A 'guardar cambios' button is located at the bottom of the form.

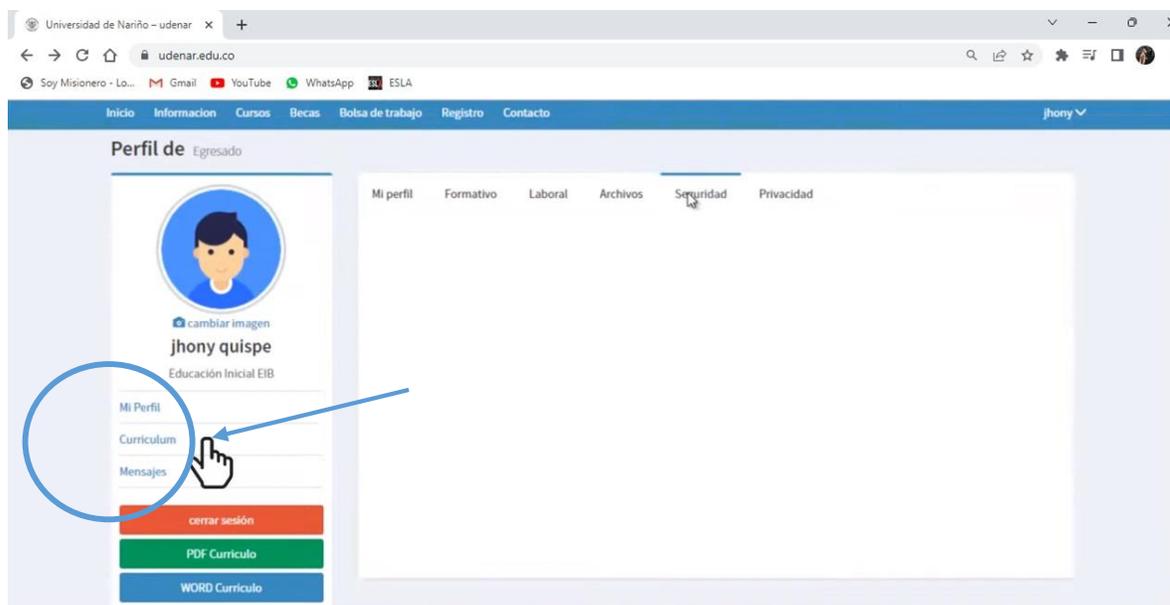
8. En el campo “Archivos” el egresado puede subir a la plataforma su hoja de vida, títulos y demás a fin de que las empresas puedan conocer su Currículo.



9. En el campo “Seguridad” el egresado puede cambiar o actualizar su correo y clave de acceso.



10. Dentro de los beneficios que otorga al egresado el Software en el campo “Currículo” podrá retroalimentar su perfil profesional.



Así se verían los campos que el egresado debe diligenciar para llenar su Currículo:

#	Tipo Formación	Situación	Especialidad	Institución	Año de Inicio	Año de Finalización
1.	Título Profesional	C	Educación Inicial	IESPP Mercedes Cabello de Carl	2000	2005

#	Cargo	Rubro	Nombre de la Empresa	Año de Inicio	Año de Finalización
1.	Docente	Educación	Colegio Manuel C.	2016	2016
2.	Docente	Educación	Colegio Peru Birf A	2017	2017

Reconocimientos

#	Reconocimiento	Tipo de Reconocimiento	Entidad	Fecha	Descripción
1.	<input type="text"/>	<input type="button" value="+"/> <input type="button" value="↺"/> Seleccione	<input type="text"/>	<input type="text" value="dd/mm/aaa"/>	<input type="text"/>

Investigaciones

#	Tipo de Investig.	Título	Lugar y/o Institución	Justificación y/o Importancia	Fecha
1.	<input type="button" value="+"/> <input type="button" value="↺"/> Seleccione	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="dd/mm/aaaa"/>

Publicaciones

#	Tipo de Public.	Título	Lugar y/o Institución	URL	Fecha
1.	<input type="button" value="+"/> <input type="button" value="↺"/> Seleccione	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="dd/mm/aaaa"/>

Formación Complementaria

#	Institución	Nombre del Estudio y/o Curso	Año de Inicio	Año de Finalización
1.	<input type="button" value="+"/> <input type="button" value="↺"/> IESPP Mercedes Cabello de Carl	<input type="text" value="Curso de Microsoft"/>	<input type="text" value="2016"/>	<input type="text" value="2016"/>
2.	<input type="button" value="+"/> <input type="button" value="↺"/> IESPP Mercedes Cabello de Carl	<input type="text" value="Curso de Microsoft"/>	<input type="text" value="2017"/>	<input type="text" value="2017"/>

Dominio de Idiomas

#	Idioma	Nivel de Dominio		
1.	<input type="text" value="ejemplo: Ingles"/>	<input type="radio" value="Básico"/>	<input type="radio" value="Intermedio"/>	<input type="radio" value="Avanzado"/>

Informática

#	Software	Nivel de Dominio		
1.	<input type="text" value="ejemplo: Microsoft Word"/>	<input type="radio" value="Básico"/>	<input type="radio" value="Intermedio"/>	<input type="radio" value="Avanzado"/>

Becas

#	Nombre	Institución	Fecha de Inicio	Fecha finalización
1.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="dd/mm/aaaa"/>	<input type="text" value="dd/mm/aaaa"/>

Cargos

#	Tipo Cargo	Cargo	Institución y/o Entidad	Fecha de Inicio	Fecha finalización
1.	N.-	<input type="button" value="+"/> <input type="button" value="↺"/> Docente	<input type="text"/>	<input type="text" value="dd/mm/aaaa"/>	<input type="text" value="dd/mm/aaaa"/>

11. También el software contará con herramientas como “Bolsa de Empleo”

The screenshot displays the 'Bolsa de Empleo' section of the Universidad de Nariño website. The browser address bar shows 'udenar.edu.co'. The navigation menu includes 'Inicio', 'Información', 'Cursos', 'Becas', 'Bolsa de Trabajo', 'Registro', and 'Contacto'. The user is logged in as 'jhony'. The main content area features a search filter on the left titled 'Busqueda por Carrera' with options: 'Educación Inicial', 'Educación Inicial EIB', 'Computación e Informática', 'Idiomas : Ingles', and 'Comunicación'. The main job listing is for 'PRACTICANTE' (Practicante) with the following details:

- Practicas pre-profesionales**
- Ubicación del cargo:** ADMINISTRACIÓN
- Cantidad de puestos:** 2
- Jefe inmediato:** GERENTE
- Personal a Cargo:** PRODUCCIÓN
- Finalidad:** ORGANIZAR, DIRIGIR LA OFICINA
- Funciones:** -ADMINISTRATIVAS
- Requisitos:** TITULADO COLEGIADO
- Experiencia:** ?

An 'Aplicar' button is located at the bottom of the job listing. A notification at the top right of the job card states: 'Esta publicación expirará el día: 07/12/2018'.

Conclusiones

De acuerdo con la caracterización Socio demográfica el 60% de los egresados del Programa son mujeres, la edad promedio de los egresados es de 25 a 26 años, en su mayoría son solteros y no tiene hijos, la ciudad actual de residencia es Pasto y su estrato socio económico se sitúa en el estrato tres, donde comparte vivienda con sus padres y gana más de un salario mínimo y sus estudios fueron financiados con recursos propios y de sus padres.

Los egresados graduados del programa de Comercio Internacional obtuvieron su título bajo la modalidad de diplomado, proceso en el que tardó aproximadamente de cuatro a menos de seis meses. Los estudiantes que aún no se gradúan se encuentran en proceso de desarrollo de su trabajo.

El egresado del programa de Comercio Internacional no tiene reconocimientos en lo laboral, no pertenece a comunidad académica científico o profesional reconocida a nivel nacional e internacional. Tampoco participa en la promoción, desarrollo o gestión de proyectos, ni ha realizado producción académica.

Al concluir sus estudios el egresado de Comercio Internacional no tenía empleo, momento en el que inicia la búsqueda de vinculación laboral, la que consiguió después de un año. La principal dificultad para tener acceso a su primer empleo fue la falta de experiencia laboral.

El egresado del programa de Comercio Internacional eligió esta institución por su prestigio, buscando posibilidades de desarrollo personal y/o profesional, sin embargo, en el mercado laboral el grado de correspondencia entre su ocupación y ubicación profesional con el perfil de formación recibido es medio. Su valoración sobre el contenido de estudio y los conocimientos aprendidos es buena, así mismo su nivel de satisfacción con los contenidos del

programa que estudió y el idioma inglés es satisfactoria, sin embargo, sugiere ampliar el plan de estudio.

Sobre la actividad académica y el desempeño institucional considera que es bueno, sin embargo, su opinión sobre la bolsa de empleo es mala.

Las estrategias resultado del análisis de la Matriz DOFA van orientadas a potencializar las oportunidades y fortalezas siendo estas un medio para trabajar las debilidades y prevenir las amenazas. La implementación de las mismas logrará que los egresados generen mayor impacto social y la universidad innove en sus procesos, haciendo que la comunicación Institución – Egresado sea más constante y por ende la información del entorno al que los futuros egresados deban enfrentarse sea acorde a la realidad del mercado laboral.

La pertinencia del programa de Comercio Internacional para los egresados es Medio/bajo debido a que lo recibido durante su periodo de formación no ha contribuido a su participación, promoción, desarrollo o gestión de proyectos y así mismo no ha logrado tener participación en producciones académicas. La correspondencia con el grupo de funciones o labores que realiza dentro de la organización y el perfil profesional dado por el programa es de tipo medio junto con la ubicación profesional dentro de la organización.

Entendiendo que el estudio de seguimiento a egresados es muy importante para las instituciones de educación superior los egresados del programa de comercio internacional proponen el manejo de un directorio actualizado, una base de datos de correos electrónicos, así como una página web del departamento donde se encuentren temas de interés, ofertas laborales, etc. La realización de encuentros anuales con la participación de los docentes, un departamento de comunicaciones, uso profesional de redes sociales, fuente muy buena de información actualizada de los egresados, métodos modernos (Apps, softwares, CRM) donde se pueda tener

contacto directo con el egresado, la realización de ferias con los estudiantes que cursan actualmente el programa y motivar a los mismos para que busquen, localicen, llamen y motiven a los egresados a participar de esta clase de eventos y la implementación de encuestas y entrevistas con mayor frecuencia para que no sean tan extensas.

La universidad cuenta con una base de datos para cada una de las cohortes de los egresados del programa de Comercio Internacional, el problema radica en que esta información esta desactualizada, esto frena y entorpece el seguimiento y estudio de los egresados, para evitar este tipo de situaciones se presenta la implementación de un tipo de SOFTWARE A LA MEDIDA, este sistema hará que la Universidad cuente con información actualizada de los egresados y facilitará la información de los egresados a tiempo real.

Recomendaciones

- El desarrollo del contenido de estudio debe ser más práctico, llevando al estudiante a relacionarse con el entorno que deberá afrontar después de su egreso.
- Las Instituciones de Educación Superior deben contribuir a la formación y actualización de su personal docente, siendo estos los primeros interesados en proporcionar información actualizada en lo referente a las asignaturas que enseñan.
- La Universidad debe dar a los estudios de Seguimiento a Egresados mayor importancia y relevancia, siendo necesario la creación de un departamento por facultad encargado de direccionar este tipo de investigaciones involucrando a los estudiantes que en la actualidad estudian los diferentes programas, de esta manera la Institución recibe información valiosa sobre el impacto, crecimiento y desarrollo de sus egresados y así mismo diagnósticos actualizados para mejorar y brindar un mejor servicio educativo y los estudiantes a través de la investigación podrán conocer de cerca el mercado laboral y las posibles situaciones que deban enfrentar.

Bibliografía

- Aldana, G., Morales, F., Aldana, J., Sagobal, F., & Ospina, Á. (2008). Seguimiento a egresados. Su importancia para las instituciones de Educación Superior. *Teoría y Praxis Investigativa*. Obtenido de file:/// Dialnet-SeguimientoAEgresados-3701001%20(1).pdf
- Arellano. (1995). <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0063463/cap02.pdf>
- Barahona, Y., Gonzalez, M., & Triana, M. (2019). *Colecciones Digitales Uniminuto*. https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/12610/2/UVDT.CP_BarahonaYully-GonzalezMaria-TrianaMaria_2019.pdf
- Bogan, T. y. (1986). *uca.edu*. http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf
- Eafit. (2015). https://www.eafit.edu.co/institucional/calidadeafit/investigacion/investigacion/Documents/Analisis_de_la_pertinencia_del_programa_Ingenieria_Civil-2011.pdf
- Ferrando, G. (2002). *elsevier.es*. <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- Gradua2, R. (2006). Manual de Instrumentos y Recomendaciones sobre el seguimiento de Egresados. https://ole.mineducacion.gov.co/1769/articles-380220_recurso_1.pdf
- Jaramillo. (2009). https://www.eafit.edu.co/institucional/calidadeafit/investigacion/investigacion/Documents/Analisis_de_la_pertinencia_del_programa_Ingenieria_Civil-2011.pdf.
- Jaramillo. (2019). *Universidad EAFIT* . Universidad EAFIT Web site : <http://www.eafit.edu.co/institucional/calidad->

eafit/investigacion/investigacion/Documents/Analisis_de_la_pertinencia_del_programa_Ingenieria_Civil-2011.pdf

Kotler. (1996). *core.ac.uk*. <https://core.ac.uk/download/pdf/326425903.pdf>

Kotler. (1998). <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0063463/cap02.pdf>

Loudon. (1995). <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0063463/cap02.pdf>

Malhorta. (2001). *core.ac.uk*. <https://core.ac.uk/download/pdf/326425903.pdf>

Pride. (1994). <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0063463/cap02.pdf>

Redalyc. (2008). *Instituto Politécnico Nacional Mexico*.

<https://www.redalyc.org/pdf/1794/179421234003.pdf>

Shiffman. (2017). <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0063463/cap02.pdf>

Silberschatz, A. (2002). *repository.udistrital.edu.co*.

<https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/4274/TOMO%20PROYECTO%20DE%20GRADO%20BASE%20DE%20DATOS%20EGRESADOS.pdf;jsessionid=FB97BA7C07D9C4922BD2BC31CD8A33F?sequence=1#page=23&zoom=100,109,178>

Solomon. (1997). <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0063463/cap02.pdf>

Tobon. (2007). *Educere* . <https://www.redalyc.org/journal/356/35657597006/html/>

Universidad, U. (2016). *Universidad Unab* . <https://unab.edu.co/identifique-cuales-son-sus-competencias-laborales/>

Vargas, A. (2017). *Fundación Universitaria del Area Andina* .

<https://core.ac.uk/download/pdf/326425903.pdf>

Anexos**Anexo A. Encuesta aplicada**Universidad de **Nariño**

ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACADÉMICA, DESEMPEÑO LABORAL E IMPACTO
SOCIAL DE LOS EGRESADOS DE LAS CINCO PRIMERAS COHORTES DEL
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO,
SAN JUAN DE PASTO, JULIO 2019

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Nombre:

Año en el que egreso:

- 2015
- 2016
- 2017
- 2018

1. Sexo

M___

F___

2. Estado civil

- Soltero
- Casado
- Unión libre
- Viudo
- Divorciado

3. Edad_____

4. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

5. Ubicación_____

6. ¿Tiene hijos?

- Si
- No

7. ¿Con quién vive

- Padres
- Solo
- Pareja
- Amigos
- Otro_____

8. Ingresos mensuales

- Menos o igual a \$499.999
- Entre \$500.000 y \$999.999
- Entre \$1.000.000 y \$1.499.999
- Entre \$1.500.000 y \$1.999.999
- Entre \$2.000.000 y \$2.499.999
- Mayor o igual a \$2.500.000

9. Fuente de financiamiento de los estudios universitarios

- Padres
- Icetex
- Propio
- Crédito
- Beca

10. ¿Ya se graduó?

- Si
- No

Si su respuesta es NO por favor responder la pregunta 11 y 12.

Si su respuesta es SI por favor responder de las preguntas 13 y 14.

11. ¿En qué etapa se encuentra?

- Presenté anteproyecto
- Elaborando anteproyecto
- Desarrollo del proyecto
- Análisis de información
- Haciendo informe final
- Haciendo diplomado
- Esperando valoración de los jurados
- No estoy haciendo nada

12. ¿Por qué no ha realizado trabajo de grado?

- Estoy en proceso de realizar su trabajo de grado
- Estoy trabajando
- Espero hacer diplomado

13. ¿Bajo qué modalidad de grado obtuvo su diploma?

- Monografía
- Pasantía
- Diplomado

14. ¿Cuánto tiempo tardó en realizar su trabajo de grado?

- De 2 a menos de 4 meses
- De 4 a menos de 6 meses
- De 6 a menos de 10 meses
- De 8 a menos de 10 meses
- De 10 a menos de 12 meses
- De 12 a menos de 14 meses

15. ¿Trabaja actualmente?

- Si
- No

16. En este trabajo es

- Empleado
- Trabajador independiente
- Socio
- Propietario
- Otro ¿cuál?

17. Puesto actual

- Subordinados
- Mandos Intermedios
- Directivos

18. Tipo de contratación del trabajo actual

- Por tiempo determinado
- Por obra determinada
- Por tiempo indeterminado

19. Régimen jurídico de la empresa o institución del trabajo actual

- Público
- Privado

20. Número de horas promedio que labora a la semana

- De 12 a 18
- De 18 a 24
- De 24 a 30
- De 30 a 36
- De 36 a 42
- De 42 a 48
- Igual o mayor a 48

21. Duración en meses en el trabajo actual

- De 1 a 4
- De 5 a 8
- De 9 a 12
- De 13 a 16
- De 17 a 20
- De 21 a 24
- De 25 a 28
- Más de 29

22. Correspondencia de su situación de egresado con la formación adquirida

- Existe
- Baja
- Nula

23. Sector económico del trabajo actual

- Servicios bancarios, financieros y seguros
- Transporte comunicaciones
- Turismo
- Industria de la transformación
- Industria de la construcción
- Educación
- Servicios profesionales y técnicos
- Servicios de salud
- Servicios de gobierno
- Agricultura, ganadería, silvicultura, etc.

24. Principal actividad que desempeña actualmente

- Dirección
- Coordinación
- Análisis
- Planeación
- Evaluación
- Supervisión
- Investigación
- Análisis financiero
- Asesoría especializada
- Consultoría
- Comercialización
- Ventas
- Desarrollo de productos
- Control de calidad
- Publicidad
- Atención al cliente
- Actividades administrativas

25. Medio principal a través del cual encontró el empleo actual

- Bolsa de trabajo
- Anuncio de periódico

- Invitación expresa de una empresa o institución
- Recomendación amigos de carrera
- Recomendación de un amigo o familiar
- Recomendación de un profesor
- Relaciones hechas en empleo anteriores
- Creación de un negocio, despacho, empresa, propios
- Integración a un negocio familiar Servicio social
- Practicas o estancias profesionales
- Agencia de colocación (Head- Hunters, outsourcing) Internet Difundí mi currículum

26. Trabajos principales desde el egreso

- Cero
- Uno
- Dos
- Tres
- Cuatro o más

27. Además de su empleo, ¿Tiene otra actividad remunerable?

- Sí
- No

28. Esta actividad es:

- De tiempo parcial
- De medio tiempo
- Por obra o proyecto determinado

29. Comparación del puesto del primer empleo con el empleo actual

- Mejoró
- Esta igual
- Empeoró
- No aplica

30. ¿Actualmente está buscando empleo?

- Si
- No, continuo en el empleo que tengo
- No, encontré empleo sin buscar
- No, porque decidí poner mi propio negocio
- No, continúo estudiando

- No, porque me cansé de buscar empleo sin éxito
- Otro

31. Acciones que ha realizado para conseguir empleo

- Llené una solicitud empleo
- Difundir me currículum (internet, periódico, bolsa de trabajo, etc.)
- Recorro a relaciones laborales previas
- He contactado a varios empleadores
- Contacté agencia de empleo
- Recorro a familiares
- Recorro a profesores de la Udenar
- Tengo intenciones de crear mi propio negocio
- Otro

32. Razón más importante por la que no trabaja actualmente

- No tengo trabajo porque no encontré, pero sigo buscando
- Estoy por incorporarme a un trabajo
- No tengo trabajo porque decidí continuar estudiando
- No tengo trabajo por razón de salud
- No tengo trabajo porque no le he no lo he buscado
- Despido
- Renuncia voluntaria
- Otro

33. Tenía empleo al concluir sus estudios

- Si
- No

34. Busco trabajo activamente al concluir sus estudios

- Si
- No

35. Tiempo que le llevó conseguir empleo al egresar

- No he encontrado empleo, pero sigo buscando
- De 6 meses a un año
- Menos de 6 meses

36. Demora y o dificultades para conseguir empleo al egresar

- Escasa experiencia laboral

- La carrera es poco conocida
- Tenía ofertas de trabajo poco atractivas
- No hay suficientes empleos
- Perfil solicitado
- Otro

37. Principal medio a través del cual encontró empleo al concluir sus estudios

- Bolsa de trabajo
- Anuncio de periódico
- Invitación expresa de una empresa o institución
- Recomendación de amigos de la carrera
- Recomendación de un profesor
- Recomendación de un amigo o familiar
- Relaciones hechas en empleos anteriores
- Creación de un negocio, despacho, empresa
- Servicio social
- Prácticas o estancias profesionales
- Agencia de colocación (Head Hounters)
- Difundir mi currículum
- Internet
- Otro

38. Factores que influyeron en la obtención del empleo al egresar

- El prestigio de la Udenar
- La buena aceptación de la carrera en el mercado laboral
- La coincidencia de la carrera con la necesidad de la empresa o institución
- La experiencia laboral previa
- La edad
- Estado civil
- Habilidades como idiomas, computación, conocimientos especializados
- Disponibilidad para viajar, horarios y/o cambios de residencia
- Tener título profesional
- Aprobar los exámenes de selección
- Pasar una entrevista formal

39. Grado de satisfacción con su desempeño profesional

- La puesta en práctica de los conocimientos adquiridos en la carrera
- La posibilidad de realizar ideas propias
- El reconocimiento profesional alcanzado el trabajo en equipo
- La posibilidad de coordinar un equipo de trabajo
- La posibilidad de responder a problemas de trabajo
- El contenido del trabajo/actividad

- El ambiente del trabajo
- El salario (ingresos y prestaciones)
- La posición jerárquica alcanzada
- La posibilidad de responder a problemas de relevancia social

40. Exigencias en el desempeño profesional cotidiano del trabajo actual

- Conocimientos generales de la disciplina
- Conocimientos especializados
- Conocimientos inter y multidisciplinarios
- Conocimiento de lenguas extranjeras
- Habilidades para el manejo de paquetes computacionales
- Razonamiento lógico y analítico
- Habilidad para la aplicación del conocimiento
- Habilidad para tomar decisiones
- Habilidad para identificar problemas y encontrar soluciones
- Habilidades para procesar y utilizar la información
- Habilidad para trabajar en equipo
- Habilidad de dirección/coordinación
- Habilidad administrativa
- Disposición para aprender constantemente
- Disposición para el manejo del riesgo
- Habilidades para las relaciones públicas
- Habilidades para la comunicación oral, escrita y gráfica
- Puntualidad / Formalidad
- Buena presentación
- Creatividad e innovación
- Identificación con la empresa institución
- Disposición a la rendición de cuentas y la transparencia (adaptación a cambios organizacionales y nuevas tecnologías)
- Habilidad para trabajar independientemente

41. Reconocimientos recibidos

- Académico científico
- Laboral
- Social
- Empresarial
- Deportivo
- Artístico
- Cultural
- Político
- Ninguno

42. Participación en organizaciones o redes

- Académica científica
- Asociación de profesionales
- Social
- Agremiación empresarial
- Deportiva
- Política
- Artística
- Ninguna

43. Participación en la promoción desarrollo o gestión de proyectos

- No he promovido proyectos
- Académicos/Científicos
- Empresariales
- Sociales/Artísticos
- Creación de organizaciones
- Políticos
- Deportivos

44. Producción académica

- Ninguna
- Artículos publicados
- Diseño de políticas públicas
- Libros, capítulos de libros publicados
- Artículo científico
- Otro

45. La Udenar fue su primera elección

- Si
- No

46. La carrera fue su primera elección

- Si
- No

47. ¿Cuáles son las razones que influyeron para la elección de la Udenar?

- Por la carrera
- Su ubicación

- El prestigio de la institución
- Modelo académico
- Costo de la inscripción
- Requisitos de ingreso
- Fecha de ingreso
- Porque fui seleccionado
- Otro

48. ¿Cuáles son las razones que influyeron para elegir la carrera?

- La carrera es de alta demanda en el mercado laboral
- A los egresados de la carrera les pagan muy bien
- El prestigio de la carrera
- Facilidad de ingreso
- El contenido del plan de estudios
- La duración de los estudios
- Por tener vocación y habilidades personales
- Posibilidades de desarrollo personal y/o profesional
- Consejo de familiares y amigos
- Consejo de profesores
- Consejo de orientadores
- Otro

49. Valoración de los contenidos de estudio:

- Malla curricular
 - Regular
 - Malo
 - Bueno
 - Excelente
- Prácticas de campo, talleres, laboratorios, visitas empresariales, etc.
 - Regular
 - Malo
 - Bueno
 - Excelente

50. Opinión sobre los conocimientos y habilidades aprendidas

- Capacidad para aplicar conocimientos
 - Excelente
 - Buena
 - Regular
 - Nula
- Conocimientos generales de naturaleza científica

- Excelente
- Buena
- Regular
- Nula
- Habilidades para la comunicación escrita y oral
- Excelente
- Buena
- Regular
- Nula
- Habilidad para la búsqueda de información
- Excelente
- Buena
- Regular
- Nula
- Capacidad analítica y lógica
- Excelente
- Buena
- Regular
- Nula
- Capacidad para aplicar conocimientos
- Excelente
- Buena
- Regular
- Nula
- Conocimientos técnicos de la disciplina
- Excelente
- Buena
- Regular
- Nula
- Capacidad para la identificación y solución de problemas
- Excelente
- Buena
- Regular
- Nula
- Continuar capacitándose
- Excelente
- Buena
- Regular
- Nula
- Pensar creativamente
- Excelente
- Buena
- Regular
- Nula

51. Satisfacción con las condiciones de estudio

- Nula
- Poca
- Satisfecho
- Totalmente satisfecho

52. Competencias en el idioma inglés

- Excelente
- Buena
- Regular
- Malo
- Pésimo

53. Modificaciones que sugeriría al plan de estudios qué curso (Ampliar, Mantener, Reducir)

- Contenidos teóricos
- Contenidos metodológicos
- Contenidos técnicos
- Prácticas profesionales
- Enseñanza de matemáticas y estadística
- Enseñanza de idiomas
- Enseñanza de programas computacionales
- Enseñanza de ciencias o disciplinas afines

54. Opinión sobre la organización académica y desempeño institucional (Muy buena, buena, regular, mala)

- Realización de foros académicos cursos y seminarios
- Estímulo del trabajo de investigación conjunto entre profesores y alumnos
- Educación continua
- Profesores-investigadores
- Disponibilidad de material bibliográfico y hemerográfico
- Acceso a los servicios del cómputo
- Bolsa de trabajo
- Vinculación académica con el entorno social y el mundo productivo
- Actividades culturales
- Actividades deportivas

55. ¿Elegiría inscribirse en la misma institución?

- Si
- No

56. ¿Elegiría inscribirse en la misma carrera?

- Si
- No
- ¿Por qué?

57. ¿Cuáles son sus expectativas de la carrera en el futuro?

58. Según su criterio ¿cuáles son las debilidades del programa de comercio internacional?

59. Según su criterio ¿cuáles son las oportunidades del programa de comercio internacional?

60. Según su criterio ¿cuáles son las fortalezas del programa de comercio internacional?

61. Según su criterio ¿cuáles son las amenazas del programa de comercio internacional?

62. Como egresado, usted, ¿qué recomienda para que el programa de comercio internacional mantenga contacto con sus egresados?

- Crear una asociación de egresados
- Bolsa de empleo
- Congresos de actualización
- Participación en diplomados

- Participación en cursos de posgrado con facilidad de crédito
- Crear un sistema interactivo con temas de actualidad
- Participación en foros
- Laboratorios empresariales
- Otro ¿Cuál?

Anexo B. Entrevista aplicada

<p>Entrevista para empresarios empleadores.</p>	<p>1. ¿Cuál ha sido el desempeño laboral del profesional en las siguientes áreas?</p> <p>Califique de 1 a 5 en donde 1 es deficiente, 2 es regular, 3 es bueno, 4 muy bueno y 5 excelente.</p> <p>Su productividad y calidad del trabajo</p> <p>Su eficiencia</p> <p>Los objetivos conseguidos</p> <p>Horario de trabajo</p> <p>Capacidad resolutive y manejo de conflictos</p> <p>Capacidades analíticas y de síntesis</p> <p>Innovación y creatividad</p> <p>2. ¿Ha incidido o no en la empresa? Si ha incidido de ¿qué manera lo ha hecho?</p> <p>3. ¿Cuál ha sido el impacto o aporte a las ejecuciones de la empresa?</p> <p>4. En qué aspectos de su trabajo sobresale, ¿cuáles son sus fortalezas?</p> <p>5. ¿Qué falencias o qué debilidades ha identificado en el profesional?</p>
--	---