

**ANÁLISIS DE LA PERTINENCIA DE LOS PROGRAMAS ACADÉMICOS  
OFRECIDOS POR EL INSTITUTO AMERICAN CENTER COMPUTER. SAN  
JUAN DE PASTO. 2008- 2013.**

**PABLO EMILIO ESTRADA CORAL**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE ECONOMÍA  
SAN JUAN DE PASTO  
2014**

**ANÁLISIS DE LA PERTINENCIA DE LOS PROGRAMAS ACADÉMICOS  
OFRECIDOS POR EL INSTITUTO AMERICAN CENTER COMPUTER. SAN  
JUAN DE PASTO. 2008- 2013.**

**PABLO EMILIO ESTRADA CORAL**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de  
Economista**

**Asesor:  
Mg. Armando Paz Yaqueno**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE ECONOMÍA  
SAN JUAN DE PASTO  
2014**

## **NOTA DE RESPONSABILIDAD**

Las ideas y conclusiones aportadas en este Trabajo de Grado son Responsabilidad de los autores.

Artículo 1 del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966, emanado del honorable Concejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de Aceptación:

---

---

---

---

---

---

---

---

Firma del Presidente del Jurado

---

Firma del Jurado

---

Firma del Jurado

San Juan de Pasto, Noviembre de 2014

## RESUMEN

El trabajo de pasantía presentado en este documento, tiene como objetivo ser una herramienta de apoyo para la institución en la cual se realizó, es decir, el Instituto American Center Computer, ya que permite conocer la pertinencia de los programas académicos ofrecidos por dicha institución, esta pertinencia se basa en la demanda que ejercen tanto los jóvenes como los empresarios de la ciudad de San Juan de Pasto en cuanto a programas de formación técnica se refiere. Para ello se realizaron encuestas a jóvenes y empresarios de la ciudad, y posteriormente se efectuó el análisis de los factores internos y externos que afectan tanto positiva como negativamente a la institución, con el fin de potenciar los factores positivos y mitigar el impacto de los factores negativos.

Se encontró que el programa técnico más demandado por los jóvenes de la ciudad es el de informática, así como la modalidad presencial y la jornada diurna, mientras que los empresarios demandan para sus empresas técnicos en áreas afines a la informática. En cuanto a los factores positivos de la institución se pueden mencionar entre otros, la calidad de sus formadores y los bajos costos de matrícula, además el mercado presenta oportunidades dados los bajos costos de productos tecnológicos, entre ellos computadores y accesorios de computación. Sin embargo, los factores negativos son el desempleo y la infraestructura del instituto, para citar dos casos.

Lo anterior permite formular una serie de propuestas de carácter académico y económico que pretenden mejorar la condición económica del Instituto American Center Computer, estas propuestas conllevan una serie de inversiones necesarias para cubrir las demandas tanto de jóvenes (en el caso de estudiantes actuales y potenciales) y de empresarios (en el caso de los egresados).

## **ABSTRACT**

The information gathered from the internship job and exposed throughout this paper is intended to become a supporting tool for the institution in which the internship job was carried on, that is, the American Center Computer Institute. This paper shows the relevance of the academic programs offered by this institution. This relevance is basically the result of the demand that exert both young citizens and entrepreneurs in San Juan de Pasto city in relation to the technical training programs offered by the institution. Thus, some youth and entrepreneurs in the city were surveyed. Consequently, an analysis, of internal and external factors that positively and negatively affect the institution, was conducted in order to enhance the positive factors and mitigate the impact of the negative factors.

It was found that the technical study program with more demand by the young citizens in this city is the Computing study Program, as well as the classroom course and daytime course modality, whereas employers demand for their companies technicians in computer-related areas. As for the positive factors of the institution it can be mentioned, the quality of their trainers and low tuition, among others. In addition, the market presents opportunities due to the low cost of technology products, including computers and computer accessories. However, some negative factors are unemployment and the institute facilities, to name a few.

This allows us to formulate a set of proposals of an academic and economic nature that are intended to improve the economic condition of the American Computer Center Institute. These proposals involve a number of investments needed to meet the demands of both young (in the case of potential and current students) and employers (in the case of graduates).

## CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
INTRODUCCIÓN.....	12
1. ASPECTOS GENERALES.....	13
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	13
1.2 PREGUNTA GENERAL.....	14
1.2.1 Preguntas Específicas.....	14
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	14
1.4 OBJETIVOS.....	15
1.4.1 Objetivo General.....	15
1.4.2 Objetivos Específicos.....	15
2. MARCO DE REFERENCIA.....	17
2.1 MARCO TEÓRICO.....	17
2.2.1 Información Del Instituto American Center Computer.....	20
2.2.3 Breve Reseña Histórica.....	20
2.3 MARCO LEGAL.....	21
2.4.1 Área de conocimiento.....	24
2.4.2 Carácter académico-educación superior:.....	24
2.4.3 Competencia:.....	24
2.4.3 Competencias laborales:.....	24
2.4.4 Calidad en la educación superior:.....	24
2.4.5 Educación superior:.....	24
2.4.6 Instituciones técnicas profesionales:.....	25
2.4.7 Programa académico:.....	25
3. METODOLOGÍA.....	26
3.1 POBLACIÓN Y MUESTRAS.....	26
3.1.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	29
3.1.2 Fuentes De Información.....	30
3.1.3 Técnicas De Análisis E Interpretación De Resultados.....	30
3.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	30

3.2.1	Espacio Geográfico: San Juan de Pasto .....	30
3.2.2	Cobertura Temporal: Julio de 2013 a Septiembre de 2014 .....	30
4.	PERTINENCIA DE LOS PROGRAMAS ACADÉMICOS OFRECIDOS POR EL INSTITUTO AMERICAN CENTER COMPUTER .....	31
4.1	PROGRAMAS ACADÉMICOS QUE TIENEN MAYOR DEMANDA EN JÓVENES ENTRE LOS 14 Y 26 AÑOS DE SAN JUAN DE PASTO. 2013.....	31
4.2	PERFIL ACADÉMICO QUE EXIGEN LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD, EN EL MOMENTO DE REALIZAR UNA NUEVA CONTRATACIÓN, SAN JUAN DE PASTO. 2008-2013.....	42
5.	MATRIZ DOFA DEL INSTITUTO AMERICAN CENTER COMPUTER .....	54
5.1	ANÁLISIS MATRIZ DOFA.....	54
5.1.1	Análisis de las debilidades del Instituto American Center Computer. ....	54
5.1.2	Análisis de las oportunidades del Instituto American Center Computer. ...	55
5.1.3	Análisis de las fortalezas del Instituto American Center Computer. ....	57
5.1.3.1	años de funcionamiento: .....	57
5.1.4	Análisis de las amenazas Del Instituto American Center Computer. ....	58
5.2	ESTRATEGIAS DO, DA, FO, FA .....	59
5.2.1	Estrategias Do.....	59
5.2.2	Estrategias Da.....	60
5.2.3	Estrategias Fo.....	61
5.2.4	Estrategias Fa.....	62
6.	SUGERENCIAS A NIVEL ECONÓMICO Y ACADÉMICO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN OFRECIDA POR EL INSTITUTO AMERICAN CENTER COMPUTER.....	65
6.1	SUGERENCIAS DE CARÁCTER ECONÓMICO.....	65
6.2	SUGERENCIAS DE CARÁCTER ACADÉMICO .....	68
7.	CONCLUSIONES .....	71
8.	RECOMENDACIONES .....	73
	BIBLIOGRAFÍA.....	74
	NET-GRAFÍA.....	75
	ANEXO A.....	77
	ANEXO B.....	81

## LISTADO DE GRAFICAS

	<b>Pág.</b>
Gráfica 1. Clasificación por género .....	31
Gráfica 2. Clasificación por edad .....	31
Gráfica 3. Clasificación por estudios terminados .....	32
Gráfica 4. Jóvenes estudiando.....	32
Gráfica 5. Jóvenes estudiando por institución educativa.....	33
Gráfica 6. Principales motivos para estudiar en una institución técnica y/o tecnológica .....	33
Gráfica 7. Costos de matrícula (trimestral) de programas académicos de instituciones técnicas y/o tecnológicas.....	34
Gráfica 8. Personas que asumen los costos de matrícula de jóvenes que estudian en instituciones técnicas y/o tecnológicas.....	34
Gráfica 9. Instituciones técnicas y/o tecnológicas más reconocidas .....	35
Gráfica 10. Jóvenes que conocen al Instituto American Center Computer.....	35
Gráfica 11. Aspectos positivos del Instituto American Center Computer .....	36
Gráfica12. Aspectos negativos del Instituto American Center Computer .....	36
Gráfica13. Jóvenes dispuestos a estudiar en el Instituto American Center Computer.....	37
Gráfica 14. Programas técnicos y/o tecnológicos más demandados .....	38
Gráfica 15. Instituciones técnicas y/o tecnológicas preferidas para estudiar .....	38
Gráfica 16. Jornada académica más demandada .....	39
Gráfica 17. Modalidad metodológica más demandada .....	39
Gráfica 18. Duración de los estudios .....	40
Gráfica 19. Beneficios extracurriculares.....	40
Gráfica 20. Tamaño de la empresa.....	42
Gráfica 21. Tiempo de funcionamiento .....	42
Gráfica 22. Empresas que han recibido pasantes y/o practicantes en los últimos años.....	43
Gráfica 23. Evaluación de pasantes y/o practicantes.....	43
Gráfica 24. Pasantes y/o practicantes contratados .....	44
Gráfica 25. Empresas que han contratado nuevo personal.....	44

Gráfica 26. Puestos de mayor contratación .....	45
Gráfica 27. Medios empleados para reclutar nuevo personal .....	45
Gráfica 28. Etapas para acceder a una vacante .....	46
Gráfica 29. Perfil académico más demandado.....	47
Gráfica 30. Demandas en idioma extranjero .....	47
Gráfica 31. Conocimientos en informática más demandados .....	48
Gráfica 32. Empresas que exigen alguna titulación a los empleados.....	48
Gráfica 33. Características curriculares más valoradas en las empresas .....	49
Gráfica 34. Características sociodemográficas .....	49
Gráfica 35. Titulados técnicos con déficits .....	50
Gráfica 36. Mayores déficits en titulados técnicos .....	50
Gráfica 37. Déficit en competencias .....	51
Gráfica 38. Conocimiento del Instituto American Center Computer .....	51
Gráfica 39. Empresas interesadas en capacitarse en el Instituto American Center Computer.....	52
Gráfica 40. Empresas que han contratado egresados del Instituto American Center Computer.....	52

## LISTADO DE TABLAS

**Pág.**

Tabla 1. Cámara de Comercio de Pasto. Municipio de Pasto. Número total de Establecimientos de comercio. Primer semestre de 2013.....	28
Tabla 2. Matriz DOFA del Instituto American Center Computer .....	54

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como propósito conocer la pertinencia educativa de los programas ofrecidos por el instituto American Center Computer, la pertinencia educativa entendida en dos aspectos, en primer lugar analizar si los programas académicos son altamente demandados en la ciudad de San Juan de Pasto, y en segundo lugar conocer si los empresarios; (que son los encargados de contratar nuevo personal), solicitan personas con el perfil académico de un estudiante egresado del Instituto American Center Computer.

Además, en el proyecto se realiza un análisis a nivel interno y externo del Instituto American Center Computer, que permite identificar el contexto de la institución, al igual que formular una serie de sugerencias, enfocadas a mejorar la situación económica, académica y administrativa de la empresa.

Para concluir se espera que el trabajo sirva para que el instituto American Center Computer, logre incrementar la calidad educativa en sus programas académicos y así mismo le permita ser más competitivo a nivel económico, administrativo y académico en relación con otros centros educativos a nivel local.

## **1. ASPECTOS GENERALES**

### **1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

El país colombiano se encuentra sumergido en una aparente crisis de la educación superior, en la cual no se ha podido establecer un vínculo entre calidad y cobertura educativa, ante todo; este problema se puede ver en instituciones del estado.

Sin embargo, la mayoría de la población no tiene acceso a una institución de carácter público, y por tanto, se ven obligados a acceder a una institución de carácter privado, el problema en esta situación radica en los costos de matrícula, materiales, transporte, etc. que no toda la población está en la capacidad de cubrir, dado el grado de desempleo de la ciudad de San Juan de Pasto, que pese a ir disminuyendo en los últimos años (según el DANE) sigue manteniéndose en un punto muy elevado. Y a que la mayoría de empleos que se genera en la ciudad pertenecen al sector informal.

El instituto American Center Computer, en su calidad de prestador de un servicio educativo, en este caso, la educación técnica profesional, requiere identificar si el servicio suministrado, es o no el adecuado en el contexto socioeconómico de la ciudad de San Juan de Pasto.

La pertinencia educativa se entiende como la demanda efectiva por parte de la ciudadanía en general y en particular de los jóvenes (objeto del presente estudio), de los programas ofrecidos por el instituto American Center Computer, así mismo la demanda que los empresarios tienen sobre los egresados del instituto.

Dado que en el instituto American Center Computer no se han realizado con anterioridad estudios que permitan determinar la pertinencia de los programas académicos que ofrece, se desconoce en qué medida los mismos son demandados por los jóvenes de la ciudad de San Juan de Pasto, de la misma manera se desconoce en qué medida los empresarios de la ciudad solicitan y/o demandan titulados técnicos con el perfil académico de los egresados del instituto American Center Computer.

Actualmente la cantidad de jóvenes que se matriculan en el instituto es cada vez menor y por ende los egresados titulados también, razón por la cual los ingresos del instituto American Center Computer han disminuido con el paso de los años. Se desconoce el motivo por el cual esto sucede, debido a que no se han realizado estudios a la población juvenil que permitan conocer si el motivo de su ausencia son los costos de matrícula, o que sencillamente prefieren matricularse en otras instituciones de educación técnica, bien sea por factores como desplazamientos, o por oferta de programas académicos.

Por lo tanto el desconocer la pertinencia de los programas ofrecidos por el instituto American Center Computer, impide a las directivas realizar una inversión adecuada o aplicar modificaciones que pretendan dar solución a la reducción de los ingresos derivada de la disminución de estudiantes matriculados en el instituto.

## **1.2 PREGUNTA GENERAL**

¿Son pertinentes los programas académicos ofrecidos por el Instituto American Center Computer. San Juan de Pasto 2008 - 2013?

### **1.2.1 Preguntas Específicas**

- ¿Cuáles son los programas académicos que tienen mayor demanda en jóvenes entre los 14 y 26 años de San Juan de Pasto, 2008 - 2013?
- ¿Cuál es el perfil académico que exigen las empresas de la ciudad, en el momento de realizar una nueva contratación, San Juan de Pasto, 2008 - 2013?
- ¿Cuáles son los factores tanto internos como externos que afectan en el funcionamiento del instituto. San Juan de Pasto 2013?
- ¿Cuáles son las recomendaciones que se pueden dar para mejorar la calidad de la educación suministrada al instituto American Center Computer?

## **1.3 JUSTIFICACIÓN**

El Instituto American Center Computer, es un centro de educación técnica de carácter privado con mucha experiencia dados sus 24 años de funcionamiento, pero con poco reconocimiento por parte de la ciudadanía, su misión es formar integralmente a sus estudiantes, para así construir una mejor sociedad.

El trabajo tiene como objetivo analizar la pertinencia de los programas académicos del instituto American Center Computer. Dicha pertinencia se envuelve en dos aspectos: el primero la demanda efectiva de los programas y el segundo la articulación que dichos programas tienen con el mercado laboral.

El estudio es de gran importancia para el instituto, ya que le permite realizar ciertas modificaciones que le dará como resultado un incremento en su competitividad y en la calidad de la prestación del servicio, así mismo es importante conocer cuáles son los puntos fuertes y débiles de la empresa, como las oportunidades y amenazas a las que tiene que enfrentarse el instituto, para así realizar inversiones adecuadas y acordes a los requerimientos de la sociedad actual. El proyecto es una novedad para el instituto ya que anteriormente no se ha realizado ninguno de los estudios antes mencionados, ni la creación de la matriz DOFA, ni el análisis de demanda de los programas académicos.

Para el estudiante, la pasantía no solo es importante por el hecho de permitirle acceder al título profesional, sino además porque adquiere experiencia laboral (muy importante para acceder a diferentes empleos en la actualidad), y permite desarrollar y aplicar los conocimientos adquiridos durante sus estudios de pregrado, entre otros dichos conocimientos se discriminan de la siguiente manera: Seminarios de investigación: debido a que en los seminarios se aprendió a estructurar los proyectos, esto es de vital importancia ya que un buen proyecto asegura un oportuno desarrollo de la investigación, así mismo se aprendió a presentar la información recolectada a lo largo del trabajo.

Análisis financiero: ya que para poder realizar un análisis de la empresa, lo primero que se hace es conocer su área financiera, en este caso la contabilidad del instituto, algunos de los resultados aparecerán en el informe junto a la matriz DOFA.

Mercadeo: es necesario para realizar la matriz DOFA y en especial para proponer las estrategias de mejoramiento económico que se presentan al final del trabajo, de esta manera y sumado a los demás conocimientos adquiridos en otras áreas, hacen que las propuestas sean viables para el Instituto American Center Computer.

Para terminar, la presente pasantía ayuda tanto al instituto, como al estudiante, y sirve a la comunidad en general ya que los posibles estudiantes verán que pueden acceder a programas que realmente los vincule al área laboral.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 Objetivo General**

Analizar la pertinencia de los programas académicos ofrecidos por el Instituto American Center Computer. San Juan de Pasto 2008- 2013.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Analizar cuáles son los programas académicos que tienen mayor demanda en jóvenes entre los 14 y 26 años de San Juan de Pasto, 2008- 2013.
- Analizar el perfil académico que exigen las empresas de la ciudad, en el momento de realizar una nueva contratación, San Juan de Pasto, 2008-2013.
- Crear y analizar la matriz DOFA para el instituto American Center Computer, para conocer los factores tanto internos como externos que afectan en el funcionamiento del instituto. San Juan de Pasto, 2013

- Proponer sugerencias a nivel económico y académico para mejorar la calidad de la educación ofrecida por el Instituto American Center Computer.

## 2. MARCO DE REFERENCIA

### 2.1 MARCO TEÓRICO

**2.1.1 Pertinencia educativa:** La pertinencia es un concepto que refiere directamente a la calidad educativa. "La noción de pertinencia siempre ha estado presente en los debates sobre la calidad de la educación. En el pasado, en particular en los países en desarrollo, solía considerarse que los planes de estudios importados o legados por el colonialismo tenían poco en cuenta el contexto local y el medio sociocultural de los educandos." Según el Plan Nacional de Educación PNDE 2006-2016, y está referido directamente a los planes de estudio y su relación con el contexto social y las necesidades locales.

De igual forma, la pertinencia se refiere a que sí lo que se está enseñando produce las competencias necesarias para garantizar el crecimiento económico, entendiendo que la educación es el mecanismo más útil para superar la pobreza. Estos conceptos son tomados por la el Proyecto Regional de Educación para América Latina y el Caribe (PRELAC) en la II reunión intergubernamental, donde el eje de discusión es la calidad como un imperativo del cumplimiento de los Derechos Humanos lo que se expresa: "la calidad de la educación en tanto derecho fundamental, además de ser eficaz y eficiente, debe respetar los derechos de todas las personas, ser relevante, pertinente y equitativa"

Al ser un Derecho se le exige que sea de Calidad para que promueva el pleno desarrollo de las múltiples potencialidades de la persona. Una educación de calidad debe tener cinco dimensiones: " La Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe ha establecido cinco dimensiones para definir una educación de calidad, desde la perspectiva de un enfoque de derechos. Estas dimensiones son relevancia, pertinencia, equidad, eficacia y eficiencia, y están estrechamente relacionadas, al punto que la ausencia de alguna de ellas determinaría una concepción equivocada de lo que cabría entender por una educación de calidad (UNESCO/OREALC 2007)"<sup>1</sup>.

Para que haya pertinencia la oferta educativa, el currículo y los métodos de enseñanza tienen que ser flexibles para adaptarse a las necesidades y características de los estudiantes y de los diversos contextos sociales y culturales. Esto exige transitar desde una pedagogía de la homogeneidad hacia una pedagogía de la diversidad, aprovechando ésta como una oportunidad para enriquecer los procesos de enseñanza y aprendizaje, y optimizar el desarrollo personal y social, como se establece en el Plan Nacional de Educación PNDE 2006-2016.

---

<sup>1</sup> UNESCO. Eficacia Escolar y Factores Asociados en América Latina y el caribe. Septiembre de 2008.

Estas dimensiones llevan a pensar en la Calidad más allá de la eficiencia de los recursos que el ente público asigna a la educación y la eficacia de las metas sobre pertinencia de la educación.

Por tanto la pertinencia, como concepto de Calidad Educativa se refiere: en primera instancia, a reconocer que el centro de los procesos educativos son los niños y las niñas a quienes hay que garantizar sus derechos fundamentales entre los que se encuentra el derecho a la educación de calidad. La calidad supone que lo que se enseña debe responder a su contexto y a sus circunstancias específicas, y que, como mecanismo de superar las desigualdades (equidad) la educación debe promover el desarrollo de las potencialidades y capacidades que le permitan desarrollar las competencias para superar la pobreza. De igual forma la calidad educativa se constituye como una forma de desarrollo social que permite interactuar con el mundo global, pero a su vez comprender el mundo Local haciéndolo relevante a las circunstancias específicas en que se desenvuelven los estudiantes.

**2.1.2 Pertinencia educativa, formativa, pedagógica y curricular desde la perspectiva de una escuela transformadora<sup>2</sup>.** La transformación es un cambio orientado al progreso y la evolución en cualquier ámbito, para poder transformar se hace necesario realizar cambios estructurales en la educación que pueden surgir de un devenir histórico, socioeconómico, y cultural que son factores que influyen la forma de pensar, sentir y actuar de los actores de la educación. Esto ha derivado en nuevas estrategias didácticas, propuestas curriculares novedosas, y nuevas concepciones metodológicas.

“formar al ser humano, en la madurez de sus procesos, para que construya el conocimiento y transforme su realidad socio-cultural, resolviendo problemas desde la innovación educativa” es la misión que tiene la escuela transformadora.

Dicha misión permite que el individuo sepa relacionarse con su entorno, es decir, permite que la vocación que tiene, se vea directamente relacionada con la profesión y la ocupación que desarrollara en un futuro no muy lejano, esto facilita el desarrollo de procesos de construcción de conocimiento, el desarrollo de habilidades y destrezas y el aporte de nuevos métodos y procedimientos, aprendiendo de esta manera no solo una profesión, sino que aprende a vivir y convivir con su entorno.

Para cumplir la misión propuesta por la escuela transformadora, se deben realizar cinco tareas básicas, de forma integral e integradora:

---

<sup>2</sup> Pertinencia, Innovación y Competitividad en la Educación. Una aproximación teórica y un diagnóstico para Ciénaga. Publicado por: Elkin Bilardo Márquez Fernández. Taller Editorial Sabiduría

**a.** El desarrollo humano: organizar en su Proyecto Educativo Institucionales espacios, escenarios, programas, procesos y proyectos que responden a la necesidad del desarrollo de las siguientes dimensiones:

- Antropológica
- Axiológica
- Ético-moral
- Formativa

**b.** la ecuación por procesos: organizar en su Proyecto Educativo Institucional los espacios, escenarios, programas, procesos y proyectos que respondan a la necesidad del desarrollo de las siguientes dimensiones:

- Bio-psico.social
- Espiritual
- Cognitiva
- Estética

**c.** La construcción del conocimiento: organizar desde su Proyecto Educativo Institucional los espacios, escenarios, programas, procesos y proyectos que respondan a la necesidad del desarrollo de las siguientes dimensiones

- Científica
- Epistemológica
- Metodológica
- Tecnológica

**d.** La transformación socio-cultural: organizar desde su Proyecto Educativo Institucional los espacios, escenarios, programas, procesos y proyectos que respondan a la necesidad de transformación de las condiciones socio-culturales de las regiones teniendo en cuenta las siguientes dimensiones:

- Sociológica
- Interactiva
- Ecológica

**e.** La innovación educativa y pedagógica

Por lo anterior la escuela transformadora forma al ser, desde el saber, para el saber hacer. Desarrolla la capacidad de sentir y pensar, pero para su ejercicio en la ocupación. La escuela transformadora forma líderes transformacionales que desde su ser, su saber y su saber hacer, se conviertan en personas nuevas quedan respuestas nuevas a las condiciones nuevas del continuo devenir; agentes de cambio, promotores de progreso; pero para poder hacerlo, estos líderes.

**a)** Primero, se desarrollan como seres humanos en sus principios, valores, actitudes, comportamientos y dimensiones (formación integral), **b)** Segundo, maduran en sus dimensiones biológica, psicológica, social, espiritual, cognitiva y estética **c)** Tercero, adquieren los conocimientos, los construyen, los aprenden significativamente y los aplican en la realidad de su entorno y, **d)** Cuarto, con esa madurez en el ser y con esas condiciones intelectivas y ese saber (competencias) entonces sí se desempeñan como líderes en el quehacer: la solución de problemas sociales y culturales de su comunidad.

La escuela transformadora sirve de soporte en el trabajo ya que precisamente está enfocada hacia la pertinencia educativa, incluyendo en la educación todos los componentes sociales, económicos y culturales que forman parte del contexto en el cual se encuentran los estudiantes, formándolos tomando como base sus habilidades, con lo cual se prepara al joven para desarrollar una especialidad en la cual se devolverá en un futuro mediante un empleo.

## **2.2 MARCO CONTEXTUAL**

**2.2.1 Información Del Instituto American Center Computer.** El trabajo es presentado para ser utilizado en el Instituto American Center Computer, incluyendo a todo su personal docente y administrativo.

El instituto American Center Computer es una entidad de formación para el trabajo y el desarrollo humano de carácter privado que cuenta en la actualidad con una sede ubicada en la ciudad de San Juan de Pasto, con la licencia de funcionamiento vigente.

Su preocupación por el quehacer de la juventud nariñense lo ha llevado a través de más de 24 años a buscar los medios académicos que le permitan satisfacer las necesidades de capacitación en las áreas de la tecnología que requiere el mercado productivo y laboral como es el manejo de programas en computador, a fin de lograr que sus egresados puedan desempeñarse satisfactoriamente en el campo administrativo; siguiendo el concepto básico de la filosofía que busca permanentemente respuestas a diversas situaciones de la vida, como el cambio continuo de las condiciones de supervivencia en tiempos de constante evolución; por tanto ofrece el conocimiento de las herramientas informáticas que permitan desempeñarse en distintas actividades que tengan que ver con el uso de computadores.

Los principios educativos institucionales comprenden las reglas fundamentales que dan el cimiento, la vida y la confiabilidad a la Institución y a su comunidad educativa, de ahí que su enfoque es humanístico, dinámico e innovador.

**2.2.3 Breve Reseña Histórica.** El Instituto de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano: American Center Computer, fue fundado en 1989 por un grupo de profesionales especializados en diferentes áreas con el fin de ofrecer formación técnica en sistemas, informática y contabilidad.

Actualmente cuenta con la renovación de la licencia de funcionamiento número 1215 de 2012.

Y ofrece los siguientes servicios educativos.

- Fundamentos de informática básica para principiantes

- Técnico laboral por competencias como: Auxiliar en Sistemas Ofimáticos y Contabilidad Sistematizada.
- Técnico laboral por competencias como: Auxiliar en Sistemas Ofimáticos
- Cursos libres, básicos o avanzados. Rápidos y personalizados.
- Nivelaciones y recuperaciones.

La institución tiene 3 laboratorios de informática con conexión a internet de 4 Mb y 4 aulas de clase dotadas con tableros y confortables asientos. Su personal administrativo está conformado por el director, un coordinador académico, además de 2 secretarías encargadas de brindar la atención que necesitan tanto los estudiantes, como aquellas personas que solicitan información.

Actualmente cuenta con 11 profesores hora cátedra, y 98 estudiantes, divididos en los 6 trimestres académicos del programa técnico laboral por competencias como auxiliar en sistemas ofimáticos y contables.

## **2.3 MARCO LEGAL**

**Se cita la ley 115 de 1994, que es la ley general de la educación:**

**Artículo 5.** - Fines de la educación

De conformidad con el artículo 67 de la Constitución Política, la educación se desarrollará atendiendo a los siguientes fines:

1. El pleno desarrollo de la personalidad sin más limitaciones que las que le imponen los derechos de los demás y el orden jurídico, dentro de un proceso de formación integral, física, psíquica, intelectual, moral, espiritual, social, afectiva, ética, cívica y demás valores humanos;
2. La formación en el respeto a la vida y a los demás derechos humanos, a la paz, a los principios democráticos, de convivencia, pluralismo, justicia, solidaridad y equidad, así como en el ejercicio de la tolerancia y de la libertad;
3. La formación para facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación;
4. La formación en el respeto a la autoridad legítima y a la ley, a la cultura nacional, a la historia colombiana y a los símbolos patrios;
5. La adquisición y generación de los conocimientos científicos y técnicos más avanzados, humanísticos, históricos, sociales, geográficos y estéticos, mediante la apropiación de hábitos intelectuales adecuados para el desarrollo del saber;
6. El estudio y la comprensión crítica de la cultura nacional y de la diversidad étnica y cultural del país como fundamento de la unidad nacional y de su identidad
7. El acceso al conocimiento, la ciencia, la técnica y demás bienes y valores de la cultura, el fomento de la investigación y el estímulo a la creación artística en sus diferentes manifestaciones;

8. La creación y fomento de una conciencia de la soberanía nacional y para la práctica de la solidaridad y la integración con el mundo, en especial con Latinoamérica y el Caribe;
9. El desarrollo de la capacidad crítica, reflexiva y analítica que fortalezca el avance científico y tecnológico nacional, orientado con prioridad al mejoramiento cultural y de la calidad de vida de la población, a la participación en la búsqueda de alternativas de solución a los problemas y al progreso social y económico del país;
10. La adquisición de una conciencia para la conservación, protección y mejoramiento del medio ambiente, de la calidad de la vida, del uso racional de los recursos naturales, de la prevención de desastres, dentro de una cultura ecológica y del riesgo y la defensa del patrimonio cultural de la Nación;
11. La formación en la práctica del trabajo, mediante los conocimientos técnicos y habilidades, así como en la valoración del mismo como fundamento del desarrollo individual y social;
12. La formación para la promoción y preservación de la salud y la higiene, la prevención integral de problemas socialmente relevantes, la educación física, la recreación, el deporte y la utilización adecuada del tiempo libre.
13. La promoción en la persona y en la sociedad de la capacidad para crear, investigar, adoptar la tecnología que se requiere en los procesos de desarrollo del país y le permita al educando ingresar al sector productivo.

**Se cita la ley 30 de 1993.**

## **TITULO PRIMERO. FUNDAMENTOS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR**

**Artículo 1º** La educación superior es un proceso permanente que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de una manera integral, se realiza con posterioridad a la educación media o secundaria y tiene por objeto el pleno desarrollo de los alumnos y su formación académica o profesional.

**Artículo 6º** Son objetivos de la educación superior y de sus instituciones: Ver Art. 1º Decreto 1373 de 2002

Profundizar en la formación integral de los colombianos, dentro de las modalidades y calidades de la educación superior, capacitándolos para cumplir las funciones profesionales, investigativas y de servicio social que requiere el país;

Trabajar por la creación, el desarrollo y la transmisión del conocimiento en todas sus formas y expresiones y, promover su utilización en todos los campos para solucionar las necesidades del país;

Prestar a la comunidad un servicio con calidad, el cual hace referencia a los resultados académicos, a los medios y procesos empleados, a la infraestructura

institucional, a las dimensiones cualitativas y cuantitativas del mismo y a las condiciones en que se desarrolla cada institución;

Ser factor de desarrollo científico, cultural, económico, político y ético a nivel nacional y regional;

Actuar armónicamente entre sí y con las demás estructuras educativas y formativas;

Contribuir al desarrollo de los niveles educativos que le preceden para facilitar el logro de sus correspondientes fines;

Promover la unidad nacional, la descentralización, la integración regional, y la cooperación interinstitucional con miras a que las diversas zonas del país dispongan de los recursos humanos y de las tecnologías apropiadas que les permitan atender adecuadamente sus necesidades;

Promover la formación y consolidación de comunidades académicas y la articulación con sus homólogas a nivel internacional;

Promover la preservación de un medio ambiente sano y fomentar la educación y cultura ecológica, y Conservar y fomentar el patrimonio cultural del país.

**Artículo 7º** Los campos de acción de la educación superior son: el de la técnica, el de la ciencia, el de la tecnología, el de las humanidades, el del arte y el de la filosofía

**Artículo 16.** Son instituciones de educación superior:

- a. Instituciones técnicas profesionales;
- b. Instituciones universitarias, o, escuelas tecnológicas, y
- c. Universidades

**Artículo 17.** Son instituciones técnicas profesionales, aquellas facultadas legalmente para ofrecer programas de formación en ocupaciones de carácter operativo e instrumental y de especialización en su respectivo campo de acción, sin perjuicio de los aspectos humanísticos propios de este nivel.

**Artículo 24.** El título, es el reconocimiento expreso de carácter académico, otorgado a una persona natural, a la culminación de un programa, por haber adquirido un saber determinado en una institución de educación superior. Tal reconocimiento se hará constar en un diploma.

El otorgamiento de títulos en la educación superior es de competencia exclusiva de las instituciones de ese nivel de conformidad con la presente ley

Parágrafo. En los títulos que otorguen las instituciones de educación superior se dejará constancia de su correspondiente personería jurídica.

## 2.4 MARCO CONCEPTUAL

**2.4.1 Área de conocimiento.** Agrupación que se hace de los programas académicos, teniendo en cuenta cierta afinidad en los contenidos, en los campos específicos del conocimiento, en los campos de acción de la educación superior cuyos propósitos de formación conduzcan a la investigación o al desempeño de ocupaciones, profesiones y disciplinas. Las áreas de conocimiento son ocho:

- Agronomía, Veterinaria y afines
- Ciencias Sociales y Humanas
- Bellas Artes
- Economía, Administración, Contaduría y afines
- Ciencias de la Educación
- Ingeniería, Arquitectura, Urbanismo y afines
- Ciencias de la Salud
- Matemáticas y Ciencias Naturales

**2.4.2 Carácter académico-educación superior:** Naturaleza o vocación en el quehacer académico de una institución de educación superior. Las instituciones de educación superior se clasifican de acuerdo con su carácter académico, así: Universidad, Institución universitaria, Institución tecnológica e Institución técnica profesional.

**2.4.3 Competencia:** Capacidad compleja que integra conocimientos, potencialidades, habilidades, destrezas, prácticas y acciones que se manifiestan en el desempeño en situaciones concretas, en contextos específicos (saber hacer en forma pertinente). Las competencias se construyen, se desarrollan y evolucionan permanentemente.

**2.4.3 Competencias laborales:** Conocimientos, habilidades, aptitudes y actitudes necesarias para desempeñarse eficazmente en situaciones específicas de trabajo. Capacidad de resolver en forma autónoma y flexible los problemas que se presenten en el ejercicio de las funciones y de colaborar en el entorno profesional y en la organización del trabajo.

**2.4.4 Calidad en la educación superior:** Atributo del servicio público de la educación en general, y en particular, al modo como ese servicio se presta, expresado en el grado de cumplimiento de un conjunto de características que exponen las condiciones que sería deseable lograr por un programa o una institución.

**2.4.5 Educación superior:** Proceso de formación permanente, personal, cultural y social que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de una

manera integral, se realiza con posterioridad a la educación media y tiene por objeto el pleno desarrollo de los estudiantes y su formación académica o profesional.

A la educación superior corresponde, primordialmente, el cultivo de la ciencia, la investigación y el desarrollo tecnológico, con un enfoque pedagógico y curricular que capacite al estudiante como persona y ciudadano, a la vez que ofrece a la sociedad y al país la formación del talento humano que requiere su progreso en todos los campos del conocimiento.

**2.4.6 Instituciones técnicas profesionales:** Instituciones de educación superior que se caracterizan por su vocación e identidad manifiestas en los campos de los conocimientos y el trabajo en actividades de carácter técnico, debidamente fundamentadas en la naturaleza de un saber, cuya formación debe garantizar la interacción de lo intelectual con lo instrumental, lo operacional y el saber técnico.

Estas instituciones podrán ofrecer y desarrollar programas de formación hasta el nivel profesional sólo por ciclos propedéuticos y en las áreas de las ingenierías, tecnología de la información y administración, siempre que se deriven de los programas de formación técnica profesional y tecnológica que ofrezcan, y previo cumplimiento de los requisitos señalados en la ley. También podrán ofrecer y desarrollar programas de especialización en su respectivo campo de acción.

**2.4.7 Programa académico:** Conjunto de asignaturas, materias u ofrecimientos educativos, organizado por disciplinas, de tal forma que da derecho a quien lo completa satisfactoriamente a recibir de la institución que lo ofrece un reconocimiento académico, producto del estudio formal y según el nivel de formación.

### **3. METODOLOGÍA**

Analizar la pertinencia de los programas académicos del instituto American Center Computer es el objetivo general del trabajo, para darle pleno cumplimiento es necesario hacer un estudio descriptivo tanto cualitativo como cuantitativo. En el marco de la metodología de Investigación Científica se realizarán observaciones, inducciones, deducciones, análisis y síntesis con el propósito de proponer sugerencias para mejorar la educación ofrecida por el instituto en caso de ser necesario.

Así mismo busca caracterizar los eventos que construyen la realidad educativa del Instituto American Center Computer empleando un método sistemático y comparable, verificable con la realidad social obteniendo la propuesta final que será aplicable para buscar posibles soluciones a la problemática que se ha detectado.

Es necesario también aplicar la subjetividad y afectividad por parte de los actores sociales para entender las realidades desde las cuales los jóvenes de la ciudad de San Juan de Pasto ofrecen sus respuestas, para tal fin se hace indispensable el uso de la hermenéutica, ya que esta tiene en cuenta el enraizamiento cultural.

#### **3.1 POBLACIÓN Y MUESTRAS**

En primer lugar para realizar la matriz DOFA, es necesario la percepción directa de la realidad del instituto American Center Computer, para determinar los factores externos que pueden afectar de manera directa o indirecta al instituto. Para conocer los factores internos, también se emplea la percepción directa, pero sumado a esto se realizarán encuestas a los profesores y estudiantes del instituto. El número total de estudiantes es de 98<sup>3</sup> y de formadores 11, por pedido expreso del director del instituto las encuestas se realizarán a la totalidad de estudiantes y formadores. Estas encuestas se realizarán en las fechas estipuladas en el cronograma de actividades.

Para analizar la demanda de programas académicos, se realizarán encuestas a los habitantes de la ciudad. Se toma como población la cantidad de jóvenes (entre 14 y 26 años) en la ciudad de San Juan de Pasto, datos suministrados por el programa de la alcaldía de la ciudad, Pasto Joven. De esta manera la población es de: 112.386 jóvenes, por lo tanto, la muestra para realizar las encuestas es de: 383 encuestas, teniendo en cuenta un nivel de confianza de 95% y un error del 5%. Estas encuestas se realizan con el fin de conocer las demandas que a nivel

---

<sup>3</sup> Datos suministrados por la coordinación académica del Instituto American Center Computer de estudiantes matriculados al día 13 de septiembre de 2013

de educación técnica presentan los jóvenes de la ciudad y el grado de preferencia que los mismos tienen por el instituto American Center Computer.

También se realizarán encuestas a los empresarios de la ciudad con el fin de conocer cuáles son los conocimientos a nivel técnico que exigen a las personas que acuden en búsqueda de un empleo formal. Dichas encuestas se realizarán en 371 empresas que pertenecen a diferentes sectores de la economía, el cálculo de la muestra se realizó mediante la siguiente fórmula:

Teniendo en cuenta un nivel de confianza del 95% y un error del 5%.

Para determinar la población de estudio es necesario acceder a la base de registro de la cámara de comercio de San Juan de Pasto, tomando como fuente el boletín estadístico. Movimiento de registros públicos. Primer semestre de 2013, se tuvo en cuenta el total de establecimientos de comercio en la ciudad para dicha fecha.

$$\frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))}$$

**Tabla 1. Cámara de Comercio de Pasto. Municipio de Pasto. Número total de Establecimientos de comercio. Primer semestre de 2013**

<b>Actividad económica</b>	<b>Municipio de Pasto</b>	<b>PART. PORCENTUAL</b>	<b>NUMERO ENCUESTAS</b>
(A) Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y Pesca	79	0,71%	3
(B) Explotación de Minas y Canteras	15	0,14%	1
(C) Industria Manufacturera	1016	9,19%	34
(D) Suministro de Electricidad, Gas, vapor y aire acondicionado	18	0,16%	1
(E) Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental	22	0,20%	1
(F) Construcción	157	1,42%	5
(G) Comercio y Reparación de Vehículos	5951	53,81%	200
(H) Transporte y Almacenamiento	329	2,97%	11
(I) Alojamiento y servicios de comida	1120	10,13%	38
(J) Información y comunicaciones	360	3,25%	12
(K) Actividades financieras y de seguros	179	1,62%	6
(L) Actividades Inmobiliarias y de Alquiler	58	0,52%	2
(M) Actividades profesionales, científicas y técnicas	308	2,78%	10
(N) Actividades de servicios administrativos y de apoyo	351	3,17%	12
(O) Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	32	0,29%	1
(P) Educación	124	1,12%	4
(Q) Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	257	2,32%	9
(R) Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	204	1,84%	7
(S) Otras actividades de servicios	480	4,34%	16
<b>Total</b>	<b>11060</b>	<b>100%</b>	<b>371</b>

Fuente: Cámara de comercio

La investigación al ser cuantitativa permitirá que después de ser interpretadas las respuestas de las encuestas y entrevistas, se pueda dar pleno cumplimiento a los objetivos trazados inicialmente.

De esta manera la metodología a seguir es la siguiente:

En primer lugar se realizará la revisión bibliográfica, con el propósito de conocer antecedentes, características de la población juvenil, y elaborar el marco de referencia de la población. Para esto se tiene en cuenta las fuentes de información secundaria.

En segundo lugar, se procederá a la elaboración del anteproyecto, en donde se especifican los objetivos a cumplir en la pasantía.

Seguido de esto se aplicaran las encuestas en la ciudad de San Juan de Pasto, tanto a los jóvenes como a los empresarios de la ciudad que constituyen las fuentes primarias de la pasantía.

Luego se realizará la presentación de resultados con las técnicas e instrumentos que posteriormente se describen.

El análisis de los resultados se realizará una vez se hayan realizado las gráficas y/o cuadros que dejo como resultado la interpretación de resultado, esto con el fin de cumplir de manera efectiva con los objetivos planteados en la pasantía, acto seguido se contrastara la información obtenida con la información que se tiene sobre el American Center Computer, realizando una matriz DOFA.

Finalmente se procederá a la elaboración del proyecto final.

### **3.1.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.**

Las técnicas son encuestas.

**Encuestas:** las encuestas permiten conocer la percepción de estudiantes, profesores, y jóvenes de San Juan de Pasto, sobre el Instituto American Center Computer y sus programas académicos que permitan comprender de mejor manera la realidad. También la opinión sobre aspectos concernientes a las necesidades académicas de los jóvenes en general. (Ver anexos. Formatos de encuesta)

Los **instrumentos** son los formatos de encuesta a estudiantes, formadores, jóvenes y empresarios de la ciudad de San Juan de Pasto.

La recolección y análisis de los datos la realizará directamente el investigador en las fechas establecidas en el cronograma de actividades.

### **3.1.2 Fuentes De Información.**

**3.1.2.1 Primarias:** las fuente de información primarias se obtendrán del resultado de las encuestas realizadas a los jóvenes entre 14 y 26 años de San Juan de Pasto, estudiantes del Instituto American Center Computer, también se incluye la observación directa que permite registrar los comportamientos de las personas encuestadas.

**3.1.2.2 Secundaria:** toda la información disponible en fuentes de tipo bibliográfico además de textos o publicaciones que se encuentren en internet relacionadas con el tema de la investigación.

### **3.1.3 Técnicas De Análisis E Interpretación De Resultados.**

Lo que se busca es alcanzar a resumir las observaciones encontradas en el trabajo de campo, para dar respuestas a los interrogantes que se tenían al iniciar la investigación, para tal efecto es necesario establecer un ordenamiento, categorización y manipulación de los datos.

**3.1.3.1 Codificación Y Tabulación De Datos:** para tal efecto se necesitara de un computador que cuente con el programa Microsoft Excel, para trabajar con hojas de cálculo y así tabular la información obtenida.

**3.1.3.2 Presentación De Datos:** Se necesita realizar diferentes tipos de gráficas (circulares, de barras, etc.), que faciliten la interpretación de los resultados, en las variables seleccionadas como por ejemplo el ingreso, nivel de satisfacción, etc. Según corresponda en cada objetivo. Para ello se necesita el programa que permita crear las gráficas ya mencionadas, en este caso Microsoft Excel.

**3.1.3.3 Análisis De Los Resultados:** Una vez realizada la tabulación y graficación, es necesario realizar un análisis de esos resultados, para formular conclusiones que permitan acercarse al diagnóstico esperado y planteado en la investigación.

En función del análisis estadístico de los resultados, es la distribución porcentual la que nos permitirá traducir y analizar de forma crítica valorativa los resultados obtenidos, en función de las categorías y grupos considerados, que a su vez, sustentaran la propuesta descrita como objeto de la presente investigación.

## **3.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

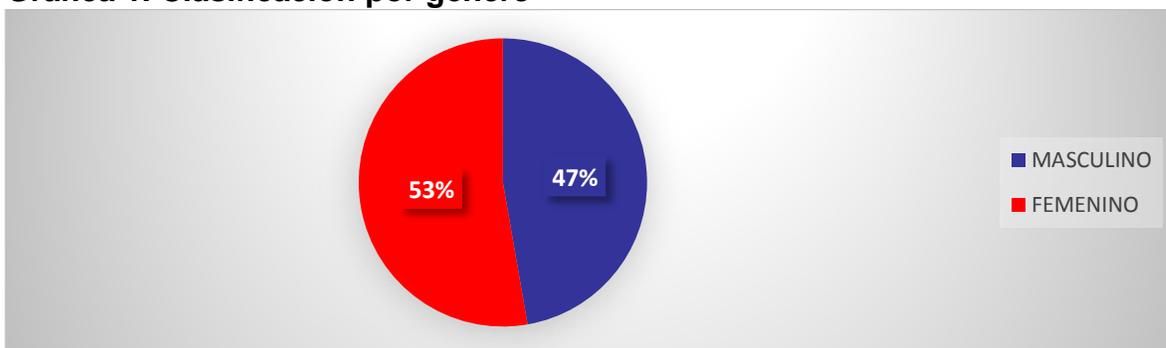
**3.2.1 Espacio Geográfico:** San Juan de Pasto

**3.2.2 Cobertura Temporal:** Julio de 2013 a Septiembre de 2014

#### 4. PERTINENCIA DE LOS PROGRAMAS ACADÉMICOS OFRECIDOS POR EL INSTITUTO AMERICAN CENTER COMPUTER

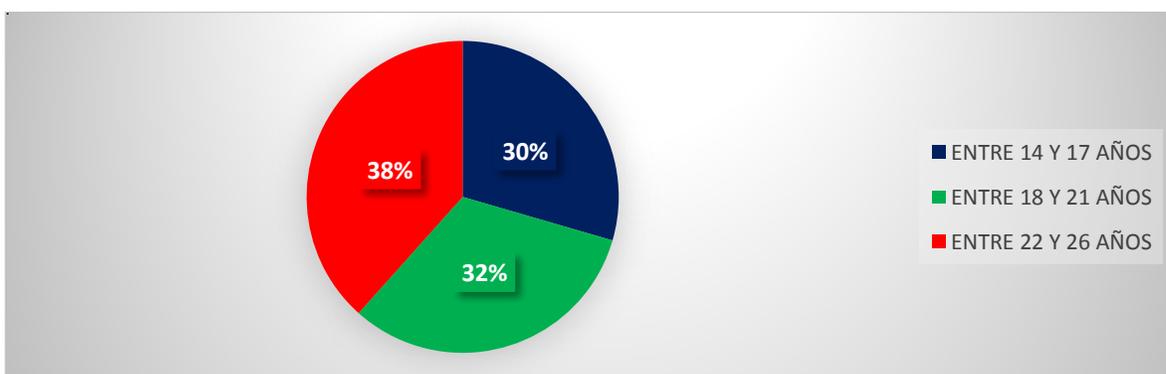
##### 4.1 PROGRAMAS ACADÉMICOS QUE TIENEN MAYOR DEMANDA EN JÓVENES ENTRE LOS 14 Y 26 AÑOS DE SAN JUAN DE PASTO. 2013

Gráfica 1. Clasificación por género



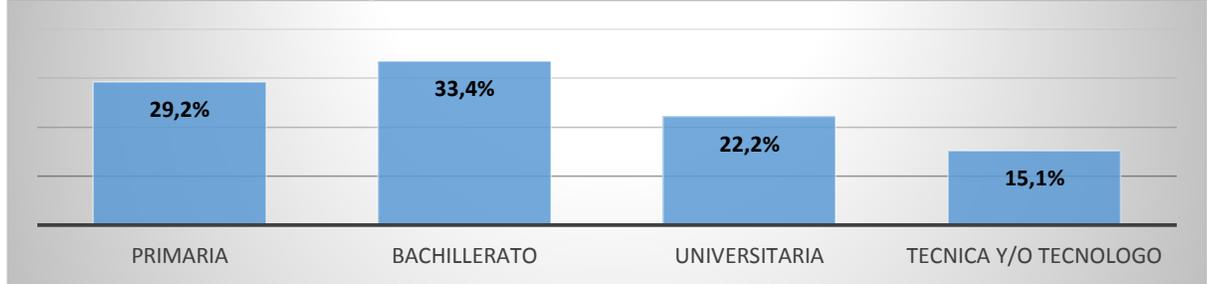
Como se puede observar en la gráfica 1, el 53% del total de los jóvenes encuestados son mujeres, mientras que el 47% son hombres, lo que indica que en un pequeño porcentaje se encuestó a más mujeres que hombres.

Gráfica 2. Clasificación por edad



Del total de encuestados, la mayor participación según rango de edad la tienen los jóvenes entre 22 y 26 años con el 38% debido en gran parte a que el rango de edad en este caso es ligeramente superior a los otros dos, en segundo lugar se encuentran los jóvenes entre 18 y 21 años con el 32% y finalmente el 30% de la población encuestada corresponde a jóvenes entre los 14 y los 17 años.

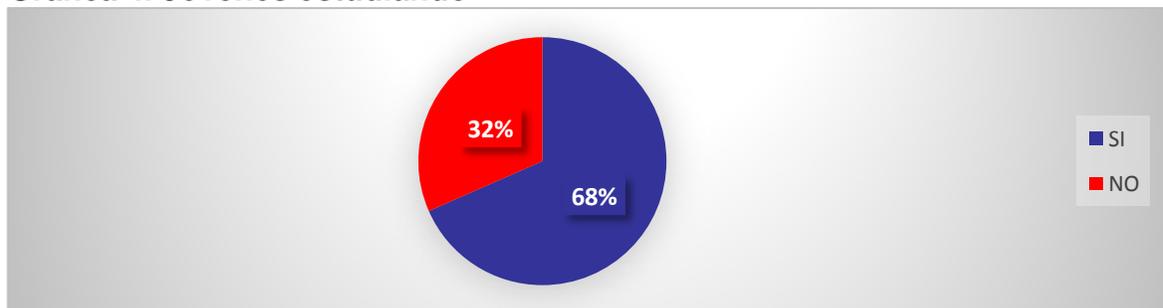
**Gráfica 3. Clasificación por estudios terminados**



En esta clasificación el encuestado responde de acuerdo al mayor título académico alcanzado a la fecha de la realización de la encuesta.

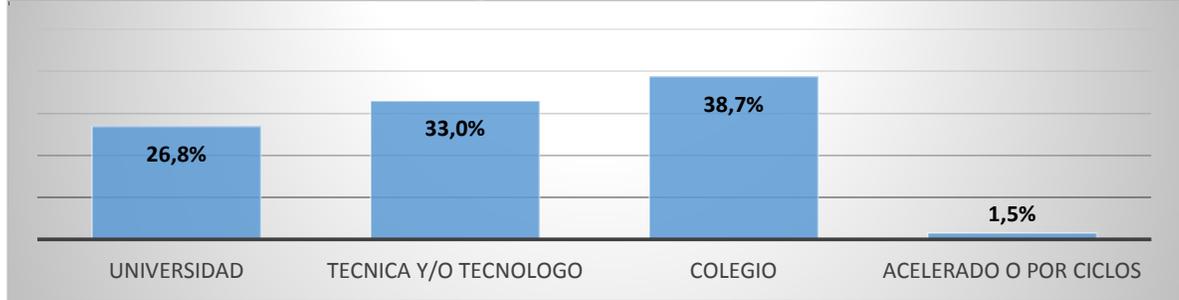
De esta manera la mayoría de los jóvenes encuestados manifestó que el máximo título alcanzado es el de bachiller, la participación porcentual en este caso fué de 33,4%, mientras que los jóvenes que han obtenido el título de básica primaria corresponden al 29,2% del total de la población encuestada, este elevado porcentaje se debe principalmente al alto grado de participación de jóvenes que se encuentran estudiando actualmente en un colegio. En tercer lugar se tiene a los profesionales, es decir jóvenes que terminaron sus estudios universitarios, con una participación del 22,2% principalmente jóvenes que se encuentran entre los 22 y 26 años, finalmente aparecen los jóvenes que terminaron sus estudios técnicos y/o tecnólogos, con una participación del 15,1%, en este caso no existe un rango de edad dominante con respecto a los demás, es decir, se encuentran titulados técnicos y/o tecnológicos en todos los rangos de edad.

**Gráfica 4. Jóvenes estudiando**



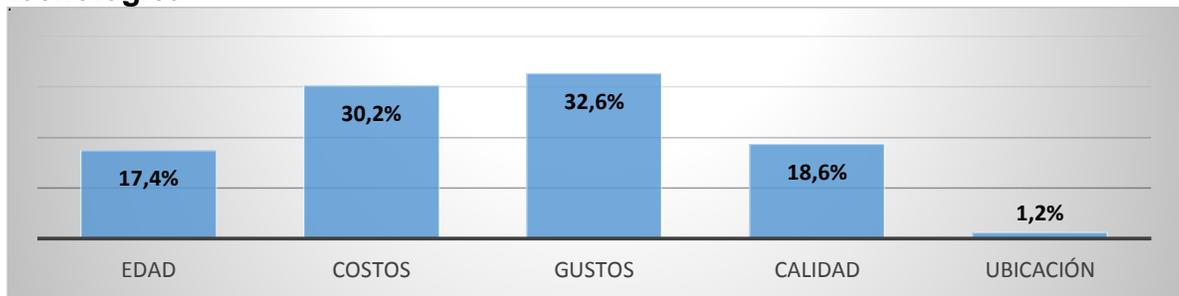
Como la gráfica 4 indica, el mayor porcentaje de los jóvenes encuestados (68%) se encuentra estudiando en el momento de responder a la encuesta, mientras que el 32% restante manifestaron no estar estudiando en el momento de la encuesta.

**Gráfica 5. Jóvenes estudiando por institución educativa**



La gráfica 5 permite ver que la mayoría de los jóvenes de la ciudad de San Juan de Pasto, se encuentran estudiando en un colegio al momento de realizar la encuesta, con una participación del 38,7%, mientras que aquellos jóvenes que estudian en una institución de carácter técnica y/o tecnológica ocupan el 33% del total, así mismo los jóvenes que estudian en una universidad tienen una participación del 26,8%.y finalmente los jóvenes que estudian en instituciones de educación acelerada o por ciclos el 1,5%. El hecho de que la mayor participación la tengan los jóvenes que estudian en un colegio, es una clara oportunidad para el instituto American Center Computer ya que ellos busquen en un futuro cercano ingresar a una institución de carácter superior como lo son las universidades o los institutos técnicos y/o tecnológicos.

**Gráfica 6. Principales motivos para estudiar en una institución técnica y/o tecnológica**



La gráfica 6 muestra los principales motivos por los cuales los jóvenes que estudian en una institución técnica y/o tecnológica tomaron la decisión de estudiar en dicha institución, con esto tenemos que la principal motivación son los gustos y/o preferencias, con una participación del 32,6% de los jóvenes, mientras que el 30,2% estudia en estas instituciones debido a los costos, que en comparación con la mayoría de instituciones universitarias es menor, el 17,4% de los jóvenes encuentra su principal motivación en la edad que tienen en el momento, es decir, consideran oportuno realizar estudios técnicos y/o tecnológicos en ese instante, y finalmente con el 18,6% se encuentran los jóvenes que por la calidad de las instituciones técnicas y/o tecnológicas optaron por estudiar en dicha institución.

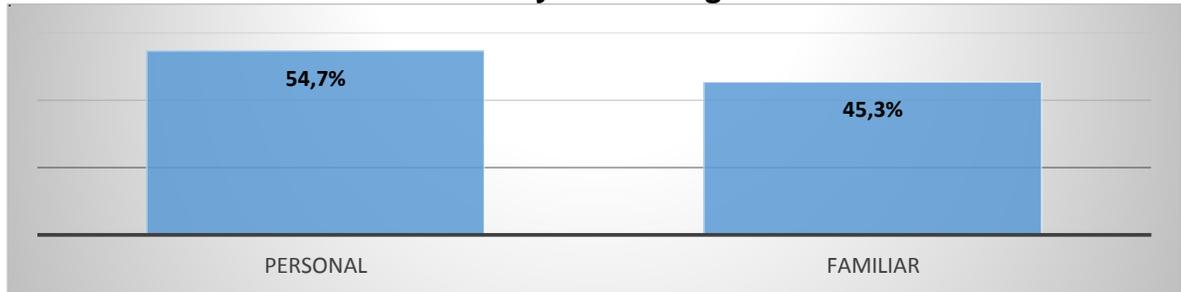
**Gráfica 7. Costos de matrícula (trimestral) de programas académicos de instituciones técnicas y/o tecnológicas**



La gráfica 7 permite ver los costos de matrícula trimestrales en instituciones técnicas y/o tecnológicas.

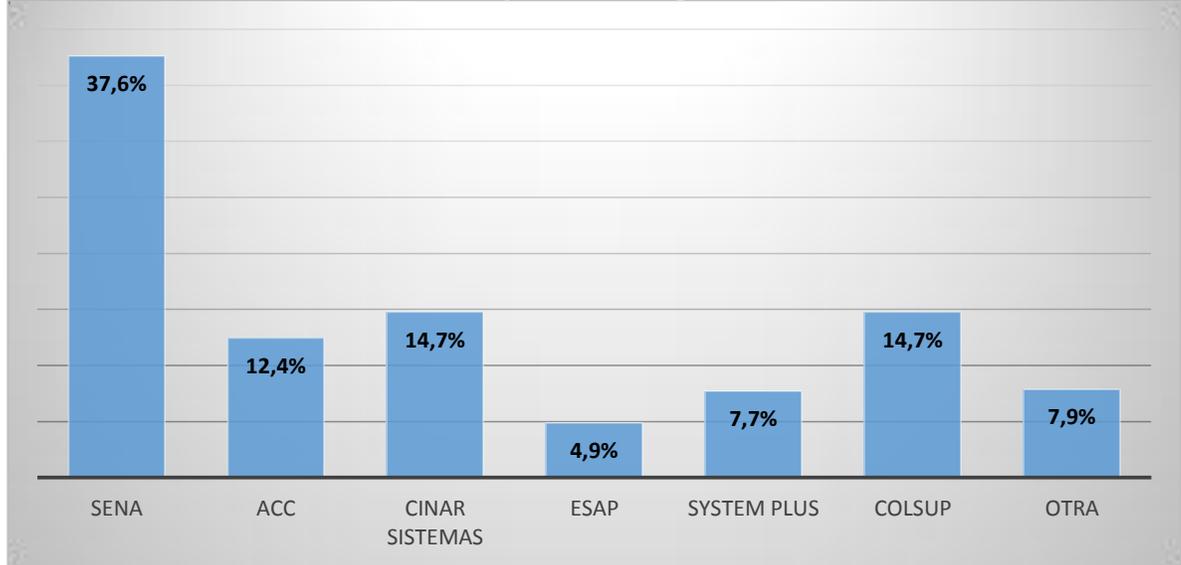
De esta manera se puede deducir que la mayoría de los jóvenes pagan trimestralmente entre \$400.001 y \$700.000 pesos, con una participación del 57%, el 34,9% de los jóvenes pagan entre \$100.001 y \$400.000 pesos, finalmente, el 8,1% pagan menos de \$100.000 pesos. Cabe aclarar que en el último caso el costo de matrícula es subsidiado por el estado. En estos términos cabe destacar que más de la mitad de los jóvenes que estudian en instituciones técnicas y/o tecnológicas pagan trimestralmente más de lo que pagarían en el Instituto American Center Computer.

**Gráfica 8. Personas que asumen los costos de matrícula de jóvenes que estudian en instituciones técnicas y/o tecnológicas**



La gráfica 8 permite ver que la mayoría de los jóvenes asumen sus propios costos de matrícula, con una participación de 54,7%, mientras que para el 45,3% de los jóvenes restantes, los costos de matrícula lo asume algún familiar. Lo que indica que muchos jóvenes tienen que costearse sus propios estudios, en gran medida porque son independientes dada su edad superior a 23 años.

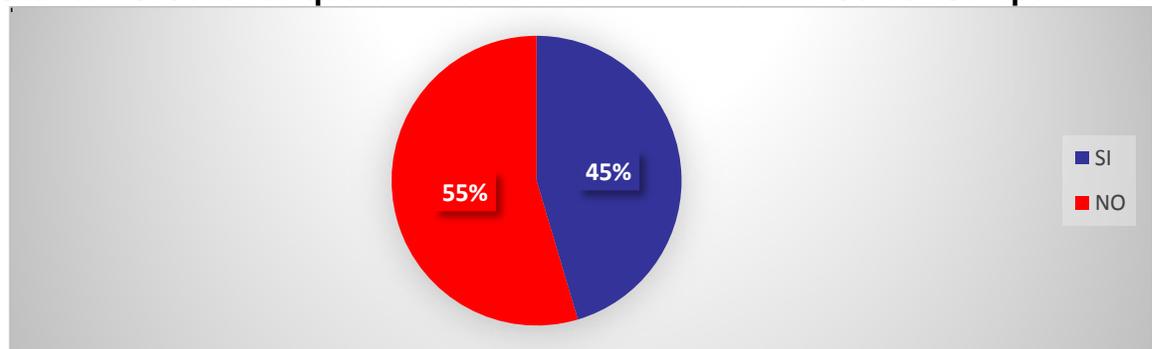
**Gráfica 9. Instituciones técnicas y/o tecnológicas más reconocidas**



En la pregunta los jóvenes podían seleccionar las dos instituciones que más reconocían, o que consideraban las mejores.

Como indica la gráfica 9 la institución educativa técnica y/o tecnológica con mayor reconocimiento por parte de los jóvenes es el SENA, con el 37,6% de jóvenes que manifestaron conocerlo y/o considerarlo como el mejor instituto, en segundo lugar se encuentran el instituto Cinar Sistemas y el Instituto COLSUP con el 14,7% del total de jóvenes, seguido se tiene con el 12,4% de la población encuestados el Instituto American Center Computer, que si bien no tiene un porcentaje muy alto de reconocimiento, si se encuentra muy cerca de los institutos que se encuentran en segundo lugar, en cuarto lugar y con el 7,7% se tiene al instituto System Plus, finalmente con el 4,9% La ESAP.

**Gráfica 10. Jóvenes que conocen al Instituto American Center Computer**

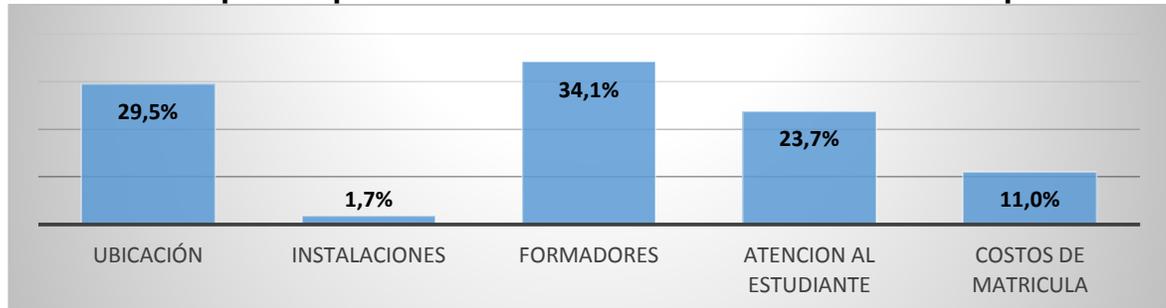


La gráfica 10 indica que la mayoría de los jóvenes de San Juan de Pasto, antes de ser encuestados no conocían al instituto American Center Computer, esto lo

confirma el 55% de jóvenes que así lo manifestaron, en contrapartida se tiene el 45% de jóvenes restantes que manifestó conocer al instituto.

El porcentaje de jóvenes que conoce al instituto American Center Computer no es muy alto, por lo cual el desconocimiento por parte de los jóvenes se convierte en una debilidad del instituto como se analizará más adelante en la realización de la matriz DOFA.

**Gráfica 11. Aspectos positivos del Instituto American Center Computer**



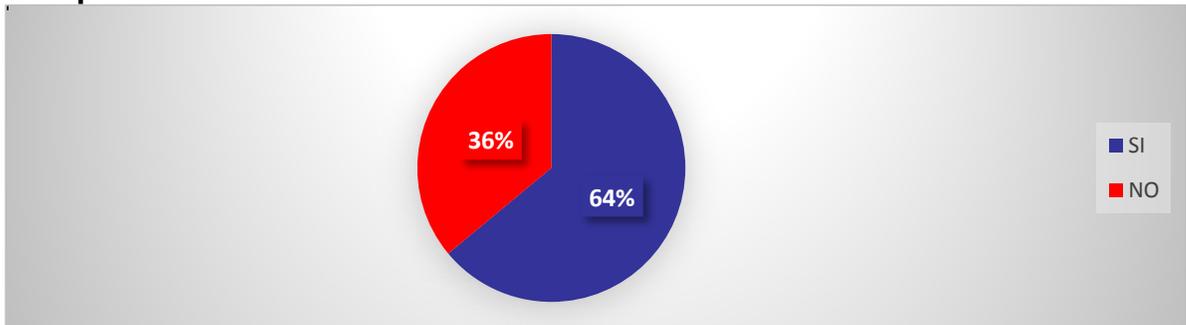
En la gráfica 11 se puede observar los aspectos positivos del instituto American Center Computer para los jóvenes de San Juan de Pasto, de esta manera se puede afirmar que al aspecto más importante y que más se destaca del instituto en los jóvenes es la calidad de los formadores, ya que 34,1% del total de la población encuestada así lo confirma, en segundo lugar y con una participación porcentual alta del 29,5% se tiene como factor positivo la ubicación del instituto, en este sentido cabe decir que este factor es muy relativo ya que depende de la distancia que deben recorrer los estudiantes o jóvenes en general para llegar hasta el instituto, en tercer lugar se destaca la atención al estudiante o jóvenes en general con un 23,7% de la población encuestada, en cuarto lugar se encuentran los costos de matrícula con un 11%. Cabe destacar en este punto que como se demostró en la gráfica los costos en general de estudiar en una institución técnica y/o tecnológica son altos, y dichos costos en el Instituto American Center Computer son menores a los de otros institutos.

**Gráfica12. Aspectos negativos del Instituto American Center Computer**



Como se puede observar en la gráfica 12, con el 49,1% del total de jóvenes encuestados, el principal aspecto negativo del instituto American Center Computer es el estado de los equipos de cómputo, lo cual genera que los jóvenes no terminen de decidir por estudiar en el instituto, este aspecto es muy importante resaltarlo debido a que prácticamente la mitad de los jóvenes consideran que el estado de los equipos es malo, en seguida se tiene que el estado de las instalaciones es malo, por eso el 37% de los jóvenes lo consideran como un aspecto negativo, en tercer lugar se tiene que la ubicación es otro factor negativo del instituto con el 9,8% debido a la distancia que deben recorrer estudiantes o jóvenes en general para llegar al instituto, aunque como se mencionó anteriormente este factor es relativo, ya que dependiendo del lugar en el que los jóvenes vivan dirán que es bueno o malo, finalmente tan solo el 4% de la población encuestada manifiesta los costos de matrícula como un factor negativo.

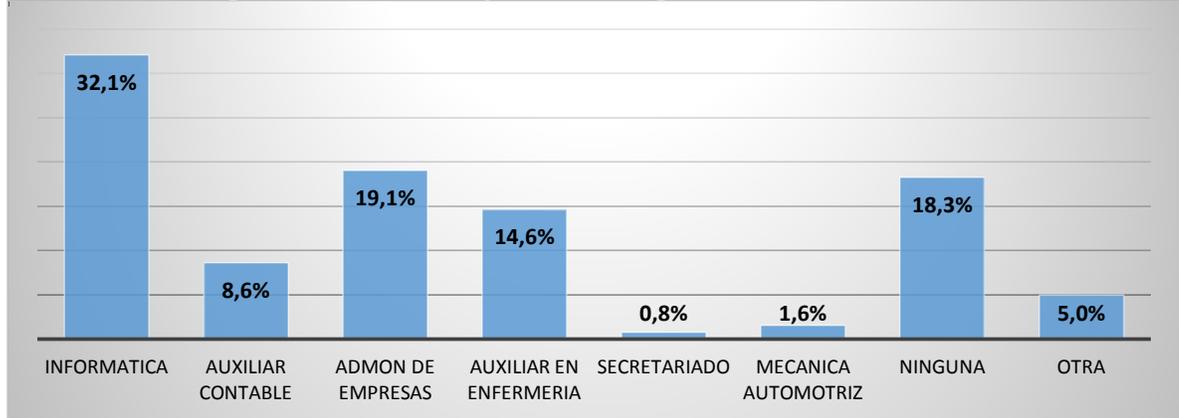
**Gráfica13. Jóvenes dispuestos a estudiar en el Instituto American Center Computer**



Se les preguntó a los estudiantes si una vez revisado el pensum académico entregado al momento de realizar la encuesta, les gustaría estudiar en el instituto American Center Computer, y tal como demuestra la gráfica 13, la mayoría de los jóvenes afirmaron que sí, es decir, que un total de 64% de los jóvenes estudiarían en el instituto, el 36% restante manifestaron que no les gustaría estudiar en la institución.

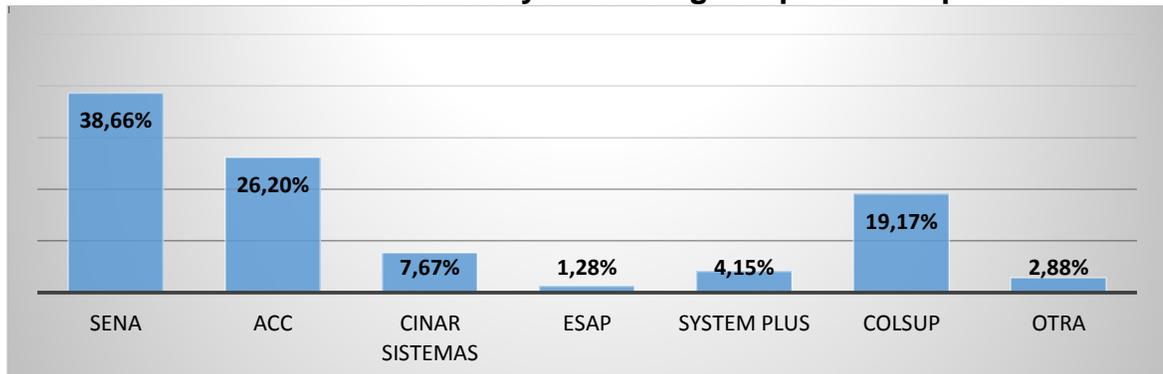
Lo anterior es muy importante ya que el pensum académico demuestra tener muchos aspectos a rescatar y lo más importante es del agrado de los jóvenes que son estudiantes en potencia del instituto.

**Gráfica14. Programas técnicos y/o tecnológicos más demandados**



La gráfica 14 indica que el programa técnico y/o tecnológico más demandado por los jóvenes de San Juan de Pasto es informática con un 32,1% del total de población encuestada, este resultado es favorable al instituto American Center Computer ya que la institución ofrece dicho programa, también hay que aclarar que en este ítem se contempla cualquier programa afín con informática, como por ejemplo, ofimática, diseño gráfico, etc., en segundo lugar se tiene el programa de auxiliar en administración de empresas con un 19,1%, en este caso cabe destacar que en la ciudad de Pasto prácticamente ninguna institución ofrece este programa, por lo cual incluirlo en el instituto American Center Computer puede ser una buena estrategia, en tercer lugar se tiene a los jóvenes que no quieren estudiar ninguna carrera técnica y/o tecnológica, luego aparece el programa como auxiliar de enfermería con el 14,6%, posteriormente el programa de auxiliar contable con un 8,6% de los jóvenes y finalmente otros programas con el 5%, secretariado con el 0,8% y mecánica automotriz con el 1,6%.

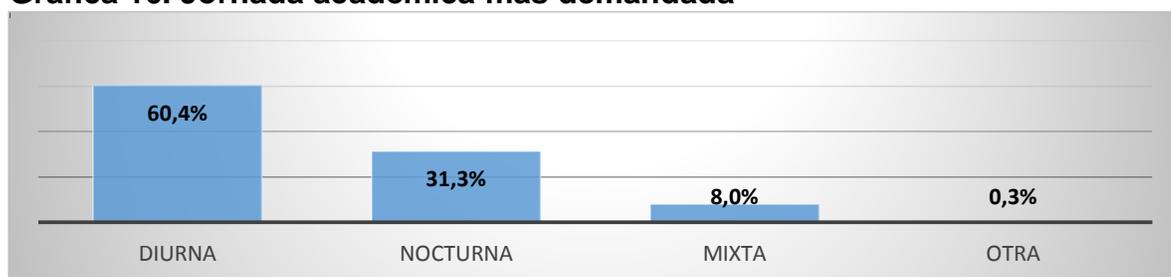
**Gráfica 15. Instituciones técnicas y/o tecnológicas preferidas para estudiar**



Teniendo en cuenta el programa técnico y/o tecnológico que los jóvenes de la ciudad de San Juan de Pasto quieren estudiar, se les pregunto en qué centro educativo prefieren realizar dichos estudios, lo cual llevo a que el instituto en cual

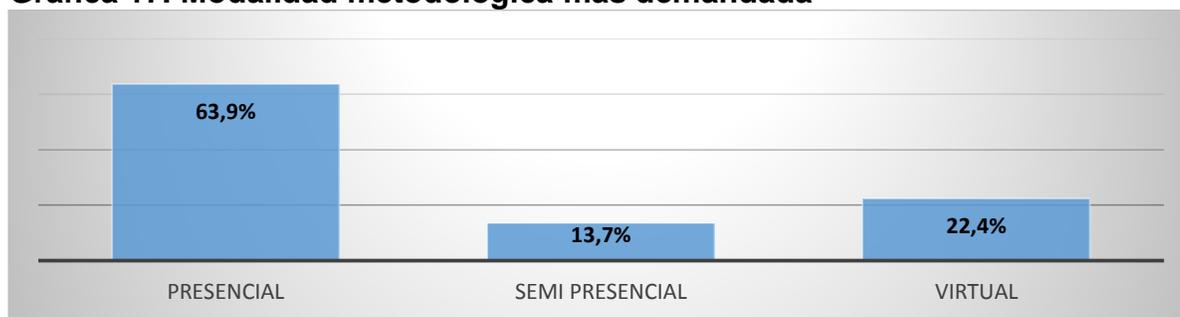
la mayoría de jóvenes desearía estudiar es el SENA, en gran medida porque es una institución de carácter público y sin costos de matrícula en la mayoría de los casos, además de los beneficios extracurriculares que brindan, en segundo lugar se tiene al Instituto American Center Computer, debido a que algunos jóvenes ya conocían al instituto pero además porque les pareció conveniente el pensum académico anexo a la encuesta. En tercer lugar y también con un alto porcentaje se tiene al instituto COLSUP, sobre todo por la calidad de infraestructura que posee, el resto de institutos presentan un porcentaje bajo, por ejemplo el Cinar Sistemas con un 7,67%, el instituto System Plus con 4,15%, y la ESAP con 1,28%.

**Gráfica 16. Jornada académica más demandada**



Como indica la gráfica 16 la jornada que mayor demanda tiene entre los jóvenes de San Juan de Pasto es la diurna, con una participación del 60,4%, en gran medida por la facilidad que existe de transportarse en esas horas, además por cuestiones de seguridad y gustos. También la jornada nocturna cuenta con buena demanda ya que el 31,3% de los jóvenes la prefieren en gran medida porque prefieren el día para trabajar o realizar otras actividades, la jornada mixta representa el 8%.

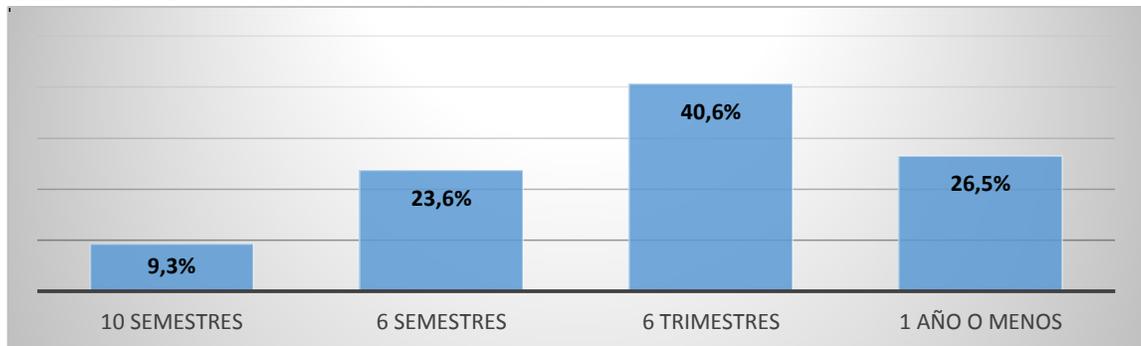
**Gráfica 17. Modalidad metodológica más demandada**



En cuanto a la modalidad metodológica más demandada por los jóvenes de San Juan de Pasto, la gráfica 17 muestra que la preferida es la presencial, a criterio de los jóvenes porque de esta manera garantizan un mejor aprendizaje, en segundo lugar se tiene la modalidad virtual, con un 22,4% de los jóvenes, principalmente por motivos como el trabajo o la realización de otras actividades que no permiten

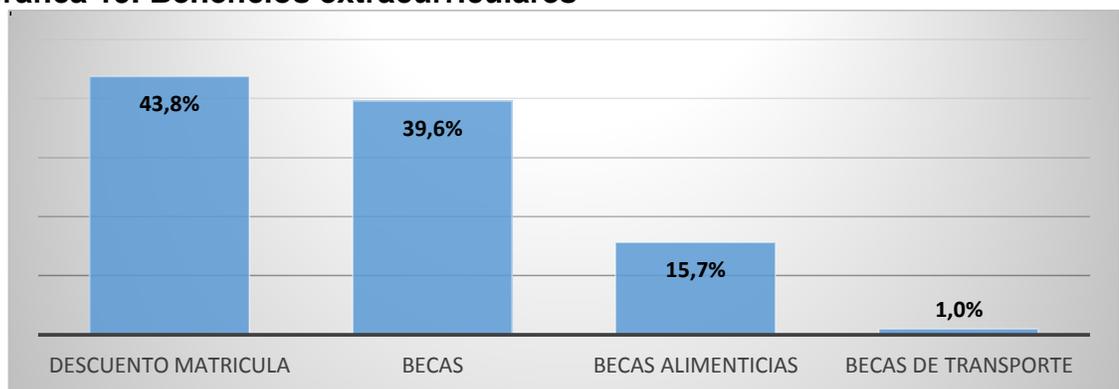
asistir a un establecimiento educativo, finalmente se encuentra la modalidad semi-presencial con un 13,7%.

**Gráfica 18. Duración de los estudios**



Como se puede ver en la gráfica 18, los jóvenes prefieren que sus estudios de carácter técnico y/o tecnológico duren 6 trimestres académicos, duración que tienen los programas académicos en el Instituto American Center Computer, esta demanda por parte de los jóvenes de San Juan de Pasto representa el 40,6% del total de población encuestada. En segundo lugar los jóvenes prefieren que sus estudios duren menos de 1 año, en tercer lugar con el 23,6% se tiene la duración de 6 semestres es decir, 3 años, ante todo aquellos jóvenes que prefieren estudiar programas como auxiliar en enfermería, y por último la duración de 6 semestres con el 23,6%, seguido de la duración de 10 semestres con el 9,3%.

**Gráfica 19. Beneficios extracurriculares**



En Cuanto a los beneficios extracurriculares que los estudiantes demandan en su mayoría se puede observar en la gráfica 18 que los descuentos en el valor de la matricula con el 43,8% tiene la preferencia de los jóvenes de San Juan de Pasto, en segundo lugar se puede observar como las becas educativas también son altamente demandadas con el 39,6% de los jóvenes, las becas alimenticias y becas de transporte con el 15,7% y 1% respectivamente son de la preferencia de los estudiantes, aunque cabe aclarar en este sentido que los dos beneficios, son casi en su totalidad demandados por aquellos jóvenes que desean estudiar en el SENA.

En conclusión una vez analizados los resultados de la investigación para demostrar y cumplir con el primer objetivo específico se toma como las más importantes las siguientes conclusiones:

Los jóvenes que estudian en una institución técnica y/o tecnológica, tomaron esa decisión principalmente por sus gustos y preferencias, de la misma manera más de la mitad de los jóvenes que se encuentra estudiando en una institución técnica y/o tecnológica manifestó pagar por el rubro de matrícula entre \$401.000 y \$700.000 pesos, y dicho pagolo realizan técnicamente de la misma manera familiares como el propio joven.

El aspecto que los jóvenes de Pasto indicaron como el más positivo del instituto American Center Computer fue la calidad de sus formadores, así mismo el aspecto negativo mayor escogido fue el estado de los equipos del instituto.

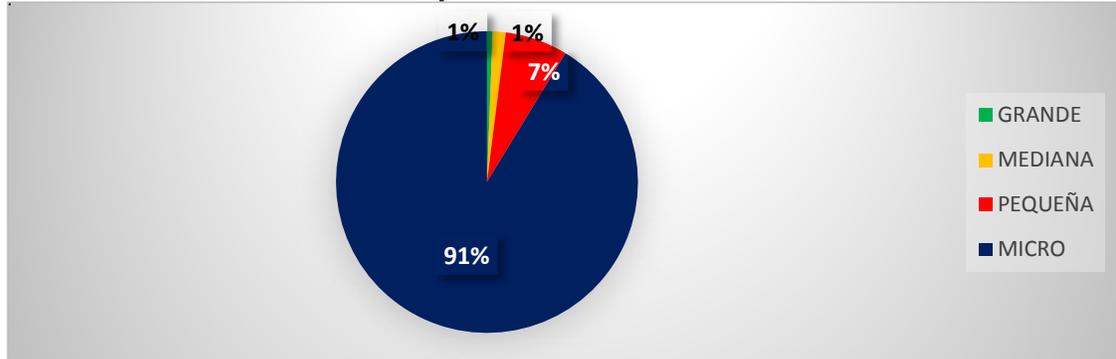
La mayoría de los jóvenes prácticamente 2/3 de los mismos, aseguró que le gustaría estudiar en el instituto American Center Computer, en el caso de estudiar algún programa técnico y/o tecnológico.

Los dos programas técnicos y/o tecnológicos más demandados por los jóvenes de la ciudad de San Juan de Pasto son, en su orden: Informática y auxiliar en administración de empresas, y los jóvenes dispuestos a estudiar algún programa técnico y/o tecnológico prefiere en segundo lugar al Instituto American Center Computer.

La mayoría de los jóvenes de San Juan de Pasto para tomar la decisión de estudiar en algún instituto técnico y/o tecnológico prefiere la jornada diurna, por cuestiones de seguridad y de movilidad, así mismo prefieren los estudios de carácter presencial debido a que según los mismos jóvenes de esta manera aprenden muchas más cosas, también demandan altamente que la duración de sus estudios sea de 6 trimestres y finalmente descuentos en el valor de la matrícula. De las anteriores preferencias cabe rescatar que el instituto American Center Computer ofrece programas presenciales en jornada diurna, con duración de 6 meses, y además según los mismos jóvenes el valor de la matrícula es bajo, lo que permite cumplir con las expectativas de los mismos a la hora de realizar estudios en alguna institución de carácter técnico.

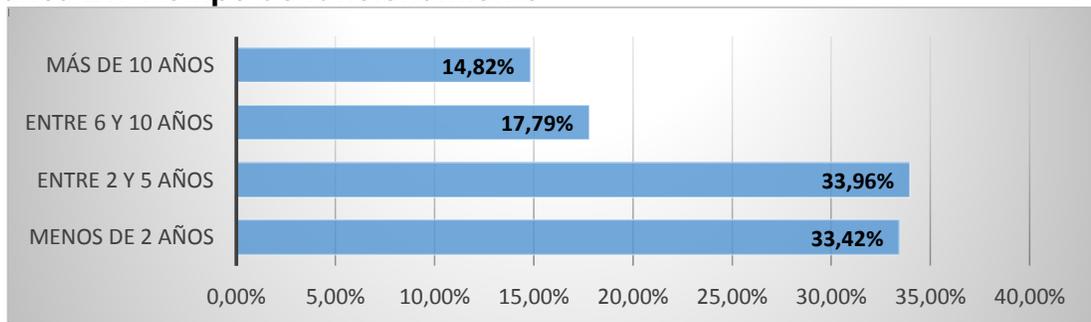
#### 4.2 PERFIL ACADÉMICO QUE EXIGEN LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD, EN EL MOMENTO DE REALIZAR UNA NUEVA CONTRATACIÓN, SAN JUAN DE PASTO. 2008-2013.

**Gráfica 20. Tamaño de la empresa**



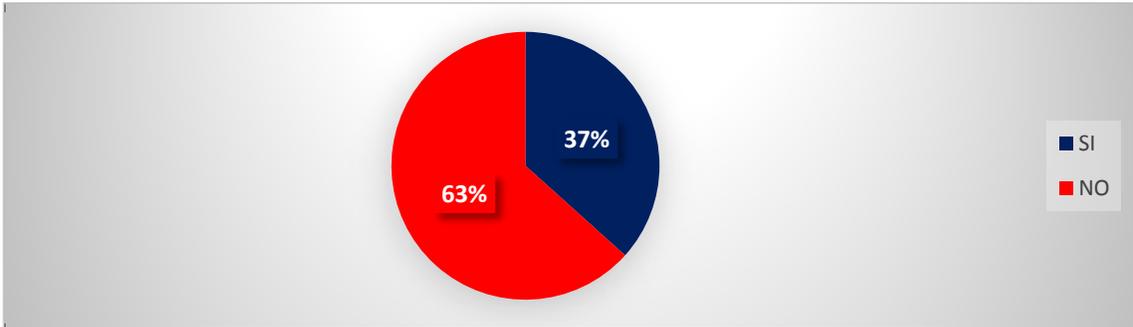
Es evidente que en la ciudad el tamaño de empresa que prevalece es el de micro empresa, debido a que estas empresas se han convertido para muchos empresarios como una buena opción para poder generar auto empleo, dada la carencia del mismo en el mercado local, así mismo, funcionan las pequeñas empresas aunque en este caso se trata más de una empresa de carácter familiar, y finalmente se tiene las medianas y grandes empresas que escasean en la ciudad, en gran parte debido al aislamiento geográfico de la ciudad.

**Gráfica 21. Tiempo de funcionamiento**



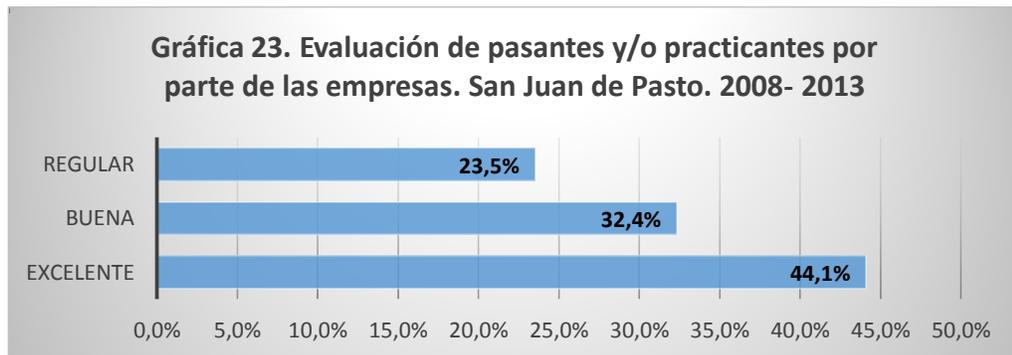
La gráfica 21 permite observar que la mayoría de las empresas tienen un tiempo de funcionamiento inferior a 6 años, como se puede ver dos de cada 3 empresas llevan como máximo 5 años de funcionamiento, discriminándolo de manera más clara se tiene que el 33,96% de las empresas llevan operando entre 2 y 5 años, mientras que el 33,42% lo hacen menos de 2 años, sin embargo, y como generalidad las empresas de mayor tamaño llevan más tiempo de funcionamiento, el 17,79% lleva operando entre 6 y 10 años, mientras que aquellas empresas que llevan en el mercado más de 10 años corresponden al 14,82%.

**Gráfica 22. Empresas que han recibido pasantes y/o practicantes en los últimos años**



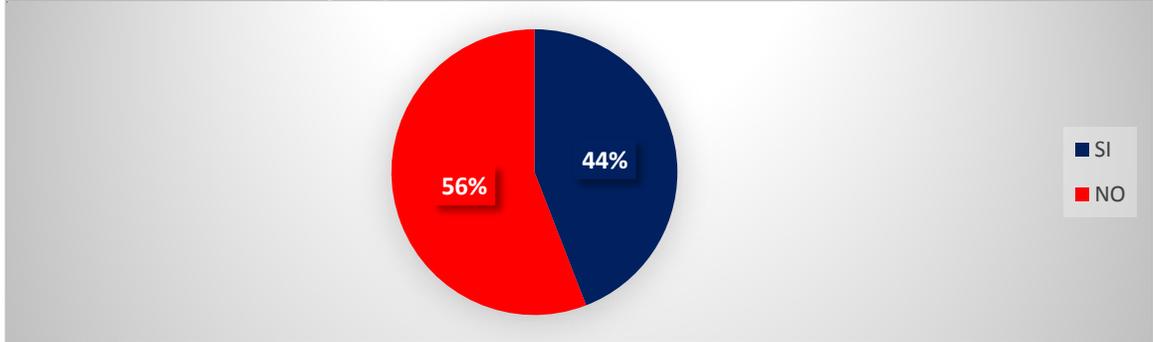
El total de empresas que han recibido pasantes y/o practicantes en los últimos años corresponde al 37%, mientras tanto la gran mayoría, es decir, el 63% de las empresas no han recibido pasantes y/o practicantes en el mismo lapso de tiempo, en gran medida (según los encuestados) porque la inexperiencia laboral genera desconfianza al momento de recibir nuevo personal, en este caso como practicantes y/o pasantes.

**Gráfica 23. Evaluación de pasantes y/o practicantes**



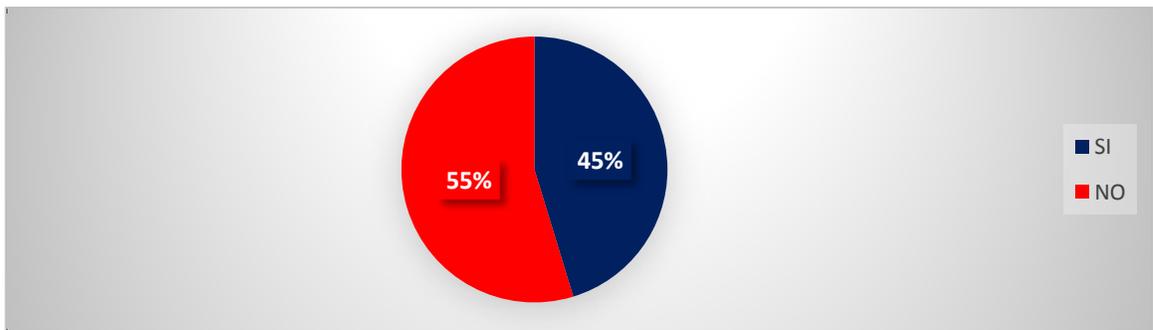
De las empresas que han vinculado pasantes y/o practicantes en los últimos 5 años, se puede afirmar, según la gráfica 23, que la gran mayoría evalúa de una manera excelente a dichos pasantes, el porcentaje de empresarios que los califica de esta manera corresponde al 44,1%, mientras que el 32,4% de practicantes y/o pasantes han cumplido una buena labor, tan solo el 23,5% no se ha desempeñado de una forma adecuada, en general se puede decir que la mayoría de pasantes y/o practicantes cumplen una adecuada labor en las empresas, y así lo ratifican sus empleadores directos.

**Gráfica 24. Pasantes y/o practicantes contratados**



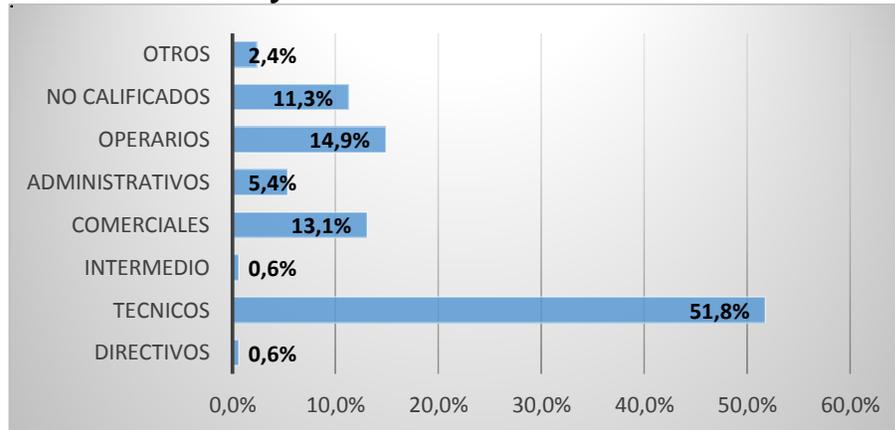
Del total de empresas en las cuales se recibieron pasantes y/ practicantes, el 44% incorporó a los mismos una vez el tiempo de pasantía o practica terminó, debido en gran medida al rendimiento que tuvieron mientras duró su labor al interior de la empresa, mientras que el 56% de las empresas no contrató a los pasantes, debido principalmente a los costos que representan la incorporación de nuevo personal.

**Gráfica 25. Empresas que han contratado nuevo personal**



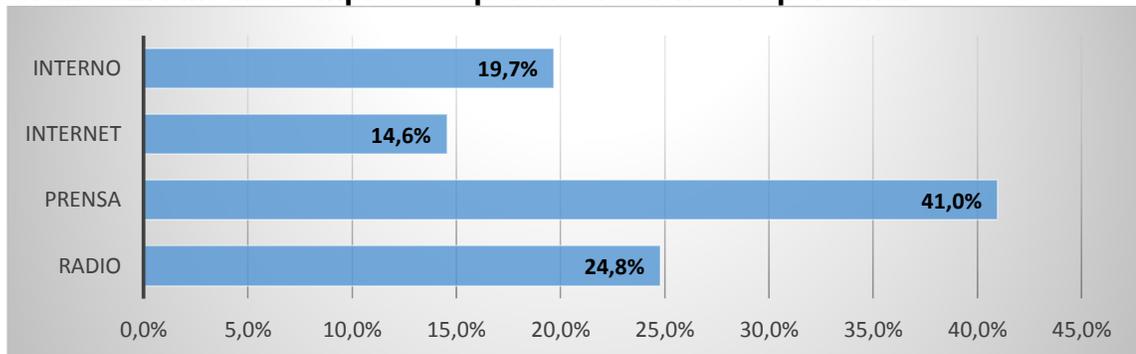
Del total de empresas funcionando en la ciudad, la mayoría (55%) no ha contratado nuevo personal en el último año, mientras que el 45% manifestó si haberlo hecho, los resultados obedecen en gran medida a la satisfacción de los empleadores con sus empleados, en los casos que se ha contratado nuevo personal se produce por el vencimiento en los contratos.

**Gráfica 26. Puestos de mayor contratación**



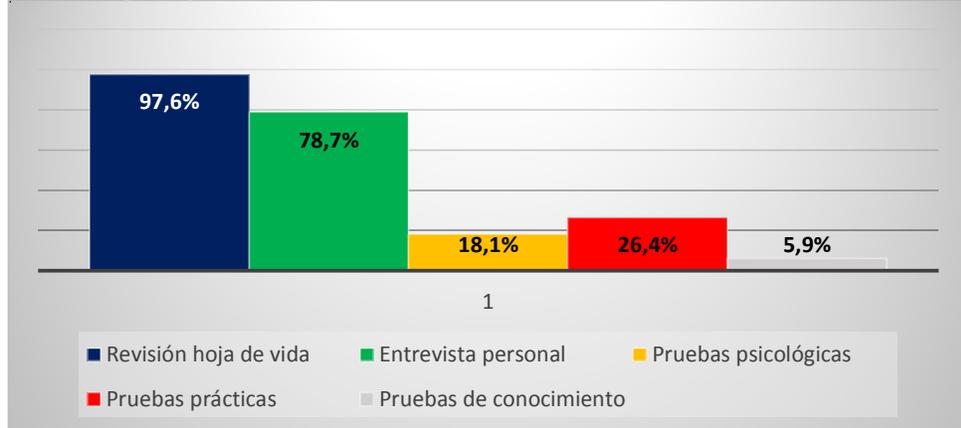
La gráfica 26 señala claramente que el mayor número de contrataciones se realiza en puestos técnicos con el 51,8%, cabe aclarar en este sentido que se incorpora a cualquier tipo de técnico (en sistemas, contabilidad, etc.), seguido de puestos de operarios no técnicos con un 14,9%, puestos comerciales con el 13,1%, y los cargos no calificados con el 11,3%, cabe aclarar que los porcentajes son solamente calculados en base a los empresarios que especificaron un cargo en particular, la gran mayoría afirmó no tener un cargo en particular sino, varios puestos.

**Gráfica 27. Medios empleados para reclutar nuevo personal**



Los medios de reclutamiento más utilizados por las empresas para reclutar nuevo personal, son los anuncios en prensa escrita, ya que el 41% de las empresas emplean este sistema, el segundo medio más empleado es el de anuncios en radio con un 24,8% de preferencia, mientras que los medios de comunicación interno (boletines, carteleras, etc.) se emplean en el 19,7% de las empresas de la ciudad, por último se encuentra los anuncios en internet con un 14,6% de preferencia, la mayor preferencia por la prensa escrita deriva en el costo de la publicación y así mismo por la gran demanda que este medio representa en la comunidad. La baja utilización de internet se debe principalmente al desconocimiento de las ventajas de la misma.

**Gráfica 28. Etapas para acceder a una vacante**

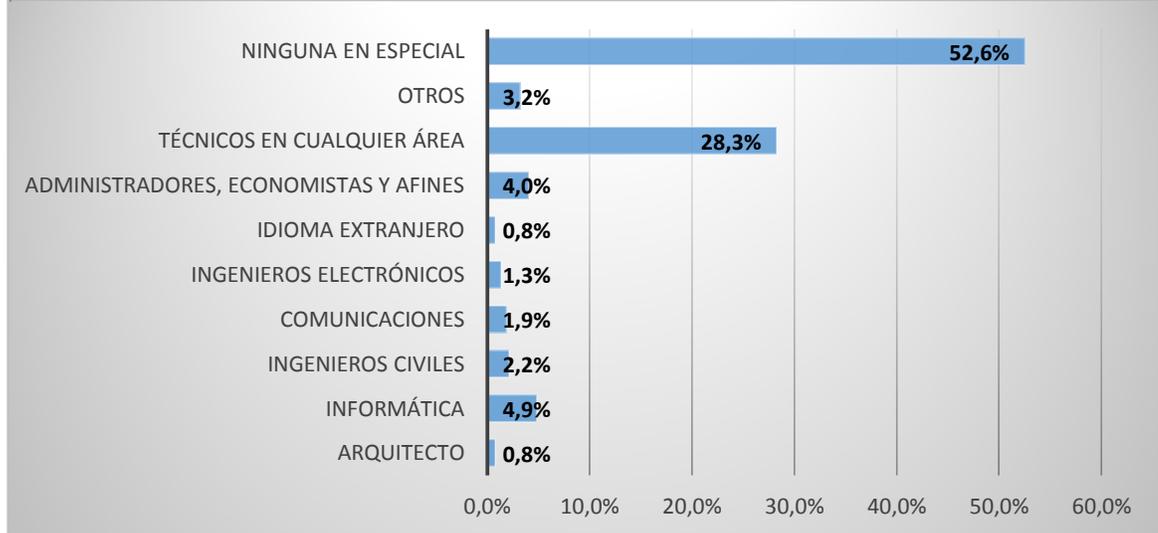


Antes de analizar la gráfica se debe aclarar que muchas empresas utilizan las diferentes etapas de manera conjunta, de ahí los resultados porcentuales obtenidos.

Como se puede observar en la gráfica 28, la mayoría de las empresas antes de realizar una contratación revisa la hoja de vida del postulante a una vacante, prácticamente la totalidad de empresas realizan este ejercicio con el fin de asegurarse de los conocimientos y experiencia de sus futuros empleados, el 97,6% de las empresas exigen que los postulantes envíen su hoja de vida, en segundo lugar se tiene que el 78,7% de las empresas realiza una entrevista personal antes de decidir contratar a una persona, como se mencionó antes la entrevista puede ir ligada a la revisión de la hoja de vida y/o los demás ítems.

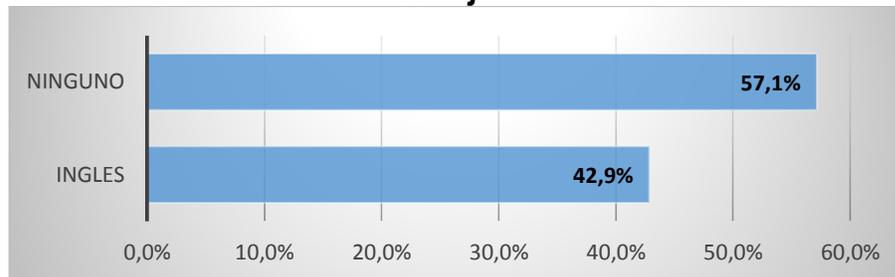
El 26,4% de las empresas realizan pruebas prácticas a sus postulantes con el fin de garantizar que este cumpla o no con las condiciones que exige la empresa, generalmente estas pruebas se traducen en periodos de prueba al interior de la empresa, en el 18,1% de las empresas se realizan pruebas psicológicas antes de realizar una contratación, y finalmente las pruebas de conocimiento la realizan una minoría de empresas representadas con el 5,9% del total de empresas. La baja práctica de pruebas de conocimiento se debe a que se priorizan las pruebas prácticas. En la mayoría de medianas y grandes empresas se exigen el cumplimiento de por lo menos 4 de los 5 ítems expuestos.

**Gráfica 29. Perfil académico más demandado**



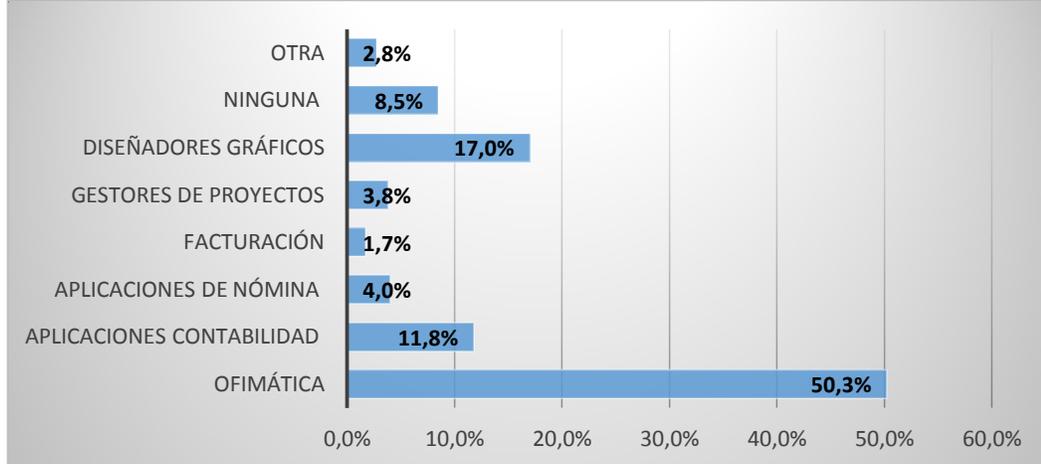
En cuanto al perfil académico que cuenta con mayor demanda en la ciudad de San Juan de Pasto, la gráfica 29, señala que en la mayoría de empresas no existe un perfil académico en particular que tenga una mayor demanda, sin embargo dejando a un lado este ítem, se tiene que el perfil académico más demandado es el de cualquier tipo de técnicos, es decir, técnicos en sistemas, auxiliares contables, para citar solo dos ejemplos, con una participación porcentual de 28,3%, seguido de profesionales en informática con el 4,9% , las demás áreas comparten un mínimo grado de participación, tal como se observa en la gráfica anterior.

**Gráfica 30. Demandas en idioma extranjero**



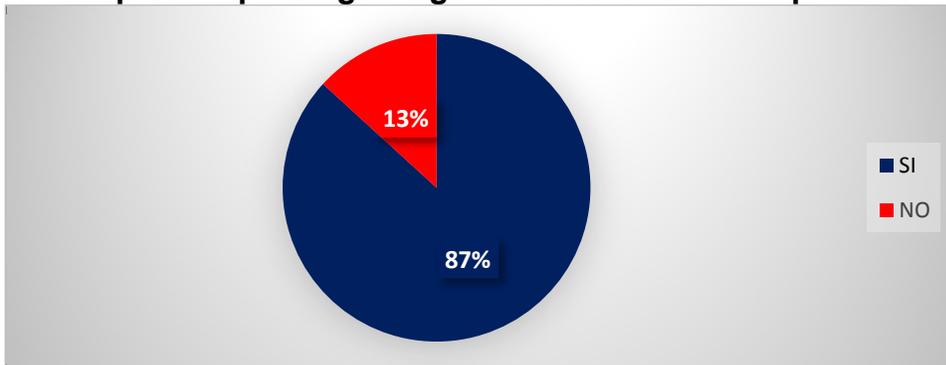
Tal como se puede apreciar en la gráfica 30, en las empresas de la ciudad de San Juan de Pasto el idioma extranjero que más se solicita dominen los empleados es el inglés, ya que en el 42,9% exigen que se domine por lo menos la parte básica del idioma en mención, sin embargo en la mayoría de las empresas (57,1%) no se es indispensable dominar ningún idioma extranjero, esto debido a que en gran medida las empresas realizan negocios locales, o prestan servicios en la ciudad por lo cual no consideran necesario el manejo de otro idioma.

**Gráfica 31. Conocimientos en informática más demandados**



Las empresas de San Juan de Pasto, en el momento de solicitar un empleado que tenga conocimientos en algún área de la informática, tiene preferencias por el manejo adecuado de herramientas ofimáticas, es decir, el manejo de programas tales como Microsoft Word, Microsoft Excel, etc. Lo anterior lo exigen en el 50,3% de las empresas. El 17% de las empresas solicita nuevo personal o le exige al personal existente el manejo de aplicaciones propias de diseño gráfico, es decir que manejen programas de edición de imagen y/o fotográficas como por ejemplo: Adobe Photoshop, Corel Draw, etc. El 11,8% de las empresas pide que sus empleados manejen aplicaciones de contabilidad, en este caso la aplicación más utilizada en la ciudad es el paquete contable SIGO. El 8,5% de las empresas no demandan conocimientos en informática. Las aplicaciones de nóminas son demandadas por el 4% de las empresas, mientras que los gestores de proyectos el 3,8%, la facturación 1,7%.

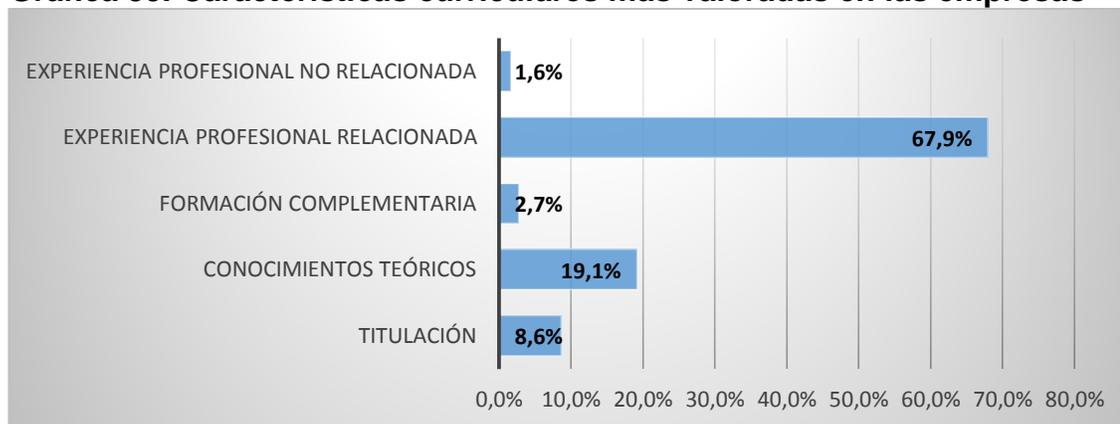
**Gráfica 32. Empresas que exigen alguna titulación a los empleados**



En la gran mayoría de las empresas de la ciudad se exige que los empleados o aspirantes a ser empleados tengan algún tipo de titulación, bien sea, como profesional, técnico y/o tecnólogo, lo anterior es exigido en el 87% de las

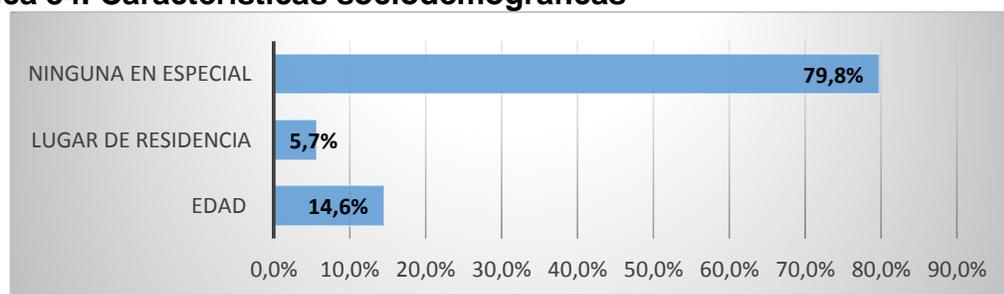
empresas, mientras que en el 13% de las mismas no se exige ninguna titulación en especial.

**Gráfica 33. Características curriculares más valoradas en las empresas**



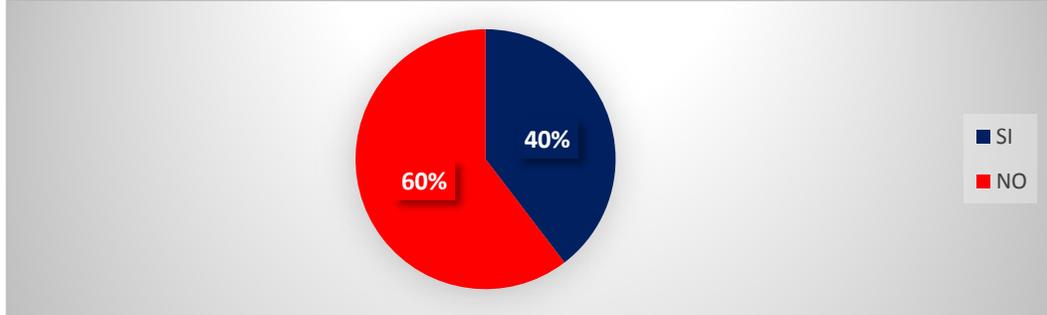
La experiencia profesional relacionada con el cargo que un postulante a una vacante, es la característica curricular más demandada entre las empresas de la ciudad de San Juan de Pasto, ya que el 67,9% de las empresas las demandan, dicha experiencia por lo general debería ser de por lo menos 1 año, la segunda característica curricular más demandada son los conocimientos teóricos con el 19,1% de las empresas, mientras que la titulación la exigen como la característica curricular más demandada el 8,6%, la formación complementaria la exigen 2,7%, y la experiencia profesional no relacionada con el cargo a ocupar el 1,6%.

**Gráfica 34. Características sociodemográficas**



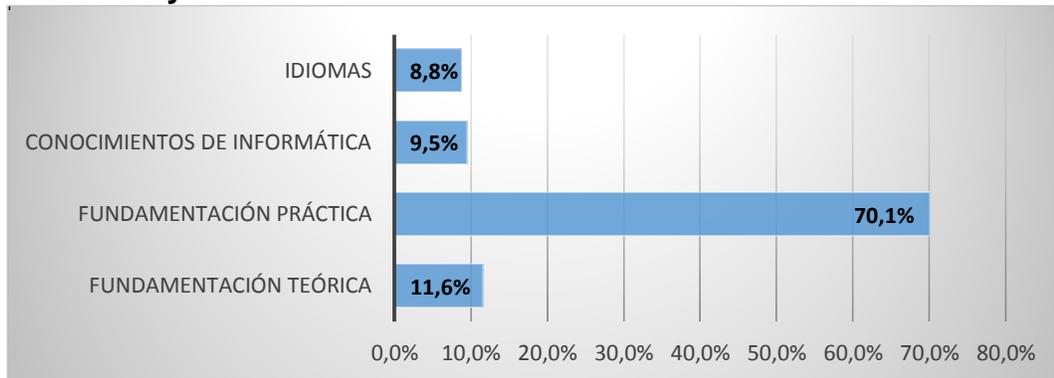
En las empresas de San Juan de Pasto es común observar tal como lo indica la gráfica 34 que no hay alguna característica sociodemográfica de la cual dependa la contratación o no de un aspirante a una vacante, lo anterior queda evidenciado con el 79,8% de las empresas que manifestaron que no exigen ninguna característica sociodemográfica en especial, tan solo en el 14,6% de las empresas de la ciudad se tiene en cuenta la edad a la hora de contratar, generalmente personas entre los 23 y 40 años, el 5,7% restante corresponde a las empresas en las cuales se toma en cuenta el lugar de residencia antes de realizar una contratación.

**Gráfica 35. Titulados técnicos con déficits**



Del total de técnicos contratados en las empresas de San Juan de Pasto, el 60% no ha presentado déficit alguno al momento de realizar su trabajo, mientras el 40% si ha tenido falencias. En general la mayoría de titulados técnico y/o tecnólogos se ha desempeñado bien en sus respectivos trabajos.

**Gráfica 36. Mayores déficits en titulados técnicos**



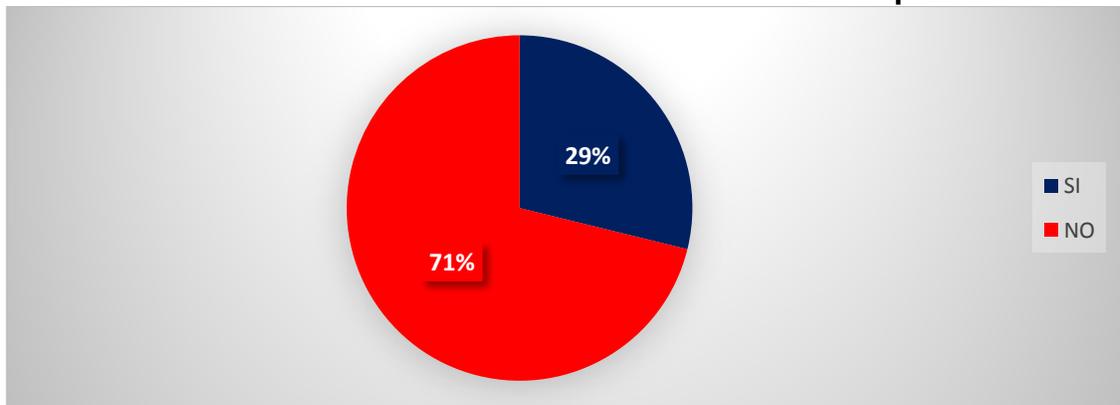
De los empresarios que manifestaron que sus empleados que son titulados técnicos presentan déficits en el desempeño laboral, el 70,1% coincide en que el mayor déficit se encuentra en la fundamentación práctica, es decir, en el momento de poner en práctica los conocimientos aprendidos durante sus estudios, en segundo lugar, se encuentra la fundamentación teórica con el 11,6%, es decir los conocimientos aprendidos por los técnicos, en tercer lugar se encuentra los déficits en los conocimientos de informática con el 9,5% y finalmente los conocimientos en un idioma extranjero con el 8,8%.

**Gráfica 37. Déficit en competencias**



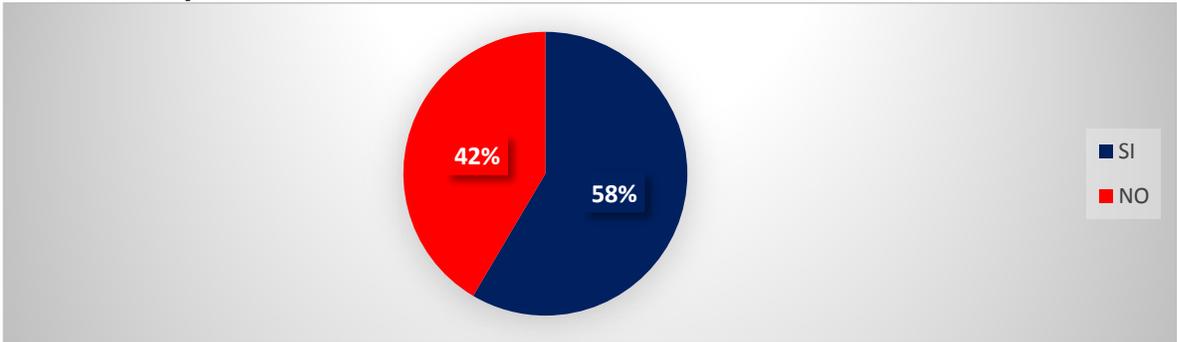
Como se puede apreciar en la gráfica 37 las peores calificaciones en las competencias laborales de los titulados técnicos según los empresarios de la ciudad de San Juan de Pasto son: por falta de liderazgo (2,72), el poco conocimiento teórico (2,73), y la falta de aprendizaje durante el tiempo en el cual trabajan en la empresa (2,86), cabe aclarar que la puntuación va de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 eficiente. En contraparte la mayor eficiencia por competencias en los titulados técnicos se encuentran en la colaboración con los compañeros de trabajo (4,37), la búsqueda de la excelencia en su trabajo (4,16) y el trabajo en equipo (4,06).

**Gráfica 38. Conocimiento del Instituto American Center Computer**



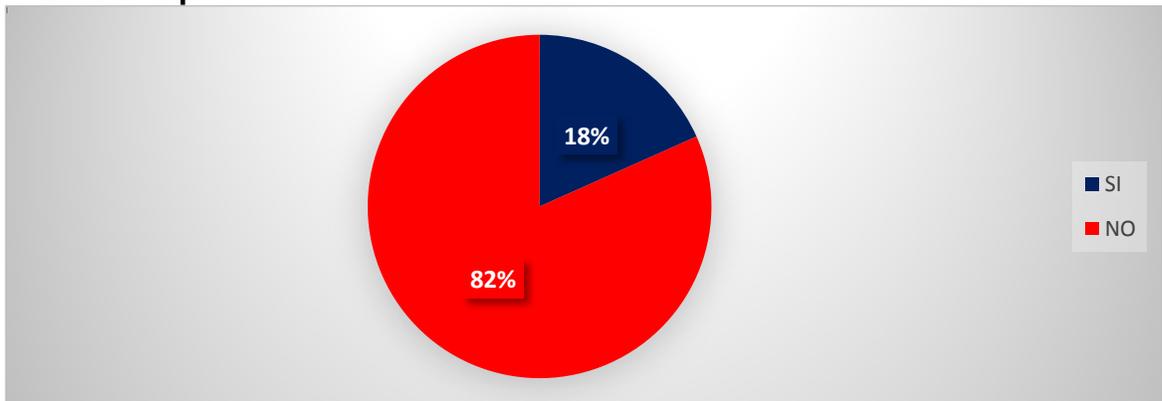
Se les pregunto a los empresarios si antes de realizar la encuesta conocían al instituto American Center Computer, tan solo el 29% de los empresarios manifestó conocer al instituto, mientras que la gran mayoría el 71% declaro no conocer al instituto, un porcentaje muy alto de desconocimiento lo que genera una gran desventaja para el instituto en comparación con otras instituciones.

**Gráfica 39. Empresas interesadas en capacitarse en el Instituto American Center Computer**



Se les pregunto a los empresarios de la ciudad en la entrevista si una vez analizado el pensum académico del instituto American Center Computer, les gustaría que el instituto les brinde capacitación a sus empleados, los resultados entregaron que el 58% de los empresarios estuvo de acuerdo con la formación, mientras que el 42% restante manifestó no querer capacitar a sus empleados en el instituto.

**Gráfica 40. Empresas que han contratado egresados del Instituto American Center Computer**



Se les pregunto a los empresarios de San Juan de Pasto, si en su empresa han contratado a algún egresado del instituto American Center Computer, tan solo el 18% manifestó haber contratado un egresado del instituto mientras que el 82% restante no ha contratado egresados de la institución.

En conclusión, el tiempo de funcionamiento de las empresas de la ciudad oscila en gran medida entre 1 y 5 años, como se pudo observar en la gráfica 21, más de 2 terceras partes de las empresas llevan ese tiempo funcionando.

A la hora de indagar sobre la relación de las empresas con pasantes se concluyó que la mayoría de ellas (63%), no ha recibido a ningún pasante en los últimos 5

años, sin embargo aquellas empresas que si lo han hecho califican el trabajo de los pasantes como excelente la mayoría, muy pocos los evalúan como regulares y nadie como malos, pero tan solo el 44% de los practicantes y/o pasantes son contratados en las empresas una vez finalice su periodo de práctica, debido a los costos económicos que representa una nueva contratación.

En un poco más de la mitad de las empresas de la ciudad se demandan para nuevos cargos, personal de carácter técnico, aunque cabe aclarar que no se discrimina ningún técnico en particular sino por el contrario cualquier tipo de técnico.

Los medios de reclutamiento más utilizados son la prensa escrita y la radio, sorprende que se utilice muy poco el internet como fuente de anuncios de un nuevo empleo, así mismo, casi en la totalidad de las empresas exigen una hoja de vida para determinar si contratan o no nuevo personal, también es muy utilizada la entrevista personal.

A la hora de exigir cualquier conocimiento de informática, la preferencia la tienen los conocimientos en ofimática y diseño gráfico, también, en el 87% de las empresas exigen cualquier tipo de titulación a la hora de realizar una nueva contratación y en el 67,9% exigen que el postulante a un cargo tenga como mínimo 1 año de experiencia laboral relacionada con el cargo que se va a ocupar. En las empresas que se contrataron técnicos en los últimos 5 años, el 40% ha presentado alguna deficiencia a la hora de cumplir con su labor, entre las deficientes más comunes se encuentran la fundamentación practica con el 79% del total de técnicos con deficiencias laborales, en cuanto a competencias laborales los principales déficits se encuentran en el liderazgo, conocimiento teórico y el nuevo aprendizaje.

Tan solo en el 29% de las empresas se conoce al instituto American Center Computer, aunque una vez conocido el pensum académico, el 58% de los empresarios manifestaron que les gustaría capacitar a sus empleados en el instituto, así mismo en el 18% de las empresas de la ciudad se ha contratado durante los últimos 5 años algún egresado del instituto American Center Computer.

## 5. MATRIZ DOFA DEL INSTITUTO AMERICAN CENTER COMPUTER

**Tabla 2. Matriz DOFA del Instituto American Center Computer**

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Poco reconocimiento en la ciudad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticas estatales de financiamiento para el estudio de las TICS</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Estado de las Instalaciones físicas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Avance tecnológico.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Estado actual de los equipos de computación (software y hardware).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eventos y ferias.</li> </ul>
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Años de funcionamiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alta competencia</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Existencia de formadores con un excelente nivel profesional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desempleo en la ciudad</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ubicación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inseguridad</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Bajos costos de matricula</li> </ul>	

### 5.1 ANÁLISIS MATRIZ DOFA

#### 5.1.1 Análisis de las debilidades del Instituto American Center Computer.

**5.1.1.1 Falta De Reconocimiento En La Ciudadanía:** una de las principales, por no decir la mayor debilidad del instituto American Center Computer radica en que la ciudadanía no lo conoce mucho, muestra de ellos es como se observó en la gráfica 10, que indica que el 45% de los jóvenes han escuchado o conocían al instituto, así mismo esta debilidad se sustenta en la gráfica 38, que indica que tan solo el 29% de los empresarios han escuchado o conocían al instituto American Center Computer. En ambos casos dicho desconocimiento se presentaba antes de realizar el presente estudio.

Dicha situación es preocupante debido a que la cantidad de estudiantes que han ingresado al Instituto ha venido disminuyendo año tras año, como se mencionó antes debido principalmente al poco conocimiento que tiene la ciudadanía de los servicios que ofrece el Instituto American Center Computer, aunque como se analizara más adelante también se sustenta en otras variables.

Los estudiantes que llegan al instituto generalmente lo hacen mediante la información suministrada por algún familiar o un amigo que antes estudió en el instituto, es decir, aquellos estudiantes o personas interesadas en estudiar en el instituto son atraídos por exalumnos que recomiendan la institución.

**5.1.1.2 Instalaciones Físicas:** Otro de los aspectos débiles del instituto, comprobado en dos instancias, primero en la percepción directa del investigador motivado por la interacción con estudiantes del instituto, y en segundo mediante las respuestas de los jóvenes que manifestaron conocer el instituto, tal y como se observó en el cumplimiento del primer objetivo del estudio, más exactamente en la gráfica 12, en donde se puede apreciar que el 37% de los jóvenes manifestaron como un aspecto negativo del instituto las instalaciones del mismo, aquí se puede entender principalmente el estado de la fachada, los baños, la cafetería y la carencia de zonas de parqueadero. También hay que considerar que en la opinión de los estudiantes es necesario que al interior del instituto se implanten zonas verdes.

Pero no todo es negativo, ya que los estudiantes manifestaron que los salones de clase y los laboratorios son buenos. De esta manera podemos decir que, si bien el instituto necesita realizar varias modificaciones para que los estudiantes se sientan totalmente a gusto de estudiar en el instituto, dichas modificaciones no son tan grandes ni de un costo elevado. Cabe aclarar que los laboratorios fueron evaluados de manera positiva, considerando solo el aspecto físico en ellos, es decir, espacio, paredes, pisos, etc. Y no se incluyen aspectos tales como los equipos de cómputo y los programas (software) con los cuales se trabaja.

**5.1.1.3 Equipos:** Una debilidad del instituto manifestada por los estudiantes del mismo y el 49,1% de los jóvenes encuestados en el estudio (ver gráfica 12), se encuentra en los equipos con los que cuenta en los laboratorios de informática, ya que estos equipos si bien no son obsoletos, si necesitan actualizarse para poder desarrollar libremente las clases prácticas, en este sentido se evalúa como mala la calidad del hardware con el que cuenta el instituto.

Quizás el mal estado de los equipos condiciona también el estado del software, es decir de los programas con los que se trabaja, ya que en especial en el programa técnico en sistemas se necesitan programas actualizados y no versiones con las que se trabajaba hace 4 o 5 años, teniendo en cuenta que la tecnología avanza a niveles acelerados.

## **5.1.2 Análisis de las oportunidades del Instituto American Center Computer.**

**5.1.2.1 Financiamiento Para Estudios De Las Tics:** En este sentido se hace especial énfasis al programa del icetex denominado “talento digital” el cual tiene como objetivo principal “Fomentar la formación de capital humano especializado en el uso de Tecnologías de la Información (en adelante TI), el fortalecimiento de la estrategia de Gobierno en Línea y en consecuencia el desarrollo de la competitividad, la investigación, la innovación y la proyección internacional de un

sector con grandes potencialidades y expectativas de crecimiento y desarrollo local, nacional e internacional.”<sup>4</sup>

Dicho programa financia hasta el 100% de la matrícula de personas que deseen estudiar temas afines con las tecnologías de la información. El presupuesto destinado a este programa en el nivel técnico que es el que atañe a la presente investigación es de más de \$12.000.000.000 millones de pesos y la estimación de beneficiarios es de 1800 estudiantes en el país.

Toda la anterior información se encuentra en la página web del Instituto Colombiano de crédito educativo y estudios técnicos en el exterior: ICETEX

**5.1.2.2 Avance Tecnológico:** en la sociedad actual la tecnología avanza a ritmo acelerado, se considera que dicho avance es una oportunidad para el instituto American Center Computer debido fundamentalmente a que se necesita una preparación idónea para el uso eficiente de la tecnología, así, las personas demandan programas del tipo informático, en especial para conocer el uso de los diferentes software.

También para el técnico auxiliar contable esta es una oportunidad ya que los crecientes software que aparecen en el mercado crean la necesidad de actualizar a los contadores en el uso de la contabilidad sistematizada que es la que se mas se utiliza en la actualidad. Y así mismo para los estudiantes que aspiran a ser auxiliares contables demandaran dichos programas.

Pero también el avance tecnológico representa una oportunidad mayor de generar publicidad mediante páginas web, software que permite hacer folletos publicitarios más llamativos, así como audios o videos que de antemano demuestren la calidad de educación que se brinda al interior del instituto, dichos audios y videos pueden ser presentados en medios radiales y/o televisivos.

**5.1.2.3 Eventos Y Ferias:** Cada vez con mayor frecuencia se organizan ferias en las cuales se dan a conocer los programas con los que cuentan las instituciones técnicas de la ciudad de San Juan De Pasto. En el último año estos eventos se han realizado en promedio cada 3 meses.

De este modo a medida que el instituto American Center Computer participe en eventos como los antes mencionados, podrá dar a conocer a los jóvenes los ideales del instituto. Y no solo a los jóvenes si no a la comunidad en general que desee realizar sus estudios de sistemas y auxiliar contable.

---

<sup>4</sup> Tomado de la página web del Icetex: [www.icetex.gov.co](http://www.icetex.gov.co)

### **5.1.3 Análisis de las fortalezas del Instituto American Center Computer.**

**5.1.3.1 años de funcionamiento:** El Instituto American Center Computer fue fundado en 1989, cuenta con una experiencia en el ámbito de la educación de más de 24 años, razón por la cual, posee unas adecuadas técnicas de enseñanzas y buenas practicas metodológicas. Que según lo que han manifestado los propios egresados del instituto les ha permitido ser muy competitivos en sus respectivos trabajos. Dichas técnicas y prácticas se han actualizado constantemente atendiendo los requerimientos del contexto en el cual se ha ubicado.

Los años de experiencia le ha permitido conocer los requerimientos educativos e institucionales que han hecho que todavía el instituto se encuentre en funcionamiento, y actualizado en este sentido, manteniendo de esta manera una estabilidad económica y administrativa.

**5.1.3.2 Formadores:** una gran fortaleza del instituto American Center Computer es el nivel profesional de los formadores, que son los encargados de transmitir los conocimientos a los estudiantes, además cabe resaltar que no solo los formadores son buenos profesionales, sino también buenos docentes y ante todo personas llenas de virtudes y valores, que sirven de ejemplo para cada estudiante.

La calidad de los formadores es evaluada como una fortaleza del instituto tanto por los propios estudiantes, como por los jóvenes que manifestaron conocer al instituto American Center Computer, en este último caso, la gráfica 12, señala que el 34,1% de los jóvenes afirman que la calidad de formadores es un aspecto positivo del instituto.

La planta de formadores del instituto está integrada por profesionales en las áreas de contabilidad, Administración de empresas, ingeniería en sistemas, biología, física, inglés, matemáticas, etc. Lo cual garantiza a los estudiantes la calidad de sus formadores.

**5.1.3.3 Ubicación:** el Instituto American Center Computer actualmente se encuentra ubicado en la zona centro de la ciudad de San Juan De Pasto, lo que es una gran fortaleza ya que los estudiantes no deben invertir demasiado dinero para llegar desde su lugar de residencia hasta el instituto, esto se puede afirmar después de haber realizado las encuestas a los estudiantes del instituto los cuales en su gran mayoría concluyeron que una fortaleza del instituto se encuentra en su ubicación, por los argumentos ya expuestos.

Pero estar ubicado en una zona céntrica no solo influye en los estudiantes y su desplazamiento, sino también en las personas que buscan información, los proveedores e incluso para los formadores del instituto.

**5.1.3.4 Costos De Matricula:** si son comparados los costos de matrícula con otros centros de educación técnica, se tiene que los costos por estudiar en el instituto son menores, lo que favorece a los estudiantes ya que algunas de las dificultades más grandes para ingresar a la educación superior, en este caso la educación técnica son los elevados costos de matrícula y de los implementos necesarios para estudiar.

Fiel muestra de lo anteriormente dicho es que más de la mitad de los jóvenes que estudian en instituciones técnicas y/o tecnológicas pagan por concepto de matrícula entre \$401.000 y \$700.000 pesos (ver gráfica 7), este dato es de relevancia ya que el valor de la matrícula trimestral en el instituto American Center Computer es inferior a los \$400.00 pesos.

De esta manera tenemos que, en primer lugar los estudiantes pueden ingresar al instituto por un costo muy bajo, y en segundo lugar que pueden mantenerse estudiando dadas las facilidades en el pago de matrículas, el valor de la misma, el costo de los implementos, la calidad de la educación y el tiempo de duración de una carrera técnica que es de aproximadamente 18 meses.

#### **5.1.4 Análisis de las amenazas Del Instituto American Center Computer.**

**5.1.4.1 Competencia:** actualmente en la ciudad hay registradas 40 instituciones afines con los programas que ofrece el instituto American Center Computer, esto se deduce del número de participantes en el evento del 17 y 18 de octubre realizado por la secretaria de educación municipal en el cual se presentaron instituciones encargadas de formación laboral, esta es una de las principales amenazas con las cuales debe enfrentarse el instituto ya que la existencia de diversas instituciones hace que sea muy difícil mantener una información pertinente sobre los valores de matrícula por ejemplo, pero lo más importante es que con la existencia de tantos institutos los demandantes de programas del instituto American Center Computer sin duda han disminuido a lo largo de los años en la medida en que aparecen nuevas instituciones.

**5.1.4.2 Desempleo:** la tasa de desempleo de la ciudad de San Juan De Pasto, que se mantiene por encima del promedio nacional, es una amenaza debido a que el desempleo conlleva a que las personas tengan bajos ingresos, gran porcentaje de los ingresos se dedica sobre todo a alimentación, vivienda y vestuario, por lo tanto, salvo algunos casos las personas que no cuentan con un empleo no van a demandar los programas ofrecidos por el instituto American Center Computer.

**5.1.4.3 Inseguridad:** aunque el objetivo del trabajo no es analizar las causas de la oleada de inseguridad que se presenta en la ciudad, si es necesario mencionar este factor como una amenaza para el instituto American Center Computer, debido a que el patrimonio de la institución corre riesgo de perderse mediante algún

asalto o robo que se realice en sus instalaciones, fiel muestra de ello es los continuos robos que en el sector se han presentado a establecimientos y empresas en los últimos meses. El problema principal radica en la dificultad que presupone realizar una inversión con el riesgo de que sea destruida en el corto plazo.

Pero no solo ello es un problema, si se tiene en cuenta que algunos de los cursos ofrecidos por el instituto se ofrecen en el horario de 6:30 p.m. a 8:30 p.m. lo cual indica que los estudiantes, directivos y formadores salen del instituto a elevadas horas de la noche, lo cual expone a los antes mencionados a los riesgos de inseguridad latentes en la ciudad.

## **5.2 ESTRATEGIAS DO, DA, FO, FA**

### **5.2.1 Estrategias Do.**

**5.2.1.1 Campañas Publicitarias:** La falta de conocimiento por parte de la ciudadanía como ya se explicó ampliamente es una gran debilidad que tiene que subsanar El Instituto American Center Computer para poder mejorar su situación económica ya que el simple hecho de ser reconocido ampliamente le permite la llegada de nuevos estudiantes que demandan sus servicios. La estrategia que se plantea para mejorar el conocimiento unido a las oportunidades que antes se menciono es aprovechar el avance tecnológico, esto para generar campañas publicitarias de alto impacto en las cuales no solo se convoque a la sociedad a estudiar en el instituto, sino también aprovechar esos espacios bien sea radiales, televisivos, internet, prensa escrita, etc. Demostrando en la calidad de los anuncios las técnicas con las cuales los futuros estudiantes podrán contar al ser egresados del instituto, lo cual sin duda, será de gran atractivo para la ciudadanía. Por ejemplo se puede producir videos, animaciones, audios creados en el mismo instituto, con el fin de generar publicidad y a la vez dar a conocer las diferentes aplicaciones que se enseñan en el instituto.

**5.2.1.2 Inversión En Infraestructura:** Teniendo en cuenta que como se mencionó en páginas anteriores una debilidad del instituto American Center Computer radica en el estado de su infraestructura, es necesario realizar inversiones fuertes, para mejorar estos aspectos y así generar un mejor ambiente de trabajo, para los involucrados directa e indirectamente con el instituto. Para poder realizar estas inversiones para mejorar entre otros, las zonas de parqueo y el estado de los baños es necesario realizar un esfuerzo económico que a priori no es elevado, pero que seguramente con el tiempo le generara rendimientos económicos favorables debido a que existen grandes oportunidades en el mercado, principalmente un incremento en la demanda de los servicios educativos, que se producirá muy probablemente por las convocatorias que se realizan en las ferias y eventos que cada vez se realizan con mayor frecuencia en la ciudad, y así mismo porque hay muchos beneficiarios de las políticas estatales que tienen como

propósito financiar los estudios de las TICS. Si se realizan inversiones en infraestructura seguramente las instalaciones del instituto estarán en mejores condiciones para atender un muy probable incremento en la demanda, dadas las oportunidades que ofrecen ferias y eventos y el financiamiento estatal, pero también si se tiene en cuenta la primera estrategia considerando que el incremento de la publicidad conlleva a atraer nuevos estudiantes.

**5.2.1.3 Inversión En Equipos De Cómputo:** Si bien una debilidad del instituto se encuentra en el estado actual de los equipos de cómputo y de programas empleados, condicionados a su vez por el estado de equipos, una estrategia para mejorar el estado de equipos (hardware y software), es invertir en nuevos computadores, suficientes para cubrir el promedio actual de estudiantes que toman clases de sistemas y contabilidad sistematizada, esto a corto plazo, en el largo plazo es necesario incrementar el número de computadores para garantizar la posible llegada de nuevos estudiantes, combinando una serie de eventos, similares a los que se planteó en la estrategia anterior. También la inversión se hace viable mediante lógicamente de financiación externa pero es conveniente dadas las nuevas condiciones en el precio final de los equipos de trabajo, ya que con el avance tecnológico y el TLC los precios de productos informáticos han reducido considerablemente, de esta manera es común encontrar en el mercado equipos con valores que oscilan entre \$900.000 pesos y \$1.500.000. Dichos equipos que tienen estos precios garantizan el pleno funcionamiento de programas que necesitan entre otros de una buena capacidad de memoria, tarjetas de video avanzadas, etc. Así el mercado ofrece grandes oportunidades dado el gran avance tecnológico que genera competencia entre las marcas, y con el acuerdo del TLC los precios han disminuido notoriamente.

## **5.2.2 Estrategias Da.**

**5.2.2.1 Publicidad En Empresas:** Considerando que el instituto American Center Computer tiene un bajo reconocimiento por parte de la ciudadanía, esto incluye no solo a transeúntes sino también a las empresas, si sumado a eso tenemos que existe mucha competencia en la ciudad, es necesario crear una campaña publicitaria, no solo como se mencionó en las estrategias DO, sino que esta estrategia debe estar guiada a dar a conocer los servicios del instituto a las empresas, para buscar capacitar de mejor manera a los empleados de la misma, la estrategia consiste principalmente en ofrecer servicios bien sea de informática básica o contabilidad básica, a grupos de empleados, con el fin de que la empresa contratante vea reducido los costos y así lograr ser atractivos para las mismas. E inclusive se puede proponer a los gerentes o presidentes de cada empresa la posibilidad de que algunos de sus empleados puedan adquirir una beca en el instituto dependiendo de la cantidad de personas matriculadas en cada curso.

**5.2.2.2 Seguros Y Concejos De Seguridad:** Una debilidad del instituto, que para la presente estrategia se las unirá ya que en principio son dos, es la infraestructura y el estado de equipos, si bien antes se mencionó la opción de invertir capital para mejorar estos aspectos, es claro que un impedimento muy fuerte para decidirse a llevar a cabo dicha inversión es la inseguridad de la ciudad, por lo tanto se considera conveniente, hacer una inversión que garantice a los equipos y a las instalaciones del instituto, de esta manera una posibilidad es la de adquirir un seguro en una compañía de amplio conocimiento con el fin precisamente de asegurar las inversiones, ante un eventual robo. Hay que tener en cuenta que el seguro debe asegurar no solo las inversiones futuras sino también el patrimonio con el que actualmente cuenta el instituto American Center Computer, ya que en la actualidad el instituto solo tiene asegurados parte de sus equipos de cómputo. También se debe considerar la opción de realizar concejos de seguridad con la policía para determinar procedimientos que conlleven a evitar perjuicios por robo o destrucción de las instalaciones, dichos concejos deberían ser concertados por el instituto American Center Computer, la policía nacional y vecinos del sector bien sean empresas que se encuentran en la zona (Redetrans, banco AvVillas, talleres de maderas, colchones, etc.), colegios (San Juan Bosco) y personas que tienen sus casas en el sector.

### **5.2.3 Estrategias Fo.**

**5.2.3.1 Poner En Practica La Experiencia Adquirida En Los Años:** Los años de funcionamiento con lo que cuenta el instituto American Center Computer le permite estar al día en cuestiones metodológicas y de conocimiento sobre las TICS, esto le permite ser una buena alternativa para los estudiantes que aspiran a estudiar el manejo de las TICS, bien sea aquellos que llegan financiados por el ICETEX o por aquellos que conocieron al instituto por medio de las ferias y eventos organizados por la secretaria municipal de educación o por las instituciones de educación media de la ciudad. En este sentido la estrategia para una adecuada educación es seguir poniendo en práctica todo lo que se ha aprendido a lo largo de los años con respecto a lo estrictamente educativo y administrativo, para que la educación suministrada siga contando con la calidad que tiene hasta el día de hoy, y así lograr el desarrollo regional que es esperado por los directivos del instituto.

**5.2.3.2 Capacitación A Formadores:** El avance tecnológico ofrece muchas oportunidades para el instituto como se aclaró en el análisis de las oportunidades, si a esto le sumamos la fuerte capacitación con las que cuenta la planta de formadores del instituto, se asegura que el instituto siempre estará actualizado independientemente de los cambios tecnológicos que puedan existir, ya que los formadores no solamente tienen sus conocimientos adquiridos en sus respectivas carreras profesionales, sino que buscan actualizarse en cuestiones de nuevos software y nuevas prácticas metodológicas logrando una coherencia entre la educación brindada combinada con el uso de la tecnología, así no solo se dictan

clases en el caso de las nivelaciones en un tablero sino por medio de ayudas didácticas, aprendidas por los formadores. Una buena estrategia debe ser seguir impulsando la decisión de los directivos de capacitar a todos sus formadores en cuestiones de tecnología, permitiendo horarios flexibles para que ellos puedan adquirir dichas capacitaciones, en este sentido también sería bueno organizar foros y eventos de carácter público que conlleven a que los formadores permanezcan actualizados en las prácticas actuales en cuanto a enseñanza se refiere.

**5.2.3.3 Bajos Costos De Matricula Y Financiamiento:** Los costos de matrícula bajos que mantiene instituto, es un gran atractivo para los futuros estudiantes, los cuales reciben esta información en las ferias y eventos mencionados ya con amplitud en el documento, de esta manera una buena estrategia es mantener los precios bajos, ya que una llegada masiva de estudiantes que paguen dicho valor de matrícula es preferible a pocos estudiantes que paguen más, considerando la publicidad que se puede generar por esta vía, pero también es necesario buscar mejores maneras de financiamiento a los estudiantes, permitiéndoles realizar pagos de contado que disminuya considerablemente el valor de matrícula de cada trimestre, o considerar brindar más cuotas para que se realicen los pagos respectivos sin incrementar el valor de la misma, esto según la conveniencia de cada estudiante.

#### **5.2.4 Estrategias Fa.**

**5.2.4.1 Experiencia De Funcionamiento Como Bandera Publicitaria:** Dada la gran competencia con la que cuenta el instituto American Center Computer, la estrategia es poner en firme la experiencia adquirida a lo largo de los años de funcionamiento, lo cual le ha de permitir tener un “plus” en comparación con otras instituciones creadas hace apenas un par de años, de esta manera hay que incluir y hacer énfasis en la publicidad del instituto dichos años de experiencia, lo cual generara en el receptor de la información una sensación de confianza respaldada en la cantidad de años que el instituto lleva prestando el servicio de la educación. Es decir, la bandera publicitaria sería la experiencia de funcionamiento, factor determinante si se tiene en cuenta que en el mercado existen muchos institutos de educación técnica pero que no cuentan con demasiada experiencia.

**5.2.4.2 Becas Estudiantiles:** Una grave problemática de la ciudad es el desempleo, esto hace que las personas demanden en menor medida los servicios ofrecidos por el instituto American Center Computer, si se articula lo anterior la falta de reconocimiento por parte de la ciudadanía, se propone la estrategia de generar becas a estudiantes de niveles sociales bajos, ya que el instituto tiene como misión formar integralmente a las personas y contribuir al desarrollo de la región, de esta manera muchas personas se vincularan al instituto, lógicamente dichas becas deben ser controladas de manera que se garantice que las personas beneficiadas sean quienes más la necesiten, así se prepara a aquellos jóvenes

beneficiados y pueden alcanzar un perfil académico adecuado para conseguir un empleo formal, disminuyendo en cierta medida el desempleo de la región. Además de lo anteriormente expuesto dichas becas también generan en lo netamente comercial una buena opción de publicidad, ya que muchas personas se verán motivadas a llegar a la institución, cabe resaltar finalmente que dichas becas no deben ir en detrimento de la salud económica y financiera del instituto por lo tanto, por trimestre no serán más de 3 o 4 las personas beneficiadas incluyendo las dos carreras técnicas que ofrece el instituto.

También la asignación de becas puede ser total o parcial, según cada estudiante y el estudio previo que se necesita realizar para entregar las becas.

**5.2.4.3 Mayor Presencia De La Policía En El Sector:** Como se ha mencionado en este informe un problema muy grande para el instituto es la inseguridad, pese a estar ubicado en un sector céntrico, la presencia de la policía es mínima, razón por la cual se han presentado diferentes robos en los últimos meses sobre todo a empresas vecinas, teniendo en cuenta este aspecto, y como una de las fortalezas del instituto radica en su ubicación es necesario implementar estrategias que conlleven a mejorar la seguridad del sector, de esta manera se propone crear una alianza con las empresas del sector con el fin de reclamar mayor presencia de la policía, argumentando los desórdenes que se han comentado anteriormente.

Para concluir, teniendo en cuenta las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas descritas con amplitud en las páginas anteriores del trabajo se puede concluir que para un funcionamiento óptimo del instituto, tanto académica como económicamente se propone:

Las campañas publicitarias, las cuales no solo sirven para darse a conocer en la ciudadanía, sino también al interior de las empresas, ofreciendo los servicios del instituto por paquetes de descuento a las empresas que deseen capacitar a sus empleados en el instituto.

Inversiones de capital: dichas inversiones deben ser capaces de cubrir los costos generados por la campaña publicitaria, pero también los costos ocasionados por el mejoramiento de la infraestructura del instituto como lo son: el arreglo de baños, cafetería, entre otros, y así mismo la inversión debe ser orientada a la compra de nuevos equipos de cómputo más acorde a los requerimientos de la sociedad actual. Otro aspecto de gran importancia para el instituto es la capacitación que deberán recibir los formadores, indicando que esto no implica que en la actualidad no sean preparados, por el contrario la preparación de los formadores es una fortaleza del instituto, en este sentido lo que se propone es que los formadores sean capacitados en nuevas metodologías y tecnologías con el fin de estar a la vanguardia en el sistema educativo.

Otra manera de incrementar los ingresos del instituto es entregar becas o descuentos especiales a sectores de la población vulnerable, con el fin de que el instituto ingrese en un campo que le permita atraer mayor cantidad de estudiantes y de paso le sirva para posicionarse a la institución dentro de dichos sectores.

Y finalmente como una última conclusión el instituto deberá proteger sus inversiones, y sus empleados y estudiantes, para tal efecto se debe mejorar la seguridad del sector donde funciona el instituto American Center Computer, mediante consejos de seguridad los cuales deberán ser convocados por las empresas que se concentran en el sector.

Llevando a cabo los anteriores criterios que se especifican de mejor manera en la demostración del presente objetivo, el instituto American Center Computer, puede alcanzar mayores ingresos económicos y mejorar la calidad de educación suministrada.

## **6. SUGERENCIAS A NIVEL ECONÓMICO Y ACADÉMICO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN OFRECIDA POR EL INSTITUTO AMERICAN CENTER COMPUTER.**

Considerando todos los análisis realizados y expuestos en el presente trabajo, el se pueden formular las siguientes sugerencias al Director del instituto American Center Computer, las cuales están orientadas a mejorar principalmente el aspecto económico del instituto, pero también el aspecto académico del mismo,

### **6.1 SUGERENCIAS DE CARÁCTER ECONÓMICO**

Como se mencionó a lo largo del trabajo las finanzas del instituto American Center Computer han permanecido constantes en los últimos 5 años, esa situación se ve reflejada en que los ingresos del instituto han disminuido en la misma proporción de los egresos, teniendo un superávit financiero muy pequeño al final del ejercicio contable, también hay que tener en cuenta que la mayoría de los equipos de los que dispone el instituto se han depreciado y no han sido renovados. Teniendo en cuenta esta situación se realizan las siguientes sugerencias en aras de incrementar los ingresos de la institución, y así mismo la percepción de los jóvenes, de los estudiantes y formadores del instituto y también de los empresarios de la ciudad.

#### **6.1.1 Relanzamiento De Marca**

La primera propuesta es incrementar la demanda de los programas académicos ofrecidos por el instituto mediante un relanzamiento de marca, cabe aclarar que esta propuesta no es independiente de las demás que se realizaran, sino por el contrario son complementarias como se verá más adelante. Las estrategias a seguir para el ya mencionado relanzamiento de marca son las siguientes:

**6.1.2 Rediseño Del Logotipo Y Slogan:** para revitalizar la imagen de la empresa (uno de los objetivos del relanzamiento de marca), es necesario rediseñar el logo del instituto American Center Computer, y el slogan de una manera que sea más atractiva para los jóvenes, que sea mucho más moderna.

Dicho cambio en el logo del instituto debería realizarse por medio de los mismos estudiantes, ya que son ellos los principales conocedores de las virtudes y los defectos del instituto, lógicamente este proceso debe ser guiado por uno o varios formadores del instituto que tengan conocimientos en las áreas del diseño gráfico y también que conozca sobre los gustos y preferencias de la juventud de la ciudad de San Juan de Pasto, ya que de manera principal es a este segmento poblacional al que se desea invitar a formar parte del instituto.

Se considera que la manera de que los estudiantes estén más dispuestos a realizar este cambio en el diseño del logo sería mediante un concurso en el cual

puedan participar todos los estudiantes sin importar el trimestre académico que cursen, y puede realizarse de manera individual o colectiva, cuyo incentivo principal además de ayudar al instituto, sea de carácter económico, pagando algún premio en efectivo o con descuentos en el valor de la matrícula. Claro está que el incentivo también puede ser académico, como otorgar un reconocimiento especial que se anexará al currículo del estudiante lo cual le servirá para su hoja de vida, o también puede ser una nota en una área específica del pensum académico, por tanto, el incentivo debe ser muy bien concertado pero el incentivo económico sería la mejor opción para lograr la plena participación de los estudiantes.

**6.1.3 Promociones, Becas Y Descuentos:** la promoción a la que se hace referencia es de tipo económico, si bien la mayoría de las personas que dieron su opinión para realizar este trabajo considera que los precios son bajos, es necesario que el instituto sea capaz de llegar a más sectores de la sociedad, a los niveles sociales vulnerables, ya que la misión del instituto es en resumen llegar al desarrollo humano. En este sentido se incrementa la llegada de nuevos y mayor cantidad de estudiantes de este modo se realiza otro tipo de publicidad que es la denominada boca a boca, es decir, que más y más personas hablen sobre el instituto, esto en un sentido estrictamente económico, se alcanza mayor conocimiento de la marca por parte de la ciudadanía.

Las promociones deben estar orientadas a la asignación de becas educativas congruentes con los resultados académicos de las personas, y también bonos de descuento. Para asignar los descuentos o las becas se hace necesario realizar convocatorias públicas que seguramente darán de que hablar en la ciudad, así más gente se acercará a conocer el instituto y el nombre del mismo será más conocido también.

Estas promociones deberán ser divulgadas ampliamente, con esto se incrementará la demanda de los servicios ofrecidos por el instituto, incrementando los ingresos del mismo, y por ende mejorando la situación económica del instituto American Center Computer. La sugerencia de realizar más promociones está directamente ligada a la creación de un nuevo logo y un nuevo slogan ya que la revitalización generada por estos nuevos aspectos con llevan claramente a que más personas demanden los servicios del instituto, por consiguiente los precios bajos y las promociones en general, permitirán que aquellas personas mencionadas anteriormente decidan quedarse en el instituto y estudiar en él, haciendo que la demanda se convierta en un demanda efectiva, es decir, que no solamente existan personas que les interese estudiar en el instituto, sino que en efecto, estudien en el instituto American Center Computer.

**6.1.4 Pautas Publicitarias:** Para incrementar la demanda, es necesario realizar una fuerte campaña publicitaria, ya que los resultados de las encuestas reflejaron el poco conocimiento que las personas tienen sobre el instituto American Center Computer, dicha campaña consiste en realizar pautas publicitarias en las

principales emisoras radiales de la ciudad, considerando que los principales demandantes son los jóvenes, por lo tanto habría que pautar en las emisoras más escuchadas por este segmento de la población, contrario a lo que se ha venido implementando en los últimos años en el instituto donde se realizan pautas en emisoras de poco reconocimiento y cuyos oyentes son principalmente personas de una edad mayor, que aunque dispongan de los recursos económicos para pagar los costos de matrículas de sus hijos y/o conocidos, son escasos los que se presentan a estudiar, por lo cual se puede inferir que la decisión de estudiar en el instituto no es tomada por los jóvenes sino por sus padres o familiares, lo que podría generar una desmotivación por parte de los estudiantes de asistir al instituto, entonces en este sentido es mejor que sean los jóvenes quienes tomen la decisión de asistir al instituto American Center Computer.

Estas pautas publicitarias son el componente fundamental de esa propuesta ya que la publicidad es la que va a permitir que el relanzamiento de la marca llegue al conocimiento de un mayor número de personas por eso si bien la publicidad está enfocada principalmente a emisoras radiales, se sugiere hacer la publicidad del instituto en un medio de comunicación ampliamente demandado como lo es la internet.

Por tal motivo es que se dará a conocer a un amplio sector de la comunidad, tanto el diseño del nuevo logo, como las promociones ya mencionadas, y de esta manera incrementar el número de estudiantes que ingresan al instituto trimestralmente

Los costos generados por las remuneraciones económicas a los estudiantes, en el caso del diseño del logo, las becas y descuentos y además las pautas publicitarias, serán compensadas con el incremento de los estudiantes del instituto. Ya que se estima que si ingresan 2 estudiantes adicionales al promedio de la institución estos costos se verán compensados. Lógicamente como las promociones y las pautas publicitarias se realizan para todos los trimestres, este ingreso de 2 estudiantes adicionales al promedio de la institución deberá permanecer constante en cada trimestre. Pero cabe aclarar que el relanzamiento de marca está orientado a recibir como mínimo 10 estudiantes adicionales al promedio de la institución.

#### **6.1.5 inversión en infraestructura y equipos de cómputo**

Si se tiene en cuenta, la anterior propuesta y el eventual incremento de la cantidad de estudiantes en el instituto, se deben realizar una serie de cambios en la infraestructura del mismo, tomando en cuenta las opiniones de los estudiantes actuales del instituto.

**6.1.6 Equipos De Cómputo:** es necesario que el instituto adquiera nuevos equipos de cómputo, que en el corto plazo podrían ser con el fin de renovar un

laboratorio, en el cual estudiarán los nuevos estudiantes, en el largo plazo dicha renovación deberá realizarse en los otros laboratorios.

Al mejorar los equipos, también se puede mejorar la calidad de los programas empleados, pero en síntesis la renovación en cuanto a equipos de cómputo se refiere está enfocada a la satisfacción principalmente de los nuevos estudiantes.

Se prevé que se tendrán que adquirir alrededor de 8 equipos nuevos para el laboratorio uno, para que con esto se logre que cada estudiante este en su respectivo equipo (política actual del instituto), y que a su vez todos los estudiantes tengan las mismas condiciones en cuanto a software se refiere.

El costo total de cada equipo oscila los \$850.000 pesos, con lo cual al comprar los 8 equipos el valor total es de \$6.800.000 pesos. En promedio si se realiza un pago a 24 cuotas, el pago por mes seria cercano a los \$300.000 pesos.

Para realizar esta inversión se puede optar por un préstamo a algún banco, o se puede en algún almacén de cadena adquirir la cantidad de equipos necesaria pero realizar el pago en cuotas, para recuperar esta inversión se estima que el incremento de estudiantes deberá ser de 4 por encima del promedio actual del instituto.

**6.1.7 Infraestructura: Baños Y Cafetería:** en este caso no se habla de un cambio total sino solo de adecuaciones principalmente en los baños, en estos los cambios serían las puertas, la iluminación y los accesos, lo cual no genera grandes costos, se estima que para repararlos se necesita una cantidad que rodea los \$200.000 pesos, y los cambios en la cafetería son ante todo las mesas y sillas, estos cambios tienen un costo aproximado de \$350.000 pesos, lo que generar un gasto total de \$550.000 pesos los cuales deberán salir en la medida de lo posible de los activos del instituto, ya que un préstamo resultaría muy costoso.

Se estima que con el ingreso de 1 nuevo estudiante por encima del promedio estos costos serán compensados, teniendo en cuenta que estas inversiones se realizan una vez cada dos años aproximadamente.

En síntesis para recuperan la inversión tanto de los equipos de cómputo como de las inversiones en infraestructura, es necesario que al instituto American Center Computer ingresen 5 estudiantes por encima del promedio.

## **6.2 SUGERENCIAS DE CARÁCTER ACADÉMICO**

### **6.2.1 Acreditación De Nuevos Programas Académicos**

El objetivo principal de realizar el trabajo en el instituto American Center Computer, fue conocer si sus programas son o no demandados por la ciudadanía

en general, además de conocer si los egresados de sus programas tienen opciones de ingresar al mercado laboral, todo esto se verá más adelante en las conclusiones del trabajo aunque previamente ya se han dado acercamientos en este sentido.

De esta manera ya se ha conocido cuales son los programas académicos más demandados en cuanto a estudios técnicos se hace referencia, por tal motivo esta propuesta está enfocada a que el instituto busque la acreditación en el programa de auxiliar en administración de empresas, ya que es un programa altamente demandado, y con el cual puede generar mayores ingresos además de tener la posibilidad de diversificar su portafolio de servicios. Aprovechando que entre sus formadores ya existen algunos con conocimientos sobre el tema.

### **6.2.2 Seguimiento A Estudiantes Y Egresados**

La segunda propuesta de carácter académico es realizarle un seguimiento a todos sus egresados, para estar al tanto de su situación social y económica, lo que permite que haya un mayor sentido de pertenencia hacia la institución, además claro está de conocer si realmente sus egresados han sido contratados en el área en la cual se graduaron.

Este seguimiento se propone sea realizado mediante encuestas publicadas en la página web del instituto, y cuyo formulario de encuesta debe ser realizado por una persona con conocimiento en el seguimiento de egresados. En cuanto a los estudiantes actuales, se propone realicen una encuesta en la cual entreguen su opinión al respecto del instituto American Center Computer.

Estas encuestas permiten conocer cuál es la percepción tanto de estudiantes como de egresados sobre el instituto American Center Computer, lo cual es bueno para saber en qué aspectos se está fallando con el fin de corregirlos, y que aspectos son fortalezas para mantenerlos.

En conclusión se realizaron propuestas de carácter económico y académico, con mayor énfasis en las propuestas de carácter económico.

Las propuestas económicas están orientadas a incrementar los ingresos del instituto American Center Computer, para tal efecto se consideró indispensable incrementar la demanda de jóvenes. Por lo tanto, se plantea un relanzamiento de marca que permita que el instituto sea más atractivo para los jóvenes de la sociedad actual, teniendo en cuenta sus gustos y preferencias para modificar el logo y slogan del instituto, además se tiene en cuenta su capacidad de pago y por eso se realizan promociones como becas o bonos de descuento y además se proponen pautas publicitarias para dar a conocer a toda la comunidad estos cambios.

También se propuso mejorar los baños, la cafetería y los equipo de cómputo, para lograr que la satisfacción de los estudiantes.

En total para que los costos sean costeados, es necesario que la cantidad de estudiantes nuevos se incremente en 7 cada trimestre, aunque cabe destacar que todas estas estrategias están orientadas a que el número de estudiantes incremente por lo menos en 12 cada trimestre. Con lo cual se puede decir que además de incrementar el número de estudiantes, también se incrementan los ingresos netos del instituto.

Las propuestas académicas están orientas a incrementar la oferta de programas educativos, por eso se sugiere buscar la acreditación del programa técnico en sistemas como auxiliar en administración de empresas, dado que a lo largo del trabajo se identificó que este programa tiene alta demanda en los jóvenes.

La segunda propuesta académica es el seguimiento a estudiantes actuales y egresados, para poder conocer la percepción de estos sobre el instituto American Center Computer y así corregir los defectos y mantener las virtudes.

## 7. CONCLUSIONES

El objetivo general del presente informe es dar a conocer si la educación suministrada en el instituto American Center Computer, es o no pertinente, es decir, si es altamente demandada tanto por los jóvenes de la ciudad de San Juan de Pasto, y de la misma manera por los empresarios de la ciudad, en ese orden de ideas se tienen las siguientes conclusiones:

A nivel educativo, se puede deducir que si bien el instituto no cuenta con mucho reconocimiento por parte de los jóvenes de la ciudad, estos una vez conocido el pensum académico del instituto, manifestaron su deseo de asistir a la institución, es decir, existe una alta demanda potencial por parte de los jóvenes.

También cabe resaltar que el instituto American Center Computer ofrece el programa técnico laboral por competencias en auxiliar de sistemas ofimáticos, se menciona esto debido a que el programa técnico más demandado por los jóvenes de la ciudad es informática, en este sentido, el instituto está en las condiciones de satisfacer dicha demanda.

Así mismo, el estudio arrojó que la jornada diurna es la que cuenta con una alta demanda por parte de los jóvenes, de la misma manera la modalidad metodológica presencial y el tiempo de duración de los estudios de 6 trimestres académicos, todo lo anterior lo cumple el instituto American Center Computer, razón por la cual los jóvenes están dispuestos a estudiar en la institución.

En este orden de ideas y tomando como base los resultados del estudio se puede afirmar en primera instancia que el instituto American Center Computer ofrece una educación que cumple con las expectativas de los jóvenes encuestados.

A nivel de los empresarios y la exigencia que estos tienen hacia sus empleados, se puede concluir que en los puestos en los cuales se demandan mayor cantidad de personal es en puestos de técnicos, obviamente los egresados del instituto son técnicos razón por la cual, se afirma que dichos egresados tienen altas posibilidades de insertarse en el mercado laboral de la ciudad, en este sentido, la única problemática es que de las empresas de la ciudad, la mayoría son bien sea micro o pequeñas empresas, por lo tanto, no contratan nuevo personal en grandes cantidades.

Así mismo, los empresarios de la ciudad exigen a sus empleados conocimientos en sistemas afines principalmente con ofimática y diseño gráfico, en el instituto American Center Computer se enseña todo lo relacionado con ofimática, y también la parte de diseño gráfico que corresponde a animaciones multimedia y edición de fotografía.

Al igual que sucedió con los jóvenes, los empresarios no conocían al instituto American Center Computer, sin embargo, una vez conocido el pensum académico del mismo, manifestaron la gran mayoría su voluntad de capacitar a sus empleados en la institución, lo que genera una alta demanda potencial por parte de los empresarios.

Una vez realizado el estudio y con las anteriores conclusiones, se afirma que el instituto American Center Computer cumple con los requisitos que los empresarios exigen a sus nuevos posibles empleados, lógicamente en este caso se habla de los egresados del instituto y su inserción en el mercado laboral.

Con lo anterior se afirma con la certeza que permite el trabajo realizado, que la educación suministrada en el instituto American Center Computer es pertinente ya que tanto jóvenes como empresarios la demandan.

Ya con esto se tiene que la educación del instituto es pertinente, sin embargo, es lógico que haya ciertos aspectos en los cuales el instituto debe mejorar en aras de incrementar la calidad de sus programas y por ende la satisfacción de sus estudiantes, para tal efecto, se deberían realizar cambios en la infraestructura del instituto modificando entre otros aspectos, los baños, y la cafetería. Así mismo aprovechar las oportunidades que existen en el mercado para mejorar la calidad de sus programas, sus formadores y empleados en general.

## **8. RECOMENDACIONES**

Las recomendaciones que se realizan son especialmente para el director del Instituto American Center Computer, en este sentido se tiene que se recomienda:

Leer atentamente el presente informe para decidir las estrategias más adecuadas para el mejor funcionamiento del Instituto American Center Computer.

Tomar en cuenta principalmente las propuestas del numeral 4.1, ya que son las propuestas en las que se tiene más conocimiento, si bien esto no quiere decir que las demás propuestas sean omitidas, pero para estas últimas se considera necesario que sean analizadas con mayor detenimiento para lograr óptimos resultados.

Así mismo se puede sugerir a los directivos de la Universidad de Nariño, se continúen aprobando proyectos dirigidos a la investigación, en especial lógicamente en el programa de Economía.

## BIBLIOGRAFÍA

Ballestrini, Mirian: Como se elabora el Proyecto de Investigación, Consultores Asociados. Servicio Editorial, 2002.

Cámara de Comercio de Pasto. Boletín estadístico. Movimiento de registros públicos. Primer semestre de 2013

Cámara de Comercio de Pasto. Estudio de percepción empresarial primer semestre de 2012.

Cea D'Ancona, M. A, 1998. Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas e investigación social. Madrid: Síntesis, pp. 239-254.

Ezequiel Ander-Egg: Técnicas de Investigación Social, Argentina, Editorial Humanitas, Colección Guidances, G 5, 1983.

Hernández Sampierí C. Roberto & Fernández Collado Carlos & Baptista Lucio Pilar (1998). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill Interamericana, S.A.

Pertinencia, Innovación y Competitividad en la Educación. Una aproximación teórica y un diagnóstico para Ciénaga. Publicado por: Elkin Bilardo Márquez Fernández. Taller Editorial Sabiduría

Revista del Instituto American Center Computer, publicada el 24 de febrero de 2012.

Textos producto de las conferencias y ponencias desarrollados en el Foro Educativo Municipal y Encuentro de Sabiduría Pedagógica Ciénaga Magdalena 2010.

## NET-GRAFÍA

Página web cámara de comercio de Pasto  
[www.ccpasto.org.co](http://www.ccpasto.org.co)

Página web del Icetex  
[www.icetex.gov.co](http://www.icetex.gov.co)

Página web del Instituto American Center Computer  
[www.americancentercomputer.p.ht](http://www.americancentercomputer.p.ht)

Página web del ministerio nacional de Educación  
[www.mineduccion.gov.co](http://www.mineduccion.gov.co)

Página web Pasto joven  
[www.pastojoven.gov.co](http://www.pastojoven.gov.co)

Página web Plan Nacional de Educación PNDE 2006-2016  
[www.plandecenal.edu.co](http://www.plandecenal.edu.co)

Teorías unikono  
[teoriasunikino.blogspot.com](http://teoriasunikino.blogspot.com)

# **ANEXOS**

## ANEXO A. ENCUESTA DIRIGIDA A GERENTES O JEFES DE PERSONAL



### UNIVERSIDAD DE NARIÑO TRABAJO DE PASANTÍA DEL PROGRAMA DE ECONOMÍA ENCUESTA “NECESIDADES DE TALENTO HUMANO DE LAS EMPRESAS DE SAN JUAN DE PASTO”

**DIRIGIDA A:** Gerentes o jefes de personal de las empresas más representativas de la Ciudad de San Juan de Pasto.

**OBJETIVO:** Encontrar y analizar los requerimientos necesarios que un postulante a empleado debe tener para lograr acceder a un empleo formal en las empresas donde se realiza la presente encuesta, así mismo analizar si los egresados del Instituto American Center Computer cumplen con dichos requerimientos para alcanzar un empleo en las empresas.

#### IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

1. ¿Cuántos empleados tiene actualmente su empresa? \_\_\_\_\_

**Marque con una X la respuesta correcta**

2. ¿Cuál es la actividad económica principal de la empresa?

- A. Industria \_\_\_\_\_ B. Comercio en general \_\_\_\_\_  
C. Transporte y almacenamiento \_\_\_\_\_ D. Alojamiento y/o servicios de comida \_\_\_\_\_  
E. Información y telecomunicaciones \_\_\_\_\_ F. Construcción \_\_\_\_\_  
G. Otro \_\_\_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

3. ¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene la empresa?

- A. Menos de 2 años \_\_\_\_\_ B. Entre 2 y 5 años \_\_\_\_\_ C. Entre 5 y 10 años \_\_\_\_\_ D. Más de 10 años \_\_\_\_\_

#### RELACIÓN CON PASANTÍAS Y/O PRÁCTICAS ESTUDIANTILES

4. ¿En los últimos 5 años ha recibido a pasantes o practicantes en su empresa? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

En caso de responder Si, contestar lo siguiente, de lo contrario continuar con la pregunta 7:

5. ¿Cómo evalúa el trabajo realizado por los pasantes o practicantes en su empresa?

- A. Excelente \_\_\_\_\_ B. Buena \_\_\_\_\_ C. Regular \_\_\_\_\_ D. Mala \_\_\_\_\_ E. Muy mala \_\_\_\_\_ F. NS/NR \_\_\_\_\_

6. ¿Ha contratado posteriormente a aquellos pasantes o practicantes que trabajaron en su empresa?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

#### EMPLEADOS

7. ¿Ha contratado nuevo personal en el último año? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

En caso de haber contratado personal en el último año, responder la siguiente pregunta:

8. ¿En qué puesto de su empresa ha realizado el mayor número de contrataciones?  
**A.** Directivos\_\_\_ **B.** Técnicos\_\_\_ **C.** Intermedio\_\_\_ **D.** Comerciales\_\_\_  
**E.** Administrativo\_\_\_ **F.** Operarios\_\_\_ **G.** No calificados\_\_\_ **H.** Otros **I.** NS/NR\_\_\_

9. ¿Qué tipo de contrato es el que usa su empresa con mayor frecuencia?  
**A.** Indefinido\_\_\_ **B.** Temporal\_\_\_ **C.** Formativo\_\_\_ **D.** Fijo\_\_\_ **E.** Otro\_\_\_

10. ¿Qué medios de reclutamiento de personal son empleados con mayor frecuencia en la empresa?  
**A.** Radio\_\_\_ **B.** Prensa\_\_\_ **C.** Televisión\_\_\_ **D.** Internet\_\_\_  
**E.** Interno\_\_\_ **F.** Otra\_\_\_ **¿Cuál?** \_\_\_\_\_

11. ¿Qué etapas debe superar un demandante para finalmente acceder a una vacante en la empresa? (puede seleccionar más de una opción)  
**A.** Revisión hoja de vida\_\_\_ **B.** Entrevista personal\_\_\_ **C.** Pruebas psicológicas\_\_\_  
**D.** Pruebas prácticas\_\_\_ **E.** Pruebas de conocimiento\_\_\_

**PERFIL ACADÉMICO DEMANDADO**

12. ¿Qué tipo de profesionales son los que en mayor medida demanda su empresa? Seleccione una sola casilla.

<b>A.</b> Arquitecto		<b>G.</b> Químicos, biólogos y afines	
<b>B.</b> Informática		<b>H.</b> Administradores, economistas y afines	
<b>C.</b> Ingenieros civiles		<b>I.</b> Psicólogos, médicos, enfermeros y afines	
<b>D.</b> Comunicaciones		<b>J.</b> Físicos, matemáticos y afines	
<b>E.</b> Ingenieros electrónicos		<b>K.</b> Técnicos en cualquier área	
<b>F.</b> Idioma extranjero		<b>L.</b> Otros ¿Cuál? _____	

13. ¿Qué idiomas solicita su empresa que manejen sus empleados? Seleccione una o varias opciones  
**A.** Ingles\_\_\_ **B.** Francés\_\_\_ **C.** Italiano\_\_\_ **D.** Alemán\_\_\_ **E.** Ninguno\_\_\_  
**F.** Otro\_\_\_ **¿Cuál?** \_\_\_\_\_

14. ¿Qué conocimientos en informática exigen en su empresa? Seleccione una o varias opciones  
**A.** Ofimática\_\_\_ **B.** Aplicaciones contabilidad\_\_\_ **C.** Aplicaciones de nómina\_\_\_  
**D.** Facturación\_\_\_ **E.** Gestores de proyectos\_\_\_ **F.** Diseñadores gráficos\_\_\_  
**G.** Ninguna\_\_\_ **H.** Otra\_\_\_ **¿Cuál?** \_\_\_\_\_

15. ¿Es necesario ser titulado en una universidad o un instituto tecnológico o técnico para acceder a un empleo en su empresa? Si\_\_\_ No\_\_\_

16. ¿Qué características curriculares se valoran en mayor medida en su empresa para contratar nuevo personal?

- A. Titulación\_\_\_      B. Conocimientos teóricos\_\_\_      C. Formación complementaria\_\_\_  
 D. Experiencia profesional relacionada\_\_\_      E. Experiencia profesional no relacionada\_\_\_  
 F. Otra\_\_\_ ¿Cuál?\_\_\_\_\_

17. ¿Qué características sociodemográficas tiene en cuenta su empresa para la contratación de nuevo personal? Seleccionar una opción

- A. Edad \_\_\_      B. Sexo \_\_\_      C. Estado civil \_\_\_      D. Lugar de residencia \_\_\_  
 E. Lugar de nacimiento \_\_\_      F. Otra \_\_\_      G. Ninguna en especial\_\_\_

18. ¿Ha encontrado déficits en los titulados técnicos que ha contratado en los últimos 5 años?  
 Si\_\_\_ No\_\_\_

Si la respuesta anterior fue no, pasar a la pregunta 21, de lo contrario continuar normalmente.

19. Los mayores déficits en los titulados técnicos contratados se encuentran en:

- A. Fundamentación Teórica \_\_\_      B. Fundamentación practica\_\_\_  
 C. Conocimientos de informática \_\_\_      D. Idiomas\_\_\_  
 F. Otro\_\_\_ ¿Cuál?\_\_\_\_\_

20. ¿En su opinión que déficit en competencias tienen los titulados técnicos contratados en su empresa? Teniendo en cuenta que 1 es muy deficiente y 5 es suficiente

CRITERIOS (Descripción)	5	4	3	2	1
a. <b>Conocimiento técnico</b> (Poner en práctica los conocimientos que tiene la persona para el uso de técnicas e instrumentos de trabajo)					
b. <b>Atención al cliente</b> (Tratar a los clientes de manera adecuada en beneficio de la empresa, el empleado y el cliente)					
c. <b>Colaboración</b> (Trabajar con diferentes personas sin tener en cuenta las funciones que desempeñan con tal de conseguir los objetivos planeados)					
d. <b>Liderazgo</b> (Capacidad de guiar un grupo con miras de la realización de alguna tarea, delegando responsabilidades y manteniendo el espíritu de grupo)					
e. <b>Trabajo en equipo</b> (trabajar cooperativamente con otras personas, facilitando el trabajo en grupo)					
f. <b>Planificación</b> (Establecer planes de acción ajustados al tiempo y el presupuesto, organizando los recursos para ejercer control y seguimiento a las diferentes actividades de la empresa)					
g. <b>Solución de problemas</b> (Analizar los problemas para identificar posibles soluciones)					
h. <b>Flexibilidad</b> (Adaptación a los posibles cambios, manteniendo la efectividad sin importar las tareas, personas y responsabilidades que le rodean.)					
i. <b>Aprendizaje</b> (Capacidad para aprender rápidamente nuevos métodos y sistemas de trabajo.)					
j. <b>Excelencia</b> (Buscar la realización de las actividades con los mayores niveles de					

calidad)					
----------	--	--	--	--	--

**RELACIÓN DE LA EMPRESA CON EL INSTITUTO AMERICAN CENTER COMPUTER (IACC EN ADELANTE)**

**21.** ¿Tiene algún conocimiento previo a la entrevista del IACC? **Sí**\_\_\_ **No**\_\_\_

**22.** ¿Su empresa tiene interés en brindar capacitación a sus empleados por medio del IACC? **SI**\_\_\_  
**No**\_\_\_

**23.** ¿Ha contratado a algún egresado del IACC? **Sí**\_\_\_ **No**\_\_\_

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**FECHA DE LA ENCUESTA:** DÍA \_\_\_\_\_ MES \_\_\_\_\_ AÑO \_\_\_\_\_

**NOMBRE DEL ENCUESTADOR:** \_\_\_\_\_

## ANEXO B. ENCUESTA DIRIGIDA A JOVENES



### UNIVERSIDAD DE NARIÑO TRABAJO DE PASANTÍA DEL PROGRAMA DE ECONOMÍA ENCUESTA “DEMANDAS DE PROGRAMAS TÉCNICOS DE LOS JÓVENES DE SAN JUAN DE PASTO”

**DIRIGIDA A:** Jóvenes entre los 14 y 26 años de la Ciudad de San Juan de Pasto.

**OBJETIVO:** Encontrar y analizar las percepciones que a nivel académico presentan los jóvenes de la ciudad de San Juan de Pasto.

#### IDENTIFICACIÓN

Género: M \_\_\_ F \_\_\_

Edad: **A.** ENTRE 14 Y 17 AÑOS \_\_\_ **B.** ENTRE 18 Y 21 AÑOS \_\_\_ **C.** ENTRE 22 Y 26 AÑOS \_\_\_

Estado civil: **A.** Soltero (a) \_\_\_ **B.** Casado (a) \_\_\_ **C.** Unión libre \_\_\_ **D.** Viudo (a) \_\_\_  
**E.** Otro \_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

Estudios terminados (Máximo nivel alcanzado): **A.** Primaria \_\_\_ **B.** Bachillerato \_\_\_ **C.** Universitario \_\_\_ **D.** Técnico y/o tecnólogo \_\_\_ **E.** Otros \_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

1. ¿Actualmente se encuentra estudiando? **SI** \_\_\_ **NO** \_\_\_

Si su respuesta anterior fue NO pasar a la pregunta 8, de lo contrario continuar normalmente.

2. ¿En qué tipo de institución se encuentra estudiando? **A.** Universidad \_\_\_ **B.** Técnica o Tecnológica \_\_\_ **C.** Colegio \_\_\_ **D.** Acelerado por ciclos \_\_\_ **E.** Otros \_\_\_

3. ¿Cuál es el motivo principal para estudiar en dicha institución? **A.** Edad \_\_\_ **B.** Costos \_\_\_ **C.** Gustos \_\_\_ **D.** Calidad \_\_\_ **E.** Ubicación \_\_\_ **F.** NS/NR \_\_\_ **G.** Otra \_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

4. ¿Cuánto tiempo lleva estudiando en esa institución? **A.** Menos de 1 año \_\_\_ **B.** Entre 1 y 3 años \_\_\_ **C.** Entre 3 y 5 años \_\_\_ **D.** Más de 5 años \_\_\_ **E.** NS/NR \_\_\_

5. ¿En promedio cual es el costo de matrícula (Trimestral en pesos)?  
**A.** Menos de 100.000 \_\_\_ **B.** Entre 100.001 y 400.000 \_\_\_ **C.** Entre 400.001 y 700.000 \_\_\_  
**D.** Entre 700.001 y 1.000.000 \_\_\_ **E.** Más de 1.000.000 \_\_\_

6. ¿Quién tomó la decisión de que Ud. estudie en esa institución? **A.** Ud. \_\_\_ **B.** Familia \_\_\_ **C.** Amigos \_\_\_ **D.** Otros \_\_\_ ¿Quién? \_\_\_\_\_

7. ¿Quién paga los costos de matrícula de sus estudios? **A.** Ud. \_\_\_ **B.** Familia \_\_\_ **C.** Amigos \_\_\_ **D.** Otros \_\_\_

8. ¿Conoce instituciones técnicas o tecnológicas en la Ciudad de San Juan de Pasto? SI\_\_\_ NO\_\_\_  
Si su respuesta anterior fue NO, pasar a la pregunta 10, de lo contrario continuar normalmente.

9. ¿Cuáles son las 2 instituciones técnicas o tecnológicas que Ud. mas reconoce? A. SENA \_\_\_  
B. American Center Computer\_\_\_ C. Cinar Sistemas\_\_\_ D. ESAP\_\_\_ E. System Plus\_\_\_ F.  
COLSUP\_\_\_ G. Otra\_\_\_ ¿Cuál?\_\_\_\_\_

10. Antes de realizar esta encuesta, ¿Ud. conocía al Instituto American Center Computer? SI\_\_\_  
NO\_\_\_

En caso de no conocer previamente al Instituto American Center Computer saltar a la pregunta 13,  
de lo contrario continuar normalmente

11.Cuál es aspecto que más le gusta del Instituto American Center Computer? A. Ubicación\_\_\_  
B. Instalaciones\_\_\_ C. Formadores\_\_\_ D. Equipos\_\_\_ E. Atención al estudiante\_\_\_  
F. Costos de matrícula\_\_\_ G. Otro\_\_\_ ¿Cuál?\_\_\_\_\_

12.Cuál es el aspecto que menos le gusta del Instituto American Center Computer? A.  
Ubicación\_\_\_ B. Instalaciones\_\_\_ C. Formadores\_\_\_ D. Equipos\_\_\_ E.  
Atención al estudiante\_\_\_ F. Costos de matrícula\_\_\_ G. Otro\_\_\_  
¿Cuál?\_\_\_\_\_

13. Con la información suministrada como anexo en la presente encuesta ¿Estaría dispuesto a  
estudiar en el Instituto American Center Computer? SI\_\_\_ NO\_\_\_

#### DEMANDAS ACADÉMICAS

14. ¿Qué programa técnico o tecnológico le gustaría estudiar? A. Informática\_\_\_  
B. Auxiliar Contable\_\_\_ C. Auxiliar en administración de empresas\_\_\_ D. Auxiliar en  
enfermería\_\_\_ E. Secretariado\_\_\_ F. Mecánica automotriz\_\_\_ G. Ninguna\_\_\_ H. Otra\_\_\_  
¿Cuál?\_\_\_\_\_

¿Porque?\_\_\_\_\_

15. Si decidiera estudiar en una institución de carácter técnico o tecnológico, ¿a cuál asistiría?  
A. SENA \_\_\_ B. American Center Computer\_\_\_ C. Cinar Sistemas\_\_\_ D. ESAP\_\_\_  
E. System Plus \_\_\_ F. COLSUP\_\_\_ G. Otra \_\_\_ ¿Cuál?\_\_\_\_\_

¿Porque?\_\_\_\_\_

16. ¿En qué jornada le gusta o gustaría estudiar preferiblemente? A. Diurna\_\_\_ B. Nocturna\_\_\_  
C. Mixta\_\_\_ D. Otra\_\_\_ E. NS/NR\_\_\_

17. ¿Cuál es la modalidad metodológica de su preferencia? **A.** Presencial \_\_\_ **B.** Semi presencial \_\_\_  
**C.** Virtual \_\_\_ **D.** Otro \_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

18. ¿Cuál es el tiempo de duración de los estudios que más le agrada? **A.** 10 Semestres \_\_\_  
**B.** 6 Semestres \_\_\_ **C.** 6 Trimestres \_\_\_ **D.** 1 Año o menos \_\_\_ **E.** Otro \_\_\_

19. De los siguientes beneficios, ¿Cuál considera más adecuado dado sus requerimientos académicos, económicos o sociales? **A.** Descuentos de matrícula \_\_\_ **B.** Becas \_\_\_ **C.** Becas alimenticias \_\_\_  
**D.** Becas de transporte \_\_\_ **F.** Otro \_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**GRACIAS POR SU ATENCIÓN**

FECHA \_\_\_\_\_

NOMBRE DEL ENCUESTADOR: \_\_\_\_\_