

IMPACTO EGRESADOS
Segundo periodo de 1997 al primero del 2001

ANA TERESA BOLAÑO G.
YULIZA GÓMEZ S.
SONIA CRISTINA MEZA R.

ASESOR
Dr. DORA INES MURCIA

Trabajo de Investigación Dirigido para optar por el título de
Tecnólogos en Mercadotecnia y Publicidad

CORPORACION DE EDUCACIÓN SUPERIOR-UNITEC
FACULTAD DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD
BOGOTA
2001

TABLA DE CONTENIDO

	Pág
INTRODUCCION	
1 PROBLEMA	6
1.1 Formulación del problema	6
1.2 Delimitación del problema	7
2 JUSTIFICACION	8
3 HIPOTESIS	9
4 OBJETIVOS	10
4.1 Objetivo general	10
4.2 Objetivos específicos	10
5 MARCO DE REFERENCIA	12
5.1 Antecedentes	12
5.1.1 Reseña histórica	12
5.1.2 Diógenes Parra Walteros	14
5.2 Unitec del Nuevo Milenio	17
5.2.1 Proyecto Educativo Institucional	17
5.2.2 Unitec Virtual	18
5.3 Escuela de la Imagen	19
5.3.1 Diseño y Producción Gráfica	19
5.3.2 Cine y Fotografía	19
5.3.3 Publicidad	20

5.4	Escuela de la Ingeniería	21
5.4.1	Electrónica y Telecomunicaciones	21
5.4.2	Sistemas y Computadores	21
5.5	Escuela de Ciencias Económicas y Administrativas	22
5.5.1	Administración Hotelera	22
5.5.2	Administración de Aerolíneas y Agencias de Viajes	22
5.5.3	Mercadotecnia y Publicidad	23
5.5.4	Administración Financiera y Negocios Internacionales	23
5.5.5	Administración de Empresas	24
6	DISEÑO METODOLÓGICO	25
6.1	Tipo de Investigación	25
6.2	Técnica Cuantitativa	25
6.3	Población	25
6.4	Muestra	26
6.4.1	Distribución de la Muestra	26
6.4.2	Tamaño de la Muestra	27
6.5	Margen de Error	28
6.6	Nivel de Confiabilidad	29
6.7	Técnicas e Instrumentos	29
6.8	Trabajo de Campo	29
6.9	Procesamiento de Datos	29
7	ANÁLISIS DE RESULTADOS	30
7.1	Proporción de egresados que trabajan actualmente	30
7.2	Opción de Trabajo (Independiente o Empleado)	30
7.3	Tipo de Empresa	31
7.4	Razones por las cuales no trabajan	31
7.5	Nivel de ayuda del Programa Emprendedores para Independientes	32
7.6	Sector Económico al que pertenece la Empresa	32
7.7	Área de la Empresa en la que se desempeña	33
7.8	Relación de la Carrera con la Actividad Laboral	33
7.9	Tiempo de Vinculación a la Empresa	34
7.10	Rango de Ingresos	34
7.11	Proyección Profesional dentro de la Empresa	35

7.12	Nivel de Proyección Profesional	35
7.13	Evaluación de la Calidad de la Formación Recibida en Unitec	36
7.14	Grado de Satisfacción con Unitec	37
7.15	Proporción en la que se han presentado inconvenientes por ser egresados de Unitec	37
7.16	Tipos de inconvenientes presentados	37
7.17	Realización de otros estudios superiores	38
7.18	Proporción en la que el nivel de formación recibida ha permitido Desarrollar las actividades a cargo	39
7.19	Temas en los cuales se debería reforzar	40
7.20	Sugerencias de los egresados para Unitec	40
7.21	Actividades en las cuales les gustaría participar	41
7.22	Servicios de Unitec que utilizarían	41
7.23	Proporción de egresados que han recibido algún tipo de reconocimiento	42
7.24	Disposición para participar en actualización de datos permanente	43
7.25	Proporción en la que se ha buscado información y/o servicios en Unitec	43
7.26	Rango de Edad y Sexo	44
7.27	Suscripción a revistas, diarios o asociación	44
7.28	Deportes que se practican	45
	CONCLUSIONES	46
	RECOMENDACIONES	47
	BIBLIOGRAFIA	49
8	ANEXOS	50
	Anexo A	51
	Anexo B	52
	Anexo C	53
	Anexo D	54
	Anexo E	55

INTRODUCCIÓN

En pro del progreso de la Institución se realizó esta investigación; con la solicitud directa del Consejo Nacional de Acreditación y de La Oficina de Información e Investigación para el desarrollo Institucional (OIIDI), donde se diseñó esta investigación para conocer el impacto social que general los egresados de Unitec en el medio laboral.

La Corporación cuenta con un base de datos de la que se tomo una muestra de 345 egresados, las cuales fueron contactadas para así poder conocer por medio de ellos su actividad actual.

El proceso de haber podido hablar con cada una de las personas fue muy gratificante, se pudo percibir en ellos sentido de pertenencia hacia la institución que los formó, de la cual siguen teniendo grandes expectativas para culminar sus estudios y proyecciones.

Este estudio nos permitió plasmar los conocimientos adquiridos.

A continuación presentamos los resultados obtenidos del estudio realizado.

GLOSARIO

AC HOC: Responde a las necesidades específicas de la Institución.

ANÁLISIS DE RESULTADOS: A partir de las tablas o tabulados, el análisis nos permitirá la reducción y sintetización de los datos; se considera entonces la distribución de los mismos y se analiza una vez más la dependencia e interdependencia de las variables consideradas para la investigación.

ACTITUD: Valoraciones favorables o desfavorables, opiniones o tendencias que sistemáticamente presenta una persona respecto de un objeto o idea.

BIENES: Aquellos que satisfacen las necesidades directas de los compradores.

CONSUMIDORES: Persona que adquiere productos o servicios para su uso personal, no comercial.

ENCUESTA: Indagación sobre uno o varios temas recogidos por medio de un cuestionario para conocer la opinión pública.

ESRATEGIA: Plan de acción básico y amplio con el cual una Organización intenta lograr una o más metas.

HIPÓTESIS: Suposición de una cosa posible de la cual se saca una consecuencia.

MARGEN DE ERROR: El intervalo, usualmente expresado como +/- por ciento, adjunto al resultado de una encuesta, para estimar el parámetro, probable de la población.

MERCADO: Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto o servicio.

MUESTRA: Segmento de la población seleccionado para una investigación de mercado como representativa de la totalidad de la población.

NIVEL DE CONFIABILIDAD: Se refiere a la probabilidad de que el grado real de un parámetro, se encuentra dentro de los límites especificados en la estimación.

OIIDI: Oficina de Información e Investigación para el Desarrollo Institucional.

PERCEPCIÓN: Proceso por el cual las personas seleccionan organizan e interpretan la información para formarse una imagen significativa del mundo.

POBLACIÓN: Conjunto de unidades a la hacia el cual se dirige la investigación.

PONDERACION: Procedimiento estadístico que trata de tomar en cuenta la falta de respuesta al asignar distintos valores ponderados a los datos, dependiendo de los índices de la respuesta.

PRODUCTO: Cualquier cosa que pueda ofrecerse a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer una necesidad o deseo, se incluyen objetos físico, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.

PROGRAMA EMPRENDEDOR: Es un programa encaminado a desarrollar, fortalecer y crear el espíritu emprendedor, innovador y creador de los estudiantes de Unitec.

Es un programa de apoyo a la misión institucional educando profesionales autónomos y de pensamiento universal con alta fundamentación humanística y elevado sentido de pertenencia con la sociedad.

PRUEBA PILOTO: Preliminar de la encuesta que permite analizar y ajustar el diseño de las preguntas para el cumplimiento de su objetivo.

PUBLICIDAD: Cualquier forma remunerada de presentación no personal y con promoción de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.

SERVICIOS: Actividades, beneficio o satisfacciones que se ofrecen para su venta, cualquier actividad o beneficio que una parte pueda ofrecer a otra y que es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada.

SOFTWARE: Conjunto de programas o instrucciones necesarias para que un ordenador o una computadora lleve a cabo su tarea y todo lo relacionado con estos programas.

TAMAÑO DE LA MUESTRA: Número de observaciones o elementos de la muestra

TELEMERCADERO: Uso del teléfono para vender, comunicarse directamente con los consumidores.

1.PROBLEMA

¿Cuál es el impacto social que generan los egresados de las diferentes facultades de Unitec, en el medio laboral ?

1.1 FORMULACION DEL PROBLEMA

Con la amplia experiencia de más de 20 años en el medio; que ha tenido la Corporación de Educación Superior-Unitec, son muchos los campos de acción los que han sido atendidos por profesionales, formados de manera íntegra para las exigencias del entorno social y económico, sin embargo no se conoce exactamente hasta donde nuestros egresados son aceptados en el medio laboral y reconocidos como tal en el mismo.

La experiencia nos ha demostrado que se ha alcanzado un alto posicionamiento de la institución. Nos interesa conocer el nivel de rechazo y aceptación del tecnólogo, su desempeño con relación con los conocimientos adquiridos y la proyección que han tenido dentro de las empresas.

1.2 DELIMITACION DEL PROBLEMA

Esta investigación se realizó con una muestra de egresados de todas las facultades, del segundo periodo del año 1997 hasta el primer periodo del año 2001, en la ciudad de Bogotá, a hombres y mujeres basados en información que nos proporciona la Institución.

2.JUSTIFICACIÓN

Ha sido política institucional en Unitec realizar progresivamente procesos de autoevaluación, con el objeto de dar respuesta a una necesidad de mejoramiento continuo, proporcionando información importante para alcanzar sus objetivos de enseñanza y fortalecer la calidad de sus actividades, razón por la cual ejecuta periódicamente evaluaciones de impacto de sus egresados. Con este propósito se presentan a continuación los resultados del más reciente estudio.

El seguimiento al desempeño de los egresados ha tenido como objetivo fundamental establecer y mantener una constante comunicación, conocer el impacto que tiene el tecnólogo profesional de Unitec, evaluar su situación dentro del mercado laboral, indagar el nivel de salarios, tiempo de contratación, detectar mediante sondeos las necesidades de educación de los egresados en el nivel profesional Universitario y en educación continua, para así retroalimentarlos con cursos de actualización y diplomados. Esta información también ha resultado fundamental para los procesos de revisión y actualización de los currículos en los diferentes programas académicos.

3. HIPOTESIS

- UNITEC es actualmente reconocida como la mejor corporación de educación a nivel tecnológico lo cual facilita la ubicación de sus egresados
- Algunos egresados se desempeñan de forma independiente con los conocimientos adquiridos con el programa emprendedores
- Los exalumnos que están ubicados laboralmente es por que trabajaban antes de terminar su carrera.
- Debido al buen nivel académico de UNITEC la percepción de los jefes debe ser buena.
- Los egresados que no están laborando es por que están recién graduados y por la difícil situación que se vive en el país
- UNITEC no ha tenido un programa específico para mantener vinculados a los alumnos egresados.

4.OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Conocer del egresado de Unitec, el nivel de impacto que ha tenido en el mercado laboral, sus alcances y limitaciones, a través de estudios de seguimientos periódicos, detectar egresados que son empresarios independientes, identificando además, motivaciones y expectativas de capacitación y desarrollo personal y profesional

4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Conocer la proporción de los egresados ubicados laboralmente como independientes o empleados.
- Identificar causas por las cuales no laboran en la actualidad.
- Identificar que porcentaje de los egresados de Unitec trabajan realmente en su profesión.
- Detectar el sector económico en que trabajan los egresados.
- Describir si las expectativas de los egresados de Unitec fueron cumplidas por la misma.
- Conocer inconvenientes presentados como tecnólogos.

- Medir que porcentaje de los egresados ha continuado su formación profesional
- Conocer que esperan que les brinde Unitec a sus egresados.
- Medir el grado de conocimiento que tienen los exalumnos en cuanto a los cambios y reformas de Unitec.
- Saber en que proporción los egresados estarían interesados en participar en una base de actualización de datos en forma permanente con la Institución.
- Establecer el grado de participación de los egresados para los programas y actividades que se realicen en Unitec

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1 ANTECEDENTES

5.1.1 RESEÑA HISTORICA

Unitec fue fundada por el Dr. Diógenes Parra Walteros el 8 de agosto de 1978.

Unitec ha venido haciendo su propia historia institucional a través de su trayectoria armonizando la integración de los diferentes estamentos docente, estudiantil y administrativo para lograr su objetivo y razón de ser, como es la de formar Técnicos Profesionales con una sólida estructuración académica y una gran calidad humana, que puedan servir a la comunidad a la cual pertenecen.

Unitec esta cumpliendo con responsabilidad, y por ello se sigue proyectando como una de las instituciones líderes en la modalidad Técnica Profesional, con un futuro promisorio, donde vela por la calidad de su cuerpo docente y administrativo y cada uno de sus programas académicos seguirá en el proceso de renovación y actualización, para así conservar ese liderazgo tan duramente ganado.

Las estadísticas muestran como existe una saturación de profesionales universitarios, especialmente en aquellas disciplinas tradicionales como son: la medicina, el derecho y la ingeniería.

Es así, como la ley 80 de 1980, que reestructuró el sistema educativo colombiano, abrió paso a la eficiente utilización de los recursos y alto crecimiento de la productividad al definir y reconocer varias modalidades dentro de la educación superior, siendo una de ellas la formación técnica profesional, a través de la cual en un ciclo relativamente corto, con fundamentos teóricos muy precisos y un gran énfasis en la práctica, se forman profesionales que salen a llenar el gran vacío existente de técnicas en el mercado laboral de los diferentes sectores económicos. Las anteriores consideraciones, entre otro, fueron la motivación que tuvo nuestro fundador Diógenes Parra Walteros, al crear la Corporación de Educación Superior "UNITEC". El tuvo una inmensa fe en la educación técnica profesional al considerarla como uno de los instrumentos de desarrollo para el país. Nosotros quienes tenemos la gran responsabilidad de continuar y engrandecer su obra estamos convencidos de ello. Somos concientes del impacto que estamos causando , por lo cual nuestra meta, nuestro objetivo, es y seguirá siendo el entregar a Colombia profesionales íntegros formados bajo los principios de honestidad, responsabilidad y respeto por la dignidad humana, para quienes ser egresados de UNITEC sea su mejor carta de presentación, y con quienes podamos demostrar que la Formación Técnica es uno de los grandes pilares para el progreso Nacional.

5.1.2 DIÓGENES PARRA WALTEROS

Nació en Chiquinquirá, el 31 de mayo de 1923, en un hogar de campesinos agricultores y ganaderos, muy arraigado en la región. También se puede añadir que de sus padres, Luis Antonio y Rosa Helena, heredó el profundo amor por la tierra. Y se puede añadir que en un día conoció a Lolita Ferro, una muchacha frutal de la tierra de las frutas, Moniquirá, se enamoró, se casó con ella, y tuvo diez hijos.

Se podrá decir, igualmente, que estudió su bachillerato en su tierra natal; que luego se fue a vivir a Bogotá, donde estudió Contaduría Pública; trabajo en la oficina de abogado que tenía Jorge Eliécer Gaitán, cuya influencia fue definitiva en la orientación política del Dr. Diógenes. Trabajó durante muchos años en la parte directiva de numerosas e importantes empresas del país, que fue elegido concejal de Bogotá, gerenció y fundó instituciones donde aun queda su huella, a la edad de 62 años, luego de un tiempo largo de dedicación y de estudio, recibió el título honorífico de Doctor en Derecho. Luego de soportar con una gran entereza de carácter una penosa enfermedad, murió en Bogotá, el primero de Enero de 1985, al morir, por sus obras se ganó ese derecho a la inmortalidad, que perseguimos todos, y que solo consiguen algunos privilegiados.

El Dr Diógenes fue siempre inquieto intelectualmente. Y el ejercicio de su carrera, o su reafirmación en gerencias y corporaciones, o sus incursiones en la política, no lo desviaron de un objetivo, que en cierta medida era también un sueño. Así en 1976 fundó el Instituto de Formación Educativa e Investigación, IFEI; y después,

en el año de 1978, el Colegio Tecnológico Universitario, hoy UNITEC. Cuando murió, ya UNITEC era la realidad que es en la actualidad; una Institución que, en su género, está considerada como ejemplo de eficiencia y de grandes proyecciones en el país.

El mejor homenaje a su memoria, es seguir sus pasos. Y que el monumento más importante que se le pueda levantar en la vida, es la Institución misma, como una entidad viva que no permitirá que se muera su recuerdo, el de un hombre perseverante, que de su amor telúrico por su solar nativo sacó la fuerza indispensable para imponérsele a los tribunales inflexibles de la posteridad.

A principios del año de 1977 un grupo de profesionales dirigido por el más insigne y principal fundador de la Institución Doctor Diógenes Parra Walteros, inicia la tarea de estructurar todo un proyecto de factibilidad conducente a la apertura de una Institución que ofreciera programas académicos innovadores, al contrario de un sinnúmero de Instituciones que aparecían ante la mirada complaciente de la Sociedad y del Estado; ofreciendo programas y funcionando con docentes y alumnos sin haberse sometido previamente a las normas y exigencias legales de la época.

Unitec radica su estudio en septiembre 29 de 1977 ante el Ministerio de Educación Nacional, División de Educación Intermedia Profesional, a cargo de ese entonces de la Doctora Isabel Pinilla de Barajas, suministrando todos los datos y documentos pertinentes para la expedición de la licencia de iniciación de labores, de conformidad al Artículo 12 del Decreto 2499 de 1973, vigente en esa fecha.

Durante los finales de 1977 y el primer semestre de 1978 se continuó trabajando

en la afinación de los Programas Académicos, sus contenidos programáticos y la interrelación de éstos con las necesidades de los perfiles profesionales y ocupacionales del sector al cual irían dirigidos los futuros egresados; también se definieron cuáles serían los programas que en un inicio se ofrecerían a la comunidad por el Colegio Tecnológico Universitario "UNITEC", nombre inicial consignado en el proyecto y con el cual funcionó la Institución por espacio de dos años y medio, hasta la aparición de la reforma de 1980, en cuyo cumplimiento se transformó en la Corporación de Educación Superior Intermedia Profesional UNITEC.

Felizmente se decide abrir las puertas del Colegio Tecnológico Universitario el 8 de agosto de 1978 en la Calle 76 No 12-58, porción inicial de la actual "Sede A", y que era de propiedad de la comunidad de María Auxiliadora representada por Sor Lleana Morchelli; quien cuenta que dicha residencia fue comprada al doctor Rafael Barvo, Presidente de Avianca, y representaba un valor histórico y sentimental ya que cuando su Santidad el Papa Pablo VI visitó a Colombia y en deferencia con el doctor Barvo por el alistamiento del jet que lo tajo al país, aceptó tomar té en su casa.

Los programas iniciales que se ofrecían y con los cuales comenzó actividades académicas UNITEC, fueron; Administración Hotelera, Diseño Textil, Mercadotecnia y Sistemas y Computadores; posteriormente en el primer semestre de 1979 se creó el Programa de Administración de Aerolíneas y Agencias de Viajes, y en el segundo semestre el programa de Cine y Fotografía, denominado en esa oportunidad como "Artes Visuales y Ciencias Cinematográficas". La

matrícula total en los cuatro programas iniciales en el segundo semestre de 1978 fue de 67 alumnos y el cuerpo docente de catorce, de esta forma podemos medir o hacer todo tipo de análisis de los diferentes factores base del éxito de la Institución,

Ahora cuenta con diez programas académicos, con una matrícula total superior a 2.761 alumnos y con un equipo docente de 150 profesores, cifras que fríamente no hablan por sí solas de los logros alcanzados, los cuales se piensa no van en relación al tamaño de la institución; es decir vagamente no se puede afirmar la Institución es un éxito porque inició con muy pocos alumnos y a los 23 años cuenta con muchos alumnos.

5.2 UNITEC DEL NUEVO MILENIO

5.2.1 PROYECTO EDUCATIVO INSTITUCIONAL

En cumplimiento de la misión de formadores de hombres libres en su ambiente de respeto y constante búsqueda de la verdad, mediante un currículo abierto y flexible, Unitec estableció la Programación Académica Modular PAM, que permite al alumno tomar simultáneamente como máximo dos o tres asignaturas, que desarrolla de manera intensiva en módulos hasta cumplir con contenidos programáticos de las mismas. Una vez culminados estos módulos, se inicia un nuevo ciclo de asignaturas hasta cursar la totalidad de inscritas para cada semestre. Este modelo garantiza al estudiante espacios para la participación en las actividades extracurriculares y su vinculación a la práctica investigativa.

5.2.2 UNITEC VIRTUAL

En nuestros días, en donde la expansión de la tecnología hace que la palabra fronteras sea sólo una limitación geográfica, el aprendizaje y el conocimiento de otros idiomas, culturas y países se ha convertido en un tema esencial, obligando a las instituciones educativas a reestructurar el método de formación de nuevas generaciones como un sistema de enseñanza no presencial cuya comunicación está determinada por medios impresos y electrónicos es la resultante de limitaciones impuestas por el tiempo y lugar de realización del proceso formativo.

Las estrategias metodológicas diseñadas por UNITEC, facilitan el acceso a los programas educativos a grupos de personas que se encuentran geográficamente dispersas, con lo cual se beneficia a quienes combinen la realización de sus actividades cotidianas, en su formación personal y profesional. La expansión vertiginosa de la World Wide Web está dando lugar a serias iniciativas de reestructuración de las tradicionales universidades que tendrán que convertirse en instituciones VIRTUALES, donde el modelo de la comunicación profesor alumno dependerá casi exclusivamente del ciberespacio que proporciona Internet.

Por todo lo anterior Unitec incursionó con un modelo educativo el cual impacta en el mercado por su tecnología, conservando así mismo ese acompañamiento que requiere el estudiante quien a pesar de no estar presente físicamente, mantendrá una permanente vinculación con Unitec.

5.3 ESCUELA DE LA IMAGEN

5.3.1 DISEÑO Y PRODUCCIÓN GRÁFICA

El diseño asistido por computador da herramientas de automatización de todos los procesos y con ello se refleja una visión moderna en la concepción del diseño y las funciones de dirección, planeación y producción de impresos y materiales gráficos. La conceptualización de los trabajos con un gran soporte informático, con equipos y software de última generación, teniendo en cuenta el proceso completo desde el diseño hasta la producción de una pieza gráfica, son los rasgos más importantes de la carrera.

El Tecnólogo en Diseño y Producción Gráfica podrá desempeñarse como creativo en el campo de diseño gráfico y en la administración y dirección de proyectos de producción, un buen grafista hallará excelentes oportunidades en actividades de imagen corporativa, gráfica editorial, diseño de empaques, proyección tridimensional de stands y en general lo que comunique identidad corporativa, al igual que en la gráfica cinética aplicada a las imágenes en movimiento.

5.3.2 CINE Y FOTOGRAFÍA

El egresado es un Profesional con una sólida fundamentación humanística consiente de la responsabilidad del mensaje audiovisual y de la problemática general del país. Su formación profesional le capacita para enfrentar los nuevos

avances tecnológicos en la facultad de Cine Video y Fotografía. Es además un conocedor del manejo de problemas organizativos que eventualmente surjan en una producción. Por otro lado, sus principios éticos y el desarrollo de sus destrezas creativas, le permiten contribuir ampliamente en el ensanche del panorama artístico de Colombia.

5.3.3 PUBLICIDAD

En publicidad como disciplina, su fundamento científico está constituido por aquellos campos que estudian los rasgos básicos de la personalidad de los consumidores y con ellos se alcanza una mayor comprensión e identificación de las actitudes y las razones que llevan a las personas a ser compradoras o usuarias de diferentes productos. A partir de ellos, el profesional de la publicidad debe establecer una comunicación persuasiva a mercados objetivos, y para ello recurre a los medios especializados, que a manera de puente, le permiten llegar con mensajes sugestivos que contienen ante todo, información cargada de creatividad.

5.4 ESCUELA DE INGENIERIA

5.4.1 ELECTRÓNICA Y TELECOMUNICACIONES

En Colombia se ha incrementado la necesidad de formar y capacitar recursos humanos en el sector de las telecomunicaciones sobresaliendo los tecnólogos e ingenieros en electrónica y telecomunicaciones. Los planes actuales de formación en este campo no están diseñados para suplir esta necesidad ni a corto ni a largo plazo. Un grupo de entidades educativas y empresas de telecomunicaciones se han unido para planear, diseñar y desarrollar un programa de formación tecnológica, que por su carácter innovador da respuesta a los retos generados por los cambios en las nuevas alternativas de inversión para este sector del país.

5.4.2 SISTEMAS Y COMPUTADORES

La informática y la teleinformática concebidas como las ciencias del tratamiento y la transmisión de información, se han constituido en herramientas imprescindibles de la vida moderna, que demanda profesionales con habilidades en la administración, coordinación, auditoría, desarrollo e implementación de sistemas de información automatizados, contando para ello con las más modernas herramientas tecnológicas de desarrollo de software.

5.5 ESCUELA DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

5.5.1 ADMINISTRACIÓN HOTELERA

El programa está orientado a la formación integral de tecnólogos en administración Hotelera mediante la enseñanza teórico-práctica de procesos técnicos y administrativos característicos de los establecimientos de alojamiento, alimentos, bebidas y similares, que conduzcan a desarrollar en el estudiante las habilidades y destrezas que le permitan desempeñarse laboral y profesionalmente contribuyendo al crecimiento armónico de la industria turística y hotelera del país.

La tecnología en administración hotelera busca estimular y fomentar la investigación, especialmente sobre las tendencias de la industria hotelera y los avances de la ciencia y la tecnología.

5.5.2 ADMINISTRACIÓN DE AEROLÍNEAS Y AGENCIAS DE VIAJES

Esta facultad tiene como objetivo formar al estudiante para programar, administrar, desarrollar, dirigir y evaluar con características especiales de creatividad y habilidad, los diferentes tipos de información administrativa, contable, financiera y turística de una agencia de viajes, de una organización de congresos, de una oficina de representaciones turísticas y de una aerolínea con un enfoque eminentemente práctico con énfasis en las tecnologías apropiadas para el medio Colombiano.

5.5.3 MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

Los cambios vertiginosos registrados en el comportamiento y en la conducta de los consumidores, han obligado a las organizaciones a diseñar e implementar estrategias novedosas que le permitan subsistir y crecer en mercados altamente competitivos, ofreciendo bienes y/o servicios que correspondan convenientemente a las necesidades y deseos de dichos mercados. De la misma forma, la dinámica de los mercados hace que los profesionales en mercadotecnia y publicidad estén siempre preparados para modificar postulados, abriendo la mente a nuevos desarrollos y teorías.

5.5.4 ADMINISTRACIÓN DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

El tecnólogo en Administración de finanzas y Negocios Internacionales Uniteísta, adquiere una formación integral, humanística, capacitado para generar respuestas ágiles e innovadoras para la solución de problemas organizacionales, propios de una economía globalizada.

Estará en la capacidad de afrontar con éxito los retos tecnológicos, económicos, sociales y empresariales del nuevo milenio, gracias a su espíritu investigativo y ético y a su alta capacidad de comprensión de información.

5.5.5 ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Podrá desempeñarse en cualquier tipo de Organización, sea del sector público o Privado, en empresas industriales, comerciales y de servicios, o desarrollar su ejercicio profesional como asesor organizacional, o desde la iniciativa emprendedora encaminada a la creación y consolidación de empresas.

6. DISEÑO METODOLOGICO

6.1 TIPO DE INVESTIGACION: AC HOC (Responde a las necesidades específicas de la institución)

6.2 TECNICA CUANTITATIVA

Maneja grandes volúmenes de información con fines estadísticos que garantizan confiabilidad y validez de la información.

6.3 POBLACION

Hombres y mujeres, egresados de la Corporación de Educación Superior-Unitec del segundo período de año 1997 al primero del año 2001, de las facultades de:

- 31 Administración de Aerolíneas y Agencias de Viajes
- 32 Administración Hotelera
- 33 Cine y Fotografía
- 35 Mercadotecnia y Publicidad
- 36 Sistemas y Computadores
- 41 Finanzas y Negocios Internacionales
- 42 Administración Financiera y Comercial

- Diseño Gráfico

Vale la pena aclarar que para las tres últimas facultades los primeros egresados se registran solo a partir del segundo período lectivo del año de 1998.

6.4 MUESTRA

6.4.1 DISTRIBUCION DE LA MUESTRA

En el presente estudio la muestra utilizada se distribuyó de la siguiente manera según jornadas y fechas de grado:

Código Facultad	Jornada				Fecha de Grado (Agrupado)				
	D		N		Ante al 97	Año 98	Año 99	Año 2000	IPL/2001
	n	%	n	%	n	n	n	n	n
31	28	42	39	58	7	3	12	24	21
32	22	55	18	45	10	1	1	13	15
33	40	100			11	4	2	15	8
35	9	17	45	83	5	2	9	21	17
36	10	20	40	80	5	3	11	22	9
41	4	12	29	88		1	6	14	12
42	2	6	31	94			12	13	8
43	16	57	12	43		4	7	16	1
Total	131	38	214	62	38	18	60	138	91

6.4.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA

El cálculo del tamaño de la muestra se obtuvo a partir del total de egresados graduados registrados en las bases de datos desde el primer período de 1997 hasta el primer período del 2001.

Se fijó una muestra representativa para dar validez estadística, con un nivel de confiabilidad del 95.2% y un error permisible de 4.8% para un total de 345 encuestas distribuidas por programa académico de la siguiente manera.

DISTRIBUCION MUESTRA IMPACTO EGRESADOS

ADMN AEROLINEAS Y AGENCIA DE VIAJES	ADMN HOTELERA	CINE Y FOTOGRAFIA	MERCADOC Y PUBLICIDAD	SISTEMAS Y COMPUTADOR	FINANZAS Y NEGOCIOS	ADMN FINANCIERA Y COMERCIAL	DISEÑO GRAFICO	TOTAL
67	40	40	54	50	33	33	28	345

6.5 MARGEN DE ERROR

Se identifica con la siguiente fórmula

$e = ?$

$q = 50\%$ fracaso

$Z = 2$

$N =$ universo

$P = 50\%$ éxito

$n =$ muestra

$$e = Z \sqrt{\frac{p \cdot q}{n} \left[\frac{N - n}{N - 1} \right]}$$

$$e = 2 \sqrt{\frac{50 \cdot 50}{345} \left[\frac{1726 - 345}{1725} \right]}$$

$$e = 2 \sqrt{\frac{2500}{345} \left[\frac{1726 - 345}{1725} \right]}$$

$$e = 2 \times 2.4$$

$$e = 4.8$$

6.6 NIVEL DE CONFIABILIDAD

Es del 95.2 % de confiabilidad

Z = 2

6.7 TECNICAS E INSTRUMENTOS

ENCUESTA: Realizamos una encuesta por estudiante vía telefónica, se utilizó un cuestionario con preguntas cerradas y abiertas. Realizando primero un prueba piloto que permitió analizar y ajustar el diseño de algunas preguntas para el cumplimiento de los objetivos

6.8 TRABAJO DE CAMPO

La recolección de información se realizó durante los meses de abril y mayo del presente año, directamente por las alumnas que efectuaron esta investigación. Se abordaron los estudiantes vía telefónica en las diferentes posibilidades de horario, bien sea en el trabajo o en sus casas. La Institución nos facilitó, las líneas para hacer las encuestas, contamos con la ayuda de alumnas de Unitec

6.9 PROCESAMIENTO DE DATOS

Se desarrolló mediante el software estadístico SPSS para elaboración de tablas y gráficos.

7. ANALISIS DE RESULTADOS

Se presentan en forma analítica: mostrando los principales hallazgos de la información y estadística que ilustra a cerca de las cifras obtenidas en cada variable.

7.1 PROPORCION DE EGRESADOS QUE TRABAJAN ACTUALMENTE

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta realizada se puede afirmar que casi la totalidad de los egresados se encuentran vinculados laboralmente. Aunque los resultados son bastante parejos la facultad de Sistemas y Computadores se destaca por ser la que tiene el nivel más alto y las facultades de Cine y Fotografía y Administración Hotelera los niveles un poco más bajos.

(Gráficas 1 y 1a)

7.2 OPCION DE TRABAJO (INDEPENDIENTE O EMPLEADO)

Se destaca un porcentaje bastante alto de egresados que son empleados. Un mínimo trabaja independiente en donde vale la pena señalar las facultades de Cine y Fotografía y Diseño Gráfico, dato importante si se tiene en cuenta el tipo de carrera.

(Gráficas 2 y 2a)

7.3 TIPODE EMPRESA

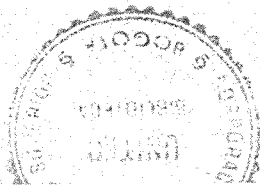
La mayoría de los egresados se encuentran trabajando en el sector privado sobresaliendo en su totalidad las facultades de Administración Hotelera, Sistemas y Computadores y Diseño Gráfico, frente a una mínima parte de la facultad de Finanzas y Negocios Internacionales que registran algunas personas ubicadas en sector público.

(Gráficas 3 y 3a)

7.4 RAZONES POR LAS CUALES NO TRABAJA

Se pudo establecer que el mayor índice de desempleo se reporta debido a la situación que esta atravesando el país, especialmente para los encuestados de las facultades de Diseño Gráfico y Mercadotecnia y Publicidad. Otra razón por la cual algunas personas no se encuentran laborando es por que tienen proyectados planes de viajar, y/o motivos que no especifican, particularmente para las facultades de Finanzas y Negocios Internacionales y Sistemas y Computadores.

(Tabla 4)



7.5 NIVEL DE AYUDA DEL PROGRAMA EMPRENDEDOR PARA LOS TRABAJADORES INDEPENDIENTES

Se nota un poco de inconformidad con el programa emprendedores sobre todo en la facultad de Cine y Fotografía aunque irónicamente son los que más trabajan independientes. Las facultades de Administración de Aerolíneas, Administración Hotelera, Mercadotecnia y Publicidad y Diseño Gráfico reconocen que si les aporato algo.

(Tabla 5)

7.6 SECTOR ECONOMICO AL QUE PERTENECE LA EMPRESA

Analizando los resultados de la encuesta, se observa que el mayor porcentaje de los encuestados se encuentra trabajando en el sector de servicios, sobresaliendo las facultades de Administración de Aerolíneas y Administración Hotelera, los cuales trabajan en Agencias de Viajes y Turismo, Hoteles y clubes respectivamente. En menor porcentaje, pero igualmente importante hay quienes trabajan en educación, salud y en el sector financiero. En el sector Comercial se registra un porcentaje representativo de las facultades de Mercadotecnia y Publicidad y Admón. Financiera y Comercial. El menor porcentaje aparece en el sector industrial, en el que se destaca la facultad de Admón. de Finanzas y Negocios Internacionales.

(Gráfica 6. Tablas 6a y 6b.)

7.7 AREA DE LA EMPRESA EN LA QUE SE DESEMPEÑA

En general, se pudo notar que los encuestados en su mayoría trabajan en áreas relacionadas con su carrera. En el área administrativa se destacan las facultades de Administración de Aerolíneas y Agencias de Viajes y Administración Hotelera. En el área Comercial y de Mercadeo y Ventas en un alto porcentaje se encuentran los de la Facultad de Mercadotecnia y Publicidad, lo cual nos indica que esta muy bien enfocada. Los de las facultades de Admón. de Finanzas y Negocios Internacionales y Financiera y comercial sobresalen en las áreas Operativas y administrativas hay que destacar que no trabajan específicamente en el área financiera. La facultad de Cine y Fotografía se desempeñan en Producción y Fotografía en su mayoría. En la facultad de Sistemas y Computadores un alto porcentaje de la muestra se encuentra trabajando en el área de Sistemas y programación.

(Tabla 7)

7.8 RELACION DE LA CARRERA CON LA ACTIVIDAD LABORAL

Casi el 50% de los egresados afirman que la carrera estudiada, esta totalmente relacionada con la actividad laboral que desempeñan. Se destaca la facultad de Cine y Fotografía; mientras que un poco más de la cuarta parte dice que su actividad se relaciona con lo estudiado parcialmente, lo que nos muestra que sí pueden practicar de alguna forma lo estudiado, especialmente los egresados de

Admon de Finanzas y Negocios Internacionales. Una menor proporción dice que no se relaciona en nada, estas personas trabajan en actividades totalmente diferentes a su carrera.

(Gràfica 7 y 7^a)

7.9 TIEMPO DE VINCULACION A LA EMPRESA

El tiempo de vinculación de los egresados esta en un rango de 1 a 3 años para una cuarta parte. En el cual se distinguen los egresados de la facultad de Administración de Aerolíneas y agencias de viajes; seguidos por los que llevan laborando menos de seis meses, como son los de Cine y Fotografía que obtienen el porcentaje más alto.

Las personas que llevan trabajando mas de ocho años en las empresas, son pocas (10 %) sin embargo, son egresados que están allí desde antes de ingresar a estudiar

(Gràfica 8)

7.10 RANGO DE INGRESOS

Se observa que una cuarta parte de la muestra se encuentra en un rango de ingresos de \$1'100.000 y más, sobresalen las facultades de Cine y Fotografía y Mercadotecnia y Publicidad. En la categoría de \$ 301.000 a 500.000 se destaca casi una cuarta parte, al igual que los de \$701.000 a 900,000. En la primera la

facultad más relevante es la de Administración Hotelera y Agencias de Viaje; en la segunda los de Administración Hotelera y Sistemas y Computadores.

Se puede determinar que las carreras mejores remuneradas son Mercadotecnia y Publicidad y Cine y Fotografía.

(Gràfica 9)

7.11 PROYECCION PROFESIONAL DENTRO DE LA EMPRESA

Se determinó que el 75% de las personas que se encuentran laborando actualmente tienen posibilidades de proyectarse profesionalmente en las empresas donde están trabajando. Esto nos indica que primero están preparados y segundo que están ubicados en buenas compañías.

(Gràfica 10)

7.12 NIVEL DE PROYECCION PROFESIONAL

El índice que se presenta, en cuanto al nivel de proyección profesional dentro de las empresas donde laboran los exalumnos, es bastante considerable. Ya que casi la mitad dice poder llegar a un nivel alto; y esto lo podemos ver en la mayoría de las facultades. Las carreras que tienen proyección a nivel medio son las de Sistemas y Computadores y Administración de Aerolíneas.

(Gràfica 11)

7.13 EVALUACION DE LA CALIDAD DE LA FORMACION RECIBIDA EN UNITEC

Se tomó un rango de calificación de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 excelente y se obtuvo como resulta 3.6. La facultad que está más satisfecha es la de Administración Hotelera con 3.9 y la que está un poco menos conforme es la facultad de Cine y Fotografía con 3.2.

Como es de esperar existen variables positivas y negativas que son importantes de mencionar.

En cuanto a la percepción positiva que tienen los egresados de Unitec se debe destacar que el nivel académico que representa la dos cuartas partes del total, seguida de la calidad de los docentes y otras razones no especificadas componen la totalidad porcentual.

En cuanto a la percepción negativa que se tiene de la calidad de la formación, se destaca la poca intensidad horaria que en algunas materias que son de gran importancia para cada una de las facultades es muy baja, la facultad que dio más baja calificación fue la de Diseño Gráfico seguida de las de Finanzas.

El otro motivo de insatisfacción es el de la mala calidad de los Docentes, un porcentaje de alumnos considera que algunos profesores no están bien preparados para dictar algunas asignaturas, la mayor queja sobre esto es por parte de la facultad de Mercadotecnia y Publicidad. Para la facultad de Administración Hotelera y Comercial el mayor problema es el bajo nivel de Inglés .

(Gráfica 12 –13b)

7.14 GRADO DE SATISFACCIÓN CON UNITEC

Se encuentra en general una buena calificación 3.8 Lo cual nos indica que las personas están satisfechas con la universidad, pero se debe implantar estrategias que eleven la calificación hasta excelente. Sería conveniente que la Institución tenga en cuenta los aspectos negativos para ir mejorando cada vez más.

(Tabla 14).

7.15 PROPORCION EN LA QUE SE HAN PRESENTADO INCONVENIENTES POR SER EGRESADOS DE UNITEC

Al estudiar la proporción de encuestados a los cuales se les han presentado inconvenientes como egresados de Unitec, en su mayoría no los han tenido, entre los cuales se destaca la facultad de Administración Hotelera.

Aunque en mínimo porcentaje, los exalumnos de la facultad de Diseño Gráfico, reportaron haber tenido algún inconveniente.

(Tabla14 – 14b)

7.16 TIPO DE INCONVENIENTES PRESENTADOS

Como se dijo anteriormente la mayoría de los entrevistados no afirmaron haber tenido dificultades en el desarrollo de su carrera . Sin embargo, vale la pena mencionar que las facultades de Mercadotecnia y

Publicidad y Diseño Gráfico han sido las más afectadas por el bajo reconocimiento que tiene Unitec, frente a otras Universidades, según sus propias opiniones.

(Tabla 15)

7.17 REALIZACION DE OTROS ESTUDIOS SUPERIORES

Para realizar un completo análisis es importante saber si los egresados han realizado otros estudios superiores. Los resultados nos muestran en una alta proporción que no los han realizado. Sin embargo, es de resaltar que los exalumnos de la facultad de Cine y Fotografía, han realizado estudios de actualización, por las condiciones de su carrera.

Los egresados que han continuado su formación superior están realizando Ciclo Profesional . La mayoría de ellos en la Corporación De Educación Superior-Unitec, el Politécnico, y la Manuela Beltran.

Los que han estudiado Ingles la mayoría lo han hecho en el Colombo

(Gráfica 15 y Tabla 16^a)

7.18 PROPORCION EN LA QUE EL NIVEL DE FORMACIÓN RECIBIDA HA PERMITIDO DESARROLLAR LAS ACTIVIDADES A CARGO

Las tres cuartas partes del total afirman que su formación les ha permitido desarrollar las actividades que tienen a su cargo, esta proporción entre las facultades es muy equitativa, sin embargo, los que han presentado más inconvenientes han sido los de la facultad de Mercadotecnia y Publicidad.

Podemos ver que en general, los estudiantes salen lo suficientemente preparados para trabajar y desarrollarse bien en sus actividades. Desafortunadamente algunos han presentados problemas y no es por falta de preparación si no por que todavía falta un poco de reconocimiento de Unitec. Debemos tener en cuenta, que a corto plazo estos inconvenientes se pueden superar debido a que muchos de los estudiantes de Unitec cada vez están demostrando que son tan buenos como los egresados de otras universidades, esto lo podemos afirmar ya que una buena parte de los encuestados se encuentra laborando.

(Gráfica 16)

7.19 TEMAS EN LOS CUALES SE DEBERIA REFORZAR

Más de una cuarta parte está de acuerdo en que se debería hacer más énfasis en cada una de las materias enfocadas a las carreras, especialmente en las facultades de Administración de Finanzas y Negocios Internacionales, Financiera y Comercial y Diseño Gráfico.

Es importante resaltar que el Inglés, es un área a reforzar ya que se encuentran vacíos sobre todo, como es de esperar para las facultades de Administración Hotelera y aerolíneas debido a las actividades que deben realizar.

(Tabla 17a)

7.20 SUGERENCIAS DE LOS EGRESADOS PARA UNITEC

Como podemos observar la sugerencia en la que más se enfatizó, es que Unitec cuente con una bolsa de empleo para facilitar la ubicación laboral de sus egresados donde son relevantes las facultades de Administración Hotelera y Cine y Fotografía. También, quieren que Unitec les brinde constantemente programas de actualización, lo que nos indica que no quieren perder un vínculo con la institución y sí están dispuestos, a participar en los programas de actualización es por que confían en los buenos conocimientos que esta les puede brindar.

(Tabla 18)

7.21 ACTIVIDADES EN LAS CUALES LES GUSTARIA PARTICIPAR

En cuanto a las actividades que Unitec organiza, se encuentra un gran interés por parte de lo encuestados de participar en ellas, el mayor porcentaje se registra en los seminarios, seguido del ciclo profesional. Lo que nos indica que están muy interesados en continuar sus estudios en la institución, también, les gustaría las conferencias.

En el ciclo profesional las facultades de Administración Hotelera, Cine y Fotografía, Mercadotecnia y Publicidad, son las más interesadas.

Los Seminarios y Simposios son de gran atractivo para la facultad de Admon de Finanzas y negocios internacionales.

(Gráfica 17)

7.22 SERVICIOS DE UNITEC QUE UTILIZARIA

Los resultados nos muestran como los egresados están interesados en utilizar los servicios que Unitec ofrece, en un mayor porcentaje el Internet. Mostando así, motivación por una actualización permanente de información, que de hecho la encuentran allí.

Otros servicios que también utilizarían son los talleres de inglés ya que en la actualidad el medio laboral así lo exige.

Casi una cuarta parte afirman que de tener el tiempo disponible, les gustaría participar en todas las actividades.

(Tabla 20)

7.23 PROPORCION DE EGRESADOS QUE HAN RECIBIDO ALGUN TIPO DE RECONOCIMIENTO

En algún momento de la vida ,más de la mitad de los egresados han recibido algún tipo de reconocimiento ;el mayor porcentaje en la parte académica, seguido de los deportivos. Es de destacar que de los reconocimientos académicos recibidos por los estudiantes a nivel de estudios superiores han sido en Unitec. Mostrando así el gran interes por parte de la instituciónel por reconocer los esfuerzos de sus estudiantes, siendo esto muy motivante.

(Tabla 21 y 21^a)

7.24 DISPOSICION PARA PARTICIPAR EN ACTUALIZACION DE DATOS PERMANENTE

Casi la totalidad de los egresados están dispuestos a participar en una actualización de datos permanente, dato bastante importante por que nos muestra que los estudiantes al terminar su período académico, quieren seguir vinculados a la institución y saber que más le puede ofrecer .

(Gráfica 18)

7.25 PROPORCION EN LA QUE SE HA BUSCADO INFORMACIÓN Y/O SERVICIOS EN UNITEC

El 80% nunca ha buscado información después de graduarse, esto se debe a que no hay una comunicación permanente entre exalumnos y la Institución.

El 20 % si ha buscado información en la institución, especialmente en internet, su propia facultad y los ciclos profesionales. Los egresados que buscaron información en general fueron bien atendidas, aunque encontramos que atendidas, aunque encontramos que se ve un poco de inconformidad de una parte de la muestra ,que afirman no ser bien atendidos o no les dieron la información que requería .

(Gráfica 19 Tabla 23a)

ALGUNAS VARIABLES PSICOGRAFICAS

7.26 RANGOS DE EDAD Y SEXO

Respecto a la edad en los egresados contactados, se encontro que el rango relevante esta entre los 25 y 29 años, seguido del rango entre los 20 a 24 años .

Vale la pena señalar que el porcentaje femenino es de más del 60%, porcentaje consistente con las estadísticas de población Colombiana.

(Tabla 26).

7.27 SUSCRIPCION A REVISTA, DIARIO O ASOCIACIÓN

A nivel de suscripción de Revista, Diarios o Asociación más de la mitad de los egresados no tienen ninguna suscripción.

Sin embargo, la mínima proporción que sí esta inscrita, utilizan la revista Semana y Dinero, en las facultades de Administración de Finanzas y negocios Internacionales, Administración Financiera y Comercial y la facultad de Administración Hotelera.

Definitivamente el diario más leído es El Tiempo.

En general podemos concluir que es muy alto el índice de personas que no leen.

(Gráfica 17 y tablas 24^a y 24b)

7.28 DEPORTES QUE SE PRACTICAN

La mayoría de los encuestados realizan algún deporte entre ellos ciclismo, baloncesto, fútbol, gimnasio y voleibol. De ahí que muchos piden tener un carné para poder utilizar los servicios que ofrece la Institución.

CONCLUSIONES

Después de analizar los resultados de las encuestas podemos concluir que:

- La mayor parte de los egresados se encuentran trabajando, donde el mayor porcentaje son empleados de empresas privadas que pertenecen al sector de servicios.
- Se puede concluir que los egresados en su mayoría trabajan en la carrera que estudiaron.
- La mayor parte no han tenido inconvenientes, y su formación profesional les ha permitido desarrollar todas actividades que tienen a su cargo.
- Los egresados están interesados en tener un vínculo permanente con la Institución, a través de sus servicios y programas.
- Observamos que definitivamente la formación que presta Unitec tiene un nivel alto, aunque a nivel de docentes se presenta mucha inconformidad a pesar de haber algunos que son muy buenos otros no tienen el enfoque que se requiere para lograr los objetivos.
- Definitivamente existen materias en las que no se profundiza mucho y que son muy importantes para cada una de las carreras.

RECOMENDACIONES

- Debe crearse una bolsa de empleos a la que los egresados tengan acceso, y de esta forma contribuir a su ubicación laboral y desempeño profesional.
- Para mejorar la calidad en los docentes, estos deben estar comprometidos con el ideal de la institución de una forma participativa, catedrática y funcional. Para que esto sea una realidad . Es importante que no existan mezclas entre una y otra facultad y de esta forma el énfasis en estas sea el mayor y más conveniente.
- Por tener un sistema modular se debería aumentar la intensidad horaria, en aquellas materias fundamentales para cada facultad y de igual forma las materias poco importantes restársela.
- Teniendo en cuenta que los egresados están interesados en mantener un vínculo permanente con Unitec, sería importante expedir un carné para ellos, para así poder tener acceso a todos los servicios que ofrece la institución sin ninguna restricción.
- Se debería prestar mayor atención a la práctica empresarial ya que permite que el alumno se desarrolle profesionalmente de una forma más activa.
- Sería muy importante mejorar el nivel de inglés en cada una de las facultades, así de esta forma su desempeño profesional podrá ser más completo.

- Plantear la posibilidad de que la institución tenga convenios con otras universidades que sean reconocidas.
- Evaluar el programa emprendedor para poder saber en que, tiene vacíos para que sea más satisfactorio para los alumnos. En la mayoría de los casos no se dio el resultado esperado.
- Mantener informados a los egresados acerca de las actividades que se realizan en la universidad a través de correspondencia o e-mail.

BIBLIOGRAFÍA

TAMAYO Y TAMAYO, Mario. Aprender a investigar. Icfes la educación superior.

DORRA, Raul. SEVILLA Carlos. Guía de procedimiento y recursos para técnicas de investigación. Editorial Trillas.

DE LA TORRE, Ernesto. Metodología de la investigación. Mc Graw-Hill

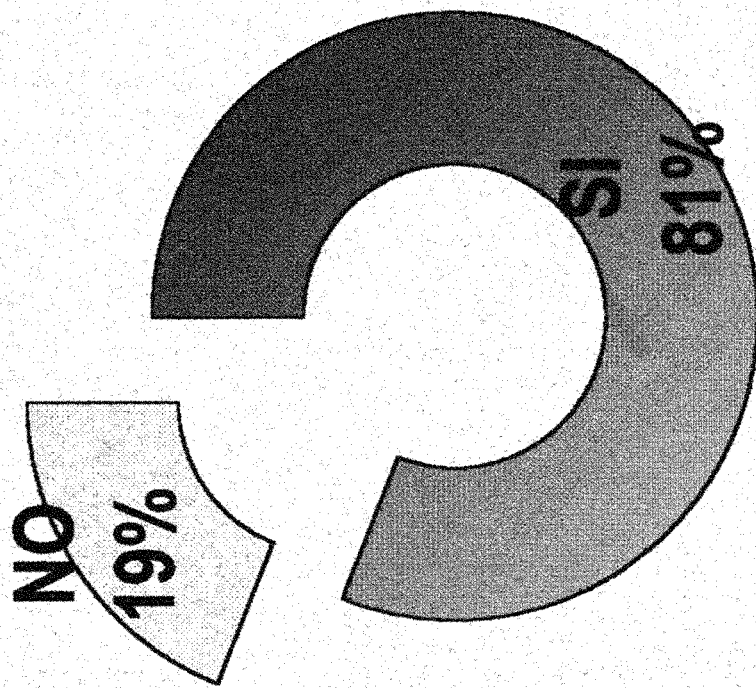
POPE, Jeffrey. Investigación de Mercados. Editorial. Norma

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Tesis y otros trabajos de grado. Bogotá: ICONTEC.

8. ANEXOS

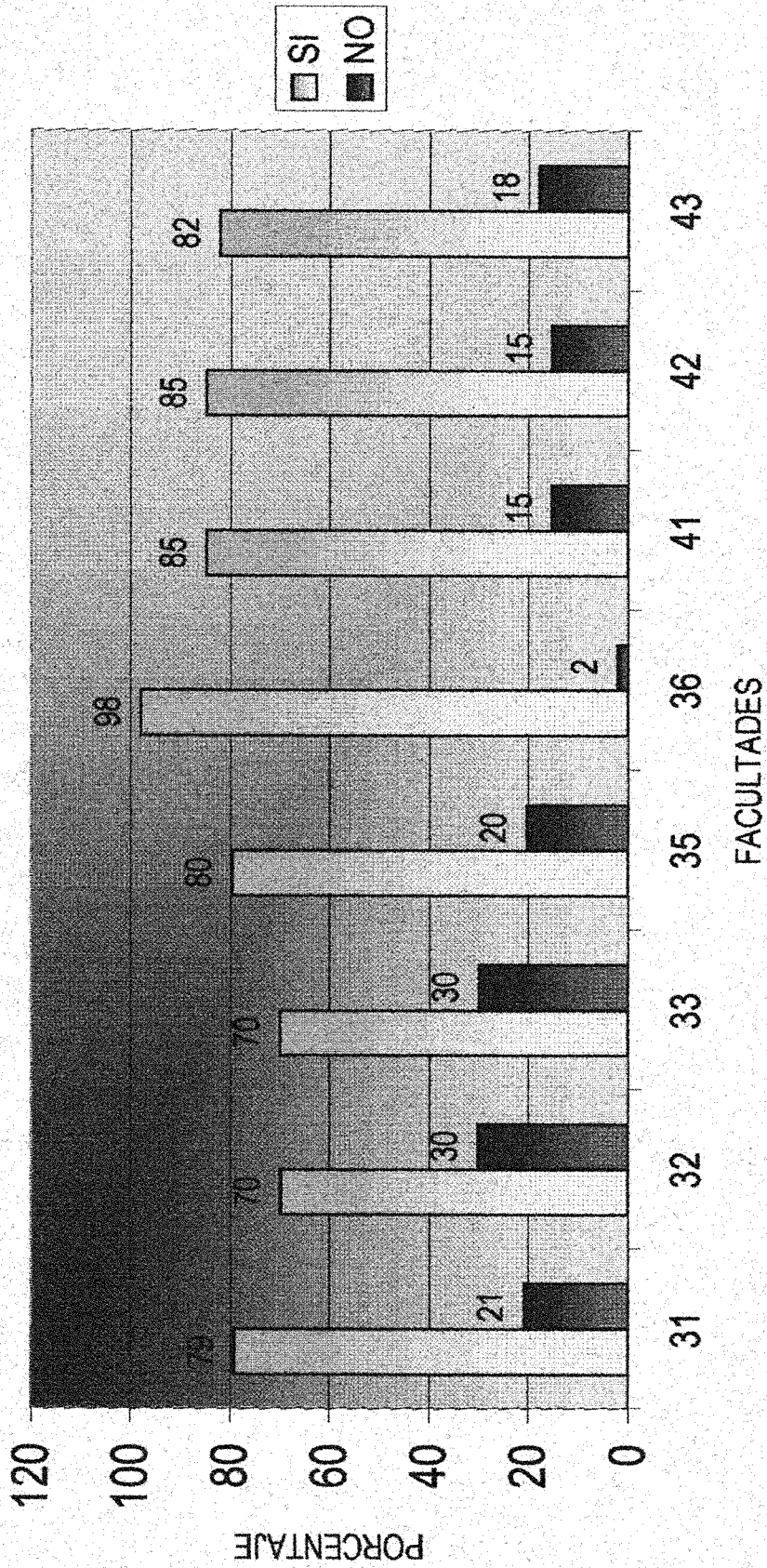
**Gráfica 1. PROPORCION DE EGRESADOS QUE
TRABAJAN ACTUALMENTE**

Base Real=345



Gráfica 1a. PROPORCION DE EGRESADOS QUE TRABAJAN ACTUALMENTE

Base Total=345



Gráfica 2. OPCION DE TRABAJO
(Empleado o Independiente)
Base Total=280

