

Diseño de estrategias para la Interacción y articulación de egresados de la F.C.E.A de UNISANGIL con el sector empresarial.

Design of strategies for the interaction and articulation of graduates of the F.C.E.A with the business sector.

Uriel Sarmiento Blanco¹, Daniela Eisabella González Banderas² y Shirley Dayana Velásquez³

Resumen

La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (F.C.E.A) de la Fundación Universitaria de San Gil –UNISANGIL- San Gil, basándose en las políticas de calidad institucional, y dentro de su proceso de autoevaluación busca desarrollar un proceso de mejora, razón por la cual se consideró importante identificar alternativas que permitan el *mejoramiento curricular* de

¹ Administrador de Empresas de la Fundación Universitaria de San Gil. Especialista en Planeación, Desarrollo y Administración de la Investigación de la Universidad Manuela Beltrán UMB. Especialista en Pedagogía para el Desarrollo de la Inteligencia (PDI), de la Fundación Universitaria de San Gil. Magister en Economía Solidaria para el Desarrollo Territorial Universidad Cooperativa de Colombia (en Curso). Docente Investigador del Programa Tecnología en Gestión de Empresas de Economía Solidaria y del Programa de Administración de Empresas. Correo electrónico y teléfono de contacto: usarmiento@unisangil.edu.co 3154021162

² Estudiante de Administración de Empresas de la fundación Universitaria de San Gil, Unisangil.

danielagonzalez@unisangil.edu.co 3124320496

³ Estudiante de Administración de Empresas de la fundación Universitaria de San Gil, Unisangil.

Sdvelasquez17@gmail.com 3103089699

Traducción español-
inglés a cargo de:
**Mg Julián Garnica
Sepúlveda**
Docente Planta
Instituto de Idiomas
UNISANGIL

los programas y de *las estrategias desarrolladas* por el Departamento de Egresados en conjunto con la Facultad, favoreciendo: *el desempeño profesional de los egresados, las necesidades del sector empresarial y la interacción y la articulación entre los egresados y el sector empresarial*, con el ánimo de contribuir con el desarrollo de los mismos. Por lo anterior, el presente artículo es el resultado de una investigación sobre el diseño de estrategias para la interacción y articulación de los egresados de la F.C.E.A de UNISANGIL con el sector empresarial de San Gil , teniendo presente la identificación y características de las empresas, las exigencias laborales del empresario al momento de contratar personal, la existencia de vínculos entre el empresario y la institución, y de igual, la necesidad de proponer estrategias que permitan disminuir la brecha que existe entre el Egresado y el sector empresarial.

Palabras claves: Desarrollo socioeconómico, Desarrollo empresarial, Estrategia de interacción, Estrategia de articulación, Sector Empresarial, Comunicación permanente.

Abstract

The Faculty of Economic and Administrative Sciences (FCEA) of the University Foundation of San Gil -UNISANGIL- San Gil, based on institutional quality policies, and as part of its self-evaluation process, seeks to develop an improvement process, which is why it is considered important to identify alternatives that allow the curricular improvement of the programs and strategies developed by the Department of Graduates in conjunction with the Faculty, favoring: the professional performance of the graduates, the needs of the business sector and the interaction and articulation among the graduates and the business sector, with the aim of contributing to their development. Therefore, the present article is the result of an investigation on the design of strategies for the interaction and articulation of the graduates of the FISA of UNISANGIL with the business sector of San Gil, bearing in mind the identification and characteristics of the companies, the labor requirements of

the employer when hiring staff, the existence of links between the employer and the institution, and the same, the need to propose strategies to reduce the gap between the graduate and the business sector.

Key words: Socioeconomic development, Business development, Interaction strategy, Articulation Strategy, Business sector, Permanent communication.

Introducción

A través de varios estudios realizados desde la F.C.E.A y el Departamento de Egresados de la institución, se ha logrado identificar a la existencia de una brecha en la interacción y articulación de los egresados con el sector empresarial de San Gil, situación relevante cuando se observa que muchos de los egresados se van para otros lugares del país a buscar empleo, ya que, posiblemente en este municipio no se presentan oportunidades laborales acordes a sus perfiles. Además, las exigencias laborales dadas por los empresarios están encaminadas a buscar personal con niveles de educación de básica primaria, bachillerado, técnico y tecnólogo y no se preocupan por contratar profesionales con competencias y habilidades acordes y pertinentes a los nuevos retos empresariales que el mundo de hoy exige.

Es por ello, que el problema que se observó dentro de la gama de estudios previos, es la brecha que separa la oferta laboral (Sector empresarial de San Gil) y la demanda laboral (Egresados de la F.C.E.A de UNISANGIL). Al respecto, cabe señalar que la investigación y el conocimiento sobre el tema, aportaron estrategias para mejorar la interacción y articulación del egresado con el sector empresarial.

Por lo anterior, se formuló el siguiente cuestionamiento: ¿Es posible generar una interacción y articulación laboral entre el sector empresarial de San Gil y los egresados de la F.C.E.A que reflejen *las necesidades* de la demanda con la oferta laboral existente en el mercado, así como también, la consecución

de información pertinente y la actualización de información operativa del mercado laboral?

En este sentido, el estudio se basó en los siguientes objetivos: *Diseñar estrategias para la interacción y articulación del egresado de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de UNISANGIL con el sector empresarial de San Gil, tomando como grupo de enfoque su sector empresarial, teniendo como objetivos específicos; la identificación de las características del sector empresarial de San Gil, conocer las exigencias laborales que tiene los empresarios de San Gil a la hora de contratar personal, establecer la existencia de vínculos entre las empresas de San Gil con los Egresados de la F.C.E.A de UNISANGIL, en relación con la fuerza laboral, y proponer estrategias que permitan reducir la brecha que separa la oferta y la demanda laboral.*

En coherencia con lo anterior, los resultados del presente estudio permiten: identificar las características del sector empresarial de San Gil, así como también, las exigencias laborales dadas por el empresario, y la existencia de vínculos entre el empresario y UNISANGIL; además, de proponer *estrategias para la interacción y articulación de los egresados con el sector empresarial, con la pretensión de mantener un contacto mucho más real y cercano entre las partes para asegurar un mejor impacto social y económico; cabe decir, que todos los aspectos mencionados anteriormente no tendrían sentido en la medida que no se pudiera posteriormente: organizar la información recolectada de una manera coherente y dinámica en una plataforma virtual e interactiva, que permita una mejor interacción y articulación del egresado con el sector empresarial de una forma mucho más agradable, atractiva y dinámica.*

Algunos antecedentes, como es el caso de una iniciativa Chilena diseñada en el año de 1.999, llamada www.trabajando.com, muestran que los lugares o sitios virtuales donde se encuentran la oferta y la demanda del mercado laboral, inciden al momento de *interactuar* en tiempo real con aquellas personas e instituciones que buscan tener una gama de alternativas ya sea para escoger egresados con un perfil profesional adecuado a las exigencias del sector empresarial, así como también, se pueden apreciar las diversas opciones laborales presentes en el mercado; esto induce a pensar, que este tipo de iniciativas son una buena opción para acercar a las personas a fuentes de empleos disponibles y de igual forma, que el sector empresarial pueda seleccionar personal idóneo y acorde a sus necesidades.

Basado en lo anterior, esta investigación tomó como metodología el enfoque cuantitativo, cuyo tipo de diseño usado fue el no experimental, de corte transversal y de carácter descriptivo, toda vez que su pretensión fue no manipular variables sino observar los hechos tal cual sucedieron, además, la de recolectar información en un solo momento en el tiempo, para poder indagar y conocer acerca de la interacción y articulación de los egresados de la F.C.E.A con el sector empresarial, teniendo presente sus características y las exigencias laborales del mismo; lo anterior, con la finalidad de proponer estrategias mucho más efectivas y coherentes para la interacción y articulación de los actores involucrados. Así mismo, la investigación tomó como población objeto de estudio a 1.881 empresas del municipio de San Gil, según datos suministrados por Cámara de Comercio Seccional San Gil, de los cuales se tomó una muestra de 319 empresarios las cuales fueron seleccionadas a través del procedimiento de números aleatorios simples, con el fin, de que todas las empresas tuvieran las mismas probabilidades de ser seleccionadas.

La técnica utilizada fue la encuesta, y el tipo de instrumento, un cuestionario, dirigido a los 319 empresarios de San Gil, documento que recolectó información pertinente a los objetivos planteados en la investigación. Cabe decir, que realmente se encuestaron a 104 empresarios, debido a que la

mayoría de los mismos no tenían la disponibilidad de tiempo para hacerlo, y algunas empresas estaban a cargo de personas no autorizadas a dar información pertinente a la entidad.

MARCOS DE REFERENCIA

Marco Teórico

1.1 En relación con las empresas

En relación con la caracterización de las micro, pequeñas y medianas empresas respecto de su papel frente al desarrollo regional o nacional, conviene tomar el análisis de Zerda, (1996) , profesor asociado de la Universidad Nacional y Nicolás Rincón, Asistente de Investigación, según el cual, después de analizar la amplia gama de estudios académicos y la proliferación de políticas enfocadas hacia las pymes, además de las múltiples definiciones, las semejanzas y las diferencias y el creciente interés suscitado por ellas, establece dos categorías generales de este tipo de empresas: *las dinámicas y las de subsistencia*.

Las *dinámicas* se caracterizan principalmente por *el uso de tecnologías flexibles y la incorporación de fuerza de trabajo calificada*. Las tecnologías flexibles pueden referirse a tecnologías duras como las nuevas tecnologías de la información, a tecnologías blandas como una organización basada en la polivalencia de las tareas o a las dos en conjunto. Junto a estas características se destaca la *alta capacidad gerencial*, donde una sola persona centraliza todas las decisiones y por tanto conoce el funcionamiento del mercado, las tecnologías, el comportamiento coyuntural de la demanda, etc. *Son empresas que requieren un comportamiento gerencial altamente calificado*.

Las Mipymes de subsistencia se caracterizan por la presencia de dos elementos fundamentales: una fuerza de trabajo no calificada y procesos tecnológicos simples que, adicionalmente, con una baja capacidad empresarial, no poseen una estructura organizacional que motive la innovación.

Un mismo espacio alberga a los empresarios y a los trabajadores pues ambos provienen de una situación de marginamiento y ven en la empresa la forma de emplearse y mantener niveles modestos de ingresos. Se apoyan en elementos que impiden pensarla como una unidad capaz de resistir la competencia o de generar efectos económicos.

La tarea que se impone a quienes se interesan en promoverlas, es la de incluir progresivamente, tecnologías más complejas y calificar la fuerza de trabajo. Se hace énfasis en la tecnología y en la capacidad de innovación, no en el crédito como en el caso de las dinámicas. Por su escaso capital constante carecen de activos que las respalden para operaciones de crédito; su ganancia tampoco es constante por los movimientos de la demanda.

Por las razones anteriores, las consideraciones de política conducen a recomendar el fomento de las Pymes dinámicas; de ellas se cree que, una vez dado el financiamiento, son lo suficientemente competitivas como para sobrevivir en el mercado. Por ello es que se enfatiza en ellas como unidades de grandes efectos económicos.

1.2 En relación con la innovación en las empresas.

Varios autores resaltan la innovación como parte fundamental e importante en el desarrollo de las actividades propias de las empresas y de su interacción con el medio, es por ello, que a continuación se mostrara el concepto de innovación desde la mirada de varios autores como: Adair, Schumpeter, Drucker, Porter, Amabile y Vega.

Para empezar (Adair, 1992) asocia el concepto de innovación a producir o introducir algo nuevo, una idea, un método o instrumentos nuevos. Entretanto, (Schumpeter, 1939) lo definió como el cambio histórico irreversible de hacer las cosas, y llama empresa a la realización de nuevas combinaciones y emprendedores a los que dirigen dicha realización; esto lo manifiesta como un cambio en la función de producción.

De igual modo, (Drucker, 1985) plantea que si queremos innovar, debemos apuntar bien alto, porque las innovaciones pequeñas son tan difíciles, costosas y riesgosas como las grandes. Además considera que los innovadores eficaces no tratan de desarrollar un nuevo producto sino un nuevo negocio.

Por otra parte, (Porter , 1991) complementa las definiciones mencionadas y señala que la innovación se puede materializar en el diseño de un nuevo producto, un nuevo proceso de producción, un nuevo enfoque de marketing o una nueva manera de formar u organizar y puede englobar cualquier actividad de la cadena de valor.

Así mismo, (Amabile, 1985) señala que en las empresas la originalidad no es suficiente. Para ser creativa cita Garzón (2005, p. 255), una idea debe ser apropiada, útil y viable, y el valor de la innovación debe estar basado en la viabilidad comercial y en su capacidad de capturar una mayor cuota de un mercado competitivo.

Y finalmente, (Vega, 2006) dice que “la innovación es el motor del siglo XXI. Hace 10 años, la sabiduría convencional en los países desarrollados afirmaba que el núcleo de la ventaja competitiva era el conocimiento. Hoy, la información está en el Internet y el conocimiento se va convirtiendo en un requisito para participar en la competencia y ya no es una ventaja difícil de copiar, que genere una posición competitiva única.

Lo anterior, guarda una estrecha relación con la formación académica de los egresados, de los programas de la F.C.E.A de UNISANGIL, en cuanto a las competencias que ellos van adquiriendo en el transcurso de su carrera ya que apuntan a las necesidades del sector empresarial, siendo así, egresados líderes con un perfil profesional acorde a temas de innovación y emprendimiento, quienes tienen conocimientos de las diferentes situaciones empresariales que deben asumir los gerentes, dueños o socios de las entidades presentes en la región.

1.3 En relación con los egresados

Un estudio denominado “Aplicación del perfil ocupacional de los programas de Administración de Empresas y de Tecnología en Gestión de Empresas de Economía Solidaria de la Fundación Universitaria de San Gil – UNISANGIL-sede san gil”, que buscó indagar los aspectos del ejercicio profesional de los egresados de los dos programas en mención, a fin de evaluar la pertinencia y oportunidad del perfil ocupacional del egresado y su relación con el sector empresarial, en este orden de ideas se dieron los siguientes hallazgos (Sarmiento, 2015, pág.63):

En cuanto a la relación Universidad y Egresados

1. Se deben realizar *convenios o alianzas estratégicas* entre *UNISANGIL y el sector empresarial* presente en la región, estos procesos y procedimientos deben hacerse desde el departamento de egresados en conjunto con los programas de Administración de Empresas y Tecnología en Gestión de Empresas de Economía Solidaria, con el fin, *de las oportunidades laborales para los egresados, y además, potencializar el desarrollo y crecimiento de cada una de las empresas del sector.*

En cuanto a la formación recibida y el área de ocupación del egresado.

2. Es importante establecer una comunicación mucho más cercana con el egresado y el empresario, toda vez con la pretensión de articular mucho más la academia con el sector empresarial.

En cuanto a la calidad del programa y de la Universidad

3. Se deben realizar estudios sobre las exigencias o requisitos de los empresarios de la región al momento de contratar personal para sus organizaciones, ya sean de carácter públicas, privadas o de economía solidaria, con el fin, de conocer mucho más los nuevos perfiles profesionales que exige el mercado laboral en San Gil y en la Región.

4. Diseñar una plataforma virtual sobre una “FERIA DE MERCADO LABORAL EN SAN GIL, en la cual, *puedan interactuar de manera simultánea tanto la Institución como el egresado y el empresario*; esta idea se podría hacer realidad si se diseña un estudio de investigación el cual sería el soporte metodológico de dicha plataforma, y asimismo, se debe involucrar varios actores que participarían de manera interdisciplinar en varias etapas del proyecto, como lo son: estudiantes de Economía Solidaria, de Administración de Empresas, Contaduría Pública y de Ingeniería de Sistemas, así como también los departamentos de Egresados, Extensión, Investigación y el Centro de Estudios Socioeconómicos de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

Los anteriores planteamientos, manifiestan que las Mipymes tienen un gran potencial respecto de la dinamización del desarrollo de la economía y su éxito, de igual forma, se observa que los egresados de la F.C.E.A de UNISANGIL, tienen un perfil profesional que apunta a las necesidades del sector empresarial, por lo cual, es pertinente establecer un lazo de comunicación más asertiva entre el sector empresarial y el egresado donde se puedan potencializar mucho más los esfuerzos que se han desarrollado en los últimos años en pro de una mejor dinámica económica en el Municipio de San Gil, generando en este sentido mejores condiciones de vida para los empresarios, los egresados e igualmente para las familias y las diferentes colectividades presentes a nivel local y regional.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Tipo y diseño de la investigación.

Sampieri, Collado & Lucio (2010) pp. 120, indican que el término *diseño* se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea. Asimismo, (Sampieri, et al., 2010) pp.4, manifiestan que el enfoque cuantitativo usa la recolección de los datos para probar hipótesis, con base en la

medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

Es por ello, que la investigación tomó como metodología el enfoque cuantitativo, cuyo tipo de diseño usado fue el no experimental, de corte transversal y de carácter descriptivo, toda vez que su pretensión fue no manipular variables sino observar los hechos tal cual sucedieron.

Localización

La investigación se desarrolló en el Municipio de San Gil, escenario de actuación de la Fundación Universitaria de San Gil-UNISANGIL, y donde está presente el sector empresarial.

Población y Muestra

Para efectos de este estudio se concibe por población a la totalidad de los elementos que tienen una característica común. Específicamente para el caso, la población es finita, razón por la cual, según datos suministrados por Cámara de Comercio Seccional San Gil, la investigación tomó como población objeto de estudio a 1.881 empresas del Municipio, de los cuales se tomó una muestra de 319 empresarios utilizando el *tipo de Muestra Probabilística “Aleatoria Simple”*, teniendo en cuenta que dichas empresas fueron seleccionadas a través del procedimiento de *números aleatorios simples*, esto con el fin, de que todas tuvieran las mismas probabilidades de ser seleccionadas.

Técnicas e instrumento de Recolección de la Información

La técnica utilizada fue la encuesta, y el tipo de instrumento el cuestionario, los cuales iban dirigidos a los 319 empresarios de San Gil, donde se recolectó información pertinente a los objetivos planteados en la investigación.

Metodología de Trabajo.

El estudio se dividió en cuatro fases que dieron el camino a seguir en el proceso de investigación, dichas fases son:

Fase 1. Organización y análisis de recursos.

Fase 2. Pre-operativa. Preparación de la Logística para el desarrollo del proyecto.

Fase 3. Operativa. Selección de las empresas y aplicación de las encuestas a **empresarios.**

Fase 4 Análisis de resultados y desarrollo de las estrategias.

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Análisis de los Resultados.

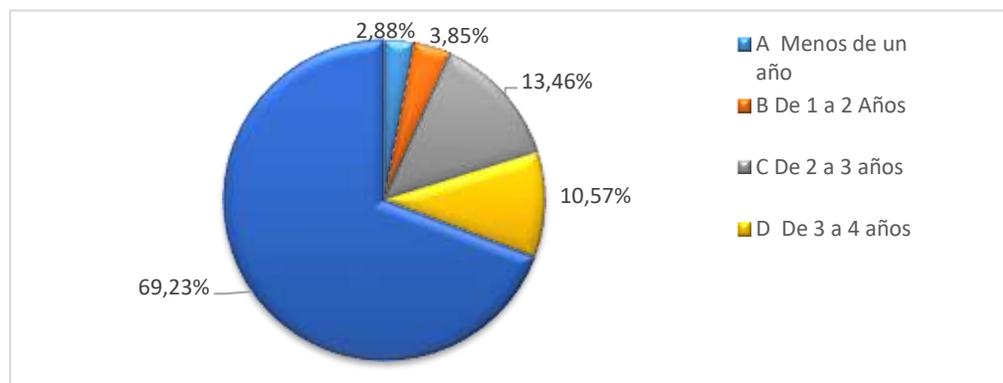
El presente apartado muestra de manera gráfica los principales resultados obtenidos en el proceso de la investigación, teniendo en cuenta la formulación del problema y los objetivos plasmados, en este orden de ideas, se hará mención,

a las características del sector empresarial, así como también, a las exigencias laborales que tienen los empresarios de San Gil, igualmente, la existencia o no de vínculos entre el sector empresarial de San Gil con los egresados de la F.C.E.A de UNISANGIL, en relación con la fuerza laboral, y finalmente, el

conocer cómo se podrían incorporar estrategias para la interacción y articulación del sector empresarial con los egresados de la F.C.E.A.

En relación a las características del sector empresarial.

Gráfica No. 1 Años de funcionamiento de las empresas.

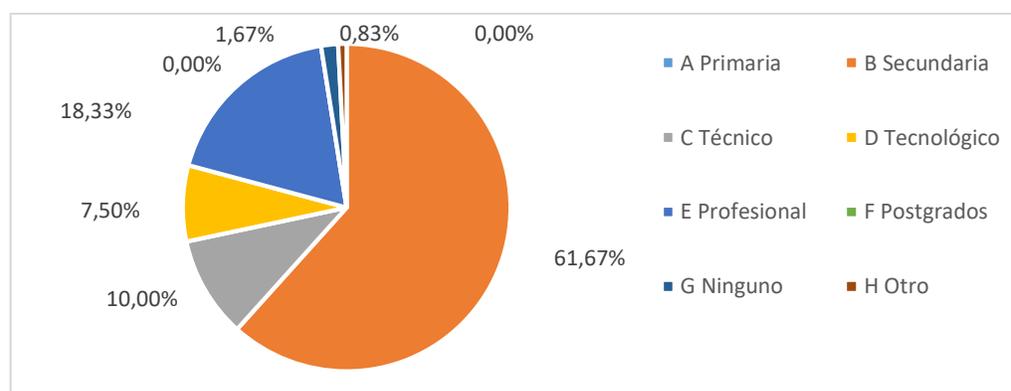


Fuente: Autores del Proyecto.

El 69,23% de las personas encuestadas manifestaron que sus empresas llevan más de 4 años de funcionamiento, un 24,03 % dijo que sus empresas tienen de 2 a 4 años de funcionamiento. De lo anterior, se puede deducir y destacar que la mayoría de las empresas llevan funcionando más de 4 años, evidenciando la buena gestión por parte de los propietarios o administradores, y de igual forma, se podría decir que han lidiado de forma estratégica y asertiva con los problemas tanto a nivel interno como externo de la organización.

Exigencias Laborales de los Empresarios de San Gil.

Gráfica No. 2 Nivel educativo exigido por las empresas a los empleados.

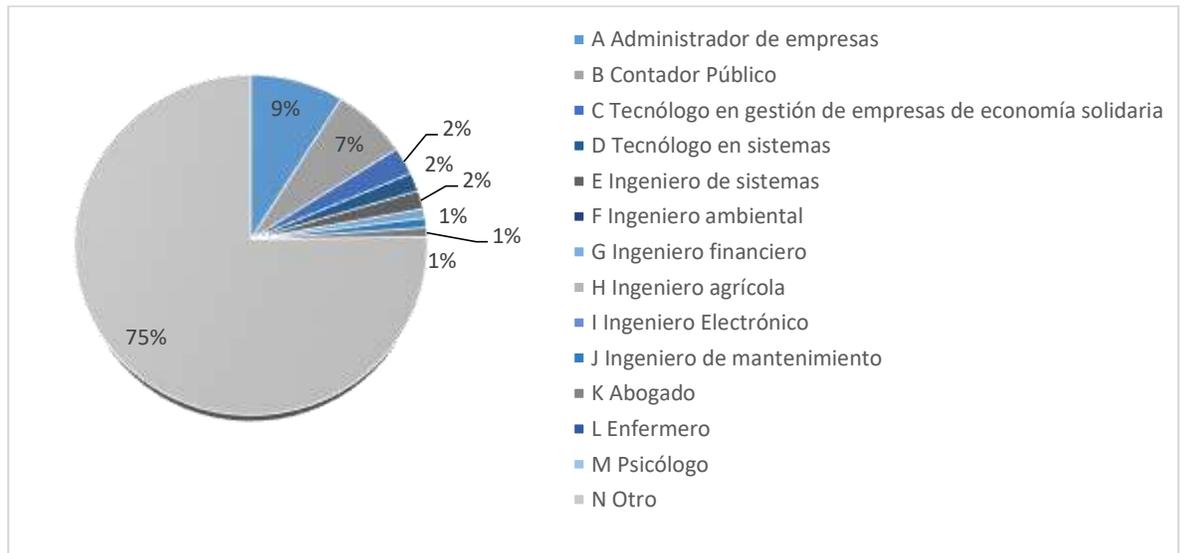


Fuente: Autores del Proyecto.

El nivel educativo exigido por los empresarios para desempeñar alguna labor en la empresa se presenta de la siguiente manera: *El 61,67% exige un nivel de básica secundaria, el 10% un nivel técnico, el 7,5% un nivel tecnológico, el 18,33% exige un nivel profesional, entre los hallazgos más significativos.*

Es de destacar, que los empresarios exigen en su mayoría un *nivel educativo básico secundario*, lo cual muestra, que los cargos con los que cuenta las empresas no necesitan o ameritan un nivel mucho más alto, como lo son: técnicos, tecnológicos o profesionales.

Gráfica No. 3 Perfil profesional exigido por la empresa a los empleados.



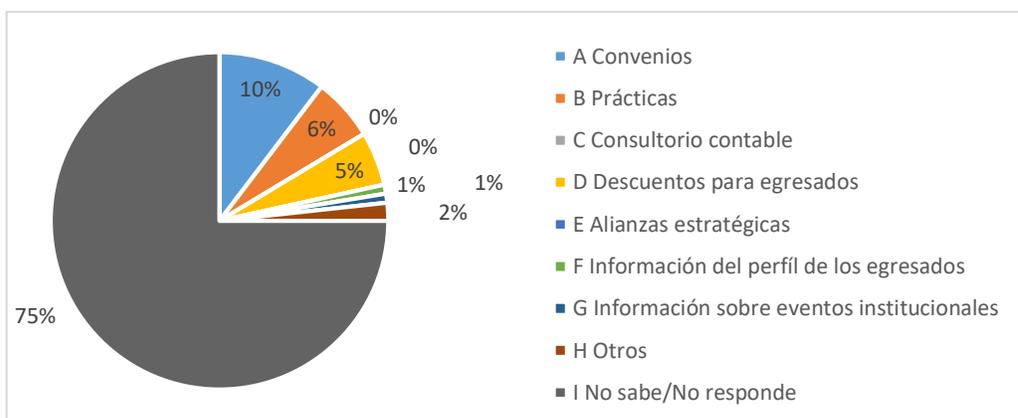
Fuente: Autores del Proyecto.

Los perfiles con mayor exigencia por parte de los empresarios son: Administradores de Empresas un (9 %), Contadores públicos (7 %) y Tecnólogos en Gestión de Empresas de Economía Solidaria (2 %); esto permite inferir, que estas carreras son unas de las más pertinentes en el sector empresarial, de igual forma, se podría decir que los empresarios de San Gil, buscan líderes que tengan

capacidades de gestión, toma de decisiones y el manejo de las finanzas Corporativas

Vínculo e interacción entre las empresas y (Unisangil).

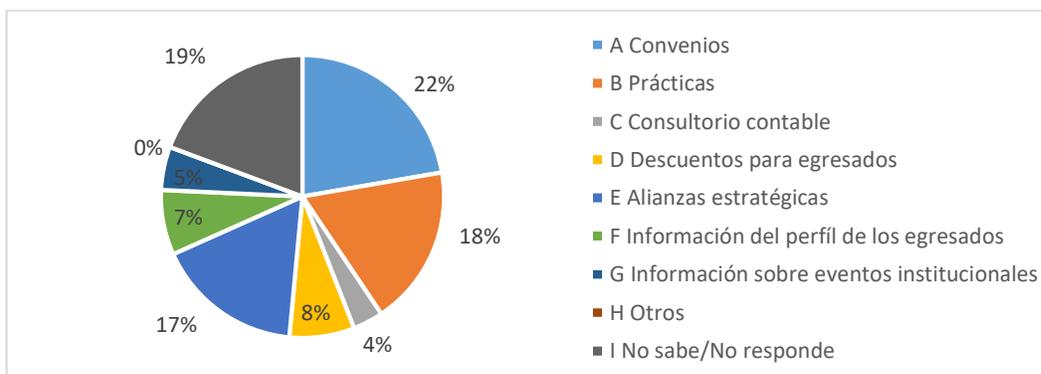
Gráfica No. 4 Clases de vínculo o interacción existentes entre UNISANGIL y las empresas.



Fuente: Autores del Proyecto.

De los empresarios que manifestaron que, si tenían vínculo o interacción con UNISANGIL, el 16 % manifestó que dentro de los vínculos existentes se tenían: *los convenios y las prácticas empresariales*. Lo anterior, permite observar que los empresarios han propiciado espacios para que los egresados de UNISANGIL puedan ejercer sus competencias profesionales, y de igual forma, se aprecia que *se ha generado un vínculo de confianza entre los empresarios y la institución*.

Gráfica No. 5 Tipo de vínculo o interacción entre las empresas y UNISANGIL, que les gustaría que existiera.



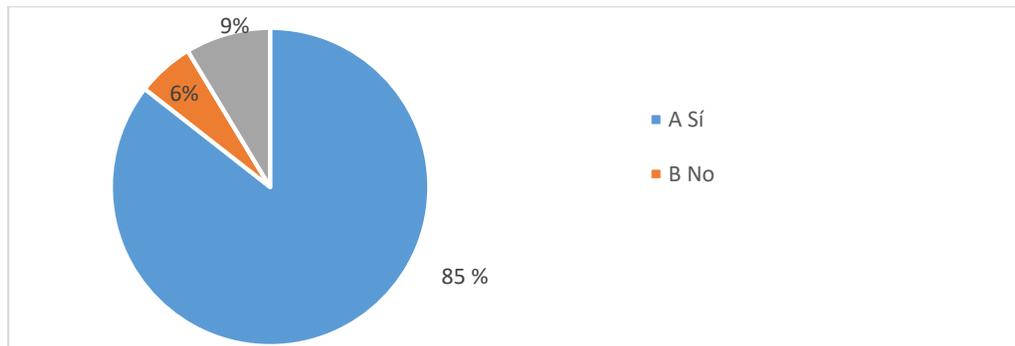
Fuente: Autores del Proyecto.

El 22 % de los encuestados les gustaría que existieran **convenios** entre la empresa y UNISANGIL, asimismo, el 18 % prefiere las **prácticas empresariales**, y un 17 % manifiesta que establecer **alianzas estratégicas**. De

Lo anterior, se puede deducir que por un lado, el sector empresarial no ha contado posiblemente con la información necesaria acerca de los vínculos y beneficios que pudiesen tener con UNISANGIL, por otra parte, se aprecia que dentro de los vínculos que les gustaría tener estarían los siguientes: *los convenios, las prácticas empresariales y las alianzas estratégicas.*

Incorporación de estrategias para la interacción y articulación de egresados de la F.C.E.A con el sector empresarial.

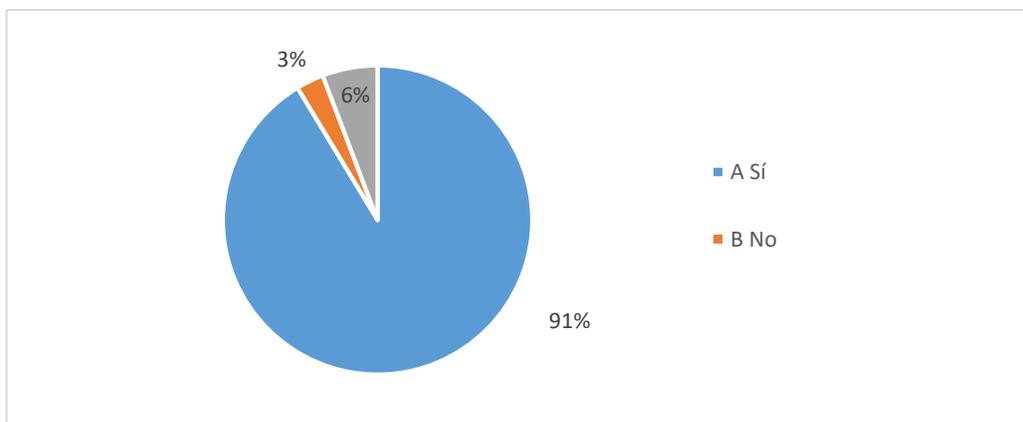
Gráfica No. 6 Lugar virtual en la página Web de UNISANGIL donde pueda consultar información en tiempo real sobre los egresados de la institución.



Fuente: Autores del proyecto.

El 85 % de los empresarios de San Gil respondieron positivamente sobre la existencia de un lugar virtual en la página Web de UNISANGIL, donde puedan consultar información en tiempo real sobre el perfil profesional, la experiencia laboral, la ubicación de los egresados de la institución, entre otros aspectos de interés.

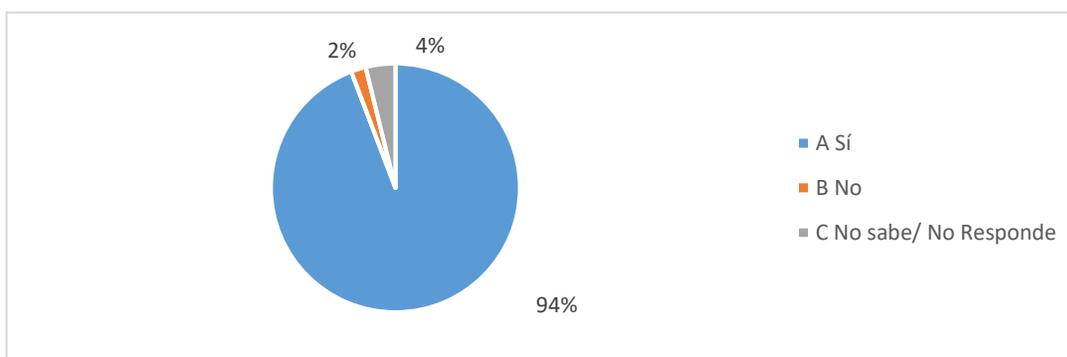
Gráfica No. 7 Importancia en establecer una relación más estrecha con el egresado de la F.C.E.A de UNISANGIL.



Fuente: Autores del Proyecto.

El 91 % de los empresarios encuestados considera importante establecer una relación más cercana con el egresado de la F.C.E.A de UNISANGIL; lo cual conlleva, al crecimiento personal y profesional de los egresados, y asimismo, al aporte de beneficios a las empresas, es decir una relación ganadora.

Gráfica No. 8 Importancia y pertinencia de la creación de una plataforma de mercado laboral virtual para la interacción y articulación del egresado de la F.C.E.A con el sector empresarial.



Fuente: Autores del Proyecto.

El 94 % de los empresarios encuestados, *consideran importante y pertinente la creación de una plataforma de mercado laboral virtual* para la interacción y articulación de los egresados de la F.C.E.A con el sector empresarial, lo anterior indica, que el sector empresarial es consciente de la importancia que tiene y el aporte que les podría dar la creación de una plataforma virtual para el desarrollo y crecimiento de las Organizaciones.

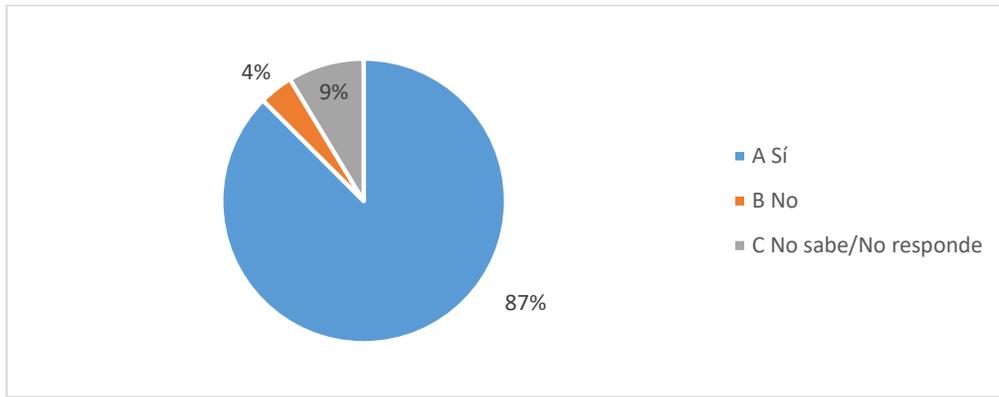
Gráfica No. 9 Servicios de la plataforma laboral virtual.



Fuente: Autores del Proyecto.

Al 26 % de los encuestados les interesa que en la plataforma virtual *se hicieran ofertas de empleos*, el 20 % ferias laborales, un 19 % eventos institucionales, y el 10 % la ubicación del egresado; ya que, bajo su percepción, son los elementos más relevantes y necesarios para tener un acercamiento adecuado y pertinente con los profesionales de la F.C.E.A

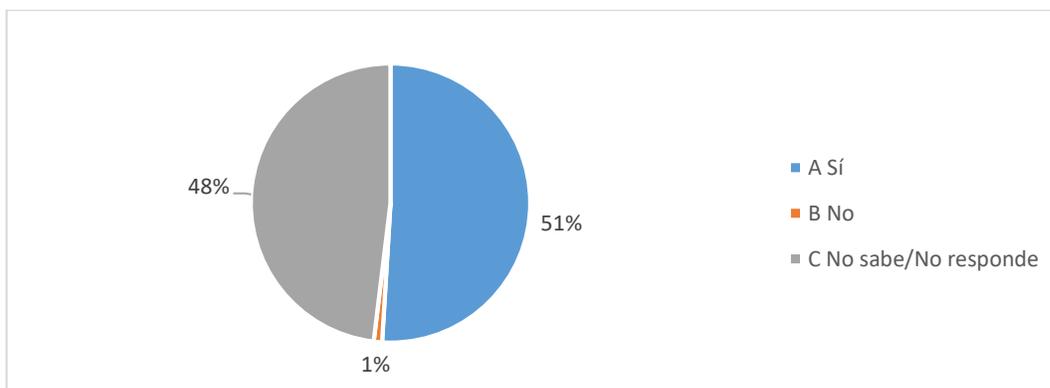
Gráfica No. 10 Le gustaría pertenecer y/o formar parte de la plataforma de mercado laboral virtual de la F.C.E.A de UNISANGIL.



Fuente: Autores del Proyecto.

El 87 % manifiesta que le gustaría formar parte de la plataforma de mercado laboral virtual. Frente a este porcentaje representativo, se aprecia el alto grado de aceptación por parte de los empresarios.

Gráfica No. 11 La interacción y articulación entre la empresa y los egresados de la F.C.E.A de UNISANGIL como beneficio para el desarrollo y crecimiento empresarial.



Fuente: Autores del Proyecto.

El 51% de los empresarios encuestados considera que *la interacción y articulación entre la empresa y los egresados de la F.C.E.A de UNISANGIL traería beneficios para el desarrollo y crecimiento del municipio*; es decir, que bajo la percepción que tienen los empresarios Sangileños sobre el perfil profesional de los egresados de la F.C.E.A, sus competencias son idóneas para liderar en cualquier área de la empresa.

Breves características del sector empresarial del Municipio de San Gil.

1. *El 69,23% de las empresas lleva funcionando más de 4 años*, lo cual, demuestra la buena gestión administrativa por parte de sus dueños o gerentes, y además, permite deducir que han hecho el uso adecuado de estrategias pertinentes y acordes al contexto donde yacen inmersas.

2. Al momento de contratar personal, los empresarios exigen: con un (61,67%), *nivel de formación de secundaria*, seguido a su vez del *nivel profesional representado en un (18,33%)*, lo cual da a creer que el sector empresarial aún no ha sido consciente de la importancia de tener en sus empresas empleados preparados académicamente, y que por ende, se centran más en la experiencia laboral que en su formación profesional.

3. Entre los perfiles profesionales exigidos por los empresarios de San Gil se encuentra el de Administrador de empresas (9 %), Contador Público (7 %) y Tecnólogo en Gestión de Empresas de Economía Solidaria (2 %), lo cual, permite entender que son las carreras que cumplen con los requerimientos exigidos por los empresarios.

Vínculos entre el sector empresarial y los Egresados de la F.C.E.A como una forma de generar una mayor articulación.

4. El 22% de los empresarios manifestó que *los convenios* son el principal vínculo que más desean tener con la institución (UNISANGIL),

seguido de las Prácticas Empresariales con el 18%, y finalmente, las alianzas estratégicas con un 17%, lo cual evidencia disposición y voluntad para de generar espacios que consoliden las potenciales existentes entre las partes.

Percepción del empresario sobre las estrategias para la interacción y articulación con los egresados.

5. El 85 % de los empresarios mostró una actitud positiva, frente a la idea de que UNISANGIL cuente con una *plataforma de mercado laboral virtual*, donde se pueda ingresar a buscar información pertinente del egresado y de la institución, lo cual permitirá, además, tener una ruta o canal de comunicación mucho más directa y efectiva.

6. El 94% de los empresarios consideran importante y pertinente *la creación de una plataforma de mercado laboral virtual para la interacción y articulación de los egresados de la F.C.E.A con el sector empresarial*, lo cual, indica que el sector empresarial es consciente de la importancia del desarrollo de la plataforma, y que, además, consideran que sería una de las mejores formas de fortalecer y mejorar los lazos entre la oferta y la demanda laboral.

7. Al 87% de los encuestados les gustaría formar parte de la plataforma de mercado laboral virtual de la F.C.E.A de UNISANGIL, puesto que les brindaría un espacio para ofrecer sus productos o servicios, y a su vez, les facilitaría el proceso de selección de personal idóneo para laboral en sus empresas.

8. Se observa que es posible generar una interacción efectiva entre los egresados de la F.C.E.A con el sector empresarial, articulando las necesidades de la demanda con la oferta laboral existente en el mercado, lo cual, generaría desarrollo y crecimiento socioeconómico en San Gil.

Conclusiones

Estrategias propuestas para una mejor articulación e interacción del egresado de la F.C.E.A con el sector empresarial de San Gil.

1. Establecer capacitaciones y talleres donde se invite al sector empresarial, con el fin, de entablar lazos de amistad que propendan, por un lado, al conocimiento de las necesidades del empresario, y por otra parte, que se puedan mostrar todos los servicios institucionales con que cuenta UNISANGIL, para así, al sumar esfuerzos en conjunto, se pueda reducir la brecha que separa a la Institución de Educación Superior con el sector empresarial.

2. Los empresarios deben fomentar en los empleados: la construcción de un plan de vida orientado en el ámbito educativo a nivel profesional, y para ello, sería pertinente crear una articulación desde UNISANGIL, con el fin, de generar convenios que propicien la educación continua del personal adscrito a las diferentes empresas, y de esta manera, fortalecer las competencias de cada uno de ellos.

3. Mejorar las relaciones empresario- egresado de la F.C.E.A de UNISANGIL, para que de este modo se promueva el crecimiento y desarrollo económico de la empresa y de la región, y al mismo tiempo, se genere crecimiento profesional de los egresados.

4. A través del Departamento de Egresados, el Departamento de Extensión y junto con la F.C.E.A de UNISANGIL, se debe motivar, incentivar y apoyar a los egresados a crear empresas y a establecer vínculos con el sector empresarial de San Gil, y del mismo modo, propiciar en ellos un lazo de confianza con la institución, con el fin, de contribuir al mejoramiento de su calidad de vida y la de sus familias.

5. Diseñar un plan de comunicación empresarial e institucional, a partir de las diferentes actividades y experiencias de los actores involucrados (UNISANGIL, el sector empresarial y los egresados).

6. Diseñar e implementar un micrositio virtual en la página de UNISANGIL, donde los egresados y el sector empresarial puedan interactuar y articularse en tiempo real, y asimismo, logren utilizar este escenario virtual a la medida de sus necesidades.

7. Se propone que el micrositio virtual cuente con varios servicios adicionales, muchos de ellos manifestados por los empresarios, como lo sería, por ejemplo:

a. Las redes de colaboración: a las cuales se les desarrollarían portales de empleados con el ánimo de realizar la inserción laboral de los estudiantes y egresados.

b. Un portal cooperativo de Empleo: donde las empresas tienen su propio portal de empleo, aumentando su exposición y difusión de necesidades de selección de personal.

c. Desarrollo de Alianzas: con Cámaras de Comercio y Administraciones Municipales, que les permiten poner a disposición tecnología de punta para acceder a una amplia gama de perfiles.

d. Alianza con diferentes medios de comunicación: esto con el fin de tener una atractiva vitrina para atraer a los mejores postulantes y ofrecer las mejores oportunidades de empleo.

e. Consultoría y servicios: ofreciendo a los clientes la mayor base de datos del mercado laboral.

f. Servicios Online: como por ejemplo **Expo Talento Humano**, donde se muestren las últimas tendencias de la demanda laboral.

g. Feria de Talento laboral: donde las empresas pueden reclutar nuevo talento.

h. Feria del Emprendimiento: con el fin de que las personas puedan convertirse en nuevos empresarios.

i. Voluntario: es un escenario donde le permite a las fundaciones u otros tipos de Organizaciones Solidarias publicar los diferentes proyectos, y también para que las personas sepan donde ayudar.

j. Educación Continua: permite a UNISANGIL publicar ofertas de pregrados, posgrados, diplomados, cursos, talleres, ofreciendo estudios para cada perfil.

8. Diseñar e implementar un aplicativo móvil (app), el cual permita, que tanto empresarios como egresados de la F.C.EA accedan desde los teléfonos móviles de una manera más rápida al micrositio virtual, y que puedan además, interactuar de forma inmediata a todos los servicios que ofrece el sitio.

9. Utilizar las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs), como una forma adicional de mantener una comunicación permanente entre UNISANGIL, el egresado y los empresarios.

10. Diseñar un mapa dentro del micrositio que permita con tan solo dar un clic ubicar laboralmente a un egresado, y de igual forma, que se pueda situar a las empresas del municipio de San Gil en tiempo real.

11. Realizar periódicamente una capacitación tanto a egresados como a empresarios en el uso y manejo del micrositio virtual.

12. Hacer visitas periódicas a los empresarios, toda vez con el ánimo de establecer una relación de confianza, y además, de hacerlos partícipes de los procesos y procedimientos que se llevan a cabo en UNISANGIL. De igual forma, romper la brecha que existe entre los egresados y el sector empresarial a través del acercamiento, concientización e interacción de todos los servicios que ofrecerá el micrositio.

13. Hacer en su momento la promoción y lanzamiento del micrositio virtual, lo cual es fundamental para mejorar la articulación e interacción del sector empresarial con los egresados de la F.C.E.A.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADAIR, John. 1992, el reto gerencial de la innovación, editorial Legis, Bogotá D.C, Colombia.
- AMABILE, T.M. 1985, "motivation and creativity: effects of motivational orientation on creative writers", journal of personality and social psychology, 48, pp.393-399.
- DRUCKER. 1985, El empresario de la nueva era, Editorial continental S.A., México
- GARZÓN, Manuel, 2005, Modelo intraempresario para la innovación. Centro editorial Universidad del Rosario, Bogotá, D.C. Colombia.
- PORTER, Michael. 1991, La Ventaja Competitiva de las Naciones, Editorial Vergara, Argentina.
- SAMPIERI, R.H., Collado, C.F., & Lucio, P.B. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F. El comercio S.A. Pág. 613
- SARMIENTO, Uriel. (2015). Estudio de aplicación del perfil ocupacional de los programas de Administración de Empresas y de Tecnología en Gestión de Empresas de Economía Solidaria de la Fundación Universitaria de San Gil – UNISANGIL-sede San Gil. Pag.74
- SHUMPETER, Joseph. 1939, Business Cicle: a theoretical historial and stadistic al analisis of capital process, McGraw hill, Bogotá D.C
- VEGA, Rafael. 2006, Separata Revista Dinero managerment-innovacion. Foro de presidentes.
- ZERDA, Álvaro. RINCÓN, Nicolás. Pequeñas y Medianas Industrias o la Parábola de Liliput, en: Cuadernos de Economía. N° 25. Departamento de Teoría y Política Económica. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, 1996. p 7 a 31.