



ANALISIS DE LAS TENDENCIAS ACADEMICAS Y LABORALES DE LA  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS EN GIRARDOT Y LA  
PERTINENCIA DEL PROGRAMA  
(CASO DE UNIMINUTO CENTRO REGIONAL GIRARDOT)

MANUEL ALEXANDER PERDOMO LEÓN

Trabajo de grado como requisito para optar al título de Profesional en Administración de  
Empresas.

Director

Diego Hernando Cifuentes Bedoya

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

PREGRADO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

GIRARDOT - CUNDINAMARCA

2018



## **AGRADECIMIENTOS**

Gracias a Dios por darme la fuerza para continuar en este proceso continuo de crecimiento académico, esto es por ti y en tu nombre, todo lo puedo en Cristo que me fortalece.

A mi familia, por el apoyo a este esfuerzo continuo y permitirme seguir en este largo camino de crecimiento y formación académica, por animarme a seguir adelante y a levantarme a pesar de los obstáculos y mi hermano Kevin que este es el camino y el ejemplo para seguir.

Gracias a mis maestros y al Coordinador Diego Cifuentes, por creer en el proyecto que con su conocimiento y experiencia aportó de manera significativa a mi crecimiento académico y formarme para el desarrollo de esta investigación y la vida.

***Manuel Alexander Perdomo León***



**AUTOR**

Manuel Alexander Perdomo León

**DIRECTOR DE TESIS**

Diego Hernando Cifuentes Bedoya

**INTEGRANTES DEL JURADO**

Clara Eugenia Segovia

Mónica Alexandra Zarta Campos

Marlen Melo Zamora



## CONTENIDO

### Tabla de contenido

ABSTRACT.....	8
INTRODUCCIÓN.....	10
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
2. JUSTIFICACION.....	14
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
3.1. Objetivos.....	17
3.2. Objetivos Específicos.....	17
4. <b>Marco de Referencia</b> .....	18
5.0 <b>Marco Teórico</b> .....	18
5.1 Calidad de la educación superior.....	18
5.2 Pertinencia de la educación superior.....	23
5.3 Tendencias de la educación superior.....	26
5.4 Tendencias Laborales.....	28
5.4.1 La organización del futuro: llegando ahora.....	28
5.4.2 Carrera y aprendizaje: en tiempo real, todo el tiempo.....	30
5.4.3 Adquisición de talento: introduciendo al reclutador cognitivo.....	32
5.4.4 La experiencia del empleado.....	34
<b>5.4.5 Marketing digital dentro de las nuevas tendencias</b> .....	37
<b>5.6 Marco conceptual</b> .....	42
<b>METODOLOGIA</b> .....	56
<b>6.1 Tipo de investigación</b> .....	56
<b>6.2 Población y muestra</b> .....	57
<b>6.3 Recoleccion de datos</b> .....	58
7.0 Resultados.....	59
8.0 CONCLUSIONES.....	69
9.0 Propuestas.....	72
Bibliografía.....	74
Anexos.....	77



### **Tabla de Graficas**

Grafica 1 Consideración de los estudiantes Educación de Calidad de la UNIMINUTO.....	59
Grafica 2 Consideracion en cuanto a la formación humana de la UNIMINUTO.....	61
Grafica 3 Considera de la UNIMINUTO y aporte a la paz.....	63
Grafica 4 Conoce usted el plan de estudios.....	65
Grafica 5 Conoce usted el perfil profesional y los objetivos curriculares del programa.....	66
Grafica 6 Asignaturas responden a exigencias laborales.....	67
Grafica 7 Con el plan de estudios actual estará capacitado para realizar funciones en su carrera..	68
Grafica 8 Áreas con más falencias.....	69

### **Tabla de Ilustraciones**

Ilustración 1 Organización del Futuro nuevas prespectivas.....	29
Ilustración 2 Carrera y aprendizaje nuevas tendencias .....	31
Ilustración 3 Adquisicion de Talento nuevas tendencias .....	33
Ilustración 4 Modelo de organización simple .....	35
Ilustración 5 Experiencia del colaborador nuevas tendencias.....	36
Ilustración 6 Plan de Estudios .....	54



## RESUMEN

Esta investigación propone analizar las tendencias académicas y laborales de la disciplina de Administración de Empresas, la pertinencia del programa académico e indagar si el Plan de Estudios ofrecido actualmente por la Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO), en el Centro Regional Girardot, es adecuado y tiene en cuenta la renovación a nivel académico y laboral de los últimos años, generando propuestas que permitan a la universidad mejorar el programa académico, teniendo en cuenta la situación socioeconómica de Girardot. Dentro del alcance de la investigación se planteó de tipo descriptivo, debido a que se dirigió a investigar una realidad de la administración de empresas en la región enfocado en la UNIMINUTO, con un método de investigación mixto que permite la utilización de mediciones matemáticas y de caracterización de la información, lo anterior debido a que no existen estudios actualizados y complementados en un documento que justifique la pertinencia, la coherencia e incidencia de la oferta del programa en Girardot.

Se lograron identificar tendencias académicas en cuanto a la calidad de la educación Superior, a lo que le están apuntando todas las Universidades a nivel Nacional con fin de subir el nivel profesional de sus graduados, además de las estrategias pertinentes para mejorar el nivel académico. Fortaleciendo sus equipos de Docentes con una exigencia académica mínima con Maestría, además de crear espacios que fomenten y desarrollen los procesos de investigación formativa en los claustros universitarios, de todas las áreas investigaciones.

Por otra parte las nuevas perspectivas en cuanto a la pertinencia del programa relevaron información del conocimiento de los estudiantes en cuanto a su



Plan de estudios y la pertinencia con la Universidad y conocimientos en cuanto a la Misión y objetivos del claustro, además resaltar los resultados positivos de las mejoras a realizar al programa académico y plan de estudios.

En consecuencia fue posible proponer recomendaciones y conclusiones para mejorar el programa, en pro de mejorada del plan de estudios de la Corporación universitaria Minuto de Dios Centro Regional Girardot y beneficiar a futuros estudiantes del programa

Palabras Clave:

Administration, Plan de Estudios, Investigación, Tendencias, Calidad, Educación Superior, Universidad, Laboral, pertinencia, pregrado



## ABSTRACT

This research propose to analyze the academic and labor trends of the Business Administration discipline, the relevance of the academic program and to investigate if the curricular mesh currently offered by the Minute de Dios University Corporation (UNIMINUTO), in the Girardot Regional Center, is adequate and takes into account the renewal at the academic and labor level of recent years, generating proposals that allow the university to improve the academic program, taking into account the socio-economic situation of Girardot. Within the scope of the investigation, it was proposed as a descriptive one, since it was directed to investigate a reality of business administration in the region focused on the UNIMINUTO, with a mixed research method that allows the use of mathematical and characterization measurements of the information, the foregoing because there are no updated and complemented studies in a document that justifies the relevance, coherence and incidence of the program offer in Girardot.

It was possible to identify academic trends regarding the quality of Higher Education, which is being pointed out by all the Universities at the National level in order to raise the professional level of their graduates, as well as the relevant strategies to improve the academic level.

Strengthening their teams of teachers with a minimum academic requirement with a Master's degree, in addition to creating spaces that encourage and develop the processes of formative research in the university cloisters, of all research areas.

On the other hand, new perspectives regarding the relevance of the program revealed information about students' knowledge regarding their





Curriculum and relevance with the University and knowledge regarding the Mission and objectives of the faculty, in addition to highlighting the positive results of the improvements to be made to the academic program and curriculum.

As a result, it was possible to propose recommendations and conclusions to improve the program, in favor of improving the curriculum of the University Corporation Minute de Dios Regional Center Girardot and benefit future students of the program

Keyword:

Administration, Plan de Estudios, Investigación, Tendencias, Calidad, Educación Superior, Universidad, Laboral, pertinencia, pregrado



## INTRODUCCIÓN

La investigación busca analizar si el programa académico de educación superior es coherente frente a la realidad a la que se enfrenta la sociedad, al mismo tiempo reconocer si el programa de Administración de Empresas cuenta con el plan de estudios adecuado, con modelos, técnicas, y sistemas de evaluación apropiados.

De acuerdo a lo anterior, el análisis de las tendencias académicas y laborales de la disciplina de administración de empresas, busca obtener elementos que considerando la realidad local, nacional e internacional, permita reconocer cuáles son las necesidades de la misma a nivel académico y laboral de la disciplina de administración de empresas, con el fin de crear una propuesta al Plan de estudios, que vaya acorde a las tendencias del mercado laboral y académico de la región, dando sentido al hecho de investigar la realidad actual de la profesión de Administración de empresas, que tiene el Programa ofertado en la Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO), en el centro regional de Girardot, Cundinamarca, actualmente con un plan de estudios de extensión vigente desde 2011, aprobado por el Ministerio de Educación con proceso de acreditación, con un reconocimiento importante en la región en 7 años de existencia, por la cual se considera pertinente realizar su estudio y actualización.

Vale la pena mencionar que no existen estudios actualizados y complementados en un documento que justifique la pertinencia, la coherencia e incidencia de la oferta del programa en la región, por consiguiente, la identificación de dicha información en la región permitirá una mayor proyección en el ámbito laboral y académico a nivel nacional y regional.



## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La calidad de educación superior es uno de los elementos más significativos para la formación de estudiantes y va ligado a la realidad económica, social y política del país teniendo en cuenta que “los jóvenes bachilleres quedan por fuera del sistema educativo superior, tanto por los altos costos educativos en la prestación del servicio, como por la oferta del mismo” (Vallejos, 2010). Esto refleja que es necesario que las universidades crezcan cada vez en procura de alcanzar mayores niveles de cobertura y calidad acordes con las exigencias sociales y laborales. Siendo este, un reto para las instituciones académicas de la actualidad, el lograr mantenerse a la vanguardia de la necesidades del mercado laboral que exige “individuos creativos, emprendedores, críticos, competentes en las TIC, autónomos, con altos dotes sociales, que se adapten fácilmente a los ambientes laborales, capaces de trabajar con cualquier persona, en cualquier lugar y momento” (MJ Perez Barco, 2013)|.

La educación superior, “es un bien público y es responsabilidad de todos en especialmente de los gobiernos” (UNESCO, 2009), tener una cohesión entre lo que requiere el mundo a nivel laboral y el proceso académico de formación de calidad, es un reto constante para las universidades teniendo en cuenta las necesidades sociales debido que la “calidad educativa también debe estar acompañada de un ambiente social, emocional y económico estable” (Peña, 2017) es por ello que las universidades deben tener un proceso de transformación integral, constante y progresivo, con el compromiso de adecuar su plan de estudios a la necesidad mercado laboral y la sociedad, intentando abarcar todas las variables que encierra la administración de empresas, resolver problemáticas y atender necesidades con el fin de ser competitivos a todos los niveles local, nacional e internacional.



Por consiguiente, es importante conocer si el programa de administración de empresas en Girardot es pertinente en cuanto al contexto socioeconómico que va de la mano con el desarrollo sostenible del país, así mismo, si Girardot tiene la capacidad de empleabilidad de los egresados del programa de educación superior y si los mismos se asientan en la región para su crecimiento y desarrollo o, por el contrario, emigran a ciudades capitales del país.

En América Latina ha crecido progresivamente la cantidad de estudiantes que ingresan a la educación superior, (en promedio 2230 estudiantes por cada 100.000 habitantes en el año 2000 Y 3428 en el año 2013)” (UNESCO, 2014). En consecuencia, la demanda académica de estudiantes exige una oferta en las instituciones, de manera que tengan, capacidad de respuesta frente a las necesidades de estos, además de satisfacer la demanda de profesionales del país.

No obstante, la información del Ministerio de Educación Nacional para el 2015 asegura que la cobertura de educación Superior a nivel nacional en población de 17 -21 años matriculados en pregrados es de 49.90% y a nivel regional en Cundinamarca es del 30.3% (Ministerio de Educación Nacional, 2016), es decir, de cada 10 estudiantes 3 se matriculan a pregrados en entidades universitarias privadas; la cifra es muy baja teniendo en cuenta que las cifras en otras regiones del país es cerca del 50 % según la Ministra de Educación Yaneth Giha Tovar (EL PILON, 2017).

Así mismo, en Girardot se presenta una situación atípica, debido que es el segundo centro universitario del Departamento de Cundinamarca, que alberga mayor cantidad de Centros universitarios, a pesar de esto solamente el 16% de los empresarios o gerentes de Girardot tienen formación profesional, y el 70% secundaria o primaria. (Alcaldía de Girardot, 2017). Es una cifra preocupante teniendo en cuenta que entre el 2011 y 2014 los graduados en Cundinamarca de



programas de Administración y afines fueron más de 2.044 según el observatorio laboral para la educación.

Cabe resaltar que la población estudiantil en Girardot, en instituciones privadas es de cerca del 29% de un total de 8.568 estudiantes matriculados entre instituciones privadas y públicas, es decir, su población de estudiantes es apenas del 6% sobre el total de acuerdo con las cifras del 2014 (Ministerio de Educación Nacional, 2016).

Por consiguiente y teniendo en cuenta las cifras, la demanda de la educación, a nivel internacional, nacional y regional ha tenido un aumento progresivo, por ello es vital, que la oferta de la educación vaya acorde a la necesidad laboral y a la necesidad de la población dirigida, de manera que sea productivo y eficaz, con un plan de estudios acorde a suplir las carencias de conocimiento para el sector productivo.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Teniendo en cuenta la apología del propósito de la investigación, se planea responder los siguientes interrogantes en esta investigación:

1. ¿Cuál es la tendencia del entorno académico y laboral del programa administración de empresas en Girardot y la pertinencia del programa y su plan de estudios en la Corporación universitaria Minuto de Dios, Centro Regional Girardot?



## 2. JUSTIFICACION

La importancia de analizar si el programa académico de Administración de Empresas es coherente frente a la necesidad a la que se enfrenta la sociedad, al mismo tiempo reconocer si el programa de Administración de Empresas cuenta con un plan de estudios adecuado con modelos, técnicas y sistemas de evaluación apropiados, abarcando lo que son hoy las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como herramienta fundamental en el desarrollo de las habilidades y competencias con las que debe contar un administrador de empresas.

En consecuencia, las universidades, las empresas, el gobierno y los estudiantes deben generar un impacto social y económico de tal manera que contribuya al desarrollo y evolución sostenible del país.

Las instituciones universitarias tienen la necesidad de conocer si el programa de administración de empresas está acorde a las necesidades de los estudiantes y la sociedad, conociendo cuáles son las tendencias académicas y laborales y líneas de desarrollo que están ofreciendo y cuáles son los que realmente requiere un mundo competitivo y globalizado.

Teniendo en cuenta lo anterior, el análisis de las tendencia en cuanto al entorno académico y laboral de la disciplina de administración de empresas, busca obtener elementos que considerando la realidad local, nacional e internacional, permita reconocer cuáles son las necesidades de la misma a nivel académico y laboral de la disciplina de administración de empresas, con el fin de crear una propuesta de plan de estudios, que vaya acorde a las tendencias del mercado laboral y académico de la región, dando sentido al hecho de investigar la realidad actual de la profesión de Administración de empresas que tiene el Programa ofertado en la



Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO), en el centro regional de Girardot, Cundinamarca, actualmente con un plan de estudios de extensión vigente desde 2011, aprobado por el Ministerio de Educación con proceso de acreditación, con una reconocimiento importante en la región en 7 años de existencia, por la cual se considera pertinente realizar su estudio y actualización.

La UNIMINUTO cuenta con el programa de formación en Administración de Empresas tiene como Visión la acreditación del programa de alta calidad ante el Comisión Nacional de Acreditación (CNA) para el 2019, dicha denominación constituye un reconocimiento mayor para la institución y generará un impacto positivo en la región, por lo tanto, es pertinente realizar una investigación que analice la situación de pertinencia en la región del programa, su cohesión y su impacto en la misma.

Los programas académicos que no se actualicen en los factores determinantes para la formación como lo son el reconocimiento de un mundo competitivo que debe renovarse a nivel académico y al mismo tiempo tener en cuenta las variables socioeconómica, con dificultad logrará formar estudiantes que vayan preparados a enfrentarse con la realidad actual del mercado laboral, asimismo será complicado mantener una demanda del programa académico estable, probablemente sin elementos que les permita transformar la realidad en la que viven y volverse promotores de cambio, generadores de oportunidades, creadores de empresas productivas que permitan un cambio social.

Vale la pena resaltar, que no existen estudios actualizados y complementados en un documento que justifique la pertinencia, la coherencia y la incidencia de la oferta del programa



en la región, por consiguiente, la identificación de dicha información en la región permitirá una mayor proyección en el ámbito laboral y académico a nivel nacional y regional.

Conforme a lo anterior, es conveniente llevar a cabo una investigación que tenga el fin de estudiar y analizar las tendencias del entorno académico y laboral de la disciplina de Administración de Empresas en Girardot, la pertinencia del programa académico e indagar si el Plan de estudios, ofrecida actualmente por la UNIMINUTO en el Centro Regional Girardot, es adecuado y tiene en cuenta la renovación a nivel académico y laboral de los últimos años, generando propuestas que permitan a la universidad mejorar el programa académico, dando un aporte al mejoramiento de la educación y dando mejores herramientas a los estudiantes que les permita desenvolverse de mejor manera en el mercado laboral competitivo de la actualidad.





### **3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Con el fin de dar respuesta a la pregunta de la investigación se formula el siguiente objetivo:

#### **3.1.Objetivos**

Analizar la tendencia del entorno académico y laboral en la Administración de Empresas y la pertinencia del programa y plan de estudios en la Corporación universitaria Minuto de Dios, Centro Regional Girardot.

#### **3.2.Objetivos Específicos**

- Establecer cuáles son las tendencias académicas y laborales de la disciplina de Administración de Empresas.
  
- Determinar los factores que inciden en la pertinencia del programa de Administración de Empresas de la UNIMINUTO en Girardot – Cundinamarca teniendo en cuenta la situación socioeconómica del municipio.
  
- Formular una propuesta de mejoramiento del plan de estudios y/o procesos académicos del programa de Administración de Empresas de la UNIMINUTO de acuerdo con las tendencias académicas, laborales y situación socioeconómica de Girardot.



## 4. Marco de Referencia

### 5.0 Marco Teórico

#### 5.1 Calidad de la educación superior

Calidad como término proviene del latín “qualis” lo que significa de clase o tipo, y hace referencia a los resultados finales, o la calidad de un producto en un proceso productivo.

Ahora bien, la calidad en la educación superior se ve reflejada en la mejora educativa, en las cuales los principales participantes son: Docentes, alumnos, Sociedad y gobierno, en donde una educación de calidad según Ecured es:

“Lo que puede significar una educación de calidad

- La que posibilite el dominio de un saber interesado que se manifiesta en la adquisición de una cultura científica o literaria.
- La que desarrolla la máxima capacidad para generar riquezas o convertir a alguien en recurso humano idóneo para contribuir al aparato productivo.
- La que promueve el suficiente espíritu crítico y fortalece el compromiso para transformar una realidad social.
- La calidad de la educación se asocia al rendimiento escolar. Sus variables las determinan el proceso de enseñanza-aprendizaje y a sus sujetos actores: los docentes y los alumnos”Fuente especificada no válida.



Para definir la calidad en la educación superior en Colombia, se debe poner en contexto que es calidad para el gobierno, actor principal de garantizar y velar por el, por tener atributos públicos la definición otorgada por el Ministerio de educación Nacional:

“Entendemos que una educación de calidad es aquella que forma mejores seres humanos, ciudadanos con valores éticos, respetuosos de lo público, que ejercen los derechos humanos, cumplen con sus deberes y conviven en paz. Una educación que genera oportunidades legítimas de progreso y prosperidad para ellos y para el país.”

En ese contexto, calidad de la educación para el gobierno, son las cualidades humanas que debe tener un ciudadano, habilidades blandas, según Felipe delgado “Son una herramientas que nos permiten ser líderes, una persona integradora, con un perfil proyectarle esas son las habilidades blandas” **Fuente especificada no válida.** Es por ello que la universidad juega un papel importante en desarrollar no solo competencias académicas, si no habilidades para que las estudiantes de educación superior tengan oportunidades de ser partícipes del desarrollo económico y social del país.

En Colombia, la entidad encargada de garantizar la calidad de la educación en Colombia es la Comisión Nacional de Acreditación (CNA) es una entidad de carácter pública adscrita al Sistema Nacional de Acreditación del Ministerio de Educación de Colombia, creado por la Ley 30 del 28 de diciembre de 1992, que se encarga de que se cumplan criterios y lineamientos



establecidos por el mismo con el fin de tener programas de calidad en el país, en este sentido establece:

“Teniendo en cuenta las finalidades y tareas de la educación superior, es fácil reconocer la conexión esencial que existe entre calidad y pertinencia y la importancia de tener en cuenta ese nexo a propósito del reconocimiento de las condiciones requeridas para la acreditación institucional. Sin duda, la característica esencial de las instituciones de educación superior es que su campo de acción es el conocimiento. Estas instituciones se caracterizan por el ethos y telos de la cultura académica. Son instituciones en las cuales se reconocen como valores fundamentales la solidaridad y la responsabilidad en el trabajo y el compromiso con el conocimiento; en ellas se recoge la tradición escrita del saber universal, se argumenta con fundamento en razones y conocimientos, se respetan las condiciones del diálogo y del trabajo colaborativo, se construyen proyectos de acción basados en conocimiento elaborado, se exploran sistemáticamente las distintas estrategias y sus consecuencias posibles, se evalúan sistemáticamente las realizaciones y se pone el conocimiento al servicio de la solución de problemas concretos de la sociedad.”

(Ministerio de Educación Nacional, 2016)

Conforme a lo anterior, las condiciones de la calidad de la educación superior abarca, la responsabilidad por brindar conocimiento por reforzar, el trabajo en equipo y tener las posibilidades de evaluar y analizar soluciones de problemas concretos de la sociedad y el contexto productivo donde se desarrolle el mismo.



Ahora bien, el apostarle a la calidad en la educación superior abarca un compromiso total de los actores principales docentes, estudiantes e infraestructura, según Lorena Gartner Isaza del 2016, en su documento *Razones para apostarle a la calidad en la educación superior* expone los retos de la calidad y no se puede apostarle a ella sin tener a consideración los siguientes aspectos que involucran a los actores principales:

- “- La investigación científica, tecnológica, humanística y artística en sintonía con el saber universal y con alta visibilidad en publicaciones certificadas.
- La internacionalización, con todo lo que ello implica como movilidad de docentes y estudiantes, reconocimientos académicos transnacionales, redes, alianzas multinacionales y publicaciones conjuntas, entre otros aspectos.
- La redefinición de la oferta educativa, en atención a demandas formativas de conocimiento avanzado, fuertemente diversificado y especializado en un entorno altamente competitivo.
- La formación integral de las personas, hacia el desarrollo de la capacidad de abordar con responsabilidad ética, social y ambiental los retos de desarrollo endógeno y participar en la construcción de una sociedad más incluyente.
- La incorporación de docentes con altos niveles de cualificación que logren jalonar los procesos académicos antedichos.
- La generación de sistemas de gestión transparentes, eficaces y eficientes que garanticen los derechos y los deberes de las personas.



- La existencia de sistemas rigurosos de seguimiento a egresados que hagan posible enriquecer los procesos académicos de institucionales”

Los elementos que, en conjunto, son la esencia de lo que sería calidad en la educación superior, generando la creación y mejoramiento progresivo de la calidad en las instituciones de educación superior, teniendo en cuenta variables cualitativas y cuantitativas, que nos llevan a cumplir los criterios de calidad establecidos por el Consejo Nacional de acreditación en Colombia.

Contextualizando el término a la calidad en la educación superior en los estudiantes, se establece que, reuniendo los criterios anteriormente mencionados, el egresado, esté en la capacidad según las necesidades de su entorno, de responder de manera eficaz y eficiente a las exigencias del mercado.



## 5.2 Pertinencia de la educación superior

Para entender la pertinencia de la educación superior, es importante definir qué es pertinencia y pertinente en la educación, según el ministerio de educación Nacional lo define como:

“Para el DRAE, el sustantivo pertinencia es la "cualidad de pertinente". Y el adjetivo pertinente tiene tres acepciones muy relacionadas: 1. Pertenciente o correspondiente a algo (Un teatro con su pertinente escenario), 2. Que viene a propósito (Ese argumento sobra y no es aquí pertinente), y 3. Conducente o concerniente al pleito. Por otra parte, los sinónimos de pertinente son: oportuno, acertado, adecuado, apto, eficaz, conveniente, correspondiente, apropiado, debido y congruente.” (Ministerio de Educación Nacional, 2016)

De lo anterior, podemos asumir que el significado de pertinente para lo que nos ocupa - pertinencia de la educación- corresponde más a la segunda acepción, esto es: a "que viene a propósito", o en otras palabras que guarda relación de afinidad y eficacia con algo, y por lo tanto que sus sinónimos son acertado, adecuado, eficaz, conveniente, correspondiente, apropiado, debido y congruente.”

Ahora bien, de acuerdo con lo anterior es pertinente la educación cuando:

“Guarda congruencia (Es decir, conveniencia, coherencia y relación lógica) con las condiciones y necesidades sociales, con las normas que regulan la convivencia social y con las



características concretas de los educandos en sus diversos entornos naturales y sociales de interacción” (Ministerio de Educación Nacional, 2016)

Complementa a la reseña anterior, según el Plan Decenal de Educación 2006- 2016 establece los criterios de pertinencia para la educación superior:

“1. Con la Constitución y la Ley (Ámbito normativo), 2. Con el desarrollo económico, social y humano (Ámbito de la visión de país), 3. Con las exigencias de un mundo globalizado (Ámbito global), 4. Con los entornos cultural, social y geográfico (Ámbito contextual), 5. Con la necesidad de convivir en paz y democracia (Ámbito político), y 6. Con las características diversas de los educandos (Ámbito pedagógico y didáctico).” (Ministerio de Educación, 2006)

De acuerdo con lo anterior, la educación de calidad es pertinente cuando cumple las leyes de la sociedad y se desarrolla en el ámbito económico y social, reconociendo las exigencias de los mercados y la globalización, teniendo en cuenta el entorno cultural y político donde se desarrolla.

Así mismo, si conectamos la calidad en la educación superior y la pertinencia según Ana Beatriz Melo Guzmán y Fredy Andrés Mesa 2014 afirman:

“La educación universitaria es de calidad si el perfil del egresado cumple con las expectativas del perfil del profesional propuesto, para desempeñarse en los escenarios previamente visionados. Si la formación fue de calidad el profesional responderá a cabalidad socialmente a





las necesidades del medio, entonces podríamos decir que este recibió una educación pertinente.”

(García Melo & Valdez, 2014)

La Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI: Visión y Acción, incluyó los siguientes conceptos en relación con la pertinencia:

La pertinencia de la educación superior debe evaluarse en función de la adecuación entre lo que la sociedad espera de las instituciones y lo que éstas hacen. Ello requiere normas éticas, imparcialidad política, capacidad crítica y, al mismo tiempo, una mejor articulación con los problemas de la sociedad.



### 5.3 Tendencias de la educación superior

Las tendencias en la educación superior apuntan a varios criterios que se deben contar en la actualidad con el fin de apuntar a la calidad de los programas académicos y a la pertinencia de estos, en ese orden de ideas se contextualiza según Ángel Díaz Barriga (2014) que:

“Existen varias formas de abordar las tendencias en los planes de estudio; encontramos por lo menos tres:

- a) una concepción curricular técnica frente a una sociopolítica. La primera atiende a la metodología de un plan de estudios, la segunda analiza la dimensión social a la que responde dicho plan.
- b) Una tendencia que organiza el currículo por asignaturas frente a otra que lo hace por problemas integrados, en general bajo la denominación de módulos.
- c) Una de corte socio histórico que trata de dar cuenta de las grandes tendencias institucionales que existen en el país y de la manera como se expresan en la orientación de los planes de estudio. Es esta tercera la que buscamos desarrollar en estas líneas.”

Además, resalta el vínculo que tiene el empleo en el desarrollo de los currículos:

En estricto sentido la vinculación universidad-empleo ha sido la principal innovación educativa en el periodo de la modernización del sistema educativo. Hemos afirmado que esta situación se dio en forma inicial en los países desarrollados. Así lo reconoce Lundgren 2010 cuando afirma: “El concepto de escolaridad sostenido en el siglo XX se caracteriza por su valor pragmático, que surge del contexto del trabajo. La relación entre educación y trabajo es la imagen central de la educación que se estableció en este siglo.”



Según la universidad autónoma de Hidalgo, seguiré un modelo innovador para el desarrollo de habilidades y competencias en estudiantes tales como:

- La educación por competencias
- El currículo flexible
- Las Tutorías
- El aprendizaje basado en problemas y casos
- Curricular basado en el aprendizaje

Teniendo en cuenta lo anterior, vale la pena mencionar el esfuerzo de las entidades educativas en la renovación permanente en sus contenidos curriculares, teniendo en cuenta la evolución de la educación y la competitividad en el sector laboral.



## 5.4 Tendencias Laborales

Según Deloitte University Prees (año) las tendencias laborales más importantes para el 2017 de acuerdo a su argumento son

### 5.4.1 La organización del futuro: llegando ahora

“Dado el ritmo de cambio y la constante presión para adaptarse, no es de sorprender que los ejecutivos identifiquen el construir la organización del futuro como el reto más importante para 2017. Conforme a esto se señala un cambio de diseñar la nueva organización a construir activamente ecosistemas organizacionales y redes. La agilidad juega un rol central en la organización del futuro, mientras las organizaciones compiten para reemplazar jerarquías estructurales con redes y equipos empoderados para tomar acción.” (Press, 2017)

De acuerdo a lo anterior las organizaciones por jerarquías están teniendo a desaparecer, en este orden el futuro espera construir organizaciones con la capacidad de reorganizarse y reinventarse conforme a los cambios en el mercado actual.

Las siguientes son algunas de las nuevas reglas en cuanto lo que buscan las organizaciones del futuro:

*Ilustración 1 Organización del Futuro nuevas perspectivas*

Reglas tradicionales	Reglas nuevas
Organizadas para eficiencia y eficacia	Organizadas para el aprendizaje, innovación e impacto en el cliente
La compañía es vista como toma de decisiones, estructura y progresión de liderazgo jerárquica	La compañía es vista como una red ágil, empoderada por líderes de equipo e impulsado por la colaboración y el intercambio de conocimientos
Estructura basada en funciones de negocio con líderes funcionales y grupos funcionales globales	Estructura basada en trabajo y proyectos, con equipos basados en proyectos, clientes y servicios
Progreso a través de la promoción ascendente con muchos niveles de por medio	Progreso a través de muchas asignaciones, diversidad de experiencias, y asignaciones multifuncionales de liderazgo
Las personas "se vuelven líderes" a través de la promoción	Las personas "crean seguidores" para crecer en influencia y autoridad
Dirigir bajo supervisión	Dirigir por orquestación
Cultura dominada por el miedo al fracaso y las percepciones de otros	Cultura de seguridad, abundancia y relevancia de tomar riesgos e innovación
Basado en reglas	Basado en guía
Roles y títulos de puesto claramente definidos	Equipos y responsabilidades claramente definidos, pero los roles y títulos de puesto cambian regularmente
Basado en procesos	Basado en proyectos

Fuente. Deloitte University Press. 2017



#### 5.4.2 Carrera y aprendizaje: en tiempo real, todo el tiempo

Las carreras profesionales tienen cambios constantes en cuanto a nuevos conocimientos que se desarrollan con el paso del tiempo, además con la posibilidad de construir habilidades de forma rápida y fácil para su aplicación en el campo laboral, “El concepto de una “carrera” está cambiando desde sus cimientos, empujando a las organizaciones hacia experiencias de aprendizaje “continuas” que permitan a los colaboradores construir habilidades rápidas y fácilmente, y en sus propios términos.” (Press, 2017)

Dicho de otra manera, hoy por hoy las organizaciones en conjunto con los profesionales y/o colaboradores deben estar en la capacidad de trabajar y motivar, incentivar iniciativas de aprendizaje continuo, con el fin de desarrollar habilidades para aplicar en el campo laboral.

Las siguientes son algunas de las nuevas reglas en cuanto a las carreras y el aprendizaje:

*Ilustración 2 Carrera y aprendizaje nuevas tendencias*

Reglas tradicionales	Reglas nuevas
Los gerentes y el modelo de carrera determinan qué debe aprender el empleado	Los empleados deciden qué aprender basándose en las necesidades de su equipo y sus metas de carrera individuales
Las carreras van "hacia arriba o hacia afuera"	Las carreras van en cualquier dirección
Los gerentes dirigen las carreras de las personas	Las personas encuentran la dirección de su carrera con la ayuda de líderes u otros
El L&D corporativo es dueño del desarrollo y entrenamiento	El L&D corporativo guía el desarrollo y crea una experiencia de aprendizaje útil
Las personas aprenden en el salón de clases, y algunas veces, en línea	Las personas aprenden todo el tiempo, en micro-aprendizaje, cursos, salones de clases y grupos
La universidad corporativa es un centro de entrenamiento	La universidad corporativa es un "bien común", uniendo a líderes y grupos multi-funcionales
La tecnología de aprendizaje se enfoca en cumplimiento y catálogo de cursos	La tecnología de aprendizaje crea una experiencia de aprendizaje continuo, colaborativa probada
El contenido de aprendizaje es proporcionado por L&D y expertos	El contenido de aprendizaje es proporcionado por todos en la organización, y conservada por empleados al igual que por RH
Las credenciales son proporcionadas por universidades o instituciones acreditadas, las habilidades solo pueden certificarse por medio de credenciales	Las credenciales vienen como "credenciales desvinculadas", donde las personas pueden obtener certificaciones de muchas maneras

Fuente. Deloitte University Press. 2017



#### 5.4.3 Adquisición de talento: introduciendo al reclutador cognitivo

El adquirir talento para una empresa se ha vuelto una de las tareas más importantes a la hora de buscar un equipo de trabajo para una empresa la persona, deber ser idónea, es por esto que los procesos esos de reclutamiento deben ser conforme a las nuevas técnicas, apoyados con la tecnología, según University Press “Las fuentes de talento y reclutamiento enfrentan una enorme presión. La escasez de talento y habilidades es generalizada. Los empleados están exigiendo nuevas carreras y nuevos modelos de carrera. Y la innovación y la tecnología — incluyendo inteligencia cognitiva y artificial, colaboración social, multitudes y economía compartida — están redefiniendo la fuerza de trabajo. Organizaciones líderes están convirtiendo a la economía abierta de talento en una nueva oportunidad, al adoptar tecnologías y desarrollar nuevos modelos que hacen uso innovador de las fuentes de talento de dentro y fuera de la organización.” (Press, 2017)

La siguiente Tabla muestra las tendencias en cuanto a los nuevos procesos de reclutamiento:



*Ilustración 3 Adquisición de Talento nuevas tendencias*

Reglas tradicionales	Reglas nuevas
Reclutadores usan las herramientas de internet para encontrar a los candidatos	Los reclutadores continuamente usan redes sociales como Twitter, Facebook, Glassdoor, Pinterest y Quora , en adición a LinkedIn
La marca de reclutamiento es vista como una estrategia de marketing	La marca de empleador tiene una estrategia completa, alcanzando todos los posibles grupos de candidatos y canales
Los reclutadores dan seguimiento al proceso de reclutamiento	Los reclutadores se alían con los gerentes en el proceso de búsqueda, aprovechando sus redes y necesidades culturales y criterios de éxito
Las descripciones de puesto comunican lo que la organización exige del empleado potencial	Las descripciones de puesto se centran en las necesidades del candidato- una táctica que proporciona hasta tres veces más candidatos calificados*
Un sistema de seguimiento de empleados es la única tecnología de adquisición de talentos necesaria.	Las empresas cuentan con plataformas tecnológicas de atracción de talento que gestionan la contratación, las video entrevistas, la gestión de entrevistas, la gestión de la relación con candidatos y la inducción.
Los procesos de adquisición de talento son contruídos con base en la eficiencia, eficacia, y velocidad de contratación de manera que la empresa funcione correctamente	El candidato y el gerente de contratación son el centro de los procesos de adquisición de talento, adaptando la experiencia del candidato en torno a los momentos que sobresalen en la jornada de adquisición de talento con la organización

Fuente. Deloitte University Press. 2017



#### **5.4.4 La experiencia del empleado**

La creación de programas de bienestar y el crear ambientes que mejoren y faciliten el desarrollo dentro de la organización con el fin de cumplir objetivos organizacionales son elementos que están marcando la tendencia por parte de los empleadores y que sus colaboradores se sientan más comprometidos con la labor que desarrollan.

Dicha labor no es fácil en medida de la realización de este tipo de actividades para mejorar la experiencia traen ciertos tipos de retos según Deloitte University Press en su Informe de tendencias de Capital Humano 2017:

- Muchas compañías los líderes de RH aún no consideran la experiencia del empleado como una prioridad.
- los departamentos de RH, a menudo pueden tener dificultades para obtener los recursos necesarios para abordar un conjunto integrado de prioridades
- las compañías necesitan actualizar sus herramientas para comprometer a los empleados de manera constante (al menos con encuestas periódicas) para ayudar a los equipos de RH y a la línea de líderes a entender mejor el tipo de talento y valores que emplean.

De acuerdo a lo anterior, Deloitte University Press propone un modelo en el cual los trabajadores entren en una dinámica de trabajo colaborativo, sincronizado, con un ambiente de trabajo agradable, que le permita escalar en las organizaciones

*Ilustración 4 Modelo de organización simple*

<b>Modelo Organización Simplemente Irresistible™</b>				
<b>Trabajo significativo</b>	<b>Gestión de apoyo</b>	<b>Ambiente laboral positivo</b>	<b>Oportunidad de crecimiento</b>	<b>Confianza en el liderazgo</b>
Autonomía	Objetivos claros y transparentes	Ambiente de trabajo flexible	Capacitación y apoyo en el trabajo	Misión y propósito
Escoger, encajar y adaptarse	<i>Coaching</i>	Lugar de trabajo humanista	Facilidades de movilidad de talento	Inversión continua en personas
Equipos pequeños y empoderados	Inversión en desarrollo de gerentes	Cultura de reconocimiento	Auto dirigido, aprendizaje dinámico	Transparencia y honestidad
Tiempo para relajarse	Ágil gestión del desempeño	Ambiente de trabajo diverso, incluyente y justo	Cultura de aprendizaje de alto impacto	Inspiración
<b>Colaboración y comunicación a través de la organización</b>				

Fuente. Deloitte University Press. 2017

De acuerdo a lo anterior estas son las nuevas tendencias en cuanto la experiencia del colaborador en el campo laboral

*Ilustración 5 Experiencia del colaborador nuevas tendencias*

Reglas tradicionales	Reglas nuevas
La experiencia del empleado es por encuestas anuales	La experiencia del empleado definida como una visión holística de la vida en el trabajo, requiriendo retroalimentación constante, acción y monitoreo
La cultura es una tema en el sitio web de la compañía y tal vez en las paredes, pero no se mide o define como un comportamiento	La compañía usa herramientas y comportamientos para medir, alinear y mejorar la cultura durante el cambio, Fusiones y Adquisiciones, y otras iniciativas importantes
Las compañías cuentan con líderes de RH para sus diferentes servicios como reclutamiento, aprendizaje, remuneración, compromiso y otros servicios de RH.	Las compañías cuentan con un responsable de la experiencia completa del empleado, enfocado en la trayectoria del empleado, experiencias, compromiso y cultura
Compensaciones, beneficios y recompensas son gestionadas con un enfoque de evaluación comparativa y de equidad	Compensación, beneficios, recompensas, y reconocimiento son diseñados para hacer la vida de las personas mejor y equilibrar los beneficios financieros y no financieros
Programas de bienestar y salud están enfocados en la seguridad y gestión de gastos de seguros.	Las compañías tienen un programa integral para el bienestar cuyo enfoque está en el empleado, y en su experiencia de vida y trabajo.
Las recompensas están diseñadas para cubrir el salario, tiempos extra, bonos, beneficios, y opciones de inventario.	Las recompensas también incluyen recompensas no financieras: medallas, permisos, vacaciones, acondicionamiento físico, y programas de bienestar.
El auto-servicio del empleado es visto como una plataforma tecnológica que facilita realizar transacciones de RH y reportes.	La plataforma de experiencia del empleado está diseñada, es móvil e incluye aplicaciones digitales y soluciones prescriptivas basadas en la trayectoria del empleado, y comunicación que apoya e inspira a los demás.

Fuente. Deloitte University Press. 2017

#### 5.4.5 Marketing digital dentro de las nuevas tendencias

El Mundo de la administración y el comercio digital ha cambiado la forma de administrar, la oferta y la demanda, la cantidad de información que podemos encontrar tan ilimitada de los clientes, ha cambiado la forma de generación de ingresos y la forma del comercio, dentro del mundo del marketing, según criteo.com hay ocho tendencias digitales dentro del marketing, la innovación en su forma promocional, según euphorianet.com el comercio electrónico ha aumentado un 10 % por año. Teniendo en cuenta esto, es importante para los nuevos administradores de empresas conocer desde la academia las herramientas necesarias para posicionar una empresa, producto o servicios.

En relación con las nuevas tendencias conforme a los documentos encontrados en la información secundaria se encuentra que actualmente “El e-commerce como canal de ventas viene creciendo en porcentajes de dos dígitos en Latinoamérica durante los últimos años. Se pronostica que por lo menos hasta 2019 continuará creciendo a una tasa del 17% anual, para alcanzar la cifra de USD 85.000 millones finalizando ese año” (BLACKSIP, 2017)

Según esto, es un mercado que no podemos desconocer, en Colombia según blacksip las transacción en el 2016 fue de USD 26.700 Millones, y el número de internautas en Colombia 28,5 Millones, es decir, es un mercado potencial para la creación de un producto y de ofertar un producto o servicio, teniendo en cuenta la tendencia del marketing digital, es importante conocer cómo es el proceso de posicionamiento en internet, con el fin de identificar oportunidades de negocio y canales de distribución en todo el mundo, dicho esto, es una tarea gigante para los docentes y académicos transmitir dicho conocimiento de las nuevas tendencias digitales.



Dentro de las nuevas tendencias, se encuentran estrategias para posicionar en la red y reconocer la importancia de las redes sociales como elemento para la monetización en internet, además de las plataformas de búsqueda, que se establecen como los mejores aliados a la hora de vender o comprar algo en internet, con esta nueva tendencia, hay elementos básicos de conocimiento para lograr generar mayor impacto como Administradores de Empresas en el campo laboral:

- Posicionamiento de Marca

Según Roberto Espinosa, especialista en marketing y estrategia de negocio, el posicionamiento de marca:

“es el lugar que ocupa la marca en la mente de los consumidores respecto el resto de sus competidores. El posicionamiento otorga a la empresa una imagen propia en la mente del consumidor, que le hará diferenciarse del resto de su competencia. Esta imagen propia, se construye mediante la comunicación activa de unos atributos, beneficios o valores distintivos, a nuestra audiencia objetivo, previamente seleccionados en base a la estrategia empresarial” (Espinosa, 2014).

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante reconocer que el conocimiento en cuanto a posicionamiento de marca en mercados digitales presenta una oportunidad para los nuevos administradores, en cuanto al conocimiento de nuevos canales de posicionamiento diferentes a los canales tradicionales.



- Marketing en Redes Sociales

El objeto del Marketing electrónico según la OMT es “explorar internet y otras formas de comunicación electrónica para comunicar con los mercados objetivo de la forma más rentable, y permitir el trabajo conjunto con otras organizaciones asociadas con las que exista un interés común”.

Las Redes sociales se han convertido en el fenómeno más influyente en la comunicación en las últimas décadas (Kaplan, 2010)

El marketing en redes sociales es la nueva tendencia en cuanto a la forma de llegar a nuevos consumidores y salir de los canales tradicionales de comunicación, teniendo en cuenta esto, en los canales tradicionales, en donde se establecen estrategias en cuanto a, las 4 P's (Producto, Precio Plaza y Promoción), en el marketing digital hay nuevas estrategias según libro de Marketing en Redes Sociales de Juan Merodio “estas 4P han empezado a ser desplazadas por las 4C que son Contenido, Contexto, Conexión y Comunidad. Pero ¿por qué estas 4C? Los usuarios generan gran cantidad de contenido relevante que se sitúa en un contexto determinado que lo lleva a establecer buenas conexiones entre gente afín y que conlleva a la creación de una comunidad alrededor, por lo que Contenido + Contexto + Conexión + Comunidad = Marketing Redes Sociales” (Merodio, 2010)

La generación de contenido con contexto que genere conexiones en los consumidores, y que tengan impacto a la comunidad es la forma en la cual podemos llegar a muchos más clientes con el fin de maximizar ingresos en una compañía.



- Generación de Contenido

La Generación de contenido digital en el Marketing es un imán para atraer tráfico digital de consumidores, de forma natural dentro de ellas se encuentran varios medios que debemos conocer como:

Inbound Marketing:

*“Inbound marketing es una técnica de mercadeo, que pretende lograr que los usuarios lleguen a tu sitio web por voluntad propia y no por publicidad tradicional. Para lograrlo, debes considerar que el contenido original debe estar indexado en los buscadores. Esta debe ser la premisa de una buena estrategia de inbound marketing o marketing de atracción como se llama en español.”*

(wearecontent, 2017)

- Marketing Participativo

De acuerdo con es-commerce.com “los consumidores quieren participar en las campañas y acciones de diferentes productos y marcas y las empresas deben aprovechar este punto para ofrecer la oportunidad de involucrarse en estos procesos.

El marketing participativo es por tanto una nueva forma de comunicación del sector del marketing en la que difunden las campañas, los productos y todos los mensajes que quiera lanzar una marca gracias a sus usuarios, consumidores o públicos principales. Para ello las empresas deben estudiar, reconocer e identificar a sus diferentes públicos para hacerles sentir





partícipes de un nuevo producto, lanzamiento, campaña y, en definitiva, de la marca.” (e-commerce, 2018)

De acuerdo con lo anterior es importante resaltar que involucrar al consumidor en los procesos de promoción y compra conecta a más público y no solo los hace consumidores si no un mecanismo adicional para difundir campañas publicitarias.

- Video Marketing

“El videomarketing trata de utilizar los videos y todo lo que venga del mundo audiovisual para impulsar la marca, ya sea para convertir visitas en ventas o para agregar valor al producto.” (marketerosdehoy, 2018)

Según esta tendencia, el consumo de internet y de videos está en crecimiento contante, es por ello por lo que el conocimiento de las tendencias digitales de marketing le permite a un administrador de empresas tener elementos para la generación de ingresos en la compañía en donde con las herramientas necesarias puede crear una estrategia para el crecimiento de cualquier compañía.



## **5.6 Marco conceptual**

Dentro del marco conceptual se elabora una revisión bibliográfica de los conceptos generales de la investigación, en donde se sustentan los conceptos básicos a considerar conforme al avance de la investigación:

### **Tendencias:**

“La palabra “TREND”, tendencia en inglés significa “cambio”. La podemos definir como aquel proceso de cambio en los grupos humanos, que da lugar a nuevas necesidades, deseos, formas de comportamiento y por ende a nuevos productos y servicios. Las sociedades humanas a lo largo del tiempo han tenido la necesidad por manifestar sus características, cada individuo elige ciertas características para ser reconocido dentro de un grupo de personas” (Salgado, s.f.)

De acuerdo a lo anterior las tendencias se definen como deseos de ciertos grupos humanos, que al ponerse de acuerdo, se vuelven necesidades comunes, las cuales al conocerlas y analizarlas podemos definirlos como una ventaja competitiva frente a un producto o servicio ofrecido.

### **Plan de Estudios:**

El plan de estudios de acuerdo a la información del Ministerio de Educación Nacional en 2018 (Ministerio de Educación, 2018) lo define como “El plan de estudios es el esquema estructurado de las áreas obligatorias y fundamentales y de áreas optativas con sus respectivas asignaturas que forman parte del currículo de los establecimientos educativos. El plan de estudios debe contener al menos los siguientes aspectos:



- a) La intención e identificación de los contenidos, temas y problemas de cada área, señalando las correspondientes actividades pedagógicas.
- b) La distribución del tiempo y las secuencias del proceso educativo, señalando en qué grado y período lectivo se ejecutarán las diferentes actividades.
- c) Los logros, competencias y conocimientos que los educandos deben alcanzar y adquirir al finalizar cada uno de los períodos del año escolar, en cada área y grado, según hayan sido definidos en el proyecto educativo institucional-PEI- en el marco de las normas técnicas curriculares que expida el Ministerio de Educación Nacional. Igualmente incluirá los criterios y los procedimientos para evaluar el aprendizaje, el rendimiento y el desarrollo de capacidades de los educandos.
- d) El diseño general de planes especiales de apoyo para estudiantes con dificultades en su proceso de aprendizaje.
- e) La metodología aplicable a cada una de las áreas, señalando el uso del material didáctico, textos escolares, laboratorios, ayudas audiovisuales, informática educativa o cualquier otro medio que oriente soporte la acción pedagógica.
- f) Indicadores de desempeño y metas de calidad que permitan llevar a cabo la autoevaluación institucional.



## Calidad

Calidad como término proviene del latín “qualis” lo que significa de clase o tipo, y hace referencia a los resultados finales, o la calidad de un producto en un proceso productivo.

Ahora bien, la calidad en la educación superior se ve reflejada en la mejora educativa, en las cuales los principales participantes son: Docentes, alumnos, Sociedad y gobierno, en donde una educación de calidad según Ecured es:

“Lo que puede significar una educación de calidad

- La que posibilite el dominio de un saber interesado que se manifiesta en la adquisición de una cultura científica o literaria.
- La que desarrolla la máxima capacidad para generar riquezas o convertir a alguien en recurso humano idóneo para contribuir al aparato productivo.
- La que promueve el suficiente espíritu crítico y fortalece el compromiso para transformar una realidad social.
- La calidad de la educación se asocia al rendimiento escolar. Sus variables las determinan el proceso de enseñanza-aprendizaje y a sus sujetos actores: los docentes y los alumnos” (Ecured, 2016)



## **Educación Superior**

Se define como educación en Colombia “un proceso de formación permanente, personal cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes.” (Mineducación, 2009)

La escala en Colombia de educación es de la siguiente forma: la educación inicial, la educación preescolar, la educación básica (primaria cinco grados y secundaria cuatro grados), la educación media (dos grados y culmina con el título de bachiller), y la educación superior. (Mineducación, 2009)

En la educación superior, se componen de dos niveles de formación, pregrado y posgrado, en el cual tiene los siguientes niveles de educación:

Nivel Técnico Profesional (relativo a programas Técnicos Profesionales).

Nivel Tecnológico (relativo a programas tecnológicos).

Nivel Profesional (relativo a programas profesionales universitarios)

## **Pertinencia**

Según el Ministerio de Educación “En términos generales podemos decir que la educación es pertinente cuando guarda congruencia (Es decir, conveniencia, coherencia y relación lógica) con las condiciones y necesidades sociales, con las normas que regulan la convivencia social y con las características concretas de los educandos en sus diversos entornos naturales y sociales de interacción.” (Ministerio de Educación, 2009)



## **Empleabilidad**

La empleabilidad se define como:” La capacidad de una persona de acceder a un puesto de trabajo, mantenerse en él y reorientarse profesionalmente en otro en el caso de pérdida del primero.” (Horta, 2010)

Según esto una persona es “empleable” si “posee los requisitos en términos de conocimientos y competencias demandados por los empleadores para su perfil y es capaz de transmitir adecuadamente un mensaje al mercado.” (Horta, 2010)

## **Comisión Nacional de Acreditación**

La comisión Nacional de acreditación según es un organismo de orden legal -creado mediante la Ley 30 del 28 de diciembre de 1992, Artículo 54- y de naturaleza académica, vinculado al Ministerio de Educación Nacional, con funciones de coordinación, planificación, recomendación y asesoría en el tema de acreditación de programas y de instituciones de Educación Superior en Colombia.

Los fines del Consejo Nacional de Acreditación se derivan de los establecidos en la ley al crear el Sistema Nacional de Acreditación y establecer como objetivo fundamental "garantizar a la sociedad que las instituciones que hacen parte del Sistema cumplen los más altos requisitos de calidad que realizan sus propósitos y objetivos. El sistema de acreditación es un proceso voluntario para las Instituciones de educación Superior. La acreditación tendrá carácter temporal.



Las instituciones que se acrediten, disfrutarán de las prerrogativas que para ellas establezca la ley y las que señale el Consejo Superior de Educación Superior (CESU).

### **Programas Académicos**

Los programas de formación académica tienen por objeto la adquisición de conocimientos y habilidades en los diversos temas de la ciencia, las matemáticas, la técnica, la tecnología, las humanidades, el arte, los idiomas, la recreación y el deporte, el desarrollo de actividades lúdicas, culturales, la preparación para la validación de los niveles, ciclos y grados propios de la educación formal básica y media y la preparación a las personas para impulsar procesos de autogestión, de participación, de formación democrática y en general de organización del trabajo comunitario e institucional. Para ser registrados, estos programas deben tener una duración mínima de ciento sesenta (160) horas.

### **Marketing Digital**

Según MD Marketing Digital.com define como marketing digital a: es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas herramientas como la inmediatez, las nuevas redes que surgen día a día, y la posibilidad de mediciones reales de cada una de las estrategias empleadas. (MD Marketing Digital, 2015)



## **Redes Sociales**

“Las **redes sociales** son sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información.”





## **MARCO INSTITUCIONAL**

### **Corporación universitaria Minuto de Dios**

En el marco institucional, de acuerdo al plan de desarrollo Uniminuto 2013-2019 establece que:

Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO: fue fundada en 1990 como un proyecto educativo innovador, que busca garantizar la oferta de educación superior de calidad a la mayoría de la población colombiana, en particular a aquellas comunidades con especial dificultad para acceder a ella. Esta Institución fomenta el desarrollo social y comunitario, y el desarrollo integral de sus estudiantes y la forma en las competencias específicas del saber profesional; así contribuye a la construcción de nación. Por medio de su participación en proyectos de innovación social, apoya en la transformación socioeconómica de las comunidades vulnerables en las que se proyecta. Actualmente, UNIMINUTO cuenta con más de 79.000 estudiantes distribuidos en seis sedes a través de las cuales se cubren catorce Departamentos del país. (Uniminuto, 2013)

La corporación universitaria Minuto de Dios ha tenido un crecimiento importante desde la fecha de su fundación y su expansión se ha dado por todo el país “Durante los años noventa tuvo un crecimiento importante tanto en el ámbito geográfico, con la apertura de centros regionales en Antioquia y Tolima, como en los ámbitos curricular y poblacional, puesto que aumentó el número de programas ofertados y pasó de contar con aproximadamente 220 estudiantes en 1992, a tener inscritos más de 1.500 en 1999.<sup>15</sup> Durante los últimos diez años (2003-2013), potenciado



principalmente por la ampliación de la oferta de programas virtuales y a distancia, UNIMINUTO logró un aumento del 1.200%. (Uniminuto, 2013)

El crecimiento vertiginoso de su modelo educativo “reside en poder ofrecer programas educativos en distintas regiones a través de un sistema universitario multi-campus, que opera a través de varias sedes en distintos lugares del país (véase Figura 2). De hecho, ofrece educación superior en más de cien municipios de catorce departamentos: Cundinamarca, Antioquia, Caldas, Risaralda, Cauca, Valle, Nariño, Meta, Vaupés, Santander, Norte de Santander, Atlántico, Huila y Tolima.” (Uniminuto, 2013)

Además, con el fin de tener acceso población vulnerable, ha desarrollado un sistema innovador de financiación con LA COOPERATIVA MINUTO DE DIOS que le permite a estudiantes financiar sus carreras profesionales con créditos de bajo interés y fácil acceso.



## **Modelo Educativo**

El Modelo educativo de la UNIMINUTO está enfocado en su Misión “una educación para el desarrollo humano y social integral a través de la formación de líderes e innovadores sociales, constituidos como seres humanos íntegros, y profesionales éticos y competentes, para construir un país justo, reconciliado, fraternal y en paz.” (Uniminuto, 2013)

Conforme a lo anterior sus procesos académicas van enfocados en al desarrollo integral de temas humanísticos, materias como Desarrollo Social contemporáneo, Catedra Minuto de Dios, y ética profesional son parte del componente Minuto de Dios para desarrollar habilidades integrales del ser humano.

## **Sede Cundinamarca**

La corporación universitaria Minuto de Dios cuenta con su sede en Cundinamarca la cual cuenta con “34 programas académicos, 8 técnicos profesionales, 12 tecnológicos, 11 universitarios y 3 en posgrado. Estos programas se ofrecen a través de las metodologías presencial y distancia. Dentro de los programas presenciales la Sede tiene 9 con registro calificado propio, 1 por extensión y 15 por ampliación. Los programas con mayor número de estudiantes son Administración en Salud Ocupacional y Trabajo Social, seguidos por Licenciatura en Pedagogía Infantil y Administración de Empresas” (Uniminuto, 2013)



## **Programa de Administración de Empresas**

Actualmente la UNIMINUTO oferta el programa de Administración de Empresas de manera presencial en el Centro regional Girardot, con una duración de 9 semestres con un Calidad académica: Registro calificado, Res. 12922, Resolución 6152 del 42825, vigencia 7 años con 147 créditos para su aprobación.

### **Perfil Profesional**

De acuerdo a la información de la página de uniminuto.edu “El Administrador de Empresas de UNIMINUTO se caracteriza por poseer competencias profesionales, de desarrollo humano y responsabilidad social acordes con el modelo educativo que propicia la formación integral y potencia las dimensiones epistemológicas, praxeológicas, axiológicas y ontológicas del ser humano. Dichas competencias son reflejadas en el saber científico propio de la administración y son aptas para la comprensión de las organizaciones en entornos cambiantes y complejos.” (UNIMINUTO, 2018)

### **Perfil Ocupacional:**

“El egresado del programa de Administración de Empresas se destaca como líder con Inteligencia general, capaz de comprender y gestionar organizaciones (privadas, públicas estatales y no gubernamentales) con diferentes niveles de complejidad, con visión para crear el futuro a partir de las expectativas del entorno, comprometidos con el desarrollo humano y social. Está en capacidad de crear e innovar en modelos de gestión, acordes con el desarrollo sostenible, la responsabilidad social y el desarrollo humano y la construcción de procesos gerenciales productivos y sostenibles, encaminados al mejoramiento de la calidad de vida de diferentes comunidades” (UNIMINUTO, 2018)



Estará en capacidad de:

- Tomar decisiones organizacionales que coadyuven a la sostenibilidad y competitividad.
- Gestionar proyectos de impacto social creativos e innovadores.
- Interactuar con solvencia y asertividad ante los clientes internos y externos de la organización.
- Evaluar acciones y resultados según objetivos y metas de la organización.
- Emprender e innovar nuevas ideas de negocios en escenarios: locales, regionales y globales.
- Incorporar las tecnologías de la información y la comunicación a la gestión empresarial para garantizar el mejoramiento continuo y aseguramiento de la calidad de los diferentes procesos organizacionales.
- El profesional en Administración de Empresas de UNIMINUTO, estará en capacidad de desempeñar los siguientes cargos:
  - Gerente.
  - Administrador y Ejecutivo.
  - Consultor y Asesor Empresarial.
  - Investigador y/o Docente.
  - Gestor de Proyectos Empresariales.

Plan de Estudios

Ilustración 6 Plan de Estudios

SNIES 90805						EDUCACIÓN DE CALIDAD AL ALCANCE DE TODOS					
Descripción del componente	Sub.	Área	Créditos	Horas	Nombre completo del curso	Descripción del componente	Sub.	Área	Créditos	Horas	Nombre completo del curso
Básico Profesional	General	Lenguaje	3	2	Gestión Básica de la Información	Profesional	Matemáticas	2	6	Álgebra Lineal	
			3	4	Inglés I			2	3	Modelos Cuánticos	
			3	4	Inglés II			3	4	Introducción a la Administración	
			3	4	Inglés III			3	3	Empresarialidad	
			2	2	Comunicación Escrita y Procesos Lectores I			3	3	Gestión de Talento Humano	
			2	2	Comunicación Escrita y Procesos Lectores II			3	3	Análisis y Diagnóstico Organizacional	
	Específico	Matemáticas y Organización	3	6	Matemática Empresarial		2	3	Logística		
			3	4	Procesos Administrativo		2	3	Gestión de La Producción		
			2	2	Informática Empresarial		2	3	Gestión Pública		
			3	3	Fundamentos de la Economía		3	3	Gerencia Estratégica		
			3	3	Microeconomía		2	3	Simulación Gerencial		
			3	3	Macroeconomía		2	2	Geopolítica y Globalización		
			3	3	Fundamentos de Mercadeo		2	3	Gestión de Mercadeo		
			3	4	Contabilidad Financiera		2	3	Costos		
Minuto de Dios			2	2	Proyecto de Vida	2	3	Presupuestos			
			2	0	Cátedra Minuto de Dios	3	4	Matemáticas Financiera			
			2	2	Emprendimiento	3	4	Análisis y Administración Financiera			
			3	4	CMD Desarrollo Empresarial Colombiano	2	2	Legislación Laboral			
			3	2	Práctica en Responsabilidad Social	2	2	Legislación Tributaria			
			2	2	Electiva CMD	2	4	Estadística Inferencial			
			2	2	Desarrollo Social Contemporáneo	3	4	Formulación y Evaluación de Proyectos			
			2	2	Electiva CMD	2	3	Problemas Económicos y Sociales de América Latina			
			2	2	Electiva CMD	3	3	Electiva CP			
			2	2	Ética Profesional	3	3	Electiva CP			
Profesional Complementario			2	2	Electiva CPC	3	2	Práctica Profesional			
			3	2	Práctica Profesional	3	3	Electiva CPC			
			3	3	Electiva CPC	3	2	Práctica Profesional			
			3	2	Práctica Profesional	2	2	Electiva CPC			
			2	2	Electiva CPC	3	2	Práctica Profesional			
			3	2	Práctica Profesional	3	2	Opción de Gradot			
			3	2	Opción de Gradot						

RESOLUCIÓN 7918 del 9 de septiembre de 2010

Fuente. Uniminuto.edu. 2018

Dentro del plan de estudios se encuentran Electivas Componente Minuto de Dios - CMD materias ofrecidas a todos los estudiantes por los diferentes programas y unidades académicas, que fortalecen y aportan a la formación integral en UNIMINUTO. El estudiante está en libertad de escoger la asignatura que más se ajuste a sus propios intereses.

Además se encuentran materias Electivas Componente Profesional Complementario – CPC ofrecidas por los diferentes programas y unidades académicas, para el desarrollo de competencias que complementan la formación profesional. El estudiante estará en libertad de



escoger la asignatura que más le interese teniendo en cuenta sus propios intereses. Escoger la asignatura que más le llame la atención teniendo en cuenta sus propios intereses y la coherencia con su profesión.

Como opción adicional se encuentran Electivas Componente Profesional – CP son asignaturas ofrecidos por programas específicos y unidades académicas, para el desarrollo de competencias específicas dentro la teoría y la práctica propias de la profesión. El estudiante estará en libertad de escoger la asignatura que más le interese teniendo en cuenta sus propios intereses.

## **METODOLOGIA**

### **6.1 Tipo de investigación**

Esta investigación, tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo, debido a la utilización de elementos de medición matemática y la caracterización de la información, para lograr una descripción sobre la situación estudiada: Analizar cuál es la tendencia del entorno académico y laboral en la Administración de Empresas y la pertinencia, cohesión e impacto del programa y su plan de estudios en la Corporación universitaria Minuto de Dios, Centro Regional Girardot.

De la misma forma, dentro del alcance de la investigación se planteó de tipo Descriptivo, debido a que se dirigió a investigar una realidad de la administración de empresas en la región enfocado en la UNIMINUTO,

Por este objetivo, se hace necesario analizar la información recolectada del por qué, obtener tendencias, y construir un informe literario sobre la caracterización de la problemática. “señala que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernandez Sampieri, 2014) . Se podría inferir que son los que posibilitan la medición de la información obtenida para así, describirla, analizarla e interpretarla de manera sistemática evidenciando las características del objeto de estudio.





## 6.2 Población y muestra

1. Estudiantes. (Estudiantes en presencial 186 en centro Regional Girardot)

La Ecuación estimada para la toma de la muestra es

$$n = \frac{z^2 (p * q)}{e^2 + \frac{z^2 (p * q)}{n}}$$

En donde:

$n$  = es el tamaño de la muestra poblacional a obtener.

$N$  = es el tamaño de la población total.

Representa la desviación estándar de la población. En caso de desconocer este dato es común utilizar un valor constante que equivale a 0.3

$Z$  = es el valor obtenido mediante niveles de confianza. Su valor es una constante, por lo general se tienen dos valores dependiendo el grado de confianza que para esta investigación es de 93%



### 6.3 Recoleccion de datos

Dentro de la investigación, se realizaron encuestas, dichas encuestas contarán con una estructura teniendo en cuenta la población objetivo de la encuesta, de igual forma, entrevistas estructuradas. Las encuestas se aplicarán a Administración de Empresas, además se analizará información secundaria de información de cámara y comercio de Girardot, coordinador de programa académico y el plan de Desarrollo de Girardot y plan de Competitividad vigente.

Asimismo, se recurrirá a la consulta de información de fuentes secundarias para conocer, identificar, consultar, agrupar y clasificar la información, tales como Departamento de registro y control de la UNIMINUTO Centro Regional Girardot, información de registros oficiales, libros, informes electrónicos, estudios previos referentes a las tendencias de la educación y Ministerio de Educación Nacional, asimismo, como fuentes terciarias como Diccionarios, con el fin de crear un marco teórico.

De acuerdo con la información anterior la población muestra es la siguiente:

*Tabla 1 Población, objeto de estudio*

PERSONAS A REALIZAR ENCUESTAS Y/O ENTREVISTAS		
POBLACION OBJETO DEL ESTUDIO	POBLACION TOTAL	MUESTRA
Estudiantes	186	96

Fuente: Elaboración propia

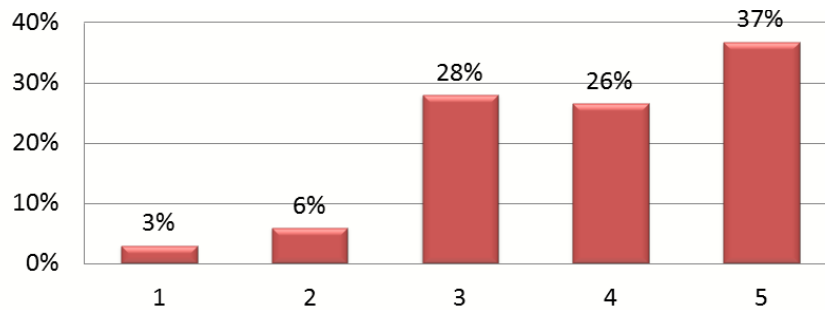
## 7.0 Resultados

En cuanto a los resultados, se realizó la aplicación del instrumento de investigación en noviembre de 2017 para los estudiantes con el fin de analizar si los competentes del programa de formación los tienen los estudiantes y tienen el conocimiento de este.

Componente de la Misión de la Corporación Universitaria Minuto de Dios

Considera usted que la UNIMINUTO ofrece educación de alta calidad y pertinente con opción preferencial para quienes no tienen oportunidades de acceder a ella a través de un modelo innovador, integral y flexible

*Grafica 1 Consideración de los estudiantes Educación de Calidad de la UNIMINUTO*



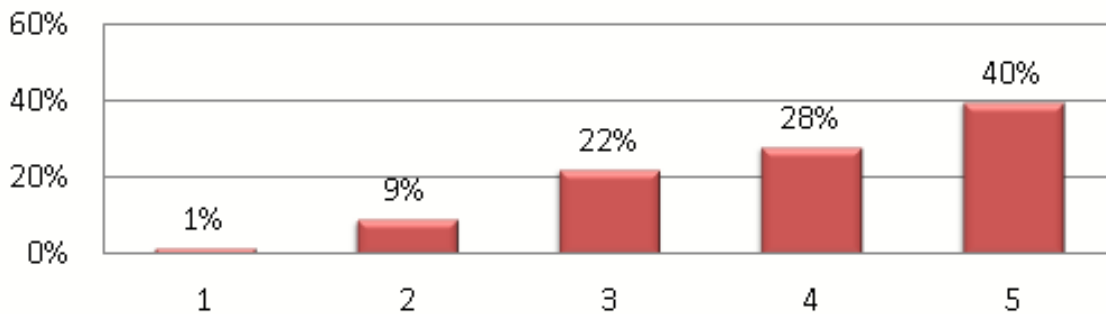
Fuente: Autor



En general los estudiantes consideran que la UNIMINUTO brinda educación de calidad y pertinente, teniendo en cuenta esto hay una coyuntura entre los niveles de 3 a 5, pero en general es positivo el balance y consideraciones teniendo en cuenta que:

- La formación de los docentes de la Corporación universitaria Minuto de Dios tienen destacados conocimientos y cuentan con Maestría como requisito mínimo.
- Se evidencia que la universidad se enfatiza en generar habilidades de integración social, enfocado en la investigación de problemáticas de la región, por ello es pertinente conforme a la situación actual.
- La formación que se ofrece conforme al contenido programático en el plan de estudios genera habilidades conjuntas para planear, dirigir, organizar y controlar

Grafica 2 Consideración en cuanto a la formación humana de la UNIMINUTO



Fuente. Elaboración propia

Teniendo en cuenta lo anterior, por lo general son positivas esto teniendo en cuenta que: La UNIMINUTO ofrece dentro de su programa académico de Administración de empresas, asignaturas que cuentan con un componente minuto de Dios (CMD) las cuales implementan acciones de formación para el fortalecimiento de competencias para el desarrollo humano y la responsabilidad social para formar profesionales integrales. La formación de espacios académicos de investigación, desarrollo, integración, congresos y eventos académicos, para la generación de competencias orientadas al compromiso social y fortalecimiento de habilidades profesionales.

La UNIMINUTO cuenta con un centro progresista que apoya las actividades emprendedoras y profesionales, apoyando a los estudiantes y graduados a desarrollar habilidades.

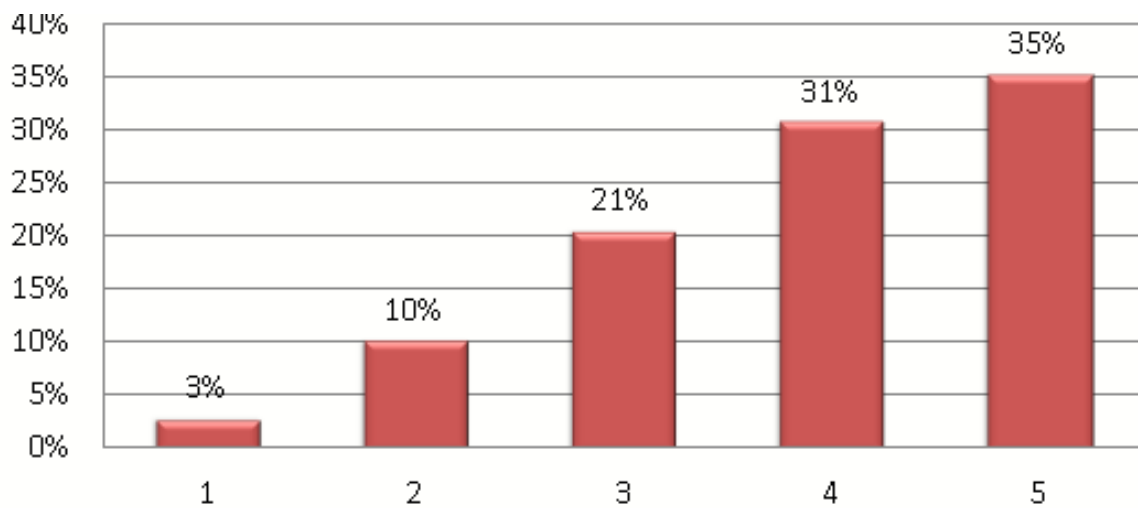
De las personas que indicaron una puntuación baja se debe a la formación de seres comprometidos con la transformación social es uno de los puntos que en el momento no se



desarrollan de manera concisa en la Región del alto magdalena y el desarrollo social. Falta de más presencia a nivel empresarial en la región.

- Mayor participación del sector gubernamental para la formación de estudiantes y desarrollo de sus habilidades en la región.

*Grafica 3 Considera de la UNIMINUTO y aporte a la paz*



**Fuente: Autor**

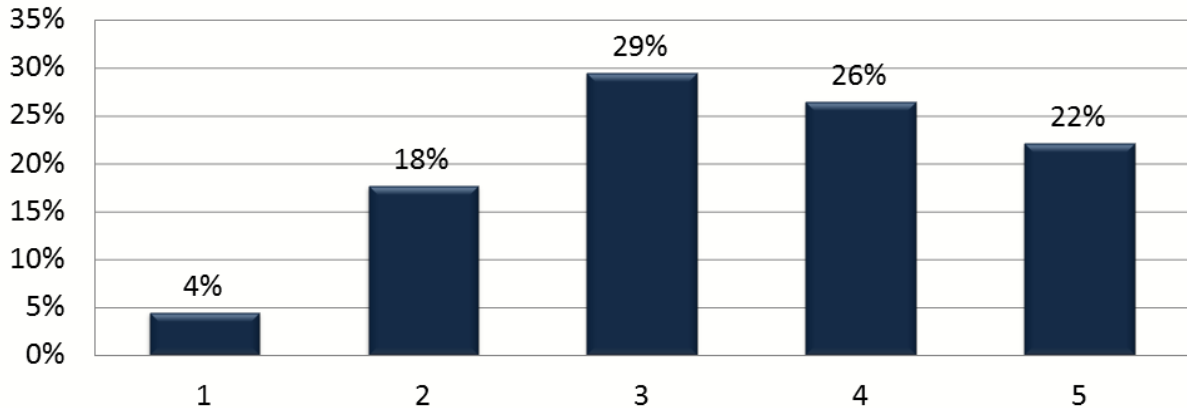


Teniendo en cuenta lo anterior los resultados positivos se deben a:

- La construcción de espacios de conversación con referente a la paz y a la convivencia, desarrollados dentro del Centro Universitario, como la Semana de la Comunicación, la Semana del trabajador social y en comunidad por parte de la UNIMINUTO.
- La integración dentro del componente básico profesional de asignaturas que fomentan la construcción de una comunidad en paz y justa, analizando diferentes problemáticas y perspectivas sociales, tales como Desarrollo Social Contemporáneo, Catedra Minuto de Dios y ética Profesional

## COMPONENTE PROGRAMA DE FORMACION

*Grafica 4 Conoce usted el plan de estudios*



**Fuente: Autor**

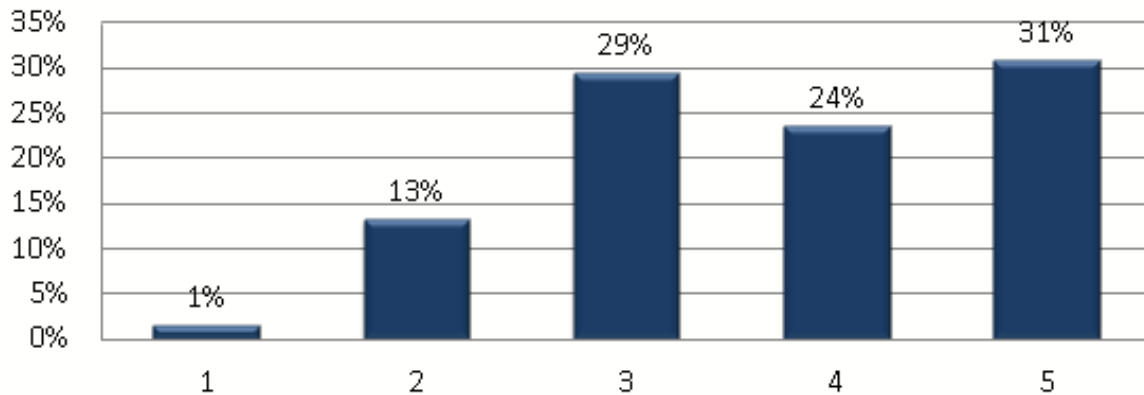
Teniendo en cuenta los resultados anteriores la media baja al conocimiento al plan de estudios se debe:

Falta de sentido de pertenencia conforme a la Administración de Empresas como carrera profesional, teniendo en cuenta que en cuanto a su formación profesional deben conocer todo el plan de estudios, en referencia en que deben estar empoderados conforme a la carrera profesional que han elegido como opción de vida.

- Falta de creación de espacios para analizar los contenidos programáticos del programa de Administración de empresas dentro de los estudiantes de primeros semestres.



*Grafica 5 Conoce usted el perfil profesional y los objetivos curriculares del programa*



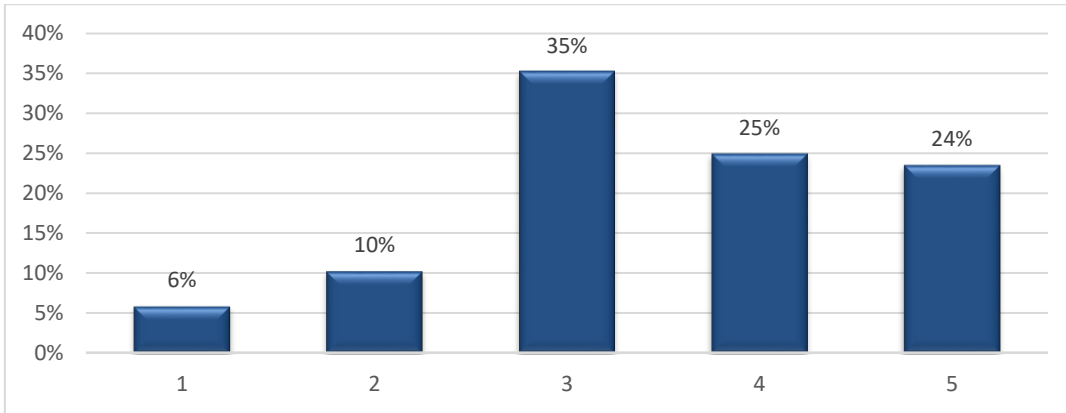
**Fuente: Autor**

**Según los resultados del componente profesional:**

Los estudiantes conocen sus objetivos profesionales y enfoque al desarrollar de sus habilidades académicas.

Se deben fortalecer los conocimientos de los perfiles y cargos los cuales pueden desarrollar en el ámbito laboral

Grafica 6 Asignaturas responden a exigencias laborales

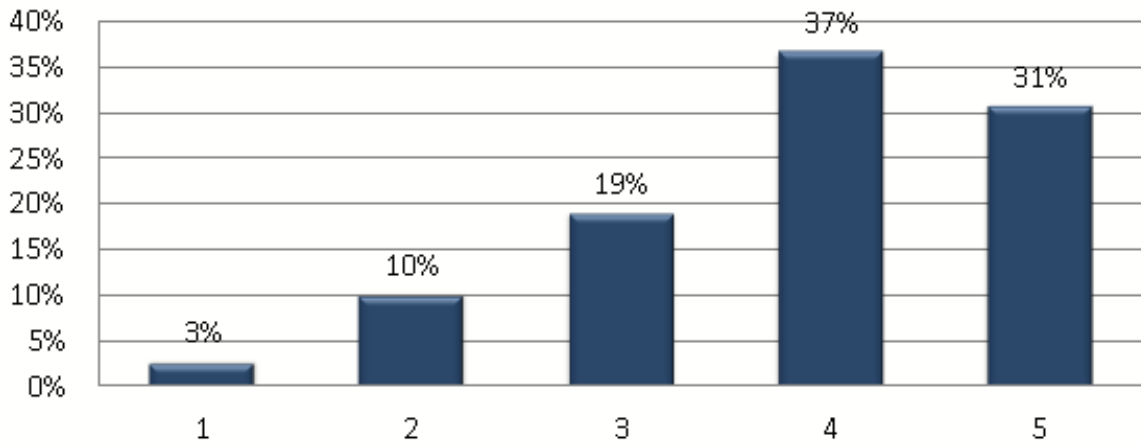


**Fuente: Autor**

Teniendo en cuenta lo anterior:

Es importante analizar cuáles son las materias que se deben incluir en el plan de estudios teniendo en cuenta las tendencias actuales y la situación actual en el contexto regional, con el fin de que respondan a las necesidades actuales de la región.

*Grafica Con el plan de estudios actual estará capacitado para realizar funciones en su carrera*

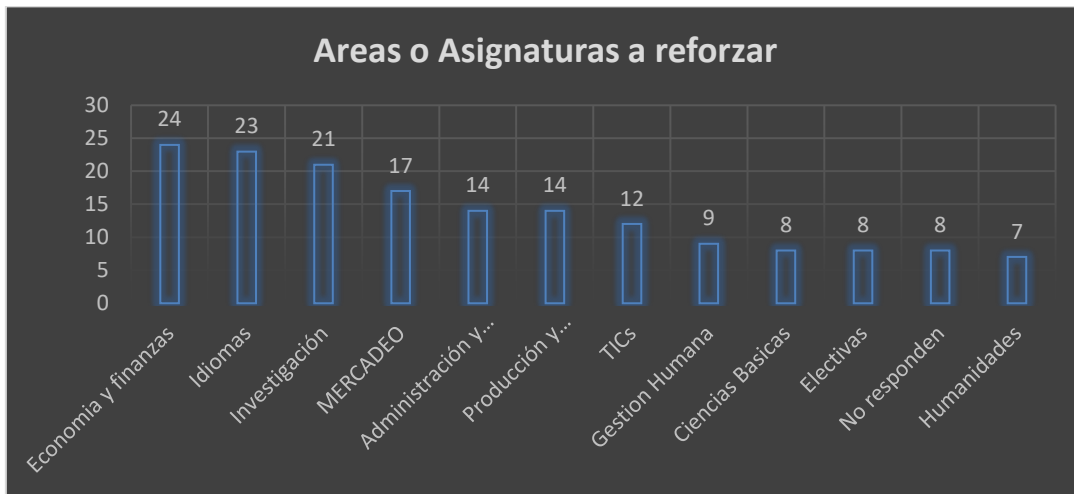


**De acuerdo con la información anterior:**

Los resultados son positivos en cuanto a la capacidad y habilidad que desarrollan los estudiantes en el su proceso académico.

Se evidencia que los estudiantes están orientados a objetivos profesionales claros para el crecimiento de su carrera laboral

*Grafica 8 áreas con mas falencias*



**Fuente: Autor**

De acuerdo con lo anterior hay aspectos positivos que vale la pena resaltar:

Conforme a los resultados de las áreas a reforzar, humanidades es una de las que menos se rescatan a reforzar teniendo en cuenta el sentido humanístico de la UNIMINUTO en sus contenidos programáticos.

Se deben reforzar áreas que son dificultades permanentes en los administradores, reforzar los contenidos programáticos en las asignaturas que tienen contenidos de economía y finanzas e idiomas, Investigación y Mercadeo.

Se debe evaluar y actualizar los contenidos de la forma que sean dinámicos, flexibles y certeros, de manera que dichos conocimientos sean aplicados a la creación de proyectos productivos y/o ingreso al mercado laboral.



## 8.0 CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta los objetivos de la investigación y en referencia al análisis de las tendencias académicas y laborales de la Administración de empresas, estos fueron analizados en el marco teórico, teniendo en cuenta la calidad de la educación como tendencia permanente, además de la pertinencia de la educación de acuerdo a su entorno y las necesidades de la comunidad, es por ello que la universidad dentro de lo enarcado en el Marco institucional tiene en cuenta el desarrollo de conocimiento y la elección de asignaturas del componente profesional que respondan a las necesidades actuales de los estudiantes y mejorar su proceso de formación.

En cuanto al desarrollo de los objetivos específicos de la investigación el análisis de las tendencias se analizaron que la calidad es uno de los factores y un de la tendencias más importantes en cuanto a lo que buscan estudiantes y universidades en pro de mejorar la oferta académica y formar profesionales éticamente comprometidos con su formación profesional.

Además vale la pena mencionar que las nueva tendencias académicas y laborales se encuentra el marketing digital, al cual se abarca dentro del marco teórico, el cual es la tendencia permanente y hacia el futuro, su conocimiento y empoderamiento para los Administradores de empresas, abre las puertas a nuevas posibilidades en cuanto al desarrollo de actividades de emprendimiento, de creación de empresa, a lo cual el marketing digital es una opción ineludible, siendo el más grande canal de comunicación hoy en día.

Según lo anterior el estudio de esta nueva tendencia brindara herramientas para los Administradores de empresas, para mejorar sus ventas e implementar estrategias de marketing



digital para monetizar sus emprendimientos o empresas donde se desempeñen como profesionales.

En cuanto al segundo objetivo específico el cual es determinar los factores que inciden en la pertinencia del programa de Administración de Empresas de la UNIMINUTO en Girardot – Cundinamarca teniendo en cuenta la situación socioeconómica del municipio, se tomaron en cuenta elementos básicos de la misión, visión y objetivos de la universidad los cuales se analizaron conforme a la realización de la encuesta para determinar los factores básicos de pertinencia de la universidad y el programa y la percepción de los estudiantes de Administración de empresas presencial.

De acuerdo a lo anterior y a los resultados es reconocido la misión en cuento a su propósito para los estudiantes, tienen una recordación importante de los valores y principios que tiene la Universidad “Ofrecer educación superior de alta calidad y pertinente con opción preferencial para quienes no tienen oportunidades de acceder a ella, a través de un modelo innovador, integral y flexible” (CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS, s.f.), pero el 28% de los estudiantes no se encontraron tan conformes en cuento a la misión teniendo en cuenta aspectos de la misión como “Opción preferencial para quienes no tienen oportunidad de acceder a ella” esto en el aspecto socioeconómico de Girardot tiene gran impacto, teniendo en cuenta que los ingresos promedio por persona según el DANE en Colombia 2015 es de \$ 906.000 (EL TIEMPO, 2015) a lo cual un estudiante en Girardot debe destinar de sus ingresos promedio un 50% para su educación, pero este se ve retribuido en la Calidad de la Educación con docentes con alto grado de formación, con maestría como mínimo requisito, lo que hace que el conocimiento impartido a los estudiantes sea “educación superior de alta calidad”.



Además dentro del contexto el estudiante se encuentran de acuerdo con los componentes de la misión de la universidad y su compromiso con el desarrollo social

En cuanto al plan de estudios, Los estudiantes no conocen el programa curricular de manera completa, de manera que permita usar todos sus componentes y tener un mejor desarrollo profesional.

Se debe dar a reconocer para todos los estudiantes el perfil profesional el cual tendrá al momento de terminar su carrera profesional

Deben ser más visibles las materias y el programa para los estudiantes, en un espacio destinado para los administradores de empresas, como pendones, espacios en donde se divulgue la información a nivel general, correos electrónicos recordándoles que es lo que están estudiando y como lo están estudiando y por qué lo estudian, de esta manera se empoderan de su carrera y conocimiento lo que puede generar resultados positivos en cuanto a la percepción de su carrera profesional

Se debe elaborar un plan estratégico para las materias a reforzar áreas de conocimiento en las cuales tienen mayor falencia los estudiante y desarrollar en el componente profesional, las materias electivas contenidos para atacar la falta de conocimiento que tienen dichas áreas evaluadas, economía y finanzas, idiomas, investigación y mercadeo, son las áreas que se deben reforzara en las asignaturas que con del componente profesional

Vale la pena mencionar que la investigación permitió evidenciar que el programa curricular debe actualizarse teniendo en cuenta las nuevas tendencias académicas y de administración, que



permitan al estudiante una formación integral, de la misma forma en caso de ser el plan de estudios, se puede evaluar con los resultados de las pruebas de estado ICFES Saber Pro cada año.

Uno de los elementos importantes, es resaltar el componente humanístico que tiene la universidad, que refleja la misión de la universidad, el cual es reconocido por los estudiantes.

### 9.0 Propuestas

- Generar Una campaña de divulgación y expectativa, del programa de administración de empresas teniendo en cuenta los resultados de la investigación en la que se den a conocer los elementos más interesantes de la carrera y el impacto que pueda tener cada área o asignatura, de igual forma, la campaña sería importante que fuera divulgada entre los comités curriculares y consejos académicos ,si da lugar, con el fin de encontrar puntos afines, y hacer los ajustes necesarios para su implementación y posible homologación para otras carreras que oferta la universidad
- Es importante que se resalte, que este proceso es en busca de la calidad académica, y esta calidad se ratifica con la acreditación del programa de Administración de Empresas en la seccional de Girardot, es por ello que el aporte de esta investigación sea insumo adicional y que sirva como impulso para mejorar el programa, para ello es importante que estos resultados sean divulgados a los estudiantes, teniendo en cuenta que son los actores principales de este proceso de certificación y de búsqueda de la mejora continua y de la calidad.





- La búsqueda de la calidad académica y la pertinencia del programa debe ser permanente, es por esto por lo que dicho proceso debe continuar siendo permanente enriqueciendo el programa de formación y que el instrumento aplicado sirva como elemento para futuras mediciones para los estudiantes y analizar resultados, con el fin de conocer si en realidad los cambios en cuanto al plan de estudios y la divulgación campañas de reconocimiento del plan de estudios tienen efectos positivos.
- Las asignaturas electivas de componente profesional, deben ser estructuradas conforme a las falencias en conocimiento que tienen los estudiantes en las cuales se deben reforzar las siguientes áreas, conforme al resultado, Economía y finanzas, Investigación, Idiomas y Mercadeo, donde los mismos estudiantes, se sienten que les falta mucha más formación, además vale la pena resaltar que en cuanto a lo anterior es posible que los comités curriculares, se tenga en cuenta los resultados de la investigación para fortalecer el programa y hacer mucho más completo.



## **Bibliografía**

- Alcaldía de Girardot. (ABRIL de 2017). *BIBLIOTECA DIGITAL*. Obtenido de [http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2816/1696\\_plan\\_competit\\_girardot.pdf?sequence=1](http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2816/1696_plan_competit_girardot.pdf?sequence=1)
- BLACKSIP. (2017). *REPORTE DE INDUSTRIA: EL E-COMMERCE EN COLOMBIA 2017*. BOGOTA: BLACKSIP.
- CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS. (s.f.). *MISION*. Obtenido de UNIMINUTO: <http://www.uniminuto.edu/-/principios?inheritRedirect=true&redirect=%2Fsistema-uniminuto>
- Ecured. (01 de 01 de 2016). *ecured.com*. Obtenido de ecured.com: [https://www.ecured.cu/Calidad\\_de\\_la\\_educaci%C3%B3n](https://www.ecured.cu/Calidad_de_la_educaci%C3%B3n)
- EL PILON. (3 de MARZO de 2017). *elpilon.com.co*. Obtenido de EL PILON: <http://elpilon.com.co/necesitamos-cerrar-la-brecha-tenemos-cobertura-calidad-ministra-educacion/>
- EL TIEMPO. (19 de 03 de 2015). *ELTIEMPO.COM*. Obtenido de Cae porcentaje de hogares en Colombia en los que la vivienda es propia: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15429799>
- es-commerce. (15 de 06 de 2018). *es-commerce*. Obtenido de es-commerce: <https://www.es-commerce.com/claves-del-marketing-participativo/>
- Espinosa, R. (15 de 09 de 2014). <https://robertoespinosa.es>. Obtenido de Roberto Espinosa Welcom to the New Marketing: <https://robertoespinosa.es/2014/09/15/posicionamiento-de-marca-batalla-por-mente/>
- Garcia Melo , A. B., & Valdez, F. (2014). LINEAS Y TENDENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS COMO PROFESION SOBRE EL CURRÍCULO DEL PROGRAMA DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA. GIRARDOT, COLOMBIA.
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Horta, P. (15 de 03 de 2010). <http://pauhortal.net/blog/que-es-la-empleabilidad/>. Obtenido de <http://pauhortal.net/blog/que-es-la-empleabilidad/>: <http://pauhortal.net/blog/que-es-la-empleabilidad/>
- Kaplan, A. a. (2010). En A. a. Kaplan, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media* (págs. 59-68). Business Horizons.

- marketerosdehoy. (03 de 09 de 2018). *marketerosdehoy*. Obtenido de marketerosdehoy:  
<https://marketerosdehoy.com/marketing/video-marketing/>
- MD Marketing Digital. (01 de 01 de 2015). <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>. Obtenido de <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>:  
<https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>
- Merodio, J. (01 de Octubre de 2010). <http://www.apatgn.org>. Obtenido de apatgn:  
[http://www.apatgn.org/c/document\\_library/get\\_file?uuid=1fbd3475-a083-4e55-a28b-657cf2030576&groupId=10198](http://www.apatgn.org/c/document_library/get_file?uuid=1fbd3475-a083-4e55-a28b-657cf2030576&groupId=10198)
- Mineducacion. (20 de 07 de 2009). *mineducacion.gov.co*. Obtenido de [mineducacion.gov.co](https://www.mineducacion.gov.co):  
<https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-196477.html>
- Ministerio de Educacion. (2006). [http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-312490\\_archivo\\_pdf\\_plan\\_decenal.pdf](http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-312490_archivo_pdf_plan_decenal.pdf). Obtenido de  
[http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-312490\\_archivo\\_pdf\\_plan\\_decenal.pdf](http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-312490_archivo_pdf_plan_decenal.pdf):  
[http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-312490\\_archivo\\_pdf\\_plan\\_decenal.pdf](http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-312490_archivo_pdf_plan_decenal.pdf)
- Ministerio de Educación. (1 de Septiembre de 2009). Pertinencia de la educación: ¿pertinente con qué?  
*Pertinencia de la educación: ¿pertinente con qué?*, págs. 50-52.
- Ministerio de Educación. (11 de 19 de 2018). *mineducacion.com*. Obtenido de [mineducacion.com](https://www.mineducacion.gov.co):  
<https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-79419.html>
- Ministerio de Educación Nacional. (Mayo de 2016). <http://www.mineducacion.gov.co>. Obtenido de  
[http://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-358137\\_recurso\\_1.pdf](http://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-358137_recurso_1.pdf)
- MJ Perez Barco. (11 de DICIEMBRE de 2013). <http://www.abc.es>. Obtenido de ABC:  
<http://www.abc.es/familia-educacion/20131211/abci-claves-educacion-201312101604.html>
- Peña, R. A. (24 de FEBRERO de 2017). *las 2 orillas*. Obtenido de [www.las2orillas.co](http://www.las2orillas.co):  
<https://www.las2orillas.co/problema-mas-la-educacion-colombia/>
- Press, D. u. (2017). *Reescribiendo las reglas para la era digital*. United King: Deloitte University Press.
- Salgado, E. (s.f.). *Circulo de tendencias.com*. Obtenido de [Circulodetendencias.com](http://www.circulodetendencias.com):  
<http://www.circulodetendencias.com/que-es-una-tendencia>
- UNESCO. (2009). LA NUEVA DINAMICA DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR Y LA INVESTIGACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL Y EL DESARROLLO. *CONFERENCIA MUNDIAL SOBRE EDUCACION 2009* (pág. 1 Y 2 [www.unesco.org/education/WCHE2009/comunicado\\_es.pdf](http://www.unesco.org/education/WCHE2009/comunicado_es.pdf)). PARIS: UNESCO.
- UNESCO. (OCTUBRE de 2014). <http://unesdoc.unesco.org>. Obtenido de UNESCO:  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002327/232701s.pdf>



Uniminuto. (2013). *Plan de Desarrollo 2013-2019*. BOGOTA: UNIMINUTO.

UNIMINUTO. (01 de 01 de 2018). *UNIMINUTO.EDU*. Obtenido de UNIMINUTO.EDU:

[http://www.uniminuto.edu/web/programasacademicos/universitarios?p\\_p\\_id=buscadorprogramas\\_WAR\\_buscadorprogramasportlet&p\\_p\\_lifecycle=0&p\\_p\\_state=maximized&p\\_p\\_mode=view&p\\_p\\_col\\_id=column-1&p\\_p\\_col\\_pos=1&p\\_p\\_col\\_count=2&\\_buscadorprogramas\\_WAR\\_buscadorprogra](http://www.uniminuto.edu/web/programasacademicos/universitarios?p_p_id=buscadorprogramas_WAR_buscadorprogramasportlet&p_p_lifecycle=0&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=2&_buscadorprogramas_WAR_buscadorprogra)

UNIVERSIDAD JAVERIANA. (7 de MARZO de 2014). *GIRARDOT UN CLUSTER DE EDUCACION PARA LA REGION DEL CONOCIMIENTO*. Obtenido de

<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/18367>:

<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/18367>

Vallejos, G. A. (29 de NOVIEMBRE de 2010). *Desafíos de la educación Superior en Colombia, una mirada desde la sociología*. Obtenido de <http://www.umariana.edu.co>:

<http://www.umariana.edu.co/ojs-editorial/index.php/criterios/article/viewFile/280/242>

wearecontent. (1 de ENERO de 2017). *wearecontent.com*. Obtenido de [wearecontent.com](http://www.wearecontent.com):

<https://www.wearecontent.com/marketing-de-contenidos/inbound-marketing>



## Anexos

### ENCUESTA ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

SEMESTRE \_\_\_\_\_

En una escala de 1 a 5 siendo una muy baja la calificación y 5 muy alta de acuerdo con su criterio considera que:

<b>CONSIDERA USTED QUE LA UNIMINUTO GIRARDOT CUMPLE CON LOS SIGUIENTES ASPECTOS DE SU MISION:</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ofrecer educación superior de alta calidad y pertinente con opción preferencial para quienes no tienen oportunidades de acceder a ella, a través de un modelo innovador, integral y flexible					
Formar excelentes seres humanos profesionales, competentes, éticamente orientados y comprometidos con la transformación social y sostenible.					
Contribuye a la construcción de una sociedad fraterna, justa, reconciliada y en paz					
<b>PREGUNTAS ACERCA DEL PROGRAMA ACADEMICO Y LA COORDINACIÓN:</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Conoce usted el plan de estudios del programa de Administración de empresas de la UNIMINUTO seccional Girardot					
¿Conoce usted el perfil profesional y los objetivos curriculares del programa de Administración de empresas de la UNIMINUTO seccional Girardot?					
¿Cree usted que las asignaturas que ha llevado en su formación profesional responden a las exigencias que requiere el mercado laboral actual?					



¿Con el plan de estudios actual cree usted que estará capacitado para realizar funcionales de su carrera en el ámbito laboral?					
--	--	--	--	--	--

**¿En cuál de las siguientes áreas cree usted que el programa académico de la Facultad presentó deficiencias y no le proporcionó las herramientas necesarias para su desarrollo profesional?**

<b>Mercadeo</b>	
<b>Gestión Humana</b>	
<b>Economía y Finanzas</b>	
<b>Administración y Organizaciones</b>	
<b>Producción y Operaciones</b>	
<b>TICS</b>	
<b>Ciencias Básicas</b>	
<b>Humanidades</b>	
<b>Electivas</b>	
<b>Investigación</b>	
<b>Idiomas</b>	

**¿POR QUÉ?**

---

---