



ACREDITADA EN ALTA CALIDAD
VICERRECTORÍA DE EXTENSIÓN
Y PROYECCIÓN SOCIAL

CENTRO DE EGRESADOS

PERCEPCIÓN DE LOS EMPRESARIOS FRENTE
AL DESEMPEÑO DE ESTUDIANTES DE
PRÁCTICAS Y GRADUADOS DE LA UNIVERSIDAD
DEL MAGDALENA.

2022



AÚN+
incluyente
e innovadora
PERIODO 20.24

Directivos:

PABLO HERNAN VERA SALAZAR Ph.D.

Rector

OSCAR HUMBERTO GARCIA VARGAS Ph.D.

Vicerrector Académico

JORGE ENRRIQUE ELIAS CARO Ph.D.

Vicerrector de Investigación

JEAN ROGELIO LINERO CUETO Ph.D.

Vicerrector de Extensión y Proyección Social

JAIME NOGUERA SERRANO Msc.

Vicerrector Administrativo

Centro de Egresados:

IVIS ALVARADO MONTENEGRO Esp.

Directora

BRENDA MANJARRÉS SÁNCHEZ Esp.

Profesional de seguimiento a Graduados

RAUL OLIVEROS CANO Esp.

Profesional de seguimiento a Graduados

JASNEY MOTTA PEREZ Esp.

Profesional de seguimiento a Graduados

LIZETH MARTINEZ VALENCIA

Ingeniera de Seguimiento a Graduados

ROGER FABIAN BARROS RODRIGUEZ Esp.

Técnico Administrativo

GLORIA RODRIGUEZ CASTRILLO

Técnico Administrativo

CENTRO DE EGRESADOS

Cra. 32 No 22 – 08, Edificio V, segundo piso - 4217940 Ext. 3150 – 3275

egresados@unimagdalena.edu.co

Campus central Universidad del Magdalena – Santa Marta, Colombia

<http://egresados.unimagdalena.edu.co/>

1. Presentación.

Bajo la premisa de que los graduados son el producto que ejemplifica el compromiso de calidad y responsabilidad social de las Universidades, y que constituyen el principal testimonio del cumplimiento de la función misional de formar ciudadanos de alta calidad profesional, el Centro de Egresados realiza seguimiento a los graduados de la institución, a través de espacios dinamizados que con los que se logra recibir apreciaciones del sector productivo con relación al desempeño de los graduados en las organizaciones.

El Centro de Egresados activamente y articulado con el sector productivo crea espacios de interacción que permite recolectar información vital que es útil para el análisis del acceso al mercado laboral, identificar las competencias requeridas para elevar la productividad y competitividad general y conocer las percepciones sobre la calidad de la educación impartida, la pertinencia de los programas y el impacto en el entorno, entre otros aspectos.

Dentro de las estrategias para esta ocasión, se realizó una integración con empresarios del sector productivo de la ciudad de Santa Marta que cuentan con graduados y estudiantes de prácticas en sus empresas, esta metodología de diálogos y recolección de información ha sido asertiva en las actividades que la Universidad del Magdalena emplea para hacer seguimiento y mantener los datos de los graduados actualizados, y la percepción que se tiene de la formación impartida desde el alma mater.

Es preciso destacar que, dentro de los propósitos del Plan de desarrollo Unimagdalena 2020-2030 el alma mater se compromete con la calidad y el territorio, con brindar profesionales con las capacidades de afrontar los retos sociales, ambientales y económicos que requiere el mercado laboral a través de la innovación y la investigación, con un enfoque inter y transdisciplinar en la formación para crear valor social y mejorar la calidad de vida. Por ello es imprescindible la interacción continua con el sector productivo con el fin de analizar las percepciones de los mismo enmarcados en la formación de profesionales integrales, capaces de generar el impacto que requiere nuestro territorio desde la academia.

El principal objetivo de la campaña dirigida a los graduados es el fortalecimiento del Sistema de Seguimiento y Acompañamiento y renovar la imagen institucional, a través de una plataforma dinámica en la que pueden acceder a servicios como actualización de datos, bolsa de empleo, oferta de posgrados, solicitud de carné de graduado y los beneficios ofrecidos por nuestros aliados prime.

La Institución promueve diversos canales de comunicación con los graduados, en la Tabla 1 se detallan los mas utilizados:

TABLA 1. CANALES DE COMUNICACIÓN EMPLEADOS POR LA UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA PARA MANTENER CONTACTO CON LOS GRADUADOS.

Tipo de Canal	Canales
Presenciales	Representación en órganos de dirección y administración académica
	Encuentros de Graduados: general y por programas Jornadas de actualización y carnetización
	Eventos institucionales
	Ferias de servicios y beneficios Asociaciones de graduados
	Programa de radio <i>La Voz del Egresado</i>
	Comités de autoevaluación con fines de acreditación Portal web y redes sociales institucionales
Digitales	Portal web y redes Sócrates del Centro de Egresados
	Sistema de Intermediación Laboral
	Revista institucional <i>Alumni</i>
	<i>Mailing</i> institucional de graduados

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Centro de Egresados

Dentro de los canales de comunicación empleados por la Universidad del Magdalena para mantener contacto con los graduados, se destacan, los espacios de integración y retroalimentación académica y profesional generados a través de los Encuentros de Graduados. Desde el año 2005 se han desarrollado encuentros en diferentes lugares del país, buscando con ello actualizar datos de los graduados, socializar la oferta de posgrados y educación continuada, mantener al graduado actualizado e informado frente a los procesos y servicios institucionales, obtener la percepción del graduado acerca de la formación académica y las competencias profesionales impartidas en los programas para retroalimentar los procesos académicos, además de ofrecer jornadas lúdicas y deportivas. Asimismo, estos espacios de encuentro se constituyen en un escenario para hacer reconocimiento a los graduados destacados por su trayectoria profesional. Otra importante estrategia dispuesta para mantener comunicación con los graduados son las ferias de servicios y beneficios, donde

se ofrece el portafolio de favorabilidades a los que pueden acceder los egresados con la Red de Aliados Prime.

Además de todos los servicios académicos, deportivos y culturales. Asimismo, se estimula la creación y organización de asociaciones a nivel institucional y por programas, que permiten el desarrollo de actividades de inserción laboral; diseñar, gestionar y ejecutar proyectos y oportunidades de mejoramiento de las competencias profesionales; desarrollar iniciativas de emprendimientos; desarrollar iniciativas de fortalecimiento de la pertinencia y calidad de los currículos de la oferta académica; y, fortalecer el tejido social, la solidaridad y la confraternidad entre los graduados de la Universidad del Magdalena; todo ello, en asocio con las Asociaciones de Graduados de los programas académicos.

Igualmente, se cuenta con canales de comunicación digitales para lograr un mayor acercamiento con los graduados. Estos canales se convierten en un punto de encuentro con la Institución, sobre todo con aquellos graduados que no residen en la ciudad de Santa Marta y que apoyan los procesos institucionales a través de estos medios, de los cuales se destaca el sistema de mailing de graduados, las redes sociales, el programa de radio La voz del Egresado y la revista Alumni. Estos canales de comunicación con los graduados permiten su activa participación en los diversos procesos académicos, de investigación y de extensión que lidera la Universidad del Magdalena.

Atendiendo a los lineamientos Regales que rigen en la Universidad, se mantienen relaciones con sus graduados a través de la participación en los órganos de gobierno universitario: Consejo Superior, Consejo Académico, Consejos de Facultad y Consejos de Programa; en los diferentes Comités de Autoevaluación y Acreditación de los programas académicos y las Asociaciones de Egresados. Estos espacios facilitan canalizar sus aportes y experiencias, para contribuir al fortalecimiento de los procesos de planeación institucional y autoevaluación y aseguramiento de la calidad. De igual manera, los graduados participan en las mesas de trabajo para la resignificación del PEI y en la formulación del Plan de Desarrollo Institucional, entre otros.

2. PERCEPCIÓN DE LOS EMPRESARIOS FRENTE AL DESEMPEÑO DE ESTUDIANTES DE PRÁCTICAS Y GRADUADOS DE LA UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

A través del seguimiento que se realiza a los graduados de la Institución en cada uno de sus programas académicos, se muestra el compromiso de la Universidad por indagar y conocer permanentemente el desempeño laboral de los graduados de la Institución, ejercicio que aporta valiosos datos y perspectivas de análisis para la evaluación del impacto de este estamento en la sociedad, de igual manera, estos estudios permiten identificar oportunidades de mejoramiento de la articulación Universidad-Graduado que faciliten la comunicación, integración y la cooperación recíproca.

En ese orden, para este análisis y recolección de información participaron 43 empresas de las diferentes áreas interdisciplinarias y los cuales tienen empleados a graduados y estudiantes de prácticas de los diferentes programas académicos de la Universidad del Magdalena, donde se logró obtener un resultado integral de las diferentes áreas que impactan los estudiantes y graduados en el sector productivo.

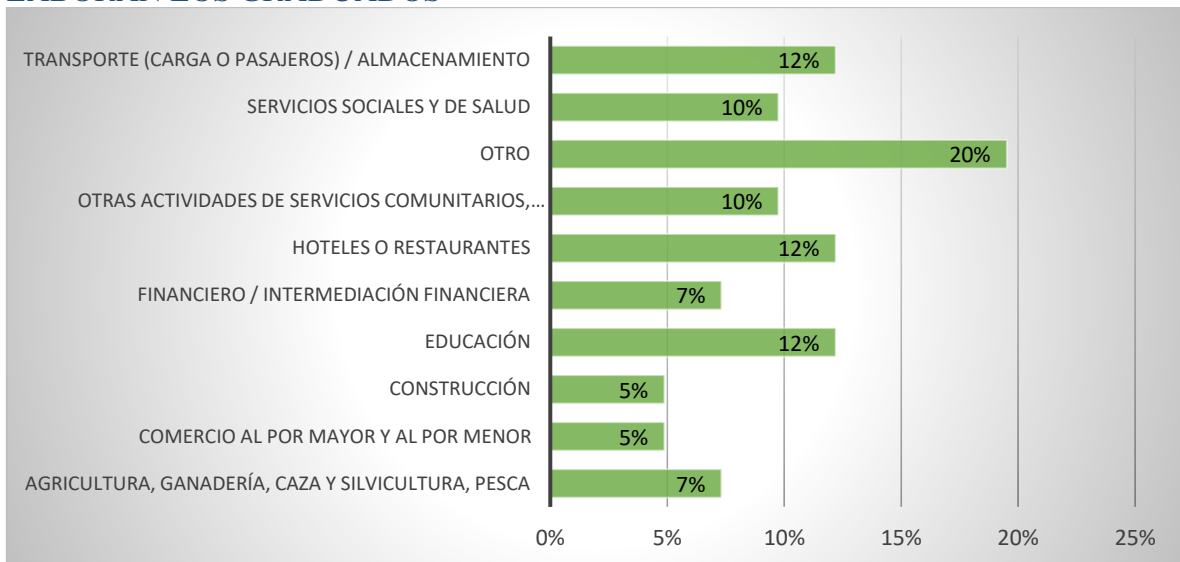
I. Datos de la empresa.

NOMBRE DE LA EMPRESA	CARGO
UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA	DIRECTOR TALENTO HUMANO
SENA	COORDINADORA DE FORMACIÓN REGIONAL
ACODRES MAGDALENA	DIRECTORA EJECUTIVA
CORPORACIÓN BOLIVARIANA DEL NORTE	VICERRECTOR
UNIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES UNDECOSM	DIRECCIÓN EJECUTIVA
AVIDANTI	TRABAJADORA SOCIAL
IED ESCUELA NORMAL SUPERIOR MARÍA AUXILIADORA	RECTORA
FUNDACIÓN DELAMUJER	DIRECTOR DE INCLUSIÓN FINANCIERA
IED ESCUELA NORMAL SUPERIOR SAN PEDRO ALEJANDRINO	RECTOR
SERVICIOS Y ASESORÍAS DEL LITORAL LTDA	GERENTE
SMITCO SAS	RECURSOS HUMANOS
CONINSA RAMÓN H S.A.	DIRECTOR DE PROYECTOS
PRO SANTA MARTA E INVEST IN SANTA MARTA	COORDINADOR TÉCNICO
DURAMOS SAS	GERENTE ADMINISTRATIVA Y GESTIÓN HUMANA

NOMBRE DE LA EMPRESA	CARGO
CONSORCIO DIA	JEFE ADMINISTRATIVA
MIPKO CONSTRUCTORES SAS	DIRECTORA DE GESTIÓN HUMANA
BUZCA SOLUCIONES DE INGENIERÍA	PROFESIONAL SOCIAL
PRO SANTA MARTA VITAL E INVEST IN SANTA MARTA	COORDINADOR TÉCNICO
GRUPO AGROVID SAS	COORD BIENESTAR TH
SURTIFERRETERIAS SAS	LIDER DE TALENTO HUMANO
REFRIELECTRIC SAS	COORDINADOR DE SISTEMAS DE GESTION INTEGRAL
BANCO DE BOGOTA	GERENTE
TRAS LA PERLA	DIRECTORA DE PROYECTOS
TECNICAS BALTIME DE COLOMBIA	JEFE DE ATENTO HUMANO
TRANSPORTES MARITIMOS ARBOLEDA HERMANOS S.A.S.	ASISTENTE ADMINISTRATIVO
HUJMB	COORDINACIÓN DE DOCENCIA
CIRCULO DE VIAJES UNIVERSAL S.A.S	GERENTE ADMINISTRATIVO
CORPORACION NATURAL SIG	COORDINADOR ADMINISTRATIVO
CB HOTELES & RESORTS S.A.	DIRECTORA TALENTO HUMANO
FUNDACIÓN CASA EN EL ÁRBOL	ADMINISTRATIVA
IROTAMA SAS	COORDINADORA DE BIENESTAR Y DESARROLLO
CLINICA DE LA MUJER S.A.	COORDINADOR GESTION HUMANA
COOPERATIVA CAFETERA DE LA COSTA CAFICOSTA	COORDINADORA TALENTO HUMANO
FITAC	DIRECTORA EJECUTIVA CAPITULO SANTA MARTA
LEAN TECH	ACCOUNT MANAGER
CLEARIDENT IPS	REPRESENTANTE LEGAL
BANCOLOMBIA	GERENTE DE MODELOS ANALÍTICOS
THE CARTEL	JEFE DE RECURSOS HUMANOS
MAGICTOUR COLOMBIA S.A.S	GERENTE
FERIA CAR SAS	GERENTE
EFICACIA	KAM DE CUENTA HONOR
CAJAMAG	JEFE DE GESTIÓN ADMINISTRATIVO (E)
STANZIA SANTA MARTA SAS - HOTEL BEST WESTERN PLUS	GERENTE GENERAL

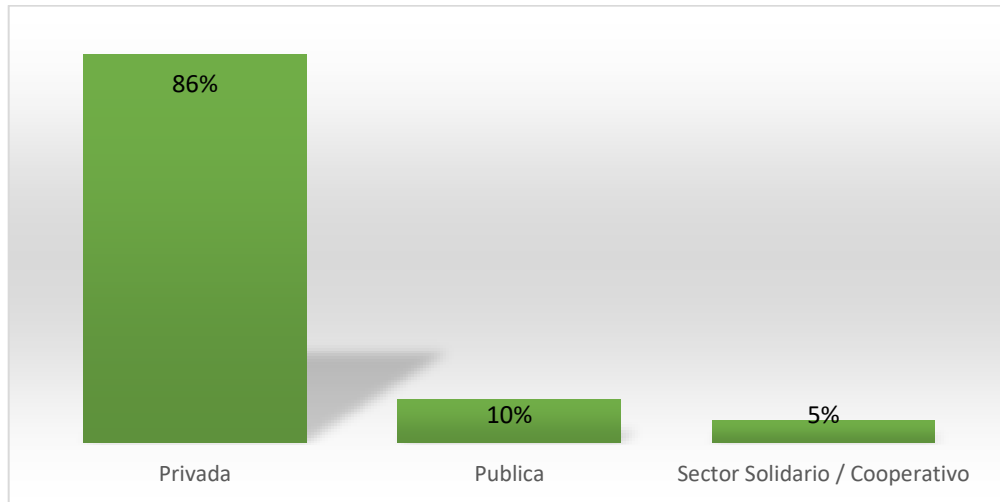
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Centro de Egresados

GRÁFICO 1. SECTOR DONDE SE CLASIFICA LA EMPRESA EN DONDE LABORAN LOS GRADUADOS



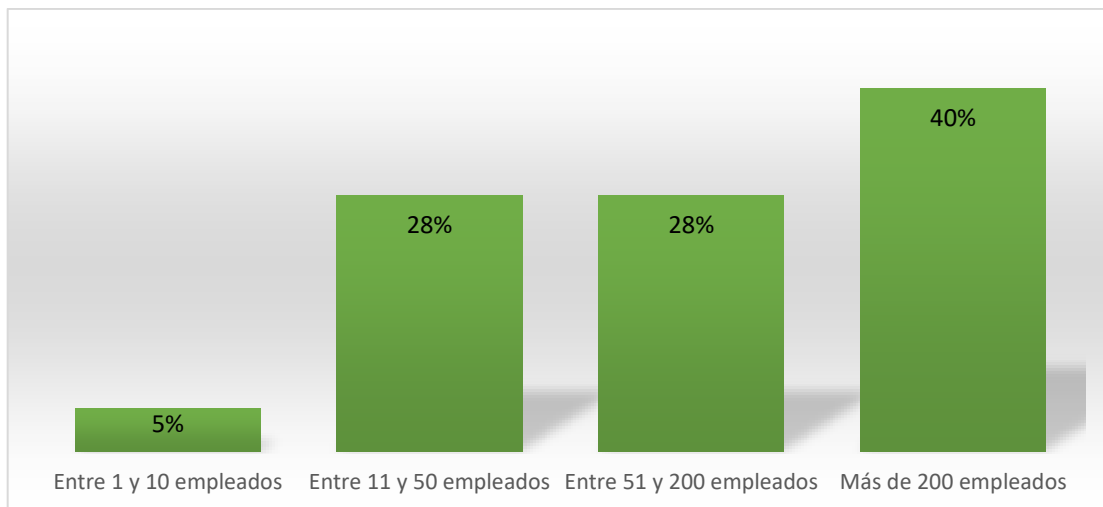
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Centro de Egresados

GRÁFICO 2. CARÁCTER DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Centro de Egresados

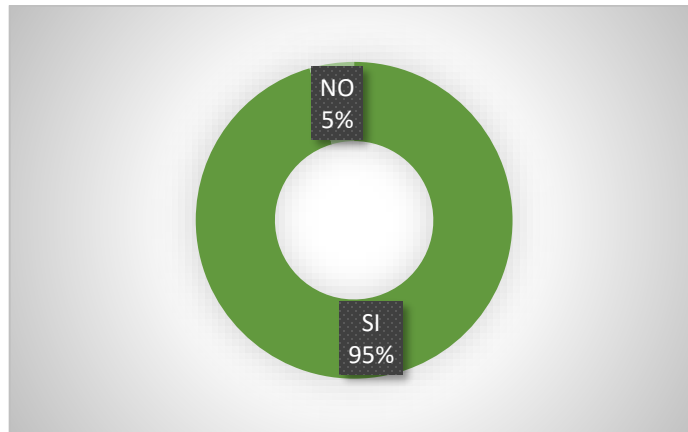
GRÁFICO 3. RANGO ACTUAL DE EMPLEADOS DE LAS EMPRESAS



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Centro de Egresados

II. Percepción de la satisfacción del Empleador

GRÁFICO 4. PORCENTAJE DE GRADUADOS DE LA UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA QUE LABORAN EN LAS DIFERENTES EMPRESAS DE LA CIUDAD DE SANTA MARTA



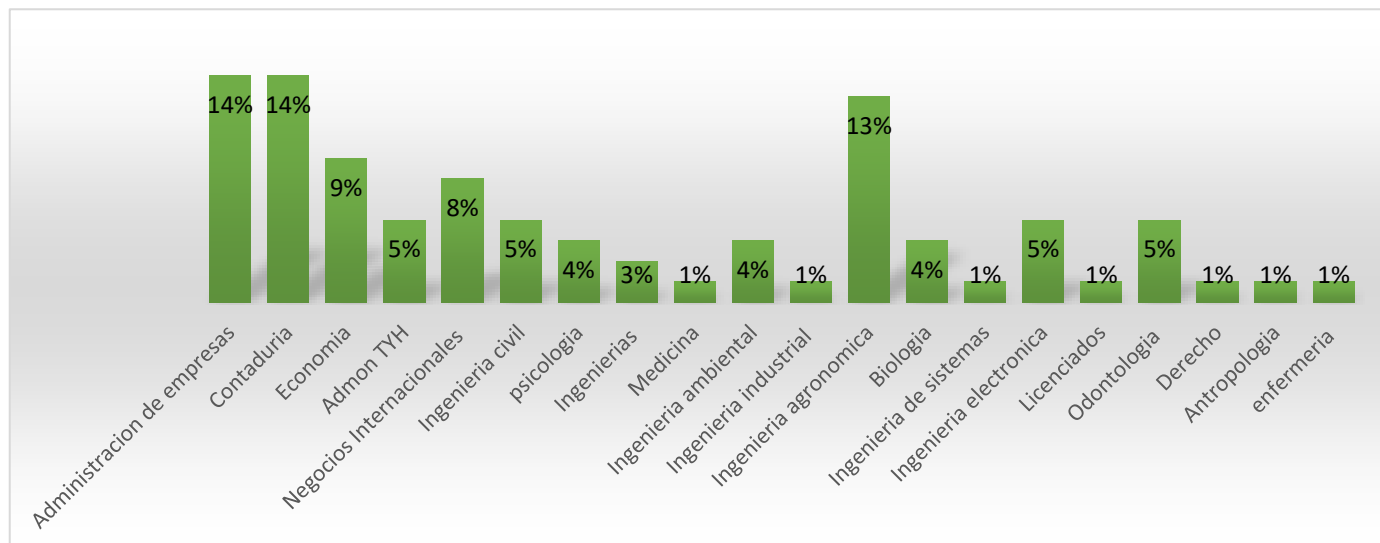
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Centro de Egresados

TABLA 2. NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LAS EMPRESAS CON LOS GRADUADOS DE LA UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA, EN LOS SIGUIENTES ASPECTOS

ITEM	Muy Alto(a)	Alto(a)	Medio(a)
La formación dada por el programa académico que ud. señaló, corresponde a las necesidades de su empresa en un nivel	33%	33%	50%
La calidad del trabajo realizado por los egresados del programa	34%	33%	-
La contribución al logro de los objetivos de la empresa, por parte de los egresados del programa	34%	33%	50%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Centro de Egresados

GRAFICO 5. INDIQUE LOS PROGRAMAS ACADÉMICOS DE LOS CUALES SU EMPRESA CUENTA CON EMPLEADOS GRADUADOS DE LA UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Centro de Egresados

TABLA 3. GRADO DE COMPETENCIA PERCIBIDO EN LOS GRADUADOS DE LA UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA, POR PARTE DEL EMPRESARIO

ITEM	Alto	Medio
Capacidad para planificar y utilizar el tiempo de manera efectiva	9%	8%
capacidad para comunicarse de manera asertiva, en forma oral y escrita	10%	8%
Dominio de un idioma extranjero	3%	7%
Facilidad para utilizar herramientas informáticas básicas y especializadas	7%	10%
Asumir responsabilidades y tomar decisiones en ausencia del jefe	5%	10%
Convivencia y trabajo en equipo	12%	6%
Valores y principios éticos	15%	2%
Identificar, describir y resolver problemas	9%	11%
Capacidad creativa, ingenio, innovación	10%	10%
Disposición para aprender y mantenerse actualizado/a	8%	3%
Proponer, planear y gestionar proyectos	7%	11%
Presentar informes e ideas en público	5%	13%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Centro de Egresados

Por otro lado, y de acuerdo con la percepción de los empresarios del sector productivo de la Ciudad de Santa Marta se lograron apreciar las siguientes observaciones teniendo en cuenta la siguiente información:

- La pertinencia de la formación profesional de los graduados y estudiantes en Prácticas Profesionales en cuanto a las necesidades del entorno laboral:

Inicialmente resaltan los conocimientos y la buena disposición con los que los graduados y estudiantes de prácticas afrontan en la resolución de problemas, voluntad de seguir en su proceso de formación y en recibir sugerencias para su crecimiento laboral y profesional, integralidad asociada a la acción y toma de decisiones asertivas en el entorno laboral frente al desarrollo de sus responsabilidades laborales. Así mismo, se resaltó la importancia del bilingüismo, la fácil adaptación de estos en las diferentes áreas de las organizaciones y la pertinencia de las nuevas tendencias y retos que el entorno requiere actualmente, lo que ha sido característicos de los graduados y estudiantes de la Universidad del Magdalena. Sin embargo, en algunas opiniones de baja intensidad se abordaron temáticas relacionadas con la requisición de mayor experiencia en el campo laboral. Así mismo afinar en la apropiación de los graduados y estudiantes en el territorio con el fin de generar conexión con las comunidades y el entorno, en el caso de los practicantes sociales.

- Competencias y Actitudes del graduado y estudiante frente a la pertinencia con su Programa Académico:

Las opiniones de los empresarios con relación a esta temática fueron agrupadas en el cumplimiento de las expectativas del sector productivo, donde fueron resaltadas las competencias adquiridas en la formación de cada profesional, destacando a cada uno de ellos como competentes hacia un gran reto en la transformación del sector productivo postpandemia. Así mismo, como complemento de las competencias adquiridas, se resalta la vocación de servicio y actitud de continuar aprendiendo en las diferentes áreas de la empresa. Sin embargo, se resalta nuevamente la intensificación en las competencias de un segundo idioma, en las que se debe fortalecer.

- Debilidades del Graduado o Estudiante de Prácticas Profesionales en el desempeño laboral:

Dentro de las debilidades expuestas por los empresarios, se manifestaron inquietudes con relación al Bilingüismo, teniendo en cuenta la vocación de la Ciudad de Santa Marta que es turística, así mismo en fortalecer las competencias blandas, vocación de servicio y trabajo comunitario, para el área de la salud puntualmente. Así mismo, manifestaron el interés del estudiante por aprender cada día y ese entusiasmo se puede aprovechar con la formación en herramientas ofimáticas, la creación de informes, el análisis de datos, como atender entrevistas laborales, llamadas corporativas y demás funciones que podrían asociarse. Así mismo se manifestó que se perciben profesionales y estudiantes que son formados más en aspectos teórico que prácticos, lo que le crea dificultades frente al real mundo laboral.

- Fortalezas del Graduado o Estudiante de Prácticas Profesionales en el desempeño laboral:

Los empresarios para este caso resaltaron las habilidades que poseen los graduados y estudiantes de la Universidad del Magdalena, resaltando inicialmente el dinamismo que posee cada uno de ellos, la habilidad de trabajar en equipo, el liderazgo y la resolución de problemas. Así mismo se manifiesta el sentido de pertenencia y apropiación de los objetivos de las organizaciones. Son profesionales con vocación de emprendimiento e innovación, demuestran sus pensamientos críticos y son asociados con la investigación.

- Los profesionales del futuro que el mercado exige:

De acuerdo con los empresarios, los profesionales del futuro que el mercado exige deben cumplir con lo siguiente:

Profesionales bilingües, con manejo de herramientas ofimáticas y medios digitales. Con relación a su persona, se requiere que sean éticos, con vocación de servicio, líder, asertivo y con inteligencia emocional. Con habilidades de trabajar en equipo, con dominio en competencias blandas, con habilidades de comunicación y adaptación a nuevos entornos, facilidad para trabajar en equipo o individualmente, competitivo, que se plantee retos

cumplibles para la organización. Que se encuentre comprometido con la empresa, con su ciudad y su país.

CUADRO 2. DE ACUERDO A SU EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTOS: SUGIERA TEMAS EN ALGUNA(S) TENDENCIA(S) DEL MERCADO, CIENCIA O TECNOLOGÍA, QUE LA UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA INCLUYA PARA FORTALECER LOS SERVICIOS EDUCATIVOS.

Gestión de la información (Big Data)	22%
Marketing Digital	13%
Blockchain	5%
Finanzas Digitales	11%
Aprendizaje en Línea	6%
Machine Learning	1%
Ciberseguridad	4%
Inteligencia Artificial (IA)	11%
Idiomas	27%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Centro de Egresados

Finalmente, los empresarios de la Ciudad de Santa Marta, destacan la actitud y la intención de los profesionales y estudiantes de practicas de la Universidad del Magdalena, recalcando el sentido de pertenencia que demuestran los mismo al llegar a los puestos de trabajo de las empresas. Sin embargo, se mostraron con gran preocupación con algunas variables tales como dificultades en la comunicación verbal y escritural, sinergia y conexión con las comunidades para el caso del área de la salud. Así mismo se manifestó con preocupación la formación teórica con la que llegan los estudiantes y profesionales al mundo laboral, con una gran deficiencia práctica que limita el desarrollo optimo de sus funciones laborales. Dentro de las debilidades manifestadas, se resaltaron las limitaciones practicas evidenciando una formación teórica y no de campo. Se sugiere desde el entorno laboral la inclusión de practicas dentro de las cátedras y dinamismo dentro de lo planes de estudio lo que permita al estudiante enfrentar desde su formación el mundo laboral real.



egresados@unimagdalena.edu.co

egresados.unimagdalena.edu.co

www.unimagdalena.edu.co

Cra. 32 No. 22-08 Bloque V Segundo
Piso, Campus Principal / 4217940
Ext. 3150- 3275

