

PERFIL SOCIOECONÓMICO Y LABORAL DE LOS EGRESADOS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**UNIVERSIDAD EAFIT
OFICINA DE PLANEACIÓN INTEGRAL**

**ALBERTO JARAMILLO (DIRECTOR)
ISABEL CRISTINA RUIZ OLAYA
ANDRES FELIPE JARAMILLO RINCON
CAROLINA AGUIRRE WEISS**

MEDELLÍN, JULIO DE 2000

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
1. OBJETIVOS	5
1.1 OBJETIVO GENERAL	5
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
2. JUSTIFICACIÓN	6
3. HIPÓTESIS	7
4. MARCO CONCEPTUAL	8
5. EXPLORACIÓN BIBLIOGRÁFICA	14
6. METODOLOGÍA	15
6.1 Base de datos y formulario de encuesta	15
6.2 El trabajo de campo	16
6.3 Análisis de los resultados	17
7. PERFIL SOCIECONÓMICO	18
7.1 Características demográficas	18
7.2 Indicadores socioculturales	20
7.3 Oportunidades sociales	21
8. PERFIL LABORAL	24
8.1 Formación Académica	24
8.1.1 El acceso al programa	24
8.1.2 Desempeño académico	26
8.1.3 El semestre de práctica	29
8.2 Entorno Laboral	31
8.2.1 Indicadores Económicos	32
8.2.2 Empleo según ramas de actividad económica	34
8.2.3 Movilidad laboral	35
8.2.4 Caracterización del desempleo	36
8.3 Análisis del entorno organizacional	38
8.3.1 Áreas de desempeño y características de las empresas	38
8.3.2 Remuneración y competencia laboral	41
8.3.3 Otros aspectos de la vida laboral	43
9. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA	46
9.1 La perspectiva de los egresados	46
9.1.1 Vínculos con la Universidad	51
9.1.2 Comunicaciones entre egresados y Universidad	52
9.1.3 Propuestas de mejoramiento	53
9.2 La perspectiva de los empleadores	54
9.2.1 Antecedentes	55
9.2.2 Evaluación de habilidades	56
9.2.3 Competencia profesional	57
9.2.4 Propuestas de mejoramiento	57

10. CONCLUSIONES	60
11. BIBLIOGRAFÍA	63
12. ANEXOS	65
12.1 ESTADÍSTICAS COMPLEMENTARIAS	65
12.2 DIRECTORIO DE EGRESADOS	79
12.3 FORMULARIOS DE ENCUESTAS	84

INTRODUCCIÓN

Con el fin de mejorar continuamente la calidad en sus diferentes programas, y como expresión de su política de calidad, la Universidad EAFIT emprendió el proceso de acreditación de la carrera de Negocios Internacionales. La fase de autoevaluación culminó en diciembre de 1999 y el informe respectivo fue enviado al Consejo Nacional de Acreditación en marzo del 2000.

Entre las debilidades identificadas durante la autoevaluación está la juventud del programa, pues inició labores en 1993, siendo pionero en su género en el país, y sus primeros egresados terminaron estudios en junio de 1998. Es decir, la carrera de Negocios Internacionales se encuentra viviendo una etapa de posicionamiento en el medio, si bien la realización de un semestre de práctica empresarial ha facilitado su inserción en la comunidad.

Los egresados son una pieza fundamental en la revisión, verificación y búsqueda del mejoramiento continuo de los propósitos institucionales. Por esta razón, para EAFIT es de gran valor fortalecer la relaciones con sus egresados, como mecanismo de verificación de la pertinencia social de sus planes académicos, pues son los egresados, quienes -al tener mayor contacto con el medio- poseen la capacidad de juzgar y evaluar su programa de una manera crítica y objetiva.

El propósito central de este estudio fue, entonces, obtener un conocimiento sistemático sobre el desempeño profesional de los graduados en Negocios Internacionales, como indicador de la calidad académica del programa e instrumento de mejoras en el curriculum; eje central de ese conocimiento es la evaluación de la pertinencia¹ del programa por parte de quienes cursaron el plan de estudios.

¹ Según el CNA, pertinencia "es la capacidad de la institución o programa para responder a las necesidades del medio. Necesidades a las que la institución o programa no responde de manera pasiva, sino proactiva. Proactividad entendida como la preocupación por transformar el contexto en que se opera, en el marco de los valores que inspiran y definen a la institución". Cfr. CNA: LINEAMIENTOS PARA LA ACREDITACION. Segunda Edición. Santafé de Bogotá: Icfes-Procesos Editoriales, 1996, pp. 26-27

1. OBJETIVOS

Si bien el fin último de esta investigación consiste en propiciar el diseño e implementación de acciones de mejoramiento dentro de la carrera de Negocios Internacionales, en esta sección se desglosa -en diversos objetivos- el propósito central inicial, cuál es de construir un conocimiento sistemático sobre el desempeño profesional de los egresados.

1.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar una caracterización socioeconómica y profesional de los egresados de la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad EAFIT, con el fin de proporcionar elementos que le permitan a la Institución emprender acciones en el programa como parte de su política de mejoramiento continuo.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los factores sociodemográficos (edad, sexo, origen, procedencia geográfica, tipo de colegio, estrato socioeconómico, etc.) característicos de los egresados de la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad EAFIT.
- Determinar el grado de satisfacción de los egresados con respecto a la calidad y el perfil de la carrera e identificar las reformas que se podrían hacer al programa, según la experiencia de los egresados en el medio laboral.
- Establecer el perfil ocupacional de los egresados a través de las actividades que realizan en el medio laboral, de acuerdo a los tipos de trabajo en los que se han desempeñado, las condiciones salariales, laborales y a los estudios superiores que han realizado o desean realizar.
- Identificar las condiciones de trabajo que el mercado laboral le ofrece actualmente a los egresados de Negocios Internacionales de la Universidad Eafit, y el nivel de satisfacción de los egresados frente a estas condiciones. Identificar así mismo, las características de la empresa ó institución donde laboran.
- Reconocer las distintas formas como los egresados establecen lazos con la Universidad y su vinculación con las asociaciones académicas, culturales y profesionales, así como realizar un seguimiento de los egresados con el fin de que la Institución pueda mantener una comunicación continua con los

mismos y actualizar en la medida de lo posible la base de datos de egresados.

- Identificar el nivel de Empresarismo que han generado los egresados del programa.
- Continuar el proceso de mejoramiento continuo del programa de Negocios Internacionales resultante de la autoevaluación con fines de acreditación.

2. JUSTIFICACIÓN

En desarrollo de su Visión, centrada en el logro de la excelencia académica, la Universidad EAFIT tomó, desde 1997, la decisión de inscribir todos sus programas en el Sistema Nacional de Acreditación con miras a obtener, para cada uno de ellos, la certificación de calidad o acreditación expedida por el Ministerio de Educación Nacional².

En el caso de Negocios Internacionales, inscrito en 1999, el grupo de autoevaluación consideró que diversos indicadores, relativos todos al factor "Egresados e Impacto sobre el Medio", ponían de presente la necesidad de identificar y analizar el desempeño profesional y el grado de satisfacción de los egresados con su programa académico y con la Institución³. Al mismo tiempo, EAFIT considera que la evaluación de los programas por parte de sus egresados es una fuente importante de identificación de problemas y de ideas de mejoramiento y debe formar parte de todo proceso de autoevaluación institucional

Como parte de su política de calidad, EAFIT también estima que el seguimiento a sus egresados es una actividad cuyo fin esencial consiste en establecer una relación de doble vía entre la institución formadora y el egresado, que sirve a la institución para evaluar, y, de ser el caso redefinir su quehacer, y al egresado para conocer y hacer uso de las posibilidades de perfeccionamiento continuo que le ofrece su Universidad.

Bajo estas premisas se formuló el presente estudio sobre el **“Perfil Socioeconómico y Laboral de los Egresados de Negocios Internacionales”**.

² La acreditación es el “Acto por el cual el Estado adopta y hace público el reconocimiento que los pares académicos hacen de la comprobación que efectúa una institución sobre la calidad de sus programas académicos, organización y funcionamiento y el cumplimiento de su labor social” (Decreto 2904 de diciembre 31 de 1994).

³ Cfr. Universidad EAFIT. Carrera de Negocios Internacionales. **Autoevaluación con fines de Acreditación. Informe Final**. Medellín, enero del 2000. Documento fotocopiado, pp.86.

3. HIPÓTESIS

En el informe de autoevaluación de la carrera de Negocios Internacionales quedaron consignadas algunas afirmaciones sobre las cuales se elaboraron las hipótesis para el desarrollo de esta investigación; su corroboración constituye la base del plan de mejoramiento resultante del proceso de autoevaluación.

- El índice de desempleo de los egresados de la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad EAFIT es muy bajo, de acuerdo con la información recogida entre los egresados que respondieron la encuesta hecha para calificar el factor respectivo dentro del proceso de autoevaluación.
- Existe un nicho laboral para los egresados de la carrera de Negocios Internacionales debido al actual estado de apertura y globalización de la economía colombiana.
- La calidad de la educación es un determinante para el desempeño laboral y la inserción de los egresados en el medio. En este sentido, el prestigio de la Universidad EAFIT en el medio profesional permite a los egresados de Negocios Internacionales ocupar puestos de mayor jerarquía que los graduados en programas similares en otras instituciones.
- Los egresados se encuentran conformes con el plan de estudios de la carrera y el perfil profesional definido para el mismo, y piensan que satisface las necesidades del medio.

4. MARCO CONCEPTUAL

El logro de la calidad constituye el común denominador de todas las actividades sociales en el mundo moderno; sin embargo, el término mismo de calidad es muy equívoco y por eso ha dado lugar a diversas teorías y esquemas de realización.

Para efectos del proceso de acreditación en Colombia, el Consejo Nacional de Acreditación (CNA) ha definido la calidad "como un atributo integral de algo, resultado de una síntesis de los componentes y los procesos que lo producen y lo distinguen"⁴. Para el caso de la educación superior, el mismo CNA ha establecido un modelo sistémico para evaluar la calidad de los programas de formación universitaria, identificando sus componentes en términos de factores, características, variables e indicadores.

En el cuadro 1 se muestra la estructura de este modelo, el cual está basado en el concepto de *característica*, como elemento determinante de la calidad del programa sometido al proceso de acreditación colombiano. "En su conjunto, tales características no son predicados estáticos. Por el contrario, expresan en su nivel propio el esfuerzo de una institución o programa por mejorar de manera continua y por llevar a la práctica las exigencias que dimanen de su misión y de su proyecto educativo"⁵.

Cuadro No. 1
COMPONENTES DEL MODELO DE ACREDITACION DEL CNA

FACTORES	CARACT.		VARIABLES		INDICADORES	
	No.	%	No.	%	No.	%
Proyecto Institucional	10	15.1	25	12.4	30	10.1
Estudiantes y profesores	17	25.8	42	20.8	82	27.6
Procesos Académicos	16	24.2	67	33.2	90	30.3
Bienestar Institucional	5	7.6	12	5.9	18	6.1
Organización, Admón y Gestión	6	9.1	18	8.9	25	8.4
Egresados e impacto sobre el medio	5	7.6	23	11.4	24	8.1
Recursos físicos y financieros	7	10.6	15	7.4	28	9.4
TOTALES	66	100	202	100	297	100

Fuente: CNA. **Guía para la Autoevaluación con Fines de Acreditación de Programas de Pregrado. Guía de procedimiento –CNA 02-**. Santafé de Bogotá, diciembre de 1998.

⁴ Idem, pág. 16

⁵ República de Colombia. Ministerio de Educación Nacional. Consejo Nacional de Acreditación: LINEAMIENTOS PARA LA ACREDITACION. Tercera Edición. Santafé de Bogotá: Corcas Editores Ltda., febrero de 1998, pp.168.

Los distintos componentes de las características se agrupan en variables e indicadores, formando -respectivamente- subconjuntos de las características y de las variables. De esta manera, dentro del proceso de calificación de cada característica, los indicadores se asocian inicialmente con alguna de sus variables, y luego éstas se jerarquizan para permitir una adecuada apreciación del grado de cumplimiento de la característica.

Los factores, "dentro de un enfoque sistémico, expresan, por un lado, los elementos con que cuenta la institución y sus programas para el conjunto del quehacer académico, por otro, la manera como se desenvuelven los procesos académicos y, finalmente, el impacto que instituciones o programas ejercen sobre su entorno"⁶.

El informe de autoevaluación de Carrera de Negocios Internacionales de la Universidad EAFIT retomó -del modelo del CNA- la idea que la calidad es un fenómeno sistémico, resultante de la conformación de distintos niveles o categorías de elementos, entre los cuales sobresale el concepto de *característica de calidad* como Unidad básica, la cual posee algunos referentes como son las variables e indicadores. Dado que estas características de calidad no son elementos independientes, aisladas unas de otras, sino que, por el contrario, se interrelacionan y complementan formando subgrupos, es factible ponderarlas y calificarlas dentro del subconjunto al que pertenecen.

Bajo esta perspectiva, el modelo de ponderación utilizado partió del sistema definido por los factores y luego sopesó las características dentro del factor en el que están inscritas, bajo el criterio que el sistema de factores expresa, de manera clara y suficiente, la calidad de los procesos propios de la educación superior, tanto académicos como administrativos. Los primeros agrupan las funciones sustantivas de docencia, investigación y extensión que -en términos de la Misión de EAFIT- conforman el triángulo de la formación. Los procesos administrativos abarcan las actividades de dirección, de gestión de los recursos humanos, físicos y financieros y de apoyo académico (manejo de laboratorios, aulas y sistema de registro).

La calidad de estos procesos y, por tanto la de la educación superior, gira alrededor de tres criterios básicos: la transparencia, la coherencia y la pertinencia. Transparencia o disponibilidad social de la información relevante al quehacer académico y administrativo de las instituciones de educación superior; coherencia o armonía entre enunciados y realizaciones; pertinencia o adecuación de los programas a los intereses de la comunidad.

Al aplicar estos parámetros al sistema de factores definidos por el CNA, se establece que tres de ellos son esenciales para identificar la calidad tanto de una institución como de sus programas académicos, y cuatro son complementarios; es decir, los siete factores o conjuntos de características conforman un sistema para definir la calidad de la educación superior. Factores esenciales son el

⁶ Idem, p. 44

Proyecto Institucional, Estudiantes y Profesores, y Procesos Académicos; los cuatro restantes los complementan.

El factor "Proyecto Institucional" comprende las definiciones ontológica, axiológica y praxeológica de la institución; de él se desprenden, por tanto, los enunciados básicos susceptibles de contrastación con los resultados alcanzados. Frente a la comunidad, el Proyecto Institucional constituye un conjunto de compromisos. Estas particularidades lo convierten en un componente esencial en la definición de la calidad de un programa de educación superior.

El factor "Estudiantes y Profesores" define las reglas de selección, permanencia y desarrollo -dentro de cada institución y programa académico- de los agentes centrales del proceso de formación; constituye, por tanto, un factor esencial en la evaluación de la calidad de un programa.

El factor "Procesos Académicos" comprende los currículos académicos: planes de estudio, metodologías, actividades formativas externas al aula de clase, interdisciplinariedad y sistemas de evaluación. Este factor trata de la materia prima del proceso de enseñanza-aprendizaje: el conocimiento que se transmite, se forma y se transforma por medio de la relación profesor-alumno.

En síntesis, los tres primeros factores del modelo de autoevaluación formulado por el CNA constituyen el núcleo o esencia del proceso de formación, pues en ellos se examinan el ambiente institucional, los sujetos del proceso de enseñanza-aprendizaje y los currículos o contenido del mismo.

Los factores "Bienestar Universitario", "Organización, Administración y Gestión" y "Recursos Físicos Financieros" suministran información adicional, verificativa, sobre los tres factores esenciales, y, por tanto, conforman distintas desagregaciones de ellos; de ahí su naturaleza complementaria.

En esta misma categoría se incluye el factor "Egresados e impacto sobre el medio" teniendo en cuenta que el desempeño social del egresado no depende exclusivamente de la calidad de la formación recibida, sino también de las condiciones del entorno específico con el que se relaciona y de las capacidades y posibilidades de cada egresado.

Sin embargo, cabe precisar que los egresados, en la medida en que constituyen la presencia permanente de la universidad en el medio, tienen una importancia singular en la valoración de la calidad de un programa. En efecto, como afirma el S.J., Jorge Hoyos V, "quienes creen que una gran Universidad la constituye su campus, sus edificios, laboratorios y aun su biblioteca, están equivocados. Ni siquiera son sólo los profesores o los alumnos. Lo que acredita una buena Universidad es el producto, la ciencia, los exalumnos. Si hay buenos, excelentes exalumnos, hay una Universidad buena, excelente. Si ellos son malos o

mediocres, la Universidad es mala o mediocre, no vale la pena hacer tan tremendo esfuerzo para sostenerla"⁷.

GRÁFICO No. 1
FACTORES DE CALIDAD DEL CNA



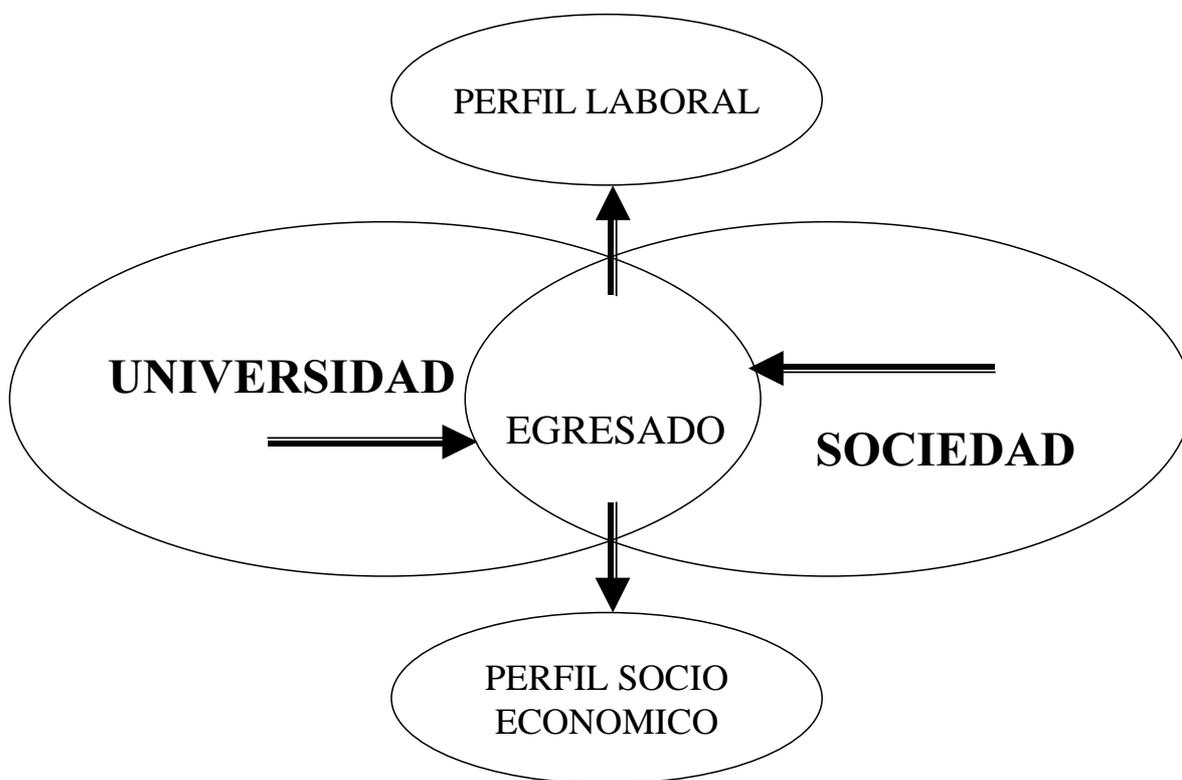
Existe, pues, una interrelación permanente entre el egresado, la universidad y la sociedad, como se muestra en el gráfico 2, que permite afirmar que "los exalumnos son la universidad viva y actuante que crea o influye en una determinada sociedad"⁸; de esa interrelación surgen los perfiles laborales y socioeconómicos específicos de los egresados.

⁷ Hoyos V. Jorge: "El papel de los egresados en la Universidad". Revista UNIVERSITAS HUMANÍSTICA, No. 41. Santafé de Bogotá, Universidad Javeriana, enero-junio de 1995, p. 34.

⁸ Ibid

En este estudio se define el **perfil laboral** como el conjunto de competencias de un individuo para desarrollar actividades propias de su profesión y cumplir con los objetivos y las funciones de su puesto de trabajo. Este perfil contrasta y especifica el perfil profesional ofrecido por el programa académico desarrollado. Así, por ejemplo, según el plan curricular, la carrera de Negocios Internacionales pretende formar “un profesional, con una amplia visión del mundo de los negocios globales y con un sólido criterio, que le permite desarrollar procesos de negociación que faciliten la inserción de las organizaciones en los mercados internacionales⁹”.

Gráfico No. 2
POSICIONAMIENTO SOCIAL DEL EGRESADO



⁹ Cfr. Universidad EAFIT. Carrera de Negocios Internacionales. AUTOEVALUACIÓN CON FINES DE ACREDITACIÓN. INFORME FINAL. Medellín, enero del 2000, 86 pp.

En las trayectorias o perfiles profesionales, como método de análisis para identificar los pasos que sigue una persona durante su vida profesional y laboral, se tienen en cuenta elementos tales como la condición sociodemográfica, la historia familiar, el análisis territorial y el uso del tiempo libre, es decir, el perfil socioeconómico de los individuos.

El **perfil socioeconómico** es el conjunto de rasgos demográficos y sociales de un individuo o de un grupo que caracterizan sus decisiones de consumo en un momento dado.

Tanto el perfil laboral como el perfil socioeconómico son frutos de la conjunción de tres grupos de aspectos: la formación académica alcanzada, las capacidades individuales y las oportunidades sociales de cada persona.

5. EXPLORACIÓN BIBLIOGRÁFICA

El presente estudio no tiene antecedentes ni para la carrera de Negocios Internacionales ni para otros programas de la Universidad EAFIT, si bien se han realizado algunos análisis sobre egresados de algunas carreras de ingeniería. Por este motivo, fue necesario identificar y analizar trabajos similares en otras instituciones educativas, a fin de contar con parámetros de referencia, al menos en los aspectos metodológicos.

La literatura identificada no es muy amplia; en su mayoría, son tesis de grado en diferentes programas universitarios, caracterizadas todas por la abundancia de información descriptiva y la carencia de análisis detallados¹⁰.

En términos de metodología, los estudios examinados apuntan a la selección y análisis de una población muestral, en ocasiones determinada según criterios cualitativos establecidos *a priori* por los investigadores.

En la recolección de información, las encuestas constituyen el instrumento común a todos los trabajos consultados. Estas encuestas están dirigidas a los egresados y además -en algunos trabajos- se incluye una muestra de empleadores, a quienes se les aplica un formato de entrevista.

En su mayoría, son investigaciones descriptivas, cuyo interés es la narración de lo observado y poco análisis o planteamiento de problemas frente a la información obtenida; en general se trata de investigaciones de carácter exploratorio no concluyente.

Los objetivos abordados son, en mayor o menor medida, idénticos en todos los casos: definir el perfil laboral, evaluar la pertinencia del programa académico de donde proceden y conocer sus rasgos socioeconómicos. La evaluación académica de la carrera, su la calidad, es un objetivo al cual se le presta poca atención en los diferentes estudios.

Las encuestas a los empleadores buscan clasificar las habilidades y características del egresado -de acuerdo con la importancia que tienen para la empresa- e identificar las principales fortalezas y debilidades que percibe el empleador en el egresado, en lo relativo a calidad humana, cultura y conocimientos teóricos.

¹⁰ En la bibliografía referenciada aparecen los títulos de los trabajos analizados.

6. METODOLOGÍA

En términos metodológicos esta investigación giró sobre tres actividades: levantamiento de una base de datos sobre los egresados de Negocios Internacionales entre 1998 y 1999. Diseño, aplicación y análisis de los resultados de una encuesta a egresados de Negocios Internacionales; y, en tercer lugar, se efectuó un sondeo de opinión entre sus empleadores, como instrumento complementario.

La base de datos, al igual que el formulario de encuesta, se elaboraron entre el 24 de enero y el 9 de febrero; la aplicación de la encuesta se desarrolló entre el 10 de febrero y el 7 de marzo. Entre el 8 y 31 de marzo, con la colaboración del Centro de Informática, se hizo la tabulación sistematizada de las encuestas. La revisión de los cuadros obtenidos, el rediseño de algunos y el análisis de los mismos se llevó a cabo en los meses de abril y mayo.

Durante el mes de junio se redactó el presente informe.

6.1 Base de datos y formulario de encuesta

En principio, se intentó censar la población de Negociadores Internacionales, es decir, aplicar la encuesta a los 191 egresados de la carrera; para ello, se construyó una base de datos a partir de las hojas de vida existentes en el archivo de EAFIT. Luego se verificaron los datos registrados, pues muchos correspondían al momento de la inscripción al programa, y se actualizaron -hasta donde fue posible- con información suministrada por los propios graduados, por sus familiares o por sus compañeros de estudio.

La base de datos construida recoge la siguiente información sobre los egresados: código o número de identificación como estudiante de EAFIT, nombres y apellidos, escolaridad de los padres, lugar de residencia, colegio donde culminó bachillerato, puntajes alcanzados en las pruebas del Icfes y de suficiencia en inglés (Michigan), promedio académico en sus estudios, fecha de graduación, reconocimientos en la carrera.

Para el diseño del formulario de encuesta se tuvieron en cuenta los siguientes criterios: objetivos del estudio, comentarios de quienes resolvieron la prueba piloto, y las experiencias analizadas en la revisión bibliográfica. De esta manera, se generó una encuesta de tipo descriptiva, cuyo objetivo consiste en capturar las características de una determinada situación, mediante el análisis de diferentes variables.

Este tipo de encuesta requiere -por parte del investigador- un conocimiento previo del tema tratado, el cual, se adquirió durante la conformación de la base de datos. En efecto, a lo largo de una encuesta descriptiva, es indispensable poder definir con precisión las fuentes de información que se desean explotar, pero también los medios que habrá que emplear para obtención, la recolección y tratamiento de dicha información.

Para la realización de este tipo de encuesta se necesita un cuestionario muy estructurado, previsto para aplicarse como entrevista o cuestionario; entrevista cuando se aplica en forma personal, y cuestionario cuando se el encuestado lo recibe y lo diligencia sin la asistencia del investigador, pero con instrucciones previas¹¹.

Teniendo en cuenta la anterior definición y con la construcción inicial de un formato de encuesta, se hizo una prueba piloto con 10 egresados, contactados vía telefónica. El formulario se modificó teniendo en cuenta las respuestas y las sugerencias hechas por los mismos encuestados y se calculó el tiempo promedio de duración de la encuesta (entre 20 y 25 minutos).

El formulario definitivo quedó estructurado en tres aspectos o capítulos:

Identificación personal: en este primer ítem se obtiene toda la información personal: edad, estrato socioeconómico, gustos, lecturas y actividades que realizan en su vida cotidiana, etc.; (variables socioeconómicas); además, se obtienen algunos datos de la práctica profesional.

Trayectoria Laboral: este capítulo indaga la situación del egresado en la población económicamente activa, así como su desempeño en el medio y sus condiciones laborales. Se reserva además un espacio para los laboralmente inactivos y las razones y expectativas de su situación actual.

Evaluación del Programa: por último, en la encuesta los egresados evalúan, opinan y sugieren cambio o modificaciones en el programa de Negocios Internacionales que ofrece la universidad

6.2 El trabajo de campo

El proceso de recolección de la información se llevó a cabo mediante la ubicación telefónica y cita previa con 99 egresados, quienes atendieron al grupo investigador en sus lugares de trabajo, lo que proporcionó una mejor perspectiva

¹¹ Cfr. Botero, Adriana y otros: DESEMPEÑO PROFESIONAL DE LOS EGRESADOS DE LA FACULTAD DE TRABAJO SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA Y SUS OPINIONES FRENTE A LA VIDA DE LA FACULTAD Y LA UNIVERSIDAD. PROMOCIONES 1980 – 1985. Universidad Pontificia Bolivariana. Facultad de Trabajo Social. Medellín, 1997.

para la realización del proyecto, pues se pudo conocer, al menos parcialmente, el ambiente de trabajo y el tipo de actividades a cargo de cada encuestado.

Para establecer contacto con los demás, se utilizó la base de datos con las direcciones electrónicas que posee la universidad, pero en muchos de los casos éstas estaban incorrectas, por lo cual se debió recurrir a los mismos egresados o sus familiares para poder contactarlos. A éstos se les envió toda la información referente al estudio (incluyendo la encuesta) vía correo electrónico, para que la respondieran y la remitieran a la Universidad. Una dificultad de esta parte del proceso consistió en que algunos de los egresados no revisan su correo frecuentemente, por lo cual solo hubo respuesta para 40 de los 64 mensajes electrónicos remitidos.

Los egresados que no se encuestaron vía correo electrónico ni personalmente, se contactaron telefónicamente; de esta manera, se resolvieron otros 26 formularios. Finalmente, hubo 26 egresados a quienes no se les pudo localizar, y los cuales, en su mayoría, se encontrarían en el exterior, según información de sus familias. El cuadro 3 refleja los frutos de esta actividad.

Cuadro No. 2
Poblaciones graduada y encuestada

Promociones	Totales		1998-1		1998-2		1999-1		1992-2	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Encuestados	165	86.4	32	86.5	23	69.7	51	87.9	59	93.7
Sin contactar	26	13.6	5	13.5	10	30.3	7	12.7	4	6.3
Graduados	191	100	37	100	33	100	58	100	63	100

Fuente: Censo telefónico. Universidad Eafit, marzo de 2000.

6.3 Análisis de los resultados

Esta última actividad se inició con la revisión y análisis crítico de los formularios diligenciados por los egresados, a fin de identificar posibles inconsistencias y definir la codificación de las preguntas abiertas, para facilitar el procesamiento informático de las encuestas (ver anexo 2). La fase siguiente consistió en diseñar los cuadros de salida simples (de cada pregunta considerada independientemente) y cruzados (combinando las respuestas de dos o más preguntas) que deberían obtenerse de la tabulación en el Centro de Informática.

Finalmente, se procedió a revisar los cuadros, seleccionar y dar formato a los que se analizan e incluyen en este informe, tanto dentro del cuerpo principal como en los anexos.

7. PERFIL SOCIECONÓMICO

En este capítulo se presentan y comentan los principales resultados de la encuesta aplicada a las cuatro promociones de egresados de Negocios Internacionales. La exposición está orientada por el marco conceptual descrito, buscando satisfacer los objetivos propuestos.

El perfil socioeconómico se construye con base en la información relativa a factores demográficos y sociales, tales como: la distribución de la población según géneros, el estado civil, la composición étnica, ciudad de residencia, antecedentes familiares (por ejemplo, la escolaridad de los padres¹², el estrato socioeconómico de la vivienda, localidad de nacimiento, colegio de procedencia, viajes al exterior)

Con la definición de este perfil se determina la colectividad (comunidad), dentro de la sociedad, de los Negociadores Internacionales; es decir, se establece su identidad como grupo de características definidas.

7.1 Características demográficas

En la conformación de un grupo social inciden algunos aspectos ajenos a la voluntad de sus miembros, pero que se constituyen en elementos diferenciadores, pues sirven para distinguir grupos generacionales. Entre estos aspectos se encuentran las distribuciones porcentuales del grupo en términos de edades, sexos y estado civil. Respecto a los egresados de Negocios Internacionales, el análisis de la base de datos y la encuesta aplicada arrojó los siguientes resultados:

Las mujeres representan el 64.4% del total de graduados en Negocios Internacionales; sin embargo, el peso relativo de los hombres ha aumentado a través del tiempo, (ver la última columna del cuadro 3), lo cual se explica por las diferencias en las tasas de crecimiento: 6.5% de las egresadas y 51.8% de los egresados, mientras que ha sido del 19.4% para la población total.

¹² Esta variable se utiliza para observar la influencia y el ejemplo de los padres en la elección de la carrera y en el desempeño académico alcanzado.

Cuadro No. 3
Distribución por Género

PROMOCIONES	MUJERES		HOMBRES		TOTAL		H/M
	No.	%	No.	%	No.	%	%
1998-1	29	23.6	8	11.8	37	19.4	27.6
1998-2	22	17.9	11	16.2	33	17.3	50.0
1999-1	37	30.1	21	30.9	58	30.4	56.8
1999-2	35	28.5	28	41.2	63	33.0	80.0
Totales	123	64.4	68	35.6	191	100	55.3

Fuente: Oficina de Planeación: Base de datos de Negociadores Internacionales, 2000.

El predominio del sexo femenino se reflejó, como era de esperarse, en la composición de la población encuestada, pues las respuestas de las mujeres alcanzó el 62.4% del total (165 formularios resueltos) contra el 37.6% de los hombres.

El porcentaje de soltería es del 88.5%; entre los casados predominan las mujeres, con un 17.5% del total de ellas. Estos resultados no son sorprendentes, si se tiene en cuenta que es una población joven, en donde el 73.3% tiene 23 y 25 años de edad y los mayores de 25 años constituyen el 23% de la población.

Se puede observar, además, que el mayor porcentaje de mujeres y de hombres casados tiene más de 25 años (ver cuadro 4), lo cual constituye un reflejo de los cambios ocurridos en las costumbres sociales. En efecto, los jóvenes de hoy en día, especialmente cuando han tenido la oportunidad de realizar estudios superiores en instituciones como EAFIT, piensan en tener una carrera y en constituir un patrimonio antes de tomar la decisión de casarse, como se corroboró con la opinión de los negociadores internacionales encuestados, quienes piensan que se está viviendo una situación muy dura para formar un hogar, según lo manifestaron al preguntárseles, en desarrollo de la encuesta, sobre su estado civil.

Cuadro No. 4
Estado civil según rangos de edades
(Distribuciones porcentuales)

ESTADO CIVIL	Entre 20 y 22	Entre 23 y 25		Más de 25	
	MUJERES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
Soltero	66.7	87.0	100	65.0	94.4
Casado	33.3	13.0		35.0	5.6
Totales	100	100	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

En cuanto al lugar de residencia, los datos de la encuesta indican que el 75.2% de la población encuestada ¹³, se encuentra residiendo en Medellín y el 4.8% en el Valle de Aburra y Oriente, mientras un 10.3% se encuentra fuera de Medellín, dentro del país, y tan solo el 9.7% se encuentra fuera de Colombia¹⁴.

7.2 Indicadores socioculturales

El principal objetivo de esta serie de indicadores es el de analizar la población en términos de gustos y preferencias de actividades, lecturas, etc., factores que permiten explicar la homogeneidad del comportamiento como grupo social y evidenciar sus patrones de consumo.

Entre los hábitos de esparcimiento, sobresalen la práctica de actividades deportivas, la asistencia a espectáculos culturales (cine, teatro, exposiciones), la diversión con amigos en sitios públicos (discotecas y bares) y las reuniones familiares. Así lo manifestó el 92.1% de la población encuestada. También se estableció que el 45.5% de las actividades deportivas se llevan a cabo en gimnasios y que se practican, además, deportes como el tenis, el ciclismo y la equitación.

La clase de lugares que suelen frecuentar los egresados es muy homogénea: se presenta una alta concentración (77.8%) en la categoría denominada de esparcimiento que comprende los centros comerciales (los más populares de la ciudad), bares, discotecas, restaurantes, clubes, y fincas de recreo. Esta homogeneidad en el esparcimiento está determinada por las condiciones socioeconómicas y la contemporaneidad generacional de estos profesionales, y, al mismo tiempo, sirve como indicador de su existencia como grupo social.

Cuadro No. 5
Lugares que frecuenta en el tiempo libre, según rangos de edad
(Distribuciones porcentuales)

LUGARES	Entre 20 y 22	Entre 23 y 25		Mas de 25	
	Mujeres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Deportivos		7.8	6.8	20.0	5.6
Culturales		5.2	18.2	10.0	5.5
Esparcimiento	100.0	79.2	68.2	60.0	77.8
Otros			2.3	5.0	5.5
No responde		7.8	4.5	5.0	5.6
Totales	100	100	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

¹³ Cálculos sobre la muestra.

¹⁴ Del total de egresados, se identificaron 56 fuera del país.

Cabe destacar que el 100% de las egresadas menores de 23 años (en este grupo de edades no hubo formularios contestados por hombres) pasan su tiempo libre en lugares de esparcimiento, pero que sus preferencias se diversifican a medida que aumentan de edad, cobrando mayor importancia las prácticas deportivas (ver cuadro 5).

En lo relativo a hábitos socioculturales, también se indagó sobre viajes al exterior, dada la naturaleza del programa de Negocios Internacionales. Las respuestas indicaron que el 94.5% de los encuestados ha estado por lo menos una vez en su vida fuera del país. El 49.5% de los egresados ha ido por lo menos una vez a Norteamérica, principalmente a Estados Unidos. Algunos manifestaron haber permanecido allí varios meses con el propósito de perfeccionar el conocimiento del idioma inglés o con motivo de la práctica profesional, en el caso de aquellos que la realizaron en empresas con intereses en esa región.

Sobre este último aspecto, hay que resaltar la insistencia de los egresados, manifestada durante las entrevistas, en la conveniencia e importancia de contar con más posibilidades de práctica en el exterior, para alcanzar un mejor conocimiento del entorno internacional y para profundizar y poner en práctica los conocimientos académicos y técnicos. Para ello, recabaron en que la Universidad debe buscar y consolidar más vínculos con empresas en el extranjero.

7.3 Oportunidades sociales

Las oportunidades sociales del individuo son las alternativas de crecimiento personal que en determinado momento le brinda el medio en el que se desenvuelve. La elección entre estas alternativas influirá en su desarrollo futuro. En el caso de los universitarios recién graduados, el análisis del entorno -y de las oportunidades que éste le ofrece- hay que iniciarlo con sus condiciones familiares que explican, en gran medida, la escogencia de una carrera y de la institución en donde la realizó.

En general, este examen de las oportunidades comprende el conocimiento de la tradición académica de la familia (escolaridad) y de sus condiciones socioeconómicas, pues, finalmente, son éstas las que caracterizan el tipo de estudios realizados en cuanto a nivel (técnico, tecnológico, universitario), modalidad (diurnos o nocturnos), dedicación (tiempo completo o tiempo parcial) e institución escogida (pública o privada).

En efecto, según el investigador Hugo López, “la educación superior atiende principalmente un estudiantado de clases medias y altas; ello es marcado para la

educación propiamente universitaria y lo es menos para la técnica o tecnológica, que atiende por su lado a una clientela más popular”¹⁵.

En el caso de los negociadores internacionales, graduados en Eafit, estas afirmaciones encuentran corroboración en el hecho que más del 80% -entre quienes residen en Medellín- habitan en zonas de estratos 5 y 6, según la clasificación socioeconómica utilizada por las EPM.

Cuadro No. 6
Estratos socioeconómicos - Residentes en Medellín
(Distribuciones porcentuales)

Estrato	Mujeres	Hombres	Total
Tres	1.1	2.0	1.4
Cuatro	9.7	13.7	11.1
Cinco	40.9	35.3	38.9
Seis	48.3	49.0	48.6
Total	100.0	100.0	100.0

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

Esta característica socioeconómica es compatible con la exigencia de un buen nivel de bilingüismo entre los alumnos del programa, pues este conocimiento del idioma inglés ha sido propio de bachilleres provenientes de colegios privados de buen nivel académico y de elevadas pensiones.

En cuanto a nacionalidad, el 92.7% de los exalumnos¹⁶ son colombianos; de los cuales el 79.7% nació en Medellín. Los egresados extranjeros provienen en su mayoría de Norteamérica (Estados Unidos y Canadá); en general son hijos de inmigrantes colombianos que, por diferentes motivos, retornan al país ó desean que sus hijos se formen en Colombia.

El grado de escolaridad de los padres se constituye como un importante antecedente familiar que caracteriza la población en cuanto las posibilidades u oportunidades de acceso a la educación. Se espera que una población de padres con estudios superiores marque una tendencia creciente de acceso a la educación por parte de sus descendientes.

Entre los padres, el 66.0% del total son profesionales asalariados, mientras que esta categoría ocupacional es del 34.6% entre las madres. El porcentaje de “madres amas de casa” es bastante alto 48.7%. Los padres independientes (profesionales con su propio negocio) constituyen el 25.1% y otros (como jubilados y pensionados) un 8.9% de la población. Las madres independientes

15 LÓPEZ CASTAÑO, Hugo, 1996. La Educación Superior en Antioquia. Colciencias. DNP Departamento Nacional de Planeación. Centro de información para el empleo. CIDE. Corporación para el desarrollo, la investigación y la docencia económica. SENA. P. 56

¹⁶ Cálculos hechos sobre el total de la población.

equivalen al 12.6%. Es importante resaltar que, en promedio, los padres registran más años de estudios universitarios que las madres.

El colegio de procedencia es un determinante importante de las capacidades académicas de los individuos, al igual que de la formación sociocultural requerida para acceder a los estudios superiores.

Los egresados de Negocios Internacionales provienen de colegios de elevados estrato socioeconómico y prestigio por su nivel académico. Entre estas instituciones se encuentran San José de las Vegas, Colegio San José, Colegio los Pinares, La Enseñanza, Jesús María y Calasanz entre otros. El 39.79% de los egresados provienen de colegios bilingües como Cristóbal Colón, Colombo Británico, Montessori y Marymount.

Puede decirse, entonces, que, por sus características sociales, tanto culturales como económicas, los egresados de Negocios Internacionales tienden a conformar un grupo social con intereses comunes, si bien ellos mismos no estén agrupados con tal propósito; más bien, cabe decir, se trata de individuos pertenecientes a clases sociales medias y altas, lo que define las particularidades de su estilo de vida, su comportamiento, sus decisiones y sus patrones de consumo.

8. PERFIL LABORAL

El perfil laboral del egresado de un programa universitario se puede definir como el conjunto de conocimientos, aptitudes y habilidades necesarios para el ejercicio de una profesión o disciplina en un entorno determinado. Esta definición involucra los dos determinantes de la calidad de un programa: sus características universales que lo identifican con una disciplina o área del conocimiento, y sus referentes específicos, que lo hacen pertinente a una sociedad concreta.

De manera simultánea con el perfil se determinan, entonces, los nichos de mercado actuales y potenciales para el Negociador Internacional, su competitividad y diferenciación en el medio y las principales características de inserción y adaptación en el mercado laboral.

En este capítulo se presentan e interpretan aquellos resultados de la encuesta que permiten establecer el perfil laboral del egresado de Negocios Internacionales.

8.1 Formación Académica

En el desarrollo personal del individuo, la formación académica es el proceso que le posibilita adquirir unas características y fundamentos básicos para su vinculación al mercado laboral. En este sentido, al formar personas con conocimientos y habilidades particulares, las carreras universitarias se hacen pertinentes para el medio.

8.1.1 El acceso al programa

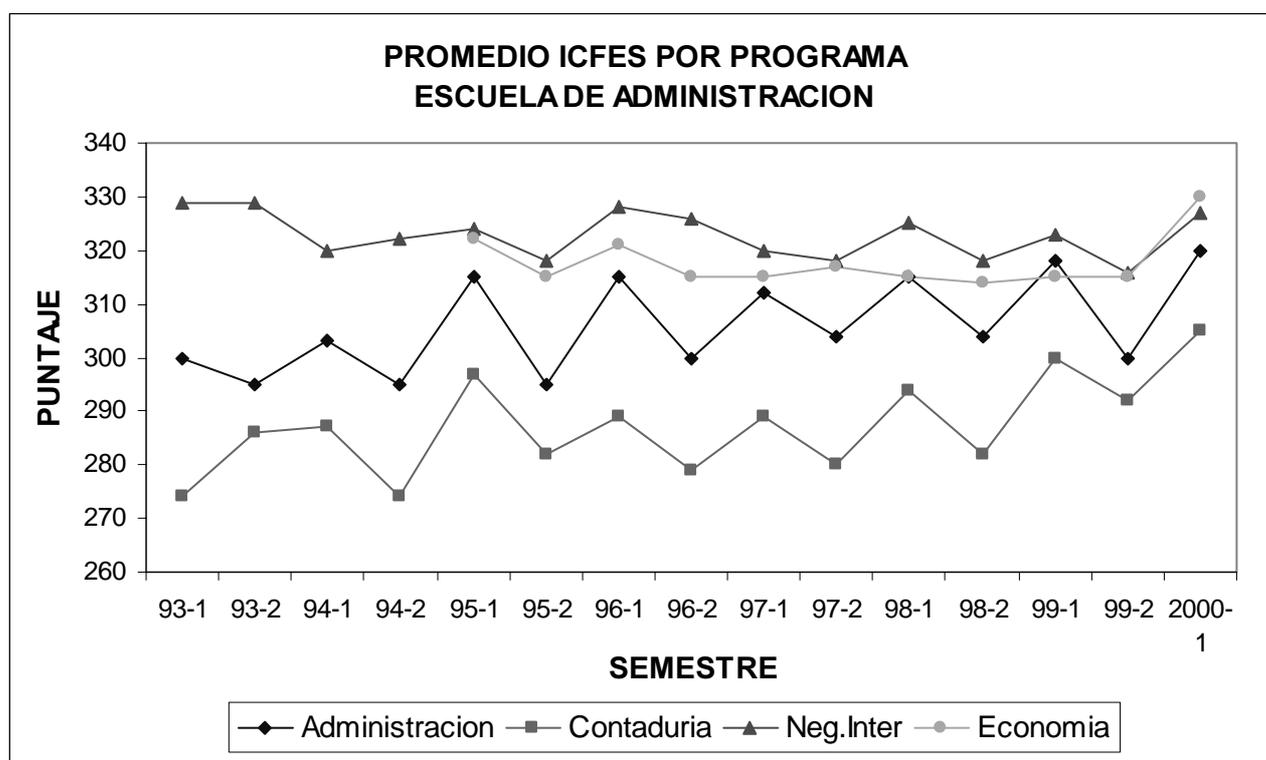
Para ingresar a la carrera de Negocios Internacionales, los aspirantes deben demostrar unos niveles mínimos de conocimientos generales y de dominio del idioma inglés. Los primeros están definidos por las pruebas de Estado para bachilleres, o examen Icfes; el dominio del inglés se acredita con el Mtelp (*Michigan test of english language proficiency*). Puede decirse, entonces, que estos niveles mínimos constituyen, para EAFIT, indicadores de calidad de los estudios secundarios realizados.

Los puntajes o estándares requeridos en cada prueba los fija el Consejo Académico periódicamente. En la actualidad (primer semestre del año 2000), quien aspire a ingresar a un pregrado en EAFIT debe haber alcanzado un

mínimo de 275 puntos en el examen Icfes (sobre un máximo de 400) y de 75 (sobre un máximo de 100) en el Mtelp.

El promedio general del examen Icfes -para los estudiantes de la carrera de Negocios Internacionales- ha sido de 325 puntos, caracterizándose por situarse muy por encima de los demás programas de la Escuela de administración, como se observa en el gráfico siguiente.

Gráfico No. 3



Fuente: Boletín Estadístico 1998. Universidad Eafit.

En cuanto al examen MTELP (*Michigan test of english language proficiency*), la Universidad estableció un puntaje mínimo de ingreso de 75 puntos y el promedio general total de todas las generaciones al ingresar a la carrera fue de 82.

Hay que anotar que -en el momento de la encuesta- muchos egresados manifestaron su inconformidad con el puntaje MTELP requerido para la admisión al programa, pues lo consideran poco relevante para medir el conocimiento del idioma y hacen referencia a la necesidad de establecer un puntaje mayor ó el examen TOEFL, exigido en las universidades del extranjero; y el cual, según manifestación expresa de los mismos, le daría a EAFIT mayor competitividad internacional.

8.1.2 Desempeño académico

El desempeño académico se analiza a través de variables como la deserción académica, el tiempo requerido para cursar el programa, el promedio académico y la tasa de éxito; considerados en conjunto, estos elementos evalúan el aprendizaje logrado por los individuos de un mismo grupo¹⁷.

8.1.2.1 Deserción

La primera de estas variables, la deserción académica esperada, o promedio ponderado para toda la carrera, fue establecida en un 8.8% por la Oficina de Planeación¹⁸. Esta cifra es la segunda en importancia entre los programas de la Escuela de Administración, detrás de Economía que registra un 12.0%, contra un 7.9% de Contaduría y un 5.6% de Administración de Negocios.

8.1.2.2 Duración promedia de la carrera

Para analizar el tiempo promedio de culminación del programa, hay que tener presente la escolaridad previa de los estudiantes, pues quienes hacen transferencia de otro programa gozan del beneficio del reconocimiento de algunas asignaturas, lo que puede reducir su permanencia en la nueva carrera, mientras que los bachilleres deberían hacer un mayor esfuerzo (tomar mayor número de asignaturas en algunos semestres) para acortar la prevista del programa.

La revisión de las hojas de vida permitió establecer que el 80.1% de los egresados ingresó al programa en calidad de primíparo (bachiller sin estudios universitarios previos), mientras el 18.9% lo hizo como estudiante reintegrado. El perfeccionamiento del manejo del idioma inglés habría sido una de las principales causas de retiro temporal de la carrera, (ver fila "reintegro idiomas" en el cuadro).

¹⁷ Para efectos de este estudio, las cuatro promociones de negociadores internacionales conforman una población única, si bien en términos académicos constituyen grupos diferenciados, tanto por sus individuos como por las experiencias universitarias vividas.

¹⁸ OSORIO GIRALDO, Ana Rocio y JARAMILLO OSPINA, Catalina María, 1999. Deserción Estudiantil en los programas de pregrado 1995 – 1998. Oficina de Planeación Integral. Universidad EAFIT. Documento fotocopiado. Medellín: julio de 1999. Las autoras midieron el fenómeno con el concepto de "episodio de deserción", término asociado a la movilidad del estudiante frente a su carrera. De esta manera, un alumno se convierte en desertor cada vez que se retira del programa en el que está inscrito, pues, según el sistema de registro académico, cada vez que vuelve a la Universidad recibe un nuevo código, así reingrese al mismo programa.

Cuadro No. 7
Egresados según categoría de ingreso
(Distribuciones porcentuales)

Tipo de Aspirante	Promociones				Totales
	1998 1	1998 2	1999 1	1999 2	
Bachilleres	91.9	78.8	87.9	66.7	80.1
Reintegro Idiomas	5.4	18.2	8.7	20.6	13.6
Reintegro Otros	2.7	3.0	3.4	9.5	5.3
Reingreso				3.2	1.0
Totales	100	100	100	100	100

Fuente: Base de datos. Febrero 2000.

La pregunta 17 del formulario de encuesta indagaba sobre la duración de la carrera para cada egresado¹⁹. Las respuestas señalan que un 60% de los negociadores internacionales se tomaron entre 10 y 11 semestres para culminar sus estudios²⁰, mientras que el 38.8% la hizo entre 12 y 13. Se puede destacar sólo dos personas (1.2%) reconocieron haber tardado 13 semestres para culminar su plan de estudios.

Cuadro No. 8
Tiempo en Terminar la Carrera
(Distribuciones porcentuales)

Duración	Promociones				Totales
	19981	19982	19991	19992	
Entre 10 y 11	100	47.8	64.7	39.0	60.0
Entre 12 y 13		52.2	35.3	57.6	38.8
Mas de 13				3.4	1.2
Totales	100	100	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

La revisión de las hojas de vida facilitó estimar la duración promedio del programa en 11.5 semestres, considerando sólo a quienes ingresaron en calidad de primíparos (133 egresados); es decir, a los estudiantes que, en principio, están sometidos a un programa de 11 semestres, pues no tienen derecho a reconocimiento de materia alguna. De ellos, el 55.6% terminó estudios en el tiempo previsto por EAFIT; un 30.8% lo hizo en 12 semestres y hubo un 3.0% que tardó 14 semestres (ver cuadro 12 del anexo estadístico). Estas cifras permiten deducir que el programa cuenta con un buen nivel de exigencia académica.

¹⁹ EAFIT ha previsto una extensión normal o promedio de 11 semestres.

²⁰ En este dato se incluyen a quienes culminaron sus estudios en 9 semestres, pues la pregunta no contemplaba opciones inferiores a 10 semestres.

Las explicaciones sobre el retraso en la culminación de estudios se clasifican así: motivos académicos (pérdida de materias o pocas materias matriculadas en los últimos semestres), el 55.4%; partición del tiempo entre estudio y trabajo, el 20.0%, y otras causas (viajes al exterior y motivos personales diversos), el 24.6%.

8.1.2.3 Rendimiento académico

En cuanto al promedio académico, se encontraron los siguientes para las cuatro promociones consideradas en este estudio: 3,8 para hombres y 3.9 para las mujeres, guardando un equilibrio a lo largo del tiempo en ambos géneros, pero destacándose la participación femenina en los promedios más altos. Uno de los egresados de 1999 fue distinguido con la Beca Portafolio, otorgada por el periódico del mismo nombre, entre candidatos de todo el país.

Cuadro No. 9
Promedios académicos

Semestres	Hombres			Mujeres			Total
	Máximo	Mínimo	Promedio	Máximo	Mínimo	Promedio	Promedio
98 1	3.9	3.7	3.8	4.4	3.7	4.0	4.0
98 2	4.2	3.5	3.8	4.3	3.6	3.9	3.8
99 1	4.5	3.5	3.9	4.2	3.5	3.9	3.9
99 2	4.1	3.5	3.8	4.3	3.4	3.9	3.9
Total	4.5	3.5	3.8	4.4	3.4	3.9	3.9

Fuente: Base de datos. Febrero 2000.

La tasa de éxito -definida como el cociente entre los graduandos bachilleres (aquellos que cursaron la carrera en los 11 semestres previstos) y el total de bachilleres de la misma cohorte²¹- es el cuarto indicador considerado para evaluar el desempeño académico. Este índice permite conocer cuántos individuos -entre quienes ingresaron en condiciones uniformes²²-se gradúan en el tiempo especificado por la Institución.

²¹ Tasa de Exito = $\frac{\text{Egresados bachilleres}_{t+10}}{\text{Matriculados en calidad de Bachilleres}_t}$.

²² Este grupo está definido por los bachilleres sin estudios universitarios previos, pues, en principio, quienes ingresan por transferencia y quienes hacen reintegro deberían cursar menos de 11 semestres para obtener el título.

De acuerdo con las cifras mencionadas sobre duración promedio de la carrera, puede considerarse que la tasa de éxito es elevada en el programa de Negocios Internacionales, pues el 55.6% terminó estudios en el tiempo previsto por EAFIT y un 3.8% lo hacen en menos tiempo.

En conclusión, los egresados de Negocios Internacionales se han caracterizado por poseer un alto nivel académico, y se espera que estas condiciones les haya proporcionado las habilidades necesarias para diferenciarse de las otras carreras afines existentes en la ciudad.

8.1.3 El semestre de práctica

La práctica profesional es un importante indicador de calidad de la formación académica recibida, pues le permite al estudiante confrontar teoría y práctica e identificar sus preferencias académicas y profesionales. Cabe resaltar que esta actividad académica constituye uno de los distintivos del proyecto educativo de EAFIT, pues desde sus orígenes la Institución ha ofrecido semestres de prácticas en todos sus programas de pregrado.

Los alumnos de Negocios Internacionales realizan la práctica en el noveno semestre de su carrera; su ubicación en las diferentes empresas nacionales e internacionales se encuentra a cargo del Departamento de Prácticas Profesionales (DEPP), aunque muchas veces son los mismos estudiantes quienes aplican por sus propios medios.

Cuadro No. 10
Medio de Vinculación a la Práctica Profesional
(Distribuciones porcentuales)

MEDIOS	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2	Totales
El DEPP	43.8	43.5	43.1	25.5	37.1
Recomendaciones	15.6		7.8	16.9	11.5
Avisos de prensa o e-mail			2.0		0.6
Búsqueda personal	37.5	56.5	47.1	57.6	50.2
No responde	3.1				0.6
Totales	100	100	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

De los 165 encuestados el 37,1% consiguió su práctica profesional a través del DEPP y el 62,9% mediante búsqueda personal, recomendaciones o diferentes avisos clasificados (prensa o e-mail).

Según distribución geográfica, el 53.9% de los encuestados realizó su práctica en Medellín y municipios cercanos. El 16.4% en el resto del país y un 29.7% en

el exterior. Por fuera de Colombia, los países en los que más se hicieron prácticas profesionales fueron Estados Unidos (40.8%), Ecuador (30.6%); el restante 28.6% de egresados -que hizo práctica en el exterior- declaró haber estado en otros países de América Latina, en Europa y aún en otras regiones del mundo (ver cuadro 14 en el anexo estadístico).

8.1.3.1 Prácticas según sectores económicos

Para efectos metodológicos de esta investigación, las empresas fueron ordenadas según las ramas de actividad económica de la clasificación CIIU. Se encontró que el mayor porcentaje de practicantes lo tuvo la industria manufacturera con un 37%, disperso en las divisiones de productos alimenticios, bebidas, tabaco, textiles, prendas de vestir e industria del cuero.

Las empresas de comercio (mayoristas y al detal), los restaurantes y hoteles concentraron el 19.4%, en donde la más alta participación corresponde a los establecimientos de comercio al por mayor. También es representativo el porcentaje de quienes trabajaron en los establecimientos financieros, los cuales emplearon al 12.7% del total de encuestados.

El 30.8% restante está repartido proporcionalmente en las otras categorías del código CIIU: actividades agropecuarias, explotación de minas, transporte y almacenamiento (ver cuadro 14 A en el anexo estadístico).

8.1.3.2 Categorías ocupacionales de los practicantes

Los egresados realizaron su práctica profesional en diversas áreas dentro de las empresas, si bien se concentraron en labores de mercadeo (28.5%) y de comercio exterior (24.8%). En esta última, los practicantes desarrollaron actividades de negociación, o fueron asistentes o coordinadores de exportaciones e importaciones.

En mercadeo se desempeñaron en campos como la logística, servicio al cliente, relaciones públicas, coordinación de ventas, asistencia y gerencia de marca entre otras.

En las áreas administrativas (15.8%) se desempeñaron como gerentes comerciales, de cuentas, de ventas, asistentes de dirección, gestión de competitividad y algunos como directores administrativos.

Cuadro No. 10
Práctica Profesional según áreas empresariales
(Distribuciones porcentuales)

Áreas de trabajo	Semestre				Totales		
	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2	Mujeres	Hombres	Totales
Comercio exterior	15.6	17.4	23.5	33.9	26.2	22.6	24.8
Financiera y Contable	15.6	8.7	7.8	8.5	7.8	12.9	9.7
Mercadeo	28.1	26.1	35.3	23.7	30.1	25.8	28.5
Administrativa	12.5	17.4	17.6	15.3	16.5	14.5	15.8
Proyectos y asesorías	12.5	4.3	11.8	10.2	7.8	14.5	10.3
Funciones no especificadas	12.5	26.1	3.9	6.8	10.7	8.1	9.7
No responde	3.1			1.7	1.0	1.6	1.2
TOTALES	100						

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

El 29,7% restante ocupó puestos en el área financiera (analistas de crédito y riesgo), y en áreas diversas.

8.2 Entorno Laboral

Con el fin de sistematizar y establecer el perfil laboral de los egresados es pertinente analizar el medio en el cual se desenvuelven, las oportunidades que éste les ofrece y los desempeños alcanzados. Este capítulo se desarrolla considerando una doble perspectiva: el entorno económico y el contexto organizacional.

Desde lo económico se consideran los indicadores laborales: tasas de participación y desempleo, al igual que la distribución del empleo según sectores económicos.

Desde la organización, se examinan los elementos que determinan directamente el "perfil laboral" de los egresados: cargos que desempeñan, niveles jerárquicos que ocupan, características de las empresas y satisfacción laboral.

Gráfico No. 4
DETERMINACION DEL PERFIL LABORAL



En síntesis, como lo sugiere el gráfico anterior, el perfil laboral del negociador internacional de EAFIT será construido a partir del análisis de las condiciones económicas del país y de las particularidades contractuales: tipo de empresa, sector económico, cargo ocupado y nivel administrativo en la organización.

8.2.1 Indicadores Económicos

Para efectos de este trabajo, se consideran indicadores económicos aquellos que expresan la dinámica del mercado laboral para una población determinada. En este caso, la población corresponde al conjunto de las primeras 4 promociones de profesionales en Negocios Internacionales egresados de EAFIT.

El concepto básico es, entonces, el de población total (PT), que se subdivide, según la metodología tradicional de análisis del mercado laboral,²³ en individuos que están en edad de trabajar (PET) y quienes no lo están (PNET). La población

²³ Una adecuada descripción de esta metodología se encuentra en Lora Torres, Eduardo. TÉCNICAS DE MEDICIÓN ECONÓMICA. METODOLOGÍA Y APLICACIONES EN COLOMBIA. Tercer Mundo Editores. Fedesarrollo. Santa Fe de Bogotá. 1994

en edad de trabajar -categoría que cubija a todos los negociadores internacionales- está compuesta por dos grupos: activos o vinculados al mercado laboral (PEA) e inactivos (PEI).

La Población Económicamente Inactiva (PEI) es la parte de la población que, por decisión propia, no está vinculada al mercado laboral; es decir, se considera económicamente inactivos a quienes no están trabajando ni buscando empleo remunerado, como son las amas de casa y las personas que dedican su tiempo al estudio únicamente.

La PEA se desagrega en ocupados (PO) y desempleados (PD); de esta manera, para el caso de los negociadores internacionales, se define la siguiente composición de la población: $PT = PEI + PD + PO$.

Para medir el tamaño relativo de la oferta laboral o fuerza de trabajo de una población, se utiliza la tasa de global de participación ($TGP = PEA / PET$); por su parte, la tasa de desempleo se define como la fracción de la fuerza de trabajo que carece de una ocupación remunerada y está buscándola ($TD = (PD / PEA) * 100$). Las cifras correspondientes a este estudio se presentan en el cuadro siguiente.

La última línea del cuadro muestra altos niveles de actividad (97.0%) y de desempleo (15.6%) entre los egresados de Negocios Internacionales, si bien las tasas de desocupación -por sexos y total- son inferiores a los promedios nacional y local, que en marzo del presente año estuvieron en 20.2% para las 7 áreas metropolitanas y 22.2% para Medellín²⁴.

Cuadro No. 11
Indicadores de oferta laboral (Porcentajes)
Marzo de 2000

	TASAS DE ACTIVIDAD			TASAS DE DESEMPLEO		
	TGP Mujeres	TGP Hombres	Promedio	Hombres	Mujeres	Población
1998-1	100	85.7	96.9	3.3	6.5	9.7
1998-2	92.3	100	95.7	0	0	0
1999-1	100	100	100	5.9	7.8	13.7
1999-2	100	88.5	93.2	12.7	14.6	27.7
TOTALES	93.6	99.3	97.0	19.0	13.7	15.6

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, Marzo de 2000

En la actualidad el 81.4% de los egresados se encuentra laborando (de éstos, el 8.5% combina estudio y trabajo), el 15.6% clasifica como desempleado y el 3% hace parte de la población económicamente inactiva. Es importante anotar que, quienes están desempleados, atribuyen su situación a la reducción de la demanda laboral debido a la coyuntura económica del país, según se pudo constatar durante la realización de las encuestas.

²⁴ Dane: Boletín de Prensa, Santafé de Bogotá: mayo de 2000

En el cuadro 16 se puede observar que el desempleo -considerado por sexos- es mayor entre los hombres; mientras que -según semestre de graduación- es más elevado entre los recién egresados, con una tasa del 27.7%. Este último fenómeno puede encontrar explicación en el deterioro de las condiciones económicas, pues durante 1999 el país registró la más grave contracción del PIB en su historia, y en el proceso de búsqueda de empleo que sigue al finalizar la formación académica.

En efecto, de acuerdo con los datos de la encuesta, el 64,2% de los negociadores internacionales estaba trabajando en el mes siguiente a su grado (de hecho, el 33.9% tenía ya un empleo en el momento de su graduación); mientras que el 20% tuvo como actividad principal la consecución de uno. El restante 15.8% se distribuye entre quienes se tomaron unas vacaciones y quienes consagraron su tiempo a realizar estudios adicionales, como perfeccionamiento de idiomas (ver cuadro 15 en el anexo estadístico).

El tiempo de búsqueda de empleo, posterior al grado, osciló entre 1 y 6 meses para el 72.8% de los egresados, si bien la mitad de ellos (36.4%), declaró haber obtenido una vinculación laboral dentro de los 3 meses siguientes a su graduación. Estas cifras cambian, como se apreciará en el análisis del desempleo, al considerar a quienes estaban desocupados en el período de la encuesta, pues entre ellos figuran los que no han tenido todavía un empleo, luego de recibir el título de negociador internacional.

8.2.2 Empleo según ramas de actividad económica

Una determinación más precisa de la pertinencia de la carrera puede lograrse identificando los sectores económicos en donde se encuentran laborando los egresados. Para ello, se recurrirá a la Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU).

De acuerdo con las cifras del cuadro siguiente, el sector servicios -comercio, transporte y almacenamiento, actividades financieras y servicios sociales- ha captado el mayor volumen de negociadores internacionales (52.8%), seguido por la industria manufacturera (40.4%). En esta última, los subsectores con mayores negociadores vinculados son, en su orden: confecciones (8.1%), productos químicos (7.4%), alimentos (5.9%), y textiles (5.1%).

Cuadro No. 13
Empleo según actividad económica de la empresa
(Distribuciones porcentuales)

SECTORES ECONÓMICOS	PROMOCIÓN				TOTALES		
	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2	Mujeres	Hombres	Total
Agricultura y caza			2.3	2.3	1.1	2.1	1.5
Explotación de minas y canteras			2.3		2.3		1.5
Industria Manufacturera	48.2	18.2	34.1	53.5	40.9	39.6	40.4
Electricidad, gas y agua	7.4		2.3		3.4		2.2
Construcción				2.3	1.1		0.7
Comercio al por mayor, al por menor y restaurantes y hoteles	7.4	22.6	25.0	7.0	14.8	16.7	15.4
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	11.1	27.3	11.3	16.3	10.3	25	15.4
Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas	14.8	9.1	15.9	9.3	14.8	8.3	12.5
Servicios comunales, sociales y personales	11.1	18.2	4.5	9.3	10.27	8.3	9.5
Actividad no especificada.		4.6	2.3		1.1	1.1	1.5
TOTALES	100						

Fuente: Encuesta a los Egresados. Universidad EAFIT 2000

También cabe señalar que esta distribución del empleo, según sectores económicos, es prácticamente idéntica para los períodos de práctica realizados por los encuestados como parte de su programa académico.

8.2.3 Movilidad laboral

La movilidad laboral consiste en el cambio de ocupación, de cargo, de empresa, por parte de un trabajador²⁵; en muchos casos puede implicar el tránsito temporal a una situación de desempleo o de inactividad (PEI). Para el caso de los negociadores internacionales, esta variable fue estudiada a través del número de empleos que ha tenido los egresados, si bien el escaso tiempo de participación en el mercado laboral sugiere que estos resultados son muy preliminares dentro de una trayectoria profesional.

²⁵ BOTERO Adriana, CASTAÑEDA Silvia, y Otros. "Desempeño Profesional de los Egresados de la facultad de trabajo social de la Universidad Pontificia Bolivariana y sus opiniones frente a la vida de la facultad y la Universidad. Promociones 1980 – 1985. Universidad Pontificia Bolivariana. Facultad de Trabajo Social. Medellín. 1997.

En efecto, el 72% de los egresados ha tenido un solo empleo después de su graduación, el 10% dos empleos y más de tres tan sólo el 2%; estos últimos como es de esperarse corresponden a los primeros semestres de graduación debido a que llevan más tiempo en el medio laboral²⁶ (Ver cuadro 17 A en el anexo estadístico).

La estabilidad laboral, entendida como el tiempo promedio de permanencia en un cargo, constituye el concepto opuesto al de movilidad laboral. Para una población, se le puede medir por el número promedio de empleos en un período; en el caso de los negociadores internacionales estos índices -que se presentan en el cuadro siguiente- se definen como el cociente entre el total de empleos durante la vida laboral (lapso transcurrido entre la fecha de grado y el momento de la encuesta) y el número de encuestados.

Cuadro No. 14
Índice de estabilidad laboral

Promoción	Índice Total	Índice Mujeres	Índice Hombres
1998-1	1.250	1.36	0.86
1998-2	1.217	1.00	1.50
1999-1	1.059	1.13	0.95
1999-2	0.729	0.73	0.73

Fuente: Cálculos Oficina de Planeación.
Encuesta a egresados, 2000

Las cifras muestran que los negociadores internacionales de EAFIT han disfrutado de estabilidad laboral, pues los índices tienen valores muy cercanos a 1.0, si bien la movilidad aumenta con el paso del tiempo, dada la importancia atribuida al factor experiencia en los procesos de selección de personal por parte de las empresas. Los valores inferiores a 1.0 denotan la presencia de episodios de desempleo.

8.2.4 Caracterización del desempleo

En esta sección se mencionarán algunos rasgos distintivos del desempleo que afecta a la población de negociadores internacionales de EAFIT. Los datos completos aparecen en el anexo estadístico.

De los egresados que están desempleados, el 92.6% (15.6% de la población) son cesantes, es decir, cuentan por lo menos con una experiencia laboral. Según

²⁶ El restante 15% que responde a la categoría de ninguno, son las personas que no han trabajado después de su graduación.

sus manifestaciones, perdieron sus empleos por recortes de personal o por finalización del contrato, cuando éste tenía un carácter temporal.

El 81.5% de los desempleados -en su mayoría graduados en diciembre de 1999- lleva entre 2 y 6 meses buscando empleo, lo cual no es sorprendente por ser la última promoción y dada la situación coyuntural de la economía colombiana. Sin embargo, existe un 14.8% de desocupados que lleva entre 6 y 12 meses en procura de un trabajo.

Sin embargo, se constató una notoria diferencia -en cuanto al tiempo de búsqueda- entre hombres y mujeres, pues el 75% de los primeros manifestó llevar menos de 2 meses en ese proceso; el restante 25% se distribuye en un 8.3% que lleva entre 2 y 6 meses en procura de un empleo y un 16.7% que estaría en ese proceso entre 6 y 12 meses. Por su parte, la distribución de las mujeres desempleadas, según tiempo de búsqueda, sería así: menos de 2 meses, un 40%; entre 2 y 6, otro 40%; entre 6 y 12 meses, un 12.3% y más de un año, 6.7%.

Al contrastar las cifras anteriores con las de desocupación (ver cuadro 11), cabe suponer que el desempleo masculino se caracteriza, principalmente, por la presencia de cesantes, mientras que en las mujeres corresponde al grupo de aspirantes. Estas últimas quizás se tardan más en conseguir un empleo pero son más estables en el mismo.

Los canales de búsqueda de empleo han sido diversos: el 66.7% de los desempleados lo ha hecho por medio de recomendaciones y por iniciativa propia; el 33.3% a través de agencias de empleo y del Centro de Egresados de EAFIT (en particular, los más recién graduados) o simplemente respondiendo anuncios en prensa o en internet.

De los desempleados el 44.4% (todas ellas mujeres) había recibido ofertas de trabajo en las dos semanas previas a la realización de la encuesta. Sin embargo, un poco más de la mitad de ellas (51.9%) descartó el cargo ofrecido por inconformidad con sus aspiraciones salariales y de condiciones laborales.

Por áreas administrativas, las aspiraciones laborales se centran en el área de comercio exterior (59.3%), seguida por las áreas de mercadeo (18.5%) y administrativa (14.8%).

Las preferencias de los desempleados, según tipo de empresa, se distribuyen así: 29.6% desea un puesto de trabajo en empresas multinacionales, 22.2% no tiene alguna predilección específica y están abiertos a cualquier posibilidad que pueda surgir. Un 14.8% -en su mayoría hombres- le gustaría emplearse en bancos o instituciones financieras. Las mujeres presentan mayor inclinación por las empresas multinacionales. Algunos egresados también están dispuestos a ocupar cargos en entidades diversas: gubernamentales, no gubernamentales u organismos multilaterales.

El 59.3% de los desempleados aspira a ingresos mensuales entre \$1.000.000 y \$1.500.000, el 18.5% más de \$1.500.000. El 22.2% se encuentra dispuesto a aceptar salarios entre \$750.000 y \$1.000.000 teniendo en cuenta la coyuntura laboral del país. La distribución de las preferencias salariales de los desempleados confirma la hipótesis de que la prolongación del período de búsqueda reduce el salario de reserva: "a medida que se alarga la duración infructuosa de la búsqueda, el salario de reserva tiende a caer"²⁷.

8.3 Análisis del entorno organizacional

En esta sección se analizarán las condiciones laborales internas, a las distintas organizaciones, de los egresados de Negocios Internacionales. Se busca identificar las áreas en las se están desempeñando (al momento de la encuesta), los niveles jerárquicos de sus cargos, los tipos de empresa, los estímulos o beneficios que les ofrece la empresa o institución, como capacitación, y la competencia profesional que enfrentan para acceder a un puesto de trabajo.

8.3.1 Áreas de desempeño y características de las empresas

Los Negociadores Internacionales presentan una alta tendencia a ocupar cargos en el área de mercadeo: como estudiantes practicantes, el 28.5% de los encuestados trabajaron en esta área, mientras que actualmente lo hace el 30.9% de los egresados. En el área de comercio exterior los porcentajes de ocupación hallados fueron también significativos: 24.8% durante el período de práctica y 25% de los graduados.

En el cuadro 15 sobresale una cierta especialización laboral: predominan los hombres en los cargos de dirección (directores y gerentes), mientras que las mujeres son enganchadas preferentemente en el área de comercialización (bien sea para labores de comercio exterior o de mercadeo y ventas locales). Sin embargo, considerados en su conjunto, los negociadores internacionales -debido quizás a la juventud de la profesión y de ellos mismos- ocupan puestos secundarios en sus empresas (el 69.8% se distribuye entre "otros cargos" y labores de asesoría).

²⁷ López, Hugo. Ibid.

Cuadro No. 15
Categorías ocupacionales
(Distribuciones porcentuales)

Tipo de cargo	Semestre de grado				Totales		
	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2	Mujeres	Hombres	Total
Director General	3.7		4.5	4.7	1.1	8.2	3.7
Dir. Comercio Exterior	3.7	4.5	11.4	2.3	5.7	6.1	5.9
Otros cargos en Comercio Exterior	7.4		20.5	34.9	19.5	18.4	19.1
Gerente de Mercadeo	14.8	18.2	6.8	7.0	8.0	14.3	10.3
Otros cargos en Mercadeo y Ventas	29.6	13.6	15.9	23.3	26.4	10.2	20.6
Asesores y asistentes	22.2	45.5	20.5	16.3	28.7	14.3	23.5
Director o Gerente	14.8	9.1	13.6	4.7	5.7	18.4	10.3
Otros	3.7	9.1	6.8	7.0	4.6	10.2	6.6
Totales	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

La afirmación precedente se corrobora al examinar el posicionamiento de los encuestados en la jerarquía del sistema organizacional²⁸, puesto que el 65.4% de los egresados ocupa cargos de tercer y cuarto nivel; sin embargo, el porcentaje de participación de los que se encuentran en primer nivel (18.4%) no es despreciable.

Es de anotar que los primeros niveles son más frecuentes en las organizaciones pequeñas y medianas, en donde al egresado se le da mayor importancia y, por ende, una mayor participación a la hora de acceder a puestos de alta jerarquía. Esta composición va disminuyendo mientras más se avanza en las grandes organizaciones, en donde son pocos los que llegan a ocupar cargos de este rango. Mientras que en las pequeñas empresas se encontraron 18 egresados en cargos del primer nivel, al pasar a las medianas, esta cantidad disminuyó a 6, y en las grandes aparece sólo un egresado ocupando un puesto de esta categoría.

²⁸ La escala jerárquica fue categorizada de la siguiente forma:

Primer nivel: Presidente, Gerente, Director General, etc.

Segundo nivel: Vicepresidente, Subgerente, Subdirector, etc.

Tercer nivel: Director de división, jefe de división, etc.

Cuarto nivel: Según las divisiones de la empresa, analista, etc.

Quinto nivel: Según las divisiones de la empresa.

El nivel del cargo se considera en el contexto de toda la empresa y no solo de la regional o sucursal en la cual se trabaja.

Cuadro No. 16
Nivel administrativo del cargo y tamaño de empresa

Niveles	Pequeña		Mediana		Grande	
	No.	%	No.	%	No.	%
Primer Nivel	18	40.9	6	18.8	1	1.7
Segundo Nivel	5	11.4	8	25	2	3.3
Tercer Nivel	8	18.2	8	25	18	30
Cuarto Nivel	13	29	8	25	34	56.7
Quinto Nivel			2	6.3	5	8.3
Totales	44	100	32	100	60	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

Según las encuestas aplicadas, al 63.2% de la población le brindan oportunidades o programas de capacitación tanto en temas laborales como de la vida personal. Sin embargo, la participación en estos eventos es inversamente proporcional a la categoría del cargo ocupado; quienes se encuentran en la parte inferior de la escala jerárquica disfrutaron de mayor capacitación (el 71.4% de ellos reconoció haberse beneficiado de estos programas) que aquellos ubicados en los primeros niveles (la cifra obtenida fue del 48%).

Esta desigualdad se encuentra asociada al hecho de que son las grandes empresas las que disponen de los recursos económicos necesarios para capacitación de sus empleados y la importancia que ejercen esos cursos en el proceso de promoción laboral. En las pequeñas empresas los recursos asignados a capacitación son mucho más bajos, pese a que ésta sigue jugando un factor primordial para el crecimiento de la organización, de acuerdo con las cifras obtenidas en la encuesta (ver cuadros en anexo estadístico).

Según tipo de empresas, el 88.24% de los negociadores trabaja en empresas privadas; en públicas, el 7.6%. Respecto a la propiedad del capital, las cifras indican que el 76.5% de los egresados labora en empresas de capital nacional, el 8.1% en firmas de capital extranjero y el 15.4% en empresas de capital mixto. Cabe destacar que los egresados de graduación más reciente trabajan principalmente en empresas de capital nacional.

El 44.1% de los egresados se encuentran laborando en empresas grandes²⁹, el 23.5% está en empresas medianas y por último el 32.4% está en las empresas pequeñas. Es importante destacar que, en su mayoría, los negociadores

²⁹ La categorización de las empresas se hizo de la siguiente forma:

Empresa Grande: Más de 200 empleados

Empresa Mediana: Entre 50 y 200 empleados

Empresa Pequeña: Menos de 50 empleados

graduados durante 1999 se han ubicado en Pymes, con el propósito de apoyar el desarrollo del plan exportador del actual gobierno, denominado Expopyme³⁰.

Cuadro No. 17
Empleos según tamaño de empresas
(Distribuciones porcentuales)

Empresa	Semestre graduación				Totales		
	98-1	98-2	99-1	99-2	Mujeres	Masculino	Total
Pequeña	25.9	27.3	43.2	27.9	28.7	38.8	32.4
Mediana	22.2	22.7	13.6	34.9	28.7	14.3	23.5
Grande	51.9	50.0	43.2	37.2	42.6	46.9	44.1
Total	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

Una conclusión inicial del análisis sobre cargos indica que los negociadores pueden clasificarse en la categoría ocupacional de “empleado” (así lo reconoció el 91.2% de ellos), mientras que el 8.8% restante corresponde a dueños o socios gestores de su propia empresa. Si bien este último es un porcentaje bajo, hay que destacar que se trata de una población joven (la mayoría no tiene más de veinticinco años) con expectativas de conformar su propia empresa exportadora, según lo manifestaron durante las entrevistas.

8.3.2 Remuneración y competencia laboral

Por rangos de ingresos, el 43.4% de los egresados recibe entre \$1.000.000 y \$1.500.000 mensuales; un 27.9% devenga tiene ingresos superiores a \$1.500.000 y el 12,5% entre \$500.000 y \$750.000. En este último rango se encuentran principalmente los graduados durante 1999, lo cual puede ser reflejo de la importancia atribuida -por las empresas- a la experiencia laboral, pero también de la coyuntura económica del país, que ha obligado a muchos egresados a reducir sus expectativas laborales en términos de puestos y remuneraciones deseadas.

Este comportamiento fue manifiesto -en el caso particular del área de comercio exterior- por quienes trabajan en el programa Expopymes. Aquí puede agregarse que, debido a los bajos rangos de ingresos, el 78.7% de los negociadores internacionales perciben salarios que no son integrales.

³⁰ Para garantizar una cobertura nacional y el desarrollo efectivo de las diferentes etapas del programa Expopyme, el gobierno nacional le brinda como recurso trabajar de la mano de diferentes universidades, entre las cuales la Universidad Eafit se encuentra participando activamente con sus estudiantes de práctica y con sus egresados. Ver más información en: www.expopymes.com.co

Cuadro No. 18
Niveles salariales
(Distribuciones porcentuales)

Niveles salariales	Semestre grado				Totales		
	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2	Mujeres	Hombres	Total
Menos de \$ 500.000			9.1	7.1	4.6	6.1	5.1
Entre \$ 501.000 y \$ 750.000			15.9	23.2	17.3	4.1	12.5
Entre \$ 750.000 y \$ 1.000.000	11.1	13.6	9.1	11.6	12.6	8.2	11.1
Entre \$ 1.000.000 y \$ 1.500.000	48.2	45.5	43.2	39.5	41.4	46.9	43.4
Mas de \$ 1.500.000	40.7	40.9	22.7	18.6	24.1	34.7	27.9
Totales	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

Es importante anotar que los hombres perciben mayores salarios y ocupan puestos de niveles jerárquicos superiores en comparación con las mujeres, pese al predominio numérico de éstas en la carrera.

En cuanto a competencia laboral, la mayoría de los negociadores internacionales coincide en señalar como competidores directos a los profesionales de carreras como administración, economía y contaduría (56.4%); un 16.4% de los encuestados declara no enfrentarse a ningún tipo de competencia a la hora de aplicar a un trabajo, mientras que el 10.9% la encuentra entre los mismos negociadores; e incluso existe un 0.6% que califica como competidores a los técnicos en comercio exterior, especialmente en los niveles jerárquicos más operativos.

Cuadro No. 19
Competencia laboral
(Distribuciones porcentuales)

Profesionales	Semestre de graduación				Totales		
	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2	Mujeres	Hombres	Total
Administradores Contadores, Economistas.	62.5	43.5	54.9	59.3	54.4	59.7	56.4
Negociadores Internacionales	9.4	21.7	2	15.3	15.5	3.2	10.9
Ingenieros	9.4	8.7	15.7	5.1	11.7	6.5	9.7
Técnicos en Comercio Exterior				1.7	1		0.6
Otros	3.1	4.3	3.9		1.9	3.2	2.4
Ninguno	15.6	17.4	19.6	13.6	14.5	19.4	16.4
No Sabe		4.4	3.9	5	1	8	3.6
Totales	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

Los hombres son más enfáticos que las mujeres en declarar que no tienen ningún tipo de competencia, así lo hace el 19.4%, mientras que en sus mismos compañeros no ven ningún tipo de amenaza; por el contrario, el 15.5% de las mujeres califican de competidores a sus colegas y existe un 11.7% de ellas que considera como tales a los ingenieros administrativos y de producción.

8.3.3 Otros aspectos de la vida laboral

Este ítem incluye los sentimientos de los egresados respecto al mundo laboral y su inserción en el mismo; así como las perspectivas y los planes de vida futuros como parte de su proyección personal y profesional.

Los egresados sienten haber tenido un buen grado de aceptación al empezar a laborar como Negociadores Internacionales. El 44% cree que la aceptación ha sido excelente, mientras que un 42% adicional piensa que fue buena. Esta calificación se fundamenta en las consideraciones y comentarios que los egresados han recibido durante su desempeño.

Cuadro No. 20
Nivel de aceptación al empezar a trabajar
(Distribuciones porcentuales)

Nivel de aceptación	Semestre de graduación				Totales		
	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2	Hombres	Mujeres	Total
Excelente	41	48	43	46	34	50	44
Buena	34	39	43	46	55	34	42
Normal	19	13	14	6	10	14	12
Regular	3			2		2	1
No responde	3				1		1
Totales	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

El conocimiento del idioma inglés constituye un factor muy valioso en el proceso de obtención de un empleo, independientemente del nivel jerárquico del cargo, según lo resaltó el 86.7% de los egresados. En efecto, al indagar sobre la importancia del bilingüismo para acceder a un trabajo, la mayoría de los encuestados (86.7%) respondió que ha sido fundamental para lograr su enganche laboral. Mientras que un 13.33% considera que les han tenido en cuenta otras habilidades y que esta variable -aunque importante- no fue un elemento primordial para su vinculación.

Respecto al manejo de lenguas extranjeras, se encontró que el 29.7% de los egresados habla por lo menos otra diferente al inglés. De éstos, el francés es el idioma que más relevancia tiene con un 13.9%, seguido del alemán con un 8.5% y otros, entre los que se incluyen el japonés y el portugués, con un 7.3%. Estos datos demuestran que ya el inglés no es considerado como una segunda lengua de importancia, sino que se cataloga como básico e imprescindible.

A manera de síntesis sobre el perfil laboral del egresado de Negocios Internacionales, puede decirse que éste recibió una formación académica privilegiada, tanto a nivel secundario como universitario, propia de los segmentos poblacionales de ingresos alto y medio-alto, lo que facilita académica y socialmente su ingreso en el mercado laboral y explica los elevados niveles de ocupación encontrados, lo que corrobora la expresión de Hugo López: “Los egresados provenientes de estratos medio alto y alto consiguen empleo más fácilmente que los de estratos medio y bajo”³¹.

Desde sus inicios laborales, los egresados se han caracterizado por ubicarse en la región metropolitana del Valle de Aburrá y, al interior de las empresas, en las áreas de mercadeo y de comercio exterior; además, acorde con las tendencias de terciarización de la economía, en el sector servicios se concentra la mayor parte de los negociadores internacionales.

Las grandes empresas privadas nacionales son las principales captadoras de estos profesionales, seguidas por las pequeñas y medianas empresas vinculadas al plan exportador del gobierno (programa Expopyme). Como es de esperarse, debido a su juventud, los egresados ocupan cargos de jerarquía intermedia, de tercero y cuarto niveles.

Si bien casi todos los egresados son empleados, la mayoría planea en el futuro tener su propia empresa y existe actualmente un 8.8% de la población que son dueños o socios gestores de una empresa; son jóvenes empresarios, menores de veinticinco años, que comienzan a marcar su camino y a incentivar y fortalecer el empresarismo en la comunidad de Negociadores.

Las condiciones salariales de los egresados reflejan el comportamiento del mercado para los trabajadores con educación superior; sus salarios mensuales oscilan entre 1.000.000\$ y 1.500.000\$, pero son más bajos para los recién egresados. Los hombres son los más privilegiados en este sentido al recibir, en promedio, mayores ingresos que las mujeres, además de ocupar cargos de más altas jerarquías en las organizaciones.

La estabilidad laboral es otra importante característica, aunque no sorprendente; en efecto, el 72% de la población encuestada solo ha tenido un empleo, fenómeno mucho más notorio entre quienes llevan menos de un año de graduados.

³¹ op. cit. p. 56

La competencia laboral se encuentra concentrada en los administradores, contadores y economistas, según lo perciben los egresados; además, son los hombres quienes se sienten menos intimidados por la competencia, mientras que las mujeres ven -aún en sus mismos compañeros- una fuerte competencia.

Los egresados sienten haber tenido una adecuada aceptación al iniciar labores profesionales y consideran que el inglés ha sido una ventaja competitiva para su inserción en el mercado laboral. Estas apreciaciones constituyen un espaldarazo a la calidad académica del programa y a su pertinencia social.

El desempleo entre los Negociadores registra una tasa promedio de 15.6%, pues varía entre hombres y mujeres, al igual que entre promociones de graduados. En efecto, si bien la población está caracterizada por la mayor cantidad de mujeres, son los hombres y, en especial, los de graduación más reciente (semestre 1992-2) quienes presentan la mayor tasa de desempleo. Los desempleados atribuyen su situación a la crisis coyunturas de la economía colombiana, que para el primer semestre de 2000 presenta un índice de desempleo del 20.2% a nivel nacional y de 22.2% para Medellín.

9. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA

En este capítulo se realiza una evaluación del programa con base en las apreciaciones de egresados y empleadores. Esto posibilitará una contrastación con los perfiles definidos anteriormente y con la visión institucional de la carrera.

Desde la perspectiva de egresados y empleadores, la pertinencia de la carrera se reconoce en términos de la satisfacción o complacencia con los resultados alcanzados por unos y otros. La satisfacción es el estado a través del cual se manifiesta un sentimiento de agrado, de realización y concordancia entre lo que se busca obtener y lo obtenido.

Los egresados -al confrontar lo aprendido en su trayectoria académica con la experiencia laboral- desarrollan sus propios criterios para la evaluación retrospectiva del programa cursado. La satisfacción del medio con los egresados se estableció mediante la recolección de las opiniones de los empleadores, quienes calificaron, mediante el uso de escalas previamente definidas, diversos aspectos sobre desempeño de los negociadores internacionales.

9.1 La perspectiva de los egresados

Los egresados evaluaron su carrera al contestar la tercera sección de la encuesta, en la cual se recogían sus opiniones sobre aspectos como: correspondencia entre el plan de estudios y el perfil profesional definido, grado de satisfacción de las necesidades del medio, y enriquecimiento personal alcanzado; además, se brindaba la oportunidad para que el egresado expresara, de manera abierta, otros comentarios y sugerencias a la Universidad con miras al mejoramiento del programa.

Cuadro No. 21
Correspondencia entre el plan de estudios y el perfil definido
(Distribuciones porcentuales)

Calificaciones	Promociones				Totales		
	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2	Mujeres	Hombres	Total
Muy Apropiada	3.1	8.7	17.7	10.2	10.7	11.3	10.9
Apropiada	56.3	56.5	52.9	71.2	60.2	61.3	60.6
Regularmente Apropiada	40.6	34.8	25.5	18.6	29.1	24.2	27.3
Inapropiada			3.9			3.2	1.2
Totales	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

Al interrogar al egresado sobre la correspondencia entre el plan de estudios y el perfil profesional definido por la Institución, el 60.6% contestó que era apropiada, el 27.3% respondió que regularmente apropiada y muy apropiada solo el 10.9%.

En las preguntas abiertas muchos de los egresados utilizaron el calificativo de carrera integral; el cual lo explicaban como un programa de formación muy completo en términos generales, poseedor de las características necesarias para desempeñarse en el medio. Fue así como el 36.4% consideró su profesión como una carrera integral, el 36.4% de los egresados piensan que la carrera es completa (integral), pero posee deficiencias en la teoría y en la práctica e incluso algunos de ellos dicen que el programa no cumplió con sus expectativas por los vacíos a nivel práctico, aunque consideran que da una visión global.

El 33.3% piensa que es un programa teórico-práctico muy integral, que provee al egresado de todas las herramientas necesarias para desempeñarse laboralmente y, a su vez, le permite adquirir una visión y una formación amplias y acordes con la realidad social.

Finalmente un 18.2% piensa que hubo materias inapropiadas para la vida laboral, como algunas dictadas en inglés, y poco énfasis en las áreas de razonamiento lógico como las matemáticas y logística. Tampoco faltan quienes juzgan que la Universidad carece de un pènsum adecuado y completo.

Cuadro No. 22
Evaluación abierta del programa
(Distribuciones porcentuales de las opiniones emitidas)

Opiniones	Promociones				Totales		
	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2	Mujeres	Hombres	Total
Programa Integral	28.1	30.4	27.5	42.4	29.2	40.3	33.3
Integral con deficiencias en teoría y práctica	37.5	30.4	37.3	37.3	40.8	29.1	36.4
Materias inapropiadas	21.9	26.2	19.6	11.9	18.4	17.7	18.2
Se necesitan mayor énfasis en habilidades de Negociación		4.3	7.8	1.7	2.9	4.8	3.6
No responde	12.5	8.7	7.8	6.7	8.7	8.1	8.5
Totales	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

Sin embargo, al preguntar al egresado si realmente la carrera satisface las necesidades del entorno social, un 86.7% estuvo de acuerdo en afirmarlo, mientras que el 13.3% respondió negativamente. Los egresados enfatizaron -al argumentar en esta sección de la encuesta- que el medio todavía no sabe qué esperar de un Negociador Internacional y que tiende a confundirlo con técnicos en comercio exterior o con los administradores de empresas.

El cuestionario contiene una pregunta en la cual los egresados señalan aquellas áreas académicas que consideran más importantes para el desempeño laboral. A esta pregunta, el 23.6% respondió que las áreas más importantes y que más beneficio les han reportado en su actividad profesional fueron finanzas y contabilidad. El 19.4% ubicó al mercadeo como la mejor; el 17% a economía y el 11.5% a los cursos de comercio exterior y negociación. Estos resultados están muy ligados a la naturaleza del cargo que ocupan actualmente, o al que desempeñaron en la práctica, lo que exige considerarlos sólo como indicadores parciales para posibles modificaciones del plan de estudios.

Cuadro No. 23
Áreas académicas relevantes para la actividad laboral
(Distribución porcentual de las opiniones)

Áreas académicas	Promociones				Totales		
	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2	Mujeres	Hombres	Total
Negociación	21.9	4.3	9.8	10.2	11.7	11.3	11.5
Economía	12.5	13.0	19.6	18,6%	16.5	17.7	17.0
Finanzas y Contabilidad	21.9	30.4	27.5	18,6	23.3	24.2	23.6
Comercio Exterior	12.5	8.7	9.8	13,6	12.6	9.7	11.5
Mercadeo	21.9	26.1	13.7	20,3	18.4	21.0	19.4
Contabilidad	6.3		3.9	5,1	3.9	4.8	4.2
Humanidades	3.0	13.0	3.9	5,1	4.9	6.5	5.5
Proyectos		4.5	11.8	8,5	8.7	4.8	7.3
Totales	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

La motivación para la creación de empresa fue otro factor importante en la evaluación del programa por parte de la población encuestada. Al respecto, el 64.8% considera que la Universidad no los motivó a la creación de empresas, siendo las mujeres las más enfáticas al afirmarlo, al igual que quienes trabajan en el área de mercadeo, finanzas y en ventas. Los egresados que sí sintieron la motivación por parte de la Universidad, se encuentran trabajado en algún área de negocios internacionales, y dentro de sus planes está la creación de empresas, particularmente en el área de servicios y asesorías a las Pymes.

Cuadro No. 24
Reconocimiento de motivación al empresarismo según cargos ocupados
(Distribuciones porcentuales)

CARGO SEGÚN NIVEL	SI	NO	TOTAL
Director General	40.0	60.0	100
Director de comercio exterior	37.5	62.5	100
Otros cargos en Comercio exterior	53.8	46.2	100
Director o gerente de mercadeo	28.6	71.4	100
Otros cargos en mercadeo y ventas	21.4	78.6	100
Asesores o asistentes	28.1	71.9	100
Director o gerente	35.7	64.3	100
Otros	44.4	55.6	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

Para efectos de la evaluación del programa, también se consideró importante preguntar al egresado el grado de satisfacción con la Universidad de acuerdo a la motivación o enriquecimiento personal que ésta le procuró, esperando que este sentimiento fuera alto y significativo.

De los encuestados la gran mayoría, el 89.1%, consideró que la Universidad los enriqueció como seres humanos y el 10.9% restante piensa que no fue grande la influencia a nivel personal que recibieron de la Institución; en las respuestas de éstos últimos, se reflejó un sentimiento de inconformidad y descontento con la enseñanza recibida en el área de humanidades.

De acuerdo a los anteriores resultados, es importante para la Universidad saber si los egresados dan crédito a su carrera. Al indagarlo, se descubrió que el 92.7% de los egresados de Negocios Internacionales recomendarían la carrera y sólo un 7.3% no lo haría. Las razones más importantes para recomendarla son el nivel académico (así opinó el 26.1% de los egresados), seguido del prestigio de la Institución y de las posibilidades laborales que ésta ofrece (25.5%). Pese a que ellos consideran que el programa tiene fallas, creen que es posible subsanarlas y mejorar la carrera en concordancia con lo que el mercado laboral necesita.

Los egresados piensan que la relación existente -entre lo que aprendieron en la carrera y el cargo en el que se encuentran trabajando actualmente- es directa y perceptible (opinión del 69.9%), porcentaje que crece entre los graduados en 1999, mientras que el 30.1% del total considera que su actividad laboral actual no tiene una relación directa con lo aprendido ni necesidad de utilizarlo. Desde el tercer nivel en adelante se observa mayor descontento con el perfil propuesto y otorgado por la carrera.

Cuadro No. 25
Conformidad con el perfil de la carrera según nivel admvo. del cargo
(Distribuciones porcentuales de opiniones)

Opiniones	Nivel Administrativo				
	1	2	3	4	5
Conforme	80	80	70.6	69.1	14.3
Inconforme	20	20	29.4	30.9	85.7
Totales	100	100	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, marzo de 2000

En cuanto a su satisfacción en el cargo actual, el 88.2% se encuentra satisfecho, pese a no laborar en el área de comercio exterior, como eran sus expectativas iniciales. En efecto, por las características del programa –bilingüismo, énfasis en economía internacional, comercio exterior y negociación- muchos egresados esperan comenzar su vida laboral en cargos con responsabilidades en actividades internacionales, sin tener en cuenta la necesidad de hacer una carrera laboral dentro de las organizaciones.

Cuadro No. 26
Satisfacción con el cargo actual
(distribuciones porcentuales)

Opinión	Mujeres	Hombres	Total
Satisfecho	85.1	93.9	88.2
Insatisfecho	14.9	6.1	11.8
Total	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a Egresados. Marzo de 2000

Sin embargo, a medida que se disminuye el nivel jerárquico del cargo, se refleja una mayor insatisfacción, lo que es más notorio entre quienes ocupan puestos de cuarto y quinto niveles. En este aspecto, al igual que en lo concerniente al área organizacional de trabajo, se pone de presente la juventud e inexperiencia laboral de los egresados, pues tienen la ilusión de ascender rápidamente a los cargos de dirección.

En cuanto a la proyección de la carrera, el 56% de los egresados opina que las posibilidades para los futuros profesionales del programa son buenas; teniendo en cuenta las ventajas competitivas frente a otros profesionales, el nuevo plan de gobierno de fomentar las exportaciones del país y la tendencia a la globalización.

El 44% de los egresados expresa que las posibilidades son regulares y/o malas debido a la situación económica que está viviendo el país y al poco conocimiento que se tiene de la carrera y del perfil profesional del negociador internacional.

Cuadro No. 27
Posibilidades para los nuevos negociadores

Perspectivas	Promociones				Hombres	Mujeres	Totales
	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2			
Buenas	53	60.9	51	59.3	46.8	61.2	55.8
Regulares	44	39.1	39.2	35.6	43.5	35.9	38.8
Malas	3		9.8	5.1	9.7	2.9	5.4
Totales	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

9.1.1 Vínculos con la Universidad

El 67.3% de los negociadores internacionales no posee vínculos activos con la Institución, lo cual es preocupante, si se tiene en cuenta que son promociones de reciente graduación, por lo cual se esperarían enlaces más estrechos. Según los mismos egresados, la falta de información es uno de los mayores problemas.

Cuadro No. 28
Tipo de Vinculo con la Universidad
(Distribuciones porcentuales)

Vínculos	Promociones				Totales		
	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2	Mujeres	Hombres	Totales
Cultural	25	8.7	13.7	6.8	11.7	14.5	12.7
Laboral		21.7	5.9	8.5	9.7	4.8	7.9
Académico	6.2	8.7	5.9	6.8	8.7	3.2	6.7
Ninguno	68.8	56.5	68.6	69.5	68	66.2	67.3
Otro		4.4	5.9	8.4	1.9	11.3	5.4
Totales	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

Dos importantes formas de vinculación son la asistencia a eventos culturales o, al menos, el conocimiento de la programación (agenda) cultural, y la utilización de las instalaciones. Esta última con fines de académicos, ya que muchos de ellos utilizan la biblioteca o contactan a los profesores para adelantar proyectos de sus empresas o simplemente para estar más informados de los avances en las áreas que actualmente se desempeñan.

En cuanto a los canales de vinculación con la Universidad, según los datos del cuadro 29, predominan los informales (49.7%), seguidos por el Centro de Egresados que constituiría la vía de comunicación formal para un 35% de los negociadores internacionales.

Cuadro No. 29
Medios de vínculo con la Universidad EAFIT
(Distribuciones porcentuales)

Medios de vinculación	Promociones				Totales		
	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2	Mujeres	Hombres	Promedio
Centro de Egresados	28.1	47.9	31.4	37.3	39.8	27.4	35.2
Corporación Amigos EAFIT		4.4	2	1.7	1	3.2	1.8
Dpto. Negocios	12.5	13	5.8	5.1	7.7	8.1	7.8
CEC	9.4	4.3	3.9	5.1	4.9	6.5	5.5
Otros	50	30.4	56.9	50.8	46.6	54.8	49.7
Totales	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

Las acciones que viene adelantando el Centro de Egresados para mejorar los vínculos entre la Universidad EAFIT y sus graduados, hace suponer que esta dependencia se convertirá en el eje de comunicación entre los graduados de los diferentes programas y la Institución³².

9.1.2 Comunicaciones entre egresados y Universidad

El 53.3% no recibe ni lee ningún tipo de información. Situación que permite establecer la necesidad de una política institucional para comunicarse con el egresado o darle prioridad en las acciones del Centro de Egresados.

Los encuestados declaran que en el tiempo que llevan por fuera de la Universidad sólo recibieron información recién se graduaron. Esto podría explicarse por cambios en los domicilios de los egresados, sin actualización de

³² Cfr. EL EAFITENSE. No. 34 Abril de 2000, sección Los Egresados, págs. 12 y 13

sus datos en la Universidad, lo que ocasiona devolución de la correspondencia y deterioro de las relaciones entre egresados e Institución.

Cuadro No. 30
Comunicaciones recibidas por los egresados
(Distribuciones porcentuales)

Tipo de comunicación	Mujeres	Hombres	Total
Periódico El Eafitense	12.5	11.2	12.1
Periódico Nexos	3.9	8.1	5.5
Boletines diversos	14.6	8.1	12.1
Periódico El Empresario	1	1.6	1.2
Plegables de Curso	17.5	12.9	15.8
Ninguna	50.5	58.1	53.3
Total	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

9.1.3 Propuestas de mejoramiento

En cuanto al programa, los egresados encuestados hacen críticas y presentan sugerencias con base en sus experiencias laborales. Las críticas se concentraron en la falta de pragmatismo de los cursos, bien sea porque los estudiantes consideran que profesores carecen de experiencia laboral práctica (en empresas) sobre los temas que enseñan, o porque los cursos de comercio exterior y de negociación no cubrieron los tópicos más operativos, definidos por las normas y procedimientos legales. En sentir de los egresados, esta carencias le hacen perder pertinencia al programa (lo alejan de la realidad).

Aunque la diversidad de recomendaciones es grande (ver cuadro 31), las principales propuestas de mejoramiento –en concordancia con las falencias enunciadas- llaman la atención sobre el contenido práctico de los cursos de economía internacional, haciendo más énfasis en las normas y procedimientos de comercio exterior que en los aspectos teóricos y macroeconómicos.

También recaban sobre la necesidad de mejorar el cuerpo profesoral y proponen que se mejore el manejo de idiomas foráneos, realizando más clases en inglés y exigiendo, además, el aprendizaje de un tercer idioma desde el comienzo de la carrera, ya que el inglés no es tanto una ventaja sino una necesidad.

Cuadro No. 31
Sugerencias para mejoramiento del programa
(Distribuciones porcentuales)

Sugerencias	Promociones				Totales		
	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2	Hombres	Mujeres	Total
Fortalecer Humanidades	3.1	8.7	3.9	13.6	8.1	7.8	7.9
Mejorar exigencia académica		4.4	7.8	11.9	11.3	4.9	7.3
Dar mayor pertinencia a la carrera con la realidad	18.8	8.7	9.8	3.4	9.7	8.7	9.1
Incentivar la creación de empresas	3.1		3.9	8.5	6.5	3.9	4.9
Mejorar nivel práctico de comercio exterior	21.9	30.4	11.8	22	16.1	22.3	20
Mejorar calidad del profesorado	15.6	26.1	25.5	18.6	19.4	22.3	21.2
Enfatizar el manejo del Inglés	12.5	13	2	8.6	8.1	7.8	7.9
Permitir que la carrera sea más analítica	6.3		9.9	5	1.6	8.7	6.1
Fortalecer la oficina Relaciones Internacionales	3.1		5.9	6.8	6.5	3.9	4.9
Fortalecer mercadeo, diplomacia y geopolítica	9.4	8.7	11.8		8.1	5.8	6.7
Ninguna / No sabe	6.2		7.9	1.7	4.8	3.9	4.2
Totales	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a egresados, 2000

En conclusión, los egresados recomiendan:

- Comunicaciones: aumentar el contacto, haciéndoles participe de los actos y actividades que en la Universidad se llevan a cabo.
- Realizar procesos de mercadeo y publicidad para difundir y diferenciar la carrera en el medio empresarial frente a otros programas.
- Aumentar la participación de las empresas en la vida activa de la Universidad, como instrumento de fomento del empresarismo entre los estudiantes.

9.2 La perspectiva de los empleadores

El objetivo de esta sección es presentar las percepciones que sobre el programa tienen los empleadores, con el fin de contrastarlas con los perfiles definidos por la Universidad y con los análisis presentados en capítulos anteriores.

La información se recolectó mediante la aplicación de un formulario de encuesta que buscaba clasificar -de acuerdo con la importancia que tienen para cada empresa- las habilidades y características de los egresados e identificar sus principales fortalezas y debilidades personales y profesionales (ver anexo encuesta a empleadores).

Debe indicarse que esta sección del estudio presentó muchas dificultades, entre las cuales estuvo el tiempo (fue la última fase del estudio) y el contacto con los empleadores, ya que no hubo una respuesta oportuna a la encuesta; de las 93 empresas a las cuales se envió el formulario, sólo contestaron 20 (21.5%), pese a que se solicitó la intervención de los egresados para contar con la colaboración de sus jefes.

Por efectos metodológicos y de tiempo, se especificó una muestra razonada o intencionada. Este tipo de muestra exige un conocimiento previo del universo a estudiar; su técnica consiste en que el investigador escoge *intencionadamente y no al azar* algunas categorías que considera típicas o representativas del fenómeno que examinará. La elección intencionada no es representativa en términos estadísticos, pero tiene validez para los aspectos típicos o característicos del evento, escogidos *a priori* por el investigador.³³

Para este estudio, los parámetros utilizados fueron: encuestar a jefes de egresados que laboran directamente en el área de comercio exterior y que están vinculados a empresas radicadas en la ciudad de Medellín.

El primer criterio se determinó teniendo en cuenta los perfiles académico y profesional definidos institucionalmente para el programa³⁴, al igual que las expectativas laborales de los egresados; el segundo criterio con base en la distribución geográfica de las empresas en donde están vinculados los egresados; es decir, se buscó cubrir el segmento de la población más representativo y, aparentemente, más fácil de encuestar.

9.2.1 Antecedentes

De las empresas encuestadas -en su mayoría, empresas pequeñas o nuevas (con pocos años de existencia)-, el 35% había tenido estudiantes de práctica de la carrera de Negocios Internacionales, con muy buen desempeño laboral, lo cual explica la posterior vinculación de egresados del programa en calidad de empleados permanentes. Dada la novedad de la carrera, que registra sólo dos años de existencia en el mercado laboral, este hecho se constituye en indicador de su pertinencia social.

³³ **ANDER-EGG** Ezequiel. 1978. Introducción a las técnicas de investigación social. Pagina 89. Editorial Hvmanistas, Argentina.

³⁴ "La carrera de Negocios Internacionales de la Universidad EAFIT tiene como misión formar Negociadores Internacionales comprometidos con el desarrollo económico y social del país, especialmente en aquellos aspectos relacionados con la internacionalización de las actividades empresariales, capaces de desenvolverse en el medio internacional multicultural", dice el INFORME FINAL DE AUTOEVALUACION CON FINES DE ACREDITACION, página 24.

9.2.2 Evaluación de habilidades

La Universidad EAFIT ha definido -para los egresados de Negocios Internacionales- el siguiente perfil: "un profesional, con una amplia visión del mundo de los negocios globales y con un sólido criterio, que le permite desarrollar procesos de negociación que faciliten la inserción de las organizaciones en los mercados internacionales"³⁵.

Con miras a confrontar la vigencia de este enunciado desde la perspectiva de los empleadores, se les preguntó a éstos por las habilidades de los negociadores internacionales para facilitar la inserción de las organizaciones en los mercados internacionales. Para ello se identificaron cinco aspectos o habilidades, que aparecen enunciados en el cuadro siguiente, y se le solicitó a los empleadores que calificaran numéricamente de 1 a 5, (siendo 1 malo y 5 excelente).

Cuadro No. 32
Calificación de habilidades del Negociador Internacional

Habilidad	Calificación
Capacidad de abrir nuevos mercados	3.53
Gestionar recursos en el contexto exterior	3.68
Proponer adaptación de la empresa al orden internacional vigente	3.74
Gestionar alianzas estratégicas con instituciones o entidades internacionales	3.32
Vincular la organización con instituciones o entidades internacionales	3.79
Desempeñarse en forma adecuada en ambientes foráneos.	3.84

Fuente: Encuesta a empleadores. Universidad EAFIT, mayo de 2000

El promedio de las evaluaciones anteriores, 3.65, equivale -en términos generales- a una satisfacción del 73.0%, (sobre una nota máxima de 5.0), lo que puede considerarse una buena evaluación, teniendo en cuenta factores como: la novedad del programa, los altibajos del proceso de internacionalización de la economía colombiana, y la inexperiencia de los negociadores internacionales.

Esta interpretación sobre las calificaciones anteriores está respaldada en la opinión favorable del 80% de los empresarios, en el sentido de que la Universidad efectivamente está formando profesionales aptos para las actuales condiciones económicas y laborales del país (ver pregunta número 9 en el formulario anexo). Las opiniones negativas están centradas en el débil conocimiento de herramientas o instrumentos técnicos (normas y procedimientos) relacionados con los trámites propios a las operaciones de comercio exterior. En este caso, cabe anotar, existe cierta confusión -por parte de los empresarios- entre un técnico de comercio exterior y un profesional en Negocios Internacionales.

³⁵ Idem, pag. 26

9.2.3 Competencia profesional

Al preguntarle a los empleadores sobre los profesionales que podrían reemplazar a los egresados de Negocios Internacionales que trabajan para ellos, contestaron que la mayor competencia se encuentra en los administradores (según el 63.6% de los empleadores encuestados), seguido por los Ingenieros Administrativos (18.2%) y por profesionales de carreras afines a el Comercio Exterior, de acuerdo con el 11.8%.

Esta percepción coincide con la de los egresados: la mayoría (56.4%) encuentra como competencia directa a los administradores y economistas, mientras el 16.4% declara no enfrentarse a ningún tipo de competencia y el 10.9% la siente entre sus propios colegas. A diferencia de los empleadores, sólo el 0.6% la reconoce en los técnicos en comercio exterior.

Los hombres son más enfáticos que las mujeres en declarar que no tienen ningún tipo de competencia (así lo hace el 19.4%) y en sus mismos compañeros no ven ningún tipo de amenaza; por el contrario, el 15.5% de las mujeres ven en sus propios compañeros una fuente de competencia y el 11.7% en los ingenieros administrativos y de producción.

En conclusión, las preferencias de los empleadores son percibidas de manera muy clara por los egresados: son los administradores quienes compiten directamente con ellos en actividades de comercio exterior y cargos afines y, en este sentido, la diferenciación profesional no se encuentra completamente definida ni reconocida en el mercado laboral.

9.2.4 Propuestas de mejoramiento

El cuestionario incluyó dos preguntas tendientes a recoger las sugerencias de los empleadores para mejorar el pénsum de la carrera de Negocios Internacionales. La primera indagaba sobre las características deseables en un egresado de este programa, de acuerdo con las necesidades de las empresas.

Las respuestas recibidas permiten describir cuatro tipo de características: personales, laborales, de negociación y sociales. Las de mayor importancia, serían las habilidades laborales (manejos técnicos y prácticos), según consideró el 34.4% de los encuestados. Estas habilidades deben provenir, en su opinión, de la educación que los profesionales reciben en su formación. El 31.3% se refiere a las características personales que son inculcadas a través de la educación ética y moral que los padres les hayan dado a sus hijos. El 28.1% destaca las capacidades de negociación, las cuales, son importantes para el desarrollo efectivo de su carrera; sin embargo, en este punto, los empleadores son muy conscientes que buena parte del conocimiento se adquiere con la

práctica y la experiencia. Finalmente, el 6.3% le otorga mayor importancia a la actitud social, entendida como el compromiso individual de cada persona con el medio en el cual vive.

Cuadro No. 33
Características deseables

Tipo de característica	No.	%
Personales	10	31,3
Laborales	11	34,4
Negociación	9	28,1
Sociales	2	6,3
Totales	32	100,0

Fuente: Encuesta a empleadores. Universidad EAFIT, mayo de 2000

En conclusión, y de acuerdo a las respuestas de los empleadores, un Negociador Internacional debe cumplir con ciertos elementos que lo diferencien y caractericen de las demás profesiones del mismo corte. Para tal fin, señalan que un egresado de la Universidad EAFIT debe ser un individuo integral en sus aspectos personales, laborales y sociales, y se deben distinguir, además, por poseer y desarrollar cualidades como:

- Ser creativos, líderes, seguros de sí mismos, emprendedores, y con una alta sensibilidad social.
- Poseer capacidad de resolver problemas y adaptarse a situaciones nuevas.
- Tener conocimientos sobre los procedimientos básicos del comercio exterior (Exportación e Importación), los acuerdos comerciales y habilidades de negociación y comunicación.

Por último, conviene destacar los principales comentarios y/o sugerencias que los empleadores hacen a la Universidad:

- Dar mayor énfasis e infundir mayores responsabilidades y compromisos sociales a los egresados para que éstos le brinden prioridad a sus labores como sujetos pertenecientes y responsables del devenir de la sociedad.
- Reforzar a través de la academia el estudio y manejo de los procesos de exportación, sobre todo las exportaciones de servicios y el E-commerce.
- Mejorar las habilidades en las áreas financieras.

En conclusión, los profesionales egresados de Negocios Internacionales de la Universidad EAFIT tienen una buena acogida en el mercado laboral, pese a que se trata de una carrera nueva.

La segunda pregunta solicitaba escoger, entre 8, las áreas académicas cuyo estudio convendría intensificar en el currículo. La distribución porcentual de sus respuestas aparece en el cuadro siguiente.

Cuadro No. 34
Áreas académicas susceptibles de fortalecer en el currículo
(Distribución porcentual)

Área Académica	%
Comercio Exterior	22.8
Negociación	19.3
Finanzas	15.8
Proyectos	15.8
Mercadeo	12.3
Economía	5.3
Humanidades	5.3
Contabilidad	3.4
Total	100

Fuente: Encuesta a empleadores.
Universidad EAFIT, mayo de 2000

Para los empleadores es de gran importancia intensificar el área de Comercio exterior, la cual tuvo la mayor frecuencia (22.8%), seguido del área de Negociación con él 19.3% y Finanzas y Proyectos con el 15.8% cada una; Mercadeo obtiene también un porcentaje importante (12.3%). Éstas son precisamente las áreas en las cuales se desempeña la mayoría y son, además, las más ligadas a la esencia de la carrera y al perfil definido para la misma.

Lo anterior coincide con las sugerencias realizadas por los egresados, quienes no sólo sugieren mejorar e intensificar las mismas áreas en el currículo académico, sino que también las identifican como las que más les han beneficiado en su actividad laboral.

10. CONCLUSIONES

Con el fin de mejorar continuamente la calidad de sus programas, y como expresión de su política de calidad, la Universidad EAFIT emprendió el proceso de acreditación de la carrera de Negocios Internacionales.

En el proceso de autoevaluación, se identificó como debilidad la juventud del programa, pues sólo cuenta con cuatro generaciones de egresados (los primeros graduados en junio de 1998). La carrera se encuentra viviendo una etapa de posicionamiento en el medio laboral, si bien se ha visto favorecida por el desarrollo de un semestre de práctica empresarial.

En términos de los objetivos propuestos, los principales hallazgos de este estudio indican que los negociadores internacionales graduados en la Universidad EAFIT conforman una comunidad caracterizada por su juventud, la inmensa mayoría son menores de 25 años, con una alta participación femenina, con predominio de los célibes pues consideran que es necesario alcanzar una solidez financiera, laboral e intelectual antes de conformar un hogar.

Mediante un análisis territorial se pudo explorar la distribución espacial de esta comunidad en términos sociales, económicos y geográficos, así como la nacionalidad y los gustos y preferencias de consumo. Al respecto, se encontró que, el entorno de este grupo está formado por sitios comunes a la gran mayoría de ellos: el lugar de residencia, el colegio y los lugares visitados en su tiempo libre (clubes, fincas, centros comerciales, gimnasios, cines, cafés, bares y restaurantes). La mayor parte de la población se encuentra residiendo en el área metropolitana, configurando una identificación de clase social entre los egresados cuyas áreas de residencia son de estrato alto (5 y 6). Sus características sociodemográficas determinan un comportamiento y estilo de vida como grupo con hábitos comunes.

La influencia familiar es un factor representativo para los estudiantes (en este caso los ya graduados) a la hora de tomar la decisión de la profesión a seguir, las promociones de egresados analizadas provienen de padres con elevados grados de escolaridad –quizás superiores a los que prevalecían en años anteriores-, si bien todavía un gran porcentaje de las madres son amas de casa.

La trayectoria académica condiciona, al menos parcialmente, las posibilidades de acceso al mercado laboral, pues es un factor que permite reconocer al individuo en virtud de sus capacidades y calificación; en este aspecto, los egresados de Negocios Internacionales se caracterizan por sus buenos méritos académicos, quizás superiores a otros profesionales de carreras análogas, tanto en lo que concierne a los requisitos para ingresar a una universidad como al desempeño logrado durante la realización del programa. Para la vida laboral, esta trayectoria académica se encuentra reforzada con la realización de un semestre de práctica, como parte del plan de estudios.

Articular a los egresados como una comunidad de negociadores internacionales, exige realizar un análisis de sus condiciones externas e internas, es decir, mirarlo desde lo económico y desde la organización para reconocerlo como individuo de una comunidad profesional caracterizada por un perfil específico. Este análisis es importante para EAFIT porque le permite conocer el entorno y las necesidades del mercado laboral de los egresados de Negocios Internacionales

La población presenta una tasa global de participación del 97%, con un nivel de desempleo del 15.6% que -si bien es alto- resulta inferior al promedio nacional y al registrado el área metropolitana de Medellín y el Vallé de Aburrá. Es la población masculina la más afectada por el desempleo con una tasa del 19%, superior al 13.7% de las mujeres. A pesar del desempleo, es una población muy estable laboralmente hablando, pues la gran mayoría de egresados sólo ha tenido un empleo durante su vida profesional.

Las áreas de mercadeo y comercio exterior en los sectores de servicios y manufacturero son las más representativas en la captación de negociadores internacionales; mientras que las empresas privadas y nacionales constituyen su principal nicho de mercado. Como es de esperarse, debido a su juventud, los cargos ocupados por estos profesionales corresponden a niveles jerárquicos intermedios del tercero y cuarto orden.

Si bien casi todos los egresados son empleados, la mayoría planea en el futuro tener su propia empresa y existe actualmente un 8.8% de la población –la mayoría hombres- que son dueños o socios gestores de una empresa.

Las condiciones salariales de los egresados son muy homogéneas; sin embargo, los hombres son los más privilegiados, al recibir mayores ingresos que las mujeres, además de ocupar cargos de jerarquías superiores.

La competencia laboral se encuentra concentrada en los administradores, contadores y economistas según lo perciben tanto egresados como empleadores.

Al evaluar el programa, los egresados expresan abiertamente su satisfacción con la carrera y con el perfil definido por la Institución, calificándole como una carrera integral que da una visión y una formación amplia para el desarrollo efectivo de la profesión y el desarrollo personal. Esta percepción coincide con la de los empleadores, para quienes si bien existen elementos por mejorar, el desempeño de los negociadores corresponde al perfil profesional definido.

Pese a esta conformidad con el programa y sus particularidades, los encuestados destacaron que existen limitantes a la expansión a la carrera en el medio laboral. Una de éstas es la falta de conocimiento por parte de los empleadores sobre cuáles son las competencias profesionales de un negociador internacional, por lo que tienden a confundirlos con administradores y les adjudican sus mismas funciones, desperdiciando así, su potencial en el campo de los negocios internacionales. Es por esto que sugieren hacer más mercadeo a

la carrera en el medio y, en cuanto al p nsum, sugieren incentivar más la creación de empresas; también, -al igual que los empleadores- mejorar y fortalecer el conocimiento y la aplicación de los procesos y normas legales sobre comercio exterior y aumentar el nivel de exigencia en los idiomas y lo académico.

En síntesis, puede concluirse que se alcanzaron los objetivos propuestos con esta investigación sobre el perfil socioeconómico y laboral de los negociadores internacionales de EAFIT y que sólo queda que los responsables académicos del programa analicen -como parte del plan de mejoramiento- los resultados de este trabajo.

11. BIBLIOGRAFÍA

ACOFI (Asociación colombiana de facultades de ingeniería): **Sistema de acreditación y asesoría para programas de Ingeniería en Colombia. SAAPL. Glosario de términos.** Santafé de Bogotá Agosto de 1996 Colciencias y Acofi.

ALDANA, Marta Cecilia, y María Victoria Tobón: **Perfil de 218 Estudiantes de la Facultad de Trabajo de la Universidad Pontificia Bolivariana.** Universidad Pontificia Bolivariana. Facultad de trabajo Social. Medellín, 1989.

ALVAREZ Cisternas, Marisol. **Hacia el Concepto de Calidad en la Educación Superior.** Documento de la Universidad del Mar. Chile, 1994.

ARANGO, Jorge, Emma Gutiérrez y María Londoño: **Estudio Comparativo del Grado de Satisfacción de los Egresados del INEM José Felix de Restrepo y del Liceo Enrique Vélez Escobar.** Tesis (Mágister en Educación: Orientación y Consejería) Universidad de Antioquía Facultad de Educación. Medellín, 1986.

BETANCUR Gómez, Lina María: **Perfil Académico y Laboral de los Trabajadores Sociales Egresados de la Universidad de Antioquía en el Periodo 1974–1997.** Tesis Universidad de Antioquia. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Medellín, 1999.

BOTERO Adriana, Silvia Castañeda y otros: **Desempeño Profesional de los Egresados de la Facultad de Trabajo Social de la Universidad Pontificia Bolivariana y sus opiniones frente a la vida de la Facultad y la Universidad. Promociones 1980–1985.** Universidad Pontificia Bolivariana. Facultad de Trabajo Social. Medellín, 1997.

CORREAL, María Elsa y Claudia Rebolledo: **Percepción de la calidad de la educación en la Facultad de Ingeniería.** Universidad de los Andes. Santafé de Bogotá, enero de 1997.

DANE. Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas. C.I.I.U. República de Colombia XIV Censo Nacional de población y III Vivienda.

FLOREZ, Carmen Elisa y Tatiana Melguizo: **Hacia una evaluación de la calidad institucional de la educación de pregrado en la Universidad de los ANDES.** Santafé de Bogotá, 1998.

HOYOS Vásquez, Jorge: “Papel de los Egresados en la Universidad”, en: **Revista Universitas Humanísticas**, Universidad Javeriana. Santafé de Bogotá, 1985.

LÓPEZ Castaño, Hugo: ***La Educación Superior en Antioquia***. Colciencias, DNP Departamento Nacional de Planeación, Centro de información para el empleo (SENA), Corporación CIDE. Medellín, 1996.

LORA, Eduardo. ***Técnicas de Medición Económica. Metodologías y Aplicaciones en Colombia***. Tercer Mundo Editores. Fedesarrollo. Santafé de Bogotá, 1994.

OCHOA Botero, Juan Carlos: ***La Trayectoria Personal, Laboral y Empresarial de los Egresados de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad EAFIT***. Trabajo de Investigación. Universidad Eafit. Medellín, 1998.

OSORIO Giraldo, Ana Rocio y Catalina María Jaramillo Ospina: ***Estudio sobre Deserción Estudiantil 1995–1998***. Oficina de Planeación Integral. Universidad EAFIT. Medellín, 1999.

PINILLA P., Pedro A.: ***Seguimiento de Egresados de la Educación Superior: Orientaciones Metodológicas***. ICFES. Bogotá, 1985.

REINA, Patricia: “El Perfil del Negociador Internacional y Colombiano”, en: ***Revista Apertura Económica Internacional***, No. 68, Santafé de Bogotá: octubre-noviembre de 1995, pag. 53.

RESTREPO Alvarez, Adriana Patricia. ***El Perfil del Ingeniero de Sistemas de EAFIT***. Trabajo de Grado. Universidad Eafit. Medellín, 1993.

RICO Guerra, Dora María: ***Perfil Académico de los Trabajadores Sociales Egresados de la Universidad de Antioquia 1983–1987***. Tesis Universidad de Antioquia. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Medellín, 1990.

TIRADO Obando, Jorge Enrique. ***Sistema de Medición de los Diferentes Índices de Aceptación y Desempeño de los Egresados de Ingeniería de Sistemas de la Universidad EAFIT***. Universidad Eafit. Departamento de Ingeniería de Sistemas. Medellín, 1994.

UNIVERSIDAD EAFIT. ***BOLETIN ESTADISTICO***. Años 1993 y 1994.

UNIVERSIDAD EAFIT. Carrera de Negocios Internacionales. ***Informe de Autoevaluación con fines de acreditación***. Medellín, enero de 2000.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Sede Medellín: ***Perfil socioeconómico de los estudiantes***. Universidad Nacional de Colombia. Sede Medellín. Bienestar Universitario. Medellín, 1993

12. ANEXOS

12.1 ESTADÍSTICAS COMPLEMENTARIAS

ANEXO A PERFIL SOCIOECONÓMICO

A.1 Características Demográficas

Cuadro No. 1
Población encuestada según estado civil

	MUJERES				HOMBRES				Totales	
	SOLTEROS		CASADOS		SOLTEROS		CASADOS			
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
1998-1	16	18.8	9	50.0	6	9.8	1	100.0	32	19.4
1998-2	13	15.3			10	16.4			23	13.9
1999-1	28	32.9	4	22.2	19	31.1			51	30.9
1999-2	28	32.9	5	27.8	26	42.6			59	35.8
Totales	85	100.0	18	100.0	61	100.0	1	100.0	165	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 2
Distribución etárea de la población

EADADES	1998-2		1998-2		1999-1		1999-2		Mujeres		Hombres		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Entre 20 Y 22					3	5.9	3	5.1	6	5.8			6	3.6
Entre 23 Y 25	17	53.1	20	87.0	40	78.4	44	74.6	77	74.8	44	71.0	121	73.3
Más de 25	15	46.9	3	13.0	8	15.7	12	20.3	20	19.4	18	29.0	38	23.0
Totales	32	100	23	100	51	100	59	100	103	100	62	100	165	100

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 3
Distribuciones porcentuales según lugar de residencia

Lugar de residencia	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Medellín	22	68.8	20	87	40	78.4	42	71.2	124	75.2
Bogotá	2	6.3	1	4.3	2	3.9	3	5.1	8	4.8
V. Aburra y Oriente	1	3.1			2	3.9	5	8.5	8	4.8
Resto del país					3	5.9	6	10.2	9	5.5
Ecuador	1	3.1							1	0.6
Norteamérica	6	18.8	2	8.7	3	5.9	3	5.1	14	8.5
Europa					1	2.0			1	0.6
Venezuela										
Totales	32	100.0	23	100.0	51	100.0	59	100.0	165	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

A.2 Indicadores Socioculturales

Cuadro No. 4
Hábitos de esparcimiento

Opciones	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Mujeres		Hombres		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Deportivas	9	28.1	16	69.6	22	43.1	28	47.5	46	44.7	29	46.8	75	45.5
Culturales	11	34.4	5	21.7	14	27.5	11	18.6	25	24.3	16	25.8	41	24.8
Sociales	10	31.3	1	4.3	10	19.6	15	25.4	26	25.2	10	16.1	36	21.8
Educación	1	3.1	1	4.3	4	7.8	3	5.1	5	4.9	4	6.5	9	5.5
Sin especificar	1	3.1			1	2.0	2	3.4	1	1.0	3	4.8	4	2.4
Totales	32	100.0	23	100.0	51	100.0	59	100.0	103	100.0	62	100.0	165	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 5
Lugares más frecuentados por los negociadores internacionales

Tipos de lugares	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Mujeres		Hombres		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Deportivos	4	12.5	4	17.4	2	3.9	4	6.8	10	9.7	4	6.5	14	8.5
Culturales o recreación	4	12.5	2	8.7	7	13.7	2	3.4	6	5.8	9	14.5	15	9.1
Esparcimiento	22	68.8	15	65.2	38	74.5	48	81.4	79	76.7	44	71.0	123	74.5
Familia	2	6.3	1	4.3	1	2.0	2	3.4	3	2.9	3	4.8	6	3.6
Sin especificar			1	4.3	3	5.9	3	5.1	5	4.9	2	3.2	7	4.2
Totales	32	100.0	23	100.0	51	100.0	59	100.0	103	100.0	62	100.0	165	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 6
Regiones geográficas visitadas
(Distribuciones porcentuales)

Regiones	Promociones				
	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2	Promedio
Norteamérica	49.2	52.5	47.2	49.1	49.5
Centroamérica	14.5	7.5	14.9	11.5	13.4
Sudamérica	14.5	17.5	16.1	11.5	13.5
Europa	18.2	12.5	16.1	20.2	16.4
Asia		2.5		1.9	1.4
Ninguno	3.6	7.5	5.7	5.8	5.8
Totales	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

A.3 Oportunidades Sociales

Cuadro No. 7
Lugar de nacimiento
(Distribuciones porcentuales)

Lugares	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2	2000-1	Totales
Medellín, valle de aburra y resto de Antioquia	78.4	87.9	75.9	77.8	76.9	78.5
Bogotá y resto del país	18.9	6.1	15.5	15.9	13.8	14.5
Resto de Latinoamérica				1.6	1.5	0.8
Norteamérica	2.7	6.1	6.9	4.8	4.6	5.1
Europa			1.7		3.1	1.2
Totales	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Oficina de Planeación. Base de datos de egresados de Negocios Internacionales 1998-1 a 2000-1.

Cuadro No. 8
Ocupaciones de los padres
(Distribuciones porcentuales)

Ocupaciones	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		2000-1		Totales	
	Padre	Madre	Padre	Madre								
Ama de Casa		56.8		45.5		46.6		47.6		38.5		48.7
Empleado	73.0	29.7	69.7	36.4	55.2	34.5	69.8	36.5	81.5	60.0	66.0	34.6
Independiente	18.9	8.1	24.2	18.2	31.0	15.5	23.8	9.5	10.8		25.1	12.6
Otros	8.1	5.4	6.1		13.8	3.4	6.3	6.3	7.7	1.5	8.9	4.2
Totales	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Oficina de Planeación. Base de datos de egresados de Negocios Internacionales 1998-1 a 2000-1.

Cuadro No. 9
Origen de la educación secundaria
(Distribución porcentual)

Orígenes	19981	19982	19991	19992	20001	Totales
Exterior	2.7	3.0	5.2	3.2	3.1	4.0
Medellín	89.2	97.0	89.7	81.0	84.6	85.3
Nacional	8.1		5.2	15.9	12.3	10.7
Totales	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Oficina de Planeación. Base de datos de egresados de Negocios Internacionales 1998-1 a 2000-1.

ANEXO B PERFIL LABORAL

B.1 Formación Académica

Cuadro No. 10
Puntajes Icfes – Michigan

Promociones	ICFES			MICHIGAN		
	Máximo	Mínimo	Promedio	Máximo	Mínimo	Promedio
1998-1	370	291	329.2	95	57	83.2
1998-2	377	281	330.1	96	43	81.4
1999-1	386	257	321.2	98	49	81.2
1999-2	379	270	321.8	96	57	83.6
2000-1	376	261	330.1	98	55	85.2
Totales	386	257	325.9	98	43	83.1

Fuente: Oficina de Planeación. Base de datos de egresados de Negocios Internacionales 1998-1 a 2000-1.

Cuadro No. 11
Promedios académicos según promociones

Promoción	Máximo Promedio	Mínimo Promedio	Promedio
1998-1	4.4	3.7	4.0
1998-2	4.3	3.5	3.8
1999-1	4.5	3.5	3.9
1999-2	4.3	3.4	3.9
Totales	4.5	3.4	3.9

Fuente: Oficina de Planeación. Base de datos de egresados de Negocios Internacionales 1998-1 a 1999-2

Cuadro No. 12
Cálculo de la duración promedio del programa
(en semestres)

Semestres	Graduados	Participación	Contribución
9	1	0.0075	0.07
10	4	0.0301	0.30
11	74	0.5564	6.12
12	41	0.3083	3.70
13	9	0.0677	0.88
14	4	0.0301	0.42
Totales	133	1.0000	11.49

Fuente: Oficina de Planeación. Base de datos de egresados de Negocios Internacionales 1998-1 a 2000-1.

Cuadro No. 13
Causas de mayor duración del programa

Causas	Mujeres		Hombres		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%
Laboral	6	15.4	7	26.9	13	20.0
Académica	20	51.3	16	61.5	36	55.4
Viaje	8	20.5	1	3.8	9	13.8
Motivos Personales	5	12.8	2	7.7	7	10.8
Totales	39	100.0	26	100.0	65	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 14
Distribución geográfica de la práctica profesional

Lugares	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		MUJERES		HOMBRES		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Medellín	17	53.1	11	47.8	23	45.1	16	27.1	44	42.7	23	37.1	67	40.6
Bogotá	2	6.3	2	8.7	2	3.9	7	11.9	5	4.9	8	12.9	13	7.9
Valle de Aburra y Oriente	1	3.1	1	4.3	9	17.6	10	16.9	14	13.6	7	11.3	21	12.7
Resto del país	3	9.4	1	4.3	5	9.8	5	8.5	8	7.8	6	9.7	14	8.5
Ecuador	4	12.5	3	13.0	5	9.8	3	5.1	12	11.7	3	4.8	15	9.1
Norteamérica	4	12.5	3	13.0	6	11.8	7	11.9	12	11.7	8	12.9	20	12.1
Resto de Latinoamérica			1	4.3			4	6.8			5	8.1	5	3.0
Europa			1	4.3	1	2.0	5	8.5	6	5.8	1	1.6	7	4.2
Otros							2	3.4	2	1.9			2	1.2
No responde	1	3.1									1	1.6	1	0.6
Totales	32	100.0	23	100.0	51	100.0	59	100.0	103	100.0	62	100.0	165	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 14A
Distribución sectorial de la práctica profesional

SECTORES ECONÓMICOS	SEMESTRE				TOTAL		
	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2	Mujeres	Hombres	Totales
Agricultura y caza	3.1		2	5.1	3.9	1.6	3
Explotación de minas y canteras				1.7			0.6
Industria Manufacturera	25	30.4	39.2	44.1	34.3	41.9	37
Electricidad, gas y agua			3.9	3.4	2.9	1.6	2.4
Construcción							
Comercio al por mayor, al por menor y restaurantes y hoteles	21.9	30.4	17.7	15.3	21.6	16.1	19.4
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	3.1	13	13.7	6.8	8.9	9.7	9.1
Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas	21.9	4.4	13.7	10.1	11.8	14.5	12.7
Servicios comunales, sociales y personales	15.6	21.8	7.8	10.1	12.7	11.4	12.1
Actividad no especificada.	9.4		2	3.4	3.9	3.2	3.6
TOTALES	100						

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

B.2 Oportunidades Laborales

Cuadro No. 15
Actividad siguiente al grado

Actividad	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Mujeres		Hombres		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Descansó	1	3.1	1	4.3	6	11.8	2	3.4	6	5.8	4	6.5	10	6.1
Comenzó a trabajar	12	37.5	8	34.8	10	19.6	20	33.9	33	32.0	17	27.4	50	30.3
Continuo trabajando	9	28.1	9	39.1	20	39.2	17	28.8	36	35.0	19	30.6	55	33.3
Busco empleo	6	18.8	2	8.7	9	17.6	16	27.1	18	17.5	15	24.2	33	20.0
Estudio o se capacitó	4	12.5	3	13.0	6	11.8	4	6.8	10	9.7	7	11.3	17	10.3
Totales	32	100.0	23	100.0	51	100.0	59	100.0	103	100.0	62	100.0	165	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 16
Actividad actual del egresado (marzo 2000)

Actividad	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Mujeres		Hombres		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Trabaja	25	78.1	19	82.6	40	78.4	37	62.7	79	76.7	42	67.7	121	73.3
No Trabaja	3	9.4			7	13.7	14	23.7	14	13.6	10	16.1	24	14.5
Estudia	1	3.1	1	4.3			4	6.8	1	1.0	5	8.1	6	3.6
Estudia y Trabaja	3	9.4	3	13.0	4	7.8	4	6.8	9	8.7	5	8.1	14	8.5
Totales	32	100.0	23	100.0	51	100.0	59	100.0	103	100.0	62	100.0	165	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 17
Tiempo de búsqueda de empleo
(Distribuciones porcentuales)

Duración	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Totales			
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%		
Menos de 1 mes							1	11.1	2	12.5	3	9.1
Entre 1 y 3 meses	2	33.3					1	11.1	9	56.3	12	36.4
Entre 3 y 6 meses	2	33.3					5	55.6	5	31.3	12	36.4
Más de 6 meses	2	33.3	2	100.0	2	22.2					6	18.2
Totales	6	100.0	2	100.0	9	100.0	16	100.0	33	100.0		

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 17A
Movilidad Laboral
(Distribución porcentual)

	1998-1	1998-2	1999-1	1999-2	Hombres	Mujeres	Totales
	%	%	%	%	%	%	%
Ninguno	3.0	4.0	11.0	29.0	18.0	14.0	15.0
Uno	72.0	78.0	73.0	69.0	74.0	71.0	72.0
Dos	22.0	9.0	14.0	2.0	5.0	13.0	11.0
Más de Tres	3.0	9.0	2.0		3.0	2.0	2.0
Totales	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

ANEXO C

OTROS ASPECTOS LABORALES DEL NEGOCIADOR INTERNACIONAL

Cuadro No. 18
Incidencia del bilingüismo en el nivel jerárquico del cargo
(Distribuciones porcentuales)

	Si		No		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%
Primer Nivel	22	88.0	3	12.0	25	100.0
Segundo Nivel	12	80.0	3	20.0	15	100.0
Tercer Nivel	30	88.2	4	11.8	34	100.0
Cuarto Nivel	45	83.6	9	16.4	55	100.0
Quinto Nivel	7	100.0			7	100.0

Fuente: Encuesta a los Egresados. Universidad EAFIT 2000

Cuadro No. 19
Remuneración según tamaño de la empresa
(Distribuciones porcentuales)

Rangos salariales	Pequeña		Mediana		Grande	
	No.	%	No.	%	No.	%
Menos de \$500.000	5	11.4	1	3.1	1	1.7
Entre \$501.000 y \$750.000	8	18.2	6	18.8	3	5.0
Entre \$750.000 y \$1.000.000	5	11.4	7	21.9	3	5.0
Entre \$1.000.000 y \$1.500.000	17	38.6	12	37.5	30	50.0
Mas de \$1.500.000	9	20.5	6	18.8	23	38.3
Totales	44	100.0	32	100.0	60	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 20
Competencia laboral según nivel jerárquico del cargo
(distribuciones porcentuales de las opiniones)

Profesionales	Primer Nivel		Segundo Nivel		Tercer Nivel		Cuarto Nivel		Quinto Nivel	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Administradores, economistas. Contadores	10	40.0	8	53.3	20	58.8	31	56.4	6	85.7
Negociadores Internacionales	1	4.0	2	13.3	5	14.7	7	12.7		
Ingenieros administrativos y de Producción	4	16.0	1	6.7	2	5.9	5	9.1		
Técnicos en Comercio Exterior			1	6.7						
Otros	1	4.0			2	5.9				
Ninguno	7	28.0	3	20.0	4	11.8	12	21.8		
No Sabe	2	8.0			1	2.9			1	14.3
Totales	25	100.0	15	100.0	34	100.0	55	100.0	7	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 21
Experiencia laboral después del grado
(Desempleados)

Respuestas	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Mujeres		Hombres		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
No Responde	28	87.5	22	95.7	44	86.3	44	74.6	88	85.4	50	80.6	138	83.6
Si	4	12.5			7	13.7	14	23.7	14	13.6	11	17.7	25	15.2
No			1	4.3			1	1.7	1	1.0	1	1.6	2	1.2
Totales	32	100.0	23	100.0	51	100.0	59	100.0	103	100.0	62	100.0	165	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 22
Duración del tiempo de desempleo

Duraciones	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Mujeres		Hombres		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Menos de 2 Meses	1	25.0			2	28.6	12	80.0	6	40.0	9	75.0	15	55.6
Entre 2 y 6 Meses	2	50.0			2	28.6	3	20.0	6	40.0	1	8.3	7	25.9
Entre 6 y 12 Meses	1	25.0			3	42.9			2	13.3	2	16.7	4	14.8
Mas de 12 Meses			1	100.0					1	6.7			1	3.7
Totales	4	100.0	1	100.0	7	100.0	15	100.0	15	100.0	12	100.0	27	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 23
Canales de búsqueda de empleo

Canales	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Mujeres		Hombres		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Profesores/Universidad					1	14.3	1	6.7	1	6.7	1	8.3	2	7.4
Servicios de Empleo					1	14.3				0.0	1	8.3	1	3.7
Recomendaciones					2	28.6	5	33.3	4	26.7	3	25.0	7	25.9
Iniciativa Propia	3	75.0	1	100.0	2	28.6	6	40.0	7	46.7	5	41.7	12	44.4
Ha Puesto Avisos	1	25.0					1	6.7	1	6.7	1	8.3	2	7.4
Ha Contestado Avisos					1	14.3	2	13.3	2	13.3	1	8.3	3	11.1
Totales	4	100.0	1	100.0	7	100.0	15	100.0	15	100.0	12	100.0	27	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 24
Ha recibido ofertas de trabajo en las dos últimas semanas.

	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Mujeres		Hombres		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Si	1	25.0			4	57.1	7	46.7	12	80.0			12	44.4
No	3	75.0	1	100.0	3	42.9	8	53.3	3	20.0	12	100.0	15	55.6
Totales	4	100.0	1	100.0	7	100.0	15	100.0	15	100.0	12	100.0	27	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 25
Áreas de la oferta laboral recibida

Áreas empresariales	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Mujeres		Hombres		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Comercio Exterior.					1	25.0	1	14.3	2	16.7			2	16.7
Financiera y Contable.					2	50.0			2	16.7			2	16.7
Mercadeo					1	25.0			1	8.3			1	8.3
Administrativa							4	57.1	4	33.3			4	33.3
Economía. Proyectos Investigación. Consultoría	1	100.0							1	8.3			1	8.3
Area y Funciones No Especificadas							2	28.6	2	16.7			2	16.7
Totales	1	100.0			4	100.0	7	100.0	12	100.0			12	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 26
Ha descartado algún tipo de empleo ofrecido

	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Mujeres		Hombres		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Si	1	25.0			6	85.7	7	46.7	8	53.3	6	50.0	14	51.9
No	3	75.0	1	100.0	1	14.3	8	53.3	7	46.7	6	50.0	13	48.1
Totales	4	100.0	1	100.0	7	100.0	15	100.0	15	100.0	12	100.0	27	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 27
Razones de rechazo de la oferta laboral

Razones	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Mujeres		Hombres		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Propuesta Informal					1	16.7					1	16.7	1	7.1
Expectativas del Area	1	100.0			3	50.0	4	26.7	4	50.0	4	66.7	8	57.1
Expectativas de La Empresa					1	16.7	2	13.3	3	37.5			3	21.4
Expectativas del Salario					1	16.7	1	6.7	1	12.5	1	16.7	2	14.3
Totales	1	100.0			6	100.0	7	46.7	8	100.0	6	100.0	14	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 28
Aspiraciones salariales

Rangos salariales	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Mujeres		Hombres		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Entre \$ 750.000 y \$ 1.000.000					4	57.1	2	13.3	3	20.0	3	25.0	6	22.2
Entre \$ 1.000.000 y \$ 1.500.000			1	100.0	3	42.9	11	73.3	11	73.3	5	41.7	16	59.3
Mas de \$ 1.500.000	2	100.0					2	13.3	1	6.7	4	33.3	5	18.5
Totales	2	100.0	1	100.0	7	100.0	15	100.0	15	100.0	12	100.0	27	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 29
Relevancia del dominio de otro idioma en el ámbito laboral

	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Si	29	90.6	18	78.3	43	84.3	53	89.8	143	86.7
No	3	9.4	5	21.7	8	15.7	6	10.2	22	13.3
Totales	32	100.0	23	100.0	51	100.0	59	100.0	165	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 30
Conocimiento de un tercer idioma

	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Francés	6	18.8	4	17.4	3	5.9	10	16.9	23	13.9
Alemán	3	9.4	2	8.7	4	7.8	5	8.5	14	8.5
Otros	4	12.5			2	3.9	6	10.2	12	7.3
Totales	32	100.0	23	100.0	51	100.0	59	100.0	165	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 31
Pertinencia de la carrera según tamaño de la empresa

	Pequeña		Mediana		Grande	
	No.	%	No.	%	No.	%
Si	38	86.4	27	84.4	53	88.3
No	6	13.6	5	15.6	7	11.7
Totales	44	100.0	32	100.0	60	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 32
Perspectivas laborales según cargo que desempeña

Tipos de cargos	Buenas		Regulares		Malas		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Director General	2	40.0	3	60.0			5	100.0
Director de Comercio Exterior	7	87.5	1	12.5			8	100.0
Otros cargos en comercio exterior	15	57.7	10	38.5	1	3.8	26	100.0
Director o gerente de mercadeo	9	64.3	5	35.7			14	100.0
Otros cargos en mercadeo y ventas	19	67.9	8	28.6	1	3.6	28	100.0
Analista, asistente y asesores	17	53.1	13	40.6	2	6.3	32	100.0
Directores o gerentes	9	64.3	4	28.6	1	7.1	14	100.0
Otros	4	44.4	4	44.4	1	11.1	9	100.0

Fuente: Encuesta a egresados. Universidad EAFIT, 2000

Cuadro No. 33
Prospectiva profesional según cargo actual

Alternativas	Director general		Director de Comercio Exterior		Otros cargos ccio exterior		Director o Gerente de mercadeo		Otros Cargos Mdeo y ventas		Analistas, Asistentes y asesores		Directores o gerentes		Otros	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Estudios superiores							1	7.1			2	6.3			1	11.1
Propia empresa	3	60.0	2	25.0	6	23.1	5	35.7	6	21.4	5	15.6	8	57.1		
Empresa actual y Propia empresa									2	7.1	1	3.1	3	21.4		
Empresa actual y Mejor puesto			3	37.5	4	15.4	2	14.3	6	21.4	9	28.1	1	7.1	2	22.2
Negocios internacionales y comercio exterior	2	40.0	2	25.0	6	23.1			5	17.9	1	3.1			1	11.1
Empresa grande nacional o internacional					4	15.4	3	21.4			6	18.8			2	22.2
Estudiando y trabajando En el país			1	12.5			1	7.1	5	17.9	2	6.3			2	22.2
Estudiando o trabajando En otro país					4	15.4	1	7.1	2	7.1	3	9.4	1	7.1		
Otros							1	7.1			2	6.3				
No sabe/ no responde					2	7.7			2	7.1	1	3.1	1	7.1	1	11.1
Totales	5	100	8	100	26	100	14	100	28	100	32	100	14	100	9	100

Fuente: Encuesta a los Egresados. Universidad EAFIT 2000

Cuadro No. 34
Satisfacción laboral según nivel administrativo de su cargo

Niveles	Si		No		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%
Primer Nivel	24	96.0	1	4.0	25	100.0
Segundo Nivel	15	100.0			15	100.0
Tercer Nivel	31	91.2	3	8.8	34	100.0
Cuarto Nivel	45	81.8	10	18.2	55	100.0
Quinto Nivel	5	71.4	2	28.6	7	100.0

Fuente: Encuesta a los Egresados. Universidad EAFIT 2000

ANEXO D EVALUACIÓN DEL PROGRAMA

D.1 Perspectiva del egresado

**Cuadro No. 35
Sugerencias según cargo que desempeña**

Recomendaciones	Director General		Director de comercio exterior		Otros cargos ccio exterior		Director o gerente de mercadeo		Otros Cargos mdeo y ventas		Analistas, asistentes y asesores		Directores o gerentes		Otros	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Fortalecer humanidades	1	20.0			1	3.8	1	7.1	1	3.6	3	9.4	1	7.1	2	22.2
Mejorar exigencia académica			1	12.5	1	3.8	1	7.1	1	3.6	3	9.4	2	14.3	1	11.1
Pertinencia con la realidad nacional e internacional			1	12.5	2	7.7	3	21.4	4	14.3	1	3.1				
Incentivar creación De empresa					3	11.5			3	10.7			1	7.1		
Mejorar nivel practico en el comercio exterior	1	20.0	2	25.0	4	15.4	4	28.6	5	17.9	6	18.8	2	14.3	2	22.2
Mejorar calidad profesores	2	40.0	3	37.5	5	19.2	1	7.1	6	21.4	7	21.9	6	42.9	1	11.1
Enfatizar manejo del idioma					2	7.7	3	21.4	1	3.6	1	3.1	1	7.1	1	11.1
Carrera mas analítica					1	3.8	1	7.1	3	10.7	3	9.4				
Mejorar oficina de relaciones Internacionales					4	15.4			0	0.0	2	6.3	1	7.1	1	11.1
Fortalecer áreas de mercadeo, mercadeo internacional, diplomacia y geopolítica.	1	20.0	1	12.5	1	3.8			3	10.7	4	12.5				
No sabe					2	7.7									1	11.1
Ninguna									1	3.6	2	6.3				
Totales	5	100	8	100	26	100	14	100	28	100	32	100	14	100	9	100

Fuente: Encuesta a los Egresados. Universidad EAFIT 2000

**Cuadro No. 36
Motivación académica al empresarismo**

	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Mujeres		Hombres		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Si	6	18.8	6	26.1	21	41.2	25	42.4	31	30.1	27	43.5	58	35.2
No	26	81.3	17	73.9	30	58.8	34	57.6	72	69.9	35	56.5	107	64.8
Totales	32	100.0	23	100.0	51	100.0	59	100.0	103	100.0	62	100.0	165	100.0

Fuente: Encuesta a los Egresados. Universidad EAFIT 2000

Cuadro No. 37
La formación universitaria lo enriqueció como ser humano

	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Mujeres		Hombres		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Si	29	90.6	22	95.7	42	82.4	54	91.5	88	85.4	59	95.2	147	89.1
No	3	9.4	1	4.3	9	17.6	5	8.5	15	14.6	3	4.8	18	10.9
Totales	32	100.0	23	100.0	51	100.0	59	100.0	103	100.0	62	100.0	165	100.0

Fuente: Encuesta a los Egresados. Universidad EAFIT 2000

Cuadro No. 38
Recomendaría su carrera a otras personas

	1998-1		1998-2		1999-1		1999-2		Mujeres		Hombres		Totales	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Si	27	84.4	22	95.7	47	92.2	57	96.6	95	92.2	58	93.5	153	92.7
No	5	15.6	1	4.3	4	7.8	2	3.4	8	7.8	4	6.5	12	7.3
Totales	32	100.0	23	100.0	51	100.0	59	100.0	103	100.0	62	100.0	165	100.0

Fuente: Encuesta a los Egresados. Universidad EAFIT 2000

D.2 Perspectiva de los empleadores

Cuadro No. 39
Ha vinculado estudiantes de práctica

	No.	%
Si	7	35,0
No	13	65,0
Totales	20	100,0

Fuente: Encuesta de los empleadores.
Universidad EAFIT 2000

Cuadro No. 40
Desempeño de los practicantes

	No.	%
Excelente	6	30,0
Buena	1	5,0
Normal		
Regular		
No aplica	13	65,0
Totales	20	100,0

Fuente: Encuesta a los empleadores.
Universidad EAFIT 2000

Cuadro No. 41
Correspondencia egresados-medio laboral

	No.	%
Si	16	80,0
No	4	20,0
Totales	20	100,0

Fuente: Encuesta a los empleadores.
Universidad EAFIT 2000

Cuadro No. 42
Areas académicas para mejorar

Áreas	No.	%
Comercio ext.	13	23.2
Negociación	10	17.9
Finanzas	10	17.9
Proyectos	10	17.9
Mercadeo	6	10.7
Economía	3	5.4
Contabilidad	2	3.6
Humanidades	2	3.6
Totales	56	100,0

Fuente: Encuesta a los empleadores.
Universidad EAFIT 2000

Cuadro No. 43
Competencia profesional

Profesionales	No.	%
Administradores	14	63.6
Ingeniería Administrativos	4	18.2
Comercio ext.	2	9.1
Ingeniería Civil	1	4.5
Ingeniería Industrial	1	4.5
Totales	22	100.0

Fuente: Encuesta a los empleadores.
Universidad EAFIT 2000

12.2 DIRECTORIO DE EGRESADOS

PROMOCION 1998-1

Apellido	Nombre	E-mail	Encuestado
Arango Santamaría	Santiago Javier		
Bernal Aguilar	María Isabel	maríaib@cadenalco.com.co	E
Calle Cuartas	Victoria Eugenia	dcalle@cargraphics.com	E
Cardona arboleda	Martha Juanita		
Cardona Sierra	Santiago	scardona@orbitel.com.co	E
Cardona Trujillo	Claudia María	cmcardona@yahoo.com	E
Castañeda Gómez	Tatiana	taticasta@icqmail.com	E
Castrillón Restrepo	Stella	stecaob@supernet.com.co	E
Chica Vélez	María Adelaida	mrichica@epm.net.co	E
Correa Betancur	Conrado	conradoc@yahoo.com	E
Escobar Penagos	Ana Cristina	famespen@epm.net.co	E
Ferrer Restrepo	María Clara		
Gallego Suárez	Eby Odube	eby@yahoo.com	E
Gil Arbelaez	Ana María	amGil@epm.net.co	E
Giraldo Vélez	Elizabeth Cristina	eligiraldo@yahoo.com	E
González Velasquez	Erika Jimena	erika.González@intl.fritolay.com.co	E
Isaza Arango	Nathalia Carolina		
Klinkert Velasquez	Erika	ekpenta@interplan.net.co	E
Liemann Casas	Gunther Kurt Eduardo	gunther-liemann@peldar.com	E
López Alfonso	Lina Jazmín	lina069@hotmail.com	E
Mejía Arango	María Catalina	catamejia@excite.com	E
Mesa Aramburo	Ana Cristina	amesaa@isagen.com.co	E
Múnera Vélez	Andrés	anddresmun@hotmail.com	E
Muñoz Peschken	Paula María	paula.munioz.pm@bayer-ar.de	E
Naranjo Cuartas	María Andrea		
Orejuela Benítez	Carolina	carolina.orejuela@intl.fritolay.com	E
Peláez Campuzano	Eduardo	edopelaez@yahoo.com	E
Pereira Alvarez	Alejandra María	apereira@bancolombia.com.co	E
Posada Sanchez	Augusto	augustoposada@prodigy.net	E
Restrepo Arias	Katia	ekra065@hotmail.com	E
SantaMaría Moorhead	Carolina Julietta	carosanta@hotmail.com	E
Serrano Gomez	María Carolina	arborit@geonet.co	E
Tamayo Pelaez	Ana María	anatamayo@yahoo.com	E
Tapias Sanchez	Paola Andrea		
Vallejo Pardo	Sandra María	termoluz@epm.net.co	E
Vitale Gómez	Jennifer Felicia		
Zuluaga Londoño	Verónica	veronicaz@grupomun.com	E

PROMOCION 1998-2

Apellido	Nombre	E-mail	Encuestado
Abad Vallejo	Ana María		
Cárdenas Valencia	Paula		
Castaño Velázquez	Juan Felipe	casta@epm.net.co	E
Correa Díaz	Catalina María	comercial@md.impast.net.co	E
Duque Jaramillo	Roberto Jairo	duque.rj@pg.com	E
Fajardo Echavarría	Juan Pablo Martín	martin@md.impast.net.co	E
Fernández González	Andrés Felipe	afernan@sigma.eafit.edu.co	E
Gómez Franco	Oscar Daniel	ogomezf@epm.net.co	E
González Arbelaez	Marta Lucia	asominaros@epm.net.co	E
Hernandez Bernal	Catalina	chernandez@camaramed.org.co	E
Jaramillo Ferrer	Carolina	carojara@hotmail.com	
Jaramillo París	Marcela	marcelaja@avon.com.co	E
López Duque	Mauricio		
Martínez Estrada	Santiago	smartinez@orbitel.com.co	E
Mejía Piedrahita	Ana Lucia	luchimejia@hotmail.com	E
Montoya Estrada	Gilberto	Gilbertom@hotmail.com	E
Muñoz Palacio	Paulina Andrea		
Ochoa Estrada	Juan David		
Peláez Vásquez	Lina María	lmpelaez@orbitel.com.co	E
Pérez Cadavid	Juliana		
Pérez Vélez	Eliana		
Restrepo Vera	Evelyn	evelynr@cadenalco.com.co	E
Rico Roth	Estrella Stephanie		
Rivera Uran	Sandra Catalina	catar@epm.net.co	E
Saldarriaga Ehlers	Paulina	pse@epm.net.co	E
Saldarriaga Estrada	Catalina	josavi@epm.net.co	E
Sarmiento Ruiz	Gloria Cecilia		
Urreta Arango	María Claudia	mcurreta@suleasing.com.co	E
Vásquez Melo	Ana María	animava@usa.net	E
Velásquez Cardona	Mónica María	mmvelasquez@orbitel.com.co	E
Vélez Llinas	Joaquín Alejandro	joaco@hotmail.com	E
Villa Vanegas	Javier Mauricio	mvilla74@hotmail.com	E
Yanovich Mizrachi	Jacky	Jjanovic@supernet.com.co	E

PROMOCION 1999-1

Apellido	Nombre	E-mail	Encuestado
Acevedo Jaramillo	Manuel Esteban	eci@epm.net.co	E
Acosta Domínguez	María Isabel	servicio.cliente@exito.com.co	E
Agudelo Mesa	Lina María	lagudelomesa@usa.net	E
Alvarez Benítez	Andrés Felipe	aalvare@usa.net	E
Alvarez Betancourt	Helen	geminis74@hotmail.com	E
Arango Gómez	Ana Catalina	anacata28@hotmail.com	E
Arboleda Palacio	Santiago	sarboleda@hotmail.com	E
Arboleda Tamayo	Claudia María	clarboleda@epm.net.co	E
Areiza Cano	Liliana María	lareiza@hotmail.com	E
Badillo Moreno	Alejandra		
Bolivar Hernández	Paula Andrea	paulab@epm.net.co	E
Campuzano López	Gustavo Alberto		
Cock Posada	Beatriz Eugenia	beatrizco@hotmail.com	E
Duque Navarro	María Luisa	mlduquen@crystal.com	E
Escobar González	Marcela	marcelae@epm.net.co	E
Estrada Jiménez	Sergio	sergioej@mailcity.com	E
Franco Arroyave	José David		
Franco Posada	Marcela	clfranco@epm.net.co	E
García Florez	Carlos Andrés	cgarciakcc.com	E
Giraldo Ruiz	Carlos Andrés	carlosgiraldo@yahoo.com	E
Gómez Gil	Lina María	multini@epm.net.co	E
Gómez Herrera	Diana María		
Gómez Montoya	Lina María	aescobar@intec.net	E
Gross Suarez	Ana Helena	anegross@hotmail.com	E
Henao Arango	Ricardo Andrés		E
Henao Palacio	Ana María	henao.am@pg.com	E
Henao Sierra	Diana María	dianah@epm.net.co	E
Isaza Orozco	Andrés Felipe	fisaza@epm.net.co	E
Jaramillo Valderama	Simón	pefoods@epm.net.co	E
Lara Vásquez	Paula Andrea	paulaal@cadenalco.com.co	E
Llinas Acosta	Marcela María	eci@epm.net.co	E
López Ospina	Ana Margarita	dhLópez@epm.net.co	E
Marin Trujillo	Andrés	Andrés-marin@usa.net	E
Molina Orrego	Carolina Sofía	cmolina@suratep.com.co	E
Morales Isaza	Estefania	badelca@epm.net.co	E
Morato Lopera	Paula Catalina	catamorato@yahoo.com	E
Moreno Giraldo	Isabel Cristina	isamoreno@epm.net.co	E
Muñoz Montoya	María Teresa	fantasy@epm.net.co	E
Naranjo Garces	María Soledad		
Osorio Castaño	Mauricio Hernando		E
Pardo Jaller	Mauricio	negocios93@hotmail.com	E
Ramírez Acosta	Juan Diego	mannix@md.impsat.net.co	E
Ramírez Tapiero	Joanna	qramirez@basf-col.com.co	E
Rave Martínez	Angela María	uniflorange@epm.net.co	E
Rodríguez Valencia	Luis Felipe	frodriquezv@epm.net.co	E
Rojas Borrero	Luz Amparo		
Rojas Salazar	Mauricio Daniel	Maurojas@chiquita.com	E
Ruiz Hernández	Eliana Patricia	Eliantar23@hotmail.com	E
Saldarriaga López	Natalia	Natysalda@hotmail.com	E

Sánchez Cabeza	Martha Patricia	Msanchez@chiquita.com	E
Serna Vélez	Juan Carlos	Jcsernav@yahoo.co	E
Sierra Ibañez	Marcela		
Uribe Echavarría	Enrique	Enrique@epm.net.co	E
Valencia Ocampo	Catalina	Chilos@cordehilos.com.co	E
Varela Malagon	Andrés	Avarelamyaho.com	E
Vásquez Ospina	Margarita María	Emvo141@hotmail.com	E
Vélez Ortiz	Oscar Alejandro	Virtualcommerce@hotmail.com	E
Zapata Sanchez	Yudira	Rdzapata@epm.net.co	E

PROMOCION 1999-2

Apellido	Nombre	E-mail	Encuestado
Acevedo Mejía	Diego Alejandro	diegoacevedo@yahoo.com	E
Aguilar Saldarriaga	Juan Diego	juandiego_95@hotmail.com	E
Alvarez Arango	Diana Patricia	dianaalvarez90@hotmail	E
Alvarez Sepulveda	Alejandra Cristina	maqroll@epm.net.co	E
Arango Escobar	Carlos Enrique	arango10@bellsouth.net	E
Arango Hernández	Jose Daniel	danielarango@hotmail.com	
Arango Restrepo	Martha Helena	marthelena@hotmail.com	E
Arbelaez Cadavid	Carolina	caroarbelaez@hotmail.com	E
Areiza Cano	Angela María de Jesus	aareiza@hotmail.com	
Aristizabal Montoya	Susana	sarist@insanet.net	E
Botero Wickman	Myriam	mbw@epm.net.co	E
Cárdenas Londoño	Victoria María	victoriac@avon.com.co	E
David Pérez	Marta Eugenia	mad@epm.net.co	E
De Bedout Grajales	Erika Marcela	richi@interpla.net.co	E
Fernández Echavarría	Heidi Evelyn	hfernandez@la.dole.com	E
Franco Parra	Natalia Andrea	natyfranquito@yahoo.com	E
Giraldo Monsalve	Juan Pablo	juandiez91@epm.net.co	E
Guiza Vizcaino	María Victoria	Mariav82@hotmail.com	E
Jaramillo Palacio	Claudia	claudiajaramillo@yupi.com	E
Jaramillo Restrepo	Clara Eugenia	clarajaramillo@hotmail.com	E
Jaramillo Trujillo	Juan Fernando	juan_jaramillo@hotmail.com	E
Jaramillo Vélez	Andrés Felipe	jara22@yahoo.com	E
Loaiza Restrepo	Ana Lucia	analo24@hotmail.com	E
Londoño González	Mauricio	canuto19@yahoo.com	E
Londoño Tarra	Roxana	rlt2000@latinmail.com	E
Lopera Calderón	Ana María	analopera@epm.net.co	E
López Echeverri	Diana	diaLópez@hotmail.com	E
López Sierra	Manuela	osl@epm.net.co	E
Manchola Vanegas	Andrés	amanchola@orbitel.com.co	E
Marín Piedrahita	Beatriz Elena	bettymarin@hotmail.com	E
Márquez Osorio	Alejandra	amarquez76@hotmail.com	E
Martínez Arenas	Paulo Cesar	pablom@epm.net.co	E
Medina Mejía	Catalina María	catalina_medina@hotmail	E
Mejía Fuenmayor	Tomas	proveedores@microplast.com.co	E
Mejía Gómez	Juan Camilo	mejacamilo@yahoo.com	E
Molina González	Andrés Felipe	andrésmo@hotmail.com	E
Molina González	Pedro José	pedro@insanet.net	E
Muñoz Alarcón	Liliana María	lilianamunos@hotmail.com	
Orozco Fernández	Alexandra Marcela	aorozco@accesscable.net	E
Patiño López	Andrés	Andréspl@hispavista.com	E
Peláez Mejía	Lucas	papagallo@epm.net.co	E
Peña Vásquez	María Patricia	patripe@yahoo.com	E
Piedrahita Pérez	Erika	prodesa@epm.net.co	E
Prieto Peláez	Paulo Enrique	pprieto2@latinmail.com	E
Ramírez Restrepo	Andrés	aramirez@grupoargos.com	E
Rodríguez Gutiérrez	María Fernanda	uniflorMaría@epm.net.co	E
Roldán Pérez	Adriana	aroldan@epm.net.co	E
Salazar Ceballos	Juan Camilo	zar76@uolmail.com	E
Salazar Merizalde	Raquel		

Sanín Alvarez	María Cristina	maríacristina75@yahoo.com	E
Suárez Otero	Adriana	scmaya@epm.net.com	E
Tejada Ruiz	Beatriz Andrea	tejarra17@yahoo.com	E
Valencia Amaya	Mauricio Giovanni	mvalencia_amaya@hotmail.com	E
Valencia Naranjo	Victoria Eugenia	vvv@geo.net.co	E
Vargas Calle	Juan Manuel	jumavaca@mixmail.com	E
Vásquez Echeverri	Catalina	catalina_vasquez@epm.net.co	E
Vela Ramírez	Arturo	holatodos@hotmail.com	E
Viera Ochoa	Santiago	sviera@epm.net.co	E
Villa Córdoba	Andrés Felipe	anvilla@bancolombia.com.co	E
Villa Jaramillo	Felipe	lipe@hotmail.com	E
Villabona Reyes	Carlos Gustavo	paco982@yahoo.com	E
Villegas Alarcon	Mariluz	mariluzv@hotmail.com	E
Wasserman Alvarez	Jean Paul	ejwa121@hotmail.com	E

12.3 FORMULARIOS DE ENCUESTAS