

**DIAGNOSTICO DEL ESTUDIANTE CON OPCION DE GRADO PASANTIA DEL
PROGRAMA DE MERCADEO DE LA UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS EN EL
PERIODO COMPRENDIDO ENTRE EL AÑO 2010 AL 2016**

LIDA FERNANDA GIL AGUDELO

COD.143002709

JOHN FERNANDO SALCEDO REINA

COD. 143002536

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS

PROGRAMA DE MERCADEO

VILLAVICENCIO - META

2017

**DIAGNOSTICO DEL ESTUDIANTE CON OPCION DE GRADO PASANTIA DEL
PROGRAMA DE MERCADEO DE LA UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS EN EL
PERIODO COMPRENDIDO ENTRE EL AÑO 2010 AL 2016**

LIDA FERNANDA GIL AGUDELO

COD.143002709

JOHN FERNANDO SALCEDO REINA

COD. 143002536

Director de Proyecto:

HECTOR ISMAEL ROJAS HERNANDEZ

Ingeniero Agrónomo

Especialista en Mercadeo Agropecuario

Magíster en Administración

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS

PROGRAMA DE MERCADEO

VILLAVICENCIO - META

2017

AUTORIDADES ACADEMICAS

JAIRO IVÁN FRIAS CARREÑO

Rector Universidad de los Llanos

DORIS CONSUELO PULIDO DE GONZALEZ

Vicerrectora Académica Universidad de los Llanos

JOSE MILTON PUERTO GAITÁN

Secretario General

RAFAEL OSPINA INFANTE

Decano Facultad Ciencias Económicas

JAVIER DIAZ CASTRO

Director del Centro de Investigación Facultad Ciencias Económicas

GIOVANNI ENRIQUE HERNÁNDEZ CASALLAS

Director Escuela Administración y Negocios

JORGE EDISON GARCIA ALVAREZ

Director de Programa de Mercadeo

NOTA DE ACEPTACION

JORGE GARCIA ÁLVAREZ
Director Programa de Mercadeo

HECTOR ISMAEL ROJAS HERNANDEZ
Ingeniero Agrónomo
Especialista en Mercadeo Agropecuario
Magíster en Administración

Director de proyecto

BLANCA IRIS PINILLA MORENO
Jurado

JORGE GARCIA ÁLVAREZ
Jurado

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
2.1 Formulación del problema	9
3. JUSTIFICACIÓN	10
4. OBJETIVOS	11
4.1 Objetivo General.....	11
4.2 Objetivos Específicos	11
5. MARCO DE REFERENCIA.....	12
5.1 Marco legal	12
5.2 Marco institucional	17
5.3 Marco Teórico.....	19
5.4 Marco conceptual.....	21
6. DISEÑO METODOLÓGICO.....	25
7. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	26
8. CONCLUSIONES	33
9. RECOMENDACIONES.....	35
BIBLIOGRAFÍA	37

AGRADECIMIENTOS

A Dios por permitirme realizar mi sueño, a mi madre Rosalba Agudelo, Por su apoyo, amor y comprensión, a mis familiares que con su cariño y aprecio me han apoyado siempre y a ese ser maravilloso que amo Sara Sofía mi hija, que ha sido mi motor, mi alegría y mi aliento en esta etapa de mi vida; a todos mil gracias.

A Dios, a mi Señora Madre y hermanos, a mi familia, y amigos por compartir y apoyarme en esta experiencia enriquecedora y agradable; es grato para mí agradecer al cuerpo de docentes, quienes siempre estaban en disposición de colaborar y compartir su conocimiento ya que con el transcurrir del tiempo son más que amigos y personas de gran valor.

En el proceso de esta etapa son grandes las personas que conocimos, quienes gracias a su apoyo fue posible concluir con esta experiencia, especialmente a Daniela Fernanda Rojas Salazar.

INTRODUCCIÓN

La universidad de los Llanos por medio de la resolución 007 del 30 abril del 2014 Resuelve que La Facultad de Ciencias Económicas adopta como Opciones de Grado para la obtención del título profesional en sus diferentes programas académicos las siguientes: Pasantía, Trabajo de Grado, Créditos en programas de posgrado, Cum Laude. Las pasantías pueden clasificarse como: pasantía profesional, pasantías en proyecto de investigación, Pasantías en Proyectos de proyección Social y/o extensión

Dentro de las actividades académicas contempladas en la Universidad de los Llanos, se establece que las pasantías es un ejercicio académico-laboral del estudiante, que se convierte en una experiencia directa con el sector productivo en empresas privadas o públicas. Esta modalidad tiene como objeto aplicar los conceptos vistos en el programa de mercadeo, con el propósito de realizar contribuciones al mejoramiento de la empresa, así como lograr nuevos aportes a la formación del profesional que complementen los conocimientos académicos adquiridos a lo largo de su carrera.

El objetivo que se analizó en esta investigación, es mostrar las dinámicas existentes en la modalidad de pasantías estudiantiles como opción de grado, donde esta se establece como una estrategia para la asimilación, proyección y transferencia del conocimiento adquirido por los estudiantes de mercadeo, esto mediante el análisis de las variables establecidas en la base de datos recolectadas por las diferentes oficinas que manejan esta información. Y con relación a los trabajos revisados de los pasantes.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Desde tiempos remotos las organizaciones han tratado de minimizar el trabajo a la hora de organizar información relacionada con su entorno. Esto con el fin de estructurar un mecanismo efectivo que disminuya y evite molestias en la organización y búsquedas de información ejemplo claro en la antigüedad donde ya existían bibliotecas y toda clase de registros.

Hoy en día con recursos como las computadoras, la recolección, organización y el almacenamiento de datos se hacen más factibles, rentables e influyentes en las operaciones de una organización, sea para la toma de decisiones, para la proyección social, las investigaciones o para tener un precedente de los logros de la organización y sus beneficiados.

Por esta razón se realizó un diagnóstico de las pasantías de los estudiantes del programa de mercadeo donde reflejara la situación pasada y presente de la modalidad de opción de grado, luego se proceda a realizar una acción o tratamiento a partir de los resultados obtenidos.

2.1 Formulación del problema

¿Cuál es el impacto del estudiante con opción de grado pasantía del programa de mercadeo de la Universidad de los Llanos en el periodo comprendido entre el año 2010 a 2016 en los diferentes sectores económicos analizados?

3. JUSTIFICACIÓN

Es de importancia que las organizaciones inicien y mantengan procesos de administración de la información, para generar un servicio ágil dinámico y sistemático, esto implican un fortalecimiento a nivel interno y externo de la misma; es por ello que el programa de mercadeo se debe interesar en el desarrollo de esta investigación, teniendo en cuenta la información, y se pone a la orden de nuestros usuarios la información disponible en el momento que lo necesitan. Aparte de la digitalización de dicha información, y documentación que son muy influyentes para la toma de decisiones del programa de mercadeo y para el mejoramiento constante del servicio.

Por esta razón se analiza la información, en los periodos comprendidos desde el 2010 al 2016, así mismo la población de graduados, empresas, sectores, tipos de trabajo dando a conocer la falencias que se estableció al recolectar dicha información, generando una información detallada, organizada, factible y veraz.

Otra razón para justificar la elaboración de este proyecto como opción de grado, es de tipo académico, que permitió en su desarrollo incorporar y validar los conocimientos adquiridos en el proceso formativo, consolidando la gestión documental y análisis.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Realizar un diagnóstico del estudiante con opción de grado pasantía durante el periodo comprendido entre 2010 al 2016 del programa de mercadeo de la Universidad de los Llanos.

4.2 Objetivos Específicos

Recopilar información Estadística de los estudiantes con opción de grado pasantía del programa de mercadeo.

Analizar la información de los estudiantes que hayan realizado la opción de grado pasantía en convenio con empresas del periodo del 2010 a 2016

Realizar la actualización de la base de datos, de acuerdo a la opción de grado pasantía.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1 Marco legal

Resolución No 007 de abril 30 de 2014

“Por la cual se adoptan y reglamentan las Opciones de Grado en los Programas de Grado de la Facultad de Ciencias Económicas”

ARTÍCULO 8. Los derechos de autor sobre los productos generados en las Opciones de Grado se ciñen al estatuto de propiedad intelectual aprobado por el Consejo Superior Universitario.

Capítulo II

De las pasantías

ARTÍCULO 9. Se define pasantía como un espacio de formación donde el estudiante fortalece sus competencias profesionales, mediante su vinculación a una unidad académica, administrativa, proyecto de investigación o de extensión en la Universidad, o en convenio, con una organización pública o privada legalmente constituida.

La pasantía tiene por objeto aportar conocimiento a la solución de una problemática o situación de interés en los campos afines a la disciplina profesional. Las pasantías pueden clasificarse como:

Pasantía profesional. Consiste en la vinculación del estudiante a una unidad en una universidad, institución pública o privada, y organización no gubernamental, donde aplicará el saber específico de su formación, con el propósito que éstos escenarios válidos de aprendizaje, contribuyan al desarrollo de sus capacidades y competencias de su disciplina.

Pasantía en proyectos de Investigación. Corresponde a la vinculación del estudiante a un proyecto de investigación institucionalizado en: la Dirección de Investigaciones de la Universidad de los Llanos, otra universidad o institución de investigación pública o privada, donde realizará actividades propias de la formación investigativa en desarrollo de los objetivos de un proyecto, en el marco de un convenio.

Pasantías en Proyectos de proyección Social y/o extensión. Corresponde a la vinculación de un estudiante para realizar actividades propias de su formación disciplinaria profesional en un proyecto de extensión o proyección social a cargo de la Dirección General de Proyección Social o sus dependencias, Centros de Estudios o Laboratorios de la Universidad de los Llanos, o con quien ésta tenga convenios.

ARTÍCULO 10. Las pasantías tendrán para su desarrollo un director que será nombrado por el Comité de Programa, si es una pasantía profesional; si corresponde a una pasantía de investigación o de Proyección social el director será él o los investigadores o extensionistas del proyecto, avalado por el comité de programa cuyas funciones serán:

1. Asesorar y dirigir al pasante en la elaboración de la propuesta y del informe final
2. Conceptuar ante el comité de programa la conveniencia y pertinencia en la realización de la pasantía.
3. Comunicar al comité de programa los cambios del plan de trabajo.
4. Supervisar las tareas y revisar los entregables que se aprobaron en el desarrollo del plan de trabajo por parte del pasante.
5. reportar al comité de programa cualquier evento en el proceso.

6. Diligenciar los informes y formatos de evaluación, que institucionalmente se requieran por parte de la Universidad en el desarrollo y finalización de la pasantía.

ARTÍCULO 11. En las pasantías profesionales la propuesta deberá citar el tutor que haya designado la empresa o unidad, éste debe ser avalado por el comité de programa y cumplir las siguientes funciones:

1. Facilitar al pasante los insumos necesarios para la ejecución de la propuesta
2. Acompañar, verificar el cumplimiento de la pasantía y reportar al director cualquier evento del proceso.
3. Diligenciar los informes y formatos de evaluación, que institucionalmente requiera la Universidad en el desarrollo y finalización de la pasantía.
4. Emitir certificado de cumplimiento.

ARTÍCULO 12. La pasantía tendrá una duración de 5 meses o un mínimo de 600 horas y a ella podrán acceder sólo aquellos estudiantes que obtengan un promedio de carrera igual o superior a tres punto cinco sobre cinco (3.5/5.0).

PARÁGRAFO 1. Cuando la pasantía es internacional la duración será mínimo 4 meses.

PARÁGRAFO 2. La duración a que hace referencia el presente artículo se contabilizará desde la fecha de la firma del Acta de inicio de la pasantía.

ARTÍCULO 13. La pasantía puede ser presentada hasta por dos estudiantes, en casos excepcionales y por carta motivada por el director de la opción, el comité de programa podrá autorizar hasta 3 estudiantes.

ARTÍCULO 14. El acta de inicio en la pasantía profesional será firmada el tutor, el director de la pasantía y él o los pasantes, previo concepto favorable de la propuesta por el Comité del Programa.

ARTÍCULO 15. La propuesta deberá ser presentada por el pasante y el director de la pasantía ante el comité de programa y como mínimo deberá contener los siguientes requisitos.

1. Título, autor(es) y director;
2. Tabla de contenido;
3. Presentación;
4. Planteamiento del problema.
5. Justificación;
6. Objetivos;
7. Marcos de Referencia.
8. Diseño metodológico.
9. Cronograma de actividades;
10. Presupuesto;
11. Productos a entregar;
12. anexos:

12.1. Carta de la institución o unidad interna que avala la propuesta de pasantía o copia del acta del proyecto institucionalizado de investigación o proyección social.

12.2. Convenio interinstitucional en el caso de pasantías externas.

12.3. Inscripción de materia que demuestre que es estudiante activo.

PARÁGRAFO 1. El estudiante que realice pasantía en proyecto de extensión en el consultorio empresarial, deberá ser aceptado por el director del consultorio mediante oficio que es remitido al comité de programa y en un plazo no mayor a 20 días hábiles contados a partir de la emisión de dicho oficio, presentará la propuesta de acuerdo al proceso descrito anteriormente. Se entiende que el estudiante optó por esta Opción de Grado a partir del momento en que es aceptado para realizar la propuesta.

5.2 Marco institucional

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS Acuerdo Superior N° 014 DE 2 0 1 5 (Septiembre 17)

Nombre de la Institución:

Universidad de los Llanos

<i>Página web</i>	www.unillanos.edu.co
<i>Domicilio:</i>	Km. 12 vía Apiay. Vereda Barcelona. Villavicencio. Meta
<i>Institución Acreditada:</i>	No
<i>Denominación del programa:</i>	Mercadeo
<i>Ubicación del programa:</i>	Calle 37 N0. 41-02 Barzal Alto Sede San Antonio. V/cio. Meta
<i>Estado del programa:</i>	en funcionamiento
<i>Título que otorga:</i>	Profesional en Mercadeo
<i>Norma interna de creación:</i>	Acuerdo Superior 003 de 2005.
<i>Instancia que la expide:</i>	Consejo Superior
<i>Fecha de la norma:</i>	5 de Febrero de 2005
<i>Registro Calificado</i>	Resolución MEN No. 12409 de 2011
<i>Duración estimada del programa:</i>	9 semestres
<i>Periodicidad:</i>	Trimestral Semestral X Anual Por cohortes Otros
<i>Metodología</i>	Presencial
<i>Área de Conocimiento</i>	Mercadeo
<i>Núcleo básico de conocimiento</i>	Economía y Administración
<i>Nivel del programa</i>	Universitario
<i>Créditos Académicos</i>	148
<i>Número de estudiantes para el primer periodo académico</i>	45
<i>Programa adscrito a</i>	Facultad de Ciencias Económicas
<i>Valor de la matrícula al iniciar</i>	1.5 Salario Mínimo Vigente

“Por el cual se establecen los Lineamientos Pedagógicos y Curriculares de los programas de pregrado de la Universidad de los Llanos”

PROGRAMA DE MERCADEO

Visión

El programa de mercadeo de la universidad de los llanos al 2020, es protagonista del desarrollo empresarial de la región, reconocido a nivel nacional como formador de profesionales con calidad y capacidad participativa en procesos de investigación, generador de conocimientos en el área de mercadeo bajo escenarios de reflexión crítica que impacten el desarrollo social sostenible.

Misión

Formar ciudadanos profesionales éticos con criterio científico y responsabilidad social, mediante el desarrollo de un currículo flexible e integral que le permita ser competente en el sistema de mercadeo, participando activamente en procesos de transformación y avances económico de la región bajo la dinámica del consumo local y global.

Objetivo del estudio

En la Universidad de los Llanos el programa de mercadeo tiene como objeto de formación-transformación EL ***SISTEMA DE MARKETING*** y como objeto social: ***EL BIENESTAR DEL SER HUMANO COMO CLIENTE.***

5.3 Marco Teórico

Los estudios sistemáticos del proceso de diagnóstico y exploración profesional comienzan en 1960 y los primeros instrumentos evaluadores fueron síntesis de fuentes de información elaboradas sobre la persona a partir de entrevistas estructuradas o cuestionarios como el «Career Pattern Study» de Super y Overstreet (1960)

El diagnóstico y exploración profesional en los procesos de toma de decisiones aparece como efecto dinamizador de la cristalización, elección y realización del proyecto profesional de las personas. Las investigaciones efectuadas por Blustein (1989) y Hoyt (1995) sobre la incidencia de las actividades de exploración profesional realizadas por los jóvenes a través de prácticas en centros de trabajo y empresas, de estudios del mercado laboral, autoexploración, voluntariado, etc., expresan su repercusión directa sobre las funciones y tareas del desarrollo profesional al posibilitar la propia reflexión y los procesos de decisión generando la construcción de proyectos profesionales realistas.

Para Super (1994) estos logros incrementan los recursos personales para desarrollar los procesos de transición académica y profesional y sus efectos se manifiestan sobre la efectividad de los procesos de toma de decisiones, considerándose un aspecto esencial de la madurez profesional. En el periodo de las transiciones profesionales la necesidad de orientar el proyecto profesional a través de acciones de desarrollo profesional en el sentido de cómo elegir un ámbito laboral, localizar vías de inserción o crear redes de relación social y ocupacional demuestran la significación y relieve del diagnóstico y exploración profesional (Sobrado, 2002). Las investigaciones efectuadas por Hoyt (1995), Pereira (1995), Rodríguez Moreno (1995, 1999), Figuera (1996), etc., sobre los procesos de transición profesional, evidencian de que personas diferentes con circunstancias y oportunidades similares consiguen niveles distintos de éxito

laboral debido a factores individuales y muchas de ellas a causa de la exploración profesional que es un elemento básico en el desarrollo profesional y uno de los núcleos preferentes de interés en el proyecto profesional.

Actualmente existen diferentes teorías para explicar la inserción profesional como las de ajuste, aprendizaje social, desarrollo evolutivo (Savickas, 1999) y la social-cognitiva de Lent y Worththington (1999) que fue formulada inicialmente en 1994 y que dentro del modelo cognitivo conductual genera muchas expectativas en el contexto del desarrollo profesional. La perspectiva socio-cognitiva representa hoy en día un enfoque comprensivo desde el cual se deben planificar los procesos de diagnóstico y acción orientadora en el ámbito profesional.

5.4 Marco conceptual

Cuadro comparativo:

ACUERDO N° 026 DE 2000	ACUERDO N° 021 DE 2002
<ul style="list-style-type: none">• Se crea el sistema de investigación de la universidad de los llanos.	<ul style="list-style-type: none">• Se crea el sistema de proyección social de la universidad de los llanos.
ARTICULO 1° DEFINICION <ul style="list-style-type: none">• La investigación es un proceso que busca generar un conocimiento específico acerca de la naturaleza, el individuo, la sociedad, sus interrelaciones, sus productos históricos y curriculares. La investigación es una creación autónoma que responde a problemáticas bien definidas y es susceptibles de contrastaciones.	ARTICULO 2° DEFINICION <ul style="list-style-type: none">• Es una función sustantiva de la universidad que la vincula con la sociedad en búsqueda de alternativas de solución a sus principales problemas, mediante procesos permanentes e interactivos, que integran la docencia y la investigación con el propósito de desarrollar planes, programas y proyectos a partir de conocimientos sociales, científicos, tecnológicos, culturales, ambientales y de salud para contribuir con el desarrollo regional y nacional.
CAPITULO IV: Grupos de investigación, líneas de profundización y grupos de estudio. <ul style="list-style-type: none">• Conjunto de investigadores, profesores y estudiantes que comparten intereses, propósitos y recursos vinculado de forma directa al desarrollo de proyectos y programas de investigación en un área o temática definida. Todo grupo de investigación debe contar con uno o más proyectos de investigación y presentar una sistemática y sostenida productividad investigativa.	ARTICULO 6° CAMPOS DE REALIZACIÓN DE PROYECCION SOCIAL <ul style="list-style-type: none">• Prácticas y proyectos comunitarios.• Gestión cultural• Gestión tecnológica• Educación continuada• Presencia institucional• Planeación y gestión• Asesorías• Consultoría• Interventoría• Veedurías

<p>Consolidar grupos de estudio, líneas de profundización y actividades de extensión y promoción a la comunidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> Eventos
<ul style="list-style-type: none"> Con el fin de detectar oportunidades y amenazas, de esta forma aprovechar tanto para una oportunidad de negocio o mejoramiento empresarial con temas tratados de orientación al mercado innovación empresarial y para futuros mercados mecanismos de influenciarían análisis de percepción y diferentes puntos de vista, igualmente con el fin de promover y destacar los valores de un profesional en mercadeo de la universidad de los llanos aplicados al entorno y posibles del mercado. Empresas a investigar fueron <p>Empresas en Villavicencio</p> <ul style="list-style-type: none"> Pollo Doradito Ranchón del Maporal Arepalandia Maderas el Triangulo Maderas Yayas Rosquipan El Tiesto 	<p>Brinda una asesoría y consultoría empresarial en temas de mercadeo, que a su vez relaciona lo realmente importante para que se desarrollen actividades en el esquema del negocio, que genera y demuestra la importancia de implementar al mercadeo en las empresas tratando temas de calidad, distribución, logística todo esto en pro de participar en el mercado e interactuar con el desarrollo de la región.</p> <p>Trabajos basados en empresas en Villavicencio enfocados en mejoramientos complementos y aprovechamiento de oportunidades de tipo comercial y de mercado</p> <p>Cámara de comercio de Villavicencio Universidad de los llanos Centros ópticos</p> <p>Zona rural y del departamento de meta enfocados en sector agro y transformación de materias primas</p> <p>Ganadería vichada Piña Agropiña</p>

Pasantía

Un espacio de formación donde el estudiante fortalece sus competencias profesionales, mediante su vinculación a una unidad académica, administrativa, proyecto de investigación o de extensión en la Universidad, o en convenio, con una organización pública o privada legalmente constituida. (Resolución, 2014) capítulo II artículo 9.

Diagnóstico

El diagnóstico es un estudio previo a toda planificación o proyecto y que consiste en la recopilación de información, su ordenamiento, su interpretación y la obtención de conclusiones e hipótesis. Consiste en analizar un sistema y comprender su funcionamiento, de tal manera de poder proponer cambios en el mismo y cuyos resultados sean previsibles. (Diagnostico))

Investigación

Una investigación es un proceso sistemático, organizado y objetivo, cuyo propósito es responder a una pregunta o hipótesis y así aumentar el conocimiento y la información sobre algo desconocido. Así mismo, la investigación es una actividad sistemática dirigida a obtener, mediante observación, la experimentación, nuevas informaciones y conocimientos que necesitan para ampliar los diversos campos de la ciencia y la tecnología. (investigacion)

Proyecto de investigación

Se fundamenta cuando se presenta la solución de un problema mediante el análisis de los sub-temas o factores, guiados por una o varias hipótesis, proposiciones e interpretaciones. (proyecto)

Proyección social

Es una función sustantiva de la universidad que la vincula con la sociedad, en búsqueda de alternativas de solución a sus principales problemas, mediante procesos permanentes e interactivos, que integran la docencia y la investigación con el propósito de desarrollar planes, programas y proyectos a partir de conocimientos sociales, científicos, tecnológicos, culturales, ambientales y de salud para contribuir con el desarrollo regional y nacional. Los espacios de realización de la proyección social son: La propia comunidad Universitaria, la comunidad regional y nacional. (social)

Profesional

Toda persona que puede brindar un servicio o elaborar un bien, garantizando el resultado con una calidad determinada. Puede ser una persona con un título universitario o técnico para el caso de las disciplinas de la ciencia y las artes, puede ser un técnico en cualquiera de los campos de aplicación de la tecnología, o puede ser una persona con un oficio determinado. (gestion)

Convenio

Acuerdo suscrito por los representantes de los trabajadores y empresarios para fijar las condiciones de trabajo y productividad. Igualmente podrán regular la paz laboral a través de las obligaciones que se pacten. (Guia)

6. DISEÑO METODOLÓGICO

Este proyecto se desarrolló dada la importancia que se obtiene desde la academia de las pasantías como opción de grado, para finalizar la etapa de estudiante universitario, del programa de Mercadeo de la Universidad de los Llanos; se empleó la recopilación de datos e información histórica obtenida mediante la colaboración de la Biblioteca de la Universidad de los Llanos, tanto de la sede Barcelona como la sede San Antonio, el Consultorio Empresarial, Centro de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Económicas, Programa de Mercadeo y Programa de Egresados, de los años 2010 al 2016.

La metodología de este trabajo realizado es de tipo descriptivo, la información obtenida fue clasificada y analizada, teniendo en cuenta las demás opciones de grado según la Resolución N° 007 de 30 de abril de 2014, de la Facultad de Ciencias Económicas.

7. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

La información recopilada, pertenece a los estudiantes del programa de mercadeo, registrados en la biblioteca de la Universidad de los Llanos, tanto en la sede Barcelona y la sede San Antonio, Centro de investigación, Consultorio empresarial de la Facultad de Ciencias Económicas, Programa de Mercadeo y Programa de Egresados. Cuya característica específica es la realización de su opción de grado mediante la modalidad de pasantía.

En la Resolución de la Facultad de Ciencias Económicas N° 007 de 30 abril de 2014, capítulo II, de las pasantías, en donde esta opción de grado se clasifican así: pasantía profesional, pasantía en proyectos de investigación y pasantías en proyectos de proyección social y/o extensión.

Por lo cual se analizó cada trabajo de esta modalidad para corroborar la información, y así llevar a cabo las tareas tales como: seleccionar, recolectar, analizar, almacenar, recuperar y difundir la información.

Como análisis de la investigación, durante el año 2010 no se registraron graduaciones teniendo en cuenta que en ese año la mayoría de los estudiantes culminaban su semestre y no habían realizado su trabajo de grado y en ninguna de las opciones que ofrece tanto el programa como la universidad, es por esto que no se registran graduados este año.

De acuerdo a la información anteriormente mencionada, la cual se analizó a partir de los años 2011 al 2016, se verifico que los graduados entre estos periodos fueron 246 egresados del programa de Mercadeo, con diferentes opciones de grado. Se analizó cuantos hombres y mujeres culminaron su carrera como profesionales durante este periodo.

Cabe señalar que dentro de los 246 egresados del programa de mercadeo, se observó que no genera como mayoría la opción de grado pasantía tanto en (profesional, investigación y proyección social); se tienen en cuenta otras opciones como lo son, Trabajo de Grado, Créditos en programas de posgrado, y el Cum Laude. A su vez se encuentran 78 estudiantes pasantes registrados en las diferentes áreas de la universidad de los llanos del programa.

Proyección social (Pasantes de proyección en el consultorio empresarial) ver anexo

Empresas proyección social

Consultorio Empresarial

- Cámara de comercio de Villavicencio
- Universidad de los llanos
- Quesos y Lácteos Paratebueno
- Ópticas
- Asogagumuy
- Asofrico
- Topalxe

Empresas de Pasantías en investigación

- Pollo Doradito
- Ranchón del Maporal
- Arepalandia
- Maderas el Triangulo
- Maderas Yayas
- Rosquipan

- El Tiesto

Empresas Pasantías Profesionales

- Cámara de Comercio Villavicencio
- Centro Comercial Llano Centro
- Universidad Clínica Cooperativa

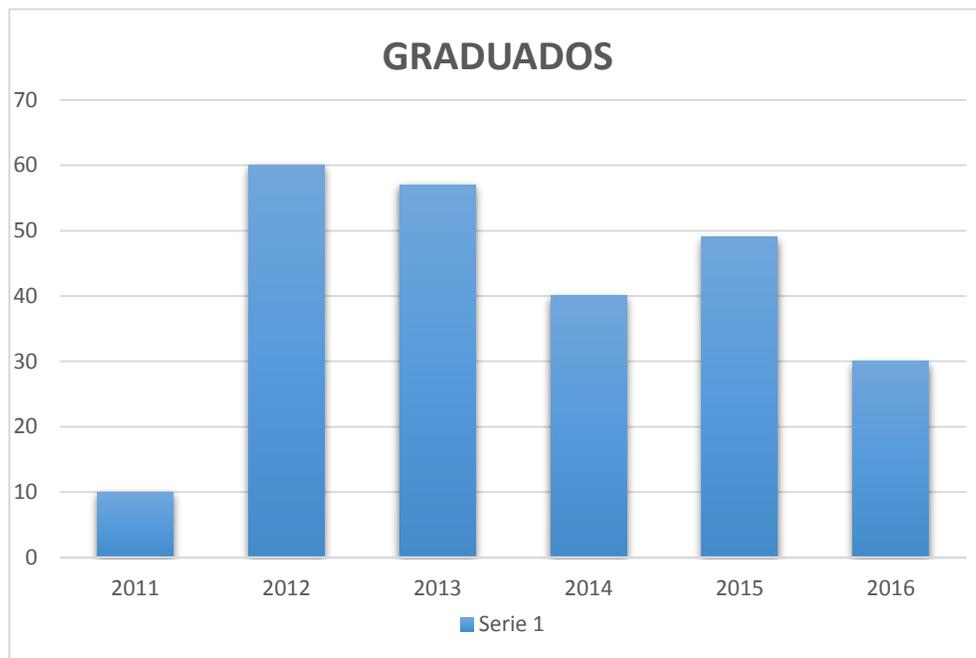


Figura 1. Graduados entre el periodo comprendido entre 2011 al 2016. (Salcedo & Gil 2017).

Se analiza un total de 246 estudiantes graduados, en el periodo comprendido entre 2010 al 2016, teniendo en cuenta que en el año 2012, fue el año en que el programa de mercadeo tuvo más egresados. (Ver Anexo 1)

Fuente: (Ilanos, 2010-2016)



Figura 2. Graduados por género en el programa de Mercadeo de la Universidad de los años comprendidos entre los años de 2011 al 2016. (Salcedo & Gil 2017).

Fuente: (Ilanos, 2010-2016) (Anexo 1)

Del total de los datos analizados se evidenció una alta participación de la población de femenina, predominando al momento de culminar sus estudios.

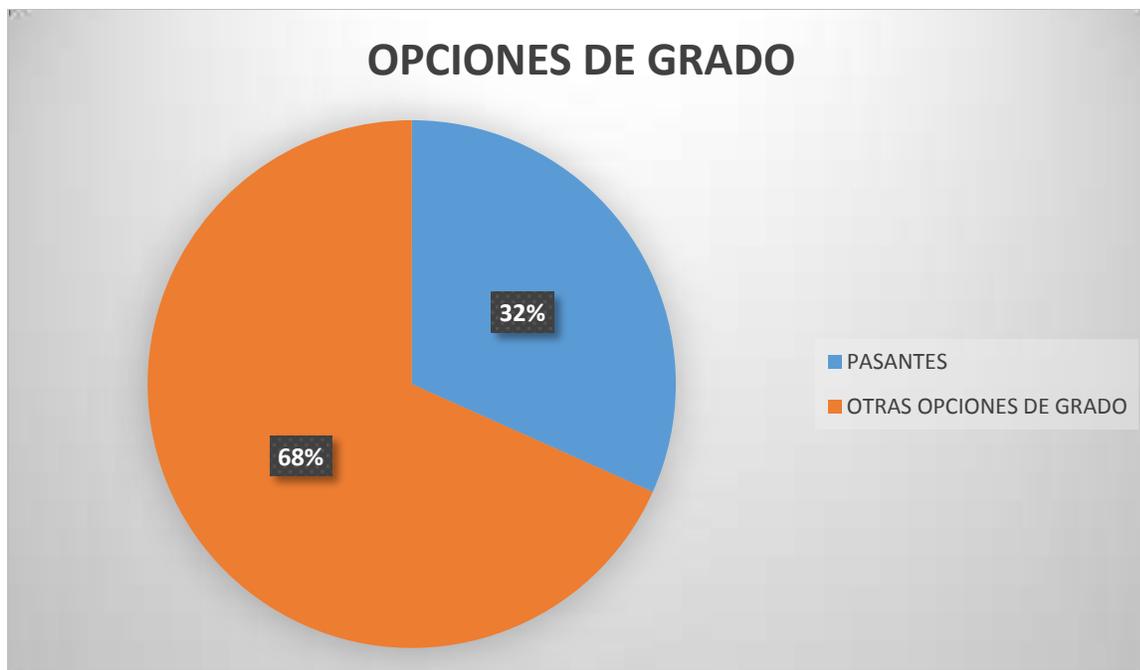


Figura 3. Opciones de grado desarrolladas en el programa de Mercadeo Universidad de los Llanos. (Salcedo & Gil 2017).

Fuente: (Llanos, 2010-2016) (Ver Anexo 2 Y 3)

Los estudiantes de mercadeo, realizaron como opción de grado, pasantías teniendo en cuenta los tres tipos, que fueron pasantías en proyección social, pasantías profesional y pasantías en investigación, correspondiendo a un 32%, frente a un porcentaje mayor de las diferentes opciones de grado que maneja la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de los Llanos; teniendo en cuenta que no es una modalidad de opción de grado muy escogida por los estudiantes del programa de mercadeo de la Universidad de los Llanos.

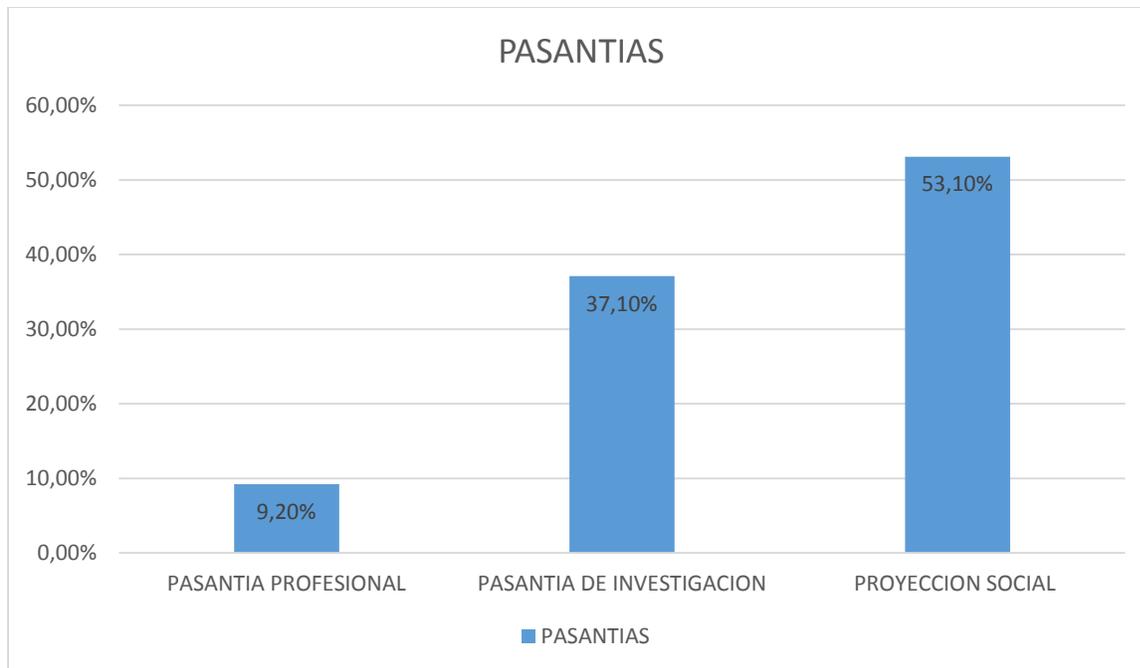


Figura 4. Distribución de las pasantías como opciones de grado del programa de mercadeo Universidad de los Llanos (Salcedo & Gil 2017).

Fuente: (Llanos, 2010-2016)

Teniendo en cuenta la figura anterior, del total de las 54 pasantías realizadas por estudiantes del programa de mercadeo, 29 pasantías fueron realizadas en proyección social o EPS correspondiendo a 53,10%, 20 pasantías en investigación corresponde a 37,10% y 5 pasantías son tipo profesional que corresponde a 9,20%. En cuanto a la notoria participación de estudiantes pasantes en proyección social se debe a que mediante la vinculación con una empresa pública o privada, puede aplicar todo lo aprendido en su formación académica, y así experimentar el medio en el que se van a desenvolver, pero en especial por tener una oportunidad de trabajar con la empresa. (Ver Anexo 3 y 4)

Otro factor en la preferencia por esta modalidad, se debe a lo complicado que está actualmente conseguir un empleo, refiriéndose especialmente al tema de la experiencia laboral, por ello las pasantías se convierten en el primer encuentro que tienen los estudiantes con el mundo empresarial, y es allí donde pueden reafirmar sus conocimientos y explorar sus cualidades en el ámbito profesional y laboral. Así, se resaltan dos aspectos sobre las prácticas profesionales, primero estar en una empresa aunque solo sea de paso, sirve para conocer cómo es una empresa, su funcionamiento y organización, y en segunda instancia esta experiencia se debe involucrar en el currículo como una experiencia profesional (Ariño, 2012).

8. CONCLUSIONES

Del ejercicio realizado enfocado en analizar y utilizar las diferentes herramientas del entorno con el fin de sistematizar y automatizar además de clasificar la información obtenida de las fuentes y bases de datos da una ventana y oportunidad para tener la información a la mano ya sea con fines de asesoría o como ejercicio académico así mismo mejorar trabajos futuros a partir de estas bases con intención de transmisión del conocimiento y utilizando apartes nuevo o complementarios, se puede indicar que las diferentes opciones de grado son una parte fundamental para conocer de primera mano los diferentes entorno o situaciones a los cuales se enfrenta el estudiante universitario, se observa que de las 84 opciones de grado utilizadas de la base de datos fueron de 36 pasantías con una inclinación del estudiantado a 17 pasantías elaboradas por la línea de proyección social así mismo con 14 pasantías elaboradas por la pasantía en investigación y una menos trabajada con 5 pasantías de tipo profesional .

De lo anteriormente presentado el diagnostico que se puede obtener sobre las diferentes opciones de grado indica una gran formación en investigación análisis asesorías y a su vez análisis crítico en pro a mejorar o infundir de forma positiva en las empresas analizadas para mejoras constantes según las exigencias del entorno esto es lo generado a través de su formación por la Universidad de los Llanos al profesional en mercadeo con la firme decisión de generar y otorgar valor de diferenciación al entorno en donde se encamine el profesional, así también se observa a lo largo de la información dan gran iniciativa por servir y generar cambios positivos para la sociedad. Todos tenemos un propósito en la vida.

En la modalidad pasantía profesional los trabajos presentados notan un gran interés en analizar y evaluar las diferentes situaciones o empresas. una intención de encaminar las aptitudes obtenidas a lo largo del curso con gran valor evaluativo y crítico con pro a influenciar y mejorar las diferentes situaciones asimismo denotar las fortalezas y aportes que la carrera permiten otorgar y es el aporte a la sociedad de la mano de la universidad de los llanos se es proponente y insistido a la hora de influenciar más hacia el desarrollo de más trabajos de apoyo que sirvan a las partes interesadas tanto empresarial como formal para la culminación de los periodos académicos

La pasantía en investigación está dirigida a un segmento más investigativo con el fin de detectar oportunidades y amenazas, de esta forma aprovechar tanto para una oportunidad de negocio o mejoramiento empresarial con temas tratados de orientación al mercado innovación empresarial y para futuros mercados mecanismos de influenciarían análisis de percepción y diferentes puntos de vista, igualmente con el fin de promover y destacar los valores de un profesional en mercadeo de la universidad de los llanos aplicados al entorno y posibles del mercado.

La pasantía en proyección social brinda una asesoría y consultoría empresarial en temas de mercadeo, que a su vez relaciona lo realmente importante para que se desarrollen actividades en el esquema del negocio, generando y demostrando la importancia de implementar al mercadeo en las empresas tratando temas de calidad, distribución, logística todo esto en pro de participar en el mercado e interactuar con el desarrollo de la región.

9. RECOMENDACIONES

La información de la biblioteca de la Universidad de los Llanos se debe clasificar según el tipo de pasantía.

Socializar con los docentes y estudiantes la Resolución N° 007 de 30 de abril de 2014, donde se especifican las pasantías, para buscar soluciones encaminadas a lograr el mejoramiento de los procesos.

Buscar la interdisciplinariedad en el Centro de Investigaciones y el Consultorio Empresarial de la Facultad de Ciencias Económicas para que el estudiante se prepare para la creación de empresas.

Organizar los currículos para que los diseños tengan las dimensiones pedagógicas para el aprendizaje: aprender a aprender, aprender a hacer, aprender a ser.

Proponer los grupos de investigación, proyectos que abarquen en las diferentes tipos de pasantías que propone el plantel, motivando las que presentan menos participación logrando así una exploración en su totalidad a las diferentes opciones y alternativas otorgadas tales como investigación y profesional.

El proceso de evaluación por parte del coordinador de la pasantía, debe ser replanteado para cada caso dependiendo si es una empresa pública o empresa privada.

Desarrollar investigación con egresados a cerca de las competencias que están desarrollando en los diferentes cargos desempeñados con el fin de enriquecer el currículo actual y ajustar el perfil profesional.

Los métodos de evaluación de los micro currículos se deben plantear con base en las competencias evaluadas en las pruebas Saber Pro.

Desarrollar investigaciones tendientes a evaluar el impacto de las pasantías en las empresas de la región.

BIBLIOGRAFÍA

1960, S. Y. (s.f.). *Revista de Investigación Educativa*, Sobrado Fernando, 99.

Diagnostico. (s.f.). <https://es.slideshare.net/jairoromeronovoa7/gua-dediagnostico>.

gestion, a. d. (s.f.). <https://www.apuntesgestion.com/b/definicion-profesional/>.

gestion, a. d. (s.f.). <https://www.apuntesgestion.com/b/definicion-profesional/>.

Guia. (s.f.).

http://www.empleo.gob.es/es/Guia/texto/guia_12/contenidos/guia_12_24_3.htm.

investigacion, C. B. (s.f.). <https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/conceptos.pdf>.

Llanos, B. d. (2010-2016). *Consultorio Empresarial, y Centro de investigaciones Facultad de Ciencias Económicas organizada por los autores*. Villavicencio, Meta.

llanos, u. d. (2010-2016). *Base de datos egresados, programa de mercadeo*.

Villavicencio, Sede Barcelona y San Antonio: Consultorio EMpresarial de la facultad de ciencias economicas ,programa de mercadeo y programa de egresados.

proyecto. (s.f.). <https://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.html>.

Resolucion. (2014). resolucion 007 . Villavicencio, Meta:

<http://www.unillanos.edu.co/docus/G%20RESOLUCI%C3%93N%20%20No.%207%20OPCIONES%20DE%20GRADO.pdf>.

social, P. (s.f.). <http://www.unillanos.edu.co/index.php/que-es-proyeccion-social>.

Acosta, María Cristina y Vuotto, Mirta. (2001). *La pasantía como recurso de aprendizaje dentro de las organizaciones: la percepción de los estudiantes universitarios*. Ponencia presentada en el 5° Congreso Nacional de Estudios del Trabajo Organizado por la Asociación Argentina de Especialistas en Estudios del Trabajo (ASET), 1-3 de agosto. Universidad de Buenos Aires Facultad de Ciencias Económicas Instituto de investigaciones administrativas. Buenos Aires.

Arango Medina, Deicy y López Castañeda, Lina María. (2007). *Las pasantías en contaduría pública como camino para el desarrollo de competencias profesionales caso Dian seccional Armenia. (Periodo 2001 – 2005*. Maestría en gerencia del talento humano universidad de Manizales Armenia.

Canale de Decoud, Sandra (2012). *Las prácticas profesionales supervisadas en la sociedad del conocimiento. Experiencias desde la contabilidad de gestión*. Revista del Instituto Internacional de Costos, ISSN 1646-6896, Edición Especial XII Congreso, abril. Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional del Litoral. Argentina.

Fraguío, Rosario; Malnis, Fernanda; Marré, Sofía; Salamón, Gabriel; Schvartzer, Leandro. (2007). *Las pasantías como articulación de intereses en red. Una estrategia de marketing*. Posgrado en Organizaciones sin Fines de Lucro de la Universidad de San Andrés, Universidad Torcuato Di Tella y el Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES). Editado para el sitio www.gestionsocial.org

Mineducación. Prácticas: Pasantías y contratos de aprendizaje. Calle 43 No. 5714 Centro Administrativo Nacional, CAN, Bogotá, D.C. PBX: + 057 (1) 222 2800 Fax 222 4953
www.mineducacion.gov.co atencionalciudadano@mineducacion.gov.co

Montoya Ríos, Francisco Javier y Aguilar Zambrano, José Javier. (2013). *La Relación Universidad-Empresa en las Prácticas Empresariales: Un Modelo Conceptual desde las Técnicas de Generación de Ideas*. ISSN: 0718-2724. (<http://www.jotmi.org>) Journal of Technology Management & Innovation © Universidad Alberto Hurtado, Facultad de Economía y Negocios. Volume 8, Special Issue ALTEC.

Ortiz-Riaga, María Carolina y Morales-Rubiano, María Eugenia. *La extensión universitaria en América Latina: concepciones y tendencias*. Universidad de La Sabana | Facultad de Educación. ISSN 0123–1294 | Educ.Educ. Vol. 14, No. 2 | Enero-abril de 2011 | pp. 349-366. Bogotá.

Rueda Rodríguez, Alma Elena. (2014). *Las prácticas profesionales y las pasantías desde la legislación comparada*. Revista Latinoamericana de Derecho Social Núm. 19, julio-diciembre, Esta revista forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. pp. 111-132.

Sánchez de Mantrana, Mirna. (2005). *El aprendizaje en contextos laborales reales: el caso de las pasantías de los estudiantes universitarios*. E D U C E R E • A r t í c u l o s a r b i t r a d o s • ISSN: 1316 - 4910 • Año 9, Nº 30 • julio - agosto - septiembre, pp. 345 – 357.

Tavera Zafra, Fernando. (2014). *Funcionalidad de las prácticas empresariales en la relación universidad-empresa en el programa de ingeniería industrial de la Universidad Militar Nueva Granada*. Facultad de Ingeniería, Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá, Colombia.

Universidad La Gran Colombia. Informe: 11° Encuentro Nacional de Prácticas Universitarias. (2016). *La Responsabilidad Social Universitaria como valor inminente en la formación profesional y de ciudadanía*. Dirección de proyección social. 1 y 2 septiembre.

Ariño, E. (25 de Junio de 2012). La importancia de las prácticas profesionales. Recuperado de: <http://plandempleo.com/2012/06/25/las-importancia-de-las-practicaprofesionales/>

Cibergrafía

- <http://www.unillanos.edu.co/docus/G-%20RESOLUCI%C3%93N%20%20%20No.%2007%20%20OPCIONES%20DE%20GRADO.pdf>
- http://web.unillanos.edu.co/docus/resolucion-21_grados_economia.pdf
- <http://www.cauqueva.org.ar/archivos/gu%C3%ADa-de-diagn%C3%B3stico.pdf> concepto de diagnostico
- <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/286/0.htm>
- <http://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.html>
- <http://www.unillanos.edu.co/index.php/que-es-proyeccion-social>
- <http://www.apuntesgestion.com/b/definicion-profesional/>
- <http://www.tusalario.es/main/leys-laborales/convenios/que-es-un-convenio>
- <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/cualitativo-cuantitativo-mixto.html>
- documentacion.unillanos.edu.co/index.php/centro-de-documentacion/doc_view/3672-acuerdo-superior-no-014-lineamientos-curriculares-de-pregrado.html

