

**ALIANZAS ESTRATÉGICAS ENTRE LA
UNIVERSIDAD DE CARABOBO, CAMPUS LA
MORITA, Y EL SECTOR DE LA MEDIANA Y
GRAN EMPRESA DEL ESTADO ARAGUA COMO
MECANISMO PARA DINAMIZAR LA INSERCIÓN
DEL EGRESADO EN EL MERCADO LABORAL**

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS LA MORITA

**ALIANZAS ESTRATÉGICAS ENTRE LA UNIVERSIDAD DE CARABOBO,
CAMPUS LA MORITA, Y EL SECTOR DE LA MEDIANA Y GRAN
EMPRESA DEL ESTADO ARAGUA COMO MECANISMO PARA
DINAMIZAR LA INSERCIÓN DEL EGRESADO EN EL MERCADO
LABORAL**

Autoras:
Aparicio, Isis
Montes, Rosiré
Vázquez, Irene

La Morita, Octubre de 2009

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS LA MORITA

CONSTANCIA DE APROBACIÓN

Yo, Blanca Marrufo

C.I. V- 12.107.942 , Tutor del Trabajo de Grado titulado:

ALIANZAS ESTRATÉGICAS ENTRE LA UNIVERSIDAD DE CARABOBO,
CAMPUS LA MORITA Y EL SECTOR DE LA MEDIANA Y GRAN EMPRESA
DEL ESTADO ARAGUA COMO MECANISMO PARA DINAMIZAR LA
INSERCIÓN DEL EGRESADO EN EL MERCADO LABORAL

presentado por las bachilleres Aparicio, Isis
Montes Rosiré y Vásquez Irene

para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública

considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser entregado, presentando públicamente y evaluado por un jurado calificador designado para tales fines.

Nombre y Apellido: Blanca Marrufo

C.I: V – 12.107.942

Firma: _____

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS LA MORITA

CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN

**ALIANZAS ESTRATÉGICAS ENTRE LA UNIVERSIDAD DE CARABOBO,
CAMPUS LA MORITA, Y EL SECTOR DE LA MEDIANA Y GRAN
EMPRESA DEL ESTADO ARAGUA COMO MECANISMO PARA
DINAMIZAR LA INSERCIÓN DEL EGRESADO EN EL MERCADO
LABORAL**

Tutora:
Blanca Marrufo

Aceptado en la Universidad de Carabobo
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública
Por: Blanca Marrufo
C. I. 12.107.942

La Morita, Octubre de 2009

DEDICATORIA

A mi Dios por darme la oportunidad de estar en esta escuela llamada vida, y por siempre ayudarme y hacerme saber con cada una de sus señales que no estoy sola, que él siempre está conmigo.

A mi Madre, que es la luz de mi vida, que me ha acompañado y apoyado en cada paso que doy; que es con quien he compartido mis preocupaciones, mis sufrimientos, y mis alegrías, con cada una de las situaciones que me han tocado enfrentar no sólo a lo largo de la carrera, sino a lo largo de mi vida, gracias por tu amor incondicional.

A mi Padre, por su gran ejemplo de constancia y perseverancia, y por su gran actitud ante los momentos adversos y las pruebas más difíciles, que me han servido como lección de vida, y me han enseñado a luchar por sobre todas las cosas.

A mis hermanos Eduardo y Luisito que me han enseñado a no tomar los problemas tan a pecho, a saber que siempre hay solución para todo, y que no hay que enfrascarse en los problemas, sino siempre ver el lado positivo de las cosas. A mi cuñada y a mi hermoso sobrinito Luis Eduardo, siendo este un angelito que ha venido a llenar nuestras vidas de luz y alegría, con su amor y cariño lleno de inocencia.

A mis amigos que me han apoyado y me han ofrecido su amistad y sus consejos, que han sido como cocuyitos que me han alumbrado el camino por donde me ha tocado transitar, en especial a uno, que aunque ya no se encuentra entre nosotros, me enseñó la importancia de tener alegría en el corazón, a saber que siempre hay motivos para reír, así sea de uno mismo.

A todos lo que me han ayudado de una u otra forma en la realización de este trabajo

Isis Aparicio

DEDICATORIA

A mi Dios, a quien debo todo lo que soy y que seré en la vida.

A mis amados padres y amigos, Marcelina y Humberto, por todo el apoyo y cariño incondicional, sus sacrificios, desvelos, traspasos y trabajo, lo cual financió e impulsó esta aventura llamada Universidad. Gracias por estar siempre conmigo.

A mis hermanos, por brindarme el apoyo y comprensión que necesitaba.

A mis amigos y hermanos del alma, gracias por su cariño, amistad, compañía y tolerancia para conmigo.

Y esa persona especial que con su amor, cariño me apoya para continuar y seguir en mi camino, gracias por estar conmigo y recuerda que eres muy importante para mí.

Rosiré Montes

DEDICATORIA

A Dios y la Virgen por ser mi guía por concederme la fortaleza y el valor para no fallar, por ser la luz de mi vida y a quienes les debo todo.

A mis padres Omaira y Homero por siempre entenderme y brindarme su apoyo y confianza en todo momento, sin ustedes nada hubiese sido posible.

A mi hermana Armida por sus sabios consejos y apoyo incondicional

A mis hermanas por ser mis mejores amigas y brindarme siempre su confianza y ser mi más grande apoyo. A mis Hermanos por brindarme su comprensión y apoyo incondicional.

A mis sobrinos por ser la lucecita que iluminan las angustias.

A todos mis amigos, primos, tíos por brindarme su apoyo, confianza amistad y tolerancia.

A los que se convirtieron en mi segundo hogar durante toda mi carrera universitaria, sin su apoyo y fraternidad hoy nada seria posible (Rosa, Augusto, Víctor y Belinda).

Y a esa persona especial (Jesús) que con su amor y cariño siempre fue mi apoyo para seguir adelante.

Irene Vázquez

AGRADECIMIENTOS

A Dios por haber sido nuestra guía y darnos la fortaleza, sabiduría y paciencia para seguir siempre adelante en este sendero que un día elegimos.

A nuestros padres por brindarnos toda la confianza, comprensión, apoyo y cariño que sin ella hoy nada seria posible.

A todos nuestros familiares hermanos, tíos, primos, sobrinos, amigos y demás por su fraternidad, y amistad sincera.

A nuestra tutora la Profesora Blanca Marrufo y demás profesores por sus valiosos consejos y por guiarnos y ayudarnos a encontrar el camino en la realización de este Trabajo de Grado.

A nuestra Alma Mater por ser una escuela de vida, vivimos tantos momentos gratos y no tan gratos pero que sin duda forman parte de un sin numero de enseñanzas; y donde aprendimos el valor de la amistad, del compañerismo y de la perseverancia.

A todos los que de una u otra forma contribuyeron y aportaron su granito de arena para llevar a cabo este trabajo.

A todos mil Gracias...

Isis, Rosiré e Irene

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
RESUMEN.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1
 CAPÍTULO I	
 EL PROBLEMA	
 Planteamiento del Problema.....	5
Formulación del Problema.....	9
Objetivos de la Investigación.....	9
Objetivo General.....	9
Objetivos Específicos.....	9
Justificación de la Investigación.....	10
 CAPÍTULO II	
 MARCO TEÓRICO	
 Antecedentes de la Investigación.....	12

Bases Teóricas.....	22
Estrategias.....	22
Las Alianzas o Asociaciones Estratégicas.....	24
Inserción Laboral.....	28
Relación Universidad- Empresa.....	30
Pasantías.....	32
Capital Humano y Organizaciones Innovadoras.....	35
El papel de las Universidades en el Desarrollo del Capital Humano.....	39
Funciones de FUNDEI.....	40
Funciones de la Coordinación de Pasantías.....	40
Bases Legales.....	41

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

La Metodología.....	43
Diseño de la Investigación.....	43
Método de Investigación.....	45
Población y Muestra.....	47
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	50
Validez y Confiabilidad de los Instrumentos.....	51
Técnicas de Análisis de los Datos.....	54

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Objetivo Específico 1: Diagnosticar los procedimientos ejecutados por la Coordinación de Pasantías de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, para la inserción de los egresados en Administración Comercial y Contaduría Pública al mercado laboral.....	56
Análisis de la Guía de Entrevista.....	57
Objetivo Específico 2: Identificar la percepción de los estudiantes en cuanto a la acciones para la promoción de los mismos al mercado laboral, emprendidas por la Coordinación de Pasantías de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita.....	62
Cuestionario Aplicado a los Estudiantes.....	62
Objetivo Específico 3: Examinar la percepción sobre los egresados en Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, por parte de los principales representantes del sector de la mediana y gran empresa del Estado Aragua.....	68
Cuestionario Aplicado a las Empresas.....	68
Objetivo Específico 4: Determinar los requerimientos del sector de la mediana y gran empresa del Estado Aragua, para el establecimiento de alianzas estratégicas con la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, para la inserción de los egresados en Administración Comercial y Contaduría Pública al mercado laboral.....	76
Diagnóstico que sustenta la Propuesta.....	83

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

Presentación.....	86
Justificación de la Propuesta.....	87

Fundamentación de la Propuesta.....	89
Objetivos de la Propuesta.....	91
Objetivo General.....	91
Objetivos Específicos.....	91
Estructura de la Propuesta.....	92
Anexos de la Propuesta.....	97
Factibilidad de la Propuesta.....	102
CAPÍTULO VI	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
Conclusiones.....	104
Recomendaciones.....	107
DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....	109
BIBLIOGRAFÍA.....	111
ANEXOS.....	116

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro	Pág.
1 Población de Empresas.....	48
2 Muestra de Empresas.....	49
3 Reconocimiento por los Estudiantes de la Importancia de las Pasantías.....	62
4 Conocimiento de las Oportunidades de Pasantías.....	63
5 Promoción de las Pasantías por la Coordinación.....	64
6 Realización de Censos de Estudiantes para Procesos de Pasantías....	65
7 Realización de Jornadas Empresariales de Promoción de Pasantías y Empleos.....	66
8 Enriquecimiento de la Preparación Profesional por las Oportunidades de Pasantías.....	67
9 Incorporación de Pasantes Profesionales en las Áreas Contables y Administrativas.....	69
10 Nivel de Conocimiento Preferente por las Empresas.....	70
11 Preferencia por Pasantes de Instituciones Educativas en Específico.	71
12 Conocimiento de la Existencia del Núcleo de la UC en el Estado Aragua.....	72
13 Incorporación de Pasantes Procedentes de la UC Campus La Morita.....	73
14 Imagen que posee la Empresa en Cuanto a los Estudiantes de Administración y Contaduría Pública de la UC.....	74
15 Contacto entre la Coordinación de Pasantías de la UC y las Empresas.....	75
16 Aspectos Demandados a los Pasantes por las Empresas.....	76
17 Exigencias de las Empresas a los Estudiantes para Optar a las	

	Pasantías.....	78
18	Aspectos Integradores del Perfil de los Postulantes a Pasantías.....	80
19	Aspectos Considerados por las Empresas para Tomar la Decisión de Aceptación del Pasante.....	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico	Pág.
1 Reconocimiento por los Estudiantes de la Importancia de las Pasantías.....	63
2 Conocimiento de las Oportunidades de Pasantías.....	64
3 Promoción de las Pasantías por la Coordinación.....	65
4 Realización de Censos de Estudiantes para Procesos de Pasantías....	66
5 Realización de Jornadas Empresariales de Promoción de Pasantías y Empleos.....	67
6 Enriquecimiento de la Preparación Profesional por las Oportunidades de Pasantías.....	68
7 Incorporación de Pasantes en las Áreas Contables y Administrativas.....	69
8 Nivel de Conocimiento Preferente por las Empresas.....	70
9 Preferencia por Pasantes de Instituciones Educativas en Específico.	71
10 Conocimiento de la Existencia del Núcleo de la UC en el Estado Aragua.....	72
11 Incorporación de Pasantes Procedentes de la UC Campus La Morita.....	73
12 Imagen que posee la Empresa en Cuanto a los Estudiantes de Administración y Contaduría Pública de la UC.....	74
13 Contacto entre la Coordinación de Pasantías de la UC y las Empresas.....	75
14 Aspectos Demandados a los Pasantes por las Empresas.....	77
15 Exigencias de las Empresas a los Estudiantes para Optar a las Pasantías.....	78
16 Aspectos Integradores del Perfil de los Postulantes a Pasantías.....	81

17	Aspectos Considerados por las Empresas para Tomar la Decisión de Aceptación del Pasante.....	83
----	---	----

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD ECONOMICAS Y SOCIALES
ESCUELA ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS LA MORITA

**ALIANZAS ESTRATÉGICAS ENTRE LA UNIVERSIDAD DE CARABOBO,
CAMPUS LA MORITA, Y EL SECTOR DE LA MEDIANA Y GRAN
EMPRESA DEL ESTADO ARAGUA COMO MECANISMO PARA
DINAMIZAR LA INSERCIÓN DEL EGRESADO EN EL MERCADO
LABORAL**

AUTORES:
APARICIO, ISIS
MONTES, ROSIRÉ
VÁZQUEZ, IRENE
TUTORA:
MARRUFO, BLANCA
AÑO 2009

RESUMEN

La presente investigación respondió al propósito de proponer alianzas estratégicas como mecanismo idóneo para incorporar al egresado de la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, al mercado laboral de las medianas y grandes empresas del estado Aragua, el cual persigue una doble finalidad, primeramente contribuir con la inserción en el mercado de trabajo a los Estudiantes de Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita y, segundo lugar, posicionar en ese mismo entorno la imagen de calidad formativa que representa a la institución. Para ello se adoptó un diseño de campo de tipo descriptivo apoyado en una investigación documental, todo bajo la modalidad de proyecto factible; para recoger los datos se aplicó una guía de entrevista a la Coordinadora de pasantías, un cuestionario a una muestra de 45 empresas entre medianas y grandes y otro cuestionario a una muestra de 150 alumnos entre el séptimo y décimo semestre de Administración Comercial y Contaduría Pública. Luego de analizar los datos puntualmente se concluyó que a pesar que la Universidad de Carabobo, Campus La Morita ha apoyado a una cantidad considerable de estudiantes en la ejecución de prácticas laborales, en la actualidad su gestión no se ha adaptado a la creciente incertidumbre que embarga a los estudiantes que no han tenido la oportunidad de poder constatar sus conocimientos en la práctica y ante la preocupación de enfrentar el campo laboral sin esa experiencia previa, desaprovechando el segmento de mercado que tiene una positiva imagen de los pasantes de la Universidad de Carabobo y aquel que aun no le conoce; por lo cual la investigación se concentró en presentar líneas que le encaminen a establecer alianzas estratégicas para agilizar la inserción laboral de sus estudiantes.

Palabras Claves: Pasantías, mercado laboral, alianzas estratégicas, inserción laboral.

INTRODUCCIÓN

La competitividad de los mercados demanda de los profesionales no sólo el manejo técnico de sus disciplinas, sino también una amplia experiencia del aprendizaje incluso antes de egresar de sus casas de estudio, lo que exige de quienes están en etapa de formación interesarse por ingresar al mercado laboral en los últimos años de profesionalización, lo que se ha vuelto arduo, debido a los altos perfiles de competencia que están en el escenario.

Una de las profesiones más concurridas en Venezuela, específicamente en el Estado Aragua es la de los Administradores y Contadores Públicos, lo que se traduce en una gran magnitud de egresados que aspiran formar parte de una organización para poner en práctica su ejercicio laboral; sin embargo, a pesar que esta entidad es considerada como uno de los motores industriales y empresariales del país, la pronta inserción no resulta factible en el corto plazo para una cantidad considerable de dichos profesionales.

En este sentido, las Universidades más allá de su gran labor en la formación técnica de los individuos, a través de las actividades de extensión han coordinado estrategias que contribuyan en el afianzamiento de los conocimientos impartidos por medio de programas de pasantías, lo cual ha contribuido en la captación de prácticas por parte de los futuros titulados que han facilitado su contacto con el mercado laboral; mecanismos de inserción que ha favorecido a muchos Administradores Comerciales y Contadores Públicos de la región central del país, sobre todo en aquellos que no tienen la experiencia de cómo instrumentar el cúmulo de conocimientos transferidos.

Una de las Universidades que han valorado la importancia de servir de canal entre los estudiantes y su mercado laboral ha sido la Universidad de Carabobo, disponiendo

para ello de una Coordinación de Pasantías, la cual ha incorporado al sector industrial a muchos de sus egresados, sobre todos a los pertenecientes a su Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. No obstante, a pesar de sus esfuerzos, ante la creciente matrícula de estudiantes y a las exigencias restringibles de las empresas, la misma parece estar presentando ciertas limitaciones para incrementar las cantidades de inserciones, desfavoreciendo en la misma magnitud a los estudiantes de tan competitivas profesiones, lo cual genera preocupación e incertidumbre en éstos, al ver que su período de formación se acerca al término y no han tenido la oportunidad de obtener su reforzamiento a través de la práctica de sus disciplinas, que quizás posteriormente le facilite una oferta laboral.

De este modo, al estudiar la situación en otras Universidades cercanas, se encuentra que la Coordinación de Pasantías ha instrumentado políticas y planes basadas en alianzas estratégicas que le permiten promocionar a sus estudiantes con mayor dinamismo, lo cual ha despertado interés en promover en la Universidad de Carabobo un conjunto de ideas de modernización contextualizada a la realidad del mercado y a la competitividad educativa de la institución, a través de alianzas estratégicas; por lo cual se ha emprendido el presente trabajo de investigación, el cual persigue una doble finalidad, primeramente contribuir con la inserción en el mercado de trabajo a los Estudiantes de Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita y, segundo lugar, posicionar en ese mismo entorno la imagen de calidad formativa que representa a la institución.

Para el logro de tales propósitos, de acuerdo con las implicaciones procedimentales necesarias para estructurar un proyecto verdaderamente factible, se ha establecido un plan metodológico de pasos, los cuales han permitido una primera presentación contentiva de los siguientes capítulos:

Capítulo I. Describe la situación estudio expuesta en el planteamiento del

problema, el cual se sintetiza a través de la formulación y es operacionalizada con los objetivos de la investigación. Además, se expresa la importancia, beneficios y alcances del tema tratado y de los Objetivos que se esperan alcanzar.

Capítulo II. Corresponde a esta sección la contextualización teórica de las variables, por ello se establecen relaciones con otros diseños a través de los antecedentes, se fundamenta en explicaciones proporcionadas por expertos teóricos y, finalmente, se revela la sustentación legal.

Capítulo III: Refiere las directrices metodológicas del trabajo, caracterizando el tipo de estudio, definiéndose el método a seguir, se presentan los informantes claves y se precisan las técnicas de recolección y tratamiento de los datos.

Capítulo IV: Contiene el análisis de los datos recolectados procedentes de las fuentes primarias para la investigación, a través de los tres instrumentos que se elaboraron para tal fin; construyéndose de esta manera la información base para el logro de los objetivos planteados.

Capítulo V: Expone la explicación del proyecto de soluciones que se han ideado para resolver el problema diagnosticado y ya aclarada la situación a través del análisis de los datos; por lo tanto, se presenta en este capítulo la propuesta de estrategias para promover la inserción en el mercado de trabajo a los Estudiantes de Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita

Capítulo VI: Representa el resultado del análisis crítico y sintetizado de las autoras en función a la interrelación de la teoría con la realidad encontrada, dejando de manifiesto a través de sus interpretaciones el logro de los objetivos de la investigación, cerrando con la exposición de un conjunto de sugerencias que buscan concretar la generación de valor a los actores del problema en estudio.

Por último se da a conocer las referencias consultadas.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Al definir metas claras de desarrollo para una nación, es necesaria la inclusión de numerosos actores, los cuales varían de país en país, pues la ideología, la cultura, las costumbres y las estructuras e instituciones formalizadas en cada nación presentan aspectos particulares implícitos para cada escenario, los cuales no pueden ser ignorados. Venezuela, involucrada en esta dinámica mundial caracterizada por una búsqueda constante de crecimiento y fortalecimiento, está obligada a crear su propia fórmula hacia el desarrollo y dar pasos firmes en la búsqueda de un crecimiento sostenido, siempre bajo sus propios parámetros y atendiendo, en primer lugar, sus necesidades particulares en aras de una elevada calidad de vida.

En este sentido, cuando son obvias las diferencias entre las naciones, existe un elemento intrínseco a la naturaleza misma del desarrollo y cuya participación en todos los países es de primer orden, ya que representa un papel de gran importancia en el desempeño de cualquier nación. En efecto, la educación es el mecanismo indiscutido para la producción y para la formación de recursos humanos que habrán de potenciar esos crecimientos al aplicarlos a la creación de bienes y servicios.

De allí que las universidades desempeñan un rol fundamental en la consolidación de un equipo competitivo en todas las áreas de la sociedad moderna; sumado a ello, a pesar de que el principal propósito de estas instituciones es formar profesionales, a través de su trabajo de extensión se ven directamente vinculadas con la sociedad, constituyendo ésta su principal labor y ayuda social.

De este modo, es evidente que las Universidades, como sistemas abiertos, deben ir a la par de los cambios que tienen lugar, no sólo en materia formativa, sino también en lo que respecta a las variaciones del mercado, para así contribuir estratégicamente en el equilibrio formativo-práctico que debe caracterizar a los países. En definitiva, el mundo universitario es un mundo dinámico que influye en las modificaciones del entorno, así como también, se ve influenciado por ellas, lo que significa que se vincula e incide en el desarrollo y la transformación de la sociedad.

Considerando la importante relación de las Universidades con el desarrollo de los países, al detenerse en la situación venezolana, se encuentra una apreciable demanda de competitividad, que obliga a las instituciones de educación superior a estar permanentemente actualizando sus matrices curriculares, para de esta manera responder a las exigencias del mercado. No obstante, es importante destacar que esa incremental solicitud de calidad profesional, unida a algunos aspectos desestabilizadores del sector empresarial propios de la economía nacional, han tornado dificultosa las ofertas laborales, desatando una ardua competencia entre profesionales, frustrando el ingreso de una cantidad significativa de capital intelectual; situación ésta que demanda de las Universidades mayor dinamismo en su intervención como plataforma de enlace entre ella, sus profesionales y el mercado laboral.

Aunado a lo descrito en el párrafo anterior, según cifras del Instituto Nacional de Estadística, existe un importante índice de desempleo de los cuales un gran porcentaje de éstos son profesionales universitarios, particularmente, en el Estado Aragua, inmersos y no ajenos a esta situación, el Egresado de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo, Núcleo Aragua, presenta dificultades en la obtención de oportunidades de trabajo, pues en esta entidad existen diferentes escuelas técnicas y profesionales que permanentemente egresan titulados en el área y, todos se confluyen en un mercado relativamente estrecho para ingresar y

ejercer la profesión, lo cual ha venido afectando a aquellos profesionales que, a pesar de recibir la preparación cognoscitiva, no han tenido la oportunidad de tener el contacto práctico con la realidad, requiriendo de las herramientas y plataformas que les brinden una alternativa para enriquecer su preparación.

En lo que respecta a la Universidad de Carabobo, la cual egresa profesionales de enorme calidad, según afirmación de Tulio Hidalgo presidente de Fedecamaras Carabobo, se tiene que la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública en su Campus La Morita, cuenta con la Coordinación de Pasantías, la cual ha venido ubicando a estudiantes de los últimos semestres en el mercado para que fortalezcan sus conocimientos a través de la técnica “aprender – haciendo”; sin embargo, este servicio en la actualidad carece de promoción en la comunidad universitaria, pues al parecer no todos los estudiantes tienen acceso al mismo y, en ocasiones, son éstos quienes han tenido que canalizar sus pasantías, limitándose la coordinación únicamente a organizar y controlar las formalidades del proceso.

Sumado a ello, preliminarmente, se aprecia que en la Universidad de Carabobo existen pocos programas que contribuyen a la inserción de los estudiantes al mercado laboral, infiriéndose que existe entre la Institución y el sector empresarial poco intercambio, aspecto este que limita el alcance de la Coordinación de Pasantías, la cual de manera general debe fomentar el fortalecimiento del perfil profesional de los egresados a través del incremento de la experiencia de los mismos.

Si bien es cierto que desde siempre la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, a través de su Coordinación de Pasantías, se ha preocupado por orientar la formación de sus estudiantes que ingresan a las pasantías, ante el crecimiento sustancioso de la población universitaria, se ha limitado su alcance, a lo que debe agregarse que la complejidad del mercado laboral demanda de mayores estrategias de

esta coordinación para dar a conocer el talento de los egresados de la Universidad de Carabobo en el sector aragüeño.

La situación antes descrita, despierta preocupación en materia de competitividad profesional, pues aún cuando es innegable la significancia en la labor académica de la Facultad de Ciencias Sociales y Económicas de la Universidad de Carabobo, y existe la Coordinación de Pasantías, la misma parece estar teniendo tímidos resultados en comparación con otras instituciones.

Así, se considera necesario que la Coordinación de Pasantías de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, reingenie sus procedimientos para integrar al estudiante a la experiencia profesional, sobre todo ante una estructura competitiva, en la cual el motor empresarial aragüeño se disputa en un gran compendio de titulados en Administración Comercial y Contaduría Pública, a aquellos profesionales de alto perfil y amerita del apoyo de las universidades para identificarlo, lo que significa que esta instancia debe disponer de estrategias que acerquen a los estudiantes al mercado laboral y viceversa, llevando en alto la imagen de la Universidad de Carabobo.

La promoción del talento formado por las universidades tiene un valor intrínseco que incrementa la imagen universitaria y, ello, a su vez, facilita a los estudiantes la superación de la difícil etapa del recién graduado. A través del dinamismo del alcance de la Coordinación de Pasantías, la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, estará retroalimentando el cumplimiento de su trabajo formador. Además, contará con una plataforma informativa acerca de las necesidades locales, lo cual se puede traducir en la contextualización de sus currículos profesionales, acercándola cada vez más a la calidad educativa.

En este sentido, el presente trabajo de grado se centra en estructurar estrategias para dinamizar la inserción del egresado en Administración Comercial y Contaduría

Pública de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, al mercado laboral a través de alianzas estratégicas entre la institución y el sector de la mediana y gran empresa del estado Aragua.

Formulación del Problema

¿Cuáles estrategias puede emplear la Coordinación de Pasantías para establecer alianzas entre la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, y el sector de la mediana y gran empresa del Estado Aragua, para así, dinamizar la inserción del egresado en Administración Comercial y Contaduría Pública al mercado laboral?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Proponer alianzas estratégicas como mecanismo idóneo para incorporar al egresado de la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, al mercado laboral de las medianas y grandes empresas del Estado Aragua

Objetivos Específicos

- Diagnosticar los procedimientos ejecutados por la Coordinación de Pasantías de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, para la inserción de los egresados en Administración Comercial y Contaduría Pública al mercado laboral.

- Identificar la percepción de los estudiantes en cuanto a la acciones para la promoción de los mismos al mercado laboral, emprendidas por la Coordinación de Pasantías de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita.
- Examinar la percepción sobre los egresados en Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, por parte de los principales representantes del sector de la mediana y gran empresa del Estado Aragua.
- Determinar los requerimientos del sector de la mediana y gran empresa del Estado Aragua, para el establecimiento de alianzas estratégicas con la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, para la inserción de los egresados en Administración Comercial y Contaduría Pública al mercado laboral.
- Diseñar alianzas estratégicas como mecanismo para la inserción del egresado de la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, al mercado laboral de la mediana y gran empresa del Estado Aragua.

Justificación de la Investigación

La Universidad y el sector productivo, tienen mucho en común, ya que ambos contribuyen con el desarrollo económico y social, con la generación de empleos y con el bienestar general de la población. De aquí se puede acotar que esta investigación basa su justificación en los beneficios resultantes de dicha relación, los cuales alcanzan tanto a las empresas como a la Universidad.

Con el presente trabajo se tiene como propósito crear estrategias que puedan ser adoptadas por la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad Carabobo, Campus La Morita, que permitan el aumento de la demanda de los egresados de esta casa de estudios por parte del sector industrial del Estado Aragua, y lograr así promover los egresados de dicha escuela a ese campo laboral, además de identificar las debilidades que en materia de competencias laborales deban ser modificadas o revisadas, y cumplir así los siguientes objetivos:

- Contribuir al sector empresarial con el acceso al conocimiento para permitir nuevas aplicaciones, estimulando nuevas ideas que den origen a innovaciones y, por lo tanto, la apertura a nuevos mercados, realizando así un aporte a su crecimiento.
- Aumentar la participación de los estudiantes de la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, en el campo laboral de las Medianas y Grandes Empresas del Estado Aragua para lograr oportunidades de empleo para los egresados de dicha facultad.

Es importante señalar que la Universidad de Carabobo se encuentra en un constante proceso de transformación lo que hace oportuno promover verdaderas políticas de vinculación con el sector externo, particularmente con el sector productivo que conduzcan a definir estrategias que contribuyan a una mayor proyección de los egresados hacia el sector laboral.

Finalmente, se plantea que los resultados del presente estudio tengan alcance en la elaboración de otros trabajos que compartan la misma inquietud investigación, sirviendo de antecedentes para los mismos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Investigación

Es importante que el investigador verifique la importancia de su trabajo, para ello deberá indagar en fuentes secundarias en busca de diseños relacionados con su temática y así construir sus antecedentes a la investigación. Según Méndez (2001, p. 109), se señala que: “para soportar la observación, descripción y explicación de la realidad, debe ubicarse en una perspectiva de conocimiento previamente construido por otros investigadores”. En este sentido, en el presente trabajo de investigación se citan como antecedentes aquellos que poseen relación directa e indirecta con el problema planteado, siendo éstos los siguientes:

Primeramente, se encontró el trabajo de Acosta y otros (2007), el cual se titula: **Propuesta de la Creación de una Fundación Adscrita a la Dirección de Extensión de Orientación Integral, Basada en el Autofinanciamiento para Fortalecer el Perfil del Próximo Licenciado de Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita**. El mismo fue elaborado con la finalidad de contribuir en la generación de estrategias académicas de la Dirección de Extensión, con miras a incrementar la formación de los estudiantes y de esta manera disponer de mayor recurso humano que ofrezcan más versatilidad para contribuir en el desarrollo endógeno de la sociedad. Metodológicamente se trató de un proyecto factible apoyado en una investigación de campo de tipo descriptiva y en un diseño documental.

Luego de procesar los datos, se concluyó que tanto los profesores y los estudiantes aprecian la multiplicidad de factores que existen en el mercado y que

deben ser manejados por los futuros licenciados, siendo necesario que éstos sean formados en diferentes áreas tanto intelectuales, personales y de conocimiento general, refiriendo ambas partes que pueden prestarse diferentes actividades para lograrlo, como jornadas, talleres, conferencias, concursos dentro del recinto universitario, por lo que se propuso la creación de una fundación adscrita a la Dirección de Extensión de Universidad de Carabobo.

Se encuentra relación entre esta investigación y la actual, porque ambas parten de la importante participación de la Universidad de Carabobo en la formación integral de los futuros profesionales de las Ciencias Sociales y Económicas, demostrando que la misma puede, a través de su Dirección de Extensión, establecer enlaces diversos entre los que se encuentran empresas del sector para conllevar esta competencia.

Seguidamente, se encontró que Alvarado (2006), para optar al título de Magister en Gerencia Avanzada en Educación ante la Universidad de Carabobo, efectuó un trabajo titulado: **Creación de la Dirección de Pasantías y Clínica Jurídica de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas de la Universidad de Carabobo**; cuyo propósito de crear una estructura organizativa para la facultad antes mencionada que facilite la gestión de oportunidades que le permitan al próximo egresado a enriquecer su formación a través de las prácticas profesionales; por lo cual el diseño de este estudio es de campo, del tipo descriptivo, inserto en un proyecto factible.

El autor concluye que los estudiantes conscientes de la realidad consideran estratégico e importante contar con oportunidades paralelas a los últimos semestres, que les permita afianzar y confirmar la preparación recibida, por lo cual apoyan diseñar la Dirección de Pasantías y Clínica Jurídica para la formación integral del Profesional del Derecho de esta casa de estudios.

Se reconoce al trabajo antes descrito como un antecedente para el que se encuentra

en elaboración, porque demuestra que no sólo en FACES es importante para los estudiantes la participación en pasantías; además, el manejo de dicha variable desde el punto de vista teórico proporciona información valiosa para este diseño en cuanto a la consideración de los descriptores en el trabajo de campo.

Para ese mismo entonces, López (2006), para optar como profesor agregado en la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado elaboró como trabajo de ascenso el titulado: **Propuesta de Prácticas Profesionales en Niveles y Modalidades, para el Plan de Estudio de la Carrera de Administración del Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado”**, con la finalidad de presentar un programa integrador a la formación ofrecida por esa casa de estudio a los cursantes de las carreras de Administración Comercial y Contaduría Pública. El estudio se enmarcó en la modalidad de proyecto factible, con apoyo de una investigación de tipo exploratorio.

Los resultados arrojados en el diagnóstico evidenciaron la necesidad de incorporar las prácticas profesionales por niveles y modalidades y evidenció que en el desarrollo de los contenidos de los programas de las asignaturas que conforman el eje específico de la carrera de Administración se pueden desarrollar competencias genéricas y específicas de manera gradual y sistemática. Asimismo, se probó la factibilidad técnica y económica del proyecto. Finalmente, sugiere la implantación de las prácticas profesionales a ser desarrolladas consecutivamente en los semestres: V, VII y X. Se sugiere la aplicación de una metodología sustentada en el aprendizaje significativo de Ausubel para impartir los conocimientos y desarrollar las competencias.

Se aprecia en los hallazgos de López que la dinamización de las prácticas profesionales por las casas de estudio que imparten Administración Comercial y Contaduría Pública es importante para el desarrollo de las competencias genéricas de

los titulados, por lo que su desarrollo metodológico y teórico permiten una ubicación clara en el manejo de las pasantías y de la metodología que se apega a la realidad del mercado laboral.

Anteriormente, López (2005), en su trabajo de ascenso como profesor agregado en la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, el cual se denomina: **Elementos para la Estructuración de un Plan de Pasantías para Estudiantes de las Carreras de Licenciatura en Administración y Contaduría Pública de la Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado” (UCLA)**, pretendió definir los elementos necesarios para la estructuración de un plan de pasantía para estudiantes de las carreras de licenciatura en administración y contaduría pública mediante la determinación de tareas que pueden ser comunes o propias de cada pensum de estudios; por ello asumió una investigación de campo de tipo descriptiva.

El autor concluye que la búsqueda de personal altamente capacitado se ha convertido en una prioridad a nivel organizacional con la finalidad de enfrentar los retos que emergen con la implantación del modelo socio-económico actual basado en la globalización; es por esto que en las Universidades venezolanas y específicamente en las facultades de Administración y Contaduría se incluye una serie de estrategias para desarrollar las actitudes y aptitudes de los nuevos profesionales del siglo XXI. Así luego del análisis cuantitativo y cualitativo de los resultados obtenidos por la aplicación del instrumento (encuesta) obtuvo la definición de tareas básicas a realizar por el pasante en el décimo semestre del Decanato de Administración y Contaduría así como también la propuesta para la aplicación del proceso denominado acreditación de pasantías laborales.

López hace énfasis en referir que el mercado laboral cada vez más exige de profesionales altamente capacitados, lo cual comulga con la hipótesis que da vida a esta investigación, estrechándose aun más la correlación entre ambos, al referir que

las tareas de los pasantes deben ser definidas de acuerdo con el contexto donde se ejecutan y que las Universidades se interesan incrementalmente a facilitar la inserción al mercado a través de las pasantías; argumentos que fomentan el criterio de las investigadoras. Por otra parte, el manejo de los conceptos por parte de López ofrece un abanico de fuentes secundarias útiles para este diseño.

Asimismo, se encuentra a Maurera (2005), quien desarrolló un trabajo de grado titulado: **Gestión del Programa de Pasantías como componente Formativo en la Carrera de Contaduría Pública, en la Universidad de Carabobo, Campus La Morita. Período de estudio: Semestre I – 2004**, con la finalidad de analizar la efectividad del programa y su alcance en la consolidación de la formación profesional; para ello ejecutó una investigación de campo de tipo descriptivo. La investigadora concluye que la Coordinación de Pasantías presentaba para aquel entonces serias debilidades en su funcionamiento, tanto en labor de campo como administrativamente, debido al escaso apoyo que recibe de la estructura universitaria, por no contar con recursos y personal suficiente para llevar a cabo estas actividades, impidiendo que la mayor parte de la población estudiantil pueda formar parte de este programa y ser beneficiado con la experiencia que éste le pueda aportar.

La investigación de Maurera se relaciona directamente con el presente estudio, por representar un inicio en la fundamentación del interés por mejorar el alcance de la Coordinación de Pasantías en la inserción del estudiante al mercado laboral, además proporciona información documental que enriquece al presente estudio.

Por otra parte, Hernández (2004) elaboró para ascender a profesor agregado en la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado un trabajo titulado: **El Desarrollo de las Competencias en la Práctica Profesional de los Estudiantes del Décimo Semestre del Programa de Administración Comercial Decanato de Administración y Contaduría Universidad Centroccidental “Lisandro**

Alvarado”, a través del cual logró analizar la influencia que tiene el aprendizaje bajo la modalidad de pasantías en el desarrollo de competencias en los alumnos del décimo semestre de Administración Comercial de esa universidad. Metodológicamente, el diseño se caracterizó por ser un trabajo de campo de tipo descriptivo.

Hernández logró identificar que los Estudiantes reconocen que un alto porcentaje de las asignaturas del plan de estudio contribuyen en un alto grado al desarrollo de las competencias, así como también se evidenció la necesidad de revisar algunas otras. Igualmente se evidenció que los Estudiantes en las pasantías realizan funciones no acordes con la naturaleza de su profesión además, el 95% de los pasantes están ubicados en el nivel operativo, dejando de desarrollar competencias que demanda el sector organizacional tales como creatividad, emprendedor, planificador a largo plazo, flexibilidad, visionario y un excelente tomador de decisiones requeridas en los niveles estratégico y táctico. Entre las recomendaciones indica la revisión del Plan de Estudios del Programa de Administración Comercial, Redimensión del perfil profesional, Redefinición de la pasantía de acuerdo a los niveles, la evaluación por competencia en la pasantía y, finalmente, sugirió la incorporación de estrategias metodológicas, novedosas específicamente en la Asignatura Gerencia.

Se concibe como antecedente a la investigación arriba descrita, porque comparte la opinión de que si bien la preparación teórica recibida por los estudiantes le proporcionan un considerado alto nivel de competencia, las prácticas de pasantías permiten el desarrollo de las competencias que demanda el sector organizacional, pero deja ver que para ello es necesario que estas prácticas se adecuen al nivel y sean eficientemente gestionadas y evaluadas, posición ésta que solidifica la perspectiva de las investigadoras. Adicionalmente, contribuyó en la construcción del basamento teórico del estudio.

Requena (2004), en su trabajo de grado titulado: **Análisis del Perfil del Contador Público ante las Exigencias del Mercado Laboral**, tuvo como propósito fundamental analizar el perfil del Contador Público ante las exigencias del mercado laboral en materia tecnológica, tomando como base a los estudiantes del 5to año del Programa de Contaduría Pública de la Universidad Rómulo Gallegos. Para ello, se planteó una investigación de campo, de carácter descriptivo, con un apoyo documental; concluyendo que los futuros profesionales presentan sensibles deficiencias en relación con su capacitación tecnológica, por lo que no se corresponde con las exigencias del mercado en esta materia. Se recomienda a la institución diseñar planes conducentes a resolver esta problemática.

Se encuentra relación entre el trabajo de Requena y el presente, ya que deja en claro las exigencias del mercado laboral en materia del dominio de sistemas automatizados, lo cual podría facilitarle al estudiante tener contacto con la realidad.

Se tiene también una investigación realizada por Marrufo B (2004) **Plan estratégico para la captación de la demanda de investigación de la pequeña y mediana empresa (PYME) del Estado Aragua, por la escuela de Administración Comercial y Contaduría Publica en FACES UC, campus la Morita**, dicho trabajo tuvo como objetivo proponer un Plan Estratégico de mercadeo para que la escuela de administración Comercial y Contaduría Publica Campus la Morita pueda captar la demanda de investigación de las PYMES del Estado Aragua, para ello se requirió el diseño de una unidad organizativa y mediadora del proceso de interacción entre ellas y se considero como principal insumo – producto las líneas de investigación. Este trabajo estuvo enmarcado en una investigación de campo de carácter descriptivo bajo la modalidad de un proyecto factible, para esto se seleccionaron tres poblaciones como fueron: profesores, estudiantes, y PYMES. La investigadora concluyó que la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Publica no posee un mecanismo organizado de revisión y generación de líneas de investigación, así mismo en muchas

de las Cátedras no existe una definición precisa de dichas líneas, por tanto los trabajos de grado no son ajustados al perfil investigativo; por otro lado se demostró que existe poca vinculación entre las empresas (Pymes) del sector y dicha escuela. Esta situación incito la búsqueda de posibles soluciones a través de un diseño de una unidad organizativa que ejecutara un plan estratégico de mercado que promoviera la vinculación de las pequeñas y medianas empresas y la EACCP.

Por ello a partir de esta investigación se permitió la formulación de un conjunto de estrategias, objetivos organización y un sistema operativo general para la captación de proyectos que coadyuven a la solución de problemas dentro de las Pymes del Estado Aragua y de alguna manera dirigir la investigación de la Escuela hacia las necesidades del entorno.

La investigación antes descrita posee una amplia relación con ésta, puesto que aborda el tema de la vinculación de la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Publica, Campus la Morita, con el sector empresarial del Estado Aragua, y sobre el papel que posee la Universidad como generadora de conocimientos a través del desarrollo de líneas de investigación, cuyos resultados podrían servir para la solución y mejora de problemas dentro de las empresas para promover el desarrollo de las mismas y así contribuir con el crecimiento de la economía.

Otra investigación que sirve de antecedente a ésta, es la realizada por Díaz de Iparraguirre (2009) titulada **La gestión compartida Universidad- empresa en la formación del capital humano. Su relación con la promoción de la competitividad y el desarrollo sostenible.** Dicha investigación tuvo como propósito fundamental generar aportes teóricos sobre la formación del capital humano dentro de la acción compartida Universidad- empresa para la promoción del desarrollo sostenible por medio de la gestión del conocimiento que satisfaga las verdaderas necesidades de la sociedad. El estudio realizado es considerado como una

investigación de campo de tipo descriptivo- interpretativo apoyada en una investigación documental. Están incluidos en el escenario de investigación los siguientes: Extensión, Decanato de investigación, pregrado y postgrado de algunas universidades del país, y departamentos de adiestramientos de las empresas.

Entre las principales conclusiones a las que llegó la autora se tiene:

- El enlace de la Universidad con la situación real que viven las empresas, puede generar cambios importantes en la sociedad que contribuya al desarrollo económico social.
- A través de un diagnostico la Universidad puede conocer integralmente las problemáticas que se viven dentro de las empresas y por ende permitiría dar posibles soluciones.
- Los programas académicos que desarrollan las universidades no están ajustadas a la realidad social del país y con las necesidades de formación que poseen las empresas del sector productivo. Dichos programas académicos no permiten que sus egresados sean más competitivos en su desenvolvimiento laboral ya que no son adaptados a la realidad social de la empresa. Por otro lado existe inconformidad por parte del sector empresarial ya que en las universidades no existe una arraigada mentalidad de investigación, desarrollo y apoyo a las actividades de las empresas.

Es por esto que la autora recomienda en cuanto al punto descrito anteriormente, crear espacios de encuentro entre ambos sectores para que hablen un solo lenguaje: la Universidad aportando las teorías y los conceptos y la empresa señalando como quiere que se dé ese conocimiento a fin de desarrollar proyectos económicos sociales en consonancia con la realidad social del país.

El estudio anteriormente citado se relaciona estrechamente con la presente investigación, debido que desarrolla la problemática existente acerca de la vinculación que debe existir entre la universidad y la empresa, una relación que debe estar basada en el intercambio de experiencias; una Universidad que debe ajustarse de alguna manera a su entorno, y cuyos programas académicos deben estar en concordancia con las realidades del país y con las necesidades que demandan el sector productivo y empresarial.

Por otro lado está el trabajo de grado que se titula: **Factibilidad de convenios de experiencias laborales entre la Universidad de Carabobo y el sector empresarial aragüeño**, realizado por Barrios, Isturiz y Martínez (2004). El objetivo de este trabajo fue proponer una fase experimental de los conocimientos adquiridos por el estudiante de Contaduría Pública luego de haber aprobado el 5to semestre y de forma paralela a su preparación académica, para que éste pueda fortalecer su aprendizaje de manera directa, y oportuna en el campo laboral, y previa a la obtención de su título de Contador Público para facilitar de esta manera, su posterior inserción en el campo laboral. Dicho trabajo estuvo enfocado dentro de la modalidad de proyecto factible, respaldado con una investigación de campo de carácter descriptivo y de revisión documental. La población que fue objeto de estudio comprendió la Universidad de Carabobo Campus la Morita; el sector empresarial aragüeño; y los estudiantes de 4to, 5to y 6to semestre de Contaduría Pública. Los autores concluyeron en la presentación de un convenio en el campo educativo-laboral que promueve un alto nivel en la formación profesional del contador público al poder interactuar entre el aula de clase y el mercado laboral.

Este estudio coincide con esta investigación, puesto que propone la necesidad de establecer vínculos entre La Universidad y el sector empresarial, de modo que sus estudiantes tengan la oportunidad de poner en práctica los conocimientos que hayan sido adquiridos lo largo de la carrera y de esta manera dar valor agregado a la

formación profesional del contador publico de La Universidad de Carabobo, y facilitar su posterior inserción en el campo laboral.

Bases Teóricas

Acevedo (2000, p. 45) define como bases teóricas al: “Conjunto de proposiciones teóricas interrelacionadas que fundamentan y explican aspectos significativos del tema o problema en estudio y lo sitúan dentro de un área específica o determinada del conocimiento”. En este sentido, las bases teóricas es un conjunto organizado de explicaciones teóricas sobre los diferentes tópicos que están relacionados con el tema investigado; y para efectos de este trabajo de grado estarán constituidas como se descompone a continuación:

Estrategias

Cualquier actividad del hombre, sea en vida cotidiana o dentro de cualquier organización empresarial, requiere de la aplicación de un método que facilite tal acción y le acerque más rápido a la obtención de los resultados, a esos métodos se le conoce como estrategias. Para Francés (2001, p. 28), el concepto de estrategia puede definirse de dos maneras, las cuales se citan a continuación: “En forma amplia; Estrategia: definición de los objetivos, acciones y recursos que orientan el desarrollo de una organización (por ejemplo, una empresa). En forma restringida: Estrategia: “Plan de acción para alcanzar los objetivos en presencia de incertidumbre”.Y, Serna (2000, p. 211) acota: “Consiste en buscar diferentes caminos de cómo lograr los objetivos de una organización”.

Por su parte, Koontz (2002, p. 213), de manera más detenida ofrece el siguiente concepto:

Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada

La estrategia constituye el mejor mecanismo para alcanzar los objetivos específicos propuestos, por lo que las mismas deben ser flexibles y estar sujetas a modificaciones, ya que a medida que cambian las situaciones, la estrategia o el conjunto de éstas debe adaptarse a dichos cambios; al respecto, señala David (1997, p. 5): “Las estrategias determinan las ventajas competitivas a largo plazo. Para bien o para mal, las decisiones estratégicas tienen fuertes repercusiones en la organización, así como grandes consecuencias para las diversas funciones”.

Puntualmente, se podría decir que es una herramienta de dirección que facilita procedimientos y técnicas con un basamento científico, que empleadas de manera iterativa y transfuncional, contribuyen a lograr una interacción proactiva de la organización con su entorno, coadyuvando a lograr efectividad en la satisfacción de las necesidades del público objetivo a quien está dirigida la actividad de la misma.

En tal sentido, la estrategia puede ser diseñada con antelación o ser emergente, cuando surge de las acciones emprendidas sin usar una definición explícita previa; cuando la estrategia está bien formulada, permite canalizar los esfuerzos y asignar eficientemente los recursos de la organización, conllevándola a posicionarse en el ambiente de manera viable, basándose en sus capacidades internas reales, pudiendo manejar las variables del entorno exitosamente frente a sus competidores.

Refiere Francés que la definición de la estrategia es parte de un proceso de carácter cíclico, que puede ser informal e intuitivo a través de un procedimiento simple en el cual se plantean objetivos, se definen estrategias para la consecución de los mismos,

se ejecutan y evalúan para medir los resultados, el cual puede ser aplicable a personas o para asuntos formales.

La estrategia también puede ser definida a través de un ciclo formal, donde la definición de los objetivos y de la estrategia propiamente dicha es explícita y, por lo tanto, debe quedar por escrito; en este proceso la definición de la estrategia responde a un proceso de planificación operativa, y posteriormente a un seguimiento y control formal de la ejecución.

David refiere que para implementar una estrategia la empresa debe establecer los objetivos anuales, idear políticas, motivar a los trabajadores y asignar recursos, ya que todos estos aspectos son los que dan cabida a la puesta en práctica de la estrategia. Por lo tanto, la puesta en práctica de una estrategia va a depender de la cultura organizacional, de una estructura eficaz, de la modificación de las actividades de comercialización, de la preparación de los presupuestos, del diseño y uso de los sistemas de información y de la vinculación de la remuneración de los trabajadores con los resultados de la organización.

Las Alianzas o Asociaciones Estratégicas

La Alianza Estratégica es uno de los principales instrumentos que deberán utilizar las organizaciones para resolver exitosamente los desafíos planteados por la Globalización y Competitividad; de este modo se podría decir que surgen pues en el seno de el carácter global de los mercados y buscan los intercambios de información, conocimientos sobre mercados, nuevas tecnologías, técnicas de proceso y gestión para el desarrollo de nuevos productos o mejorar la distribución de los que ya están en el mercado. Un concepto sencillo de alianza estratégica es el presentado por Krell (2006), al referir que: “Es la asociación de dos o más personas físicas o jurídicas con el objeto de generar -con los aportes de cada una de ellas- proyectos de distinto tipo”.

Similarmente, pero de manera más amplia explica López (2001) que son:

Asociaciones entre empresas de concesión de licencias, acuerdos de abastecimiento, iniciativas de capital de riesgo, adquisiciones conjuntas y muchas otras formas de cooperación, que tienen como objetivo eliminar o reducir en un grado significativo la confrontación entre competidores, proveedores, clientes, nuevos participantes, potenciales, productores de surtido.

Por su parte, García (2003) refiere que:

La Alianza Estratégica es un entendimiento que se produce entre dos o más actores sociales diferentes, quienes gracias al diálogo y a la detección de objetivos de consenso, pueden definir un Plan de Acción conjunto para lograr beneficios de mutua conveniencia.

Visto de esta forma, la asociación permite crear cadenas de valor combinando recursos; es una forma de complementariedad con otros hombres que poseen destrezas distintas que se reúnen mediante el trabajo en equipo, lo que permite aumentar la producción y el valor. En este caso se distingue el conocimiento del especialista de sus destrezas, entre las cuales se distinguen las capacidades creativas, analíticas, ejecutivas, y sociales.

Las alianzas estratégicas han sido, en los últimos tiempos, uno de los fenómenos que ha conmocionado el entorno empresarial, a nivel mundial. Las empresas se alían para cooperar y por tanto obtener un mayor grado de competitividad. Mediante éstas se han superado numerosas limitaciones, muchos fines que parecían inalcanzables se tornaron factibles cuando los recursos fueron ampliados a partir de la asociación con empresas que tienen las mismas u otras dificultades para llegar a ejecutar el proyecto que se proponen. Básicamente, se podría decir que es una herramienta a la que se

apela cuando no existen posibilidades que permitan lograr una gestión individual con posibilidades de éxito.

Así pues, siguiendo las explicaciones de García, las Alianzas Estratégicas sirven para varias cosas, entre ellas se enuncian las siguientes:

- Para cumplir con los objetivos específicos de la empresa. Es decir, para conseguir todo aquello que le conviene de manera directa (ganancia económica, consolidación institucional, bases de estabilidad, contactos, prestigio, influencias, etc).
- Para ayudar a crear un sistema de convivencia más armonioso, favoreciendo así al conjunto de toda la sociedad.
- Para generar oportunidades de desarrollo que no sólo sirvan para la propia empresa, sino para que otros también se beneficien. De esa manera, hay también un beneficio indirecto, pues habrá más clientes, más amigos, más aliados, más apoyos, una interacción más agradable y más posibilidades para todos.
- Para mejorar la integración social y para propiciar formas de participación más eficaces. Si las alianzas estratégicas se multiplican, será más fácil entenderse entre los distintos sectores; la gobernabilidad será más simple y eficiente; la coordinación práctica de actores diferentes será más fluida y efectiva; y se incrementarán las posibilidades para mejorar la información, la participación en las decisiones, en las acciones y en los beneficios, por parte de todos los sectores.
- Para lograr mejorar la calidad de vida y dar mejores oportunidades de desarrollo humano a todos los miembros de la sociedad. Es decir, las alianzas

estratégicas pueden ser un factor clave en el desarrollo integral de un país.

Es evidente que para su realización, hay que cambiar la mentalidad y volver a mirar el escenario actual, para reevaluar a enemigos, amigos y desconocidos, buscando aquello que conviene y que a ellos también les podría convenir.

La alianza estratégica debe ser tratada en forma similar a cualquier proyecto de inversión, es decir, se deben estimar las inversiones y resultados económicos de modo de mantener un control económico racional y objetivo.

Dentro de este orden de ideas, de acuerdo con las explicaciones del autor, para hacer una Alianza Estratégica, es necesario que exista lo siguiente:

- Dos o más actores sociales, que tengan la capacidad potencial de identificar intereses comunes.
- Una convocatoria a un diálogo, la cual puede provenir de cualquiera de las partes, o puede ser impulsada por otra institución, pública o privada, a la cual le interesa promover formas de concertación social.
- Una estrategia de concertación, que incluya: La convocatoria a diálogos, objetivos específicos a lograr y un plan de persuasión (pues lo fundamental es convencer y cambiar actitudes, para ello es necesario saber qué plantear y cómo hacerlo).
- Lograr consensos sobre problemas y soluciones compartidas.

- Expresar esos consensos en un Plan de Acción, que deberá ser el sustento conceptual y operacional de la alianza, y que deberá ser elaborado siguiendo los principios de la Planificación Participativa.

Previo a ello deberá considerar la verificación de las condiciones básicas para proceder; es decir debe existir un grado de interés significativo entre las partes, donde estén claras las conveniencias mutuas fundamentadas en el equilibrio y la justicia, por lo cual deben estar claros de que la alianza requiere de la inversión de ciertos recursos, debiéndose por ende contar con la capacidad de administrarlos además del proceso de negociación y puesta en marcha del plan de acción, siendo vital mantener una constante retroalimentación y evaluación de los resultados

Cabe destacar que este proceso no es tan sencillo como parece, acota el autor que las situaciones nunca son iguales, por lo que es indispensable adaptarse a las características propias de cada coyuntura; es decir siempre hay que proceder con cautela y luego de un adecuado estudio de la situación, para controlar los riesgos bajo una actitud proactiva, la cual debe ser desarrollada por ambas partes, para evitar sucumbir en desequilibrios.

Inserción Laboral

La inserción laboral consiste en ofrecer un acompañamiento a personas que están en situación de exclusión laboral, con el objetivo de incorporarse en el mercado laboral. Para García y Gutiérrez (1996):

La inserción laboral es el término utilizado habitualmente para referirse al proceso de incorporación a la actividad económica de los individuos. Este proceso suele coincidir, para la mayoría de los miembros de una sociedad moderna, con la etapa juvenil y, por lo tanto, viene a consistir en una

transición social que va de posiciones del sistema educativo y de la familia de origen hacia posiciones del mercado de trabajo y de independización familiar.

Básicamente, se puede decir que la inserción laboral se centra en facilitar la adecuación de los profesionales o técnicos al ámbito de trabajo, saliendo de la etapa de formación al mercado del ejercicio. Durante este período de transición el individuo es objeto de perfeccionamiento e identidad práctica del conocimiento adquirido.

La inserción laboral apuesta por la incorporación en el mercado de trabajo, puesto que considera que un trabajo permite a la persona acceder a la esfera económica de la sociedad, lo que facilita el acceso a otro tipo de esferas como la social, política, cultural, entre otras; por lo tanto se desarrolla dentro de un entorno productivo, con funcionamiento de empresa, que resulta educativo para la persona.

En el presente la intensa competitividad torna ardua el ingreso de los profesionales al mercado de trabajo, pues el uso de las tecnologías de la información, el manejo de otro idioma, y el surgimiento de técnicas en el cargo, demandan de mayor preparación, lo cual ha propulsado nuevas tendencias educativas, que acerque a las personas a insertarse en el trabajo; sin embargo al parecer hace falta más allá del conocimiento teórico, la oportunidad de pulirlos en el campo y la formación de un criterio y método de trabajo propio; por lo cual para los nuevos profesionales es menester acelerar su inserción al mercado de trabajo que le corresponda.

Dicho en otras palabras la formación y la inserción laboral van de la mano, hoy por hoy es imperioso que las personas aprendan haciendo y de esta manera adquieran no sólo habilidades conceptuales, sino también prácticas, lo cual les hace más competitivos.

Un aspecto de particular interés en el tema de la inserción laboral, lo constituye la de los universitarios, que según un artículo de la Universidad de Murcia, España (2005), se ha hecho incremental el limitado logro para los jóvenes de entrar al mercado de trabajo, acuñando este fenómeno a diferentes factores, entre ellos a la diversificada cartera de profesionales que hoy está presente en el mundo entero.

Así, define a la inserción laboral para profesionales como: “Conjunto de procesos por los que el individuo inicia el ejercicio de una actividad profesional estable, que le permite adquirir experiencia y conocimientos necesarios para la realización de sus trayectorias laborales”. Visto de esta forma, partiendo de este concepto, se puede decir que la inserción consta de un conjunto de procesos previos donde es transferibles competencias y cualificaciones que vienen a reforzar la capacidad de las personas para aprovechar las oportunidades de educación y formación que se les presente, con miras a encontrar y conservar un empleo decente, una vez que se haya adaptado lo más posible al contexto real empresarial; puntualmente, se puede decir que la inserción representa para los recién titulados o por titularse la credencial de preparación.

Partiendo entonces de este concepto, la Universidad de Murcia plantea que las Universidades en general deben analizar a la inserción laboral como un factor interrelacionador de sus estudiantes con el mercado de trabajo que les permite afianzar la formación proporcionada.

La Relación Universidad – Empresa

Albornoz (1994, p.65), afirma que “la única subordinación de la Universidad es hacia el saber, no hacia el mercado y ello es una cuestión axiomático”, así mismo agrega “naturalmente, una Universidad no puede eludir sus responsabilidades sociales y entre ellos satisfacer el mercado”

De lo descrito anteriormente, se puede afirmar que la Universidad debe responder a las exigencias del desarrollo de la sociedad, sobre todo en los países en desarrollo, en los cuales la formación del capital humano a nivel superior, la actividad de investigación básica que responde a las peculiaridades de la realidad de estos países, así como, la acción profesional hacia la comunidad, en especial, hacia los sectores más afectados por las crisis económicas que dominan a todo el continente, son compromisos ineludibles de una institución que ha respondido a las exigencias políticas del pasado, a solicitudes de formación de personal especializado para las funciones de administración del gobierno, de atención a la salud e incluso de personal técnico profesional para modernizar el aparato productivo del país.

En la actualidad según Pérez (1991) es necesario considerar dos aspectos como son: la búsqueda de una relación creadora entre la Universidad y la Empresa, la cual debe estar caracterizada por el reconocimiento de la naturaleza disímil del trabajo; y el otro punto, tendrá que ver con la respuesta de las Instituciones de Educación Superior a las exigencias del nuevo patrón tecnológico.

Son innumerables las formas como la relación Universidad- Empresa puede darse; algunas de ellas representan parte de la actividad regular de la investigación universitaria, otras tiene que ver más con las nuevas exigencias del aparato productivo y los desarrollos actuales y potenciales del conocimiento, con asiento privilegiado pero no único en las universidades y los centros de investigación.

Por otro lado Solleiro (1990), plantea posibles interacciones que se pueden dar entre la Universidad y la Industria:

- Programa de capacitación.
- Apoyo técnico y prestación de servicios por parte de la institución de educación superior.
- Cooperación en la formación de Recursos humanos.

- Desarrollo tecnológico conjunto.
- Apoyo financiero a estudiantes que realizan investigación relacionada con la industria.
- Educación continua.
- Intercambios del personal.
- Consultoría especializada.
- Organización conjunta de seminarios, conferencias, entre otros.
- Transferencia tecnológica.

Todo lo anteriormente enumerado puede servir para la exploración de formas de visión compartida entre la Universidad y la Empresa en el medio venezolano, pero lamentablemente no ha encontrado asidero debido a la escasa codificación de estos temas, tanto en las Universidades como en las Empresas.

Las relaciones entre la Universidad –Empresa son de alguna manera contradictorias en esencia, porque ambos términos se mueven por estimulaciones diferentes y objetivos disímiles: búsqueda del conocimiento y difusión del mismo, en el caso de las universidades, e interés económico en el caso de las empresas. Pero sin embargo ambas están obligadas a encontrar puntos de contacto y a realizar esfuerzos dirigidos a emprender proyectos mancomunadamente, para dar respuesta a las exigencias y necesidades de la sociedad.

Pasantías

Las pasantías son trabajos en donde alumnos de carreras de grado o egresados con no más de un año de antigüedad, realizan una labor en una Empresa o Institución Pública. El portal Asesor Laboral (s.f.), explica:

Es la extensión orgánica del Sistema Educativo a instituciones, de carácter público o privado para la realización por parte de los alumnos de prácticas relacionadas con su educación y formación, de acuerdo a la especialización que reciben, bajo organización y control de la institución de enseñanza a la que pertenecen, durante un lapso determinado.

Para Carrasco (2008, p. 12) es:

Una metodología de enseñanza – aprendizaje que utiliza como medio, la ejecución de actividades programadas con un fin determinado en un ámbito físico que no es el de la Universidad y cuya responsabilidad principal recae sobre una persona física que puede o no integrar el plantel docente de la misma.

Se entiende entonces, que las pasantías es una oportunidad de desarrollar actitud profesional y habilidades operativas en actividades que les son propias, al tiempo que participan en procesos que resuman e integren conocimientos adquiridos y, en consecuencia, adquieran y desarrollen los conocimientos prácticos que le competen.

Carrasco explica, que las pasantías es un medio a través del cual se amplían los conocimientos teóricos adquiridos en la carrera en la que se preparan los alumnos, teniendo la posibilidad de aplicarlos en la práctica, a través del ensayo y error, dicho en otras palabras es una extensión de la formación, pudiendo estos obtener la mayor destreza posible en el desenvolvimiento en el trabajo. Las pasantías le ofrecen a los estudiantes interrelacionarse con profesionales ya experimentados en el área respectiva, creándose expectativas y la visión necesaria de los aspectos que definen su desarrollo, además de tener la oportunidad de autoevaluarse y desarrollar su propio plan de mejoramiento profesional para abastecerse de las herramientas actitudinales y técnicas para aspirar a un cargo dentro de una organización.

En este sentido, se puede decir que el objetivo de la pasantía es que los alumnos realicen un trabajo directamente relacionado con la especialidad en estudio, de modo de ir adquiriendo experiencia en su futuro campo laboral.

Las Pasantías se materializan con la concurrencia de los alumnos a las entidades públicas o privadas y empresas del sector productivo o de servicios, en el horario y bajo las modalidades que se detallen; por lo cual no creará ningún vínculo para el pasante ni genera relación jurídica alguna con el organismo público o privado y /o la empresa donde efectúe su práctica.

El proceso de pasantías no sólo favorece a los alumnos, pues las empresas también se ven beneficiadas, para ellas, es conveniente tener pasantes, ya que van formando personal desde antes de ser profesionales y, por otro lado, ahorra en gastos sociales como pueden ser: jubilación, obra social, licencias, etc.

En la actualidad, las pasantías se han convertido en un instrumento clave para el reclutamiento de futuros talentos en las compañías líderes. Esta herramienta no sólo permite a las empresas conocer candidatos con potencial, sino que les brinda un esquema de contratación más simple y menos costoso que los procesos tradicionales de selección. Además, estos programas aumentan su visibilidad entre los estudiantes y contribuyen a generar la imagen de empleador de preferencia, lo cual se ha transformado en un importante objetivo del mercado actual.

Adicionalmente, funciona como un indicador de la calidad de las universidades al revelar la preparación de los estudiantes dentro del mercado laboral.

Capital Humano y Organizaciones Innovadoras

Desde el mundo de las nuevas tendencias de la organización, se habla actualmente de las organizaciones que aprenden, para reflejar que lo importante es el aprendizaje, el no quedarse obsoleto y tener a toda la organización alerta ante las lecturas del mundo externo, las tendencias, las nuevas tecnologías, las nuevas realidades. Hoy una empresa no puede sobrevivir sin aprender; claro está, para ello es necesario crear una cultura de aprendizaje frente a una cultura del apoltronamiento o a una cultura del hacer; por ello es de gran importancia que dispongan de un competitivo capital humano.

Explica el Instituto Universitario Euroforum Escorial (1998) que: El capital humano se refiere al conocimiento (explícito o tácito) que poseen los trabajadores, útil para la empresa donde laboran, así como su capacidad para reproducirlo, es decir, su capacidad de aprender; es la base de la generación de los otros dos tipos que componen el capital intelectual.

Visto de esta forma, para poseerlo, las empresas deben mantener a sus trabajadores, debido a que no lo puede comprar, sólo alquilarlo durante un período de tiempo; por lo tanto, tal y como lo indica Altuve (2002) agrega valor a la empresa. En torno a esto se habla de los activos centrados en el individuo, los cuales están conformados por la pericia colectiva, la capacidad creativa, la habilidad para resolver problemas, el liderazgo y la capacidad empresarial y de gestión que poseen los trabajadores de toda organización.

En síntesis, a diferencia del capital tradicional de las empresas, el capital humano es propiedad del individuo y se caracteriza por ser renovable, ya que debido a la obsolescencia del conocimiento, las organizaciones inteligentes han comenzado a crear el ambiente adecuado para que su personal aprenda constantemente y desarrolle

la capacidad para regenerar el conocimiento, para así generar innovaciones tecnológicas y productivas que permitan a la empresa ser más eficiente y obtener ventajas competitivas.

Benavides (2002, p.71), expresa que la competitividad es la “capacidad de las empresas o industrias de competir y posicionarse en los mercados y los contextos de manera sostenible y a largo plazo”. Esta definición concentra la clave con la cual se logra competir y además de ello, propicia la vía de establecerse de manera sostenible. Esto ajustado al recurso humano como capital humano, permite aseverar que la competitividad es la herramienta con que las personas, valiéndose de sus capacidades y cualidades, logran diferenciarse de los demás para así garantizar su permanencia y vigencia en los contextos y realidades.

De esta posición, se derivan algunas herramientas que integradas proveen el éxito competitivo; una de ellas es la competencia, que no es más que los “comportamientos y destrezas visibles que la persona aporta en un empleo para cumplir con sus responsabilidades de manera eficaz y satisfactoria”, de acuerdo con los señalamientos de Benavides, (p. 72); es decir, son aquellos atributos observables en el individuo que lo caracterizan en el desempeño de sus actividades laborales.

En este contexto, las competencias son las unidades del conocimiento; son elementos que posee el individuo y son imprescindibles para desarrollar con éxito una actividad; son unidades relacionadas con su manera de ser, su manera de pensar y, finalmente, su manera de actuar. Aunque hay muchas definiciones de lo que son las competencias, se puede decir que son el conjunto de conocimientos, habilidades, cualidades y aptitudes que tienen las personas y que les predispone a realizar un conjunto de actividades con un buen nivel de desempeño.

Los individuos son fuentes de competitividad que deben convertirse en ventaja competitiva. El conocimiento de las personas y las capacidades de aprendizaje deben ser estimulados y regulados correctamente hacia un crecimiento efectivo, innovación constante y rentabilidad. En tal sentido, Ledesma (2001) manifiesta que la dirección de personas como ventaja competitiva sostenible hace que las empresas empiezan a darse cuenta de que una de las claves para el éxito se encuentra en el sistema de dirección de personal.

A nivel general, las bases para un sistema de dirección de capital humano que favorezca el éxito de la empresa son bien conocidas. Es necesario dotar a la organización y a las personas de buen liderazgo, comunicación, motivación, visión estratégica y coordinación. Todo ello en una cultura de colaboración, aprendizaje y sentido de responsabilidad social. A nivel concreto, todos estos conceptos son muy difíciles de implantar y desarrollar, y eso, en expresiones de Ledesma (2001) por tres razones a saber:

En primer lugar, cada uno de esos conceptos es ambiguo en sí mismo. Por un lado, por ejemplo, parece que todos pueden identificar con relativa facilidad situaciones de buen y mal liderazgo. Pero, por otro, resulta tremendamente complicado ponerse de acuerdo acerca de qué constituye la esencia del buen liderazgo. Que existan prácticamente tantas teorías sobre el liderazgo como autores que escriben sobre el tema, demuestra que se trata de fenómenos importantes pero difíciles de comprender. Y esto acerca del liderazgo se aplica al resto de conceptos como motivación, comunicación, aprendizaje, entre otros en que se basa la dirección de personal.

En segundo lugar, la implantación y efectividad de cada uno de esos conceptos es muy sensible al tejido interno y externo de la empresa; y como no hay dos empresas

iguales, no existe una receta universalmente válida sobre cómo, por ejemplo, diseñar un sistema de comunicación o cómo desarrollar la capacidad de liderazgo.

En tercer lugar, parece también claro que todos esos conceptos son interdependientes y tienen naturaleza sistémica, por ejemplo, difícilmente será efectiva una buena coordinación entre unidades organizativas sin un buen liderazgo en la organización, o una buena motivación del personal sin buenos sistemas de comunicación. Es decir, que no basta con hacer las cosas bien en una de esas facetas, sino que es necesario un mínimo de excelencia en todas o casi todas ellas. Por otro lado, en relación con su naturaleza sistémica, parece también claro que el efecto de cada uno de esos conceptos no es simplemente aditivo “dos más tres igual cinco”, sino multiplicativo, “dos por tres igual seis”. Y con ello se amplifica la ventaja de la empresa que logra un mínimo de excelencia en todos, o la mayoría de esos factores.

En este sentido, Porter (1985) establece una jerarquía de fuentes de ventaja competitiva, distinguiendo entre ventajas de orden inferior, tales como bajos costos de mano de obra o materias primas baratas, que son fáciles de imitar, y ventajas de orden superior, referidas fundamentalmente a la diferenciación. La mejora de comunicaciones y transportes, y la posibilidad de ubicar las plantas de producción en aquellos lugares donde se encuentren los insumos más baratos, provocan la difícil sostenibilidad de las ventajas en costos. Las ventajas de orden superior son más difíciles de imitar y, por tanto, más sostenibles, debido a que requieren técnicas y capacidades más avanzadas, tales como personal más especializado y con elevada formación (capital humano), capacidad técnica interna (capital tecnológico), inversiones acumuladas en marketing (capital comercial) y una adecuada cultura empresarial y estructura organizativa que faciliten el desarrollo de los anteriores aspectos, tanto en el interior de la empresa como a través de relaciones estrechas con proveedores y clientes (capital organizativo). Así, las ventajas de diferenciación

suelen ser más duraderas debido a que los recursos en los que se apoyan son fundamentalmente intangibles.

En definitiva, la evolución del entorno empresarial está elevando la importancia de los intangibles, ya que hay una creciente necesidad de ofrecer ventajas competitivas vinculadas a la diferenciación, las cuales se apoyan, como se ha expuesto, en este tipo de recursos.

El papel de las Universidades en el Desarrollo del Capital Humano

El capital humano se nutre con la educación; ésta comienza con los rudimentos elementales de la escuela primaria, pasando por las distintas etapas de la formación educacional escogida por la persona de acuerdo con la cantidad y calidad de conocimientos que el individuo haya decidido incorporar; en esa misma medida se valorizará su capital humano.

Partiendo de los argumentos de Benavides (2002), estos conocimientos pueden ser tácitos, explícitos e implícitos. Los primeros son aquellos que existen y pueden ser utilizados por los individuos, pero que resulta muy difícil de explicarlos de manera oral o escrita, haciéndose necesario que la organización conozca que los posee y se asegure de tratarlos como un valioso activo, para evitar que la competencia los adquiera. Los explícitos se pueden documentar por escrito, se hallan bien organizados en el cerebro del individuo pudiéndose escribir en forma de libros, manuales y procedimientos. Por último, los implícitos se encuentran ocultos en los procedimientos operativos, en los métodos e incluso en la cultura corporativa de la empresa y que son difíciles de identificar y aprender.

Para los autores, la Universidad se presenta como una organización social, en la cual se forman individuos portadores de un conjunto de conocimientos que los

califican para el ejercicio profesional y la vida en sociedad; se crean conocimientos mediante la investigación en diversas disciplinas científicas y se transfieren éstos a la sociedad, utilizables para resolver problemas de desarrollo.

Fundación Educación Industria- FUNDEI

Conjunto de organizaciones no gubernamentales de derecho privado, con cobertura nacional, que recibe un rol extraordinario de comunicación e interrelación.

Funciones de FUNDEI

Fomentar, promover y contribuir a la formación integral de las personas y el desarrollo tecnológico, llevando procesos innovadores y de aprendizaje continuo, en sectores empresariales y educativos; bajo un enfoque de excelencia, gestión y resultado; orientados al desarrollo sustentable del país.

Funciones de la Coordinación de Pasantías

- Captación del mayor número de estudiantes y egresados idóneos, al perfil requerido por la organización, con el fin de ofrecer una amplia cartera de pasantes a la misma.
- Recepción de solicitudes de los estudiantes que demanden realizar las pasantías, para inscribirlos en el programa.
- Orientar a los estudiantes que engrasan a las pasantías, sobre los procesos y procedimientos relativos al entorno laboral, para contribuir con su desarrollo personal y profesional.
- Preselección de los estudiantes que mejor se adapten a los requerimientos exigidos por la empresa solicitante.

- Evaluación del desempeño del estudiante durante la trayectoria de sus pasantías.
- Programación de actividades complementarias para la actualización de los profesionales.

Bases Legales

En la sustentación del presente trabajo de grado, es pertinente contemplar basamentos legales que dimensionan los aspectos del ejercicio profesional, destacando el siguiente:

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (2000): Éste es el cuerpo normativo de mayor jerarquía, donde se define el régimen básico de los derechos y libertades de los ciudadanos y los poderes e instituciones de la organización política. Como sustentación legal de esta investigación se sustrae el Artículo 109, el cual establece:

El Estado reconocerá la autonomía universitaria como principio y jerarquía que permite a los profesores, profesoras, estudiantes, egresados y egresadas de su comunidad dedicarse a la búsqueda del conocimiento a través de la investigación científica, humanística y tecnológica, para beneficio espiritual y material de la Nación. Se consagra la autonomía universitaria para planificar, organizar, elaborar y actualizar los programas de investigación, docencia y extensión.

Es importante resaltar de este artículo, el amplio reconocimiento del Estado acerca de la autonomía que posee la comunidad universitaria, de realizar investigaciones que contribuyan a la búsqueda del conocimiento y mejoramiento de sus programas y pensum de estudios, que permita la formación de profesionales de calidad.

Ley de Universidades (1970): Este cuerpo legal, dispone todos los aspectos que regulan el funcionamiento de las instituciones de educación superior en el país. En ese caso particular se abstrae el Artículo 3, el cual establece:

Las Universidades deben realizar una función rectora en la educación, la cultura y la ciencia. Para cumplir esta misión, sus actividades se dirigirán a crear, asimilar y difundir el saber mediante la investigación y la enseñanza; a completar la formación integral iniciada en los ciclos educacionales anteriores; y a formar los equipos profesionales y técnicos que necesita la Nación para su desarrollo y progreso.

Queda claro el compromiso y deber de las universidades nacionales de crear y emplear los medios necesarios para fortalecer sus procesos de enseñanza y con ello la preparación de sus profesionales.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

La Metodología

Para facilitar el proceso de indagación, es recomendable planificar el trabajo a realizar, y seguir una serie de pasos que garanticen y faciliten la obtención del conocimiento. A los pasos ordenados y sistematizados, se les conoce como metodología y a ella respondió el desarrollo del presente trabajo de grado.

Diseño de la Investigación

Esta investigación surgió con el objeto de delinear la forma de establecer alianzas estratégicas entre la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, y el sector de la mediana y gran empresa del estado Aragua, para la dinamización del proceso de inserción del egresado en el mercado laboral; por lo que este estudio se realizó mediante la modalidad de proyecto factible, y de acuerdo con el manual de la UPEL (2006, p. 17):

Consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organización o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. El proyecto debe tener apoyo en una investigación de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades.

Un proyecto factible, entonces, es la elaboración de un conjunto de ideas ordenadas, secuenciales y explicativas que conllevan a resolver o atenuar un problema para contribuir significativamente con la organización objeto de estudio.

Asimismo, para poder recoger toda la información real que permitiese la entrada de la propuesta, se consideró importante realizar un trabajo de campo de tipo descriptivo, donde se detallaran las variables involucradas en la temática investigada. Según el Manual de la UPEL (p. 19):

Se entiende por Investigación de Campo, el análisis sistemático de problemas, en la realidad con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo.

Se entiende entonces, que las investigadoras debieron dirigirse al área objeto de estudio, para poder diagnosticar los procedimientos ejecutados por la Coordinación de Pasantías de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, así como para constatar la apreciación de los estudiantes de dicha gestión, además de la opinión y requerimientos de las empresas del estado Aragua en cuanto a la inserción de los profesionales de la mencionada casa de estudio.

En cuanto al estudio descriptivo, Sabino (2000, p. 62) expone:

Su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos. Las investigaciones descriptivas utilizan criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando de este modo información sistemática y comprable con la de otras fuentes.

Dicho en otras palabras, las investigadoras caracterizaron, a través de los datos recabados, la situación de la pasantía en materia de alcance en la formación de los estudiantes y de la utilidad de la misma en las empresas aledañas a la Universidad de

Carabobo, Campus La Morita.

Por otra parte, debieron conformar una base teórica que evidenciara la significación de cada uno de los elementos estudiados, siendo necesario realizar una revisión documental y bibliográfica, la cual es definida según el manual de la UPEL (p. 18): “Se entiende por Investigación Documental, el estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo, principalmente, en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos”. Lo que significa que fue necesario recabar datos teóricos que explicaran todo lo relacionado con el tema tratado, es decir sobre las alianzas estratégicas y la importancia de la pasantías para los profesionales.

De esta manera, se ubicó el diseño de la investigación y, determinó con mayor precisión los procedimientos específicos que se emplearon a lo largo del proceso investigativo.

Método de la Investigación

Como la búsqueda se centró en un conocimiento científico, se empleó el método de la misma naturaleza; dentro de los procedimientos que pertenecen a este método se adoptaron los siguientes:

La Observación: para cerciorarse de la situación objeto de estudio, fue pertinente visualizar las variables participantes, acción que se realizó a través de este método. Argumenta Ladrón, citado por Méndez (2001, p. 143):

La observación como procedimiento de investigación puede entenderse como el proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad por medio de un esquema porcentual previo y con base en ciertos

propósitos definidos generalmente por una conjetura que se quiere investigar

La observación fue el paso inicial del proceso investigativo, ya que las investigadoras debieron aprehender el comportamiento del objeto de estudio y, así de manera preliminar, resaltar los aspectos que configuraban la situación problema; de este modo, inicialmente se evidenciaron ciertos aspectos que determinaban el alcance que del proceso de pasantías en la formación profesional y cuál es el papel desarrollado por la Coordinación competente en la Universidad de Carabobo, Campus La Morita; lo que condujo a las investigadoras a plantearse un marco de soluciones.

El análisis: Indica Méndez (p. 146): “El análisis inicia su proceso de conocimiento por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad; de este modo podrá establecer las relaciones causa efecto entre los elementos que componen su objeto de investigación”; por medio del mismo, entendieron cada una de las variables, es decir, la perspectiva de las principales empresas, de los estudiantes y de la Coordinación de Pasantías en cuanto a la inserción del futuro profesional al mercado laboral.

La síntesis: Expresa Méndez (p. 147). “La síntesis implica que a partir de la interrelación de los elementos que identifican su objeto, cada uno de ellos puedan relacionarse con el conjunto en la función que desempeñan con referencia al problema de investigación”. Una vez entendidos por separado los comportamientos de las variables, se procedió con la síntesis, determinándose el grado de influencia que tenían cada elemento en la situación expuesta, es decir, de qué manera la Coordinación de Pasantías está interrelacionada con el mercado laboral para procurar una dinámica eficiente del proceso de inserción, cuáles son sus debilidades y fortalezas y cómo aprovechar las últimas en la corrección de las primeras.

Estos procedimientos permitieron el dominio de todos los elementos que están inmersos en el estudio, pudiéndose avanzar con precisión y entendiendo en el comportamiento de los mismos, para así procesar adecuadamente el conocimiento que se quería lograr.

Población y Muestra

Las investigaciones involucran un grupo de elementos y factores que se encuentran inmersos en el problema de estudio, y que son los únicos portadores de los datos necesarios para resolver la disyuntiva planteada, denominándose a este grupo como población; según el criterio de Tamayo y Tamayo (1999, p. 114): “Población es la totalidad del fenómeno a estudiar en donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”. Para efectos de este trabajo de grado, la población objeto de estudio, estuvo conformada por 3 subconjuntos, a saber:

1º subconjunto: Coordinación de Pasantías: El cual estará representado por 1 persona, la Coordinadora del área respectiva.

2º subconjunto: 230 Representantes del sector de la Mediana y Gran empresa del estado Aragua, presentados en el cuadro 1 según su clasificación por actividad desarrollada.

Cuadro 1
Población de Empresas

Actividad	Cantidad
Alimentos, Bebidas y Tabacos	44
Papel y Artículos de Escritorio	14
Calzado y Textiles	6
Servicios	36
Industrias Diversas	60
Industria Automotriz	8
Industria Médica	16
Industria Metal Mecánica	12
Industria Química y del Plástico	18
Industria Química y Petroquímica	2
Total	230

Fuente: Cámara Industrial del estado Aragua (2009)

3° subconjunto: 751 estudiantes del 8vo al 10mo semestre de la Escuela de Administración y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, clasificados según información proporcionada por La Dirección de Asuntos Estudiantiles de la Universidad de Carabobo Campus La Morita como sigue:

8vo semestre -----> 379

9no semestre -----> 262

10mo semestre-----> 110

Por otra parte, es necesario destacar que hay investigaciones que cuentan con un número de unidades poblacionales que imposibilita incluirlos a todos dentro de la etapa operativa del diseño, por lo que es pertinente extraer un segmento de la misma; a éste subconjunto se le conoce como muestra, utilizándose para entender con mayor

precisión la definición de Tamayo y Tamayo (p. 115) como sigue: “Cuando seleccionamos algunos de los elementos con la intención de averiguar algo sobre la población de la cual están tomados nos referimos a ese grupo de elementos como muestra”.

En lo que respecta a los elementos que participaron en esta investigación, por encontrarse los dos últimos subconjuntos con un amplio número de elementos, se consideró necesario determinar una muestra, lo cual se efectuó de manera aleatoria, tomándose un 20% de cada una de sus clasificaciones; por lo tanto, primeramente, para el subconjunto de las empresas la muestra fue como se refiere en el cuadro 2.

Cuadro 2
Muestra de Empresas

Actividad	Población	Muestra (20%)
Alimentos, Bebidas y Tabacos	44	8
Papel y Artículos de Escritorio	14	3
Calzado y Textiles	6	2
Servicios	36	7
Industrias Diversas	60	12
Industria Automotriz	8	2
Industria Médica	16	3
Industria Metal Mecánica	12	3
Industria Química y del Plástico	18	4
Industria Química y Petroquímica	2	1
Total	230	45

Fuente: Las Investigadoras (2009)

Igualmente, se procedió con los representantes del subconjunto de estudiantes, teniéndose:

	Población	Muestra (20%)
8vo semestre ----->	379	76
9no semestre ----->	262	52
10mo semestre----->	110	22

Quedando la muestra conformada por 150 estudiantes.

En este sentido, la información fue suministrada por 1 Coordinadora del área de pasantías de la escuela en estudio, 45 empresas y 150 estudiantes.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Para abordar la muestra contenedora de la información necesaria para producir el conocimiento que se desea, se debió continuar con los aspectos metodológicos; ya que ésta era la etapa más importante del trabajo de investigación y consistió en recabar los datos necesarios para el logro de los objetivos. Para obtener los datos primarios en este trabajo se emplearon las siguientes técnicas:

La encuesta: Según Méndez (2001, p. 197) es: “Instrumento de observación formado por una serie de preguntas formuladas y cuyas respuestas son anotadas por el empadronador”. Esta técnica permitió conocer la opinión de los estudiantes y de las empresas de acuerdo con las necesidades informativas demandadas por los objetivos. La misma se instrumentó, a través del cuestionario que, según Tamayo y Tamayo (1999, p. 181): “Es un instrumento consistente en una serie de preguntas a las que contesta el mismo respondedor”. Para Méndez (p. 146), “el cuestionario supone su aplicación a una población bastante homogénea, con niveles similares y problemática

semejante”.

La entrevista: A fin de lograr obtener los datos lo más detallado posible provenientes de la Coordinadora de Pasantías, se aplicó esta técnica, la cual para Tamayo y Tamayo (p. 123): “es la relación directa establecida entre el investigador y su objeto de estudio a través de individuos o grupos con el fin de obtener testimonios orales”, la entrevista fue estructurada y organizada en función a los objetivos planteados con la finalidad de no obviar interrogantes de interés que pudieran proporcionar datos pertinentes con la investigación y tuvo cabida a través de una guía de entrevista como instrumento conformada por una serie de preguntas abiertas.

En lo concerniente a los datos secundarios, se emplearon técnicas como la lectura y el fichaje, para que la información obtenida de la consulta bibliográfica fuera más fácil de manipular. La lectura se materializó con la observación documental, percibiéndose los datos de interés.

Validez y Confiabilidad de los Instrumentos

La validez del instrumento viene dada por el hecho de que el mismo mida lo que realmente se pretende medir. Con apoyo en lo planteado por Ramírez (2007), se tiene que existen diversos mecanismos para validar los instrumentos; pero en el caso particular se utilizó el conocido como Juicio de Expertos, que no es más que la presentación de los instrumentos ante personas expertas en la materia con el fin de que verifiquen ciertos aspectos.

Con el fin de validar los instrumentos que se utilizaron en la investigación, los mismos fueron presentados ante tres (03) expertos, que estaban conformados de la siguiente manera: un (01) experto en metodología y dos (02) expertos en el área, quienes deberán verificar los siguientes aspectos, de acuerdo a lo expuesto por

Ramírez:

- La congruencia entre ítems –rasgo, en este caso los jueces van a evaluar la relación que existe entre el ítem o pregunta y los objetivos a alcanzar, es decir, van a verificar que los ítems permitan recoger la información necesaria para llegar a una conclusión referente al tema en estudio.
- La claridad en la redacción; deberán revisar que el lenguaje a utilizar sea sencillo y claro, a la vez que evaluarán que cada ítem esté relacionado con un solo tema, para que en el momento de analizar las respuestas obtenidas se conozca a ciencia cierta que punto se está tratando.
- Y por último verificarán el sesgo o tendenciosidad en la redacción, en este punto evaluarán que el investigador en su pregunta no induzca al entrevistado a emitir una opinión que no sea la propia de éste.

Para realizar tal evaluación se le entregó a cada jurado toda la información necesaria, para que conozca con exactitud que es lo que se quiere lograr con la aplicación de los instrumentos; además se le hizo llegar un formato bien estructurado para vaciar la información de su evaluación.

Por otra parte, se pudo comprobar cuantitativamente la validez del instrumento por medio del coeficiente de validez del contenido (CVC), el cual es explicado por Hernández y otros (2005) de una manera diferente, señalando que dicho coeficiente determina la validez del contenido del instrumento y la concordancia entre las opiniones expresadas por los jueces; los resultados del CVC se interpretan partiendo de una escala, la cual según los autores es:

Menor que 0.80: validez y concordancia inaceptables.

Igual o mayor de 0.80 y menor que 0.90: validez y concordancia satisfactoria.

Igual o mayor que 0.90, hasta un máximo de 1.00: validez y concordancia excelentes.

De este modo los instrumentos quedaron validados tal y como se observa en la en el anexo 3, siendo para la entrevista un CVC = 0,98, para el cuestionario de la empresa de 0,99 y en lo que respecta al cuestionario de los estudiantes arrojó un valor igual a: 0,97.

En lo relativo a la confiabilidad del instrumento Ramírez (2007, p.125) hace referencia a que “la confiabilidad de un instrumento de recolección de datos alude al hecho de que en las mismas condiciones el mismo instrumento debe arrojar similares resultado”. A fin de comprobar que los resultados de la aplicación de los instrumentos fuesen confiables, se procedió a aplicar el coeficiente de confiabilidad denominado el coeficiente de Kruder y Richardson, para el cuestionario aplicado a las empresas, obteniéndose un valor de = 0,80, (ver anexo 4).

Asimismo a fin de comprobar que los resultados obtenidos del cuestionario a los estudiantes brindaban una información confiable, se procedió a aplicar el coeficiente de confiabilidad denominado el Alpha de Crombach, que según Hernández y otros (2008, p. 416): “Tiene la finalidad de determinar el grado de consistencia interna de una escala, analiza la correlación media de una de las variables de la misma escala con todas las demás variables que la componen”. Dicho coeficiente estadísticos arrojó como resultado un 0,97, lo cual según el intervalo de aceptación del mismo al acercarse lo más posible al valor 1, puede considerarse como confiable, lo que

significa que los datos recolectados cumple con dichos parámetros y por lo tanto, es confiable (ver anexo 4).

La confiabilidad de los instrumentos era de gran importancia, ya que los resultados allí obtenidos permitieron a las investigadoras llegar a las conclusiones que se generalizaron a la población.

Técnicas de Análisis de Datos

Una vez recolectados los datos suficientes para producir el conocimiento, se procesaron, ya que con recolectarlos no bastaba para entenderlos, así éstos debieron ser ordenados e interpretados, lo cual se logró aplicando las técnicas más convenientes.

En lo que respecta a los datos recolectados por medio de la encuesta, fueron procesados estadísticamente, por medio del análisis cuantitativo el cual explica Sabino (2000, p. 180) como sigue:

Este tipo de operación se efectúa, naturalmente con toda la información numérica resultante de la investigación. Esta, luego del procesamiento que ya se le había hecho, se nos presentará como un conjunto de cuadros, tablas y medidas, a las cuales se les han calculado sus porcentajes y presentado convenientemente.

El procedimiento consistió en organizar, codificar y tabular los datos, para luego representarlos en tablas de frecuencia relativa y absoluta (frecuencias y porcentajes); sustentadas con representaciones gráficas de tipo circulares, sobre las cuales se realizaron interpretaciones descriptivas de los hallazgos.

Por su parte, los datos recabados a través de la entrevista fueron objeto de un análisis cualitativo que, según Sabino (p. 190): “Se refiere al que procedemos a hacer con la información de tipo verbal que de un modo general, se ha recogido mediante fichas de uno u otro tipo”. Este tipo de análisis permitió interpretar los datos suministrados por la entrevistada manteniendo la objetividad en el proceso.

Los datos de fuente secundaria, recopilados por medio de la revisión documental, se sometieron a un análisis crítico que, según Hochman y Montero (1983, p. 49), “consiste en la apreciación definitiva de un texto, a partir de los elementos hallados en él”; de esta manera, se incluyen las informaciones objetivamente, pero analizadas.

Finalmente, los resultados de este procesamiento constituyeron la fuente para desprender las conclusiones; y para el diseño de la propuesta apegada a la realidad, proporcionándole oportunidad y pertinencia; elaborándose luego las recomendaciones propias a los hallazgos.

CAPITULO IV

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Considerando que la investigación es de campo, una vez que se indagaron las fuentes secundarias para formular el criterio evaluador de la realidad, se procedió a establecer contacto con los informantes actores del problema planteado, para de esta manera lograr los objetivos y generar un conocimiento científico.

La recolección de datos consistió en la aplicación de tres instrumentos, diseñados de acuerdo con las características de la población y en función a las necesidades de los datos. Así se tiene que para la Coordinadora de Pasantías de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, se aplicó una entrevista que permitió almacenar los datos para diagnosticar los procedimientos que en la actualidad esta unidad efectúa para lograr la inserción laboral de los estudiantes de los últimos semestres de FACES.

También se aplicó un cuestionario expresado en preguntas cerradas dicotómicas y múltiples, a través del cual participaron las empresas y que permitió conocer la opinión de las mismas sobre los estudiantes de la casa de estudio mencionada. Y finalmente, otro cuestionario expresado en una escala de Likert que recopiló la percepción de los estudiantes sobre las acciones de la Coordinación de Pasantías.

Todos los datos recolectados para convertirlos en información entendible se sometieron a un proceso de interpretación numérica a los que correspondía y sólo cualitativa a la entrevista; mostrándose el resultado a continuación.

Objetivo Específico 1: Diagnosticar los procedimientos ejecutados por la Coordinación de Pasantías de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, para

la inserción de los egresados en Administración Comercial y Contaduría Pública al mercado laboral.

Análisis de la Guía de Entrevista

Ítems 1: ¿Existe un requisito para que los estudiantes puedan realizar pasantías en la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública?

Respuesta de la Coordinadora: Dado a que las pasantías no son obligatorias, solo existen como requisitos mínimos tener aprobado el 6to semestre, estar en el turno de la noche, para poder adaptarse al horario de la empresa que por lo general es de 8 horas.

Análisis: De acuerdo con la información reportada por la Coordinadora de Pasantías, formalmente no se han diseñado parámetros que restrinjan la elección de los postulados al proceso de prácticas laborales, sólo dejo ver ciertos requisitos bastantes sencillos que le ofrecen la oportunidad de acceder al sistema a la gran mayoría de estudiantes, pues basta con que se tenga el sexto semestre aprobado y cursar las asignaturas en el turno nocturno para que pueda disponer de un horario laboral.

Visto de esta forma, debido a que las pasantías no son obligatorias, en la UC, solo se han modelado requisitos mínimos para poder optar a las pasantías, lo que denota que la Universidad no se muestra exigente al extender esta oportunidad a su comunidad estudiantil de FACES – La Morita, además demuestra confianza en la preparación de los mismos.

Ítems 2: ¿De qué manera se establecen los requisitos para que los estudiantes

pueden postularse a pasantías de la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública?

Respuesta de la Coordinadora: Por el mismo hecho de que las pasantías no son obligatorias solo se han establecido pocos y sencillos requisitos, es por esto que las pasantías pueden ser realizadas por cualquier estudiante interesado en hacerlas.

Análisis: Una vez más la entrevistada dejó ver la amplitud en la oportunidad para ejecutar pasantías para los estudiantes, claramente indicó que todos tienen el mismo derecho, siempre y cuando a pesar de no ser obligatorias tenga el interés de hacerlas; lo que confirma la ausencia de amplias restricciones establecidas que deban cumplir los postulados.

Ítems 3: ¿Cuál es el procedimiento para que los estudiantes se postulen a la actividad de pasantías?

Respuesta de la Coordinadora: El estudiante debe pertenecer a la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública, presentar la solicitud de pasantías acompañado del record de notas y una foto tipo carnet. Posteriormente, se envían dos cartas a la empresa y ésta las devuelve firmadas y selladas a la UC, para que se abra el expediente al pasante. En la empresa le dan una planilla que debe ser entregada a FUNDEI, para que la firmen y la sellen, ello para poder dar inicio a la pasantía. El pasante debe informar como le va en el proceso de pasantías.

Análisis: De acuerdo con las explicaciones de la Coordinadora, el procedimiento que deben seguir los estudiantes para acceder a las pasantías, es sencillo; estos deben presentar una carta de solicitud previamente formateada, junto con ciertos recaudos básicos como lo es el corte de notas actualizado y una foto tipo carnet; esperar la asignación, una vez que sea aceptado por la empresa, deberá notificar ante la

Universidad y FUNDEI de manera escrita; como se puede observar no existen mayores limitaciones para poder postularse a las prácticas laborales en la UC.

Ítems 4: ¿Bajo qué parámetros selecciona la Coordinación de pasantías a los estudiantes para su ubicación en las diferentes ofertas de las empresas?

Respuesta de la Coordinadora: No se exigen notas como requisito y ningún tipo de promedio, dado a que ello no se considera como un indicativo para el rendimiento del pasante, por lo tanto no se discrimina a ningún estudiante.

Análisis: Según lo señalado por la Coordinadora entrevistada, todos los estudiantes postulados a las pasantías tienen el mismo derecho para optar a una oportunidad, ante esta decisión no intervienen las notas, ni el promedio de los mismos; no quedando claro sobre cual criterio se asigna la pasantía, lo cual abre la brecha para la intervención de la subjetividad a la hora de adjudicar a los postulantes en las ofertas que se presenten.

Ítems 5: ¿Cómo se evalúa el desempeño de los estudiantes en su período de pasantías?

Respuesta de la Coordinadora: Generalmente, le asigna un tutor empresarial y es éste quien lleva la supervisión del rendimiento o desenvolvimiento del pasante.

Análisis: De acuerdo con la entrevistada, la Universidad a través de las Coordinación de Pasantías no interviene en la evaluación del pasante en ejecución, generalmente esta actividad es propia a la empresa, por medio de la designación de un tutor empresarial, no constatando la evolución de la formación práctica, pareciendo conformarse la coordinación solamente con los reportes verbales presentados por el estudiante, quizás esta falta de seguimiento se deba a que éstas no son de carácter

obligatorio, factor que restringe hasta cierto punto la motivación del pasante y de la empresa, debido a la flexibilidad del sistema.

Ítems 6: ¿De qué manera establece y mantiene contacto la Coordinación de Pasantías con el mercado laboral?

Respuesta de la Coordinadora: El contacto que realiza la UC con el mercado laboral es a través de FUNDEI y por recursos propios, a través de contactos.

No existe convenios de la Universidad directamente con las empresas, el convenio es con FUNDEI que es la que se encarga de contactar a las empresas, ello porque ésta ampara a los pasantes, obligando a las empresas a que se les asigne una remuneración, en caso de que se efectúen en empresas fuera de este convenio la no remuneración es responsabilidad del pasante.

En algunos casos son las empresas las que establecen contactos con la UC, a través de bachilleres que ya han realizado las pasantías en esa empresa y no tienen convenio con FUNDEI, pero al presentar la carta de postulación mencionan a la Coordinadora de Pasantías de la UC y a través de ella ubican pasantes.

Análisis: Según lo expresado por la entrevistada, el único contacto establecido por la Universidad con el mercado laboral es indirecto, pues está condicionado por la cartera de ofertas que designe FUNDEI para los pasantes de la Institución, en pocas ocasiones la Coordinación por cuenta propia establece enlaces y ello es a través de contactos, lo cual restringe la oferta interna frente a la demanda que pueda existir si se considera la sencillez del proceso.

Ítems 7: ¿Cuáles estrategias desarrolla la Coordinación de Pasantías para promocionar a los estudiantes en el mercado laboral?

Respuesta de la Coordinadora: Totalmente limitados en la promoción de los estudiantes al mercado laboral, sólo se participa en las actividades de Expoempleo que se realizan en la Casa Gómez.

Análisis: La respuesta de la entrevistada dejó en claro la ausencia de estrategias para la promoción de las pasantías dentro y fuera de la UC; de acuerdo con sus explicaciones sólo se interviene en un evento de exposición que se efectúa anualmente, organizado por otras entidades y organizaciones, pero por cuenta propia, la Coordinación de Pasantías no dispone de un plan de acción, lo cual se debe a la falta de obligatoriedad para los estudiantes.

Ítems 8: ¿Qué mecanismos emplea la Coordinación de Pasantías para informar acerca de las ofertas laborales a los estudiantes?

Respuesta de la Coordinadora: A través de las carteleras informativas.

Análisis: Siguiendo lo expuesto por la Coordinadora de Pasantías, en la Universidad la comunicación sobre el proceso tampoco es una actividad muy dinámica, pues únicamente se emplea la cartelera informativa para referir las ofertas laborales, sin ir más allá en cuanto a la motivación a los estudiantes a participar en el proceso y la importancia enriquecedora del mismo en su formación profesional, aun cuando no sean obligatorias.

Ítems 9: ¿Qué actividades complementarias efectúa la Coordinación de pasantías para fortalecer el perfil profesional de los estudiantes antes las demandas de las empresas ofertantes?

Respuesta de la Coordinadora: Sólo las pasantías.

Análisis: Las actividades de la Coordinación de Pasantías, se limita a su actividad principal, que es la de gestionar las colocaciones, tal y como lo señala la entrevistada, no existen actividades complementarias o de promoción, lo cual define a un funcionamiento pasivo, signado por su carácter de no obligatoriedad.

Objetivo Específico 2: Identificar la percepción de los estudiantes en cuanto a la acciones para la promoción de los mismos al mercado laboral, emprendidas por la Coordinación de Pasantías de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita.

Cuestionario Aplicado a los Estudiantes

Ítems 1: Las pasantías son importantes oportunidades para afianzar el conocimiento y establecer contacto con el mercado laboral.

Cuadro 3

Reconocimiento por los Estudiantes de la Importancia de las Pasantías

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	126	84
Medianamente de Acuerdo	24	16
Ni de Acuerdo, No en Desacuerdo	0	0
Medianamente en Desacuerdo	0	0
Totalmente en Desacuerdo	0	0
Total	150	100

Fuente: Las Investigadoras (2009)

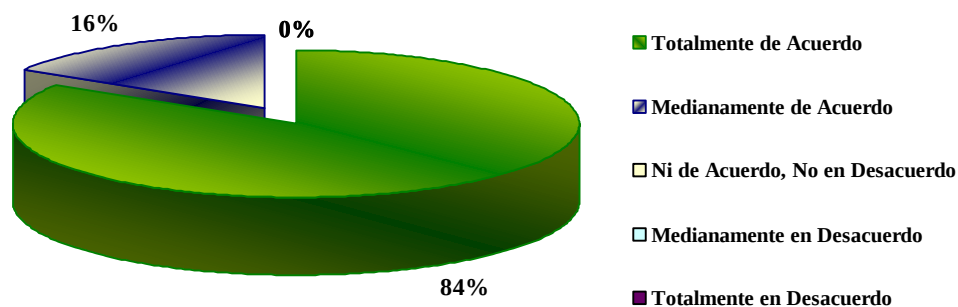


Gráfico 1. Reconocimiento por los Estudiantes de la Importancia de las Pasantías

Fuente: Cuadro 3.

Análisis: De acuerdo con los datos reportados por el gráfico se aprecia que los estudiantes encuestados manifestaron en su mayoría que las pasantías es un proceso importante para afianzar los conocimientos adquiridos durante la preparación profesional, constituyendo un medio para fortalecer la misma e incrementar la experiencia en su desenvolvimiento como futuro profesional, además de ser un canal que les permita conocer y encaminarse dentro del mercado laboral.

Ítems 2: Los estudiantes son conocedores de las oportunidades de pasantías.

Cuadro 4

Conocimiento de las Oportunidades de Pasantías

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	12	8
Medianamente de Acuerdo	19	13
Ni de Acuerdo, No en Desacuerdo	25	16
Medianamente en Desacuerdo	50	34
Totalmente en Desacuerdo	44	29
Total	150	100

Fuente: Las Investigadoras (2009)

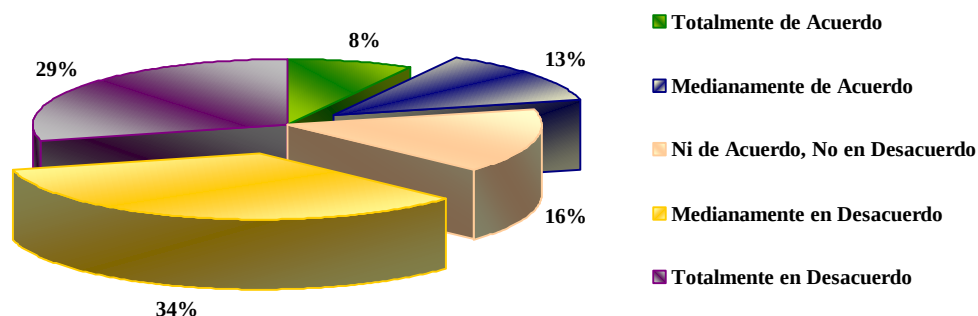


Gráfico 2. Conocimiento de las Oportunidades de Pasantías

Fuente: Cuadro 4

Análisis: Se observa en el gráfico que una cantidad considerable de estudiantes desconocen que oportunidades ofrece el mercado para desarrollar procesos de pasantías, lo cual deja de manifiesto una limitada comunicación y motivación para los estudiantes por parte de la Coordinación para que estos se orienten en las prácticas del conocimiento adquirido.

Ítems 3: La Coordinación es promotora de la ejecución de pasantías para los estudiantes de los últimos semestres.

Cuadro 5

Promoción de las Pasantías por la Coordinación

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	11	7
Medianamente de Acuerdo	20	15
Ni de Acuerdo, No en Desacuerdo	25	16
Medianamente en Desacuerdo	40	26
Totalmente en Desacuerdo	54	36
Total	150	100

Fuente: Las Investigadoras (2009)

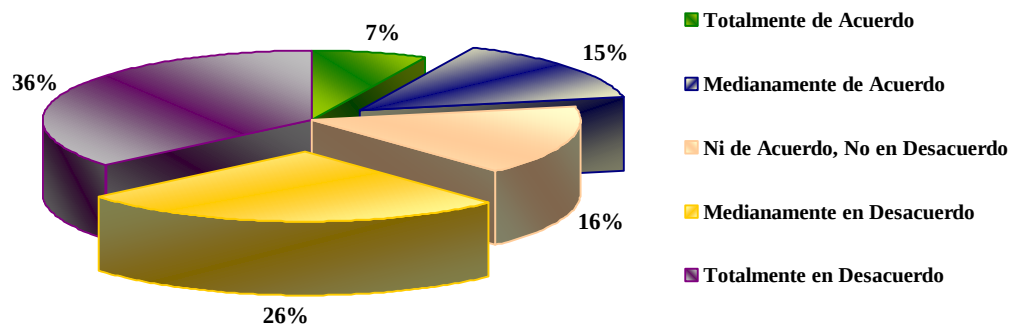


Gráfico 3. Promoción de las Pasantías por la Coordinación

Fuente: Cuadro 5

Análisis: A través del gráfico se puede evidenciar que una proporción considerable de estudiantes no se muestra conforme con las acciones emprendidas por la Coordinación de Pasantías para promocionar a los mismos al mercado laboral, dejando una vez más clara la poca difusión de información y motivación hacia los estudiantes, lo cual genera en la población estudiantil la falta de interés en la participación del proceso de pasantías

Ítems 4: En la Universidad de Carabobo campus La Morita, el estudiante de los últimos semestres es censado para un proceso de pasantías en caso de necesitarlas.

Cuadro 6

Realización de Censos de Estudiantes para Procesos de Pasantías

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	4	3
Medianamente de Acuerdo	5	3
Ni de Acuerdo, No en Desacuerdo	14	9
Medianamente en Desacuerdo	19	13
Totalmente en Desacuerdo	108	72
Total	150	100

Fuente: Las Investigadoras (2009)

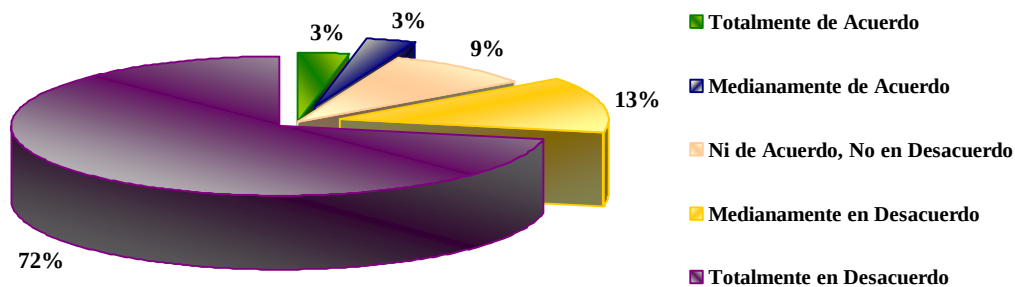


Gráfico 4. Realización del Censo de Estudiantes para Procesos de Pasantías

Fuente: Cuadro 6

Análisis: Ante estos datos, se infieren que desde la visión de los estudiantes, la Coordinación de Pasantías no maneja una base de datos sobre los postulantes para dicho proceso, debido a que no efectúa censos para conocer las expectativas y necesidades en lo que a pasantías respecta, y esto es consecuencia de la no obligatoriedad de las pasantías.

Ítems 5: En la Universidad de Carabobo campus La Morita, se efectúan jornadas donde las empresas participan para promover sus pasantías y empleos.

Cuadro 7

Realización de Jornadas Empresariales de Promoción de Pasantías y Empleos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	3	2
Medianamente de Acuerdo	13	9
Ni de Acuerdo, No en Desacuerdo	15	10
Medianamente en Desacuerdo	24	16
Totalmente en Desacuerdo	95	63
Total	150	100

Fuente: Las Investigadoras (2009)

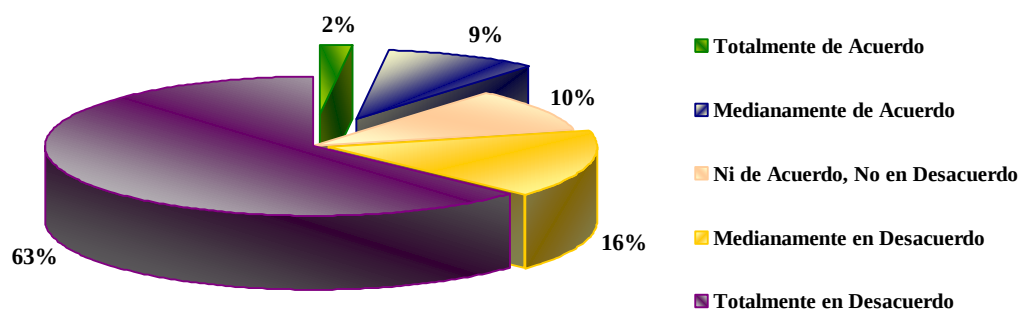


Gráfico 5. Realización de Jornadas Empresariales de Promoción para Pasantías y Empleos

Fuente: Cuadro 5

Análisis: Se revela en el gráfico que la mayoría de los estudiantes opinan que la Universidad de Carabobo no se han realizado jornadas empresariales para promover pasantías y empleo, debido a la ausencia de un contacto directo entra la Universidad y las diferentes empresas del Estado, al parecer estos procesos se han efectuado muy pocas veces en y por la Institución.

Ítems 6: Las oportunidades de pasantías ofrecidas por la Universidad de Carabobo campus La Morita, enriquecen la preparación profesional.

Cuadro 8

Enriquecimiento de la Preparación Profesional por las Oportunidades de Pasantías

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	3	2
Medianamente de Acuerdo	13	9
Ni de Acuerdo, No en Desacuerdo	20	13
Medianamente en Desacuerdo	24	16
Totalmente en Desacuerdo	90	60
Total	150	100

Fuente: Las Investigadoras (2009)

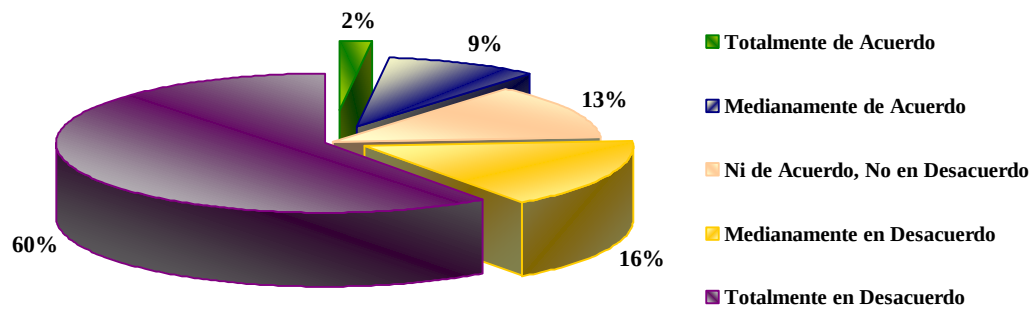


Gráfico 6. Enriquecimiento de la Preparación Profesional por las Oportunidades de Pasantías

Fuente: Cuadro 8.

Análisis: Estos resultados permiten inferir que debido a que las pasantías no son obligatorias, la mayoría de los encuestados no participan en un programa de pasantías que les permita disponer de oportunidades para el enriquecimiento de su preparación profesional, a pesar de reconocer la importancia del mismo.

Cuestionario Aplicado a las Empresas

Objetivo Específico 3: Examinar la percepción sobre los egresados en Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, por parte de los principales representantes del sector de la mediana y gran empresa del Estado Aragua.

Ítems 1: ¿Considera la empresa la incorporación de pasantes en las áreas contable y administrativo?

Cuadro 9

Incorporación de Pasantes en las Áreas Contables y Administrativas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	30	66
No	15	33
Total	45	100

Fuente: Las Investigadoras (2009)



Gráfico 7. Incorporación de Pasantes en las Áreas Contables y Administrativas

Fuente: Cuadro 9.

Análisis: Revela el gráfico que una cantidad considerablemente mayor a la mitad de los informantes, estima la incorporación de pasantes profesionales en las áreas contables y administrativas, como apoyo para agilizar su procesos internos administrativos, considerándolo como un proceso importante en la captación de talento humano para sus estructuras organizacionales.

Ítems 2: ¿Qué nivel de conocimiento prefiere en el pasante contable – administrativo? a.- Aprendices INCES. b.- Técnicos Superiores. c.- Estudiantes Universitarios d.- Todos.

Cuadro 10

Nivel de Conocimiento Preferente por las Empresas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Aprendices INCES	5	11
Técnicos Superiores	5	11
Estudiantes Universitarios	8	18
Todos	16	36
Opciones a y c	11	24
Total	45	100

Fuente: Las Investigadoras (2009)

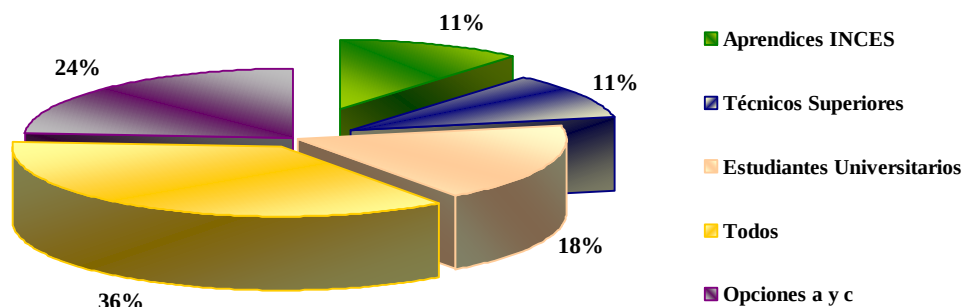


Gráfico 8. Nivel de Conocimiento Preferente por las Empresas

Fuente: Cuadro 10.

Análisis: Se puede apreciar que para el mercado empresarial participante en este estudio es de interés incorporar estudiantes de diferentes niveles de complejidad cognoscitiva, incluyéndose a los que se encuentran en preparación universitaria, debido a que el aporte que cada uno de estos proporciona, es de importancia para su organización, lo que denota oportunidades de pasantías.

Ítems 3: ¿Tiene la empresa preferencia por pasantes procedentes de una Institución Educativa en específico? Indique de cuál institución.

Cuadro 11

Preferencia por Pasantes de Instituciones Educativas en Específico

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	12	27
No	33	73
Total	45	100

Fuente: Las Investigadoras (2009)

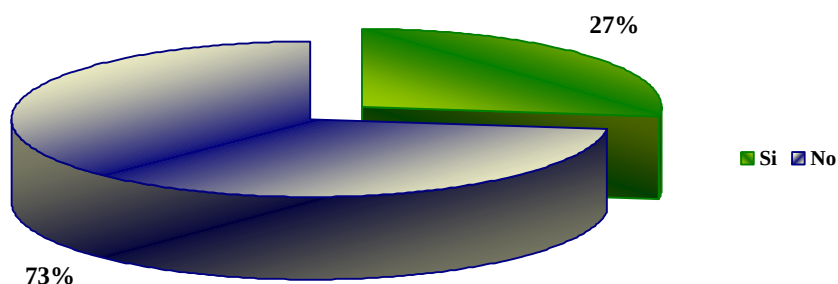


Gráfico 9. Preferencia por Pasantes de Instituciones Educativas en Específico

Fuente: Cuadro 11.

Análisis: Partiendo de los resultados obtenidos, se puede decir que una gran proporción de las empresas encuestadas negó inclinarse hacia una Institución en particular; en cuanto al porcentaje que afirmó tener ciertas preferencias, destacan aquellas que tengan convenio con FUNDEI y aquellas que por experiencia son preparadoras de profesionales competitivos, entre ellas mencionaron a la UNITEC, el IUTA y la Universidad de Carabobo. Partiendo de estos resultados, se puede decir que ante una gran proporción de empresas que no tienen preferencia, los estudiantes tienen una gran oportunidad de acceder al mercado laboral y, que la tendencia que afirma tener cierta inclinación, incluye a la Universidad de Carabobo como una de las mejores preparadoras de estudiantes que entran en el perfil de aceptación, favoreciendo ambas tendencias a la dinamización de las pasantías en esta institución.

Ítems 4: ¿Sabe Usted que existe un núcleo de la Universidad de Carabobo en el Estado Aragua?

Cuadro 12

Conocimiento de la Existencia del Núcleo de la UC en el Estado Aragua

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	40	88
No	5	12
Total	45	100

Fuente: Las Investigadoras (2009)

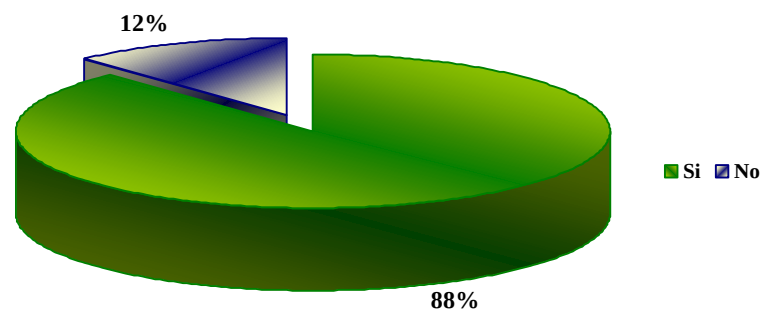


Gráfico 10. Conocimiento de la Existencia del Núcleo de la UC en el Estado Aragua

Fuente: Cuadro 12.

Análisis: Se destaca en el gráfico precedente, que casi la totalidad de las empresas encuestadas tiene conocimiento de la existencia de la Universidad de Carabobo en la entidad aragüeña, dado entre otras cosas por la existencia de una cantidad considerable que han aceptado personal procedente de esta Universidad, lo que facilita el posicionamiento de la imagen de esta casa de estudio y, por ende, la gestión de las pasantías.

Ítems 5: ¿Ha aceptado la empresa pasantes procedentes de la Universidad de Carabobo campus La Morita?

Cuadro 13

Incorporación de Pasantes Procedentes de la UC Campus La Morita

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	25	56
No	20	44
Total	45	100

Fuente: Las Investigadoras (2009)

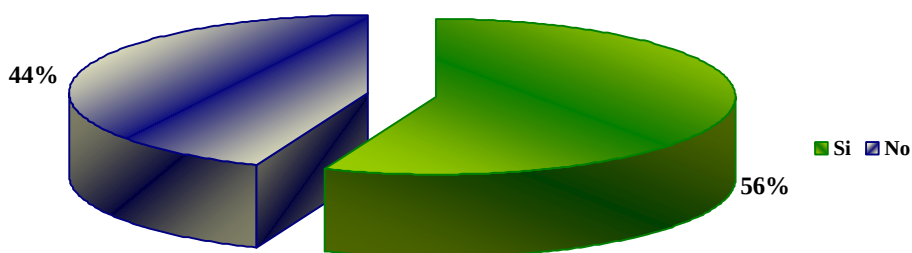


Gráfico 11. Incorporación de Pasantes Procedentes de la UC Campus La Morita

Fuente: Cuadro 13.

Análisis: De acuerdo con la descripción numérica del gráfico, una cantidad significativa de los encuestados indicó que ha incorporado en su estructura organizacional estudiantes pertenecientes a la Universidad de Carabobo, pero también se encuentra una proporción no menos importante que negó haber contado en su plantilla laboral con practicantes de la institución, esta ultima tendencia puede ser debido a la tímida gestión por parte de la Universidad para crear conexiones directas con las empresas para la incorporación de los pasantes.

Ítems 6: ¿Qué imagen posee la empresa en cuanto al estudiante de Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo? a.- Altamente capacitado. b.- Responsable. c.- Adaptable a la cultura organizacional. d.- Emprendedor. e.- Competitivo. f.- Todos los anteriores y g.- Otro.

Cuadro 14

Imagen que posee la Empresa en Cuanto a los Estudiantes de Administración y Contaduría Pública de la UC

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Altamente capacitado	0	0
Responsable	1	2
Adaptable a la cultura organizacional	0	0
Emprendedor	0	0
Competitivo	0	0
Todos los anteriores	6	14
Otro	0	0
Opciones a y b	2	4
Opciones a, b, c y d	10	23
Opciones b, d y e	2	4
Opciones a, d, d y e	4	9
Proporción que no acepta pasantes UC	20	44
Total	45	100

Fuente: Las Investigadoras (2009)

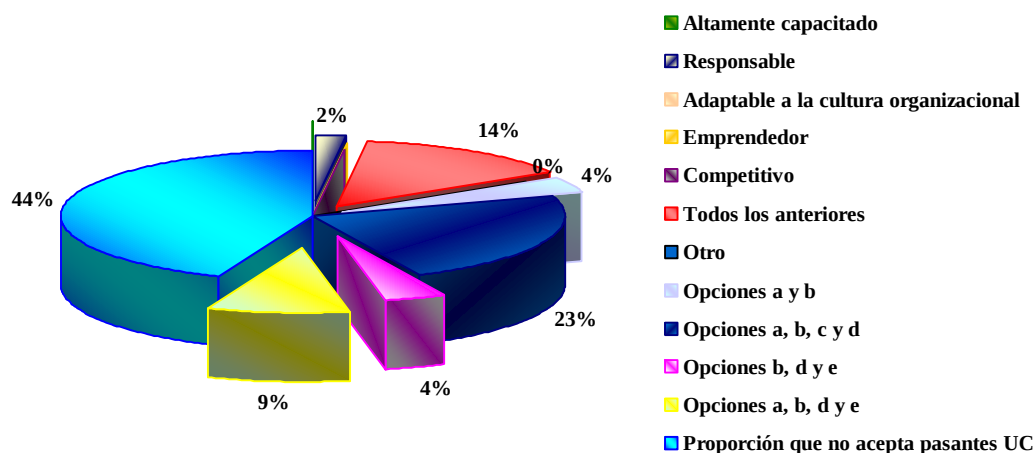


Gráfico 12. Imagen que posee la Empresa en Cuanto a los Estudiantes de Administración y Contaduría Pública de la UC

Fuente: Cuadro 12.

Análisis: En el gráfico se evidencia entonces que las empresas encuestadas que han contado con la intervención de pasantes de la Universidad de Carabobo, expresan

en mayor proporción que los estudiantes se caracterizan por ser altamente capacitados, responsables, adaptables a la cultura organizacional y emprendedores, demostrando así la excelente imagen que poseen de los estudiantes, y por ende de esta casa de estudios.

Ítems 7: ¿La Universidad de Carabobo a través de su Coordinación de Pasantías ha establecido contacto con esta empresa?

Cuadro 15

Contacto entre la Coordinación de Pasantías de la UC y las Empresas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	7	16
No	18	40
Proporción que no acepta pasantes UC	20	44
Total	45	100

Fuente: Las Investigadoras (2009)

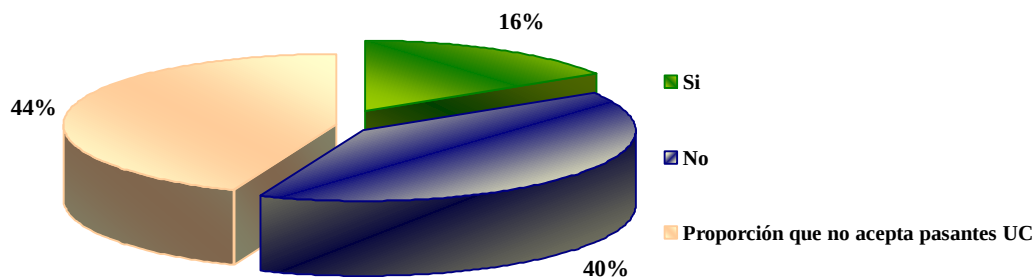


Gráfico 13. Contacto entre la Coordinación de Pasantías de la UC y las Empresas

Fuente: Cuadro 15.

Análisis: Tal y como lo describe el gráfico se puede apreciar que la proporción que ha incorporado pasantes de la Universidad de Carabobo en sus empresas, han manifestado que existe poco acercamiento y por tanto una limitada interrelación para

la gestión de pasantías por parte de la coordinación, para evaluar a los pasantes en desarrollo o para la captación de nuevos estudiantes, pues solo la conexión entre ambos se realiza a través de FUNDEI, y en algunos casos por contactos directos de los mismos estudiantes.

Objetivo Específico 4: Determinar los requerimientos del sector de la mediana y gran empresa del estado Aragua, para el establecimiento de alianzas estratégicas con la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, para la inserción de los egresados en Administración Comercial y Contaduría Pública al mercado laboral.

Ítems 8: ¿Cuáles de los siguientes aspectos demanda de los pasantes? a.- Conocimiento técnico – práctico. b.- Destreza en manejo de programas computarizados. c.- Habilidades comunicacionales. d.- Disponibilidad al aprendizaje. e.- Capacidad analítica y de síntesis. f.- Todas las anteriores. .- Otro.

Cuadro 16

Aspectos Demandados a los Pasantes por las Empresas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Conocimiento técnico	0	0
Destreza en manejo de programas computarizados	0	0
Habilidades comunicacionales	0	0
Disponibilidad al aprendizaje	3	7
Capacidad analítica y de síntesis	0	0
Todos los anteriores	20	44
Otro	0	0
Opciones d y e	9	20
Opciones a, b y e	13	29
Total	45	100

Fuente: Las Investigadoras (2009)

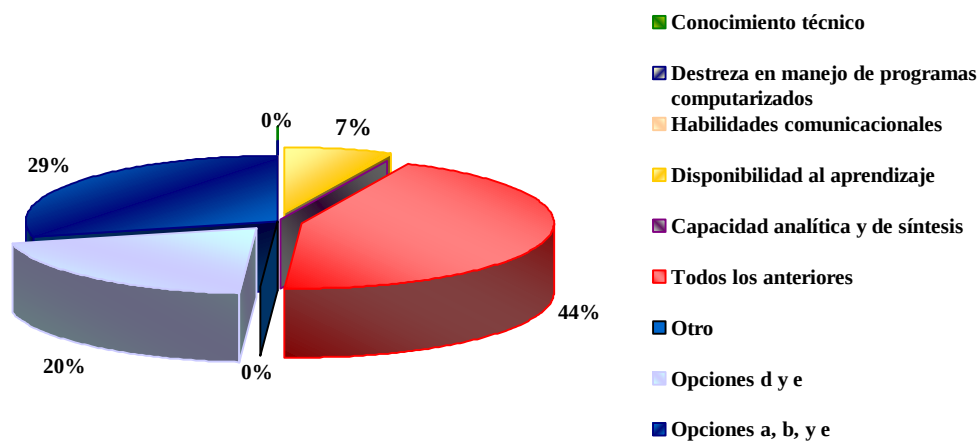


Gráfico 14. Aspectos Demandados a los Pasantes por las Empresas

Fuente: Cuadro 16.

Análisis: Se aprecia en el gráfico que las empresas de acuerdo con su naturaleza y necesidades internas tienen diferentes demandas en los pasantes; es por esto que en mayor cantidad se encontró que las mismas solicitan una serie de aspectos como lo son conocimientos técnicos prácticos, destrezas en el manejo de sistemas computarizados, habilidades comunicacionales, disponibilidad al aprendizaje y capacidad analítica y de síntesis. En definitiva, se deduce que el mercado laboral tiene una gran demanda de sus pasantes, ya que estos concuerdan con la preparación profesional ofrecida a los estudiantes por la Universidad de Carabobo, lo que demuestra que están preparados para afrontar el campo laboral y aprender de éste.

Ítems 9: ¿Cuáles son las exigencias presentadas a los estudiantes de Administración Comercial y Contaduría Pública para optar a pasantías en esta empresa? a.- Examen de suficiencia. b.- Recaudos básicos. c.- Disponibilidad horaria. d.- Carta de postulación avalada por la Universidad o Instituto. e.- Todos los anteriores. f.- Otro.

Cuadro 17

Exigencias de las Empresas a los Estudiantes para Optar a las Pasantías

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Examen de suficiencia	0	0
Recaudos básicos	0	0
Disponibilidad horaria	0	0
Carta de postulación avalada por la Universidad o Instituto	10	22
Todos los anteriores	18	39
Otro	0	0
Opciones b y d	3	7
Opciones a, b y d	8	18
Opciones b, c y d	3	7
Opciones b y c	3	7
Total	45	100

Fuente: Las Investigadoras (2009)

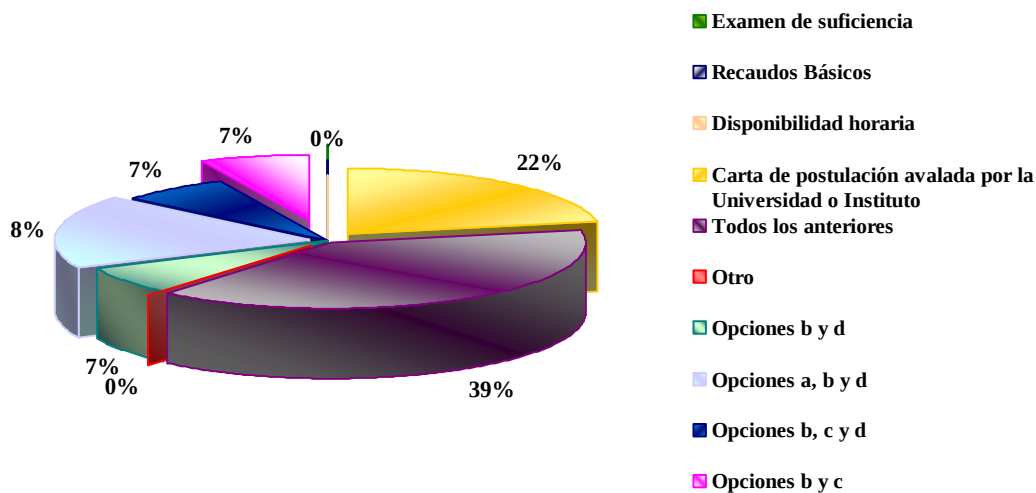


Gráfico 15. Exigencias de las Empresas a los Estudiantes para Optar a las Pasantías

Fuente: Cuadro 16.

Análisis: Se deduce del gráfico que los estudiantes que van optar a pasantías en las empresas para el proceso de captación según las políticas de cada una de ellas, que en

la mayoría de las empresas principalmente consiste primeramente en tener la disposición de tiempo, seguido de presentar los recaudos básicos, la carta de postulación, aspectos que son viables en ser cubiertos por los estudiantes de la UC, y no constituyen de alguna manera marcadas limitaciones para realizar el proceso de pasantías.

Ítems 10: ¿Cuáles de los siguientes aspectos le dan forma al perfil del pasante que considera la empresa como posibles postulantes? a.- Sólidos conocimientos contables y administrativos. b.- Habilidad numérica. c.- Inglés intermedio. d.- Conocimientos para la obtención de divisas a través de CADIVI. e.- Tener aprobado el 9 semestre. f.- Actualización tributaria. g.- Experiencia en trabajos previos. h.- Organización. i.- Capacidad de trabajar bajo presión. j.- Todos los anteriores. k.- Otro.

Cuadro 18**Aspectos Integradores del Perfil de los Postulantes a Pasantías**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sólidos conocimientos contables y administrativos	3	7
Habilidad numérica	0	0
Inglés intermedio	3	7
Conocimientos para la obtención de divisas a través de CADIVI	0	0
Tener aprobado el 9 semestre	0	0
Actualización tributaria	0	0
Experiencia en trabajos previos	0	0
Organización	0	0
Capacidad de trabajar bajo presión	3	7
Todos los anteriores	10	21
Otro	0	0
Opciones a, b, d, f, g e i	6	13
Opciones a, b y i	12	27
Opciones a, b, d y f	4	9
Opciones a, e, h e i	4	9
Total	45	100

Fuente: Las Investigadoras (2009)

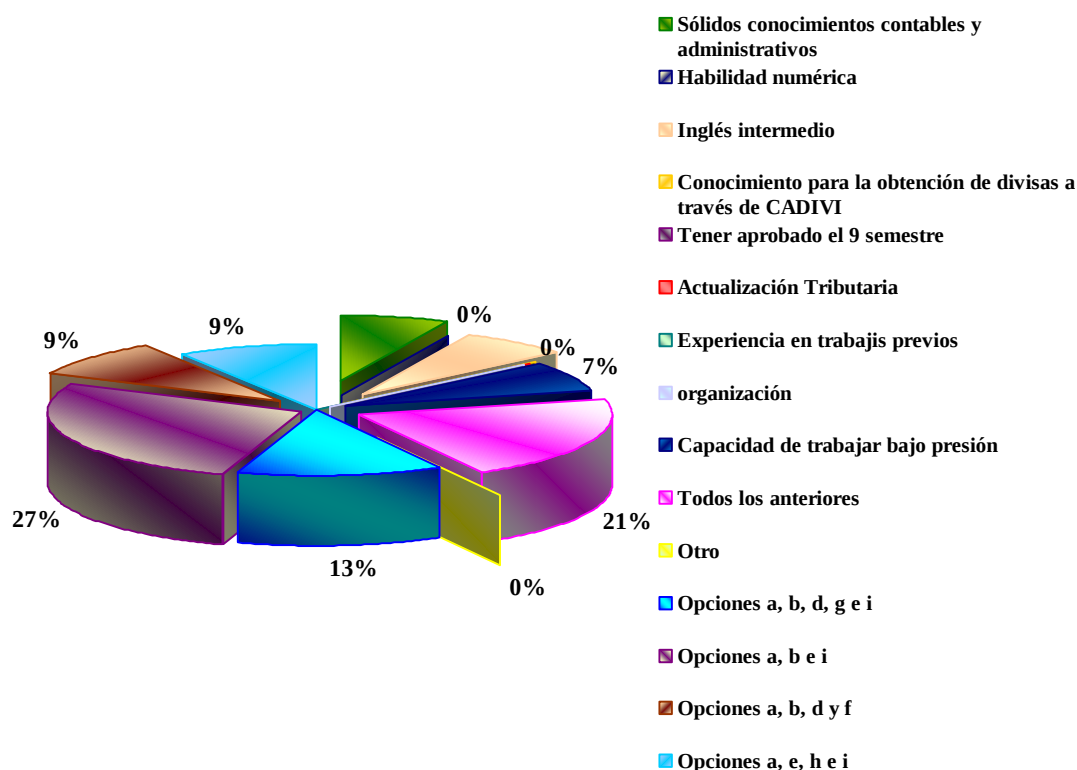


Gráfico 16. Aspectos Integradores del Perfil de los Postulantes a Pasantías

Fuente: Cuadro 18.

Análisis: Tal y como lo indica el gráfico, existen opiniones dispersas en los encuestados, resaltando entre la tendencia de mayor porcentaje que señaló que considera como parte del perfil de los postulantes sólidos conocimientos contables y administrativos, habilidad numérica y capacidad para trabajar bajo presión. Estos resultados demuestran que las exigencias en el perfil profesional están acordes a la realidad del mercado en cuanto a la materia contable, administrativo y tributario, además de la adaptabilidad a la dinámica funcional condicionada por la presión; aspectos que podrían ser cubiertos por los estudiantes de la Universidad de Carabobo, y esto gracias a la formación de calidad que es impartida en esta casa de estudios.

Ítems 11: ¿Sobre cuáles de los siguientes aspectos depende la decisión de la pasantía? a.- Examen Técnico. b.- Exámenes médicos. c.- Resultados de la entrevista. d.- Expediente de la coordinación de pasantías. e.- Reporte de notas. f.- Todos los anteriores.

Cuadro 19

Aspectos Considerados por las Empresas para Tomar la Decisión de Aceptación del Pasante

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Examen Técnico	0	0
Exámenes médicos	0	0
Resultados de la entrevista	10	22
Expediente de la coordinación de pasantías	3	7
Reporte de notas	0	0
Todos los anteriores	5	11
Opciones a, b, c y e	5	11
Opciones a, b y c	8	18
Opciones b y c	6	13
Opciones c y d	8	18
Total	45	100

Fuente: Las Investigadoras (2009)

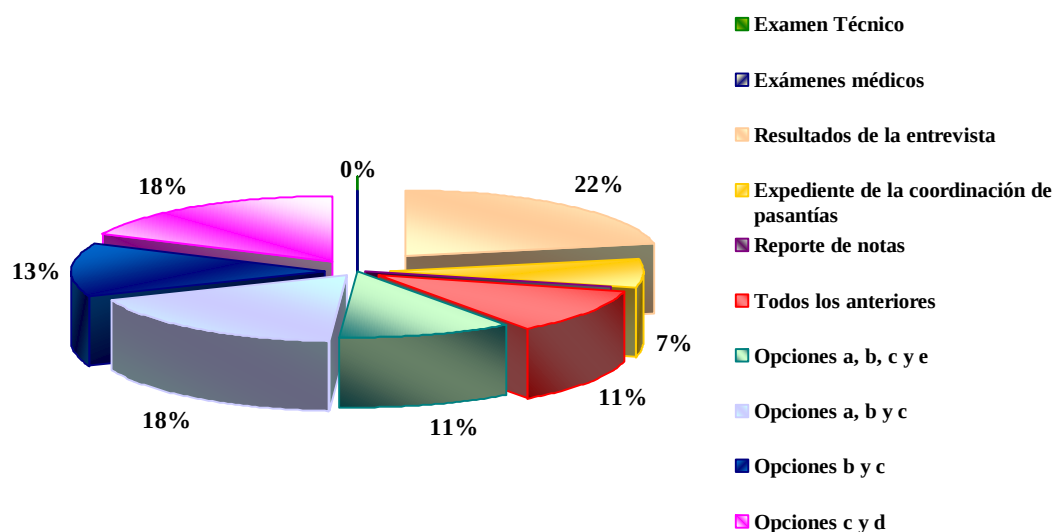


Gráfico 17. Aspectos Considerados por las Empresas para Tomar la Decisión de Aceptación del Pasante

Fuente: Cuadro 19.

Análisis: Se distingue en el gráfico, que el mayor porcentaje de los encuestados indican que las decisiones de captación de los pasantes se fundamentan principalmente en los resultados de la entrevista que sostengan entre ambas partes. Se deduce entonces que como toda oportunidad laboral, las pasantías pasan por un proceso de captación en casi todas las empresas, para lo que los estudiantes deben estar preparados.

Diagnostico que sustenta la Propuesta

Luego del análisis de los datos, se encuentra una serie de aspectos claves que debían ser considerados como diagnosticadores de la realidad estudiada. En líneas generales se puede decir que el mercado empresarial es una cartera de oportunidades de pasantías para los estudiantes de la UC, proceso que es valorado como una herramienta importante para el afianzamiento de la formación y que es apoyado por

UC, pero que debe ser incrementada su gestión, sobre todo considerando las exigencias de las ofertas y al proceso que debe ejecutarse; puntualmente se encontró:

Desde la Perspectiva de la Coordinación de Pasantías:

- La falta de obligatoriedad del proceso de pasantías para los estudiantes es una justificación para que no se formule un proceso para la selección, motivación y expansión de las ofertas.
- La Coordinación de pasantías no dispone de estrategias de comunicación e incentivo para el desarrollo de las pasantías por los estudiantes.
- La Coordinación de Pasantías no lleva una formal gestión y censo de datos informativos acerca de los interesados y posibles postulantes.
- La Coordinación no maneja contactos formales para presentar un listado de ofertas acorde a la plantilla de interesados en pasantías.
- La UC a través de su Coordinación de Pasantías mantiene convenio con FUNDEI y participa eventualmente en un sólo proceso de promoción abierto que es el Expoempleo.

Desde la Perspectiva de los Estudiantes:

- Los estudiantes consideran que las pasantías es un proceso que enriquece su preparación profesional y les permite establecer un primer contacto con el mercado laboral.

- Los estudiantes disponen información limitada sobre las ofertas de pasantías, refieren que la Coordinación no ejecuta estrategias de motivación gestión y asignación de pasantías.

Desde la Perspectiva de las Empresas:

- Las empresas están abiertas a recibir a estudiantes de diferentes niveles incluyendo a estudiantes universitarios, oportunidad viable para los interesados de la UC.
- Las empresas demandan pasantes para las áreas contables, administrativas y tributarias, lo cual también se muestra como una oportunidad para los estudiantes de la UC.
- Las empresas conocen a la UC y reconocen a los pasantes de esta Institución como de altos conocimientos técnicos, responsables, adaptables y competitivos.
- Existe una cantidad considerable de empresas no han incorporado a pasantes de la UC, por la falta de gestión del proceso desde la Universidad.
- Las empresas no tienen mayores preferencias de pasantes de una institución en particular, mientras que cumpla con el perfil, cubra las expectativas funcionales y de cumplimiento al procedimiento para su entrada al cargo, será bienvenido el estudiante.

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

Presentación

El actual mercado laboral es exigente como expresión de la competitividad global que reina en el ambiente socio – económico mundial; por lo que la preparación de los profesionales ha respondido a este escenario actualizando sus matrices curriculares, para acercar a sus estudiantes a la información y conocimientos útiles demandados por las empresas.

Una de las Instituciones que se esmera por ofrecer una formación vanguardista propia a la demanda competitiva es la Universidad de Carabobo, esta institución está en continua creación de herramientas y mecanismos de enseñanza – aprendizaje, así como también que motiven a sus integrantes a enriquecer su preparación así como incrementar y desarrollar su potencial de competencias.

Una de las formas que desde hace años ha sido empleada por la Universidad de Carabobo y por muchas instituciones venezolanas ha sido la prestación de programas de pasantías, el cual es un medio para insertar a los estudiantes en el mercado laboral y éste vaya formándose una visión de las exigencias del mismo. Cada vez más, los estudiantes se interesan en participar en esta modalidad de aprendizaje, sobre todo porque les abre puerta para conseguir un trabajo estable para su futuro.

La Coordinación de Pasantías de la Universidad de Carabobo ha colocado una masa importante de estudiantes y ha demostrado que encuentra en esta forma de inserción laboral un recurso útil en la conexión de los estudiantes con el ambiente empleador, por lo que es prudente que incremente su alcance y afiance sus

conexiones para ampliar las oportunidades a sus estudiantes para la ejecución de pasantías.

En este sentido, se proponen planes que conlleven al establecimiento de alianzas estratégicas como mecanismo idóneo para incorporar al egresado de la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, al mercado laboral de las medianas y grandes empresas del Estado Aragua.

Justificación de la Propuesta

Hoy, las exigencias de las empresas pequeñas, mediana y grandes en cuanto a capital humano se refiere son de gran alcance, por lo que los futuros profesionales deben recibir una formación esmerada y lo más cónsona posible a los estándares de competitividad; sumado a ello por cuenta propia estos deben buscar el conocimiento diferenciador que les permita ser un atractivo potencial para sus futuros campos de trabajo.

En medio de esa exigente demanda de parte de las empresas y de la compleja preparación profesional una de las grandes preocupaciones que embarga a muchos estudiantes, es el ingreso a su primer empleo, pues a pesar que reciben la formación necesaria, la competencia entre profesionales de las diferentes carreras para obtener la aceptación de empleo se hace cada vez más ardua, teniendo algunos la oportunidad de ingresar y otros no.

Es en esta realidad cuando las pasantías cobran un gran valor para los estudiantes, debido a que se presenta como una gran oportunidad para que al mismo tiempo que se afiancen los conocimientos aportados por la casa de estudio, están adquiriendo la

enseñanza práctica de sus profesiones, además de contar con una más cercana posibilidad de insertarse al campo laboral.

Las pasantías en su mayoría son gestionadas por las Universidades e Instituciones formadoras de profesionales en los diferentes niveles; son empleadas como un mecanismo para complementar la formación de los profesionales, lo cual enriquece al programa de enseñanzas, a los estudiantes y a la propia casa de estudio.

Dentro de esta perspectiva, se encuentra que en la Universidad de Carabobo, Campus la Morita, ha venido aumentando la plantilla de estudiantes que al término de la carrera deben ingresar a alguna empresa; algunos estudiantes encuentran empleo incluso antes de terminar su período de formación, pero cada semestre persiste una cantidad significativa de estudiantes que están a sólo un año o seis meses de graduarse y que no han corrido con la misma suerte que la cuantía anterior, manteniéndose una proporción considerable que se espera a través de las pasantías, primero para librarse de la inseguridad que le genera la incertidumbre al no haber laborado antes y segundo porque le brinda la oportunidad de optar en algunas ocasiones a un empleo fijo y, en caso contrario acumular experiencias para competir con los colegas que están en búsqueda.

No obstante, se encuentra que las oportunidades de pasantías ofertadas por la Coordinación respectiva, no responde a la cantidad de estudiantes que se interesan en participar en este proceso, al presente mantienen el convenio con FUNDEI pero las ofertas parecen no ser suficientes. Igualmente, se constató las limitadas estrategias que se implementan para promocionar las pasantías, lo cual torna lento el proceso de captación de oportunidades para cubrir la demanda de estudiantes interesados por ejecutarlas.

Por lo tanto, esta propuesta se justifica en la necesidad de apoyar la generación de estrategias que active la conformación de alianzas estratégicas entre la Coordinación de Pasantías y el mercado empresarial, concentrando sus resultados en la aportación de líneas de acción para gestionar la oferta de pasantías, así como para informar a los estudiantes acerca del proceso. Se considera que su implementación generará beneficios a los tres actores involucrados, es decir a los estudiantes en primera instancia, a la Universidad y a las Empresas.

Para los estudiantes, al aplicar las estrategias propuestas contarán con una Coordinación con mayor capacidad de respuestas a su interés de incursionar en las pasantías, disponiendo de la importante oportunidad para pulir sus conocimientos en la práctica y para obtener una primera opción laboral de acuerdo con su rendimiento y políticas de la empresa.

En el caso de la Universidad propiamente dicha, incrementará su posicionada imagen en el mercado laboral, pues a medida que ingresen más estudiantes en distintas empresas, estos tendrán la tarea de demostrar la calidad formativa con la que fueron preparados; lo que a su vez, despertará mayor interés en las organizaciones de captar estudiantes procedentes de esta casa de estudio.

Finalmente, se encuentra que las empresas serán beneficiadas porque al brindar apoyo a los profesionales a través de las pasantías, dispondrán de una mayor cantidad de posibilidades para identificar capital humano de valor para generar competitividad en sus procesos y procedimientos.

Fundamentación de la Propuesta

El presente proyecto se fundamenta en la importancia que en la actualidad tiene combinar el conocimiento teórico por más calidad que le caracterice con el práctico,

de manera tal que se le proporcione a los estudiantes universitarios más herramientas para que respondan a las exigencias de su entorno, además de la posibilidad de ampliar su criterio analítico sobre una base contextualizada, lo cual es posible a través de eficientes procesos de pasantías.

Sumado a lo anterior, se considera como basamento la necesidad constatada que presenta la Coordinación de pasantías de incrementar su alcance para atender las demandas de los estudiantes interesados en estos procesos de prácticas laborales, tomando en cuenta la preocupación gestión de excelencia educativa que caracteriza a la Universidad de Carabobo.

Desde el punto de vista teórico, se coincide con los argumentos del Instituto Educativo Argentino (s.f.), el cual en palabras similares expone que las pasantías colaboran con la educación de los futuros profesionales, favoreciendo la integración de la especialidad teórica con la práctica para que los alumnos adquieran habilidades en el ejercicio de la profesión elegida y en contacto con tecnologías actualizadas; asimismo promueve un entorno innovador en las empresas, permitiendo el intercambio de experiencias e interacción entre los pasantes y sus empleados.

De manera más detallada, La Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Colombia (s. f.) explica textualmente:

Es una excelente manera de adentrarse en el mundo laboral al cual se verá sometido en adelante. De igual forma, es una muy buena modalidad para obtener el título profesional. La Universidad se beneficia con la creación de convenios de pasantías, ya que dinamiza y fortalece sus relaciones interinstitucionales en radios de acción externos y concreta su carácter de ente transformador de las realidades socioculturales de la nación. Así mismo, gracias al desarrollo de las pasantías, formalizadas a partir de convenios, pueden establecerse indicadores de calidad profesional y personal

del estudiantado, como también capacidad de gestión y administración de la comunidad universitaria. La empresa se beneficia con la elaboración de convenios de pasantías, puesto que se fortalece en el aspecto académico e investigativo actualizado de su objeto social y puede garantizar sostenibilidad de recurso humano capacitado para desempeñar labores específicas.

En definitiva, se aprecia tanto en lo práctico como en lo teórico la importancia de contribuir en el mejoramiento permanente de los procesos de pasantías como canal beneficiador tanto para los estudiantes, las Universidades y las empresas.

Objetivos de la Propuesta

Objetivo General

Proporcionar líneas de acción para la Coordinación de Pasantías de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita como planes para la agilización de las alianzas estratégicas con el mercado laboral del Estado Aragua.

Objetivos Específicos

- Exponer acciones de gestión que sean el punto de partida para el incremento de las alianzas estratégicas de la Coordinación de Pasantías con las empresas medianas y grandes del Estado Aragua.
- Describir estrategias de acción para el fortalecimiento de las alianzas de la Coordinación de Pasantías con las empresas medianas y grandes del Estado Aragua.

Estructura de la Propuesta

A continuación se explica las vías estratégicas que se han contemplado para apoyar la labor que ha venido desarrollando la Coordinación de Pasantías de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita en la inserción de los estudiantes en el campo laboral; la propuesta que se presenta a continuación se divide en dos partes, la primera son lineamientos de gestión interna con respecto a la población de postulantes, su definición, preparación e información. La segunda define algunas estrategias para afianzar las alianzas con las empresas, que se han considerado oportunas luego de revisarse el mercado laboral.

PROPUESTA PARA AFIANZAR LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS ENTRE LA COORDINACIÓN DE PASANTÍAS DE FACES – UC LA MORITA CON EL MERCADO LABORAL

I. Parte. Gestión Interna.

Antes de que la Coordinación de Pasantías se aboque a establecer relaciones institucionales con las empresas para fortalecer las alianzas estratégicas para las pasantías, debe crear la base de información cierta que le permita planificar las acciones a emprender. Si bien es cierto que en la UC las pasantías no son obligatorias no dejan de ser importantes e interesantes para los estudiantes, por lo cual siempre se tendrá una amplia demanda; por lo que se propone:

a.- Plan de Gestión

1° Por cada semestre la Coordinación de Pasantías deberá efectuar un censo para saber el universo de estudiantes que esperan ser ubicados en una pasantía, para ello en la semana 12, deberá efectuarse una comunicación en cartelera de todos los edificios que se denominara “Censo de Pasantías Semestre X – 20XX>”, el cual consistirá en un llamado para que los estudiantes del 7° al 10° semestre del turno nocturno que deseen hacer pasantías, para que se registren en la Coordinación a través del llenado de un formato como el que se muestra en el “Anexo A” de esta propuesta, lo cual realizarán entre la semana 13 – 15 del semestre que están cursando.

2° La Coordinadora deberá categorizar la información recopilada en el censo de la siguiente manera:

- Estudiantes aspirantes a pasantías con contactos propios.
- Estudiantes aspirantes a pasantías sin contactos.

3° La Coordinadora con apoyo en Dirección de Asuntos Estudiantiles verificará la información referida en el formato por el estudiante, en cuanto a la cantidad de semestres aprobados, rendimiento académico y si en efecto están en el turno nocturno, tanto para la primera categoría como para la segunda.

4° Organizar una lista, que constituirá la base datos para gestionar la búsqueda de empresas en función a los convenios establecidos, para que los estudiantes que en ese semestre se hayan postulado tengan la oferta requerida para el próximo. A pesar que en la Coordinación solo se manejan mínimos requisitos para seleccionar los pasantes, sería útil manejar un criterio objetivo, que igualmente ofrezca a una gran cantidad de estudiantes la oportunidad de las prácticas. Así se considera que el orden de la lista, sobre todo de aquellos que no tienen contacto, podría clasificarse por promedio, es decir, los que tengan mayores notas serán ubicados en empresas reconocidas, esto como manera de motivación. También, es prudente que las pasantías sean asignadas en orden de proximidad de la graduación de los estudiantes, es decir asignar primero a los de décimo y noveno semestre, luego a los del octavo y por último a los del séptimo, ello, debido a que estos tendrán más oportunidades en caso de no entrar en el semestre inmediato a unas pasantías.

5° Comunicar en la semana 16 y hasta la semana 2 del semestre próximo a los estudiantes a través de las carteleras informativas la lista de los estudiantes que no tienen contacto y a los que se les gestionará las pasantías para el semestre próximo. Igualmente, se publicará la fecha de solicitud de la carta de postulación para aquellos que por cuenta propia gestionaron sus pasantías.

De esta manera, ya la Coordinación dispone de un punto de partida para armar los expedientes de los aspirantes y gestionar las pasantías para los períodos siguientes; pero para ello necesitará afianzar las relaciones institucionales a través de alianzas estratégicas con el sector empresarial, explicándose ello en la segunda parte.

b.- Asignación

Ya la Coordinación tiene un procedimiento para la asignación, el cual se mantendrá en esta propuesta y consiste en la elaboración de la carta de postulación para la empresa, esta última genera una carta de notificación de aceptación para la UC, además de la Carta y llenado de formato para

FUNDEI.

c.- Control

Como en la UC no es de carácter obligatorio el proceso de pasantías, no se exige un informe de pasantías, pero igual es preciso que exista un mecanismo de control, proponiéndose lo siguiente:

1º Una vez que se vaya asignando a los estudiantes de acuerdo con la primera lista de asignaciones, deberá formularse una nueva con la remesa de pendientes, para colocarlos en el estatus de prioridad y, de no ser cubiertos en el semestre inmediato anterior, constituirán los primeros del semestre siguiente, a pesar de no ser del noveno o décimo semestre, bajo la denominación de rezagados; quedando la clasificación de la siguiente manera:

- Rezagados del semestre anterior
- Aspirantes sin contacto por orden de semestre y promedios
- Aspirantes a pasantías con contactos.

2º Culminado el tiempo mínimo reglamentario de las pasantías (3 meses), incluyendo al estudiante que esté en proceso de graduación o ya se haya graduado, deberá apersonarse en la Coordinación de pasantías para llenar un formato expuesto en el “Anexo B”, el cual permitirá de manera general evaluar el proceso y tener tópicos para las conversaciones con las empresas al respecto, para mejorar si es el caso, el trato al pasante, además la empresa deberá emitir una carta de resultados.

3º Así como la Coordinación lleva expedientes de los pasantes, también deberá llevar uno por cada empresa con la que se sostuvo convenio directo o a través de FUNDEI, este expediente contendrá una “Ficha Empresarial” (ver Anexos C y D), la cual describe los datos de la empresa y además un record de pasantes. Este expediente puede ser llevado en físico o electrónicamente en hojas de cálculo Excel. Este record permite conocer cuales son las ofertas de pasantías y de que manera ha evolucionado el trato con los estudiantes.

II. Parte. Alianzas Estratégicas

Aunque ya se tiene conocimiento de que la UC mantiene convenio con FUNDEI, esta parte de la propuesta se dedica a exponer lineamientos generales para que la Coordinación de Pasantías Afiance sus relaciones institucionales para facilitar la inserción laboral de sus estudiantes, considerándose lo

siguiente:

1º Eventos de Exposición Empresarial: A través de FUNDEI y con apoyo en las autoridades universitarias, la Coordinación de Pasantías puede organizar una exposición de empresas que les permita a los estudiantes conocerlas y solidificar sus expectativas de competitividad. Esta feria o exposición puede ser organizada en alguno de los estacionamientos de la UC y consistirá en que las empresas presenten su reseña, naturaleza y tamaño, así como su propuesta de captación (requisitos, perfil, beneficios, pasantías). Estos eventos se pueden efectuar una vez al año y pueden tener un costo mínimo de entrada para apoyar la inversión de su realización, no sólo puede estar abierto para los estudiantes de La Morita, también se puede invitar a los del Campus Bárbula y del resto de las Universidades locales públicas y privadas y público en General. Incluso estas ferias pueden ser publicitadas por las páginas de empleo más destacadas como Bumeran y Empleate.

2º Publicidad Virtual: El portal de empleo Bumeran ofrece espacios gratuitos para ofrecer talentos, el cual puede ser contacto para promocionar los aspirantes más resaltantes a disposición de las empresas de la entidad. Esta estrategia se puede emplear a comienzo de cada semestre, luego de haberse efectuado la lista de clasificación.

3º Contactar las Escuelas de Talento Empresarial: En el estado Aragua algunas empresas como Plumrose, Polar, Regional y Neslté, entre otras, han creado programas para profesionales en desarrollo, los cuales consisten en incorporar pasantes y los más destacados son captados como talentos humanos que serán insertos en diferentes áreas de acuerdo con su profesionalidad, para que aprendan dentro de la empresa, al mismo tiempo que obtienen un cargo fijo. Esta novedosa estrategia puede ser aprovechada por la Coordinación de Pasantías para gestionar la colocación de los estudiantes en estos programas, sobre todo aquellos que están cursando el noveno y décimo semestre de las carreras de Administración Comercial y Contaduría Pública; mediante el contacto formal con la empresa, establecimiento de un dialogo y formulación de una carta de compromiso donde se establezcan condiciones de negociación favorables tanto para las empresas como para la Universidad como representante de los pasantes.

4º Convenios con Organismos Públicos y Empresas: Para apoyar la gestión de FUNDEI, la Coordinación de Pasantías puede gestionar convenios directos con las empresas los cuales consistirán en:

- Con las Autoridades competente de la UC y la Coordinación, puede establecer los parámetros de

negociación, como lo es acordar que por la absorción de cierta cantidad de pasantes, se disponga otra cantidad de cupos para brindar la oportunidad de profesionalización a los integrantes de las empresas u organismos públicos que no hayan culminado su nivel profesional en las áreas de Administración Comercial y Contaduría Pública.

También se puede considerar dentro de la negociación la prestación de cursos de actualización por medio del CEATE u otra modalidad para una cierta cantidad de personas que integran a la empresa u organismo público, a precios por debajo de lo ofrecido en el mercado. La intención es que se vean favorecidas ambas partes.

- Acordada la oferta de negociación, la Coordinadora de Pasantías en representación de la Universidad de Carabobo, deberá establecer contacto con las empresas u organismos públicos, estos se elegirán previo a un estudio en cuanto a competitividad en el mercado, trayectoria, trato con el pasante y disponibilidad en las áreas contables – administrativas. En ese contacto se esclarece las condiciones de alianza por ambas partes, cuidándose la relación ganar – ganar. En caso de que se concrete, se establecerá la frecuencia de ejercicio del convenio, el tiempo en que se implementara, las modalidades de control del convenio y otras condiciones que deban establecerse.

- La Coordinadora notificará por escrito ante las autoridades competentes los convenios que se concretaron verbalmente, para que se autorice el establecimiento formal por escrito y se proceda a la puesta en marcha.

Los convenios que se establezcan por esta vía pueden ser avalador por los directrices de FUNDEI.

5° Promoción Telefónica o Vía Correo Electrónico: Aprovechando las bondades de la tecnología y para disminuir la frecuencia de visitas de parte de la Coordinadora a las empresas, se considera estratégico que la misma promueva la imagen de la Universidad y de los pasantes, enviando información referida a la colocación de talento humano uceista vía electrónica o vía fax, con la finalidad de posicionar en las empresas el nombre de la UC y la existencia de aspirantes a pasantías en esas organizaciones, sobre todo en aquella población que aun no ha incorporado estudiantes de esta casa de estudios. Reservándose así, las visitas para la concreción de los convenios o si la empresa lo requiere para evaluar el proceso del pasante.

ANEXOS DE LA PROPUESTA

ANEXO A. FORMATO 1

 UNIVERSIDAD DE CARABOBO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA COORDINACIÓN DE PASANTÍAS – CAMPUS LA MORITA “Censo de Pasantías Semestre X – 20XX>” 	
Nombres _____	Apellidos _____
Escuela _____	Semestre _____
Promedio _____	
Fecha de Nacimiento _____	C. I. _____
1.- Está interesado en hacer pasantías Si () No ()	
Por qué _____ _____ _____	
2.- ¿Cuáles de las siguientes competencias le caracterizan?	
a.- Altamente capacitado _____	
b.- Responsable _____	
c.- Adaptable a la cultura organizacional _____	
d.- Emprendedor _____	
e.- Competitivo _____	
f.- Disponibilidad al aprendizaje _____	
g.- Habilidades comunicacionales _____	
h.- Habilidad numérica _____	
i.- Organización _____	
j.- Todos los anteriores _____	
3.- Tiene conocimiento de ingles intermedio Si () No ()	
4.- Tiene Conocimiento en trámites CADIVI Si () No ()	
5.- Tiene Conocimientos en el manejo de programas contables administrativos Si () No ()	
6.- Tiene experiencia en trabajos previos en el área Si () No ()	
7.- ¿Tiene contactos establecidos con alguna empresa para realizar sus pasantías? Si () No ()	
De ser afirmativa su respuesta indique:	
Tiempo de pasantías _____ Empresa que lo absorberá _____	
Fecha de elaboración: _____	

ANEXO B. FORMATO 2

 UNIVERSIDAD DE CARABOBO 	
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES	
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA	
COORDINACIÓN DE PASANTÍAS – CAMPUS LA MORITA	
“Evaluación de Pasantías”	
Nombres _____	Apellidos _____
Escuela _____	Semestre _____
Promedio _____	
Fecha de Nacimiento _____	C. I. _____
1.- Organización donde prestó pasantías: _____	
2.- Período de Pasantías: _____	
3.- Duración de las Pasantías. _____	
Actividades asignadas. _____	

Departamento: _____ Autoridad a quien reportaba: _____	
Evolución del Aprendizaje	

Trato recibido: _____	

Resultados de la Pasantía: _____	
Fecha de elaboración: _____	

ANEXO C. FORMATO 3

	UNIVERSIDAD DE CARABOBO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA COORDINACIÓN DE PASANTÍAS – CAMPUS LA MORITA “Ficha Empresarial”	
Razón Social: _____		
Dirección: _____		
Contacto para gestión de pasantías: _____		
Teléfono (s) del contacto: _____		
1.- Áreas de pasantías _____		
2.- Período de Pasantías: _____		
3.- Duración de las Pasantías. _____		
Perfil requerido del pasante: _____		

Departamento: _____ Autoridad a quien reportara: _____		
Fecha de elaboración: _____		

ANEXO D. FORMATO 4.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA
COORDINACIÓN DE PASANTÍAS – CAMPUS LA MORITA
RECORD DE PASANTÍAS DE EMPRESA xxxxx



AÑO:

[illegible]

Factibilidad de la Propuesta

Para conllevar la propuesta, se requerirán ciertos recursos, de los cuales dependerá su ejecución en el corto plazo, en este sentido se considera lo siguiente:

Recursos Humanos: Los procedimientos que implica la propuesta que se desarrolló anteriormente están dirigidos a la Coordinadora de Pasantías, quien tiene la mayor disposición al mejoramiento continuo y está altamente capacitada para llevarlos a cabo. Además los lineamientos propuestos son sencillos en su aplicación, y son totalmente viables por estar dentro de las normativas internas y legales que están vigentes en la actualidad. Igualmente, involucra a las autoridades competentes para que la revisen y aprueben los aspectos que van más allá de la autoridad de la Coordinadora.

Recursos Materiales: La Propuesta que se ha presentado en su mayoría encierra acciones que no requieren de materiales sofisticados más allá de la papelería convencional que emplea el departamento, en todo caso lo que se requiere es el uso de las carteleras, papelería de oficina y el registro electrónico ya disponiendo el departamento del equipo necesario para ello.

Recursos Económicos: Se ha cuidado en la elaboración de la propuesta que la misma no represente un gasto financiero adicional para el departamento y la Universidad como tal; de hecho las acciones generalmente se pueden efectuar vía telefónica o vía e – mail, los formatos pueden ser elaborados en el mismo departamento, no se ha considerado la incorporación de personal adicional, siendo recomendable la incorporación de becarios en el área para brindar apoyo a la Coordinadora en las actividades operativas. En el caso de las jornadas de exposición de empleo, estas pueden ser autofinanciables, por lo cual se ha considerado el establecimiento de una inscripción cuyo monto dependerá de los gastos del evento.

Como se puede observar los recursos no representan inconvenientes para la puesta en marcha de la propuesta, lo que significa que la misma podría en el corto plazo implementarse, una vez que sea estudiada por las autoridades competentes.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Analizados los datos que se recabaron directamente de los actores del problema, y que fueron interpretados de acuerdo con el deber ser entendido del estudio documental, a continuación se expresa la posición de las autoras con respecto al logro de los objetivos que se perseguían en esta investigación:

La Universidad de Carabobo es una casa de estudios que se esmera por mantener al día la preparación de sus estudiantes elevando al posicionamiento de su lema de calidad y competitividad, la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, cuenta con facilitadores de excelencia que preocupados por el complejo ambiente empresarial, se autoexigen para transmitir su actualización a través de la enseñanza en aulas, frente a esta realidad, a pesar que no es un requisito obligatorio la realización de pasantías para la obtención del título profesional, en la Universidad de Carabobo, específicamente en las Escuelas de Administración Comercial y Contaduría Pública del Campus La Morita, se considera que la combinación del aprendizaje teórico con el práctico enriquece la formación de los futuros profesionales, así como el desarrollo de sus competencias y de las perspectivas sobre el mercado laboral; por lo que existe una Coordinación que por varios años ha facilitado la inserción al campo de trabajo a muchos hoy profesionales.

La Coordinación de pasantías ofrece la oportunidad con igualdad y sin distinción a todos los interesados que tengan el sexto semestre de las carreras aprobado de gestionar unas pasantías, siempre y cuando tenga la disponibilidad horaria; en realidad se aprecia que el procedimiento es muy sencillo, sólo basta con presentar la

carta de petición de las pasantías, esperar la oferta o gestionarla por cuenta propia y efectuar las exigencias de la empresa y los trámites antes FUNDEI, de hecho debido a la no obligatoriedad, sólo se exige al estudiante reportar ante la Coordinación la evolución del proceso.

Igualmente, se pudo conocer que para garantizar los derechos de los pasantes a ser remunerados, la Coordinación de Pasantías de ha concentrado a gestionar estas prácticas únicamente por medio del convenio con FUNDEI, debiendo esperar las ofertas que le plantee esta institución; afortunadamente, es cada vez más creciente la cantidad de empresas que se incorporan en este convenio.

Sin embargo, el contexto competitivo de la realidad empresarial se muestra muy exigente en la captación de los pasantes, pues para nadie es un secreto que el activo de valor diferenciador en la actualidad es el talento humano y, las empresas se preocupan por ello desde la captación de su personal aún cuando éste sea pasante.

Al explorar las expectativas de las empresas medianas y grandes del Estado Aragua a través de la muestra seleccionada, se pudo constatar que presentan un perfil de conocimientos y habilidades que deben reunir los aspirantes a las pasantías o prácticas laborales; el cual incluye conocimientos en el área, manejo de sistemas especializados e incluso en algunos casos dominio de inglés técnico. Sumado a ello, el proceso de captación no siempre consiste en la entrega de la carta de postulación, similar a la selección de un personal fijo, sucede con los pasantes, en algunas empresas estos deben pasar por un proceso de entrevista, exámenes técnicos y físicos, lo cual filtra la captación; se observa entonces, que el acceso a las pasantías no es tan sencillo en el presente.

Del lado de los estudiantes de las Escuelas de Administración Comercial y Contaduría de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, se observa gran

interés por parte de una cantidad considerable que se encuentra entre el séptimo y décimo semestre de las carreras, de contar con la oportunidad de efectuar pasantías, como un medio para confirmar su preparación teórica y como una alternativa para insertarse en el campo laboral que por demás se ha hecho muy competitivo entre los profesionales una vez egresados.

Los estudiantes están conscientes de la existencia de la Coordinación de Pasantías en el Campus La Morita, pero consideran que éste tiene ciertas limitaciones en el alcance sobre la población de aspirantes, pues la rotación es lenta y queda un universo que incluso egresa sin contar con una asignación, pese haberla solicitado, de hecho lo cual es confirmado por la Coordinadora, en muchos casos los propios estudiantes son los que se encargan por cuenta propia de buscar sus prácticas laborales, sirviendo la dependencia únicamente de aval para la emisión de las cartas y cumplimiento de formalidades, esta situación limita a aquellos que no disponen de los contactos y se quedan en la incertidumbre de conocer el mercado laboral antes de egresar.

La presencia de la UC en el mercado de pasantías es conocida y está respaldada de buena imagen, pero existe una cantidad considerable de empresas que no han incorporado estudiantes de esta casa de estudio, lo que demuestra una limitada dinámica con la dependencia en el mercado, consiguiéndose la explicación al carácter de no obligatoriedad, pero que está desconociendo la importancia de complementar la excelente preparación teórica de los estudiantes y de apoyarles en la dura inserción laboral, que de acuerdo con las teorías analizadas es parte de la preparación que hoy deben ofertar las Universidades a nivel mundial.

Por otra parte, se encontró que la Coordinación no maneja estrategias de comunicación, información y motivación al estudiante y, tampoco para establecer contactos independientes a FUNDEI, lo cual fue reconocido también por la Coordinadora, al referir que tienen limitaciones en esta área.

En definitiva se concluye, que a pesar que la Universidad de Carabobo, Campus La Morita ha apoyado a una cantidad considerable de estudiantes en la ejecución de prácticas laborales e incluso ha facilitado la inserción laboral, en la actualidad su gestión no se ha adaptado a la creciente incertidumbre que embarga a los estudiantes que no han tenido la oportunidad de poder constatar sus conocimientos en la práctica y ante la preocupación de enfrentar el campo laboral sin esa experiencia previa. Su carácter no obligatorio ha dejado atrás a la gestión de esta institución en dicha área, frente a otras instituciones que cuentan con programas y convenios paralelos a los de FUNDEI, desaprovechando el segmento de mercado que tiene una positiva imagen de los pasantes de la Universidad de Carabobo y aquel que aun no le conoce; por lo cual la investigación se concentró en presentar líneas que le encaminen a establecer alianzas estratégicas para agilizar la inserción laboral de sus estudiantes.

Recomendaciones

Sobre la base de los hallazgos del trabajo de campo y con la finalidad de agilizar la puesta en práctica de la propuesta se sugiere:

1. La Coordinación de Pasantías de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, debe revisar la propuesta presentada y realizar los ajustes que le parezca procedente y, discutirla con las autoridades pertinentes para ejecutarla en el corto plazo.
2. La Coordinación de pasantías debe contar con un equipo de trabajo bien sea becarios o personal fijo, que permita cubrir la operatividad de la unidad y de esta manera pueda ofrecer respuestas más oportunas a los aspirantes.
3. Es preciso que a pesar que las pasantías no sean de carácter obligatorio, a fin de salvaguardar la imagen de la Universidad y, al mismo tiempo motivar a los

profesionales a la excelencia, crear unos requisitos de aspirantes para incorporarlos en las empresas de mayor importancia en el mercado.

4. La Coordinación de Pasantías en base a la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación, puede diseñar un proyecto que desencadene convenios de inserción al mercado laboral en el sector empresarial del estado Aragua.

5. La Universidad de Carabobo, puede establecer convenios con otras universidades para desarrollar de manera conjunta programas de inserción laboral para sus estudiantes.

6. La Coordinación de Pasantías puede preparar a los estudiantes a la inserción laboral, a través de cursos o talleres sobre cómo elaborar un curriculum, formas de afrontar una entrevista de trabajo, autoestima, convenios con ingles técnico, entre otros.

7. La Coordinación de Pasantías a través de convenios con las cámaras industriales y los organismos de ciencia y tecnología del Estado, puede realizar jornadas de concursos y de proyectos con la finalidad de acordar que los que resulten ganadores cuenten con inserción laboral.

8. Se invita a los estudiantes que por iniciativa propia busquen alternativas de formación que incrementen sus conocimientos para poder ser aun más competentes en el mercado laboral.

Definición de Términos

Alianza Estratégica: Relación entre sujetos u organizaciones que permite coordinar acciones orientadas a un objetivo común.

Competitividad: Actitudes apoyadas en técnicas y procedimientos encaminados a lograr ventajas sustanciales sobre otros que ejercen actividades similares.

Empresa: Es la unidad económico-social, con fines de lucro, en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común.

Estrategias: Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos.

Formación: Acción de recibir una persona la aptitud o habilidad para desarrollar una actividad.

Inserción laboral: Comprende una serie de actuaciones, dirigidas a la incorporación a un puesto de trabajo y al mantenimiento del mismo.

Mercado laboral: Forma de llamar el ámbito en el cual se relacionan las necesidades de las empresas y de los demandantes de empleo. Estadísticamente indica la evolución de los sectores económicos y las tendencias sociales en materia laboral.

Perfil profesional: Representa los conocimientos técnicos, experiencia y características personales en la adecuación a un puesto.

Universidad: establecimiento o conjunto de unidades educacionales dedicadas a la enseñanza.

BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo, J. (2000) **Cómo se elabora el proyecto de investigación**. Venezuela: BL consultores asociados. Venezuela.
- Acosta, A.; Bolívar, Y. y Cordero, O. (2007). **Propuesta de la Creación de una Fundación Adscrita a la Dirección de Extensión de Orientación Integral, Basada en el Autofinanciamiento para Fortalecer el Perfil del Próximo Licenciado de Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita**. Trabajo de Grado no publicado. Universidad de Carabobo, Campus La Morita, Venezuela.
- Altuve, J. (2002). **Capital Intelectual y Generación del Valor**. Actualidad Contable. Año 5 N° 5. Venezuela: Universidad de Los Andes, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.
- Alvarado, J. (2006). **Creación de la Dirección de Pasantías y Clínica Jurídica de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas de la Universidad de Carabobo**. Trabajo de Grado no publicado. Universidad de Carabobo, Campus Bárbula, Venezuela.
- Albornoz, O. (1994), “**La educación en el Estado Democrático**”, colección Humanismo y Ciencia. Caracas, UCV
- Asesor Laboral (s.f.). **Pasantías**. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.asesorlaboral.com.ar/pasantiaseducativas.htm#1>. [Consulta: 2009, Enero 15].
- Barrios, E.; Isturiz, J. y Martinez, S. (2004), **Factibilidad de convenios de experiencias laborales entre la Universidad de Carabobo y el sector empresarial aragüeño**. Trabajo de Grado no publicad. Universidad de Carabobo, Campus La Morita, Venezuela
- Benavides, O. (2002), **Competencias y Competitividad. Diseño para Organizaciones Latinoamericanas**. Colombia: Mc Graw-Hill.
- Carrasco J. (2008). **Técnicas y Recursos para el desarrollo de la profesionalidad**. Colombia: El Magistral.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela** (2000). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela 5.453. Fecha: 2000, marzo 24.

- David, F. (1997). **Concepto de Administración Estratégica** (5a. ed.). México: Prentice – Hall Hispanoamericana, S. A.
- Díaz, A. (2009). **La gestión compartida Universidad-Empresa en la formación del capital humano. Su relación con la competitividad y el desarrollo sostenible.** [Documento en línea]. Disponible: <http://www.eumed.net/tesis/2009/amdi/> [Consulta: 2009, septiembre 7].
- Francés, A. (2001). **Estrategia Para la Empresa en América Latina.** Venezuela: Panapo.
- Fundación Educación Industrial **FUNDEI.** [Documento en línea] Disponible: <http://www.fundei.org/main.htm> [Consulta: 2009, Octubre 22].
- García, O. (2003). **Alianzas estratégicas simples, ágiles y eficaces.** [Documento en línea]. Disponible: <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/alianzasestrategicas/capitulo2.htm>. [Consulta: 2009, Enero 15].
- García, J. y Gutiérrez, R. (1996). **Inserción laboral y desigualdad en el mercado de trabajo.** Disponible: http://www.reis.cis.es/REISWeb/PDF/REIS_075_12.pdf. [Consulta: 2009, Febrero 10].
- Hernández, J. (2004). **El Desarrollo de las Competencias en la Práctica Profesional de los Estudiantes del Décimo Semestre del Programa de Administración Comercial Decanato de Administración y Contaduría Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado”.** Trabajo de Ascenso. Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Barquisimeto, Venezuela.
- Hernández, R.; Fernández, F. y Baptista, P. (2005). **Metodología de la investigación** (11a. ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Hidalgo Tulio. **"La universidad de Carabobo ha sido clave del desarrollo del país".** [Documento en línea]. Disponible: http://www.el-carabobeno.com/p_pag_hnot.aspx?art=a190408in13&id=t190408-in13. [Consulta: 2009, Octubre 29].
- Hochman, E. y Montero E. (1983). **Técnicas de Investigación Documental** (3a. ed.) Venezuela: Trillas.
- Instituto Universitario Euroforum Escorial (1998), **Conceptualización del Capital Intelectual.** [Documento en línea] Disponible: www.gestiondelconocimiento.com. [Consulta: 2009, septiembre 17].

- Instituto Nacional de Estadística **INE** [Documento en línea] Disponible: <http://www.ine.gov.ve/hogares/SeleccionHogares.asp>. [Consulta: 2009, Octubre 29].
- Instituto Educativo Argentino (s.f.). **Pasantías**. [Documento en línea] Disponible: <http://www.institutoiea.com.ar/PASANTIAS/empresas.htm>[Consulta: 2009, septiembre 17].
- Koontz, H. (2002). **Elementos de Administración Moderna** (5 a. ed.). México: Mc Graw Hill.
- Krell, H.(2006). [Documento en línea]. Disponible: <http://www.ilvem.com/shop/otraspaginas.asp?paginanp=692&t=QU%C3%89-ES-UNA-ALIANZAESTRAT%C3%89GICA.htm>. [Consulta: 2009, septiembre 17].
- Ledesma, L. (2001), **Hacia una Dirección Estratégica del Capital Humano**. [Documento en línea] Disponible: www.lagente.com/cgibim/contenido.pl?Art=50 [Consulta: 2009, septiembre 17].
- Ley de Universidades** (1970). Gaceta Oficial de la República de Venezuela 38.272. Fecha: 1970, septiembre 8.
- López, C. (2001). **Alianzas Estratégicas: Una Alternativa de Crecimiento**. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/no%2010/alianzasestrategicas.htm>. [Consulta: 2009, Enero 15].
- López, J. (2006). **Propuesta de Prácticas Profesionales en Niveles y Modalidades, para el Plan de Estudio de la Carrera de Administración del Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado”**. Trabajo de Ascenso. Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Barquisimeto, Venezuela.
- López, R. (2005). **Elementos para la Estructuración de un Plan de Pasantías para Estudiantes de las Carreras de Licenciatura en Administración y Contaduría Pública de la Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado” (UCLA)**. Trabajo de Ascenso. Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Barquisimeto, Venezuela.
- Marrufo, B. (2004). **Plan estratégico para la captación de la demanda de investigación de la pequeña y mediana empresa (Pyme) del Estado Aragua, por la Escuela de administración Comercial y Contaduría Pública en FACES UC, Campus La Morita**. Trabajo de Grado para optar al Título de magíster en Administración de Empresas Mención Mercadeo. Universidad de Carabobo.

Valencia, Venezuela.

Maurera, E. (2005). **Gestión del Programa de Pasantías como componente Formativo en la Carrera de Contaduría Pública, en la Universidad de Carabobo, Campus La Morita. Período de estudio: Semestre I – 2004.** Trabajo de Grado no publicado. Universidad de Carabobo, Campus La Morita, Venezuela.

Méndez, C. (2001). **Metodología: Una guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas** (5a. ed.). Colombia: McGraw Hill Interamericana Editores, S. A. de C.V.

Pérez, C. (1991), “Nuevo patrón tecnológico y educación superior “Una aproximación desde la empresa” Ponencia presentada en la reunión internacional “Reflexiones sobre nuevos roles de la educación superior a nivel mundial: el caso de América Latina y el Caribe, futuros escenarios deseables. Caracas 2 y 3 de Mayo del 1991.

Porter, M. (1985), **La Ventaja Competitiva**. EEUU: Free Press.

Ramírez T. (2007). **Cómo Hacer un Proyecto de Investigación**. Caracas-Venezuela. Panapo

Requena, E. (2004). **Análisis del Perfil del Contador Público ante las Exigencias del Mercado Laboral**. Trabajo de Grado no publicado. Universidad Nacional Experimental de los Llanos “Rómulo Gallegos”. San Juan de Los Morros, Venezuela.

Sabino, C. (2000). **El Proceso de Investigación Científica** (7a. ed.). Venezuela: Panapo.

Serna, H. (2000). **Gerencia Estratégica** (7a. ed.). Venezuela: Global Ediciones, S. A.

Solleiro, J. (1990), **Gestión de la Vinculación Universidad –Sector Productivo** BID-SECAB-CINDA.

Tamayo y Tamayo, M. (1999). **El Proceso de la Investigación Científica** (3a. ed.). Colombia: Limusa.

Universidad de Murcia, España. (2005). **Análisis Previo de la Inserción Laboral**. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.um.es/coie/observatorio/documu/insercion-laboral/analisis.pdf>. [Consulta: 2009, septiembre 17].

Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Colombia (s. f.). **Preguntas frecuentes de la modalidad de grado de pasantías.** [Documento en línea]. Disponible: <http://ingenieria.udistrital.edu.co/moodle/mod/resource/view.php?id=3891>. [Consulta: 2009, septiembre 17].

Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (UPEL). (2006). **Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales.** Venezuela: Fondo Editorial Universidad Pedagógica Experimental Libertador.

ANEXOS

Guión de Entrevista

1.- ¿Existe un requisito para que los estudiantes puedan realizar pasantías en la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública?

2.- ¿De qué manera se establecen los requisitos para que los estudiantes pueden postularse a pasantías de la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública?

3.- ¿Cuál es el procedimiento para que los estudiantes se postulen a la actividad de pasantías?

4.- ¿Bajo qué parámetros selecciona la Coordinación de Pasantías a los estudiantes para su ubicación en las diferentes ofertas de las empresas?

5.- ¿Cómo se evalúa el desempeño de los estudiantes en su período de pasantías?

6.- ¿De qué manera establece y mantiene contacto la Coordinación de Pasantías con el mercado laboral?

7.- ¿Cuáles estrategias desarrolla la Coordinación de Pasantías para promocionar a los estudiantes en el mercado laboral?

8.- ¿Qué mecanismos emplea la Coordinación de Pasantías para informar acerca de las ofertas laborales a los estudiantes?

9.- ¿Qué actividades complementarias efectúa la Coordinación de Pasantías para fortalecer el perfil profesional de los estudiantes antes las demandas de las empresas ofertantes?

CUESTIONARIO PARA LAS EMPRESAS

1.- ¿Considera la empresa la incorporación de pasantes en las áreas contable y administrativo?

Sí_____

No_____

2.- ¿Qué nivel de conocimiento prefiere en el pasante contable – administrativo?

a.- Aprendices INCES_____

b.- Técnico Superiores_____

c.- Estudiantes Universitarios_____

d.- Todos_____

3.- ¿Tiene la empresa preferencia por pasantes procedentes de una Institución Educativa en específico?

Sí_____

No_____

Indique de cuál institución

4.- ¿Sabe Usted que existe un núcleo de la Universidad de Carabobo en el Estado Aragua?

Sí_____

No_____

5.- ¿Ha aceptado la empresa pasantes procedentes de la Universidad de Carabobo campus La Morita?

Sí_____

No_____

6.- ¿Qué imagen posee la empresa en cuanto al estudiante de Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo?

- a.- Altamente capacitado_____
- b.- Responsable_____
- c.- Adaptable a la cultura organizacional_____
- d.- Emprendedor_____
- e.- Competitivo_____
- f.- Todos los anteriores_____
- g.- Otro_____

7.- ¿La Universidad de Carabobo a través de su Coordinación de Pasantías ha establecido contacto con esta empresa?

Sí_____

No_____

8.- ¿Cuáles de los siguientes aspectos demanda de los pasantes?

- a.- Conocimiento técnico - práctico_____
- b.- Destreza en manejo de programas computarizados_____
- c.- Habilidades comunicacionales_____
- d.- Disponibilidad al aprendizaje_____
- e.- Capacidad analítica y de síntesis _____
- f.- Todas las anteriores_____
- g.- Otro_____

9.- ¿Cuáles son las exigencias presentadas a los estudiantes de Administración Comercial y Contaduría Pública para optar a pasantías en esta empresa?

- a.- Examen de suficiencia_____
- b.- Recaudos básicos_____

- c.- Disponibilidad horaria_____
- d.- Carta de postulación avalada por la Universidad o Instituto_____
- e.- Todos los anteriores_____
- f.- Otro_____

10.- ¿Cuáles de los siguientes aspectos le dan forma al perfil del pasante que considera la empresa como posibles postulantes?

- a.- Sólidos conocimientos contables y administrativos_____
- b.- Habilidad numérica_____
- c.- Inglés intermedio_____
- d.- Conocimientos para la obtención de divisas a través de CADIVI_____
- e.- Tener aprobado el 9 semestre_____
- f.- Actualización tributaria_____
- g.- Experiencia en trabajos previos_____
- h.- Organización_____
- i.- Capacidad de trabajar bajo presión_____
- j.- Todos los anteriores_____
- k.- Otro_____

11.- ¿Sobre cuáles de los siguientes aspectos depende la decisión de la pasantía?

- a.- Examen Técnico_____
- b.- Exámenes médicos_____
- c.- Resultados de la entrevista_____
- d.- Expediente de la coordinación de pasantías_____
- e.- Reporte de notas_____
- f.- Todos los anteriores_____

CUESTIONARIO PARA LOS ESTUDIANTES

A continuación se presenta una serie de afirmaciones que están valoradas por medio de una escala de 5 alternativas, de las cuales usted seleccionará a través de una equis (X) la que representa bajo criterios objetivos y sinceros su opinión. Se le agradece escoger sólo una y no dejar ninguna de ellas en blanco. Dicha escala estará simbolizada de la siguiente manera:

TA = Totalmente de Acuerdo.

MA = Medianamente de Acuerdo.

NA/ND = Ni de Acuerdo, Ni en Desacuerdo.

MD = Medianamente en Desacuerdo.

TD = Totalmente en Desacuerdo.

Afirmaciones	TA	MA	NA/ /ND	MD	TD
1.- Las pasantías son importantes oportunidades para afianzar el conocimiento y establecer contacto con el mercado laboral					
2.- Los estudiantes son conocedores de las oportunidades de pasantías					
3.- La Coordinación es promotora de la ejecución de pasantías para los estudiantes de los últimos semestres.					
4.- En la Universidad de Carabobo campus La Morita, el estudiante de los últimos semestres es censado para un proceso de pasantías en caso de necesitarlas.					
5.- En la Universidad de Carabobo campus La Morita, se efectúan jornadas donde las empresas participan para promover sus pasantías y empleos					
6.- Las oportunidades de pasantías ofrecidas por la Universidad de Carabobo campus La Morita, enriquecen la preparación profesional.					

Operacionalización de las Variables

Objetivo General: Proponer alianzas estratégicas como mecanismo idóneo para incorporar al egresado de la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, al mercado laboral de las medianas y grandes empresas del Estado Aragua

Objetivos Específicos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Diagnosticar los procedimientos ejecutados por la Coordinación de Pasantías de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, para la inserción de los egresados en Administración Comercial y Contaduría Pública al mercado laboral.	Procedimientos para la inserción de los egresados	Coordinación de Pasantías de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita	Perfil del estudiante Procedimiento a seguir Parámetros de selección Evaluación de la pasantía Contactos con empresas Promoción Mecanismos de contacto Actividades complementarias	1-2 3 4 5 6 7 8 9	GUÍA DE ENTREVISTA
Identificar la percepción de los estudiantes en cuanto a la acciones para la promoción de los mismos al mercado laboral, emprendidas por la Coordinación de Pasantías de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita.	Percepción de los estudiantes	acciones para la promoción al mercado laboral,	Oportunidad Promoción por la Coordinación Censo de postulados Información Realización de jornadas Enriquecimiento cognoscitivo	1 2 3 4 5 6	CUESTIONARIO 2
Examinar la percepción sobre los egresados en Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, por parte de los principales representantes del sector de la mediana y gran empresa del Estado Aragua.	Percepción de los principales representantes del sector de la mediana y gran empresa del Estado Aragua.	Egresados en Administración Comercial y Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo	Incorporación Procedencia aceptable Imagen de las instituciones Imagen UC	1 2 3 4 – 7	CUESTIONARIO 1
Determinar los requerimientos del sector de la mediana y gran empresa del Estado Aragua, para el establecimiento de alianzas estratégicas con la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, para la inserción de los egresados en Administración Comercial y Contaduría Pública al mercado laboral.	Requerimientos del sector de la mediana y gran empresa del Estado Aragua	Alianzas estratégicas con la Universidad de Carabobo,	Demanda Exigencias Perfil Determinantes de la decisión	8 9 10 11	CUESTIONARIO 1

Fuente: Las Investigadoras (2009)

ESTIMACIÓN DEL CVC DE LA GUÍA DE ENTREVISTA

ITEMS	JUECES			$\sum x_{if}$	M _x	CVC _i	Pe _i
	1	2	3				
1	3	2	3	8	3	1	0,03
2	3	2	3	8	3	1	0,03
3	3	2	3	8	3	1	0,03
4	3	3	3	9	3	1	0,04
5	3	3	3	9	3	1	0,04
6	3	3	3	9	3	1	0,04
7	3	3	3	9	3	1	0,04
8	3	3	3	9	3	1	0,04
9	3	2	3	8	3	1	0,03

$$Cvc = \frac{\sum C_{ci}}{N} - Pe_i = \frac{\sum C_{vci}}{N} - \left[\frac{1}{j} \right]^j = 0,98$$

ESTIMACIÓN DEL CVC DEL CUESTIONARIO A LOS ESTUDIANTES

ITEMS	JUECES			$\sum x_{if}$	M _x	CVC _i	Pe _i
	1	2	3				
1	3	2	3	8	3	1	0,03
2	3	2	3	8	3	1	0,03
3	3	2	3	8	3	1	0,03
4	3	3	3	9	3	1	0,04
5	3	3	3	9	3	1	0,04
6	3	3	3	9	3	1	0,04

$$Cvc = \frac{\sum C_{ci}}{N} - Pe_i = \frac{\sum C_{vci}}{N} - \left[\frac{1}{j} \right]^j = 0,97$$

ESTIMACIÓN DEL CVC DEL CUESTIONARIO APLICADO A LAS EMPRESAS

ITEMS	JUECES			$\sum xif$	Mx	CVCi	Pei
	1	2	3				
1	3	2	3	8	3	1	0,03
2	3	2	3	8	3	1	0,03
3	3	2	3	8	3	1	0,03
4	3	3	3	9	3	1	0,04
5	3	3	3	9	3	1	0,04
6	3	3	3	9	3	1	0,04
7	3	3	3	9	3	1	0,04
8	3	3	3	9	3	1	0,04
9	3	2	3	8	3	1	0,03
10	3	3	3	9	3	1	0,04
11	3	3	3	9	3	1	0,04

$$Cvc = \frac{\sum Cci}{N} - Pei = \frac{\sum Cvc_i}{N} - \left[\frac{1}{j} \right]^j = 0,99$$

CONFIABILIDAD DEL CUESTIONARIO APLICADO A LAS EMPRESAS

KRUDER Y RICHARDSON

	1	2	3	4	5	6	TOTAL
1	C	I	I	C	I	I	2
2	C	C	I	C	C	I	4
3	C	C	I	C	C	I	4
4	I	I	I	I	I	I	0
5	I	C	I	I	C	I	2
P	0,67	0,78	0				Vt = 3,32
Q	0,33	0,22	1				
PQ	0,221	0,1716	0				0,3927 $\sum pq$

$$r_n = \left(\frac{n}{n-1} \right) \cdot \left(\frac{Vt - \sum p.q}{Vt} \right) = 0,8$$

CONFIABILIDAD DEL CUESTIONARIO APLICADO A LAS EMPRESAS

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{\sum Si^2} \right)$$

Entonces:

$$\alpha = \frac{12}{12-1} \left(1 - \frac{517,52}{14054,79} \right) = 0,97$$

Número de Items
Sumatoria de las Varianzas de las Respuestas por Item
Sumatoria de las Varianzas de las Respuestas por Individuo
Alpha de Cronbach

