

ANÁLISIS DE LOS PERFILES DE COMPETENCIAS Y DE LA EMPLEABILIDAD DE LOS GRADUADOS UNIVERSITARIOS DE LAS LICENCIATURAS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MERCADEO

Expositor

Ricardo Flores

Investigadores

Carlos Eduardo Corado

Jefatura Oficina Vinculación con Graduados

Emilio J. Morales Fernández

Universidad Loyola Andalucía, España

José Adán Vaquerano Amaya

Departamento de Administración de Empresas

Rafael Enrique Bautista Rogel

Jefatura Centro Orientación Profesional

Ricardo Flores

Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales

Vitelio González

Dirección de Carrera Licenciatura en Mercadeo

Yanina Rosales

Dirección de Carrera Licenciatura en Administración de Empresas

La creciente globalización que se ha producido durante las primeras décadas del siglo XXI ha provocado cambios tecnológicos, sociales y económicos y nos ha introducido en la Cuarta Revolución Industrial. Las nuevas necesidades laborales exigen perfiles profesionales y formativos más especializados y flexibles, adaptados a las exigencias de las nuevas tecnologías de comunicación, prestación de

servicios y producción. Estos requisitos plantean uno de los grandes retos de la formación universitaria en la actualidad, asegurando la adecuación de la formación recibida por los profesionales que salen de sus aulas con las competencias que las nuevas formas de trabajo consideran necesarias.

Desde hace algunos años, el número de empresas que se quejan de la falta de trabajadores con determinados perfiles formativos y de las carencias de los titulados universitarios en sus perfiles ha ido en aumento. Esta situación obliga a muchas instituciones a implementar acciones formativas complementarias para los recién titulados que están entrando en su primer empleo. El problema indica la necesidad de actualizar continuamente los programas de formación de las titulaciones que no satisfacen las necesidades, desarrollando así los perfiles competenciales de los egresados para mejorar su empleabilidad en el mercado laboral de los titulados de educación superior.

El objetivo de este trabajo es definir los perfiles de competencias de los titulados universitarios en Administración de Empresas y Mercadeo desde la perspectiva de empresarios y titulados. La investigación se realizó mediante un proceso articulado entre el Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales, la Dirección de la carrera de la Licenciatura en Administración de Empresas, la Dirección de la carrera de la Licenciatura en Mercadeo, la Jefatura del Centro de Orientación Profesional y la Jefatura de la Oficina de Vinculación con Graduados. A ellos se sumó el apoyo de la Universidad de Loyola Andalucía mediante uno de sus investigadores.

Los objetivos de este esfuerzo partieron de las siguientes premisas:

1. Determinar la brecha que existe entre los perfiles de competencias que las empresas necesitan y contratan y los perfiles de competencias que poseen los egresados universitarios.
2. Obtener una clasificación de las competencias en función de la mayor o menor importancia que las empresas les dan a la selección y contratación de egresados universitarios.
3. Proponer una medida de la empleabilidad de los titulados universitarios.

De este modo, considerando trabajos e investigaciones previas,¹ se elaboraron y administraron dos cuestionarios para definir los perfiles de competencias (13) de los dos colectivos implicados: estudiantes de último curso académico y recién titulados, empresarios y directivos de empresas que contratan titulados universitarios.

Los resultados obtenidos indicaron cuáles competencias del perfil presentan mayores y menores brechas y por qué son consideradas más o menos importantes por los empleadores, ya que influyen más o menos en la empleabilidad del egresado universitario.

¹ Tuning Europe (2004), Tuning Latin America (2007), Alfa Tuning Latin America (2013) y Vaquerano y otros (2017).