



Uniempresarial

Fundación Universitaria Empresarial



POLÍTICA DE EGRESADOS

Aprobado por el Consejo Superior Universitario, según consta en Acta 123 de 26 de junio de 2020. En concordancia con el Acta 146 del 27 de enero de 2022 del mismo cuerpo colegiado.



Directivos

Presidente del Consejo Superior Universitario

Nicolás Uribe Rueda

Rectora:

Sonia Arciniegas Betancourt

Secretaria General:

Nidia Johanna Robles Villabona

Vicerrectora Académica:

Yasmín Molina Rojas

Vicerrector de Proyección Empresarial y Relacionamiento con el Entorno:

Jorge Mario Hurtado Rodríguez

Gerente de Planeación y Aseguramiento de la Calidad:

Emma Emira Carrión Rodríguez

Gerente de Talento Humano:

Luz Yazmin Lizarazo Jiménez

Gerente de Mercadeo y Admisiones:

Dorys Andrea Sotelo Carreño

Gerente Financiera:

Francis Marcela Moya Hilarión





Contenido

- 1 Referentes nacionales e internacionales.
- 2 Contexto institucional.
- 3 Conceptualización.
- 4 Principales retos en perspectiva de la misión y la visión institucional.
- 5 Formulación de la política.
- 6 Objetivos.
 - 6.1 Objetivo general.
 - 6.2 Objetivos específicos.
- 7 Líneas estratégicas de acción.
 - 7.1 Identidad y el compromiso institucional.
 - 7.2 Participación en la vida universitaria.
 - 7.3 Formación permanente a lo largo de toda la vida.
 - 7.4 Inserción a vida laboral y calidad de vida.
 - 7.5 Egresados y graduados empresarios.
 - 7.6 Networking.
 - 7.7 Visibilidad, empoderamiento y reconocimiento de la estrategia institucional.
 - 7.8 Comunicación permanente.
- 8 Resultados esperados.
- 9 Bibliografía.



1 Referentes nacionales e internacionales

Las IES en su búsqueda del mejoramiento continuo, la calidad institucional y ante la dinámica cambiante de los métodos de aprendizaje, enfrentan retos referentes a la adaptación de su sistema educativo con las necesidades del entorno.

En este sentido, la agenda 2030 y los retos que impone el ODS4 respecto a la calidad de la educación, compromete todos los países y a sus sistemas educativos a garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad para todos, reconociendo que esta es el más poderoso motor de cambio y de transformación social para el crecimiento económico y social de largo plazo. El ejercicio de este derecho es elemento sine qua non de todas las dimensiones del desarrollo sostenible ya que proporciona los instrumentos económicos y sociales requeridos para entender, trabajar y alcanzar las metas propuestas. Una educación inclusiva y de calidad para todos significa también eliminar las disparidades de género y de ingreso, además de lograr el acceso universal a una educación superior de calidad. Una mejor educación en condiciones de equidad se traduce en desarrollo humano, inclusión social, crecimiento económico y aumento del capital social.

De ahí que las Universidades son las llamadas a convertirse en motor de desarrollo económico mediante la formación del capital humano de los países, la garante de sus profesionales y la promotora de estrategias para su empleabilidad en condiciones de dignidad y calidad que interactúen de forma positiva con el entorno económico en el que se encuentra inmersa. En el debate siempre ha estado como el seguimiento a egresados es una fuente primaria para evaluar los procesos de formación y monitorear la pertinencia de estos en el contexto, así como la relevancia de su voz en los procesos de gobierno y planeación de a estrategia institucional.

El Ministerio de Educación Nacional no ha sido ajeno a esta preocupación, y en el proceso de ajustes y actualización de directrices sobre calidad educativa, conminan a las IES para que adopten los mecanismos de aseguramiento en la formación y evaluación del perfil de egreso a través de los resultados de aprendizaje y su pertinencia en el contexto, la promoción de la graduación oportuna, el seguimiento a la actividad profesional de los egresados, la participación de los egresados en la vida universitaria, y los mecanismos que propenda un aprendizaje del egresado a lo largo de la vida.

De hecho, el informe Nacional de Competitividad advierte la falta de capital humano con las calificaciones necesarias para desempeñarse en muchos sectores de la industria, así como en la ausencia de competencias digitales, que sin duda, han puesto de relieve la actual crisis que afecta el mundo y que revela una radiografía de las falencias, presiones y demandas de distintos sectores (gobiernos, asociaciones, gremios) sobre los retos de formación en habilidades y competencias de nuestros profesionales.

Adelantándose a esta problemática, la Cámara de Comercio de Bogotá desde el año 2016, en alianza con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD, la Secretaría de Educación del Distrito y la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, unieron esfuerzos para identificar las brechas de capital humano en los sectores de la economía, y han venido compartiendo esta información con los líderes de los clúster, empresarios, autoridades y la academia, para conocer las necesidades actuales y oportunidades de mejora para el talento humano en aras de fortalecer la competitividad de la ciudad y del país, así como ofrecer información de primera mano sobre el análisis de la oferta (ocupados, desocupados y la formación que tienen) y su relación con la demanda, para brindar una prospectiva laboral cualitativa de los profesionales que egresan con las tendencias que se presentan en cada sector.

El debate internacional también valora su papel protagónico, reconociendo que su participación permite “impulsar la mejora y actualización permanente de los planes y programas de estudio, así como la definición de políticas de desarrollo institucional” ya sea a nivel institucional, local, regional e incluso nacional. Así mismo, “una educación de calidad significa atender e impulsar el desarrollo de las capacidades y habilidades individuales” y por lo tanto el “problema en torno al tema de los egresados se originan en sus campos de formación” generando una brecha entre lo que se demanda en el sector productivo y la oferta curricular de las IES. (Barradas, 2014).

Sin duda, hoy día el éxito de las Universidad también se mide por el éxito de sus graduados, de ahí que se evalúa “la pertinencia formativa de las instituciones de educación superior, a través de sus graduados” en donde se afirma que “el sistema de educación superior se encuentra en una encrucijada, en la que convergen grandes problemas, como son la creciente demanda de servicios por parte de la sociedad, y al mismo tiempo la crítica, sobre la falta de congruencia entre los procesos educativos, las necesidades sociales y las exigencias del mercado laboral”. Por lo anterior, este autor considera que la pertinencia en un programa o plan de estudio debe “evaluar el éxito de su aprendizaje desde el resultado de los egresados con respecto a su situación laboral, desarrollo profesional y compromiso social”. (Marcillo, G. E. C. 2015)

Por lo anterior, podemos analizar como primera medida que el egresado depende en mayor proporción a la pertinencia de la formación otorgada por la parte de la institución. Pero en un mundo sobre informado, otro factor es relevante: el good will de la IES también es un elemento determinante en la proyección y el éxito de sus egresados. En sus estudios, Manuel Pereira encontró una correlación directa entre los índices de calidad percibida de las IES y la satisfacción de los egresados de las universidades, estableciendo una relación estrecha entre la “calidad enfocada en la satisfacción del egresado y en la reputación institucional”.

Con base a lo anterior, se puede resaltar que no solo la formación académica influye en la empleabilidad de los egresados de la IES, sino que, a su vez, pueden influir otros factores como la visibilidad y el prestigio institucional.

De igual forma, a la hora de ser competitivos, es necesario observar las expectativas de los egresados y las competencias que consideran importante adquirir en su paso por la educación superior. (Cifuentes, 2017) identifica la capacidad de expresión y/o comunicación en el ámbito disciplinar y en diversos niveles de profesión, trabajo en equipo, segunda lengua, liderazgo, flexibilidad, ética y valores, solución de problemas y toma de decisiones, destreza en documentación y búsqueda de información.

Por lo tanto, el reto no es solo caracterizar al estudiante y hacerle seguimiento, para perfeccionar sus conocimientos teóricos, sino que sirvan como referente para inyectar en los currículos el desarrollo de habilidades y competencias para poner en práctica los conocimientos adquiridos y puedan ser competitivos. De hecho autores como (Valera, 2010) resaltan que si el proceso de formación del profesional se diseña a partir de un modelo de competencias profesionales, que son expresión del compromiso, la trascendencia y la flexibilidad como cualidades más generales del profesional, se puede contribuir a formar un egresado comprometido social y profesionalmente flexible en el manejo de la cultura y trascendente en su contexto, lo que se expresará en el desarrollo de valores y las actitudes que le permitan ser participativos, reflexivos, negociadores, críticos, responsables, creadores y fundamentalmente humanos, ante la solución de los problemas que emanan de la profesión”.

Básicamente el reto de las IES es la generación de programas y/o cursos de formación de interés para los estudiantes, pero suele pasar que los egresados no se desempeñen en las profesiones cursadas o, peor, aún se encuentren inactivos en el contexto laboral. Bajo este concepto, la nueva dinámica de aprendizaje forja a las instituciones a revisar sus planes de estudio asegurando que los egresados que los representan desarrollen las competencias requeridas para su estabilidad laboral y cumplan con las expectativas de formación de los estudiantes, ya que son ellos al convertirse en egresados los que fortalecen la percepción y/o reputación institucional en el entorno.

Optando por la formación DUAL desde Uniempresarial, la apuesta es reducir la tasa de desempleo juvenil por la que atraviesan los recién egresados de carreras tradicionales para incrementar la productividad y competitividad de las empresas y a través de una formación de alto nivel procurar que todos sus graduados hayan estado expuestos de manera general a instituciones económicas, a las complejas relaciones existentes entre la empresa, el gobierno y los consumidores, y a un conocimiento básico sobre las áreas funcionales de los gremios del país.

La Cámara de Comercio de Bogotá como aliado de primer nivel de Uniempresarial, apalanca en favor de los profesionales un plan de acción que propende por el cierre de brechas que permita contar con talento humano pertinente, suficiente y de calidad, para asegurar un escenario de crecimiento y consolidación del sector productivo en Bogotá y la región.

Por otra parte, este estudio será un importante insumo para formalizar e institucionalizar la agenda de identificación y cierre de brechas de capital humano para las apuestas productivas que hacen parte de la Estrategia de Especialización Inteligente bajo la Comisión Regional de Competitividad de Bogotá-Cundinamarca.

En esta interacción, los egresados se convierten en ese puente de información y referencia entre la oferta académica de las universidades, y las necesidades y retos del entorno. Es por esto, que la identidad institucional está estrechamente relacionada con el desempeño y las competencias de sus egresados en el medio, y su pertinencia será el sello que Uniempresarial imprima, para que cumplan con su misión de aportar al desarrollo y la competitividad del país.

2 Contexto institucional.

En cumplimiento de su propósito institucional de “Contribuir a la formación humanizada y prosperidad de personas (estudiantes y egresados) para el desarrollo de competencias globales del sector empresarial y la generación de valor compartido, con énfasis en Bogotá y la región” en 2018 la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá – Uniempresarial, ha mantenido como un objetivo estratégico la comunicación, gestión e interacción con sus 3200 graduados, toda vez que estos representan el testimonio de su pertinencia en el contexto. Organizacionalmente estuvo a cargo de la Jefatura de Bienestar Universitario dependiente de la Vicerrectoría Académica hasta 2014 y a partir de 2015 se creó la Oficina de Egresados para liderar esta área; posteriormente, el Consejo Superior en Acta 146 del 27 de enero de 2023 creó la Jefatura de Relaciones Interinstitucionales y de Egresados. La cual subsumió la Oficina de Egresados.

En su Proyecto Educativo Institucional (PEI), señala que a partir del modelo pedagógico los egresados y graduados deben alcanzar una formación integral con liderazgo, innovación y capacidad de toma de decisiones éticamente fundamentadas, desarrollo de competencias laborales o profesionales de la más alta calidad, promoción permanente del aprender haciendo y sensibilidad social para aportar soluciones reales a los distintos problemas que enfrentan las empresas y su contexto (Uniempresarial, 2018).

Para desarrollar esta labor, contempla dentro de su enfoque estratégico mantener relaciones con sus graduados como parte relevante de sus grupos de interés, cuyo objetivo en coherencia con el PEI, es mantener al egresado y graduado como un ser activo en el quehacer institucional haciéndolo partícipe de las actividades que la Institución realiza y contribuir al desarrollo científico, académico, cultural y social de sus miembros y de los sectores sobre los cuales ejerce su influencia. Esto se concretiza a través de la planeación anual y quinquenal articulada con los planes estratégicos institucionales.

Así mismo, en el Plan de Desarrollo Engrana Uniempresarial 2018-2025, la Universidad se propuso consolidar una red de egresados con sentido de fomento de la contribución social, realizar un estudio de desempeño de los egresados, vincular a los más sobresalientes, así como promover cursos para su actualización. De ahí que hasta 2019 se medía su gestión de acuerdo con la actualización de sus bases de datos, la participación de sus egresados a eventos institucionales, la promoción de convocatorias laborales y su gestión en las bolsas de empleo, así como la satisfacción de estos con la Universidad.

Sus referentes de Calidad están orientados al cumplimiento de las directrices emanadas por el Ministerio de Educación Nacional, el Consejo Nacional de Acreditación, y los criterios de la ACBSP y la DHLA.

En concordancia con lo anterior, el Programa de Egresados de Uniempresarial actualmente tiene tres (3) líneas de acción: Seguimiento, Fortalecimiento y actualización y Beneficios y servicios.

La Jefatura de Relaciones Interinstitucionales y de Egresados hace parte de la Red de Seguimiento a Instituciones de Educación Superior de Bogotá y la región donde se discuten diferentes temas relacionados con la gestión y las buenas prácticas con los egresados y de la Red DHLA compuesta por 8 universidades y por las Cámaras de Comercio Alemanas en el Exterior con sede en Colombia y en Ecuador, se han realizado diferentes iniciativas en conjunto para los graduados de las instituciones. Cuenta con la alianza EDEX y la Escuela de Negocios IESIDE de España para becas del 50% a nivel de maestrías. De 2017 a 2019 se beneficiaron 10 egresados y a gracias al convenio con ESAN de Lima, (Perú) en 2017, se han logrado beneficiar 34 egresados con medias becas de maestrías especializadas.

Con el propósito de facilitar el proceso de intermediación laboral para los egresados, los estudiantes y los practicantes en 2019 se firmó alianza con Empleo.com, para contar con esta plataforma para el registro de usuarios y la publicación de ofertas laborales con el fin de mejorar su posicionamiento profesional y brindarles un mayor número de oportunidades laborales en empresas medianas, grandes y multinacionales.

Para fortalecer este proceso también se han desarrollado estrategias para inserción a la vida laboral, cuatro (4) encuentros institucionales de egresados, un escenario de reconocimiento para exaltar resaltar la labor de los egresados (Premios Sellos de Oro en las categorías de ejecutivo del año, emprendedor y proyección social) y se han promovido eventos de articulación con empleadores y empresarios para debatir sobre la gestión empresarial de los altos ejecutivos y empresarios del país, aprovechando la sinergia con la Cámara de Comercio de Bogotá. También se han desarrollado actividades de fortalecimiento académico, bienestar e idiomas.

Es así como esa iniciativa que nació en 1996 y que la Cámara de Comercio de Bogotá hizo realidad el 2 de abril de 2001, acogiendo el modelo de la berufsakademie para tener un talento humano formado de acuerdo con la realidad empresarial, hoy honra a sus egresados de sus programas de pregrado y posgrado, en sinergia con sus empresas formadoras, para proyectar y fortalecer las alianzas con sus egresados y profesionales, con el sector empresarial y el respaldo permanente de la Cámara de Comercio y de sus aliados internacionales.

3 Conceptualización

- a) **Acompañamiento:** Es el proceso que realiza Uniempresarial en aras de la promoción, actualización permanente y el bienestar de sus egresados y graduados, a través de estrategias que fortalezcan su calidad de vida, competencias, habilidades, perfil laboral y profesional, y su formación integral a lo largo de su proyecto de vida.
- b) **Apoyo a egresados y graduados:** Comprende todas las estrategias, escenarios, convenios y alianzas que le permiten a los egresados y graduados de Uniempresarial sentir el apoyo y el respaldo institucional. Esto incluye la promoción de la graduación oportuna de sus egresados no graduados.
- c) **Berufsakademie:** (academias de oficio), formación en sistema dual que otorga cursos universitarios a la par de una formación práctica en las empresas en respuesta a la necesidad de formar jóvenes de acuerdo con las necesidades empresariales del entorno.



- d) **Bienestar a egresados y graduados:** Es toda la oferta de bienestar especialmente diseñada por Uniempresarial para sus egresados, graduados y sus familias.
- e) **Conexión Uniempresarial:** Es la estrategia de comunicación de Uniempresarial, para que sus egresados y graduados sigan en contacto permanente con la Universidad con fines académicos, productivos y de empleo.
- f) **Graduado:** Estudiante que culminado el programa académico y en cumplimiento de los requisitos de ley y los exigidos por la Institución recibe el título correspondiente del programa de pregrado o posgrado desarrollado en Uniempresarial.
- g) **Egresado no graduado:** Persona que, habiendo cursado y aprobado satisfactoriamente la totalidad del plan de estudios, no ha cumplido con los requisitos para recibir su título en Uniempresarial de acuerdo con los requisitos establecidos para tal fin por Uniempresarial.
- h) **Emprendedores.** Estudiantes de pregrado y posgrado de UNIEMPRESARIAL con vocación para impulsar nuevos proyectos que culminen en intra-emprendimientos, en las organizaciones donde desarrollar su formación y/o en la creación de unidades de negocio.
- i) **Estímulos.** Escenarios, políticas, recursos y reconocimiento que Uniempresarial brinda a sus egresados y graduados por sus logros a nivel profesional, social y personal.
- j) **Graduado Uniempresarial.** El egresado graduado de Uniempresarial se destaca por ser una persona ética y creativa, ciudadano del mundo, responsable socialmente y comunicador efectivo, aportando su liderazgo, conocimiento y experiencia al desarrollo sostenible del sector productivo y en un sentido más amplio de la sociedad en general. Demuestra el dominio de los conocimientos, sobre todo, la capacidad de utilizar bien la información para el análisis y la solución pertinente de los problemas de su contexto particular
- k) **Empleabilidad:** Capacidad personal para encontrar empleo y adaptarse a los nuevos contextos laborales acordes con el proyecto de vida personal y familiar.
- l) **Formación permanente.** Oferta y desarrollo programas que potencien el perfil profesional y personal de egresados y graduados para promover su formación durante toda la vida.





- m) **Networking:** Oportunidades de relacionamiento con pares para facilitar relacionamiento, oportunidades de trabajo conjunto y negocios.
- n) **Proyección Internacional:** Alude a la formación de competencias para ejercer la ciudadanía global de forma responsable, y al apoyo que brinda Uniempresarial para buscar y asumir retos profesionales en otros países o y desarrollar habilidades profesionales en contextos nacionales e internacionales.

4 Principales retos en perspectiva de la misión y la visión institucional.

- a. **Retos.** A la luz de su misión institucional y de los retos que representa la interacción de forma fluida, proactiva y cooperativa con sus egresados y graduados, la comunidad universitaria de Uniempresarial reconoce retos en su relacionamiento con sus egresados. Estos pueden ser clasificados en los siguientes aspectos:





Tabla 1. Retos identificados en la estrategia institucional de egresados

IDENTIDAD Y EL COM-PROMISO INSTITUCIO-NAL	<ul style="list-style-type: none">• Que el egresado salga feliz de la universidad, agradecido, con ganas de devolver• Mapear y conocer a profundidad necesidades actuales y prospectivas de los egresados y diseñar portafolio de servicios educativos ofrecidos por la institución o en articulación con otras universidades, nacionales o internacionales, certificaciones de industria, actualizaciones y formación titulada.• Retomar la confianza de los egresados.• Forjar un sentido de pertenencia y credibilidad en las relaciones entre los egresados y la Universidad• Hay que visibilizar la alienación y el vínculo natural de Uniempresarial con la Cámara de Comercio de Bogotá, como fortaleza y oportunidad de sus egresados para proyectarse en los clúster de la ciudad y la región
COMUNICACIÓN PERMANENTE	<ul style="list-style-type: none">• Información actualizada de contacto en las bases de datos• Mantener un contacto permanente con información oportuna y pertinente• Comunicación cálida, permanente y efectiva
PARTICIPACIÓN EN LA VIDA UNIVERSITARIA	<ul style="list-style-type: none">• Reconocimiento al egresado graduado y su impacto en la sociedad• Invitar al egresado a que se articule con Uniempresarial, y de esta forma sea una parte que hace parte del cambio de la institución, y que estamos pensando en él y sus necesidades.
FORMACIÓN PERMANENTE A LO LARGO DE TODA LA VIDA	<ul style="list-style-type: none">• Actividades gratuitas de actualización disciplinar y oportunidades de formación a lo largo de la vida• Encuentros con egresados• Formación en Bilingüismo• Formación en liderazgo, competencias digitales y habilidades blandas• Oferta de educación continua de corta duración, pragmática y costo accesible





INSERCIÓN A VIDA LABORAL Y CALIDAD DE VIDA	<ul style="list-style-type: none">• Gestión para la promoción de la empleabilidad del egresado y que su nivel salarial esté por encima de la media y en los primeros lugares de las Universidades el mismo nivel• Desarrollo profesional – proyecto de vida• Desarrollar un programa que contribuya al desarrollo profesional de los egresados midiendo y fomentando su competitividad en el mercado laboral• Mantener una base de empresas de seleccionada para las ofertas laborales.
EGRESADOS Y GRADUADOS EMPRESARIOS	<ul style="list-style-type: none">• Diseñar un mecanismo para crear, formalizar y gestionar la red de empresarios de Uniempresarial• Gestión del egresado con capacidad de decisión, para emplear a otros egresados• Brindar oportunidades de fortalecimiento empresarial en asociación con la CCB
NETWORKING	<ul style="list-style-type: none">• Generar espacios de interacción e intercambio de conocimientos entre egresados• Construcción conjunta, relacionamiento y reciprocidad.• Formular con la Cámara de Comercio de Bogotá escenarios de cooperación entre los actores públicos y privados para la identificación, formulación y gestión de proyectos e iniciativas que propicien un entorno favorable al desarrollo de la actividad productiva y los negocios en la ciudad y la región.





<p>VISIBILIDAD, EMPODERAMIENTO Y RECONOCIMIENTO DE LA ESTRATEGIA INSTI- TUCIONAL</p>	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollar portafolio de servicios de consultoría articulados con procesos de práctica de estudiantes y proyectos de investigación.• Crear una cultura de relacionamiento y beneficios recíprocos entre egresados y la institución• Que el egresado vea a Uniempresarial como un apoyo a su vida profesional, y no que los utilizamos para vender programas.• Socialización de los servicios y gestión de la Jefatura de Relaciones Interinstitucionales y de Egresados desde la etapa de estudiantes• Contar con un sistema de información de egresados• Articulación con instancias académicas y administrativas para facilitar sus trámites y acceder a los servicios• Potenciar los servicios de la bolsa de empleo, la dirección de emprendimiento y espacios de escucha con los directivos• Elaboración de bases de datos desde la graduación, con seguimiento y actualización permanente.• La promoción y capitalización de los escenarios de práctica y relacionamiento• El desarrollo de actividades transversales
<p>ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none">• Mantener un sistema que permita identificar el impacto de los egresados en la sociedad y desarrollar estrategias para medirlo y fomentarlo• Capacidad tecnología de software que permita gestionar la información y automatizar la comunicación• Identificar y aportar en la cultura de impacto a la sociedad por parte de los egresados.



b. Actores de la Política

Actores involucrados en la estrategia institucional de egresados

- Egresados y Graduados
- Empresarios
- Empleadores
- Jefatura de Relacionamento Interinstitucionales y Egresados
- Cámara de Comercio
- Programas
- Observatorio OLE

5 Formulación de la política

En cumplimiento con el horizonte institucional fijado y coherente con su propósito de transformar vidas y empresas mediante una educación e innovación pertinentes, para construir un mejor entorno, más competitivo, sostenible y con equidad, y de lograr que nuestros egresados tengan una empleabilidad superior al promedio nacional con un alto retorno, establece las políticas de relacionamiento con sus egresados y graduados, orientadas por los valores de:

- Respeto
- Confianza
- Coherencia
- Creatividad e Innovación
- Vocación empresarial
- Gobernanza compartida
- Solidaridad
- Integridad

Bajo este marco de actuación, la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá – Uniempresarial:

- Orienta el desarrollo de sus graduados para que logren el objetivo institucional de ser una persona ética y creativa, ciudadano del mundo, responsable socialmente y comunicador efectivo, aportando su liderazgo, conocimiento y experiencia al desarrollo sostenible del sector productivo y en un sentido más amplio de la sociedad en general.



- Brinda una oferta de formación pertinente y continua que actualiza permanentemente el conocimiento del graduado y egresado en su área.
- Afianza las relaciones vinculantes con los egresados como actores estratégicos para el desarrollo de las funciones universitarias.
- Desarrolla en sinergia con la Cámara de Comercio de Bogotá estrategias de cooperación para la promoción de oportunidades a sus egresados y graduados, en aras de fortalecer el desarrollo productivo y empresarial, la generación de valor compartido y la construcción de una ciudad y una región sostenible, próspera, incluyente y con mejor calidad de vida, promoviendo la articulación público-privada, con el mejor capital humano formado.
- Caracteriza e identifica a sus graduados y mantiene actualizada dicha información para realizar el seguimiento que demandan los entes del gobierno y la Universidad.
- Dicta lineamientos de participación institucional con miras a retroalimentar y fortalecer los currículos y desarrollar planes de mejoramiento institucional en torno a la calidad de la docencia, la investigación, el emprendimiento y la internacionalización.
- Garantiza la participación en los órganos colegiados de la Universidad para contar con la voz autorizada de este estamento en la definición de la estrategia institucional.
- Define una Jefatura de Relaciones Interinstitucionales y de egresados como el área encargada de promover la comunicación, interacción, seguimiento y evaluación de los resultados de los egresados en la sociedad, y de retroalimentar a la institución para fijar planes y estrategias que superen las brechas y aumenten la competitividad de los egresados en la sociedad.
- Promueve redes profesionales para fortalecer el contacto estratégico entre sus egresados y graduados en el desarrollo de proyectos.
- Empodera a egresados destacados y líderes para que sean ellos como pares, quienes motiven y desarrollen acciones con el apoyo y acompañamiento de la universidad.
- Aprende, apoya y aporta activamente en el proceso de formación para toda la vida el proceso de aprendizaje en compañía permanente de expertos temáticos, para la promoción de sus profesionales.
- Reconoce los logros, trayectoria y los aportes de los egresados y graduados destacados con la comunidad interna y externa.





- Promueve estrategias de internacionalización a sus egresados y graduados para fortalecer su perfil y competencias profesionales en contextos nacionales e internacionales y para incentivar el emprendimiento.
- Ejerce mecanismos de seguimiento y evaluación para garantizar la mejora continua del proceso con los egresados y graduados.
- Articula a los egresados y graduados con los programas académicos y sus grupos de investigación para generar acciones, estrategias y mecanismos de participación de los graduados en grupos y proyectos de investigación de acuerdo con las normativas internas.
- Vincula a los egresados y graduados como un actor fundamental en las estrategias de permanencia académica y graduación oportuna, con el fin de potencializar el proceso enseñanza-aprendizaje de los estudiantes, dando lugar a la generación y transferencia de conocimiento asociado al desarrollo de un perfil profesional aplicado a las necesidades del contexto, la motivación para el fortalecimiento de competencias diferenciales en los diferentes sectores y la relevancia de la continuidad del proceso académico como factor importante en la construcción del proyecto de vida.
- Garantiza la implementación y desarrollo de esta política través de los mecanismos de seguimiento y evaluación establecidos dentro de los procesos de Planeación Institucional y de ejecución de las programaciones anuales, las autoevaluaciones semestrales, y los informes requeridas por los órganos de vigilancia del Ministerio de Educación Nacional

6 Objetivos

6.1 Objetivo general

Promover y fortalecer el sentido de pertenencia del egresado y graduado de Uniempresarial, para garantizar su relacionamiento con la Universidad, procurando el seguimiento permanente de egresados y graduados y su interacción con la comunidad académico empresarial, mediante estrategias que permitan el intercambio y promoción de experiencias académicas, investigativas y laborales que contribuyan al crecimiento profesional y su aporte a la sociedad.



6.2 Objetivos específicos

- Promover el sentido de pertenencia de los egresados y graduados con la Universidad.
- Garantizar los mecanismos para promover la participación de los egresados en los procesos de autoevaluación, mejoramiento y en el gobierno institucional.
- Contar con un sistema de información para gestionar los datos que permitan soportar la interacción con los egresados y hacer seguimiento a su actividad profesional con información de su empleabilidad, desempeño laboral y/o emprendimientos y todo aquello que dé cuenta de la misión e identidad institucional

- Contar con sistemas de apoyo y acompañamiento a los egresados y graduados de Uniempresarial, procurando el mejoramiento de su calidad de vida y acompañando su proyecto personal y profesional.
- Impulsar el fortalecimiento, la actualización académica de los graduados y su formación para toda la vida, contribuyendo a su crecimiento profesional.
- Estimular el intercambio de experiencias académicas e investigativas nacionales e internacionales de los graduados de Uniempresarial, que contribuyan a la transformación de su entorno.
- Fomentar el relacionamiento de los egresados, graduados y la institución con la Cámara de Comercio de Bogotá, sus Clúster y los escenarios naturales y derivados de interacción nacionales e internacionales, para impulsar su desarrollo profesional e impacto social, cultural y económico en sus respectivos entornos.

7 Líneas estratégicas de acción

La Fundación Universitaria de la Cámara de Comercio de Bogotá considera de vital importancia la consolidación de su comunidad y reconoce en sus egresados y graduados un actor protagonista al ser el testimonio de su proceso formativo. Para viabilizar sus políticas fijan ocho (8) líneas estratégicas institucionales:

7.1 Identidad y el compromiso institucional

La Universidad propenderá por establecer acciones desde bienestar institucional para empoderar el sentido de pertenencia y credibilidad en las relaciones entre los egresados y graduados con la Universidad. La Jefatura de Relaciones Interinstitucionales y de egresados junto con los programas son los responsables de caracterizar y analizar las necesidades actuales y prospectivas de los egresados para diseñar estrategias de articulación, cooperación y sinergia con ellos y sus empleadores.

7.2 Participación en la vida universitaria

Desde la Jefatura de Relaciones Interinstitucionales y de Egresados se establecen y garantizan los mecanismos para gestionar, vincular y evaluar la participación de los graduados a las diferentes actividades de corte académico, social, investigativa y cultural que se desarrollen dentro de la vida universitaria. Del mismo modo, se propende por articular estos escenarios con los programas académicos, a fin de vincular los graduados a actividades afines a su perfil profesional y ocupacional.

De acuerdo con lo establecido en sus estatutos, los graduados participarán en el Consejo Superior, el Consejo académico, los consejos de facultad, comités curriculares de los diferentes programas activos en la institución y de las asociaciones de Egresados que se gesten al interior de la institución.

7.3 Formación permanente a lo largo de toda la vida

La Universidad cuenta con una oferta pertinente para la formación permanente de sus egresados y graduados. De igual forma promueve la generación de espacios de expresión donde los graduados, empresarios y la comunidad académica puedan intercambiar y compartir conocimientos nuevos y/o requeridos, buscando mejorar procesos, métodos, técnicas y conceptos que impacten de forma positiva el sector productivo y la sociedad en general. Esta red de conocimientos se aplica mediante el desarrollo de diversas actividades como:



- **Café con Empresarios.** Espacio en el cual Uniempresarial invita a directivos y altos funcionarios del sector empresarial y estatal, docentes, investigadores y graduados a través de una temática central a compartir estudios, experiencia y conocimientos con un enfoque de debate, deliberación y generación de nuevo conocimiento.
- **Debates académicos.** Espacio en el cual Uniempresarial invita a docentes, investigadores y graduados a través de una temática central a compartir estudios, experiencia y conocimientos con enfoque de debate, deliberación y generación de nuevo conocimiento.
- **Encuentros de Egresados y Graduados.** Espacio para fortalecer los vínculos entre pares y la interdisciplinariedad entre los egresados y Graduados, de los diferentes Programas de la Universidad.
- **Bilingüismo.** Promoción de programas propios y en convenios para la adquisición de una segunda lengua
- **Fortalecimiento de competencias y habilidades para el siglo XXI.** Programas de formación específicos. Los graduados tienen el beneficio de participar en diferentes actividades académicas de forma gratuita y a las cuales se invitan por los diferentes medios de comunicación institucional. Los talleres, seminarios y cursos de actualización son desarrollados a partir de las necesidades de los graduados gracias al proceso de seguimiento que busca identificar las necesidades de fortalecimiento en habilidades duras y blandas que el sector empresarial busca.

7.4 Inserción a vida laboral y calidad de vida

Conjunto de estrategias que apuntan a lograr posicionar a los egresados y graduados como profesionales idóneos, actualizados y con las competencias necesarias para lograr su inserción temprana y su permanencia en la vida laboral.



Uniempresarial cuenta con Bolsa de Empleo, donde los egresados y graduados pueden inscribir su hoja de vida y conocer las ofertas laborales disponibles que se ajusten a su perfil. La Bolsa de empleo tiene la autorización de la Unidad de Servicio Público de Empleo del Ministerio del Trabajo. La Bolsa de empleo es una herramienta efectiva para contribuir en el desarrollo profesional de sus egresados a través de promoción de los egresados en el sector empresarial buscando oportunidades laborales dirigidas al perfil ocupacional el programa, con condiciones salariales idóneas y competitivas, mediante talleres y acompañamiento profesional en temas de selección, procesos de entrevistas, desarrollo de planes de carrera y proyecto de vida.

7.5 Egresados y graduados empresarios

Uniempresarial cuenta con la Dirección de Emprendimiento que está al servicio de nuestros egresados y graduados, este centro ofrece los servicios de capacitación, redes, asesoría y apoyo en la gestión de recursos para capitales semillas con los programas que disponen el gobierno y las entidades cooperantes para tal fin. De igual forma articulará con los programas académicos y la Vicerrectoría de Proyección Empresarial y Relacionamento Externo, las actividades de formación en temas de emprendimiento, competencias blandas, fortalecimiento del espíritu emprendedor y asesoramiento que desde la Institución les permita potencializar a los graduados el desarrollo de sus ideas de negocio.

7.6 Networking

La Universidad identificará los egresados empresarios, sus características, necesidades, diseñar espacios de networking, coworking, Marketplace entre otros.

Para ello, Uniempresarial participará con la Cámara de Comercio de Bogotá en la definición y desarrollo de programas, estrategias y políticas orientadas a promover un entorno favorable para crear empresas productivas y sostenibles en condiciones de formalidad, facilitar la transformación productiva y ampliar las oportunidades de conocimiento y emprendimiento para los egresados y graduados, con el fin de generar empleo e ingresos de calidad.

De igual forma desde sus programas académicos y desde la Vicerrectoría de Proyección Empresarial y Relaciónamiento Externo se promoverán los espacios de vinculación a las iniciativas y oportunidades que genera la Cámara de Comercio de Bogotá, con sus 17 iniciativas Clúster.

7.7 Visibilidad, empoderamiento y reconocimiento de la estrategia institucional

La Universidad cuenta con su sistema de caracterización y seguimiento de los egresados que le permite hacer el acompañamiento para establecer, entre otros aspectos, dónde se encuentran, qué hacen, qué tanto su desempeño profesional es una expresión adecuada de los fines y del compromiso social de la institución y cuánta aproximación hay entre la formación que la institución ofrece y su ejercicio real.

El relacionamiento con las Cámaras de Comercio estará enfocado a la consecución de oportunidades para los egresados y graduados de la institución.

Uniempresarial contempla la estrategia de fidelización y satisfacción para sus graduados a través de los siguientes beneficios:

- Carné. La Jefatura de relaciones Interinstitucionales y de Egresados emite y entrega de forma gratuita el carné de graduado el cual permite acceder a los diversos servicios que la institución ofrece a sus graduados, así como a convenios especiales.
- Bienestar, acompañamiento y apoyo. Son aquellos servicios que el área de Bienestar define para la comunidad estudiantil y del cual los graduados tienen derecho a participar dentro de las franjas y sitios formalizados para su desarrollo deportivo, cultural y pueden participar en actividades: culturales y artísticas y voluntariados.
- Programa de Responsabilidad Social Universitaria con Graduados: Liderar proyectos de responsabilidad social a través de la participación de los egresados como voluntarios que se formen y contribuyan con su conocimiento a la transformación de su entorno y la generación de un impacto social positivo.

- Premios Sello de Oro Empresarial: Reconocer públicamente a los graduados destacados en las categorías proyección laboral, emprendimiento y proyección social.

7.8 Comunicación permanente

Uniempresarial reconoce la importancia de una buena gestión de comunicaciones para establecer relaciones estables y duraderas con los egresados y graduados; en tal sentido, se conciben estrategias que enlisten y evalúen las necesidades de los graduados, a través de una retroalimentación asertiva. Es fundamental establecer mecanismos de comunicación interna y externa como un eje estratégico y sustancial en su quehacer diario. Para ello se dispondrá de diferentes medios de comunicación, tanto de carácter convencional como de marketing digital, que redunde en una comunidad Universitaria informada e involucrada en los hitos institucionales. Los canales de comunicación para el seguimiento y relacionamiento con graduados deben ser coordinados por la Jefatura de relaciones Interinstitucionales y de Egresados alineado con la imagen institucional y en articulación con la coordinación de Comunicaciones y Mercadeo.

7.9 Espacial

8 Resultados esperados

Logros esperados una vez implementada la política son:

- Talento humano formado en competencias disciplinares, técnicas, digitales y blandas, mediante cursos, cátedras, conferencias, seminarios, encuentros, diplomados, formación TyT, entre otros, conforme a necesidades empresariales regionales.
- Participación en las actividades institucionales para promover las competencias productivas y económicas en otros campos e instituciones.
- Contratación de graduados de las IES por parte de la industria y/o de egresados y graduados empresarios.
- Fortalecer las alianzas estratégicas con la Cámara de Comercio de Bogotá y sus iniciativas de clúster.



- Incrementar la actualización de la base de datos de Egresados
- Aumentar el número de Egresados beneficiados por las estrategias de formación implementadas.
- Caracterizar el 100% de los Egresados de pregrado y posgrado.

- Aumentar el número de nuevas empresas inscritas con vacantes disponibles en el portal del empleo, previo proceso de selección que asegure las condiciones dignas y la calidad de las ofertas.
- Incrementar el número de postulaciones a las vacantes de empleo que estén disponibles en las diferentes empresas a nivel regional y nacional.
- Índice de empleabilidad de los egresados.
- Espacios de contacto entre universidad egresados-empresas-eventos simposios
- Egresados y graduados en procesos de movilidad, pasantías, proyectos interinstitucionales, y/o beneficiarios de estrategias de internacionalización.
- Empresas de egresados y graduados emprendedores
- Recursos anuales gestionados para el fortalecimiento de emprendimientos de egresados y graduados emprendedores.



9 Bibliografía Consultada

- Barradas, M. (2014). Seguimiento de Egresados. Una excelente estrategia para una educación de Calidad. Recuperado de: <https://books.google.com.mx/books>.
- CESU, C. D. E. (2014). Acuerdo por lo Superior 2034. Propuesta de política pública para la excelencia de la educación superior en Colombia, en el escenario de la paz.
- Cifuentes Férrez, P. (2017). Las diez competencias fundamentales para la empleabilidad según egresados, profesorado y profesionales de la traducción y la interpretación. *Quaderns: revista de traducción*, (24), 0197-216.
- de Competitividad, C. P. (2020). Informe nacional de competitividad 2019-2020. Recuperado de https://compite.com.co/wp-content/uploads/2019/11/CPC_INC_2019-2020_Informe_final_subir.pdf
- García de Fanelli, A. M. (2019). Acceso, abandono y graduación en la educación superior argentina.
- Marcillo, G. E. C. (2015). La perspectiva social de la evaluación. Su expresión en el seguimiento de egresados. *REFCaIE: Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*. ISSN1390-9010, 2(3), 15-30.
- Puga, M. P. (2011). Nuevas tendencias en la evaluación de la calidad de las universidades: los índices de calidad percibida y satisfacción de los egresados (con modelos de ecuaciones estructurales). *Aula abierta*, 39(3), 73-84.
- Valera Sierra, R. (2010). El proceso de formación del profesional en la educación superior basado en competencias: el desafío de su calidad, en busca de una mayor integralidad de los egresados. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 10(18), 117-134.