



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Facultad de Ciencias Empresariales

Departamento de Gestión Empresarial

“Análisis de los factores determinantes en las solicitudes de trabajo requeridos por el mercado laboral para los Ingenieros Comerciales en Chile”

Memoria para optar al Título de Ingeniero Comercial

Campus La Castilla, Chillán

Autores: Cristian Diez
Alejandra Fuentealba

Profesor Guía: Sr. Alex Medina

Carrera: Ingeniería Comercial



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

Chillán, Enero 20 de 2011

Informe: Memoria de Título

En relación a la evaluación de la Memoria para optar al Título de Ingeniero Comercial, denominada "Análisis de los Factores Determinantes en las Solicitudes de Trabajo Requeridas por el Mercado Laboral para los Ingenieros Comerciales en Chile", de los alumnos Alejandra Fuentealba H. y Cristian Diez L.

Teniendo en cuenta las exigencias de la Carrera de Ingeniería Comercial y en especial las referidas a la actividad de titulación, la comisión de examinación califica el presente informe con 84 puntos (escala de 1 a 100).

Atentamente,

Alex Medina G.
Profesor Guía

Macarena Gallardo G.
Profesor Informante

Omar Acuña M.
Jefe de Carrera

CC. - Jefe Carrera Ingeniería Comercial
- Alumnos(as)
- Archivo





AGRADECIMIENTOS

- A Dios por abrirme las puertas y emparejar mi camino.
- A mi Madre por su infinito apoyo, amor y comprensión.
- A mi Padre por confiar en este proyecto y embarcarse en él.
- A mi Hermano por siempre creer en mí.
- A mis familiares, amigos por la preocupación y cariño que me han demostrado.

“Mira que te mando que te esfuerces y seas valiente; no temas ni desmayes, porque Jehová tu Dios estará contigo en dondequiera que vayas”.

Josué 1:9

Alejandra Fuentealba Hernández



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

RESUMEN EJECUTIVO

La existencia de una alta cantidad de medios para publicar avisos de empleo especialmente portales web, los cuales han proliferado por el uso de un Internet más especializado, ha permitido una mayor exposición de las empresas a la hora de solicitar personal para la entidad. Debido a la rapidez y eficiencia que tienen estos portales se han convertido en una nueva alternativa a las clásicas publicaciones de empleo en los periódicos de papel, tornándose ambos en los pilares fundamentales para dar comienzo a una relación laboral. Al unir dos métodos de publicación se puede encontrar una alta variedad de oferta y posibles inserciones laborales que se ajusten al perfil de un Ingeniero Comercial convirtiéndose en una práctica común entre las empresas las cuales demandan una extensa variedad de talentos y experiencia.

De lo anterior se puede extraer una gran cantidad de información relacionadas con las exigencias del mercado laboral, los cuales se caracterizan por identificar los factores determinantes en las publicaciones de empleo en este sentido los resultados fueron los siguientes:

El nivel de estudio más solicitado pertenece a los titulados. Con respecto a las habilidades y aptitudes la más requerida corresponde a habilidades técnicas las que hacen referencia a las capacidades en determinadas herramientas, técnicas o procesos referentes al cargo a ocupar o en el área a desenvolverse.

Los Ingenieros Comerciales desarrollan sus habilidades en distintas áreas, por ello, la más pedida corresponde a conocimientos en el área Informática solicitando destrezas en excel y programas de gestión. En este sentido, las empresas al solicitar un postulante le asignan un cargo, por ello el más ofrecido corresponde al cargo de Jefe dentro de un área o sección determinada.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Las empresas que requieren mayor cantidad de Ingenieros Comerciales se encuentran en la región Metropolitana, seguida de la región del Bío-Bío, siendo estas mayoritariamente de índole privada pertenecientes a los servicios financieros y empresariales que exigen como mínimo un año de experiencia laboral.

Cada aviso cuenta con requerimientos especiales e información adicional con la que el postulante a la vacante debe cumplir. De esto se puede extraer que el 17% de estos avisos son exclusivos para el llamado de Ingenieros Comerciales y del 83% restante también solicitan a Ingenieros Civiles Industriales e Informáticos. Otra petición importante consiste en el manejo de un segundo idioma, especialmente del inglés en un nivel avanzado.

En lo que respecta a la retribución económica que se obtiene por el servicio prestado por estos profesionales fluctúa entre los quinientos mil y el millón de pesos.

Este análisis permite identificar resultados en tres aspectos:

1. Conocer los nuevos requerimientos del mercado en detalle y sus formas de funcionamiento hacia los Ingenieros Comerciales.
2. Elaborar consideraciones para tener en cuenta para el Ingeniero Comercial, según las características del mercado laboral en Chile, el cual tendría una mayor facilidad para su incorporación laboral.
3. Identificar cuáles deberían ser los nuevos enfoques educacionales en relación a las nuevas características del mercado laboral y qué deberían hacer las personas para conseguir un puesto de trabajo.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

ÍNDICE

Introducción	9
Capítulo uno: Marco Teórico	11
Marco de referencia del estudio.....	12
Diagnóstico del mercado laboral chileno	15
Diagnóstico de la carrera de Ingeniería Comercial	24
Capítulo dos: Objetivos y Metodología	35
Objetivo general.....	36
Objetivos específicos	36
Metodología	38
Capítulo tres: Resultados	55
Resultados.....	56
Correlación	79
Capítulo Cuatro :Sugerencias	83
Consideraciones a tener en cuenta en la inserción	84
Sugerencias.....	89
Conclusión	96
Bibliografía	98



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

INTRODUCCIÓN

Las empresas al verse enfrentadas a un entorno altamente inestable y competitivo en donde la competitividad es un eje central en la gestión empresarial conlleva a que éstas deban reformular permanentemente sus esquemas de negocios. Esta reformulación implica una variación de las necesidades de personal lo que se ve reflejado en los procesos de selección, en especial, hacia los cargos que tienen a su mando la responsabilidad de gestionar el adecuado funcionamiento de las empresas permitiendo que estas sean un pilar fundamental en el logro de sus objetivos y metas.

Tal es el caso del Ingeniero Comercial que al ingresar a una organización utiliza sus conocimientos propios de las ciencias de la administración, la economía, otras ciencias sociales y tecnologías de información, tomando en consideración el entorno, la ética y las personas, conocimiento fundamental para el avance de la empresa y la sociedad, siendo capaz de desarrollar procesos y técnicas acordes con las solicitudes de una empresa que se ajusten a estos cambios.

Para reunir estos talentos las empresas piden ciertas especificaciones que se ajusten a los requerimientos del cargo a desempeñar los cuales se consideran necesario para el logro de los objetivos. Estas especificaciones se agrupan en distintos requisitos que conforman una solicitud laboral. Estos requisitos están relacionados con la posesión de determinadas cualificaciones, títulos, experiencia, conocimientos específicos y capacidades lingüísticas requeridas para la obtención del puesto el cual se pretende acceder. Con esto las empresas publican sus solicitudes en distintos medios ya sean físicos, como diarios y revistas, y/o medios electrónicos a través de Internet en páginas creadas para la búsqueda de empleo.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

En nuestro país la mayor cantidad de avisos de empleo se encuentran difundidos en dos clases de medios: diarios y portales, los cuales se configuran en los pilares fundamentales para encontrar las bases de una relación laboral.

Es por esto, que la recopilación de estas solicitudes (acotadas en un periodo de dos meses) y su posterior análisis permitió caracterizar los factores determinantes emanados de las publicaciones de empleo para la incorporación al mercado laboral de los Ingenieros Comerciales, permitiendo identificar cuáles son los factores relevantes agrupados en distintas categorías lo que permite definir consideraciones a tener en cuenta para la inserción al mundo laboral de estos profesionales en base a las características solicitadas por las empresas.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

CAPÍTULO UNO

MARCO TEÓRICO



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

MARCO DE REFERENCIA DEL ESTUDIO

La importancia del trabajo y de la educación basada en la formación de profesionales competentes, con plenas capacidades en sus respectivas áreas, son fundamentales para las empresas y la sociedad de hoy. De esto la importancia de conocer los fundamentos tanto del trabajo como del mercado que genera y la relación con la actividad profesional que practican los Ingenieros Comerciales en Chile en concordancia con las exigencias de éste.

TRABAJO

Con respecto al trabajo como concepto, existen varios significados relacionados con las designaciones hacia éste, por ejemplo, en sociología y antropología el trabajo es una de las principales actividades humanas y sociales. En cambio en economía el trabajo es uno de los principales factores de la producción y de estudio, diferente es para el derecho legal en donde el trabajo es estudiado y regulado por el Derecho Laboral. En cuanto en la física, el trabajo es una magnitud de fuerza. Con lo que respecta a este informe la definición de trabajo que mas se ajusta a esta investigación, puesto que implica una serie de atributos que enmarcan las características actuales del trabajo, es la dictada por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) la cual define trabajo como “ejercicio productivo en condiciones de libertad, equidad, seguridad y dignidad, en el cual los derechos son protegidos y que cuenta con remuneración adecuada y protección social”.

Con lo que respecta a quien ejerce un trabajo este es definido como trabajador el cual es una persona que con la edad legal suficiente, y que en forma voluntaria presta sus servicios remunerados. Estos servicios pueden ser prestados dentro del ámbito de una organización y bajo la dirección de otra persona física o persona jurídica, denominada empleador, o bien como trabajador independiente o autónomo.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

MERCADO DEL TRABAJO

Se denomina mercado del trabajo o mercado laboral al mercado en donde coinciden tanto la demanda y la oferta de trabajo. La demanda resultante de los trabajadores quienes requieren trabajar y la oferta derivado de las organizaciones quienes solicitan trabajadores para el funcionamiento de sus actividades.

El mercado de trabajo tiene particularidades que lo diferencian de otro tipo de mercados (financiero, inmobiliario, de materias primas, entre otros) ya que se relaciona con la libertad de los trabajadores y la necesidad de garantizar la misma. En ese sentido, el mercado de trabajo en nuestro país y como en la mayoría de los países del mundo esta regulado por el Estado a través del Derecho Laboral y por una modalidad especial de contratos y convenios colectivos de trabajo.

Recapitulando se puede decir que el mercado de trabajo estaría formado por las oportunidades de empleo y el conjunto de recursos humanos disponible; del grado de equilibrio entre estas dos variables reguladas por entidades gubernamentales se derivan una serie de consecuencias para el ajuste de las personas que buscan una ocupación en el sector laboral. Es aquí donde emergen otros conceptos relacionados con la asociación entre la oferta y demanda de empleo como lo son los ocupados y los desocupados o desempleados. Los ocupados son aquella parte de la fuerza de trabajo que se encuentra empleada en las distintas actividades productivas. Se mide como el número de personas que están trabajando en un momento dado.

El término desempleo es sinónimo de desocupación o paro de los asalariados que pueden y quieren trabajar pero no encuentran un puesto de trabajo. En las sociedades donde la mayoría de la población vive de trabajar para los demás, el no poder encontrar un trabajo es un grave problema que desfila desde lo económico a lo social. La suma del desempleo se utiliza habitualmente como una medida del bienestar de los trabajadores. La proporción de trabajadores



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

desempleados también muestra si se están aprovechando adecuadamente los recursos humanos del país y sirve como índice de la actividad económica.

Pero para lograr comprender el desempleo en sí, es necesario conocer en primera instancia conceptos como población económicamente activa (PEA) que es definido por la OIT como aquellas personas que durante el período de referencia especificado pueden clasificarse como personas con empleo o como personas desempleadas, es decir que aportan trabajo, si el período de referencia es corto, por ejemplo un día o una semana, se utilizan con frecuencia los términos "fuerza de trabajo" o "población actualmente activa". Otro indicador proveniente de la desocupación en el mercado del trabajo es tasa de desempleo la cual representa el número de desempleados fraccionado por la población activa, y se expresa en forma de porcentaje. Es decir, no es una proporción entre el total de la gente desempleada y el total de la población, sino a la definida como PEA.

De esto nace la fuerza de trabajo de un país la cual corresponde a la suma de ocupados y desocupados, es decir, las personas que participan en el mercado del trabajo que están trabajando (ocupados), o que sin tener una fuente laboral están buscando empleo (desocupados).



DIAGNÓSTICO DEL MERCADO LABORAL CHILENO

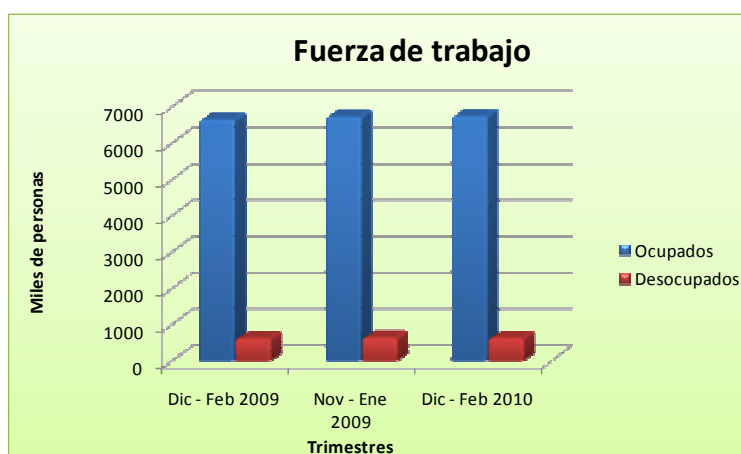
A continuación se analizarán los principales factores que definen el mercado laboral chileno y su comportamiento en el último año.

1) Características estructurales del mercado laboral

El gráfico N°1.1 muestra la evolución de los desocupados y de los ocupados en Chile durante el período 2009-2010. Entre los aspectos interesantes de destacar es la estimación realizada por el Instituto Nacional de Estadística (*INE*) en donde la fuerza de trabajo alcanzó a 7.382.410 personas, con un aumento de 1,6% respecto a igual trimestre del año anterior y una variación porcentual de 0,2% respecto al trimestre anterior.

La estimación del número de ocupados fue de 6.752.680 personas, lo que significa un aumento de 1,5% respecto a igual trimestre del año anterior, es decir 102.960 plazas de trabajo. Por otra parte, la estimación del número de ocupados respecto al trimestre anterior experimenta un aumento de 0,3% lo que equivale a 21.140 personas.

Gráfico 1.1: Fuerza de Trabajo en Chile

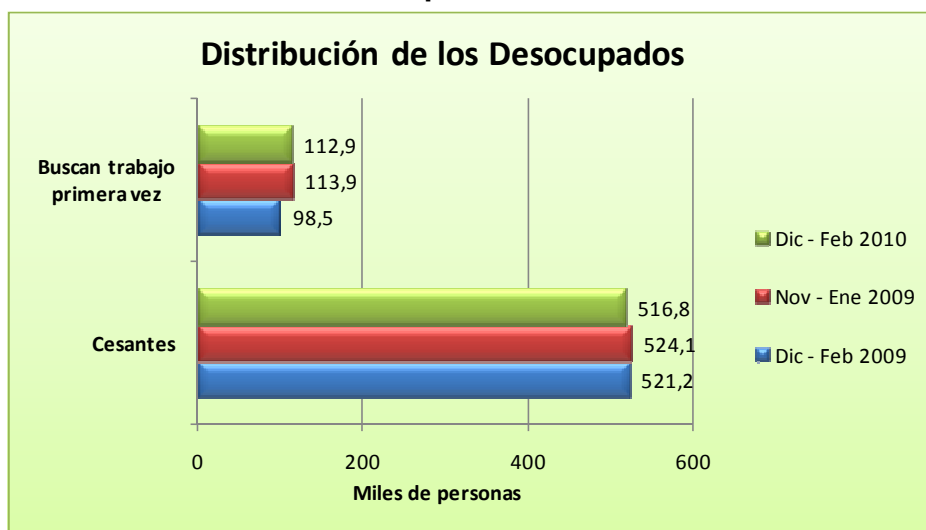


*Elaboración propia en base a datos
Proyectados por el INE*



El número de desocupados se estima en 629.720 personas, lo que significa un aumento de 1,6% en proporción a igual trimestre del año anterior en cuanto a la distribución de estos, los cesantes disminuyen 0,8% lo que implica una disminución del orden de 4.370 personas y aumentan los que buscan trabajo por primera vez en 14,6% lo que implica que 14.340 personas aspiran ingresar al mercado laboral. En relación al trimestre anterior, los desocupados disminuyen en 1,3%, los cesantes disminuyen en 1,4% y los que buscan trabajo por primera vez disminuyen en 0,9%. Es posible apreciar esto con mayor claridad en gráfico N°1.2.

Gráfico 1.2: Distribución de los desocupados en Chile.



*Elaboración propia en base a datos
Proyectados por el INE*

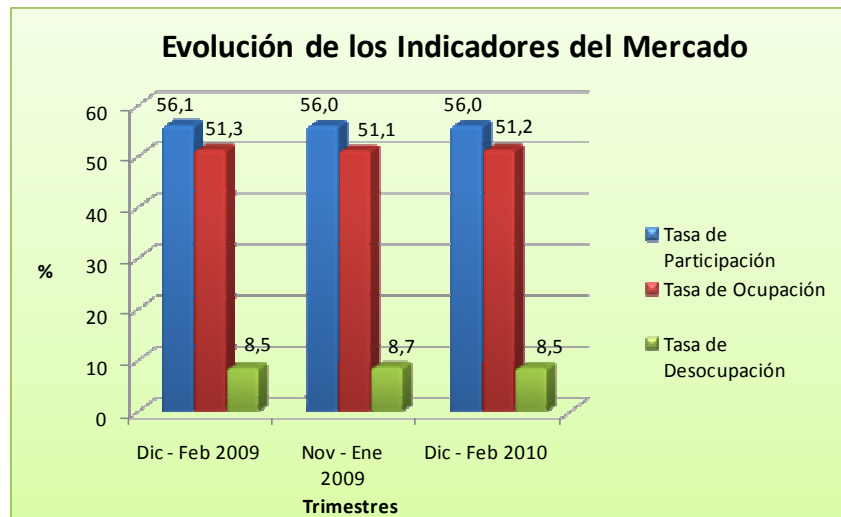
El INE en su publicación asociado al periodo Diciembre-Febrero 2009/2010 estimó que la tasa de desocupación nacional alcanzó 8,5%, experimentando una variación nula respecto al mismo trimestre del año anterior. Respecto al trimestre inmediatamente anterior la tasa disminuye en 0,2 punto porcentual. Con lo que respecta a la tasa de participación, la cual refleja el porcentaje de la fuerza de



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

trabajo con respecto a la población de 15 años y más, esta tuvo una nula variación con respecto al trimestre en el año anterior, en relación al mismo periodo en el año anterior esta disminuyó en un 0.1% originado fundamentalmente por el aumento de la fuerza laboral. Con respecto a la tasa de desocupación esta no ha tenido variaciones considerables durante el periodo.

Gráfico 1.3: Evolución de los Indicadores de Mercado en Chile



*Elaboración propia en base a datos
Proyectados por el INE*

La apreciación del número de personas fuera de la Fuerza de Trabajo realizada por el INE fue de 5.799.680 el cual refleja un aumento de 1,8% con respecto a igual trimestre del año anterior 100.360 personas. Por otra parte, se registra un aumento de 0,1% en relación al trimestre móvil anterior.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

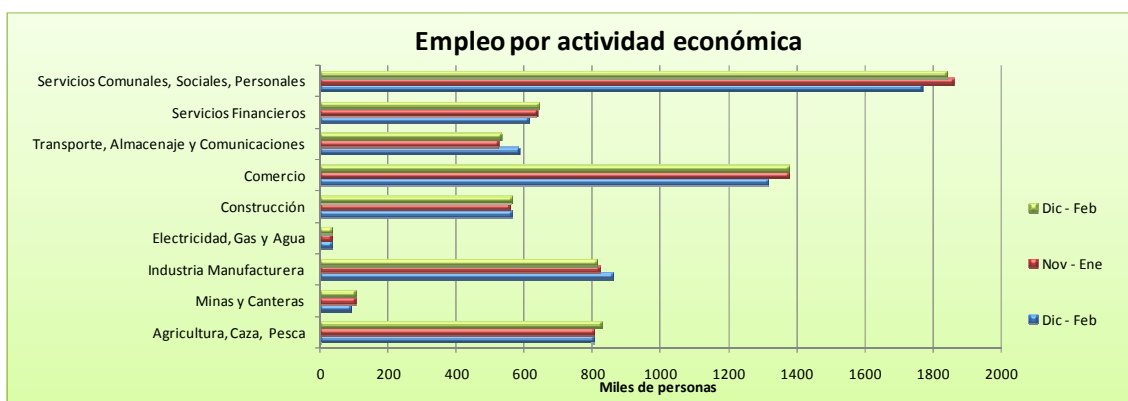
2) Situación por Rama de Actividad Económica, Grupo Ocupacional y Categoría Ocupacional.

2.1) Actividad económica

Las distintas actividades económicas del país tuvieron comportamientos diferentes en relación a la situación de empleo en comparación al mismo periodo en el año anterior, es posible apreciar gracias a los datos extraídos de la Nueva Encuesta Nacional de Empleo que los sectores donde creció el empleo, desde el punto de vista del crecimiento porcentual del empleo, corresponden a los de: Minas y Canteras: 13,9% (12.950); Servicios Financieros: 5,1% (31.650); Comercio: 4,6% (60.250); Servicios Comunales, Sociales y Personales: 4,3% (76.590); Electricidad, Gas y Agua: 2,9% (1.060) y Agricultura, Caza y Pesca: 2,6% (21.320).

Por otra parte, experimentan una disminución de la ocupación los sectores de: Transporte, Almacenaje y Comunicaciones: 8,9% (-52.110); Industria Manufacturera: 5,6% (-47.980) y Construcción: 0,1% (-770).

Gráfico 1.4: Situación del empleo por actividad económica en Chile



Elaboración propia en base a datos
Proyectados por el INE



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

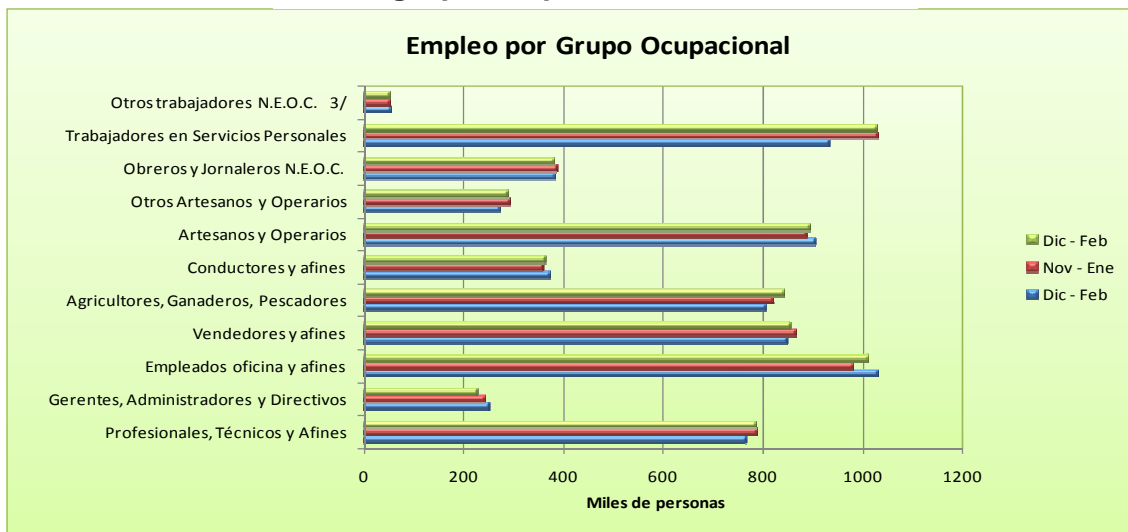
2.2) Grupo ocupacional

Un grupo ocupacional es un conjunto de clases homogéneas por el tipo de funciones o actividades, identificadas dentro de un mismo proceso productivo.

Éstos se fraccionan en once grupos en donde se puede observar un crecimiento de la ocupación en comparación con el año anterior en los siguientes: Trabajadores en Servicios Personales: 10,2% (95.790); Otros Artesanos y Operarios: 4,7% (12.890); Agricultores, Ganaderos y Pescadores: 4,4% (35.740); Profesionales, Técnicos y Afines: 2,7% (20.670) y Vendedores y Afines: 0,7% (6.290).

Registran disminuciones de la ocupación los grupos de: Gerentes, Administradores y Directivos: 8,3% (-20.860); Otros Trabajadores N.E.O.C. (actividades no bien especificadas): 5,1% (-2.910); Conductores y Afines: 2,7% (-10.090); Empleados de Oficinas y Afines: 2,0% (-20.680); Artesanos y Operarios: 1,5% (-13.180) y Obreros y Jornaleros N.E.O.C: 0,2% (-700).

Gráfico 1.5: Situación del empleo por grupo ocupacional en Chile



Elaboración propia en base a datos
Proyectados por el INE



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

2.3) Categoría Ocupacional

Ésta expresa las posiciones que las personas adquieren en el ejercicio de su trabajo: asalariado, obrero o empleado, empleado doméstico, trabajador por cuenta propia o independiente. Con respecto a esto, el INE precisó la situación de empleo por Categoría Ocupacional, con respecto a igual trimestre del año anterior, se observa crecimiento de la ocupación en la categoría de: Cuenta Propia: 8,6% (124.710) y Personal de Servicio: 7,4% (19.120). Registran una disminución de la ocupación en las Categorías de: Empleadores: 10,2% (-18.840); Familiar no Remunerado: 1,1% (-1.210) y Asalariados: 0,4% (-20.830).

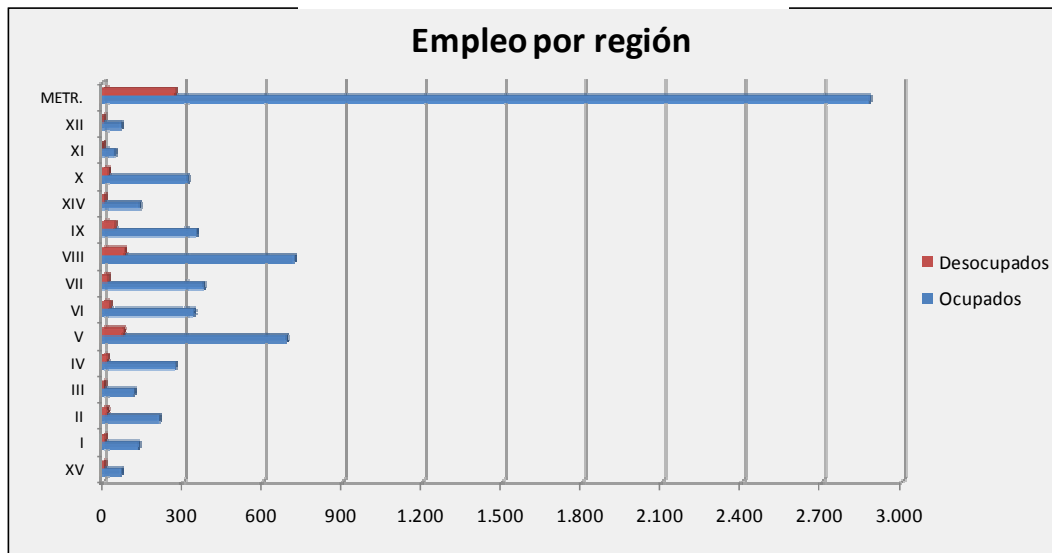
3) Situación de empleo en regiones

Desde el trimestre Enero-Marzo del año 2008, se estiman cifras provisionales de desempleo para las cuatro nuevas regiones derivadas de la nueva División Político-Administrativa del país. Al comparar las tasas regionales con igual trimestre del año anterior, se aprecia que la tasa de desocupación aumentó en ocho regiones y disminuyó en seis y se mantuvo en la región Metropolitana. En la descomposición por regiones, se tiene que la de mayor desempleo es la Octava Región del Bío-Bío, con 11%; seguida de la Quinta Región de Valparaíso, con 10,8% y la Tercera Región de Atacama, con 8,9%.

A la inversa, las regiones con menor desempleo oficial son la Undécima Región de Aysén, con 5,4%; la Primera Región de Tarapacá, con 5,9% y la Duodécima Región de Magallanes, con 6%. Por ciudades, las de mayor desempleo son Talcahuano, con 15,5%; Viña del Mar, 13,4%; Valparaíso, 13,3%; Chillán, 13%; San Antonio, 12,6% y Lota, 11,9%. Las ciudades de menor desempleo, según el reporte del INE, son San Fernando, 1,1%; Coyhaique; 3,6% y Punta Arenas, 4,2%.

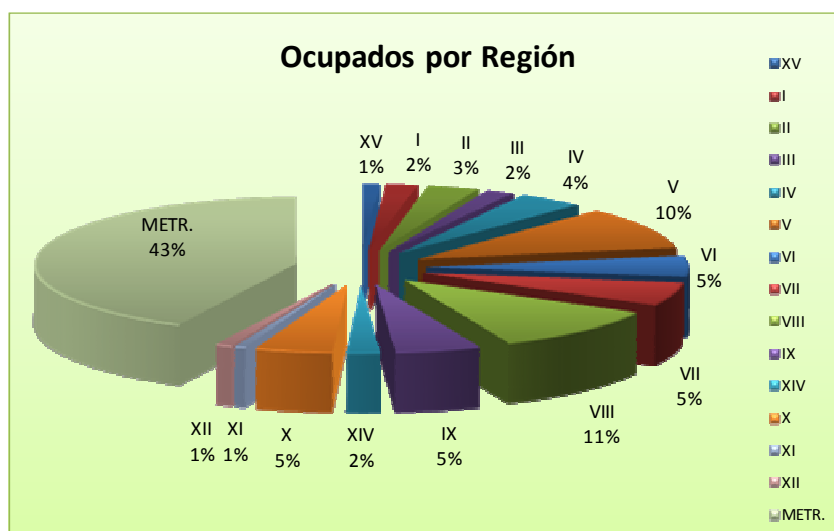


Gráfico 1.6: Situación del empleo por región en Chile



Elaboración propia en base a datos
Proyectados por el INE

Gráfico 1.7: Ocupados por Región en Chile



Elaboración propia en base a datos
Proyectados por el INE



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

4) Análisis general de las remuneraciones

En nuestro país el año 2009 las remuneraciones medias nominales registraron un aumento de 6,2%, que refleja una disminución de su dinamismo, comparado con el crecimiento de 9,4% del año previo. De esta manera, el promedio anual de las remuneraciones fue \$ 373.221. En términos reales el incremento fue de 4,6%, cifra 3,9 puntos porcentuales mayor a la variación real del año 2008. El promedio anual del año en estudio para las remuneraciones medias reales fue de \$ 318.556. La principal razón del menor dinamismo anual de las remuneraciones, se debe a la lentitud observada a lo largo del año en Actividades Inmobiliarias Empresariales y de Alquiler, así como en Construcción. En contrapartida, impulsadas sobretudo por el reajuste en el sector público, Servicios Sociales y de Salud, Enseñanza y Administración Pública lideraron las variaciones nominales. Esto, derivó en que las empresas de tamaño pequeño fueran las de mayor crecimiento, dada su preponderancia en las últimas categorías mencionadas.

5) Insatisfacción

Hay dos indicadores que muestran la insatisfacción del chileno corriente con su trabajo, o con su remuneración. Respecto del primero, los ocupados que buscaron otro empleo representaron 9,8% del total de ocupados, y sumaron 681.490 personas, lo que representó un incremento de 3,5%, equivalente a 22.800 personas, respecto al trimestre anterior. En cuanto a lo segundo, los ocupados que trabajan más de 45 horas efectivas a la semana representaron este trimestre un total de 31,1% del total de ocupados, lo que representa un aumento de 0,2 punto porcentual respecto del trimestre anterior. Este resultado fue influenciado por los aumentos de ocupados que trabajan 51 a 60 horas y 61 horas y más. Esto ratifica el antecedente de que los chilenos están entre las poblaciones con mayor



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

jornada laboral del mundo, directamente correlacionado con el bajo monto del ingreso por el trabajo.

Otra tendencia propia de este modelo, y que también aparece reflejado en el nivel estadístico, es la de la precarización del empleo.

El porcentaje de trabajadores con contrato definido, es decir, por obra, por faena, por contrato temporal o jornada parcial, llega a un 31%, versus un 69% con contrato indefinido, mientras que el porcentaje de trabajadores que declaran no tener contrato escrito, y no tener ninguna prestación social, llegó al 16,1%.

Del total de trabajadores con jornada parcial, el 55,9% declaró que es involuntario, contra un 44,1% que declaró hacerlo en forma voluntaria.

Este conjunto de datos es coherente con la caracterización del modelo neoliberal, abrumadoramente mayoría en los análisis críticos: todo para unos, poco para todos¹.

¹ Artículo: "Desempleo y estructura del empleo en Chile". Francisco Herreros. 2010.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

DIAGNÓSTICO DE LA CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

Los inicios de la carrera constan del año 1935 cuando la Universidad de Chile crea la Escuela de Ingeniería Comercial, aunque anteriormente, en el año 1924 la Universidad Católica creó la carrera de Administración de Empresas como un programa precursor de las carreras de gestión de empresas.

Su área de estudio es la gestión de recursos tanto en el área de Gestión, Marketing y Comercialización, Finanzas, Producción y Logística, Recursos Humanos, Proyectos, entre otros vislumbrando entregar competencias claves para la planificación, organización, dirección y control de la gestión empresarial en un medio altamente competitivo y cambiante, que contribuya a resolver los desafíos de eficiencia, globalización, innovación y responsabilidad social en las distintas organizaciones².

En Chile la carrera de Ingeniería Comercial es impartida por 52 universidades, tanto en instituciones privadas como pertenecientes al Consejo de Rectores (organismo que agrupa a las 25 universidades tradicionales, tanto estatales como privadas), en jornadas diurnas como vespertinas, con una duración entre nueve y once semestres.

Ingeniería Comercial, como carrera profesional, se ocupa de la formación de personas con énfasis en dos posibles especializaciones o menciones disciplinarias: la Administración y la Economía. La mención de Economía tiene como distinción entregar competencias que le permitan al profesional trabajar en el ámbito del análisis y resolución de problemas económicos y sociales, mientras

² Artículo: "Análisis exploratorio de los planes de estudio de Ingeniería Comercial en Chile." Sergio López Bohle, Luis Paredes Rojas. 2007.

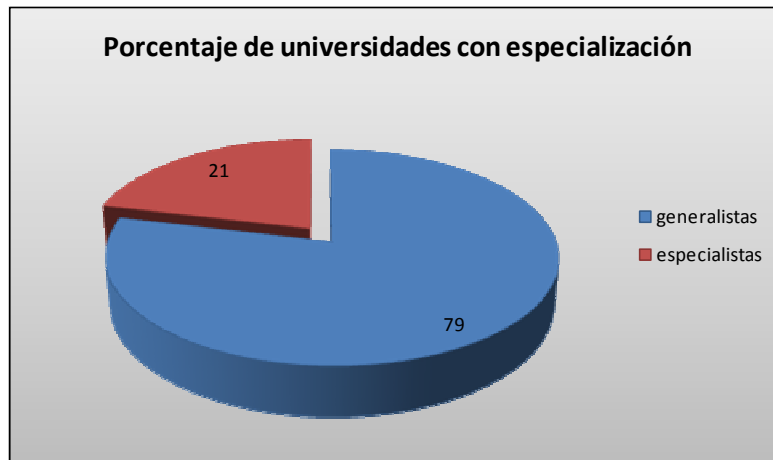


UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

que la mención de Administración tiene como competencias distintivas la preocupación por crear y administrar negocios y empresas³.

De las 47 universidades que cuentan con reconocimiento oficial por parte del Estado chileno⁴ y que imparten la carrera de Ingeniería Comercial el 21% de estas cuentan con una mención dentro de su título profesional, ya sea en economía o administración, es decir, sólo 10 del total de instituciones a las cuales se les llama especialistas. No obstante, la mayoría de las universidades de Chile se reconocen como generalistas, es decir, sus planes de estudio comprenden aspectos generales en el área de la administración sin necesidad de una mención, donde el 79% de estas instituciones educacionales están bajo esta metodología lo que comprende un total de 37 universidades.

Gráfico 1.8: Porcentaje de universidades con especialización en Chile



Fuente: Sistema Nacional de Información de la educación Superior

³ “Informe Final Comité Técnico de Acreditación Ingeniería Comercial”. Comisión Nacional de Acreditación. Ministerio de Educación. 2003.

⁴ El Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SIES) entidad dependiente de la División de Educación Superior del Ministerio de Educación de Chile mantiene un listado de las instituciones de educación superior que son reconocidas por el Estado vigentes hasta septiembre del 2010.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Durante la década del 90 la evolución del número de estudiantes matriculados en la carrera de Ingeniería Comercial tuvo importantes incrementos, pero estas matriculas se redujeron drásticamente en la primera década del siglo XXI manteniendo sólo crecimientos moderados.

Durante el periodo 1990-1999 tuvo una tasa anual de crecimiento de un 10% cifra que desciende durante la década 2000-2009 a una tasa anual de 2%.

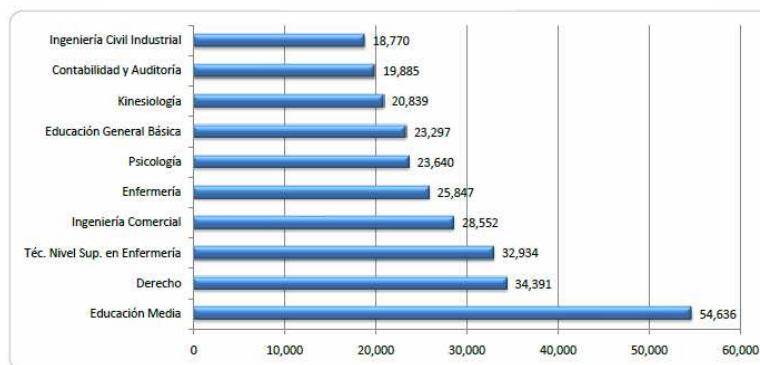
Tabla 1: Matrículas para la carrera de Ingeniería Comercial

Incremento matrícula	Tasa de incremento anual	Incremento matrícula	Tasa de incremento anual
1990-1999	1990-1999	2000-2009	2000-2009
135,5%	10,0%	19,6%	2,0%

Fuente: Sistema Nacional de Información de la educación Superior

A pesar que su índice de matriculas ha disminuido notoriamente en la última década, la carrera de Ingeniería Comercial sigue siendo una de las más demandadas en el mercado llegando a concentrar cerca del 90% de las matrículas de primer año.

Gráfico 1.9: Diez carreras con más matrículas en Chile en 2009



Fuente: Consejo Nacional de Educación



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Como estamos hablando de la carrera con mayor oferta académica las universidades deben diferenciarse para obtener un mayor número de matriculados. Por ejemplo, dentro de las diez mejores escuelas de Ingeniería Comercial más valoradas por el mercado, éstas le han dado un papel preponderante al inglés en donde van desde un examen para poder titularse, cursar asignaturas niveladoras que deben ser aprobarlas para obtener el título, cursar asignaturas obligatorias de inglés e, incluso, ofrecer programas de intercambio para los alumnos que decidan especializarse en el idioma.

Según el ranking de Universidades de la revista Qué Pasa⁵, desarrollado en base a la percepción de calidad de mil jefes de área y gerentes de distintos departamentos, áreas y empresas, preguntándoles básicamente de qué universidad prefieren que sea alguien al momento de contratarlo, las diez mejores escuelas de Ingeniería Comercial son:

1. Pontificia Universidad Católica de Chile
2. Universidad de Chile
3. Universidad Adolfo Ibáñez
4. Universidad Técnica Federico Santa María
5. Universidad de Concepción
6. Universidad de Santiago
7. Universidad de los Andes
8. Universidad Diego Portales
9. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
10. Universidad del Desarrollo

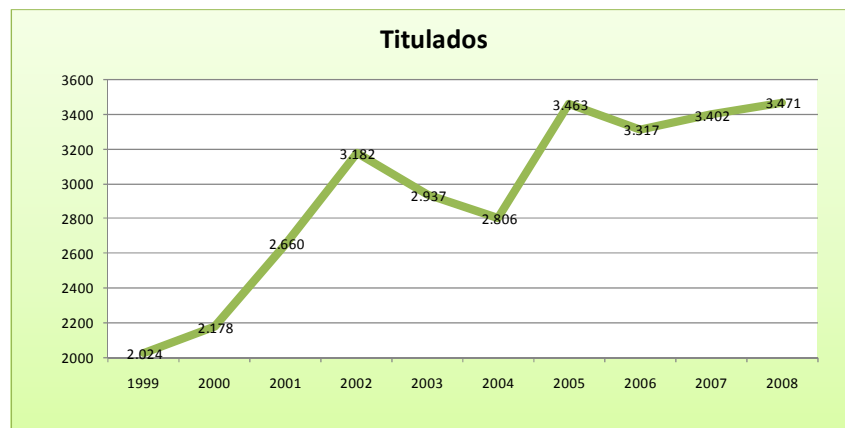
⁵Artículo: "Ranking de percepción de calidad: las 10 escuelas de Ingeniería Comercial más valoradas por el mercado laboral" realizado por la Revista Qué Pasa en diciembre de 2009.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Según los datos recopilados por el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (S/ES) el número de titulados en Ingeniería Comercial, que se entiende como aquel estudiante que ha cumplido con las exigencias establecidas por la institución de educación superior y ha obtenido un título profesional, ha variado con el paso del tiempo. Cuando en 1999 había un total de 2024 titulados en la carrera en el año 2008 esa cifra aumentó a 3471 titulados, logrando su Peak en el año 2005 con un total de 3463 titulados en Ingeniería Comercial en condición opuesta a lo ocurrido en el año anterior donde hubo sólo 2806 titulados.

Gráfico 1.10: Número de titulados en la carrera de Ingeniería Comercial



Fuente: Sistema Nacional de Información de la educación Superior

EL MERCADO

Según el estudio realizado por el portal de empleo trabajando.com (www.trabajando.com) sobre el mercado laboral en base a los vacantes de empleos publicados durante el 2009 se puede extraer lo siguiente:

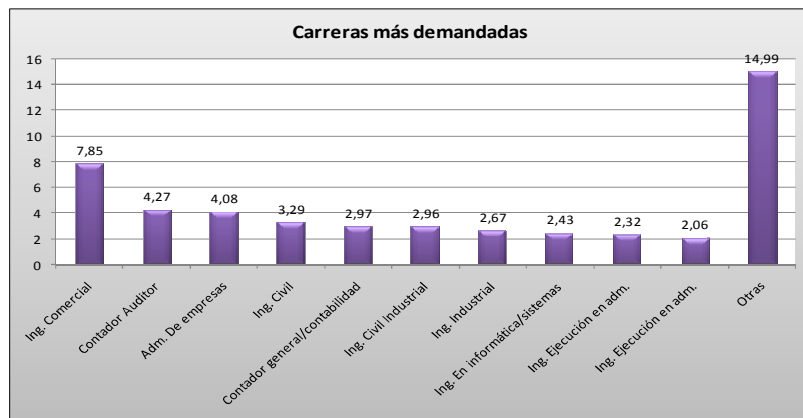
- La carrera más demanda por las empresas corresponde a Ingeniería Comercial con un 7,85% de las ofertas de empleo publicadas, seguido de Contador Auditor y Administración de Empresas.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

- Las empresas que demandan mayor cantidad de profesionales corresponden al sector Retail con un 9,8% (a diferencia de 2008 cuando este lugar lo ocupaban las empresas de Informática y Tecnológicas con un 7,5%) seguido de la Banca y las Telecomunicaciones con un 7,6% y 6,1% respectivamente.
- El porcentaje de publicaciones realizadas respecto al área de la empresa que más demanda profesionales corresponde al área Comercial y Ventas (con un 24,44%), seguido de la Informática (8,75%) y Recursos Humanos (6,34%).

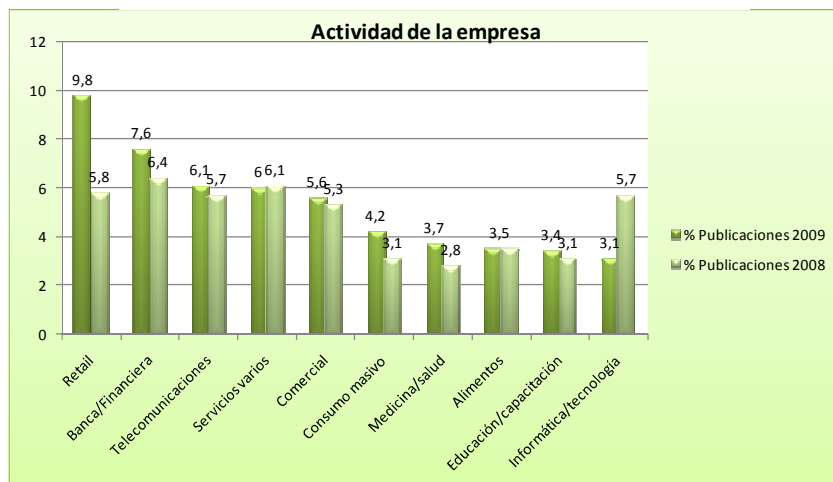
Gráfico1.11: Carreras más demandadas por las empresas



Elaboración propia en base a datos recopilados del portal trabajando.com

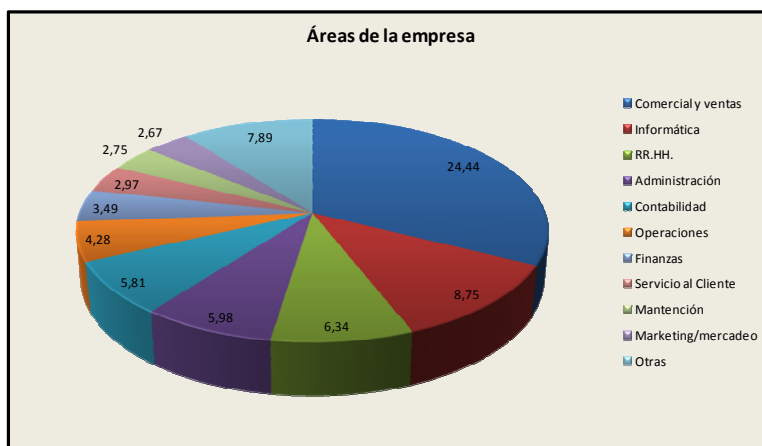


Gráfico 1.12: Actividad de la empresa



Elaboración propia en base a datos recopilados del portal trabajando.com

Gráfico 1.13: Áreas de la empresa



Elaboración propia en base a datos recopilados del portal trabajando.com

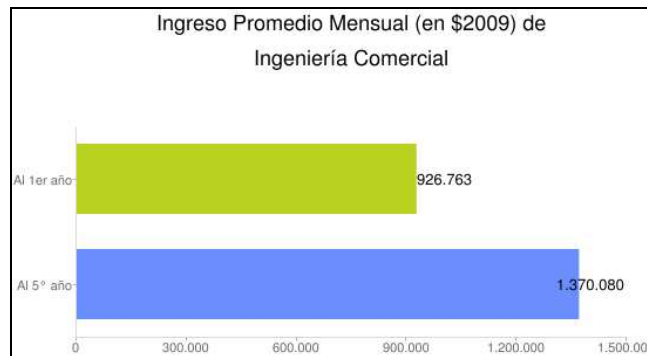
Junto con esto, y según las estadísticas extraídas del Sistema Nacional de Información de la Educación Superior el ingreso promedio mensual de un Ingeniero Comercial para el 2009 corresponde a un promedio de \$926.763, para el primer año de egreso, y para el quinto año de egreso esta cifra sube a \$1.370.080 encontrándose entre las 10 carreras mejor pagadas a primer año y entre las 20 mejor remuneradas al quinto año de haber egresado.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Ingeniería Comercial es una carrera muy demandada y en las que egresa un alto número de profesionales cada año, sin embargo continúa siendo rentable y se encuentra entre las mejores pagadas del sistema. A pesar de las numerosas opciones para estudiar esta carrera, los profesionales se encuentran entre los que tienen mejores proyecciones salariales durante toda la vida, cercano a los 250 millones de pesos más que un egresado de enseñanza media, lo que establece que Ingeniería Comercial es un programa conveniente en términos económicos para los titulados⁶.

Gráfico 1.14: Ingreso Promedio Mensual en 2009



Fuente: www.futurolaboral.cl

Dentro de los tramos de ingresos, que son una medida que muestra las diferencias de ingresos en la carrera, el valor del 10% superior corresponde a \$2.574.878 lo que quiere decir que el 10% de los titulados en Ingeniería Comercial gana más que esta cifra. Del mismo modo, el 25% superior gana más de \$1.761.380, el 25% inferior gana menos de \$707.070 y el 10% inferior gana menos de \$418.572, todos al quinto año de haber egresado.

⁶ Dato extraído artículo “ranking de carreras: las que más suben y bajan sus salarios” publicado por la tercera.com. especial admisión 2010.



Gráfico 1.15: Tramos de Ingreso mensual en 2009



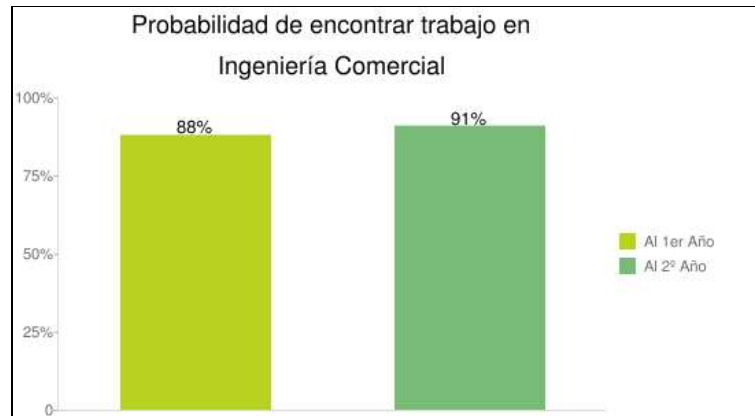
Fuente: www.futurolaboral.cl

Un factor importante al momento de optar por una carrera universitaria consiste en la empleabilidad. La empleabilidad es un término que hace referencia a las posibilidades que tiene un profesional de encontrar empleo. Entre los factores que entran en juego se encuentra la formación, la experiencia y las cualidades y actitudes personales. En el caso de Ingeniería Comercial esta tiene una alta posibilidad de encontrar trabajo una vez incorporado al mundo laboral teniendo un promedio de un 88% de posibilidades para el primer año de egreso y un 91% para el segundo.

Esto responde principalmente a que estos profesionales se pueden desempeñar en casi todas las áreas de una empresa, lo que es valorado por el mercado. Junto con esto, la existencia de una alta rotación de profesionales, ya que cada vez es más habitual que un buen profesional dure tres o cuatro años en una misma empresa y luego se cambie con el propósito de hacer carrera, hace que esta sea una carrera valorada y demandada.



Gráfico 1.16: Empleabilidad en Ingeniería Comercial



Fuente: www.futurolaboral.cl

CAMPO OCUPACIONAL

Los Ingenieros Comerciales tradicionalmente responden a las demandas del mercado laboral y por su desempeño han podido posicionarse en diversos cargos, entre ellos los gerenciales, tanto en empresas públicas como de índole privado. Las alternativas se extienden desde el desempeño en cargos directivos, administrativos o de estrategia en empresas de cualquier tipo de actividad económica competitiva, hasta realizar actividades como docente, integrante de equipos de investigación o su actuación como empresario.

Algunas de las funciones que realizan en su desempeño profesional son:

- Estratega, administrador o ejecutivo de empresas públicas o privadas en áreas de Dirección General, Marketing y Comercialización, Recursos Humanos, Finanzas y Producción.
- Profesional independiente como asesor de empresas, consultor o empresario.
- Docente o investigador académico.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Algunas instituciones en donde se desempeña:

- Empresas comerciales, financieras, industriales y de servicios tanto a nivel nacional como en el extranjero.
- Pequeñas y medianas empresas.
- Empresas propias.
- Empresas consultoras y departamentos de estudios.
- Instituciones del sector público relacionadas con la actividad económica y social.
- Organizaciones sin fines de lucro.
- Organismos económicos internacionales.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

CAPÍTULO DOS

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

OBJETIVO GENERAL

Esta investigación procura caracterizar los factores determinantes en las solicitudes de trabajo para los Ingenieros Comerciales en Chile basado en las ofertas publicadas de empleo tanto en los principales portales de Internet como en los diarios de circulación nacional.

La existencia de una alta cantidad de medios para publicar avisos de empleo y las dinámicas del entorno que enfrentan a las empresas a un ambiente cambiante y competitivo permiten evaluar los requerimientos que éstas piden a los candidatos a un puesto de trabajo a fin de optar por el solicitante que cumpla con los requisitos necesarios para hacer frente a estas variables.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar las habilidades y actitudes solicitadas por las empresas para la incorporación al mercado laboral de los Ingenieros Comerciales por medio de los avisos publicados.
2. Evaluar los conocimientos específicos y requisitos mínimos requeridos por las empresas por medio de los avisos de empleo publicados para la contratación de Ingenieros Comerciales.
3. Analizar los tipos de cargos e identificar las zonas geográficas de trabajo mediante las publicaciones realizadas por las empresas para la obtención de Ingenieros Comerciales.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

4. Determinar la cantidad y porcentaje de solicitudes exclusivas para Ingenieros Comerciales en relación a los avisos publicados en los medios nacionales.

5. Identificar el tipo de empresa, pública o privada, nacional o extranjera, que solicita mayor cantidad de Ingenieros Comerciales.

6. Examinar el nivel de experiencia que solicitan las empresas mediante los requerimientos publicados para los Ingenieros Comerciales.

7. Analizar la necesidad del manejo de un segundo idioma requeridos por las empresas en los avisos de empleo.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

METODOLOGÍA

DISEÑO

El diseño de la investigación se entenderá como el plan de investigación que intentará dar respuestas de forma clara y no ambigua a las preguntas planteadas en la misma.

La obtención de los resultados de la investigación tendrá un carácter exploratorio y descriptivo, por ello, la selección del diseño está basado en un tipo de investigación descriptiva que trabaja sobre las realidades de los hechos y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta de la información. Este estudio pretende desarrollar una fiel representación de los hechos estudiados y medir las variables con el fin de especificar las características más importantes que piden los avisos de empleo publicados en los medios de comunicación para los Ingenieros Comerciales.

Junto con esto, y de manera de hacer más atractivo el estudio, se realizará un análisis correlacional entre las variables de manera de medir el grado de relación entre ellas y la manera cómo interactúan dos variables entre sí. Si bien el estudio correlacional tienen un valor explicativo (aunque parcial) evalúa el grado de relación, pero no necesariamente busca explicar la causa y forma de relación entre las variables.

MUESTRA

En la mayoría de las investigaciones es recurrente utilizar una muestra para obtener un patrón de la realidad. Pero para que esta tenga la representatividad requerida es necesario que el diseño muestral se atenga a los principios de las técnicas de muestreo.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

El muestreo consiste en la selección de un número relativamente pequeño de elementos tomado de un grupo de elemento definido mayor, con la expectativa que la información recogida del grupo menor permita que se hagan juicios sobre el grupo mayor. (Hair Bush- Ortinau, 2004).

Una vez que ya se decidió realizar un muestreo de la población en estudio, en primera instancia se consideró la población objetivo que se quiere estudiar, pues definir mal ésta, entregará resultados incorrectos. Con lo que respecta a esta investigación la población objetivo son los avisos laborales publicados en distintos medios de difusión relacionados con las actividades competentes a los Ingenieros Comerciales en Chile.

Para el estudio se extrajo información de los principales portales de Internet especializados en la publicación de ofertas laborales, además de las publicaciones electrónicas de los diarios considerados de mayor circulación en el país por región contemplando un periodo de recolección de datos de dos meses que inició el 2 de agosto y concluyó el 2 de octubre del presente año, extrayendo diariamente los avisos publicados de ambas fuentes de información. A continuación se presentan los portales y diarios en publicaciones electrónicas utilizados:

Principales Portales de Internet	
www.bumeran.cl	www.trabajando.com
www.computrabajo.cl	www.zonajobs.cl
www.infoempleo.cl	www.sinpega.cl
www.laborum.cl	

Diarios de mayor circulación por región	
www.emol.com	www.elaaustraldetemuco.cl
www.lanacion.cl	www.laestrelladechiloe.cl
www.estrellaiquique.cl	www.diarioaysen.cl



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

www.elmercuriodeantogasta.cl	www.laprensaaustral.cl
www.diariodeatacama.cl	www.australdelosrios.cl
www.diariolaregion.cl	www.estrellaarica.cl
www.elmercuriodevalparaiso.cl	www.diarioviregion.cl
www.diarioelsur.cl	www.diariolaprensa.cl

En la actualidad no existen cifras concretas que expresen el número total de avisos publicados en los portales y diarios en Internet, puesto que la mayoría de los avisos son publicados en más de un medio de difusión, lo que impide realizar un cálculo del número de avisos únicos publicados. Sólo existen datos difundidos por el portal trabajando.com en asociación con otros medios (El mercurio, Universia) en que el número de avisos enfocados a los Ingenieros Comerciales alcanzó el 7.85% sobre la base de más de 1 millón 600 mil de vacantes de empleo publicadas durante el 2009, lo que permite inferir que el número de vacantes para los Ingenieros Comerciales fue de 125.600 avisos siendo la más demandada durante el periodo de estudio.⁷

De estos medios de difusión se extrajeron 799 avisos durante el periodo de estudio que contemplo los meses de agosto y septiembre del presente año.

PROCEDIMIENTO

La primera etapa de esta investigación, consistió en seleccionar todos aquellos avisos publicados (dentro del universo de 23 medios de difusión), que cumplieran con el requisitos de estar dirigido hacia los Ingenieros Comerciales. Para esto se hizo necesario definir cuales son las actividades que deberían desarrollar estos profesionales en relación a la formación académica obtenida.

⁷ Artículo "Estudio Mercado Laboral 2009" realizado por el portal <http://www.trabajando.cl>



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

A continuación se exponen los criterios para la consideración de los avisos publicados:

- 1) Avisos orientados hacia la Gestión de Recursos tanto en el área de Gestión, Marketing y Comercialización, Finanzas, Producción y Logística, Recursos Humanos, Proyectos.
- 2) Avisos conducidos hacia la planificación, organización, dirección y control de la gestión empresarial, gestión estratégica y gestión operacional.
- 3) Avisos que comprendan el ingreso a cargos relacionados con:
 - Directorio, Gerencia General
 - Controller
 - Investigación de Mercados.
 - Producción, en relación a cooperar con el diseño, valor agregado y servicio post venta.
 - Asesorías o consultorías.
 - Docencia relacionada al área empresarial

La segunda etapa consistió en formar una base de datos con el total de los avisos, tomando en cuenta la clasificación descrita en la primera etapa. Después de tener la base de datos total se procedió a agrupar las características esenciales relacionadas con el cumplimiento de los objetivos mediante la codificación de los datos, ésta radica en asignar a cada variable un código numérico. Al ser capturado el aviso de empleo los datos se ordenan según la codificación que se ha asignado a cada variable con el fin de ayudar al orden de los datos y a su posterior proceso de análisis.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Esta codificación generó la siguiente simbología:

Medio de difusión (MD): Hace referencia al instrumento por el cual se realiza el proceso comunicacional de la vacante.

1. Portales: si los datos fueron extraídos de los portales de Internet señalados anteriormente.
2. Diarios: si los datos fueron extraídos de los diarios nacionales señalados anteriormente.

Tipo de aviso (TA): Define al aviso dependiendo de las características descriptivas con que cuenta este.

1. Específico: Se reconoce como específico al aviso que trae como mínimo tres requisitos para optar al puesto de trabajo en su publicación.
2. General: Es el aviso que no indica muchos requisitos mínimos sino sólo se detalla al profesional que se necesita.

Habilidades y aptitudes (HyA): Busca en el aviso referencias claras hacia la necesidad de capacidades y habilidades para formar parte de una organización.

1. No específica: es decir el aviso no detalla habilidades y aptitudes requeridas.
2. Habilidades Técnicas: involucra el conocimiento y experticia en determinados procesos, técnicas o herramientas propias del cargo o área específica.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

3. Habilidades Humanas: Se refiere a aptitudes personales y sociales, a la habilidad de interactuar efectivamente con la gente.
4. Habilidades Conceptuales: se trata de la formulación de ideas, de entender relaciones abstractas, desarrollar nuevos conceptos, resolver problemas en forma creativa.
- 5 hasta el 8: combinación de áreas. Si el aviso solicita más de un tipo de habilidad.

Conocimientos específicos (CE): Se determina si el aviso expresa como requisitos el manejo y conocimientos del postulante en distintas áreas de la actividad empresarial.

1. No especifica: El aviso no detalla conocimientos específicos requeridos.
2. Área Financiera: El aviso especifica tener conocimientos sobre temas relacionados con el Área Financiera.
3. Área Recursos Humanos: El aviso especifica tener conocimientos sobre temas relacionados con el Área de los Recursos Humanos.
4. Área Gestión: El aviso especifica tener conocimientos sobre temas relacionados con el Área de Gestión.
5. Área Informática: El aviso especifica tener conocimientos sobre temas relacionados con el Área Informática.
6. Área Marketing: El aviso especifica tener conocimientos sobre temas relacionados con el Área de Marketing.
7. Área Contabilidad: El aviso especifica tener conocimientos sobre temas relacionados con el Área de Contabilidad.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Nivel de estudio (NE): Define el nivel educacional requerido en el aviso.

1. No Especifica: El aviso no detalla el nivel de estudio requerido
2. Titulado: Si el profesional que se requiere debe estar titulado en la carrera de Ingeniería Comercial.
3. Egresado: Si el profesional que se requiere puede estar egresado en la carrera de Ingeniería Comercial.
4. Postgrado: Si el profesional que se requiere debe tener estudios de postgrado.
5. Incompleta: Si el profesional que se requiere no necesita tener sus estudios superiores de Ingeniería Comercial terminados.

Tipo de cargo (TC): Identifica cual es el cargo a disposición del postulante.

1. No especifica: Si el aviso no especifica el cargo al cual se optará.
2. Gerencial: Si el aviso requiere llenar un cargo de tipo gerencial.
3. Jefe: Si el aviso requiere llenar un cargo de jefatura.
4. Ejecutivo: Si el aviso requiere llenar un cargo de tipo ejecutivo.
5. Analista: Si el aviso requiere llenar un cargo de analista.
6. Representante: Si el aviso requiere llenar un cargo de representante.
7. Docencia: Si el aviso requiere llenar un cargo de docencia.
8. Consultor: Si el aviso requiere llenar un cargo de consultor.
9. Supervisor: Si el aviso requiere llenar un cargo de supervisor.
10. Asistente: Si el aviso requiere llenar un cargo de asistente.
11. Administrador: Si el aviso requiere llenar un cargo de administrador.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

12. Asesor: Si el aviso requiere llenar un cargo de asesor.
13. Encargado: Si el aviso requiere llenar un cargo de encargado.
14. Auditor: Si el aviso requiere llenar un cargo de auditor.

Región (R): Identifica cual es la región basado en la distribución del territorio nacional de donde proviene la vacante.

1. No especifica: el aviso no especifica la región del país en donde se llevará a cabo el trabajo.
2. Primera Región: el aviso indica que el puesto vacante se llevará a cabo en la región de Tarapacá.
3. Segunda Región: el aviso indica que el puesto vacante se llevará a cabo en la región de Antofagasta.
4. Tercera Región: el aviso indica que el puesto vacante se llevará a cabo en la región de Atacama.
5. Cuarta Región: el aviso indica que el puesto vacante se llevará a cabo en la región de Coquimbo.
6. Quinta Región: el aviso indica que el puesto vacante se llevará a cabo en la región de Valparaíso.
7. Sexta Región: el aviso indica que el puesto vacante se llevará a cabo en la región del Libertador General Bernardo O`Higgins.
8. Séptima Región: el aviso indica que el puesto vacante se llevará a cabo en la región del Maule.
9. Octava Región: el aviso indica que el puesto vacante se llevará a cabo en la región del Bío-Bío.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

10. Novena Región: el aviso indica que el puesto vacante se llevará a cabo en la región de la Araucanía.
11. Décima Región: el aviso indica que el puesto vacante se llevará a cabo en la región De Los Lagos.
12. Undécima Región: el aviso indica que el puesto vacante se llevará a cabo en la región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo.
13. Duodécima Región: el aviso indica que el puesto vacante se llevará a cabo en la región de Magallanes y Antártica Chilena.
15. Decimocuarta Región: el aviso indica que el puesto vacante se llevará a cabo en la región De Los Ríos.
16. Decimoquinta: el aviso indica que el puesto vacante se llevará a cabo en la región de Arica y Parinacota.
17. Metropolitana: el aviso indica que el puesto vacante se llevará a cabo en la Región Metropolitana.
18. Extranjero: el aviso indica que el puesto vacante se llevará a cabo en el extranjero.

Exclusividad (E): Reconoce si el aviso se encuentra enfocado de forma exclusiva hacia lo Ingenieros Comerciales o incluye a otros tipos de profesionales como alternativa.

1. Exclusivo: Si el aviso está dirigido sólo a los Ingenieros Comerciales.
2. No exclusivo: Si el aviso está dirigido además a otra clase de profesionales.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Carrera (C): Si el aviso está dirigido además de a un Ingeniero Comercial a otro tipo de profesional, es necesario especificar la carrera a la cual pertenece el postulante.

1. No especifica: Si el aviso no especifica el nombre de la carrera de la cual debe ser el postulante de la vacante.
2. Ingeniería Civil Industrial: Si el postulante estudió la carrera de Ingeniería civil industrial, rama de la ingeniería que define a este profesional como aquel capacitado para el diseño y gestión de organizaciones, de planificación en empresas y corporaciones de amplio espectro.
3. Auditoría: Si el postulante estudió la carrera de Contador Público y Auditor, es decir, profesional dedicado a aplicar, manejar e interpretar la contabilidad de una organización que sirve para la toma de decisiones.
4. Administración de empresas: Si el postulante estudió la carrera de administración de empresas, ciencia social y técnica que se ocupa de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, el conocimiento) de la organización.
5. Psicología: Si el postulante estudió la carrera de Psicología, es decir, la disciplina que estudia los procesos psíquicos, incluyendo procesos cognitivos internos de los individuos, así como los procesos socio cognitivos que se producen en el entorno social, lo cual involucra la cultura.
6. Informática: Si el postulante estudió la carrera de Ingeniería en informática la que se entiende como la rama de la ingeniería que aplica los fundamentos de la ciencia de la computación, la electrónica y la ingeniería de software, para el desarrollo de soluciones integrales de cómputo y comunicaciones, capaces de procesar información de manera automática.
7. Ingeniería Mecánica: Si el postulante estudió la carrera de Ingeniería Mecánica el cual se entiende como el campo de la ingeniería que implica el



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

- uso de los principios físicos para el análisis, diseño, fabricación y mantenimiento de sistemas mecánicos.
8. Ingeniería en Ejecución: Si el postulante estudió alguna carrera de Ingeniería en Ejecución que le permita desempeñarse en los mandos medios de una empresa. También comprende aspectos éticos, humanistas, profesionales y técnicos.
 9. Relaciones Públicas: Si el postulante estudió la carrera de Relaciones Públicas la que se conoce como la disciplina encargada de gestionar la comunicación entre una organización y un mapa de públicos clave para construir, administrar y mantener su imagen positiva.
 10. Periodismo: Si el postulante estudió la carrera de Periodismo, actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad.
 11. Ingeniería Eléctrica: Si el postulante estudió la carrera de Ingeniería eléctrica la que se ocupa del estudio y la aplicación de la electricidad, la electrónica y el electromagnetismo.
 12. Agronomía: Si el postulante estudió la carrera de Agronomía, ciencia cuyo objetivo es mejorar la calidad de los procesos de la producción agrícola fundamentada en principios científicos y tecnológicos; estudia los factores físicos, químicos, biológicos, económicos y sociales que influyen o afectan al proceso productivo.
 13. Ingeniería Industrial: Si el postulante estudió la carrera de Ingeniería industrial la cual se entiende como la rama de la ingeniería que se ocupa del desarrollo, mejora, implantación y evaluación de sistemas integrados de gente, dinero, conocimientos, información, equipamiento, energía, materiales y procesos.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

14. Ingeniería Logística: Si el postulante estudió la carrera de Ingeniería logística, rama de la ingeniería que tiene como objeto de estudio la logística, es decir, la compra, transporte, almacenaje y distribución de materias primas, productos semiterminados y productos terminados, para lograr una gestión eficiente de estas actividades.
15. Ingeniería Civil: Si el postulante estudió la carrera de Ingeniería civil el cual implica conocimientos de física, química, cálculo y geología a la elaboración de infraestructuras, obras hidráulicas y de transporte.
16. Ingeniería en Transporte: Si el postulante estudió la carrera de Ingeniería en transporte, rama de la ingeniería civil que trata sobre la planificación, diseño y operación de tráfico en las calles, carreteras y autopistas, sus redes, infraestructuras, tierras colindantes y su relación con los diferentes medio de transporte.
17. Abogado: Si el postulante estudió la carrera de abogado. Es aquella persona que ejerce profesionalmente la defensa jurídica de una de las partes en juicio, así como los procesos judiciales y administrativos ocasionados por ella. Además, asesora y da consejo en materias jurídicas.
18. Publicista: Si el postulante estudió la carrera de publicista. Una carrera enfocada al diseño, planificación, producción y evaluación de proyectos para la promoción de productos y servicios, y el desarrollo de la imagen corporativa de empresas y otros organismos.
19. Arquitectura: Si el postulante estudió la carrera de Arquitectura la cual consiste en la técnica o el arte de quien realiza proyectos y dirige la construcción de edificios y estructuras.
20. Turismo: Si el postulante estudió la carrera de turismo la cual apunta a contribuir a la conducción de este sector, contando con profesionales



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

especialmente preparados para una buena gestión, ya que de eso dependerá el logro de un turismo rentable y competitivo.

Tipo de empresa (TE): Determina cual es la clase de organización que genera la vacante y según el origen del capital de esta.

1. No especifica: Si el aviso no detalla el tipo de empresa al que pertenece.
2. Pública: Si el aviso es de una empresa estatal.
3. Privada: Si el aviso es de una empresa privada.
4. Extranjera: Si el aviso pertenece a una empresa extranjera.

Actividad de la empresa (AE): Consiste en definir la actividad ejercida por la empresa que genera la vacante, en relación al Clasificador Chileno de Actividades Económicas.⁸

1. No especifica: si el aviso no indica la actividad a la cual se dedica la empresa.
2. Agropecuaria/Silvícola: Si la empresa se dedica a la actividad agropecuaria o silvícola.
3. Pesca Extractiva: Si la empresa se dedica a la actividad de pesca extractiva.
4. Minería: Si la empresa se dedica a la actividad minera.
5. Industria: Si la empresa se dedica a la actividad industrial.
6. Construcción: Si la empresa se dedica a la construcción.

⁸ Información extraída de Clasificación Internacional Industrial Uniforme perteneciente al INE. <http://lingue.ine.cl/nomenclaturas/fichastecnicas/ciiu.html>



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

7. Comercio, hoteles y restaurantes: Si la empresa se dedica al comercio, hotelería o restaurante.
8. Transporte y comunicaciones: Si la empresa se dedica a la actividad de transportes y comunicaciones.
9. Servicios financieros y empresariales: Si la empresa se dedica a los servicios financieros y empresariales.
10. Propiedad de vivienda: Si la empresa se dedica a la actividad de propiedad de vivienda.
11. Servicios sociales y personales: Si la empresa se dedica a los servicios sociales y personales.
12. Administración Pública: Si la empresa se dedica a la administración pública.

Experiencia (Ex): Define cual es la cantidad de años de experiencia laboral expuesta en el aviso.

1. No especifica: Si el aviso no especifica nivel de experiencia requerida.
2. Sin experiencia: Si el profesional que se requiere no necesita tener experiencia.
3. Un año: Si el profesional que se requiere necesita contar con un año de experiencia.
4. Dos años: Si el profesional que se requiere necesita contar con dos años de experiencia.
5. Tres años: Si el profesional que se requiere necesita contar con tres años de experiencia.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

6. Más de tres años: Si el profesional que se requiere necesita contar con más de tres años de experiencia.

Idioma (I): Identifica si el aviso expresa como requisito el manejo en un segundo idioma y cual idioma requiere.

1. No especifica: Si el aviso no especifica requisitos en algún idioma.
2. Inglés: Si el aviso tiene como requisito el manejo del inglés.
3. Francés: Si el aviso tiene como requisito el manejo del francés.
4. Alemán: Si el aviso tiene como requisito el manejo del alemán.
5. Otros: Si el aviso tiene como requisito el manejo en algún otro idioma.

Nivel de idioma (NI): Determina cual es nivel de manejo de un segundo idioma.

1. No especifica: Si el aviso no especifica nivel de idioma requerido.
2. Básico: Si el aviso especifica un nivel de idioma básico.
3. Medio: Si el aviso especifica un nivel de idioma medio.
4. Avanzado: Si el aviso especifica un nivel de idioma avanzado.

Renta (Re): Agrupa el nivel de renta expuesto en el aviso.

1. No especifica: si el aviso no detalla la renta a ganar.
2. Menos de 500.000: si el sueldo que se ofrece en el aviso es menor a quinientos mil pesos.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

3. 500.000-1.000.000: si el sueldo que se ofrece en el aviso esta entre los quinientos mil y el millón de pesos.
4. 1.000.000-1.500.000: Si el sueldo que se ofrece en el aviso está entre el millón y el millón y medio de pesos.
5. Más de 1.500.000: Si el sueldo que se ofrece en el aviso es más de un millón y medio de pesos.

A modo de ejemplo se presenta una tabla que representa de forma grafica la codificación de los datos.

Tabla 2.1: Ejemplo de Codificación

Avisos	M	D	T	A	H y A	C	E	N	E	T	C	R	E	T	E	A	E	Ex	I	N	I	R	
1	1	1	1	1	1	1	2	5	17	1	3	6	3	1	1								
2	1	1	1	3	3	2	8	17	1	1	5	3	1	2	1								
3	1	2	1	1	2	1	17	1	1	5	4	1	1										
4	1	1	2	21	2	5	17	2	1	10	2	1	1										

Fuente: Elaboración propia

Con lo que respecta a la tercera etapa, como gran parte de los avisos son publicados en más de un medio con la intención de difundir de forma mas amplia la oferta laboral, esto genera que existan avisos repetidos, los cuales a través de métodos de cotejo fueron eliminados de la base de datos de esta investigación, ya que causarían imperfecciones en los resultados.

La cuarta etapa consistió en preparar los datos para realizar un análisis de correlación el cual determinó la relación existente entre las distintas variables.

Lo primero fue definir qué variables están interrelacionadas, debido a que no era necesario poner en análisis todos los aspectos evaluados porque no son de



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

trascendencia para la investigación. Éstas se definieron de acuerdo a la relevancia de la información que nos entrega, es decir, dependiendo de la cantidad de datos que se hayan podido extraer de los avisos de empleo en cada variable agrupada, debido a que existen áreas en donde la información recopilada de los avisos es insuficiente para realizar un análisis de interdependencia y si se realiza entregará información no acorde a la realidad.

Las variables seleccionadas fueron:

- Tipo de cargo – Conocimientos específicos.
- Tipo de cargo – Idioma.
- Tipo de cargo – Experiencia.
- Tipo de empresa – Exclusividad.
- Tipo de empresa – Experiencia.
- Actividad de la empresa – Habilidades y aptitudes

Éstos se realizaron mediante herramientas estadísticas del programa Excel, utilizando el resultado del coeficiente de correlación (R) como indicador de la dependencia entre ambas variables.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

CAPÍTULO TRES

RESULTADOS



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

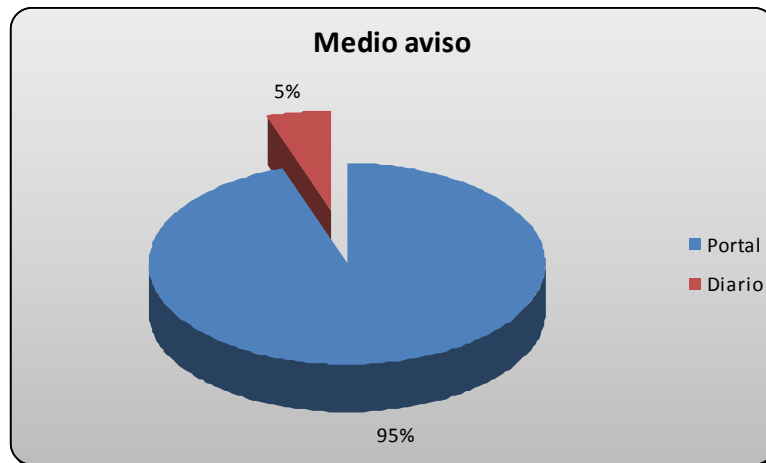
RESULTADOS

En el siguiente capítulo se presentan los resultados obtenidos una vez codificados los datos extraídos de los avisos de empleo desde los portales de Internet y diarios de circulación nacional, con el fin de dar respuesta a los objetivos planteados en el capítulo anterior y conocer el comportamiento del mercado con respecto a los requerimientos que se solicitan a un Ingeniero Comercial al momento de su incorporación en alguna organización empresarial.

3.1. Medio de Difusión

Del total de avisos evaluados durante agosto y septiembre que sumaron 799 publicaciones, el 95% son anunciados en los portales de Internet especializados para dicho tema y los cuales se detallaron en el capítulo anterior, mientras que sólo el 5% de éstos son publicados en los diarios de circulación nacional.

Gráfico 3.1: Medio de Difusión



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

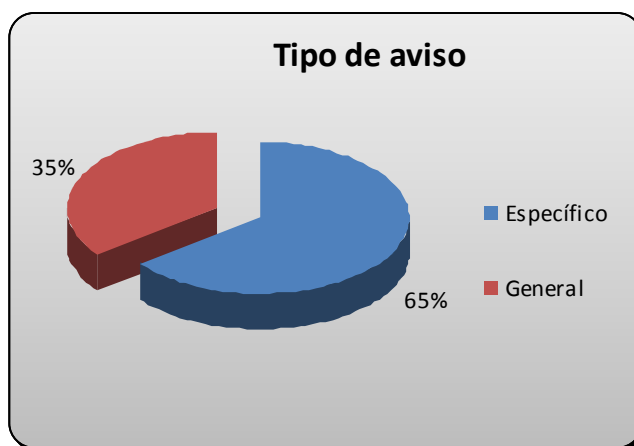


3.2. Tipo de aviso

Al 35% de los avisos de empleo se le puede clasificar como generalistas, es decir, no son claros en detallar qué características precisan de los postulantes a una vacante de empleo, por lo tanto no especifican requisitos mínimos, precisos y claros para discriminar a un postulante de otro.

Sin embargo, el 65% de los avisos si detallan requisitos específicos para el postulante, según las condiciones necesarias para llevar a cabo un determinado cargo o según los intereses que les afecte a la empresa, a los que se les llama avisos específicos.

Gráfico 3.2: Tipo de Aviso



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

Cuando se habla de requisitos para la vacante de empleo se hace referencia a peticiones especiales que pueda solicitar la empresa al postulante para dicha vacante de trabajo. Algunos de estos requisitos son: cumplir con un cierto nivel de estudio, estar especializado en un área de estudio determinada, contar con habilidades o aptitudes específicas, haber cursado una cierta carrera, tener algún nivel de experiencia laboral o un cierto nivel de idioma, entre otras.



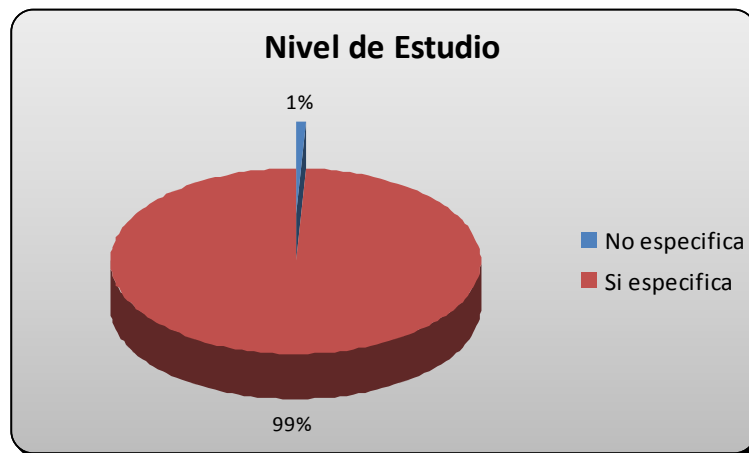
UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Para clasificar el tipo de aviso, se utilizó un criterio mínimo de tres de estos requisitos para clasificarlo como aviso específico con los cuales se pudo llegar a los resultados ya expuestos.

3.3. Nivel de Estudio

Prácticamente todos los avisos de empleo analizados detallan el nivel de estudio que requieren en el postulante. Como se aprecia en el gráfico N° 3.3 esta categoría obtiene un 99% del total de avisos en comparación con los que no especifican el nivel de estudio necesario, que sólo ocupa el 1% de los avisos siendo 7 anuncios los que no detallaron esta categoría.

Gráfico 3.3: Difusión del Nivel de Estudio



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

De los 792 avisos que detallaron el nivel de estudio, el 94% requieren profesionales titulados mientras que sólo el 3% solicita a egresados en la carrera y un 2% solicita postulantes con estudios de postgrado.

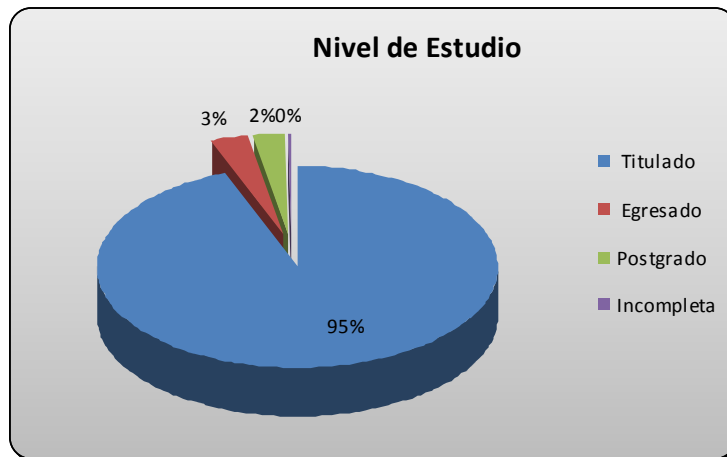
En el caso de la educación incompleta sólo 2 avisos permitían que el postulante no hubiese terminado sus estudios superiores para poder postular a la vacante, pero



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

que éste si cuente con conocimientos y nociones en el ámbito comercial o que su formación le permita desenvolverse en dicha materia.

Gráfico 3.4: Distribución del Nivel de Estudio



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

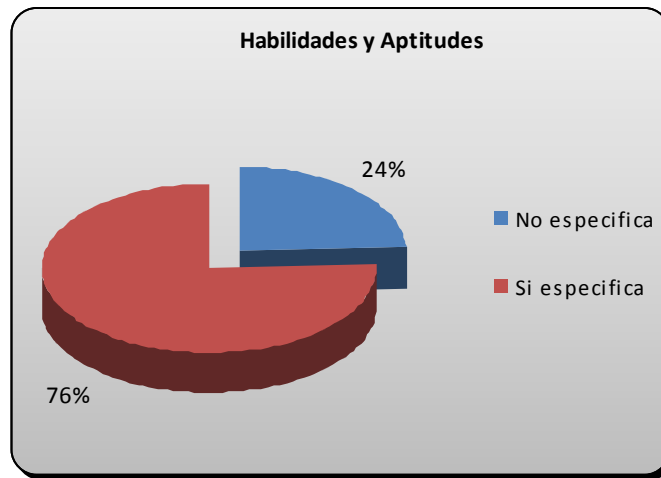
Una particularidad consiste en que tres avisos especificaron universidades de las cuales convendría que estuviera titulado el postulante a la vacante de empleo. Un aviso prefería a un titulado de la Universidad Arturo Prat, otro prefería a un titulado de la Universidad del Desarrollo, Universidad Finis Terra, Universidad Diego Portales, Universidad de los Andes o Universidad Gabriela Mistral y el último prefería a un titulado de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Universidad de Chile, Universidad Adolfo Ibáñez, Universidad de los Andes o Universidad Finis Terrae.



3.4. Habilidades y Aptitudes

El 76% de los avisos describe habilidades o aptitudes necesarias con las que debe contar un postulante a una vacante de empleo, mientras que un 24% de los avisos no especifica ni detalla la necesidad en alguna habilidad concreta.

Gráfico 3.5: Difusión de Habilidades y Aptitudes



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

Entre los avisos que detallan alguna destreza requerida el 55% solicita habilidades técnicas, es decir, tener capacidades en determinadas herramientas, técnicas o procesos referentes al cargo a ocupar o en al área a desenvolverse.

El 25% detalla habilidades humanas como trabajo en equipo, proactividad, orientación al logro, creatividad, capacidad de análisis, empatía, liderazgo, entre otras.

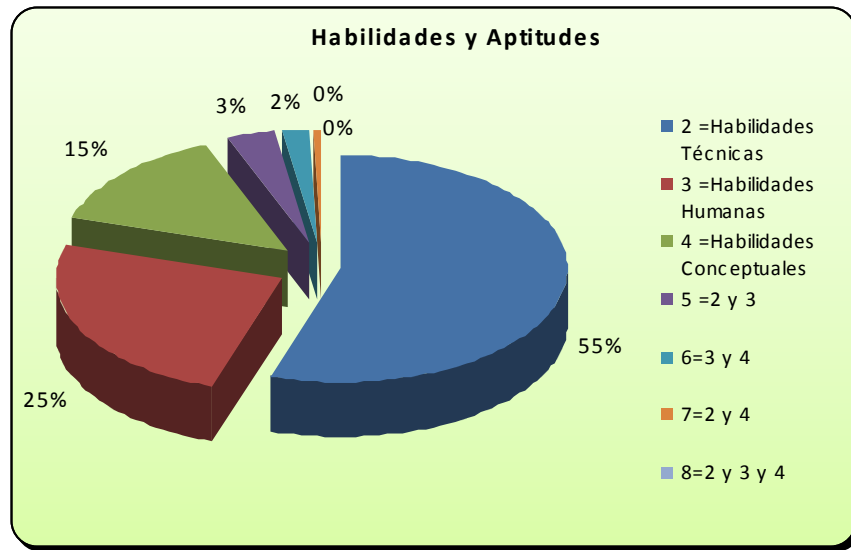
El 15% corresponde a habilidades conceptuales, como pensar estratégicamente, analizar los asuntos usando una lógica precisa en el análisis, usar un juicio sensato para tomar decisiones razonables e innovar con el fin de formular ideas y resolver problemas.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Del mismo modo en los avisos no sólo se solicita una clase de habilidad o aptitud. Por ejemplo el 3% de las publicaciones piden tener tanto habilidades técnicas como humanas y el 2% piden habilidades humanas y conceptuales a un mismo postulante.

Gráfico 3.6: Distribución de Habilidades y Aptitudes



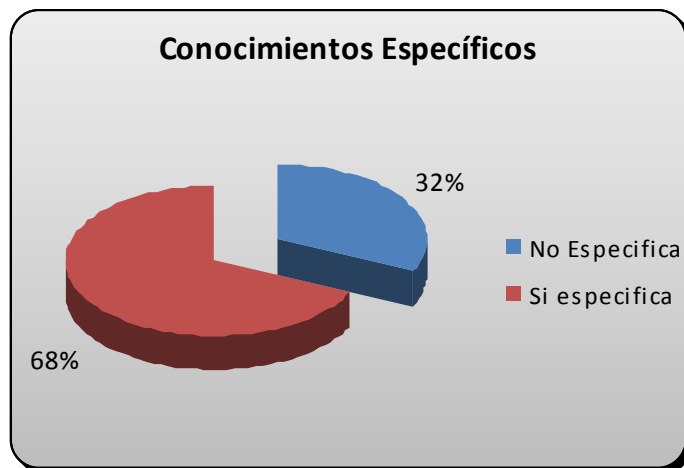
Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

3.5. Conocimientos Específicos

El 68% de los avisos detalla la necesidad de alguna clase de conocimiento específico necesario con el que debe contar el postulante a la vacante de empleo, mientras que el 32% no especifica un conocimiento concreto en un área determinada.



Gráfico 3.7: Difusión de Conocimientos Específicos



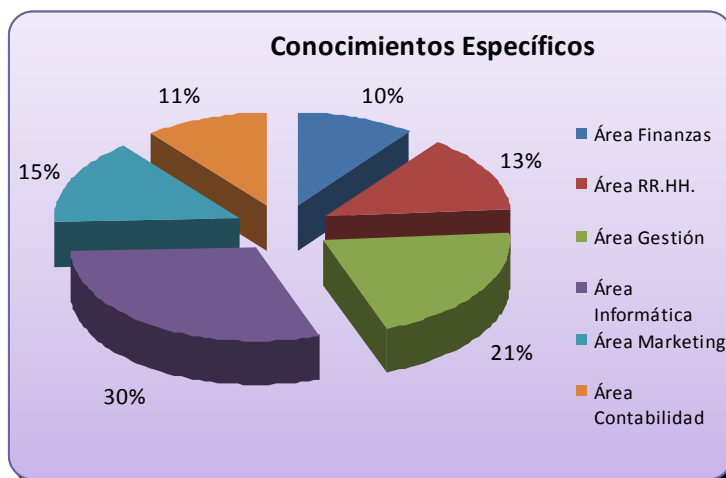
Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

Dentro del 68% de los conocimientos específicos el más solicitado es conocimiento en el Área Informática y Tecnologías de Información (con un 30%) pidiendo desde un manejo medio hasta avanzado en Office, principalmente en Excel, o en algunos casos conocimientos en ciertos software de gestión comercial como SAP y en sistemas de planificación de recursos empresariales como en ERP.

En segundo lugar se encuentra el Área Gestión con un 21% la cual solicita el manejo en la fijación, cumplimiento de metas y objetivos a cumplir, en la organización y determinación de funciones como también la estructura, necesarias para lograr los objetivos, estableciendo un nivel de autoridad y asignación de responsabilidad a las personas que tenga a su cargo. Le sigue el Área Marketing, con un 15%, en donde se solicitaban conocimientos en ventas y publicidad y conocimiento para posicionar o mantener productos en el mercado. El Área de Recursos Humanos (con un 13%) requerían a personas con habilidades en el manejo de conflictos y relaciones interpersonales. Para finalizar el Área Contable y Financieros que tuvieron los menores porcentajes al requerir alguna clase de habilidad específica con un 11% y 10% respectivamente.



Gráfico 3.8: Distribución de Conocimiento Especifico

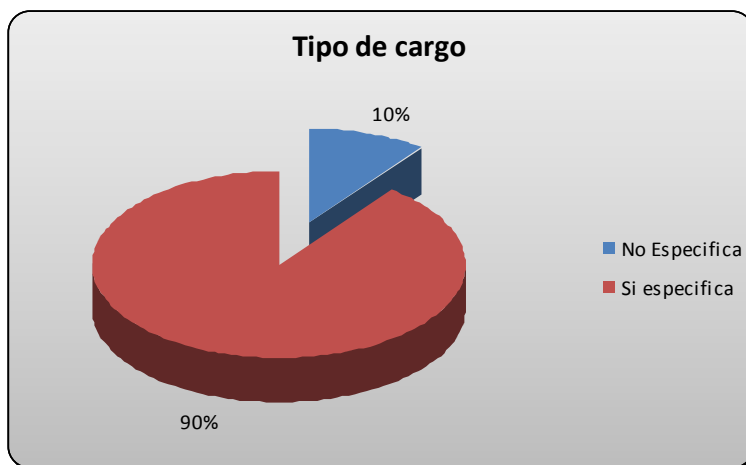


Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

3.6. Tipo de Cargo

Un aspecto relevante al momento de postular a una vacante de empleo es saber el cargo que se va a desempeñar, por ello el 90% de los avisos publica el puesto que ocupará el postulante dentro de la empresa o en el área a desempeñarse mientras que sólo el 10% de los avisos no lo hace.

Gráfico 3.9: Difusión Tipo de Cargo



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

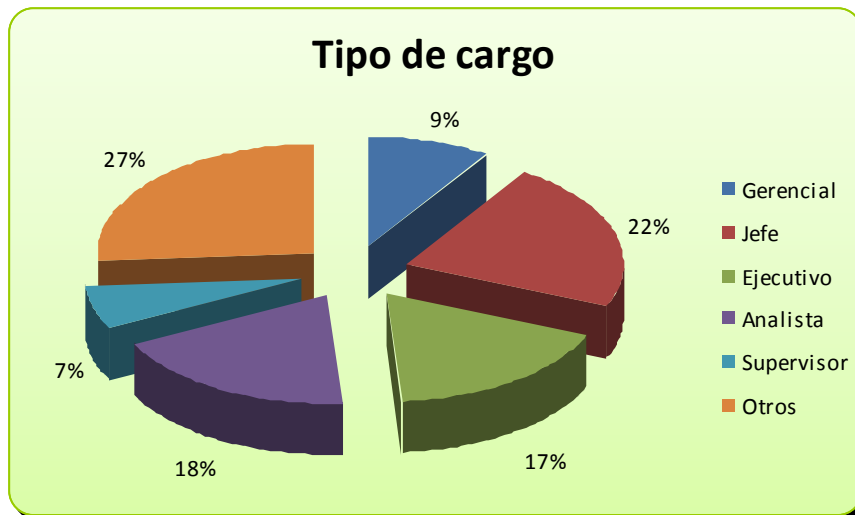


UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Dentro de este 90%, entre los cargos más significativos y con mayor porcentaje entre el total de avisos de un universo de 13 categorías diferentes, el 23% son para ocupar el cargo de jefe dentro de un área o sección determinada, mientras que el 18% corresponde a cargos de analista, el 17% hacia ejecutivo, el 9% para cargos gerenciales y el 7% destinado a cargo de supervisor.

El 26% restante se divide en categorías tan distintas como representante (5%), docente (4%), auditor (1%), administrador (3%), asesor (2%), encargado (3%), consultor (3%) y asistente (5%).

Gráfico 3.10: Distribución Tipo de Cargo



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

3.7. Región

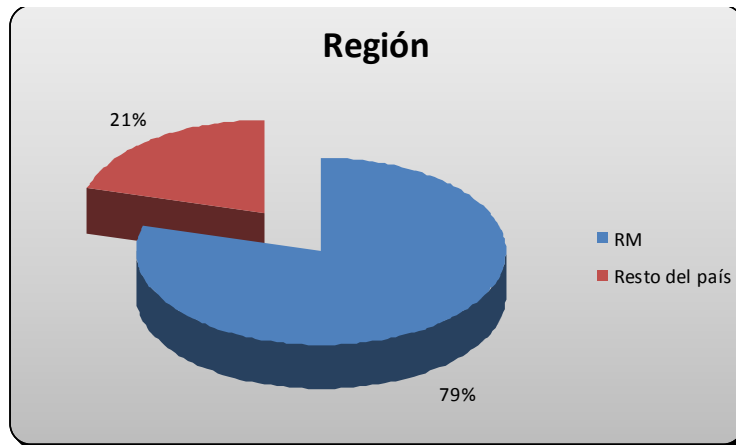
En este ítem se vislumbra claramente el nivel de centralización que existe en Chile, puesto que del total de avisos el 21% son sólo para la Región Metropolitana (considerando además que esta es la región más poblada del país) y el 79%



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

restante se reparte entre las 14 regiones restantes donde algunas apenas alcanzan el 1% de los anuncios de empleo totales para su región.

Gráfico 3.11: Participación de la Región Metropolitana



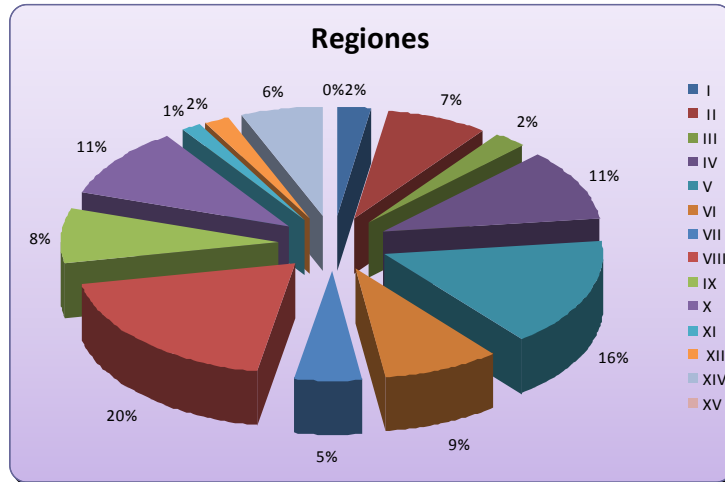
Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

Después de la región Metropolitana, la región con más avisos es la Región del Bío-Bío con un 19% del total, le sigue la Quinta Región con un 16%, la Cuarta Región con un 10% junto con la Décima Región, continúa la Sexta Región con un 9%, la Novena Región con un 8%, la Segunda Región con un 7%, la Décimo Cuarta con un 6%, a la cual le siguen la Séptima Región con un 5%, la Primera y Tercera Región con un 3%, la Décimo Segunda con un 2%, en últimos lugares se encuentra la Décimo Primera con un 1% y la Décimo Quinta Región en donde no se encontraron avisos dirigidos a ese sector del país. En el gráfico 3.12 se detallan todos los porcentajes.

Cabe mencionar que de los 799 avisos sólo 2 estaban dirigidos hacia trabajos en el extranjero no identificando el país en el cual se desempeñaría la labor ni la empresa que solicita al postulante.



Gráfico 3.12: Distribución por Regiones



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

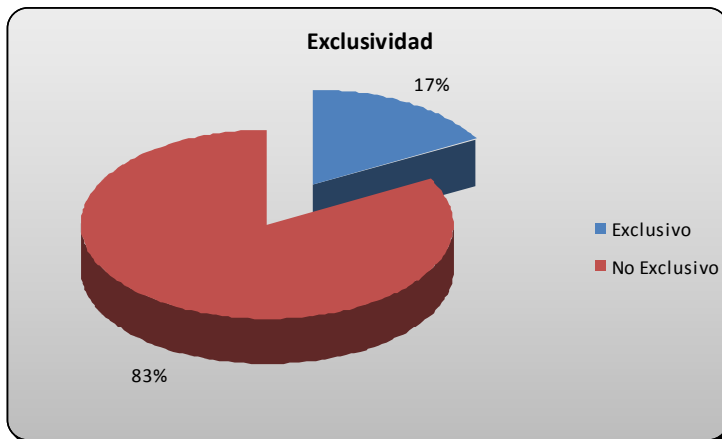
3.8. Exclusividad

Existen avisos que no sólo son dirigidos a Ingenieros Comerciales sino que también a profesionales de áreas similares o relacionadas o simplemente a aquel profesional que sea capaz de cumplir con los requisitos establecidos por la empresa o que su profesión le permita desempeñarse en determinado cargo.

Por ello, el 83% de los avisos analizados están dirigidos a más de un profesional de área similar o profesional competente a los cuales se les clasifica como aviso no exclusivo. En la vereda contraria están los avisos que son exclusivos para el llamado a Ingenieros Comerciales los cuales representan el 17% del total.



Gráfico 3.13: Exclusividad de la Demanda



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

3.9. Carrera

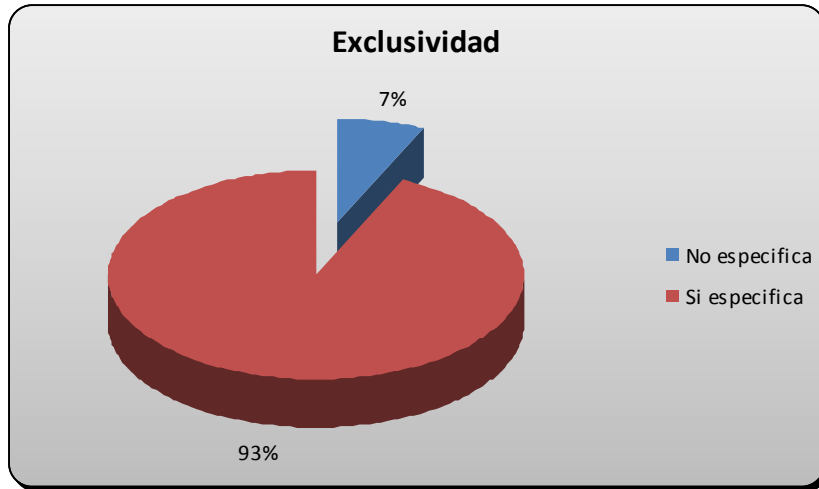
En el punto anterior se analizó la exclusividad de los avisos para los Ingenieros Comerciales, de esto se extrajo de que la mayoría no estaba enfocada sólo a Ingenieros Comerciales, en relación a esto, lo que se busca en este punto, es conocer cuáles son las carreras más solicitadas en los avisos ahondados para estos profesionales.

En ciertos avisos es posible apreciar que la no exclusividad no se encontraba definida en términos de carreras concretas, en casos como en donde se expresa la necesidad de carreras afines al área comercial o empresarial como lo es Administración de empresas o Contador Auditor. Los avisos que contaban con estas características fueron el 7% en donde no se especificaba la carrera en cuestión, mientras que el 93% si definían cuales son las carreras que podían postular al cargo.

A continuación se muestra un gráfico que pretenden dar más claridad al análisis.



Gráfico 3.14: Definición de Carrera



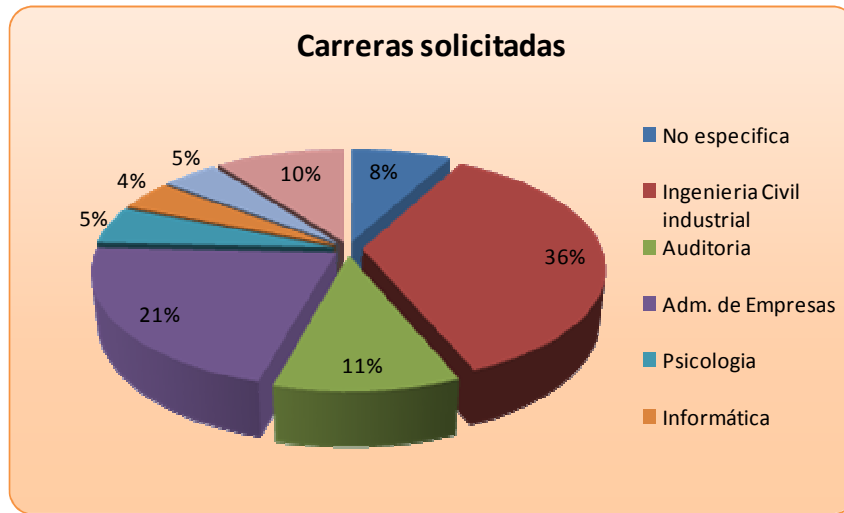
Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

En este aspecto también es posible definir que otras carreras son exigidas por el mercado laboral en los avisos publicados hacia los Ingenieros Comerciales, como se puede apreciar en el gráfico N° 3.15 el 39% de los avisos acepta la postulación de titulados de Ingeniería Civil Industrial, seguida de esta se encuentran la carrera de Administración de empresas con un 23% de las postulaciones y en tercer lugar se encuentran las carreras de Auditoría e Ingeniería Civil ambas con 11% de las postulaciones. Cabe destacar el 6% que obtuvo la carrera profesional de Psicología, puesto que esta carrera no se encuentra relacionada explícitamente con el área empresarial, más bien tiene una mayor relación con el manejo de recursos humanos de una empresa.

El siguiente gráfico muestra las carreras más exigidas en los avisos analizados.



Gráfico 3.15: Resultado de carreras solicitadas



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

3.10. Tipo de Empresa

El objetivo principal de este punto es conocer cuál es el tipo de empresa que requiere en el desarrollo de su actividad Ingenieros Comerciales. Cuando se describe al tipo de empresa, esta se refiere a la clasificación de la empresa según la propiedad de su capital, lo cual implica si el capital está en poder de los particulares, de organismos públicos o extranjeros. En este sentido se clasificaron en:

- **Empresa Privada:** La propiedad del capital está en manos privadas.
- **Empresa Pública:** Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal.
- **Empresa extranjera:** Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país.

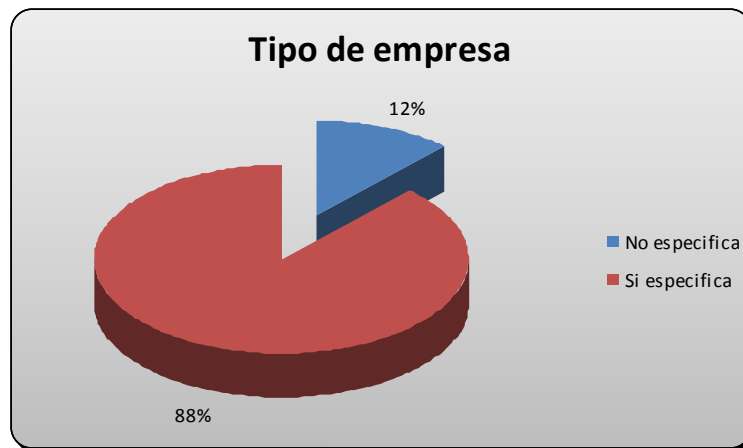
Esta información esta respaldada en los siguientes gráficos para hacer más fácil su comprensión.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

El gráfico N° 3.16 muestra la cantidad de empresas que expresan en sus avisos la propiedad de su capital, en donde es posible apreciar que el 88% de los avisos analizados expresa el origen de éste.

Gráfico 3.16: Difusión de la Propiedad de Capital



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

En el gráfico N° 3.17 se presentan las tres opciones expuestas anteriormente y sus respectivos resultados, en donde un 3% de los avisos analizados proviene de empresas públicas, la cual incluye principalmente cargos en la administración pública y desempeño en áreas pedagógicas en instituciones educacionales de propiedad pública. A su vez como se aprecia en el gráfico un 7 % de los avisos derivan de empresas creadas con capitales extranjeros, principalmente empresas multinacionales. También es posible distinguir que el 90% de los avisos son de empresas privadas nacidas de capital nacional de toda índole empresarial, donde destacan principalmente sociedades capitalistas que en su clasificación jurídica se conforman en sociedades anónimas, sociedades de responsabilidad limitada, siendo estas la más utilizadas por los empresarios chilenos debido a que en ellas la responsabilidad es limitada y actualmente los empresarios no están interesados



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

en constituir una sociedad en que deben asumir una responsabilidad ilimitada, poniendo en riesgo su patrimonio personal.

Gráfico 3.17: Tipo de Empresa



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

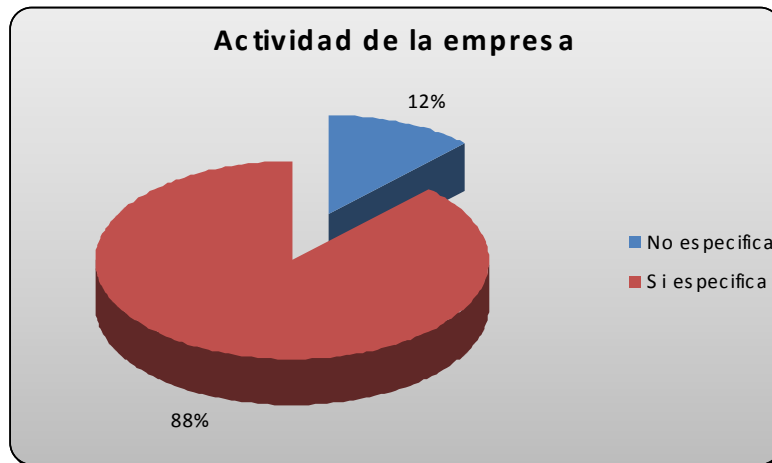
3.11. Actividad de la empresa

En este punto se pretende averiguar cuál es la actividad empresarial que demanda la mayor cantidad de Ingenieros Comerciales, como se expuso en el capítulo anterior la calificación de empresas se realizó basándose en la definida por el Clasificador Internacional Industrial Uniforme (CIIU), a la cual no se le extrajo ningún grupo de actividad debido a que las características técnicas con que cuenta un Ingeniero Comercial le permite desempeñarse en cualquier área empresarial y a su vez en cualquier sector que implique el desarrollo de una actividad comercial.

En el gráfico N°3.18 se muestra el porcentaje de avisos que incluía la actividad de la empresa que demandaba a un Ingeniero Comercial, bajo este contexto el 88% de los avisos hacía referencia a la actividad en que se desarrollaba la empresa.



Gráfico 3.18: Difusión de la Actividad de la Empresa



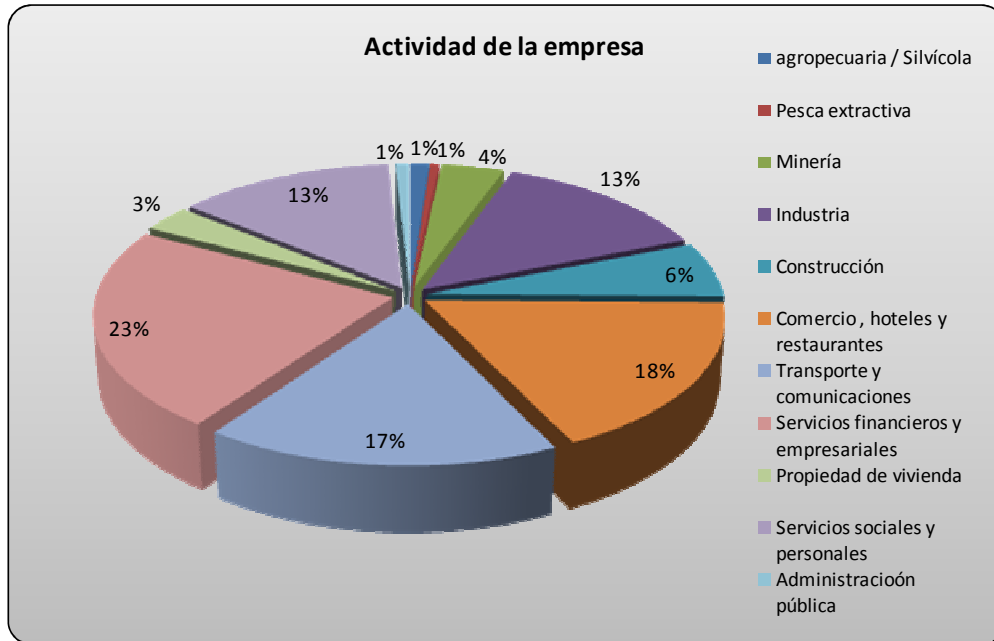
Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

De este grupo de avisos que si incluían o hacía referencia a la actividad en que se desempeñaba la organización, se pudo determinar que la actividad con mayor participación en los avisos analizados es el referente a servicios financieros y empresariales, ya que el 23% de los avisos analizados provenían de empresas de este grupo, puesto que es bastante coherente ya que al analizar el perfil del egresado de Ingeniería Comercial, éste cuenta una base técnica altamente relacionada hacia esta actividad empresarial. En segundo lugar se encuentra el grupo de actividades definida como comercio, hoteles y restaurantes que contempla el 18% de los avisos, este grupo que hace bastante referencia al área de turismo en nuestro país, el cual da a considerar la importancia de esta área para los Ingenieros Comerciales, lo cual contrasta con la baja especialidad o relación que tiene esta carrera con esta actividad. En el tercer lugar, podemos observar que el sector del transporte y comunicaciones exige un alto número de Ingenieros Comerciales alcanzando un 17% de este grupo.

En el gráfico N°3.19 se muestra más claramente los porcentajes obtenidos por las distintas actividades económicas definidas por la CIU.



Gráfico 3.19: Distribución por Actividad



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

3.12. Experiencia

Sobre la base de Meyer y Schwager (2007)⁹, podríamos definir una experiencia laboral como la respuesta interna y subjetiva de los trabajadores ante cualquier contacto directo o indirecto con alguna práctica, política o procedimientos de gestión de personas. Generalmente esta se encuentra definida en los avisos que demandan empleo en términos de años, por esto la importancia de lograr identificar cual es el nivel de la experiencia, expresado en años, más exigido por el mercado laboral. En relación a lo anterior, se creó el siguiente gráfico que permite inferir cual es la experiencia suficiente para un Ingeniero Comercial para poder insertarse en el mercado laboral de forma óptima.

⁹ Meyer, C; Schwager, A. (2007) Comprendiendo la experiencia del cliente. Harvard Business Review Vol. 85 (2): 89-99. ISSN 0717-9952.



Gráfico 3.20: Experiencia Demandada



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

A la hora de identificar cuáles son los años de experiencia exigidos por el mercado laboral es posible apreciar que no se encuentra tan marcada la tendencia, puesto que la diferencia entre los distintos niveles de experiencia no es altamente significativa. Pero si es posible apreciar que los avisos que exigen sólo un año de experiencia alcanzaron un 26% de los avisos analizados, 1% más que las empresas que exigen solo dos años de experiencia. Cabe destacar el alto número de vacantes de empleo que dentro de su requisitos exhibían la necesidad de que el postulante no tuviera ninguna experiencia laboral anterior, el cual alcanzó un 7%, suceso que responde a una nueva corriente administrativa basada en la adquisición de personal, que busca obtener a empleados que no cuenten con experiencia anterior para lograr así un mayor nivel adaptación y acople con la organización.



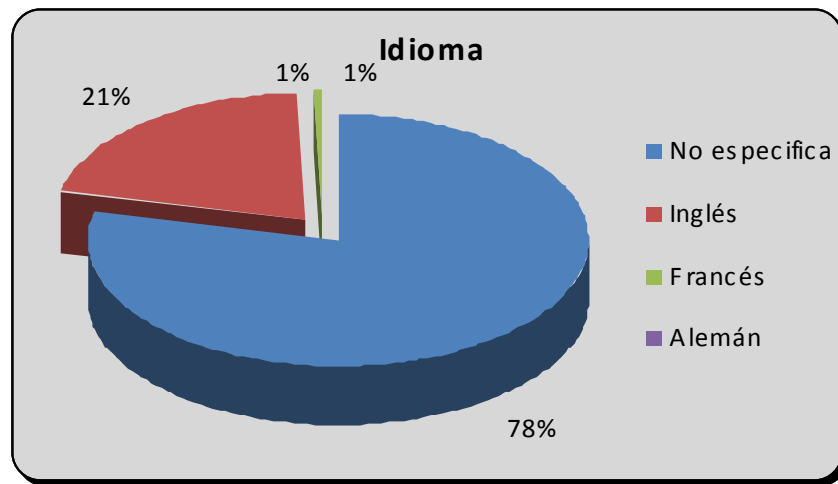
UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

3.13. Idioma

Lo que se pretende determinar en este punto es la importancia de tener el manejo de segundo idioma para ingresar al mercado laboral para los Ingenieros Comerciales.

El resultado obtenido fue:

Gráfico 3.21: Requisitos de Idioma



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

Tras analizar el gráfico es posible apreciar que sólo un 23% de los avisos consultados tienen como requisito para postular al cargo el manejo en distintos niveles de un segundo idioma. Siendo el idioma inglés el idioma más solicitado por el mercado laboral, el cual alcanzó un 21% de avisos analizados, suceso que responde a la tendencia generada por la globalización y estandarización la cual establece que el inglés es la lengua más utilizada para realizar negociaciones.

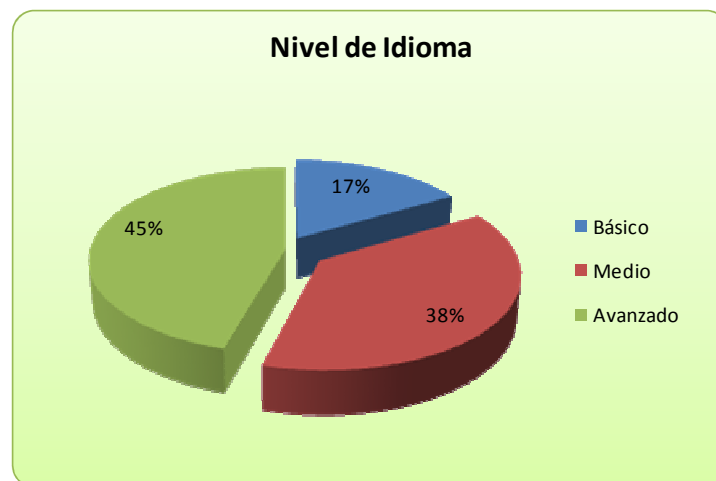


UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

3.14. Nivel de Idioma

A la hora de exigir en los avisos de empleo el manejo de un segundo idioma, este manejo o conocimiento se encuentra generalmente formulado en distintos niveles que se definen como: Básico, medio y avanzado los cuales nacen del grado de conocimiento en tres ámbitos; hablado, escrito y traducción. Bajo este contexto para lograr obtener un resultado claro con respecto al nivel de idioma más idóneo para que un Ingeniero Comercial logre ingresar al mercado laboral con mayor fluidez, del 21% que exige inglés, los niveles pedidos son los que se muestran en el gráfico N° 3.22.

Gráfico 3.22: Determinación del Nivel de Idioma



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

En el gráfico N° 3.22 es posible apreciar que el nivel de idioma más solicitado por las empresas es el nivel avanzado alcanzando un 45% de las ofertas publicadas, lo que permite inferir que las empresas prefieren exigir un alto manejo de segundo idioma, en este caso inglés, cosa que lo ratifica que el nivel medio sea el segundo más grande alcanzando un 38% y sólo el 17% de las publicación estipulan en sus requisitos un nivel de idioma básico.



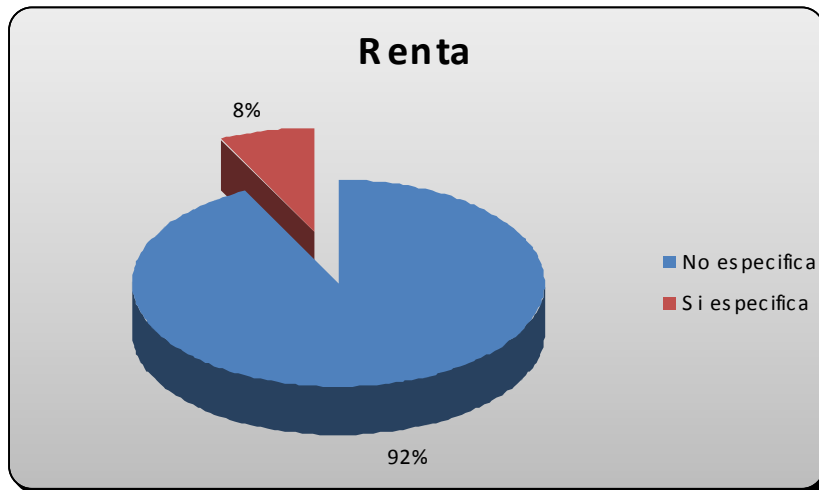
UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

3.15. Nivel de Renta

Lo que se pretende saber en este punto es cuál es el nivel de renta ofrecido por el mercado laboral hacia los Ingenieros Comerciales en Chile.

El primer gráfico expresa cual es el porcentaje de avisos de empleo que definen en sus líneas el rango de sueldo a pagar al postulante, es posible apreciar que sólo el 8% de los avisos publicados hace referencia al nivel de renta que se le asignará al postulante contratado.

Gráfico 3.23: Difusión de la Renta

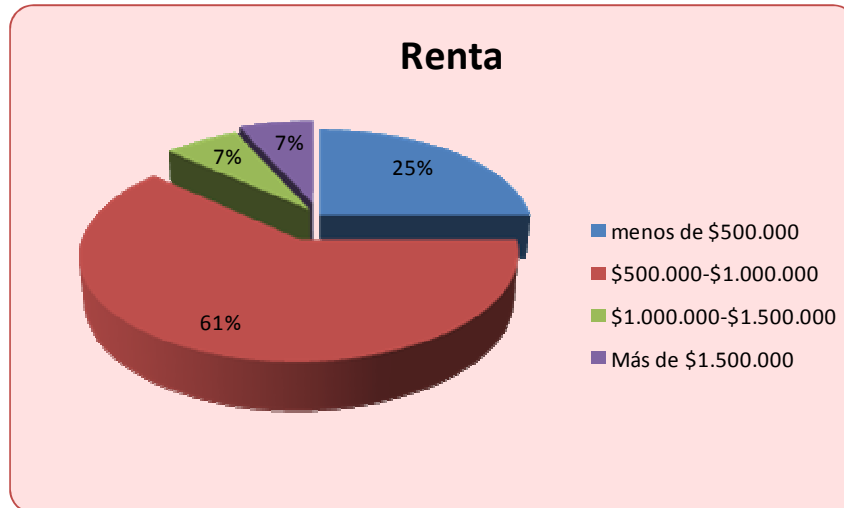


Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

El gráfico N°3.24 nos muestra los porcentajes de cada rango, respecto al sueldo expuesto en la publicación de empleo. Bajo este contexto la categoría salarial con mayor concurrencia es la que se genera en el rango de \$ 500.000-\$1000.000 con un 61% de las publicaciones analizadas, también es posible apreciar que el rango de sueldo menor de \$500.000 tiene un 25% de los avisos examinados.



Gráfico 3.24: Nivel de renta





UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

CORRELACIÓN

Después de haber analizado los datos, se procedió a ver el grado de relación que existe entre las variables estudiadas para saber si los valores de una variable influyen sobre los valores de la otra. En el estudio conjunto de categorías, lo que nos interesa principalmente es saber si existe algún tipo de relación entre ellas. Para esto se utilizó como método de medida el coeficiente de correlación lineal (R), como este coeficiente es adimensional siempre estará entre -1 y 1 , demostrando dependencia de la siguiente forma.

- Si hay relación lineal positiva, $R > 0$ y próximo a 1 .
- Si hay relación lineal negativa $R < 0$ y próximo a -1 .
- Si no hay relación lineal R será próximo a 0 .

Para ello, se observó la correlación de los siguientes ítems:

1. Tipo de cargo - Conocimientos Específicos

Al tomar estas dos variables se quiso saber si el nivel de conocimientos del postulante influye en el cargo que éste ocupará dentro de la empresa.

Tabla 3.1: Tipo de cargo - Conocimientos

	<i>Tipo de cargo</i>	<i>Conocimientos Específicos</i>
Tipo de cargo	1	
Conocimientos Específicos	0,030422367	1

Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

Se observa que la relación entre las variables es muy baja, un poco más de un 3%, por lo que la cantidad de conocimientos que se tengan no siempre tiene una relación directa con el cargo que se llevará a cabo, por lo que una variable no necesariamente afecta a la otra o no tiene mayor incidencia en ella.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

2. Tipo de cargo – Idioma

La comparación de estos puntos se realizó para saber si el idioma tenía alguna incidencia en el cargo a ocupar.

Tabla 3.2: Tipo de cargo – Idioma

	<i>Tipo de cargo</i>	<i>Idioma</i>
Tipo de cargo	1	
Idioma	0,018763358	1

Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

En este aspecto se aprecia una relación de un 1,87% aproximadamente lo que denota una muy baja asociación entre las variables, es decir, el nivel de idioma que tenga el solicitante a una vacante de empleo no necesariamente le asegura hacerse cargo del puesto al cual está postulando.

3. Tipo de cargo – Experiencia

Al igual que los casos anteriores en este punto se quiso comparar el tipo de cargo, pero esta vez con los años de experiencia que el postulante tenga laboralmente.

Tabla 3.3: Tipo de cargo – Experiencia

	<i>Tipo de cargo</i>	<i>Experiencia</i>
Tipo de cargo	1	
Experiencia	-0,110913394	1

Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

Aquí el resultado fue negativo, lo que indica que no existen relaciones lineales entre estas dos variables por lo que el cargo que se ocupará en una empresa no depende de los años de experiencia laboral que tenga el solicitante a la vacante de empleo.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

4. Tipo de empresa – Exclusividad

El objetivo de este punto es saber si existe una relación entre el tipo de empresa, expresado en tres categorías empresa pública, privada y extranjera, con la exclusividad de demanda de Ingenieros Comerciales en las ofertas de trabajo. Para poder identificar esta relación se calculó el coeficiente de correlación R, el cual se esquematiza en la tabla N°3.4.

Tabla 3.4: Tipo de empresa – Exclusividad

	<i>Tipo de empresa</i>	<i>Exclusividad</i>
Tipo de empresa	1	
Exclusividad	0,04394228	1

Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

Es posible apreciar que el índice de correlación es de un 4%, lo cual indica que no existe una relación significativa entre cada categoría, es decir, no existe relación entre el tipo de empresa y la exigencia de Ingenieros Comerciales por parte de estas empresas.

5. Tipo de empresa – Experiencia

El propósito de este punto es saber si existe una relación entre el tipo de empresa y el nivel de experiencia, expresado en años de desempeño laboral, que exigen estas empresas. Para poder identificar esta relación se generó la siguiente tabla.

Tabla 3.5: Tipo de empresa – Experiencia

	<i>Tipo de empresa</i>	<i>Experiencia</i>
Tipo de empresa	1	
Experiencia	0,002336332	1

Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Como resultado se obtuvo que el indicador es mayor que cero, lo que nos permite inferir que existe una relación, pero esta relación es posible cuantificarla con la cercanía de este índice a uno (100%), en este caso el índice es menor al 1% lo que permite inferir que no existe una relación significativa entre estas categorías.

6. Actividad de la empresa – Habilidades y aptitudes

La intención de este apartado es encontrar pruebas significativas de la existencia de un relación entre la actividad de la empresa (Agropecuaria/Silvícola, Pesca Extractiva, Minería Industria, Construcción, etc.) y las habilidades (técnicas, humanas, conceptuales) demandadas por parte de las empresas, expresados en los avisos de ofertas de empleo publicadas. Para todo esto se presenta la siguiente tabla que contiene el indicador R.

Tabla 3.6: Actividad de la empresa – Habilidades y aptitudes

	<i>Actividad de la empresa</i>	<i>Habilidades y Aptitudes</i>
Actividad de la empresa	1	
Habilidades y Aptitudes	0,032929701	1

Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de periódicos y portales de Internet.

En este sentido el indicador R es cercano al 3%, lo que nos expresa que la relación existente es bastante menor, lo que nos permite inferir que no existe una dependencia significativa entre la actividad de la empresa y las habilidades que demandan estas empresas.

La conclusión que se puede extraer de las relaciones hechas es la casi nula existencia de relaciones entre las variables generado principalmente por la gran cantidad de variable por categoría lo que no permite identificar relaciones relevantes entre ellas ya que los resultados fueron positivos, pero demasiado lejanos a valores que puedan establecer una relación de dependencia.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

CAPÍTULO CUATRO

SUGERENCIAS



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

CONSIDERACIONES A TENER EN CUENTA EN LA INSERCIÓN LABORAL DEL INGENIERO COMERCIAL

En este capítulo y con referencia a los datos analizados en capítulo anterior se exponen a continuación las consideraciones más relevantes a tener en cuenta para un Ingeniero Comercial que desee incorporarse al mundo laboral a través de la publicación de una vacante de empleo en uno de los medios de difusión señalados anteriormente.

Aquí se trata de dar a conocer qué requisitos y aptitudes debe poseer este profesional para su exitosa empleabilidad.





UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Importancia de ser titulado

Como se logró observar en el capítulo anterior, la gran parte de las compañías requieren dentro de sus filas a personas que cuenten con su título profesional, esto se genera principalmente por la serie de limitantes que tienen los egresados. Según los analistas en recursos humanos, el sector privado y todas las organizaciones en general tienen una postura clara sobre los egresados que aún no se titulan: siempre están en segundo plano, a la sombra de sus pares que sí tienen el certificado, lo cual se debe principalmente por las siguientes razones¹⁰:

- Un egresado no puede demostrar sus habilidades desde un comienzo, ya que la preferencia para dirigir el grupo o tener mayor protagonismo dentro del mismo lo va a tener un titulado. Sólo el tiempo y la oportunidad de mostrar sus virtudes permitirán conseguir que quien carece de un diploma pueda lograr más importancia dentro de la organización.
- Las limitantes también se dan a la hora de postular a un empleo nuevo. Cuando hay un proceso de selección y a una empresa llegan 50 Curriculum de titulados y tres de personas que sólo egresaron de la misma carrera, obviamente que los que eligen optan claramente por un titulado, lo que impide la entrada al mercado laboral de los egresados.
- Otro aspecto es el tema económico, pues el nivel de ingresos aumenta con más rapidez en un titulado que en un egresado. Este último se demora más en conseguir un reajuste de sus ingresos por parte de su empleador, principalmente porque si bien puede tener argumentos de eficiencia para pedirlos, la empresa tiene un contra argumento para negarlo, que está relacionado con su incompleta especialización.

¹⁰ Razones elaboradas por Enrique González Ledesma, periodista del portal Invertia.cl quién indagó en las diferencias que generan el estar titulado en el mercado laboral a través del estudio "Egresados VS titulados: Las diferencias en el mercado laboral"



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Conocimientos específicos en el área informática

En la actualidad nos encontramos en una sociedad en que la información y su expansión, mediante el desarrollo de redes informáticas permiten que los ciudadanos tengan acceso a fuentes de información inmensas, consolidándose no solamente como consumidores de información y conocimiento, sino también como creadores de fuentes de información y conocimiento mismo.

Vivimos en una sociedad comandada por las nuevas tecnologías, donde la informática juega un papel fundamental en todos los ámbitos, inclusive en el área empresarial, en donde software brindan soporte a las distintas áreas funcionales de una organización generando una solución que ofrece orden, en términos de gestión y desarrollo.

A su vez las Tics agregan valor a las actividades operacionales y en general permite a las empresas obtener ventajas competitivas para permanecer en el mercado y centrarse en su negocio. Pero estas herramientas no se manejan por si solas, es por esto que debe existir personal calificado con una fuerte base de conocimientos y experiencia en manejo de estas herramientas tecnológicas, lo cual queda reflejado por la alta demanda de Ingenieros Comerciales con conocimientos específicos en el manejo de informática, exigiendo conocimientos avanzados en Office, principalmente en Excel, y en la mayoría de los casos manejo o experiencia de ciertos software de gestión comercial como SAP y en sistemas de planificación de recursos empresariales como en ERP.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Habilidades Técnicas

Como se ya se había mencionado dentro de las habilidades y aptitudes más pedidas a un Ingeniero Comercial consiste en las habilidades técnicas. Al referirse a este tipo de habilidades se está dando a entender las capacidades o herramientas necesarias con las que debe contar el profesional para su incorporación a algún puesto de trabajo disponible.

Esta habilidad se puede definir como la suma de la educación de la persona, la formación y prácticas, y la experiencia laboral. De ahí la importancia de la existencia de estos factores, ya que, define la destreza con la que cuenta el profesional para desempeñar un trabajo determinado.

A pesar de que las habilidades técnicas fueron las más requeridas no hay que dejar de lado las habilidades interpersonales (y que tuvieron el segundo lugar dentro de las más pedidas) ya que muestra cómo una persona lidera a los subordinados, cómo se relaciona con sus superiores y cómo desarrolla relaciones duraderas con sus compañeros, clientes o proveedores, por lo que asumir que una implica la existencia de la otra no explica ni considera en conjunto la evaluación de las habilidades de una persona.

Experiencia

La experiencia con la que debe contar el Ingeniero Comercial debe ser mínimo de un año e incluso de dos. Esta experiencia laboral se necesita para ir adquiriendo poco a poco una cultura de trabajo, es decir, para aprender a acatar órdenes, a integrarse a un grupo de personas formando equipos, a cumplir normas y objetivos, entre otros.

Esta experiencia acerca al profesional con su actividad debido a que se relaciona paulatinamente con el área de interés afín con su formación aprendiendo, por ejemplo, a tomar decisiones con mayor conocimiento sobre diversos puntos, tener



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

conocimientos sobre qué orientación conviene seguir a la hora de tomar decisiones y se evita, a veces, el tener que instruir cómo debe realizar tal o cual tarea.

Idioma

El Ingeniero Comercial de hoy debe tener un nivel de dominio de medio a avanzado en el idioma inglés. Sin embargo, según la encuesta efectuada por el portal trabajando.com y viajes Falabella¹¹ a más de siete mil jóvenes entre 25 y 35 años, casi el 80% de los profesionales tienen un nivel deficiente en el idioma en donde 1 de cada 5 profesionales que reconoce manejar un nivel medio de inglés, efectivamente lo tiene, y que el 91% de los chilenos considera que dicho idioma es esencial en el desarrollo profesional, debido a las mejores oportunidades laborales que se presentan.

Por ello, el manejo de la lengua anglosajona es un punto beneficioso y positivo para todo profesional debido a la globalización de las personas, operaciones y empresas.

¹¹ Portal Trabajando.com. Estudio del dominio de ingles en el mercado laboral 2008



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

SUGERENCIAS

En esta parte del capítulo se pretende dar sugerencias tanto a las personas que buscan trabajo como a las instituciones responsables de la formación de los profesionales para que su adaptación al mundo laboral sea más fácil y enfrente menos complicaciones al querer ocupar una vacante de empleo disponible.

A las personas

Un punto importante es saber reconocer dónde están las oportunidades laborales y cuál es la mejor estrategia para enfrentarla, por ello, en este punto se pretenden dar a conocer ciertos consejos que le sirvan a las personas para lograr establecerse en una vacante de empleo y diferentes formas de conseguir un puesto de trabajo.

- **Evaluación del mercado**

Como se observó en el análisis de los datos de empleo, el modo más utilizado actualmente para la difusión de las vacantes de trabajo son los portales de Internet especializados en dicho tema. Por ello, es recomendable la inscripción en este tipo de plataformas en donde se pueden dejar los antecedentes y se recibirá las actualizaciones de los nuevos cupos de trabajo que se abren para cada tipo de profesional lo que permite acceder a un mercado laboral globalizado.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

- **Generar redes de contacto**

Un estudio realizado por el portal trabajando.com¹² a más de once mil personas reveló que el 97% de los chilenos cree que en Chile pesa más la red de contactos al contratar personal que los méritos propios de las personas.

Nos guste o no esta es una forma de ingreso a las empresas que no se puede obviar, por ello, el desarrollar las redes de contacto puede apoyar a la incorporación a un puesto de trabajo disponible.

El desarrollo de esta red se puede realizar a través de los siguientes medios:

1. *Colegas de trabajo*

El 67% de los chilenos dice tener verdaderos amigos en el trabajo¹³. Esto se debe a las largas jornadas que se comparten con los compañeros de trabajo lo que hace que esta sea una buena instancia para reunir y crear lazos a partir de las afinidades entre las personas.

Por ello, al mantener estas amistades después de desligarse de la empresa es una opción para recurrir a ellas al momento de querer encontrar un trabajo determinado.

2. *Compañeros de estudio*

El reunirse o mantener contacto con los compañeros de estudio de enseñanza media, universidad o de post-grado, e incluso personas que se puedan conocer en seminario, cursos o eventos, logra generar contactos con profesionales que puedan estar en puestos estratégicos que ayuden en momentos de la búsqueda de una oportunidad laboral.

¹² Portal Trabajando.com. Estudio del medio de ingreso al mercado laboral 2008

¹³ Según el estudio realizado por el portal trabajando.com a 3.633 personas.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

3. Vecinos o conocidos

El conocer y mantener buenas relaciones con los vecinos o gente conocida puede ayudar en momentos de crisis personales como incendio, robos, enfermedad y crisis profesionales como en caso de desempleo.

Una forma útil y moderna de mantener esta red de contacto pasa por la utilización de redes sociales como Facebook y Twitter que permite mantenerse actualizado de las condiciones por las que pasan las personas que se conocen y mantener acercamientos con ellas formando lasos que pueden ser útiles en momentos de dificultad.

- **Ferias Laborales**

Ya que el 88% de los chilenos cree que existen pocas opciones de empleo para jóvenes¹⁴ una buena opción son las ferias laborales que suelen realizarse en distintas partes del país (por ejemplo la Feria de Mercado Laboral organizadas por Trabajando.com, Universia, El Mercurio y Emol empleo en Santiago y Concepción en CasaPiedra y SurActivo respectivamente) que apuntan a la incorporación al mercado laboral de jóvenes que no han podido encontrar trabajo, donde se realizan entrevistas a los candidatos que postulan a las ofertas para la incorporación de los mejores talentos a las compañías participantes.

- **Preparación**

Una alternativa viable para estar más preparado, aumentar el nivel de conocimientos o estar más capacitado que el resto de los postulantes a un puesto de trabajo es realizar estudios de post-grado, cursos de capacitación o estudios

¹⁴ Encuesta realizada por el portal trabajando.com a 3.411 personas



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

complementarios a la carrera que ayuden a adquirir know-how relevantes en un área determinada.

Por ejemplo, el aprender un segundo idioma, realizar un MBA, asistir a cursos de capacitación, seminarios, escribir artículos para revistas, etc. Son un plus para aquellos postulantes que deseen incorporarse a una determinada empresa cuando sus competidores no cuentan con estos conocimientos.

A las instituciones educacionales

Si bien las universidades como ente educativo es una institución que se preocupa de entregar los conocimientos y valores necesarios para el desempeño futuro de sus estudiantes al momento de salir a enfrentar el mundo laboral, esta no realiza un seguimiento constantes de las exigencias del mercado.

Por esto a continuación se entregará una serie de sugerencias nacidas del análisis del mercado laboral realizado en esta investigación:

- **Inglés**

Como es sabido el manejo del inglés, es un punto fundamental a la hora de pensar en optar por un mejor sueldo y por otro lado, el poder ocupar cargos de mayor nivel jerárquico en alguna empresa multinacional, ya que como lo muestra la realidad en muchas empresas, se establece como condición el manejo del inglés a la hora de contratar nuevos empleados. Todo esto generado por distintos motivos los cuales se presentará a continuación:

En primer lugar, se trata de la herramienta que permite la comunicación con personas de otros países, dentro del mundo globalizado en que vivimos. Es indiscutible: el inglés se ha convertido en el idioma global de comunicación por



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

excelencia, uno de los de mayor uso en el mundo. Es idioma oficial, o tiene un status especial, en unos 75 territorios en todo el mundo.

Por consenso mundial, el inglés ha sido elegido como el idioma de la comunicación internacional. Es de hecho la lengua de la diplomacia, en un mundo en el que las relaciones entre países son cada vez de mayor importancia. Su conocimiento es requisito obligatorio para trabajar en las instituciones supra gubernamentales, por ejemplo. En el 2001, se hizo una consulta a los 189 países miembros de las Naciones Unidas sobre la lengua deseada para la comunicación entre embajadas. Más de 120 eligieron el inglés, 40 seleccionaron el francés, y 20 se decantaron por el castellano. Ese "status" le ha sido conferido gracias al dominio político, económico y militar ejercido, principalmente durante los dos últimos siglos, por los EE. UU.

En el campo económico, la industria, los negocios, el comercio internacional, todo el universo productivo se escribe, se habla y se lee en inglés. Si conoce dicho idioma, a cualquier trabajador se le abrirán prácticamente todas las puertas en el mundo laboral y la mejora de oportunidades, desde un empleo con salario medio hasta los más altos niveles ejecutivos. Lo cual se refleja claramente con la alta demanda de este idioma que determinó este estudio. Son ya muchos los que se valen del día a día: no sólo para comunicarse con directivos, también en puestos de menor responsabilidad, su conocimiento puede convertirse en una competencia esencial.

Por otro lado, dado el rápido avance de la tecnología en todos los campos, llegan constantemente a las empresas nuevos equipos, aparatos e instrumentos cuyas instrucciones ya sea de montaje, uso, funcionamiento, mantenimiento y software suelen venir mayormente en inglés

El inglés es la lengua de las telecomunicaciones (con el 80% de la información almacenada electrónicamente). Del total estimado de 40 millones de usuarios de Internet, un 80% se comunica actualmente en este idioma. La mayoría de los sitios



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

se encuentran editados en inglés. Además, el porcentaje de usuarios de la red que no son hablantes nativos del inglés está incrementándose rápidamente, especialmente en Asia.

En el terreno de los estudios, es una herramienta clave para el triunfo académico, especialmente en ciertas carreras profesionales en las que es requisito exigible como es la mayoría de las universidades que importan Ingeniería Comercial. Es, con diferencia, el idioma más enseñado en los centros educativos de toda Europa, alcanzando al 46% de los estudiantes en primaria y al 91% de secundaria, algo que se deberían imitar en Chile.

- **informática**

Los Sistemas de Información (SI) y las Tecnologías de Información (TI) conforman el género de informática el cual han cambiado la forma en que operan las organizaciones actuales. A través de su uso se logran importantes mejoras, pues automatizan los procesos operativos, suministran una plataforma de información necesaria para la toma de decisiones y, lo más importante, su implantación logra ventajas competitivas o reducir la ventaja de los rivales.

Desde hace ya varios años las universidades han reconocido la importancia de implantar asignaturas que permitan administrar los principales recursos de una organización como es la mano de obra y las materias primas. En este sentido la información se ha colocado en un buen lugar como uno de los principales recursos que poseen las empresas actualmente. Los entes que se encargan de la toma de decisiones han comenzado a comprender que la información no es sólo un subproducto de la conducción empresarial, sino que a la vez alimenta a los negocios y puede ser uno de los tantos factores críticos para la determinación del éxito o fracaso de éstos.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Es por esta razón que todos los profesionales en el área de Administración de Empresas deberían o más bien deben, tomar un curso de sistemas de información. Por otro lado es importante tener una comprensión básica de los sistemas de información para entender cualquier otra área funcional en la empresa, por eso es importante también, tener una cultura informática en nuestras organizaciones que permitan y den las condiciones necesarias para que los sistemas de información logren los objetivos citados anteriormente. Muchas veces las organizaciones no han entrado en la etapa de cambio hacia la era de la información sin saber que es un riesgo muy grande de fracaso debido a las amenazas del mercado y su incapacidad de competir, por ejemplo, las TI que se basan en Internet se están convirtiendo rápidamente en un ingrediente necesario para el éxito empresarial en el entorno global y dinámico de hoy.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

CONCLUSIÓN

La importancia de conocer los requerimientos del mercado laboral hacia los Ingenieros Comerciales, radica en comprender de forma concreta sus variaciones y así lograr que estos profesionales puedan generar las instancias necesarias para predecir estos cambios. En este sentido el postulante a través de este informe puede cotejar sus características con las emanadas por el mercado, permitiendo identificar tanto sus fortalezas y debilidades, para desarrollar las acciones necesarias que le permitan superar sus falencias y reforzar sus capacidades.

En lo que respecta a los resultados, las habilidades técnicas siguen teniendo una relevancia primordial para las empresas, sin embargo, las habilidades interpersonales también cuentan con una participación significativa en los resultados de la investigación, lo que destaca el desarrollo de los aspectos humanos dentro de la organización corriente que se ha desarrollado en la última década. En este sentido, los conocimientos más solicitados por las empresas son los conocimientos en el área informática, la cual se encuentra relacionada con la utilización de herramientas como software y sistemas de planificación de recursos empresariales. Otro resultado destacado concierne a los años de experiencia solicitados por el mercado en donde la experiencia en general no supera el año, lo que implica el conocimiento o el manejo del desarrollo de una cultura laboral.

Los efectos de la globalización también han repercutido en los requisitos del mercado laboral debido a que este debe adecuarse al actual desarrollo global de los mercados. Es por esto que el idioma es un requisito latente dentro de las publicaciones, observando la ventaja que involucra el manejo en una segunda lengua. Bajo este contexto se pudo identificar la importancia del idioma inglés, preferentemente en nivel avanzado, ya que en un 21% se requería como requisito de postulación.

De la misma forma esta investigación permitió identificar las zonas geográficas con mayor demanda de Ingenieros Comerciales. Esta corresponde a la región



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

metropolitana, la cual obtuvo el mayor porcentaje (21%) de avisos de trabajo, lo cual es concordante con el alto nivel de centralización de nuestro país, en donde el mayor número de empresas se encuentra en esa región. Así las empresas que demandan un mayor número de Ingenieros Comerciales son las que desarrollan la actividad relacionada con los servicios financieros y empresariales mayoritariamente del sector privado, las cuales ofrecen en mayor medida puestos de jefatura, los que brindan remuneraciones fluctuantes entre quinientos mil y un millón de pesos.

Otro aspecto importante que se extrajo de esta investigación, corresponde al cambio en la participación del diario como medio de difusión de empleo el cual se ha visto mermado a causa de la irrupción de los portales de empleo en Internet los cuales han acaparado el mayor porcentaje de avisos.

Como las organizaciones a través del mercado requieren de nuevos profesionales capaces de liderar los procesos de cambio, así también las universidades tienen el reto de formar ese capital humano que sea capaz de dirigir personas y que esté dotado de un conocimiento sistematizado y crítico que le permita disponer de una gran capacidad de adaptación y flexibilidad relacionado con los constantes cambios en la demanda del mercado laboral.

Por ello, tanto las instituciones que forman a los profesionales, a través de la modernización de sus métodos de enseñanza y de los programas de formación continua, como las personas que procuren adecuarse a los cambios por medio de la búsqueda de herramientas para una mayor calificación, deben estar atentos a las variaciones en las necesidades empresariales de personal con tal de que cada postulante a una vacante de empleo pueda estar preparado para enfrentar los nuevos requisitos que imponen las empresas. Tal como se demostró en esta investigación, ya no sólo es necesario contar con un profesional con título universitario, sino que también cuente con herramientas y destrezas tanto técnicas como humanas que le permitan a las organizaciones contar con un Ingeniero Comercial calificado en los nuevos procesos de negocios.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

BIBLIOGRAFÍA

- COMISIÓN NACIONAL DE ACREDITACIÓN. Informe final comité de acreditación Ingeniería Comercial marzo 2003. Gobierno de Chile. [en línea]http://www.udp.cl/descargas/facultades_carreras/economia/acreditacion/crit_ingecom_ingenieria_comercial.pdf
[Consulta: 07 octubre 2010].
- CONSEJO NACIONAL DE EDUCACIÓN. Educación superior Instituciones de educación superior [en línea].
<http://www.cned.cl/public/Secciones/SeccionEducacionSuperior/instituciones_educacion_superior.aspx>
[Consulta: 07 octubre 2010].
- DEPTO. DE ESTUDIO DE ENTREPRENEUR CONSULTORES GERENCIALES LTDA.; *Estudio al mercado laboral de ejecutivos* [en línea]
< http://www.ecg.cl/art_estudio_mercado_laboral.htm>
[Consulta: 21 Septiembre 2010].
- REVISTA QUÉ PASA. Ingeniería Comercial: Las 10 escuelas más valoradas por el mercado laboral. [En línea]
<http://www.quepasa.cl/articulo/8_1607_9.html>
[Consulta: 10 octubre 2010].
- RODRIGO ROLANDO M., JUAN SALAMANCA V., MARCELO ALIAGA Q. Evolución Matrícula Educación Superior de Chile Periodo 1990–2009.[En línea]
<<http://www.divesup.cl/sies/wp-content/uploads/2010/02/Estudio-Evolucion-Matricula-Historica-1990-2009.pdf>> [Consulta: 07 octubre 2010].
- SERGIO LÓPEZ BOHLE, LUIS PAREDES ROJAS. Análisis exploratorio de los planes de estudio de Ingeniería Comercial en Chile [En línea]. Barranquilla, Colombia. <<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/646/64602303.pdf>>
[Consulta: 10 octubre 2010].
- GOBIERNO DE CHILE. MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Futuro laboral 2009-2010. [En línea].



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

<http://www.futurolaboral.cl/documentos/FOLLETO_2009_FUTURO_LABORAL.pdf> [Consulta: 10 octubre 2010].

- JOSEPH HAIR, JR, ROBERT BUSH, DAVID ORTINAU. Investigación de Mercados. En un ambiente de información cambiante. Segunda edición. Mc Graw-Hill. 2004.
- PORTAL TRABAJANDO.COM. Estudio mercado laboral 2009. [En línea] <<http://www.trabajando.cl/noticia.cfm?noticiaid=7607>> [Consulta: 11 octubre 2010].