



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyectos de
investigación previo a la obtención del Título de
Ingenieros de Empresas**

TEMA:

**“La Demanda Académica en la Zona 3 como Elemento
Determinante en el Mercado Ocupacional: Caso
Facultad de Ciencias Administrativas”.**

**AUTORES: Erika Vanessa Espín Paredes
Diego Francisco Rubio Flores**

TUTOR: Dr. Hernán Mauricio Quisimalín Santamaría Ph.D

AMBATO – ECUADOR

Enero 2017



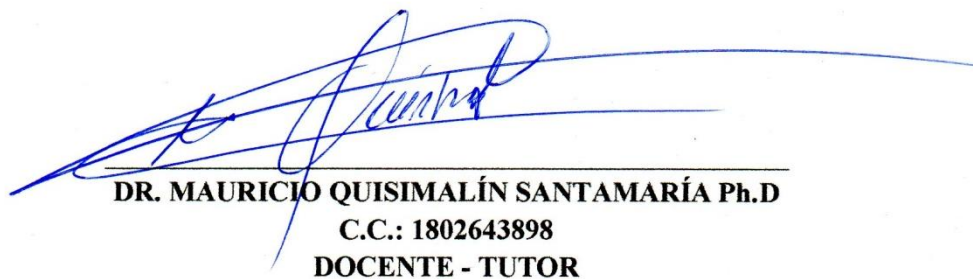
APROBACIÓN DEL TUTOR

DR. HERNÁN MAURICIO QUISIMALÍN SANTAMARÍA Ph.D

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**LA DEMANDA ACADÉMICA EN LA ZONA 3 COMO ELEMENTO DETERMINANTE EN EL MERCADO OCUPACIONAL: CASO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**” presentado por ERIKA VANESSA ESPÍN PAREDES y DIEGO FRANCISCO RUBIO FLORES para optar por el título de Ingenieros de Empresas. CERTIFICO, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el reglamento de títulos y grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

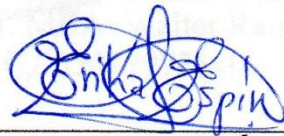
Ambato, 27 de julio de 2016



DR. MAURICIO QUISIMALÍN SANTAMARÍA Ph.D
C.C.: 1802643898
DOCENTE - TUTOR


DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, ERIKA VANESSA ESPIN PAREDES y DIEGO FRANCISCO RUBIO FLORES, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingenieros de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



ERIKA VANESSA ESPÍN PAREDES

CI. 1803723947




DIEGO FRANCISCO RUBIO FLORES


CI. 1805072962

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Dr. MBA. Walter Ramiro Jiménez Silva
C.C. 050179735-1



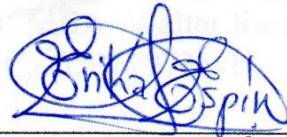
f) Dr. Juan Carlos Castro Analuiza Ph.D
C.C.: 020180176-8

Ambato, 21 de octubre de 2016

DERECHOS DE AUTOR

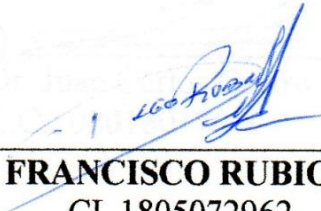
Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro proyecto, con fines de difusión pública además aprobamos la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autores.



ERIKA VANESSA ESPÍN PAREDES

CI. 1803723947



DIEGO FRANCISCO RUBIO FLORES

CI. 1805072962

AGRADECIMIENTO

Agradecemos infinitamente a:

A la Universidad Técnica de Ambato, y a nuestra querida Facultad de Ciencias Administrativas por convertirse en nuestro segundo hogar durante 5 años de nuestra vida, donde disfrutamos muchas alegrías, conocimientos, experiencias y donde logramos forjar grandes amistades.

A nuestros maestros, quienes con su sabiduría y dedicación impartida en las aulas lograron nuestro desarrollo intelectual y moral para convertirnos en grandes profesionales.

A nuestro tutor, el Dr. Mauricio Quisimalin, por su tiempo, su guía y soporte fundamental para que este proyecto de investigación se lleve a cabo.

A los Profesores calificadores Dr. Walter Jiménez y Dr. Juan Carlos Castro, por su aporte esencial de conocimientos que enriquecieron aún más el presente proyecto.

A las distintas y distinguidas Empresas, que nos abrieron sus puertas otorgándonos las herramientas necesarias para continuar con el propósito de este proyecto.

Erika Espín Paredes, Diego Rubio Flores.

DEDICATORIA

A Dios, por haberme otorgado una vida llena de aprendizajes, experiencias, felicidad y por ser mi inspiración de fortaleza en los momentos de debilidad.

*A mis padres **Ivonne y Homero**, porque con su infinito amor supieron orientarme por el camino correcto de la vida, por implantar en mi los mejores valores, por ser mi ejemplo a seguir de lucha y dedicación, por haberme dado la mejor herencia que es la educación. Para ustedes este logro.*

*A mis hermanos **Luis, Mónica y Jonathan**, por haber cumplido también el rol de padres para mí, por su confianza, por su ayuda y apoyo incondicional, benefactores de importancia incalculable en todos los aspectos de mi vida.*

*A mis sobrinos **Kevin, Kike, Sol, Scarlett, y André**, porque deseo que este logro sea una inspiración para que tengan presente que los sueños sí se cumplen, con esfuerzo y dedicación todo es posible.*

*A mi novio **Patricio**, por llegar a mi vida en el momento preciso y llenarla de felicidad. Por alentarme a no darme por vencida y continuar.*

*A mi compañero de proyecto **Diego**, un gran amigo y persona, con quien cristalizamos este gran proyecto, no ha sido fácil pero estamos a un paso de lograrlo.*

Erika E.

DEDICATORIA

A mis abuelitos, que desde pequeño me han inculcado valores mediante el ejemplo y han sido la guía para convertirme en un hombre de bien.

A mi madre Norma Josefina Flores, que siempre me apoya en toda circunstancia de la vida y ha sido un modelo de lucha mostrándome con sus consejos y ejemplo, que todo es posible mediante la persistencia, la disciplina y hoy tengo la oportunidad de retribuir en algo todo su sacrificio.

A las dos personas más incondicionales que tengo en mi vida Isabela y Manuela Álvarez Zapata, que para mí han sido un gran apoyo día a día y que a pesar de la distancia siempre me brindan su apoyo y cariño incondicional.

Diego R.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
APROBACIÓN DEL TUTOR	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	III
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO.....	IV
DERECHOS DE AUTOR.....	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
ÍNDICE GENERAL	IX
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIV
INDICE DE ANEXOS.....	XVI
RESUMEN EJECUTIVO	XVII
ABSTRACT.....	XVIII
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Reporte de Oferta y Demanda Académica de la Universidad Técnica de Ambato elaborado por el Sistema Nacional de Nivelación y Admisión (SNNA).....	2
1.1.1. Área de influencia de la UTA.....	2
1.1.2. Cobertura de la Demanda	4
1.1.3. Oferta vs demanda académica en la Zona 3.....	5
1.1.4. Evolución de la oferta académica de la UTA en los procesos Examen Nacional de Educación Superior (ENES) Septiembre 2013 a Marzo 2015	6
1.2. Rediseño Curricular de la FCADM	6
1.3. Árbol de problemas	14
1.3.1. Análisis.....	15
1.4. Árbol de objetivos	17
1.5. Árbol de posibles soluciones	18
1.5.1. Análisis de las alternativas de solución	19
1.6. Matriz de involucrados.....	21
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
2.1. Objetivo General	23
2.2. Objetivos Específicos	23
3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE)	24
3.1. Demanda Académica.....	24

3.2.	Oferta académica	24
3.3.	Mercado ocupacional.....	24
3.4.	Administración	25
3.5.	Origen de la Administración.....	25
3.6.	Importancia de la Administración.....	29
3.7.	Funciones de la administración	29
3.8.	Mercadotecnia	32
3.9.	Evolución de la mercadotecnia.....	32
3.10.	Reformas y regulaciones de la Educación en el Ecuador.....	34
3.11.	Facultad de Ciencias Administrativas en sus inicios.....	35
3.12.	Oferta vs demanda académica en la Zona 3.....	39
3.13.	Inserción laboral	40
3.14.	Oportunidades de empleabilidad	40
3.15.	Reto de la universidad	42
3.16.	Reto de los docentes	43
3.17.	Reto de las empresas y empresarios	44
3.18.	Factores influyentes para la elección de carrera universitaria	45
3.19.	Competencias en el mercado ocupacional	47
3.20.	SENESCYT, CES, CEAACES, IES.....	51
4.	METODOLOGÍA	52
4.1.	Enfoque de la investigación.....	52
4.2.	Modalidad básica de la investigación	52
4.2.1.	Investigación de Campo	52
4.2.2.	Investigación Bibliográfica.....	52
4.3.	Tipo de investigación	53
4.3.1.	Descriptiva	53
4.3.2.	Asociación de variables	53
4.4.	Técnicas de investigación.....	53
4.4.1.	Entrevista.....	53
4.4.2.	Encuesta	54
4.4.3.	Observación.....	54
4.5.	Instrumentos de investigación	55
4.5.1.	Cuestionarios	55
4.6.	Población.....	55
4.7.	Muestra	56

5.	RESULTADOS	58
5.1.	Entrevista	58
5.2.	Encuesta	82
5.3.	Observación	95
5.4.	Verificación de hipótesis	98
5.4.1.	Planteamiento de la hipótesis.....	98
5.4.2.	Modelo matemático	98
5.4.3.	Nivel de significancia y grado de libertad	98
5.4.4.	Frecuencias observadas (encuestas).....	99
5.4.5.	Frecuencias esperadas	100
5.4.6.	Calculo del chi cuadrado	100
5.4.7.	Verificación de la hipótesis	100
5.4.8.	Regla de decisión.....	101
5.4.9.	Conclusión de la verificación de la hipótesis	101
5.5.	PROPUESTA	102
5.5.1.	Antecedentes	102
5.5.2.	Justificación.....	104
5.5.3.	Objetivos	105
5.5.3.1.	Objetivo General	105
5.5.3.2.	Objetivos Específicos	105
5.5.4.	Modelo Operativo.....	106
5.5.4.1.	Fase I: Adecuación del perfil profesional	106
5.5.4.2.	Fase II: Bolsa de empleo	111
5.5.4.3.	Fase III: Plan de marketing.....	113
6.	CONCLUSIONES	122
7.	RECOMENDACIONES	125
8.	BIBLIOGRAFÍA	127
	ANEXOS	133

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Cobertura de la demanda Facultad de Ciencias Administrativas por Carreras - Marzo 2015.....	4
Tabla N° 2: Comparativo Oferta vs Demanda Facultad de Ciencias Administrativas por Carrera	5
Tabla N° 3: Matriz de involucrados	21
Tabla N° 4: Tasa de Empleabilidad: Ambato (Marzo 2008 a Marzo 2016)	41
Tabla N° 5: Población	56
Tabla N° 6: Población a ser intervenida	57
Tabla N° 7: Tamaños de la empresa u organización	58
Tabla N° 8: Sector económico	59
Tabla N° 9: Influencia de la calificación de la universidad al momento de contratar.....	60
Tabla N° 10: Profesionales con los que cuentan las empresas	62
Tabla N° 11: Proporción de Mujeres contratadas en las Empresas.	63
Tabla N° 12: Personal contratado en los últimos 5 años (basado en la edad).....	64
Tabla N° 13: Medios de influencia para la contratación de una vacante.	65
Tabla N° 14: Aspectos de enfoque e inversión empresarial.	67
Tabla N° 15: Principales Razones para Contratar Egresados o Graduados de la FCDA	69
Tabla N° 16: Cambios en educación que se percibe por parte de las Empresas	71
Tabla N° 17: Áreas a reforzar con profesionales en administración.....	73
Tabla N° 18: Servicios debe ofertar la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA	75
Tabla N° 19: Planificación	76
Tabla N° 20: Organización	77
Tabla N° 21: Dirección	79
Tabla N° 22: Control.....	81
Tabla N° 23: Relación laboral actual de los egresados.....	82
Tabla N° 24: Trabajo acorde a su profesión	83
Tabla N° 25: Información ocupacional	84
Tabla N° 26: Cargo que desempeña.....	85
Tabla N° 27: Área de trabajo	86
Tabla N° 28: Tipo de relación laboral	87
Tabla N° 29: Influencia de la categoría de la universidad al ser contratado	88
Tabla N° 30: Espacios laborales para ejercer su profesión.....	89
Tabla N° 31: Tiempo de ubicación del egresado en un trabajo	90
Tabla N° 32: Nivel de ingresos mensuales.....	91
Tabla N° 33: Experiencia laboral	93

Tabla N° 34: Solicitaron experiencia laboral como requisito para puesto de trabajo	94
Tabla N° 35: Frecuencias observadas	99
Tabla N° 36: Frecuencias esperadas.....	100
Tabla N° 37: Cálculo chi cuadrado	100
Tabla N° 32: Modelo operativo.....	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Demanda por zona administrativa	2
Gráfico N° 2: Postulaciones por Provincia.....	3
Gráfico N° 3: Cobertura de la Demanda -Facultad de Ciencias Administrativas	4
Gráfico N° 4: Comportamiento Oferta vs Demanda	5
Gráfico N° 5: Oferta académica	6
Gráfico N° 6: Árbol de problemas	14
Gráfico N° 7: Árbol de objetivos	17
Gráfico N° 8: Árbol de posibles soluciones	18
Gráfico N° 9: Modelo de Unesco -Áreas de estudio y títulos en el Ecuador	37
Gráfico N° 10: Tasa de Empleo: Ambato (Marzo 2008 a Marzo 2016).....	41
Gráfico N° 11: Resultados de las Preferencias Basadas en la Compensación Económica – UTA.....	46
Gráfico N° 12: Resultados de Selección de Carrera Universitaria por FCDA - UTA.	47
Gráfico N° 13: Tamaños de la empresa u organización	58
Gráfico N° 14: Sector económico	59
Gráfico N° 15: Influencia de la calificación de la universidad al momento de contratar.....	60
Gráfico N° 16: Profesionales con los que cuentan las empresas	62
Gráfico N° 17: Proporción de Mujeres contratadas en las Empresas.	63
Gráfico N° 18: Personal contratado en los últimos 5 años (basado en la edad)	64
Gráfico N° 19: Medios de Influencia para la Contratación de una vacante	65
Gráfico N° 20: Aspectos de enfoque e inversión empresarial.	67
Gráfico N° 21: Principales Razones para Contratar Egresados o Graduados.	69
Gráfico N° 22: Cambios en educación que se percibe por parte de las Empresas	71
Gráfico N° 23: Áreas a reforzar con profesionales en administración.....	73
Gráfico N° 24: Servicios debe ofertar la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA .	75
Gráfico N° 25: Planificación.....	76
Gráfico N° 26: Organización	77
Gráfico N° 27: Dirección	79
Gráfico N° 28: Control.....	81
Gráfico N° 29: Relación laboral actual de los egresados.....	82
Gráfico N° 30: Trabajo acorde a su profesión.....	83
Gráfico N° 31: Información ocupacional	84
Gráfico N° 32: Cargo que desempeña.....	85
Gráfico N° 33: Área de trabajo	86
Gráfico N° 34: Tipo de relación laboral	87

Gráfico N° 35: Influencia de la categoría de la universidad al ser contratado Fuente: Encuestas	88
Gráfico N° 36: Espacios laborales para ejercer su profesión.....	89
Gráfico N° 37: Tiempo de ubicación del egresado en un trabajo	90
Gráfico N° 38: Nivel de ingresos mensuales.....	91
Gráfico N° 39: Experiencia laboral	93
Gráfico N° 40: Solicitaron experiencia laboral como requisito para puesto de trabajo	94
Gráfico N° 41: Verificación De Hipótesis.....	100

INDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1: Cobertura de la Demanda Marzo 2015	133
ANEXO N° 2: Comportamiento Oferta vs Demanda por Carrera -N° de cupos vs N° de postulaciones.....	134
ANEXO N° 3: Oferta nacional de la Carrera de Ciencias Administrativas	135
ANEXO N° 4: Resoluciones seguimiento a egresados	140
ANEXO N° 5: Resolución de aprobación de las Escuelas de Administración.....	142
ANEXO N° 6: Mallas Curriculares 2012 Carrera Administración de Empresas	146
ANEXO N° 7: Mallas Curricular 2016 Carrera Administración de Empresas	148
ANEXO N° 8: Mallas Curricular 2012 Carrera Mercadotecnia	149
ANEXO N° 9: Entrevista	151
ANEXO N° 10: Encuesta	155
ANEXO N° 11: Ficha de Observación.	158

RESUMEN EJECUTIVO

La Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato forma profesionales en las áreas de administración de empresas y mercadotecnia, cuyo propósito es cubrir la demanda de profesionales aptos, competentes y éticos del mercado ocupacional.

Por lo tanto, el estudio se realiza sobre la demanda académica en la zona 3 como elemento determinante en el mercado ocupacional: caso Facultad de Ciencias Administrativas, donde se determina los factores ocupacionales del profesional en administración y mercadotecnia, examinando en un contexto de necesidades y de diferentes perspectivas, si las empresas en general están satisfechas o no con la dotación de personal.

Los resultados obtenidos perciben que ha aumentado el nivel de capacitación y está mejorando la oferta laboral. También identifica que existe un nivel de insatisfacción con la oferta de mano de obra en términos de educación formal, aunque no así en habilidades y competencias técnicas, donde el nivel de insatisfacción llega a un tercio de las empresas que participaron de estudio. La experiencia es otro de los puntos que se tratan en la investigación, pues las empresas valoran la introducción previa al mundo laboral.

Así la propuesta genera un análisis del perfil profesional de los estudiantes con el objeto de garantizar a los graduados y/o egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica una formación y enseñanza adecuada acorde a la demanda del mercado ocupacional.

Palabras claves: Universidad Técnica de Ambato, Facultad Ciencias Administrativas, mercado de trabajo, perfil profesional.

ABSTRACT

The Faculty of Administrative Sciences at the Technical University of Ambato trains professionals in the areas of business administration and marketing, which aims to meet the demand for professionals capable, competent and ethical occupational market.

Therefore, the study is conducted on academic demand in Zone 3 as a determining factor in the occupational market: case Faculty of Administrative Sciences, where occupational factors professional is determined in management and marketing, examining in the context of needs and from different perspectives, if companies in general are satisfied or not with staffing.

The results obtained perceive has increased the level of training and is improving labor supply. It also identifies that there is a level of dissatisfaction with the supply of labor in terms of formal education, though not in skills and expertise, where the level of dissatisfaction reaches a third of the companies that participated in the study. Experience is another of the points addressed in the investigation because companies value the prior introduction to the working world.

Thus the proposal generates an analysis of the professional profile of students in order to ensure graduates and / or graduates of the Faculty of Administrative Sciences at the Technical University adequate training and education according to the demand of the labor market.

Keywords: Technical University of Ambato, Faculty Administrative Sciences, labor market, professional profile.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

En los últimos años el Ecuador ha atravesado diversas transformaciones de desarrollo, donde las Instituciones de Educación Superior (IES) están sujetas a nuevos criterios y políticas educativas establecidas por parte del SENESCYT, CES y CEAACES, cuyo objetivo es potencializar una educación superior de calidad como se establece la (LOES 298, 2010, art.93) *“El principio de calidad consiste en la búsqueda constante y sistemática de la excelencia, la pertinencia, producción óptima, transmisión del conocimiento y desarrollo del pensamiento mediante la autocrítica, la crítica externa y el mejoramiento permanente.”* Consolidando a la educación superior de calidad como una herramienta fundamental para garantizar la formación de profesionales preparados para lo que el país y la sociedad demanda.

Es así que a través del SNNA cada IES tiene la responsabilidad de presentar la oferta de cupos por cada opción de carrera y es imperante que la pertinencia sea un requisito indispensable para considerar esta oferta de cupos, promoviendo la calidad de la educación con el fin de atender a las necesidades del país y preparar individuos dinámicos en el desarrollo económico y social mediante un análisis profundo de datos históricos y del comportamiento de la demanda de educación superior (SNNA, 2015); tal como lo establece la Ley Orgánica de Educación Superior donde se menciona:

Art. 94.- Evaluación de la calidad.- La Evaluación de la Calidad es el proceso para determinar las condiciones de la institución, carrera o programa académico, mediante la recopilación sistemática de datos cuantitativos y cualitativos que permitan emitir un juicio o diagnóstico, analizando sus componentes, funciones, procesos, a fin de que sus resultados sirvan para reformar y mejorar el programa de estudios, carrera o institución. (LOES 298, 2010, art.94)

Art. 107.- Principio de pertinencia.- (...) las instituciones de educación superior articularán su oferta docente, de investigación y actividades de vinculación con la sociedad, a la demanda académica, a las necesidades de desarrollo local, regional y nacional, a la innovación y diversificación de profesiones y grados académicos, a las tendencias del mercado ocupacional local, regional y nacional, a las tendencias demográficas locales, provinciales y regionales; a la vinculación con la estructura productiva actual y potencial

de la provincia y la región, y a las políticas nacionales de ciencia y tecnología. (LOES 298, 2010, art.107)

1.1. Reporte de Oferta y Demanda Académica de la Universidad Técnica de Ambato elaborado por el Sistema Nacional de Nivelación y Admisión (SNNA)

En este punto es importante mencionar el reporte denominado Oferta y Demanda Académica de la Universidad Técnica de Ambato del 24 de Agosto de 2015, elaborado por el Sistema Nacional de Nivelación y Admisión (SNNA), como una estrategia de acompañamiento para la FCADM, para facilitar la toma de decisiones originadas en la política pública con justificativos sólidos, el mismo que toma datos relevantes tales como:

1.1.1. Área de influencia de la UTA

Según el Sistema Nacional de Nivelación y Admisión (SNNA) en su Reporte de Oferta y Demanda Académica Agosto 2015, detalla en la siguiente figura de qué zona geográfica proviene la mayoría de la demanda de la UTA.

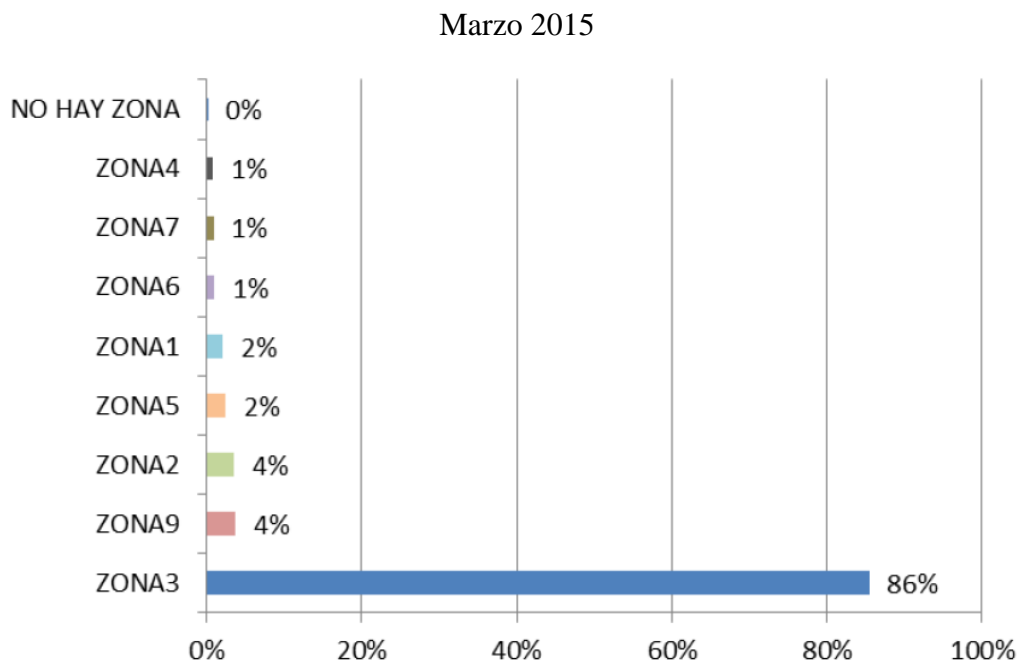


Gráfico N° 1: Demanda por zona administrativa

Fuente: SNNA, 2015

Adaptado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Marzo 2015

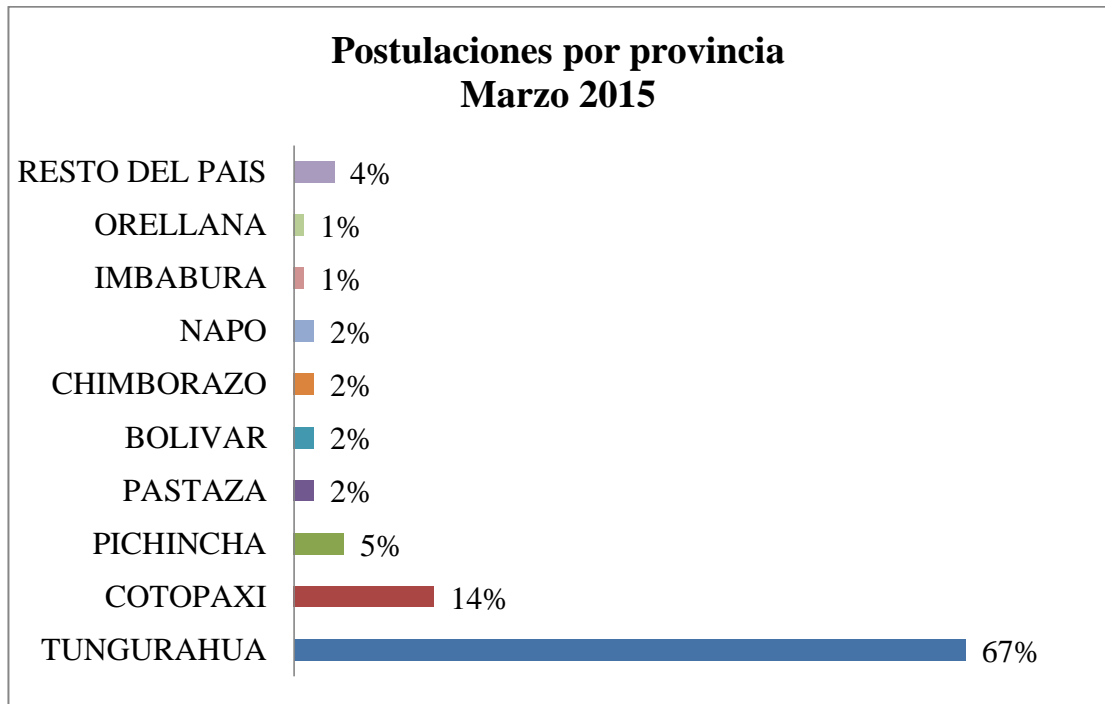


Gráfico N° 2: *Postulaciones por Provincia*

Fuente: SNNA, 2015

Adaptado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

“El patrón de demanda poblacional es claramente alto en la zona 3 con el 86% de las postulaciones que provienen de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Pastaza, adicional a esto es importante destacar que el 67% de personas que postularon pertenecen a la provincia de Tungurahua mientras que el 14% de la demanda proviene de la provincia de Cotopaxi y el 5% de la Provincia de Pichincha, entre estas tres provincias se concentra alrededor del 86% del total de la demanda” (SNNA, 2015).

Como se pudo observar la Universidad Técnica de Ambato tiene como área de influencia directa la zona 3, razón por la cual el presente proyecto se centra en el análisis de demanda de la FCADM de las provincias de: Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Pastaza con el objetivo de proporcionar información que aporte para que la FCADM sea un ente que lidere los procesos de cambio necesarios en la actualidad a nivel de la región.

1.1.2. Cobertura de la Demanda

Tabla N° 1: Cobertura de la demanda Facultad de Ciencias Administrativas por Carreras -Marzo 2015

CARRERA	OFERTA	%	DEMANDA	%	DEMANDA INSATISFECHA	%
MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	70	100%	97	138,57%	27	38,57%
ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	70	100%	79	112,86%	9	12,86%

Fuente: SNNA, 2015. **ANEXO N° 1**

Elaborado y adaptado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

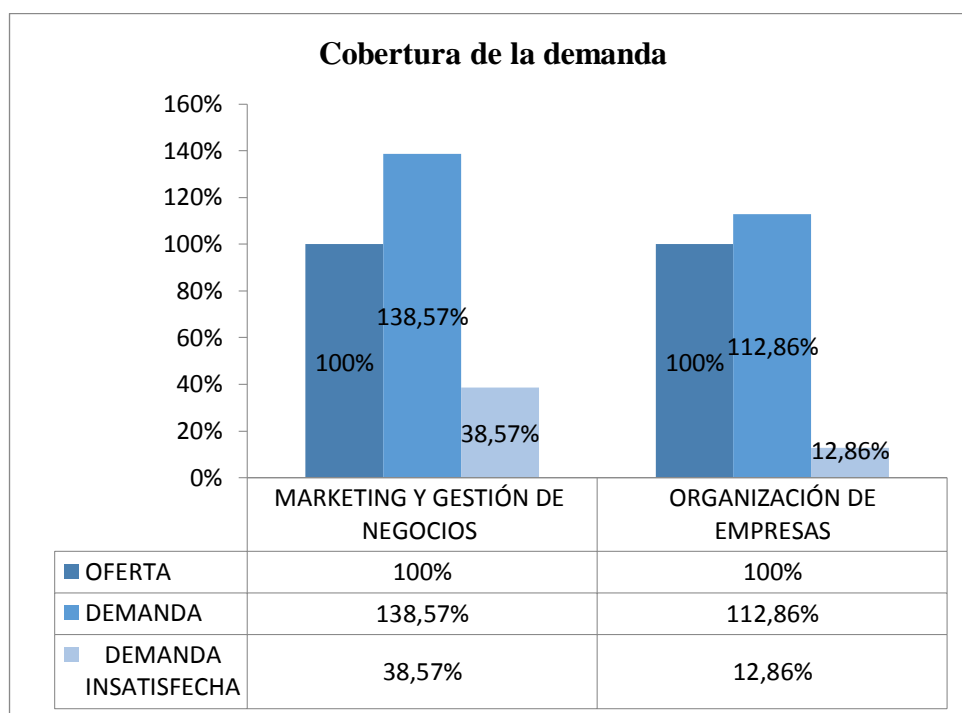


Gráfico N° 3: Cobertura de la Demanda -Facultad de Ciencias Administrativas

Fuente: SNNA, 2015

Elaborado y adaptado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

La oferta de Marketing y Gestión de Negocios en el proceso marzo 2015 fue de 70 cupos que representa el 100%, mientras que la demanda fue de 97 cupos es decir el 138,57%; lo que implica que existe una demanda general insatisfecha de 27 cupos en primera opción que equivale al 38,57%. Así mismo, la oferta de Organización de Empresas en el proceso marzo 2015 fue de 70 cupos que representa el 100%, mientras que la demanda fue de 79 cupos es decir el 112,86%, lo que implica que

existe una demanda general insatisfecha del 9 cupos en primera opción que equivale al 12,86%.

Entendiendo como demanda insatisfecha a la cantidad de cupos que el mercado requiere, pero que ningún ofertante cubre, en este caso no lo cubre la Facultad de Ciencias Administrativas. Existe una demanda general insatisfecha debido al recorte de cupos por parte del estado ecuatoriano al aplicar la política de transformación de la matriz productiva.

1.1.3. Oferta vs demanda académica en la Zona 3

Tabla N° 2: Comparativo Oferta vs Demanda Facultad de Ciencias Administrativas por Carrera
N° de cupos vs N° de postulaciones
Marzo 2014 a marzo 2015

CARRERA	OFERTA		DEMANDA			
	Marzo 2014	Sept 2014	Marzo 2015	Marzo 2014	Sept 2014	Marzo 2015
MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	70	70	70	185	119	97
ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	70	70	70	137	105	79

Fuente: SNNA, 2015 ANEXO N° 2

Elaborado y adaptado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

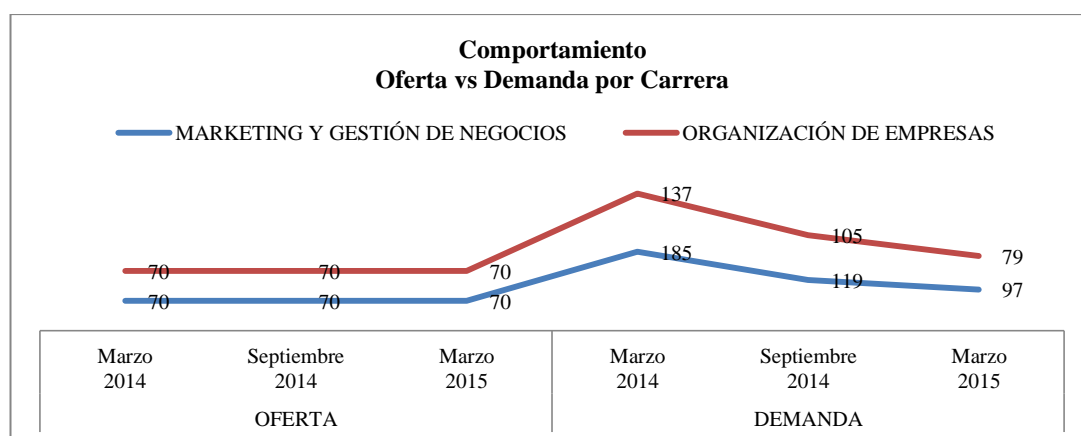


Gráfico N° 4: Comportamiento Oferta vs Demanda Facultad de Ciencias Administrativas por Carrera

Fuente: SNNA, 2015

Adaptado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Se puede observar una comparación en cuanto a oferta y demanda entre los períodos

marzo 2014 a marzo 2015. En el caso de las carreras objeto de investigación: Marketing y Gestión de Negocios y Organización de Empresas se mantienen estables en el número de cupos ofertados; mientras que la demanda disminuye para el proceso marzo 2015, entre las razones de disminución de interés o de demanda es la aparición de nuevas opciones de carreras; así como también de la implementación del examen obligatorio ENES que dificulta el acceso a las carreras por elección.

1.1.4. Evolución de la oferta académica de la UTA en los procesos Examen Nacional de Educación Superior (ENES) Septiembre 2013 a Marzo 2015

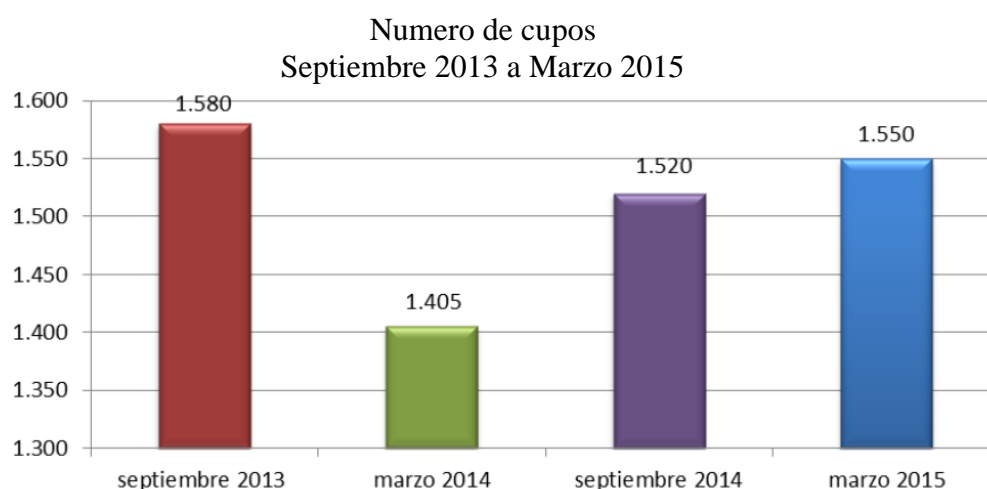


Gráfico N° 5: Oferta académica

Fuente: SNNA, 2015

Adaptado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

La comparación estacional muestra que para el proceso de marzo 2015 la oferta ha crecido en 2% respecto a la de septiembre 2014” (SNNA, 2015). Para el análisis de esta información, cabe mencionar que en los procesos de septiembre 2013 y marzo 2015 la rendición del ENES no fue un requisito obligatorio, mientras que en los procesos marzo 2014 y septiembre 2014 se estableció la universalización del examen, lo cual puede afectar en cierta medida al crecimiento o decrecimiento de la oferta.

1.2. Rediseño Curricular de la FCADM

En el proyecto de rediseño curricular elaborado el 14 de noviembre de 2014 por la Unidad de Planificación y Evaluación (UPE) se realiza un análisis un tanto superficial de las diferentes demandas, tendencias, características de la sociedad

donde se va a insertar el futuro graduado de la FCADM, de manera que se intenta evidenciar la importancia de mantener las carreras de Administración de Empresas y Mercadotecnia, puesto que según el (CES, 2015) *“las carreras deben articularse a componentes curriculares cada vez más altos”*. Entre los aspectos más importantes se muestra lo siguiente:

Las mallas curriculares de los programas académicos impartidos en la Carrera de Organización de Empresas y Mercadotecnia tienen más de 8 años de haber sido elaboradas e implementadas, durante ese tiempo no se han actualizado los módulos. Del estudio se desprende en alguna medida que la aplicación de los contenidos de los módulos no corresponde a las necesidades actuales del mercado empresarial, por ello es indispensable la actualización del Diseño Curricular de la Carrera. Se ha encargado esta responsabilidad a la Comisión de Actualización del Rediseño Curricular. (UPE, FCADM, UTA, 2014)

Observando las mallas curriculares a través de los años tanto de la Carrera de Organización de Empresas como de Mercadotecnia se puede evidenciar, que efectivamente no existen actualizaciones significativas de los módulos y mucho menos basados a las necesidades que demanda el mercado. **ANEXO N° 6, ANEXO N° 7, ANEXO N° 8.**

Las necesidades del entorno provincial y local

Las proyecciones existentes para el crecimiento de la provincia de Tungurahua se fundamenta en el crecimiento de negocios especializados del sector manufacturero, dónde hay un repunte en el sector metalmecánico automotriz, textil y calzado, con auge en la producción de la zona para lo cual es necesario conocer las necesidades locales de la provincia de Tungurahua mediante planificación y coordinación del trabajo que realizan los sectores públicos y privados locales, identificando los productos que más posibilidad tienen de éxito dentro de la realidad provincial, sobre todo la capacidad de implementar un sistema en el que se innove en todas las fases posibles del proceso productivo y fomentar la formación de los pequeños y medianos productores y sus organizaciones para que puedan desarrollar con eficiencia todas las actividades de producción y administración de la unidad productiva. (UPE, FCADM, UTA, 2014)

Necesidades científicas y tecnológicas de la provincia de Tungurahua zona 3

Se establece relevante fomentar proyectos y actividades de ciencia y tecnología en todos los niveles educativos e incorporación en las mallas curriculares de los contenidos vinculados. Para que estas se puedan apoyar en las organizaciones dedicadas a la producción de conocimiento científico e innovación tecnológica. (UPE, FCADM, UTA, 2014)

Campos que se están desarrollando

El uso de los modelos basados en competencias resulta sumamente funcional para la planificación curricular y la definición de los perfiles de ingreso, egreso y profesional, esto implica vincular más las carreras con el sector productivo y comercial; organizando los aprendizajes, de modo que resulten relevantes para la incorporación eficiente de los egresados al campo laboral (UPE, FCADM, UTA, 2014).

Por lo tanto la actualización del Rediseño Curricular por competencias y créditos debe encontrar soporte en el eje central de los saberes y los aprendizajes que habla del desarrollo de los pilares de la educación: aprender a ser, aprender a pensar, aprender a decidir, aprender a emprender y aprender a vivir juntos; a nivel de los ciclos semestrales se busca desarrollar competencias específicas de la carrera de Organización de Empresas y Mercadotecnia (UPE, FCADM, UTA, 2014).

Analizada la información previa se concluye que no constituye un estudio amplio y relevante, el cual examine y contraste la oferta y demanda académica en la sociedad local y ecuatoriana, los estudios realizados por Universidades Ecuatorianas son superficiales o no tienen relevancia en cuanto a nivel institucional, y de la sociedad, ya que no permite tomar como modelo o realizar estudios anuales y permanentes. Para lo cual se ha emprendido en diseñar un proyecto que permita indagar la demanda social, en el mercado ocupacional y profesional, que se vincule con la política pública emanada por el Gobierno y el Estado Ecuatoriano.

El propósito del estudio, es el incorporar mejoras en los procesos de las Instituciones de Educación Superior (IES), a través de la recopilación y análisis de procesos de efectividad, es aquí donde cumple un papel muy importante el **seguimiento y opinión** de los graduados de la Facultad de Ciencias Administrativas a fin de recopilar los datos necesarios sobre su situación laboral, su desempeño laboral y profesional; por lo cual hemos tomado como referencia la información recopilada en el Informe de Seguimiento a Graduados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA, realizado en los periodos 2013 y 2015, según resolución FCA-CD-P-1052-2015 y FCA-CD-P-099-2015 **ANEXO N° 4** donde muestra lo siguiente:

- El graduado de la carrera de la Facultad de Ciencias Administrativas consigue un trabajo en el cual busca establecerse para posteriormente mejorar su posición jerárquica en la organización.
- A los dos años del estudio la cantidad de personas que poseen un cargo jerárquico de jefatura o gerencia se ha duplicado en comparación a la fecha de graduación, es decir hay incremento de los graduados en cargos relacionados a la toma de decisiones.
- El 7% de graduados genera emprendimientos, es decir que al inicio de su carrera profesional no deciden emprender, pero a los dos años ya se encuentran en capacidad de generar nuevas fuentes de trabajo.
- Conseguir un trabajo es una tarea que lleva menos de tres meses, por ello se considera que los graduados poseen habilidades para cambiar con relativa facilidad de trabajo.
- Es necesidad del profesional para obtener cargos administrativos y directivos el conocimiento de modelos matemáticos y estadísticos que contribuya a su solución de problemas y crea un elemento diferenciador.
- En cuanto a la formación de las materias, se observa al igual que en las encuestas de graduados realizadas que los módulos son catalogados como teóricos y en ocasiones alejados de la realidad de las empresas y por ende que no proporcionan elementos diferenciadores de los graduados de la Universidad Técnica de Ambato con respecto a otras universidades.
- Se recomienda la revisión de los contenidos microcurriculares de los módulos de: marketing, proyectos, recursos humanos, control de la calidad y

matemáticas. Los mismos que deben incorporar elementos que sean prácticos y que abarquen nuevas teorías aplicadas a su área de conocimiento.

- Se recomienda la generación de convenios interinstitucionales para las prácticas profesionales y bolsa de empleo que ubique en mejores puestos a los graduados que desean conseguir su primer empleo o cambio de actividad dentro del área del marketing o administración.
- Se debe analizar el perfil profesional del graduado para que desde ahí se realicen mejoras en los contenidos microcurriculares orientando al estudiante a las áreas estratégicas de formación como emprendimiento, innovación, producción y conocimiento.

El diseño de este tipo de estudios da la pauta para explicar causales de las IES, en relación al *desempeño, perspectiva de los empresarios y la capacidad de respuesta y reacción frente a situaciones de la vida empresarial* aplicando conocimientos previamente adquiridos en la UTA.

Además de contestar en el presente estudio criterios de **percepción** tales como *satisfacción del trabajo desempeñado, porcentaje de aplicación de las materias recibidas en el desarrollo de la vida profesional*, las generalidades incluyen:

- Características socioeconómicas, demográficos, académicos, etc.
- Situación laboral
- Satisfacción de la educación recibida proporcionada por la Facultad de Ciencias Administrativas.
- Las competencias y condiciones del mercado ocupacional, expectativas por parte de los empleadores.
- Cuán beneficioso fue adquirir conocimientos previos transmitidos por parte de los educadores.

El estudio permite conocer la definición, evolución del profesional y personal, relacionada a diversos factores, incluyendo los básicos tales como *género, edad, formación estudiantil, experiencias laborales*, etc. En general los componentes se desglosan en la aplicación de las encuestas, en datos recolectados y las entrevistas

realizadas, que si bien es cierto, estos a su vez incluyen:

- a) **Sociodemográficos:** Tales como género, estado civil, edad, residencia entre otros datos que se consideran en los criterios del estudio de demanda ocupacional. Entendida como “demanda ocupacional” a la cantidad de trabajadores que las empresas o empleadores están dispuestos a contratar.
- b) **Educación:** Estudios de secundaria, universidad, estudios previos, estudios secundarios.
- c) **Estudios Realizados:** cambios educacionales, estudios posteriores, estudios complementarios, empresa o institución donde se ha desempeñado laboralmente.

La situación laboral del graduado tras haber culminado sus estudios se analiza tanto en procesos de su desempeño laboral como de formación; es decir este estudio toma en cuenta el **contraste** entre el sujeto *que aprende y lo profesional-laboral* con el modelo actual del Consejo de Educación Superior (CES).

Los enfoques que se consideran son los **logros** que se alcanza laboralmente y socioeconómicos, los logros son los mejores indicadores de pertinencia de la calidad de la malla curricular (Romano y Dellow; 2009 y Montes 2008), las **habilidades y destrezas** adquiridas durante la formación de los graduados se consideran como la mejor forma de medir la **efectividad**, ya que la efectividad está relacionado a la *aplicación de las competencias y experiencias* que se aplican al campo laboral por parte de los mismos.

Los problemas se evidencian en la parte metodológica y gran parte también a la responsabilidad que se le atribuye al estudiante, los aportes y contribuciones que los graduados hagan en su labor a desempeñar, son vistos como *calidad en su formación*, alrededor del mundo los diferentes procesos se relacionan en el tiempo y forma en que se han puesto en práctica:

- ✓ En la educación superior se han involucrado el gobierno y las IES en este tipo de estudios a fin de mejorar la calidad de los estudios.
- ✓ La trayectoria de los graduados es un eje fundamental en este tipo de

estudio.

Los estudios de **demanda ocupacional** se han convertido en los últimos tiempos de suma importancia para generar una bolsa de trabajo no saturada.

En la actualidad, los graduados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA se enfrentan a condiciones limitantes, debido al **mercado ocupacional** cambiante y empresas que requieren experiencia y conocimientos bastos en temáticas de producción, donde siempre están presentes circunstancias variantes que comprometen las ganancias de la empresa, esto implica que la calidad o percepción que tienen los empresarios de nuestros graduados está fundamentada en experiencias previas o en contratos previos de graduados de la UTA.

La limitada pertinencia social de las carreras y/o programas de la FCADM, la limitada e insuficiente formación de los profesores, la concentración de matrícula en programas o carreras tradicionales de las Universidades Ecuatorianas, las exigencias de movilidad interna y externa, los avances científicos y tecnológicos, la distribución del ingreso en la población, la inserción de los graduados en el mercado ocupacional, la demanda de los sectores sociales y productivos, ha abonado el crecimiento exiguo de cobertura de la educación. En este sentido, el caso de las carreras de Pregrado y/o programas de la Universidad Técnica de Ambato no está al margen de estas realidades.

Constituye una problemática compleja, animada por una tensión permanente de factores internos a las propias carreras de Pregrado y/o programas de Posgrado, educación y capacitación continua, como es el grado de aprovechamiento académico de los alumnos, la tutoría, la orientación educativa, la formación y actualización de sus profesores, por considerar los principales. Además de los factores contextuales, y el grado de cobertura de la carrera, en cumplimiento de la Calidad Académica con estándares nacionales e internacionales, cumpliendo con la política de educación superior.

A nivel nacional, en las carreras y programas de la "UTA", hay una concentración de carreras tradicionales en las áreas de ciencias sociales y económicas-administrativas-

contables según datos de SENESCYT. Por lo que se hace necesario diversificar la oferta educativa.

Para la sociedad es de mucho interés el presente proyecto sobre demanda en la carrera de Administración, en vista que la misma requiere de una mejora en la educación superior, para lo cual el aseguramiento de la "calidad académica" es importante mediante procesos académicos instaurados para el cumplimiento del objetivo de mejoramiento. La Facultad de Ciencias Administrativas debe contar con los recursos y servicios suficientes para el cumplimiento y sostenibilidad de la misma.

Los estándares de educación a nivel global se encuentran sujetos a enormes presiones, a su vez factores endógenos como exógenos dan origen a problemas de distinta índole sobre la capacidad de generación de conocimientos mediante distintos procesos educativos, así como investigaciones, por lo tanto la Universidad Técnica de Ambato requiere de un estudio de demanda académica de las carreras antes Organización y Mercadotecnia hoy denominadas Administración y Mercadotecnia, demostrando cuán pertinente es seguir ofertando las mismas mallas en un mercado ocupacional cada vez más saturado.

Las condiciones y esquemas organizacionales han cambiado al punto de demandar cada vez más de una formación adecuada a la par de los profesionales.

En los últimos años, se ha evidenciado que existen ciertos requisitos que afectan el ingreso al mercado ocupacional, cada vez es más común que se requiera de una mejor formación educacional así como de mejores destrezas y habilidades. La relación que existe entre la sociedad cada vez más informada y sectores donde su nivel de conocimiento y económico destaca cambiando la importancia de la educación de otro nivel. Los continuos cambios en la bolsa laboral, resultan en una formación vocacional, la cual se refleja en una transición de la universidad al mercado ocupacional.

Con los nuevos modelos educacionales, se exige cada vez más que las instituciones de educación superior se responsabilicen en su trabajo, por lo cual se mide el grado

de conocimientos de la universidad basados en los resultados que demuestran sus estudiantes.

1.3. Árbol de problemas

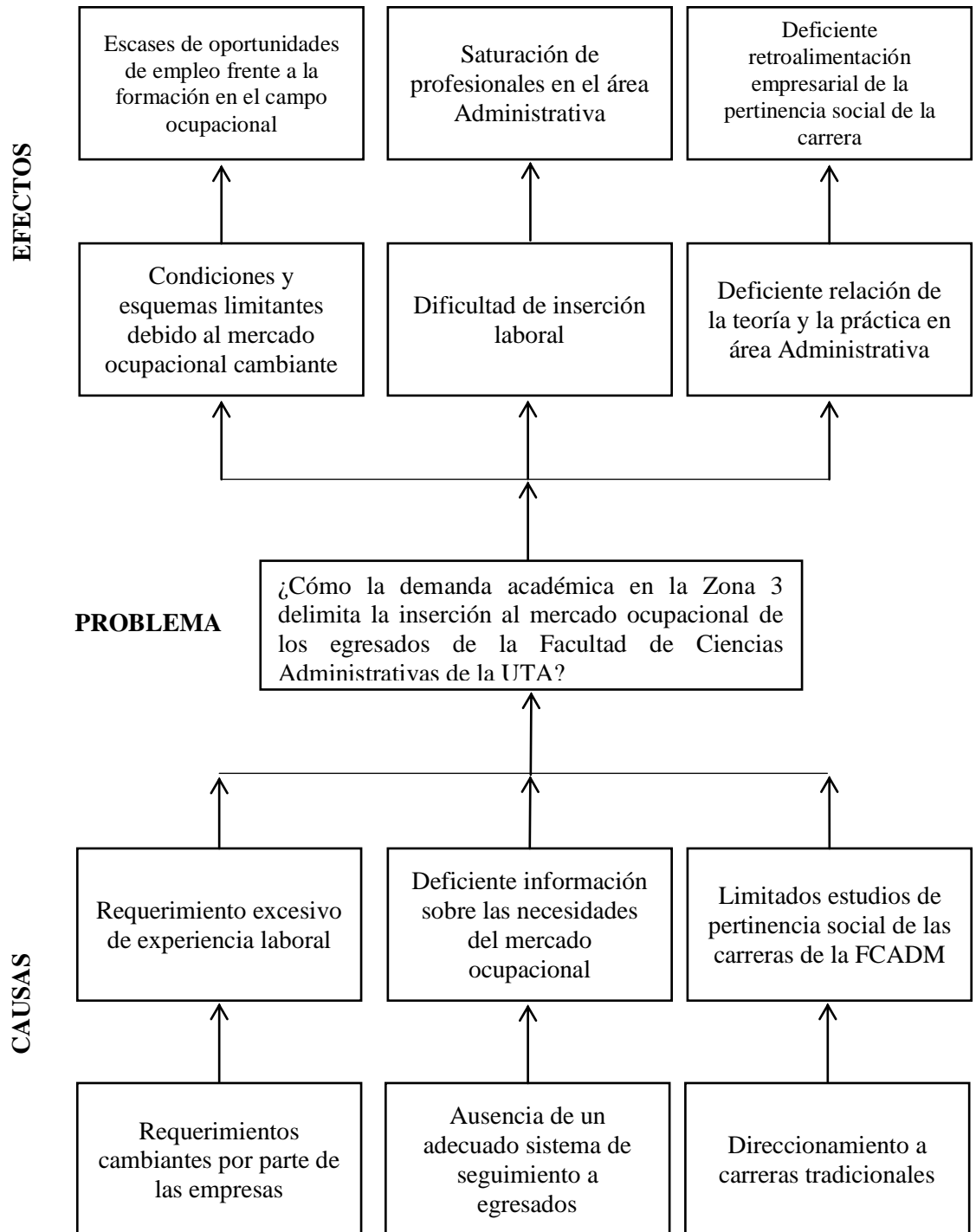


Gráfico N° 6: Árbol de problemas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

1.3.1. Análisis

Los cuestionamientos empiezan con influencia de la demanda académica sobre el mercado ocupacional de las provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Bolívar, Chimborazo y Pastaza; y para que se dé la ocurrencia del problema se tiene como causas el requerimiento excesivo de años de experiencia para cargos administrativos, que a su vez son generados por un ritmo cambiante en los requisitos de las empresas, entonces el problema claro está que los egresados de la Facultad de Administración de la Universidad Técnica de Ambato no tienen espacios para desarrollarse laboralmente pues la experiencia es algo que no se la obtiene mientras estudia y que las empresas piden permanentemente para puestos ejecutivos medios y altos. Lo anterior tendría como efecto que las condiciones y esquemas sean limitantes debido al mercado ocupacional cambiante, pues los requerimientos que sugieren las empresas para optar por un puesto de trabajo en el campo administrativo, con frecuencia cambia debido al avance tecnológico y de mercado, lo que permite que las empresas requieran nuevas especializaciones, por lo que la escases de oportunidades de empleo o formación en el campo profesional son mínimas para los recién egresados.

Otra causa es la deficiente información de las necesidades del mercado ocupacional por parte de las autoridades universitarias, a esto se suma la ausencia de un sistema adecuado de seguimientos a los egresados, esto porque los actuales programas se limitan a las averiguaciones de la relación laboral, si trabaja o no el egresado, y en que puestos se desempeñan, pero no realizan un análisis profundo de lo que realmente el mercado ocupacional exige y con ello preparar de mejor manera las futuras generaciones de egresados para que sean aptos y profesionales eficientes.

Si no se realiza un reconocimiento periódico de lo que el mercado ocupacional exige en la actualidad, la inserción laboral de los egresados será dificultosa, pues la competitividad profesional con egresados de otras facultades y universidades se ven relacionados a los conocimientos adquiridos, pero sobre todo a las necesidades de las empresas; y en este mismo contexto, existe un efecto más grave que es la saturación de profesionales en el área administrativa como es el caso de las carreras y

programas de la "UTA", donde según datos de SENESCYT hay una concentración de carreras tradicionales en las áreas de ciencias sociales y económicas-administrativas-contables por lo que se hace necesario que los estudiantes adquieran destrezas y habilidades, así como los conocimientos necesarios y diferentes al resto, que les permita obtener cierta ventaja para optar por un cargo o puesto de trabajo dentro de las empresas de la Zona 3, que además les permitan ganar la experiencia requerida para ascender o conseguir mejores oportunidades de trabajo.

El direccionamiento hacia las denominadas carreras tradicionales por parte del CEAACES, así como también los limitados estudios de pertinencia social de las carreras representa una de las causas principales para que las oportunidades dentro de la sociedad de los egresados de las carreras de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato sean restringidas; lo que genera que la transición de lo teórico a lo práctico sea deficiente, necesitando de programas que vinculen más al estudiante con la vida profesional aplicando los conocimientos de aula en proyectos viables para las empresas de la Zona 3; pero al existir este efecto negativo se suma la deficiente retroalimentación empresarial de la pertinencia social de la carrera.

1.4. Árbol de objetivos

Describir una situación que podría existir después de resolver los problemas mediante la identificación de las relaciones medio-fin entre objetivos, (Keith, 2011).

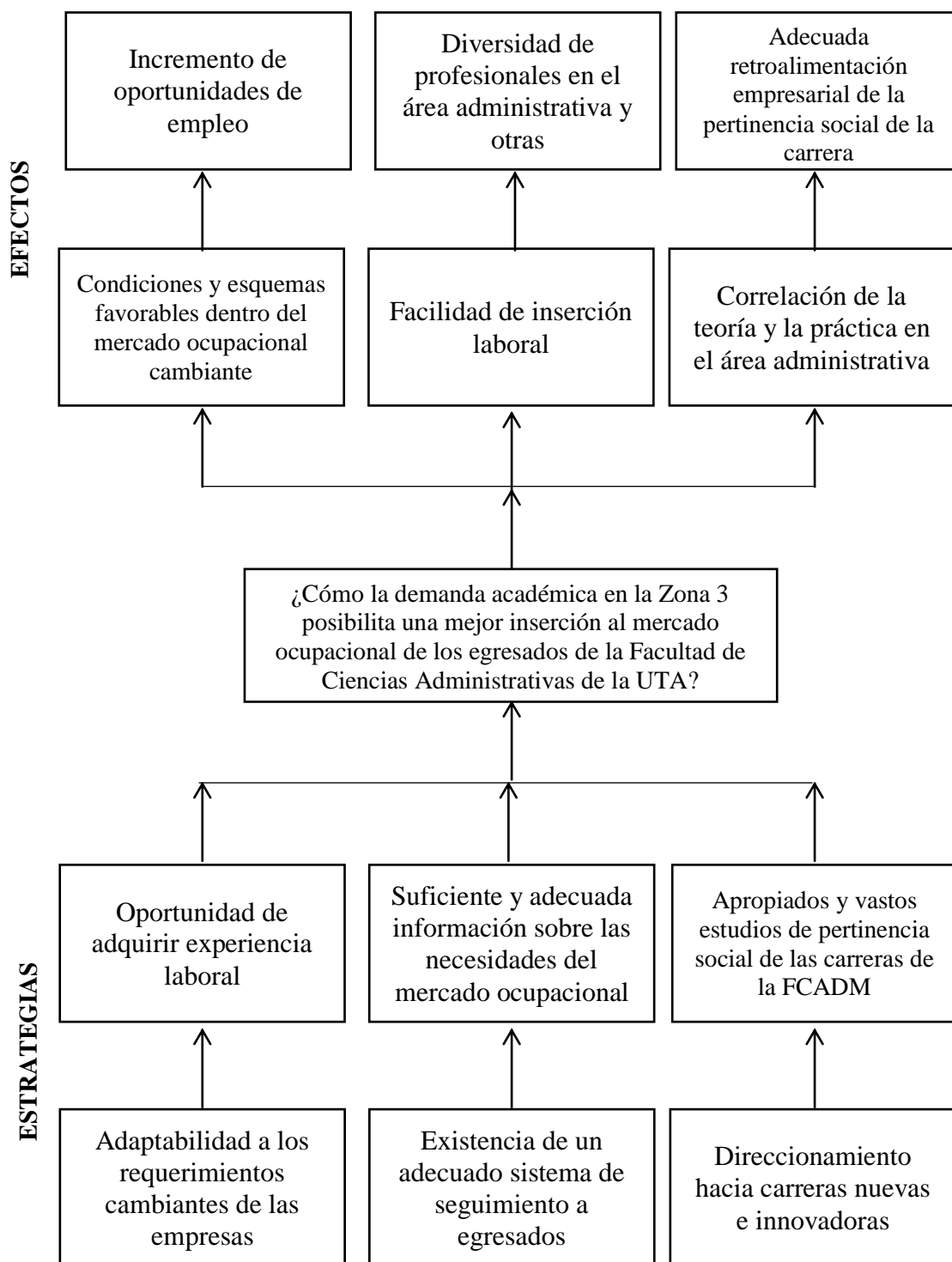


Gráfico N° 7: Árbol de objetivos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

1.5. Árbol de posibles soluciones

Consiste en identificar estrategias de solución a partir del árbol de objetivos, que si son ejecutadas, podrían promover el cambio de la situación actual a la situación deseada, (Keith, 2011).

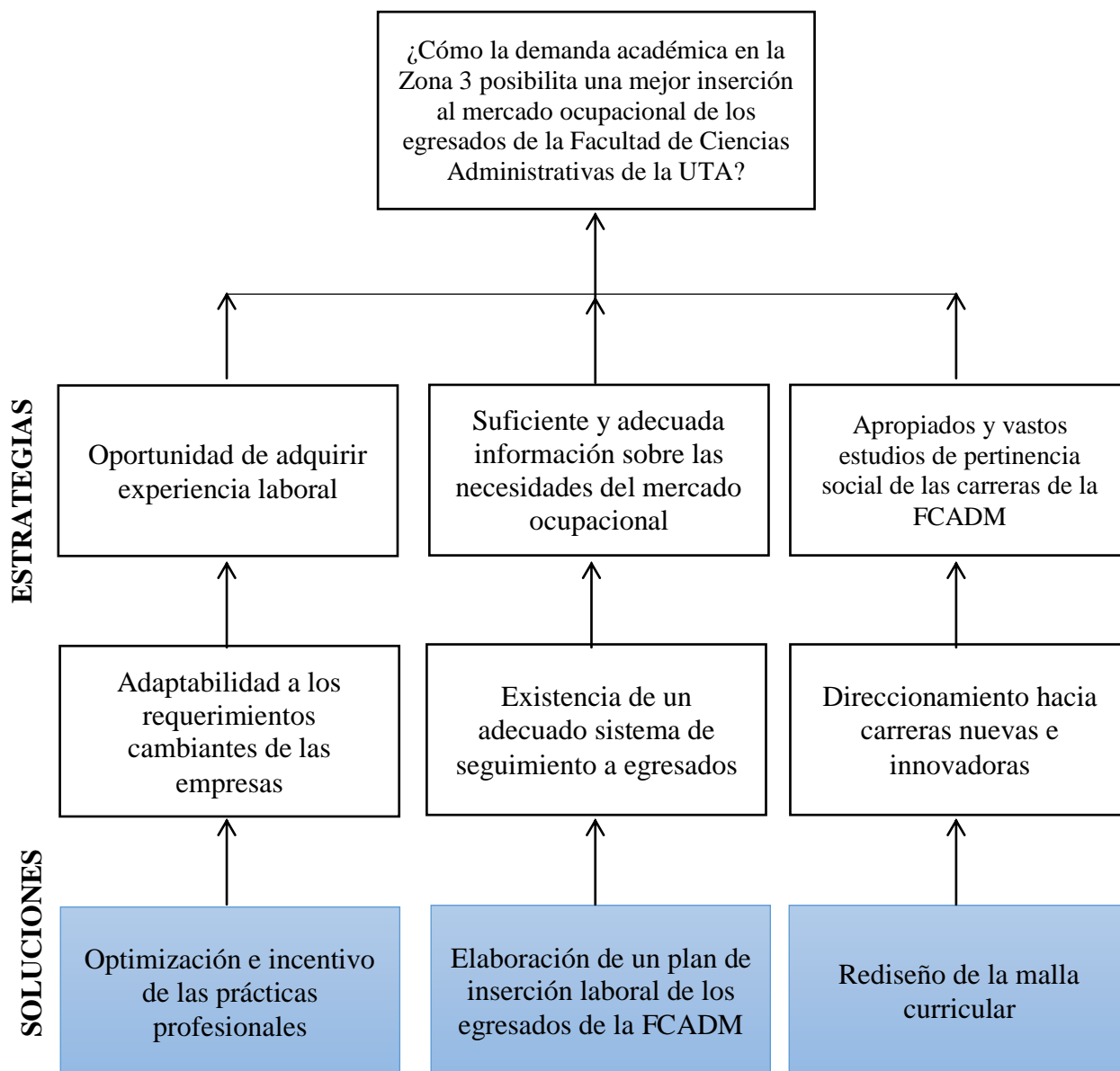


Gráfico N° 8: Árbol de posibles soluciones

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

1.5.1. Análisis de las alternativas de solución

Antes de analizar las soluciones prácticas que podrían resolver el problema se desarrolla un análisis de las estrategias que permitirán llegar a establecer estas soluciones prácticas:

- Adaptar las mallas curriculares a los requerimientos cambiantes de las empresas y el mercado ocupacional, esto permitirá entregar profesionales con conocimientos más sólidos.
- Crear oportunidades para adquirir experiencia laboral, pasando de lo teórico a lo práctico, esto contrarrestará los requerimientos de las empresas y permitirá que los estudiantes cuenten con una ventaja competitiva sobre el resto de profesionales de otras carreras y universidades.
- Adecuar un sistema eficiente de seguimiento a egresados, sin limitarse a cuestionamientos básicos, sino a la realización de un verdadero estudio que permita conocer las necesidades del mercado ocupacional y por consecuencia mejorar los procesos de enseñanza aprendizaje en las carreras de la facultad, lo que permitirá entregar profesionales más competentes.
- Diversificar la oferta educativa lo que permitirá contar con carreras innovadores acorde a la nueva era tecnológica, direccionando a un comportamiento evolutivo constante que garantice la apropiada pertinencia social de las carreras de la FCADM.

Descritas las estrategias es necesario un detalle de las soluciones más elocuentes que permitan un cambio positivo del problema evidenciado:

- La Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA deberá generar la optimización e incentivos de las prácticas pre profesionales, no limitantes a los reglamentos o al cumplimiento de horas específicas, sino de la creación de una verdadera vinculación profesional de los estudiantes de las distintas carreras con el mundo empresarial, permitiendo que ganen experiencia muy necesaria para después del egresamiento.
- Otra solución viable es la elaboración de un plan de inserción laboral

de los egresados de la FCADM, este plan responde a la creación de una bolsa de trabajo que permita insertar a los estudiantes al mundo laboral, además que sería parte de la responsabilidad social que vincularía a la Facultad y las empresas de la Zona 3.

- El rediseño de la malla curricular basado en el estudio de la demanda del mercado ocupacional, es una de las opciones válidas para que la facultad mejore los conocimientos en los estudiantes, entregando profesionales que cumplan con las necesidades de las empresas.

1.6. Matriz de involucrados

Permite identificar y establecer los grupos de interés con el propósito de considerar sus intereses así como su potencial y limitaciones, (Keith, 2011).

Tabla N° 3: Matriz de involucrados

N°	Grupos	Intereses	Problemas	Estrategias	Recursos
1	Universidad Técnica de Ambato	Formar a profesionales competentes en base a las necesidades de la sociedad	Limitados estudios de pertinencia y seguimiento continuo a Egresados	Realizar estudios completos de pertinencia y seguimiento continuo de egresados y profesionales	LOES: Art. 107.- Principio de pertinencia. (...) la educación superior responda a las expectativas y necesidades de la sociedad, a la planificación nacional, y al régimen de desarrollo, (...).
2	Facultad de Ciencias Administrativas	Insertar a todos los egresados y profesionales competentes de las dos carreras en el ámbito laboral	Deficientes programas de prácticas profesionales	Realizar mejores convenios con empresas e instituciones que garanticen la inserción de los profesionales	LOES: Art. 87.- (...) los y las estudiantes deberán acreditar servicios a la comunidad mediante prácticas o pasantías pre profesionales, debidamente monitoreadas, (...) en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas e instituciones públicas y privadas relacionadas con la respectiva especialidad.
3	Egresados	Encontrar trabajo rápidamente al momento de culminar sus estudios	Los egresados y profesionales no logran insertarse en el ámbito profesional inmediatamente	Dejar el conformismo y prepararse de una adecuada manera para poder cumplir con las competencias necesarias al momento de solicitar un puesto de trabajo a las empresas	Constitución de la República del Ecuador: Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social (...) Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas: 2. El derecho a (...), trabajo, empleo, (...)

4	Empresas	Encontrar profesionales competentes para insertarlos dentro de su equipo de trabajo y lograr cumplir los objetivos propios de la empresa	No encuentran el personal calificado y requerido que cumplan con el perfil profesional que buscan para llenar las vacantes disponibles dentro de las empresas	Tomar evaluaciones respectivas para contratar específicamente al egresado o profesional que cumpla con el perfil requerido para el puesto de trabajo que solicitan	Código de Trabajo: De la capacidad para contratar Art. 35.- Quienes pueden contratar.- Son hábiles para celebrar contratos de trabajo todos los que la Ley reconoce con capacidad civil para obligarse. (...)
5	Sociedad	Aporte Socio-Económico	Falta de motivación para prepararse en educación superior	Motivar a los jóvenes a estudiar una carrera profesional y que se preparen de la manera adecuada para iniciarse en el ámbito laboral.	LOES: Art. 124.- Formación en valores y derechos.- Es responsabilidad de las instituciones del Sistema de Educación Superior proporcionar a quienes egresen de cualesquiera de las carreras o programas, el conocimiento efectivo de sus deberes y derechos ciudadanos y de la realidad socioeconómica, (...)

Fuente: Investigación propia. (LOES 298, 2010, arts. 87-107-124), (Const., 2011, art. 33), (Código del Trabajo, 2012).

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Objetivo General

Conocer la *demanda académica* en la zona 3 como elemento determinante en el mercado ocupacional, aplicado como caso en la Facultad de Ciencias Administrativas, UTA.

2.2. Objetivos Específicos

- Determinar los factores ocupacionales del profesional en administración, y mercadotecnia a través de instrumentos de medición, para la optimización de la calidad de información a la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA.
- Conocer las competencias técnicas específicas necesarias para la inserción y desempeño profesional a través de instrumentos de medición contrastados con el perfil actual profesional.
- Aportar al perfil de Egreso para las carreras de Administración de Empresas, y de Mercadotecnia a través del conocimiento, los campos de actuación y campos de estudio vinculados a las políticas de Educación Superior emitidas por el CES.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE)

3.1. Demanda Académica

Para Tirado (2013) La demanda se ve expresada en el deseo de las personas por adquirir o estar dispuestos a adquirir o comprar un producto. Relacionándolo con la presente investigación, se determina que si se oferta una gran variedad de graduados en diferentes sub ramas de la misma administración el mercado no se sobre saturará al contrario crecerá la demanda siempre y cuando se prolongue el tiempo que varié de una a otra carrera. Guerrén (1992).

Para el Equipo de Apoyo y Seguimiento Académico – SNNA “la Demanda Académica es entendida como el número de postulantes, que escogen una carrera como primera opción, una vez que han cumplido con el puntaje mínimo establecido en cada periodo académico; dentro de la primera instancia de postulación. Se toma en cuenta este análisis porque la postulación en primera opción es la decisión más pura de elección de una carrera por parte de los aspirantes” (SNNA, abril – septiembre 2015).

3.2. Oferta académica

Señalado por el Reglamento de Régimen Académico como: aquel sistema, programa, concentración, especialidad o cualquiera otra designación académica, que anuncie u ofrezca una institución de educación superior, como un conjunto separado y predefinido de materias encaminado a un grado, diploma, título u otro reconocimiento oficial. (CES, 2014).

Oferta académica son los cupos que ofrece una institución educativa superior, en las diferentes carreras las mismas que son avaladas por un título que respalde el grado de preparación de los graduados, de modo que satisfagan las necesidades del mercado ocupacional.

3.3. Mercado ocupacional

Para Pierre Parlebas (2002) Mercado ocupacional se trata de un espacio económico

donde convergen oferta y demanda de recursos humanos, por ejemplo, “las empresas plantean una oferta de puestos de trabajo, en otras palabras una demanda de recursos humanos necesarios para sus puestos de trabajo, con características específicas, todo en el marco de un tiempo y un lugar determinado”. En el otro lado existe un grupo de personas que demandan un puesto de trabajo, dicho de otra manera, ofertan sus habilidades de trabajo bajo unas condiciones concretas en un tiempo y lugar.

Por lo tanto, el Mercado ocupacional estaría formado por las oportunidades de empleo y el conjunto de recursos humanos disponibles; es así que del grado de equilibrio entre estas dos variables dependen una serie de consecuencias para la inserción del desempleado en el mundo laboral. Para Cían y Solo, (2007) Un desequilibrio en el sentido de una mayor demanda de recursos humanos provoca efectos importantes tales como selección más flexible, menores exigencias laborales, salarios más altos, mayor estabilidad en el empleo, en definitiva, una mayor facilidad para encontrar empleo.

3.4. Administración

Con respecto al campo de estudio la administración comprende tanto pública como privada, la calidad de los factores y la complejidad del objetivo son elementos condicionan el modelo a emplearse.

Según Castillo, M. (2013) Ciencia que estudia fenómenos colectivos tanto productivos por actividad social humano, como en el contexto histórico-cultural que se encuentra inmerso en la investigación de la demanda académica.

3.5. Origen de la Administración

La administración es tan antigua como el hombre y aparece con la necesidad de servir, organizar, administrar los recursos necesarios para lo subsistencia; Hidalgo enuncia que la administración:

Se originó del término “ministrare” del latín clásico que significaba “servir un encargo” y se refería al trabajo delegado a un capataz. “Administrativo” se formaliza en la Edad Media como la actividad responsable de “cuidar el manejo de” “Administrare”, “administrador”, “ministro” La actividad del asistente, del consejero auxiliar, posteriormente significo la actividad de

gobernar, gestionar, dirigir, manejar, controlar bienes , servicios, acciones de guerra, negocios. (Hidalgo, 2010)

Durante el siglo XIX “administración” adquirió el significado de quien ejecuta la acción de conducir el Estado, debido a que en la mayoría de los países europeos el vocablo Administración se refería exclusivamente al concepto de “administración pública”, durante todo el siglo XIX Ciencia de la Administración significaba en esos países “ciencia del gobierno” (Hidalgo, 2010)

Según este autor la administración con el pasar del tiempo se consideraba a la acción de conducir un estado, y pues sus raíces significan servir un cargo y por ello los países europeos lo empezaron a usar como “administración pública” refiriéndose al servicio o cargo público. Bajo este criterio se empezaron a desarrollar las naciones estudiándose más a fondo el desarrollo administrativo. Según el autor Amador, (1985) expresa que en si la administración aparece desde que el hombre pasa de nómada a sedentario:

La administración como práctica humana es tan antigua como la humanidad. Esta aparece cuando el hombre pasa de nómada a sedentario; cuando siente la necesidad de cooperar con la finalidad de conseguir objetivos primarios de tipo animal o instinto ideos, ejemplo de estos objetivos son: alimentación, sed, sexo, sueño, etc. En este primer intento de cooperación, parece la primera categoría del proceso administrativo que es la planificación.

La planificación es una categoría del proceso administrativo y es de carácter intelectual, esto quiere decir que desde que el hombre piensa en realidad cualquier actividad de sus objetivos, ahí comienza el proceso administrativo. Se puede decir que la administración como ciencia o disciplina es más antigua que la medicina, matemática, la teología, la física, la astronomía, etc. (Amador, 1985)

Por lo tanto la administración es más antigua que muchas otras ciencias que fueron apareciendo con la evolución del hombre y la aparición de la sociedad; en estos términos algunos de los grandes pensadores de la humanidad empezaron a dejar sus aportes que irían evolucionando hasta conocer lo que hoy en día es la administración como ciencia.

SOCRATES. Utiliza en la organización aspectos administrativos, separando el conocimiento técnico de la experiencia.

PLATON. Habla de las aptitudes naturales de los hombres, da origen a la especialización.

ARISTOTELES. Habla de lograr un estado perfecto.

PERICLES. Da unos de los principios básicos de la administración que se refiere a la selección de personal. (Atlantic Internacional University, 2015)

En toda su larga historia y hasta inicios del siglo XX, la administración se desarrolló con una lentitud impresionante. Sólo a partir de este siglo atravesó etapas de desarrollo de notable pujanza e innovación. A partir de 1776, con la invención de la máquina a vapor por James Watt (1736-1819) y, su posterior aplicación a la producción, una nueva concepción del trabajo vino a modificar completamente la estructura social y comercial de la época, provocando en el orden económico, político y social cambios tan rápidos y profundos que, en un lapso aproximado de un siglo, fueron mayores que los ocurridos en el milenio anterior. Es el período llamado de la Revolución Industrial, iniciada en Inglaterra y extendida rápidamente por todo el mundo civilizado. (Universidad de Sonora, 2005)

Entre los precursores y principales aportes que dejaron los considerados padres de la administración están:

Henry Fayol, ingeniero francés, nació en Constantinopla en 1841.

Fayol enfatizaba la importancia de su doctrina administrativa calificándola no como un privilegio exclusivo ni una carga personal del jefe o de los directivos de la empresa, sino como una función que se reparte, como las otras funciones esenciales, entre la cabeza y los miembros del cuerpo social. Sus principios marcan no sólo un concepto de estructura, sino también buscan un concepto de humanismo y de coordinación de recursos en la organización y, sobre todo, un concepto de universalidad en su implantación. (Teoría Clásica de la Administración, 2006)

Frederick Winslow Taylor (1856-1915)

Para Taylor, la organización y la administración deben estudiarse y tratarse científica y no empíricamente. La improvisación debe ceder lugar a la planeación, y al empirismo a la ciencia. Más que en términos de uno u otro de sus elementos, su obra debe evaluarse principalmente por la importancia de la aplicación de una

metodología sistemática en el análisis y en la solución de los problemas de la organización, aplicando un criterio de abajo hacia arriba. (Morales, 2008)

Carl Barth (1860-1939)

Carl G. Barth, un colaborador de Frederick W. Taylor, ideó una regla de cálculo para producción mediante la cual se podía determinar la combinación más eficiente de velocidades y alimentaciones para el corte de metales de diversas durezas, considerando profundidad de corte, tamaño y vida de la herramienta. (Rivero, 2010)

Harrington Emerson (1861-1919)

Aplicó los métodos científicos al trabajo en el ferrocarril de Santa Fe y escribió un libro titulado *Twelve Principles of Efficiency* (Doce principios de eficiencia) con el cual trataba de dar a conocer a la dirección de la empresa los procedimientos para lograr una operación eficiente. Reorganizó la compañía, integró sus procedimientos de taller, implantó un sistema de costos estándares y un plan de bonificaciones, y trasladó su trabajo de contabilidad a máquinas tabuladoras Hollerith. El resultado de sus esfuerzos fue un ahorro anual de más de un millón y medio de dólares. (Rivero, 2010)

Todas estas aportaciones dieron paso para que se pueda conocer lo que hoy en día es la administración como ciencia; la especialización de los diferentes autores permitió conocer todas las implicaciones que tiene la administración, con lo cual se dio paso a la Administración Moderna. La administración es una acción social en la que interviene el organizar, mandar, coordinar y controlar, por ello este proceso complejo es exclusivo del hombre y facilita el desarrollo de las actividades dentro de las industrias y diversos sectores, ya sean públicos o privados, que persigan un desarrollo económico o social, el fin de la administración es el de facilitar la disponibilidad de los recursos, de tal manera que se contribuya al alcance de objetivos o un fin.

La administración, en primera instancia, es una actividad única y exclusiva del ser humano, ya que el hombre lo desarrolla a través de todo un proceso de raciocinio, y no como uno de estímulo-respuesta. Como producto humano tiende a ser manipulada por los rasgos y la personalidad de quien la genera,

por lo tanto en ocasiones puede manifestarse como un concepto de arte, utilizando técnicas de motivación y liderazgo. (Diaz, 2003)

3.6. Importancia de la Administración

La importancia de la administración nace de la necesidad humana, del consumismo de los recursos disponibles, es ahí donde intervienen distintos procesos que transforma la materia, convirtiendo bienes y servicios para que las sociedades como tal se desarrollen; por ello como menciona Claude, la administración se hace presente en cualquier actividad humana por pequeña que sea esta.

El interés en esta ciencia crece a medida de que esta sociedad evoluciona y demanda una mayor cantidad y calidad de bienes y servicios para su consumo. La administración se encuentra presente en cualquier actividad por pequeña que sea, que realiza el hombre, esto es así porque la planificación, la organización, la dirección, el control, la toma de decisiones, la coordinación y la comunicación son las categorías que llevan a la concretización de la producción en las organizaciones. (Claude.George, 1992.)

3.7. Funciones de la administración

Muchos estudiosos y gerentes han encontrado que la organización útil y clara del conocimiento facilita el análisis de la administración. Por tanto, al estudiar administración es necesario desglosarla en cinco funciones gerenciales (planear, organizar, integrar personal, dirigir y controlar), alrededor de las cuales puede organizarse el conocimiento que las subyace. Así, en este libro los conceptos, los principios, las teorías y las técnicas administrativas están agrupadas en estas cinco funciones.

En ocasiones se utiliza el término no gerente para referirse a personas sin subordinados, entre los que se incluyen profesionales que pueden tener un puesto alto en las organizaciones. Administración Proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos, que trabajan en grupos, cumplen metas específicas de manera eficaz. Organización Grupo de personas que trabajan en conjunto para crear valor agregado. (Harold, 2002)

a. Planear

La planeación permite fijar objetivos para alcanzarlos a futuro a través de procedimientos necesarios, según Reyes, a esto se debe añadir un presupuesto o disponer de los recursos necesarios además de tiempos en escala para cumplimiento de dichos objetivos.

"La planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesarios para su realización" (Reyes, 2011)

Para la Universidad Nacional Abierta y a Distancia Colombia (2005) "En otras palabras la planeación es proyectar un futuro deseado y los medios efectivos para conseguirlo. Es un instrumento que usa el hombre sabio; mas cuando lo manejan personas que no lo son, a menudo se convierte en un ritual incongruente que proporciona, por un rato, paz a la conciencia, pero no en el futuro buscado".

b. Organizar

La organización como tal es un proceso de orden, que permite realizar adecuadamente lo planificado, ello permite que los recursos sean destinados según las necesidades que se presenten en las actividades descritas en la planificación.

"La organización, como función administrativa se refiere al proceso que da lugar a la creación, ordenación, implementación y puesta en operación de una unidad social, sea de producción, educativa, financiera, hospitalaria, etc.". (Universidad Nacional Abierta y a Distancia Colombia, 2005)

Organización es un término que se utiliza en diferentes sentidos y campos, por ejemplo, para referirnos a las actividades que va a realizar un grupo de personas. (...) Así, organización, según la mayoría de estudiosos de la Administración, es una estructura formalizada de funciones y puestos diseñados de antemano. (Andrade, 2006)

Entonces la organización es una función de la administración que permite poner en marcha el proceso de planeación a través de actividades antecesoras que permitirán alcanzar objetivos.

c. Integrar personal

La integración del personal se refiere a la estructura organizacional y el personal idóneo en cada puesto de trabajo para que en equipo se integren como un todo (procesos integrados). Por ello el reclutamiento de personal debe responder a un proceso integrado a las necesidades de las empresas, con ello se estima que todos cumplan con el estelar en la organización y puedan desarrollar las actividades de

manera eficaz. También se puede decir que la integración del personal responde a las etapas anteriores como son la planeación y la organización, ya que en estas se disponen los recursos necesarios a utilizar para alcanzar objetivos a futuro. La Universidad de Oviedo (2013) enuncia:

La integración de personal se define como cubrir y mantener cubiertos los puestos de la estructura organizacional. Este objetivo se cumple al identificar los requerimientos de la fuerza de trabajo, realizar un inventario del personal disponible y reclutar, seleccionar, contratar, ascender, evaluar, planear las carreras, remunerar y capacitar o desarrollar en alguna otra forma tanto a los candidatos como a los titulares de los puestos, para que puedan cumplir con sus tareas de un modo eficaz y eficiente.

d. Dirigir

“Es influir en las personas para que contribuyan al logro de metas y objetivos de la empresa. Implica el llamado LIDERAZGO.” (Reyes, 2011)

La dirección es el proceso influyente sobre las personas para lograr que cumplan con las metas de la organización y del grupo. La dirección es la parte central de la administración, puesto que por su conducto se logran los resultados que finalmente servirán para evaluar al administrador; poco efecto tendrán técnicas complicadas de planeación, organización y control, si la labor de dirección es deficiente. La dirección es la parte más práctica y real, ya que trata directamente con las personas, y éstas son quienes finalmente influyen en el éxito o fracaso del organismo social. Autoridad, motivación, comunicación, coordinación y toma de decisiones, son elementos claves en la dirección.

e. Controlar

El control es la función de administración que cierra el proceso administrativo, es la consecuencia lógica del acto de administrar, es una función indelegable de todo cargo con responsabilidad de conducción, ya que ambos conceptos están unidos. Así lo mencionan los siguientes autores quienes conceptualizan el control en la administración:

“El control se ejerce a través de diferentes mecanismos que no sólo miden el resultado final obtenido sino que, también, tratan de orientar e influir en que el

comportamiento individual y organizativo sea el más conveniente para alcanzar los objetivos de la organización”. (Jara, 2009)

“Proceso de monitorear las actividades para asegurarse de que se lleven a cabo de acuerdo con lo planificado y para corregir cualquier desviación significativa”. (Robbins, 2009)

3.8. Mercadotecnia

En el mismo contexto aparece la mercadotecnia, este elemento importante que se integra al proceso administrativo y que está ligado a la producción y el posicionamiento de los productos y servicios que produce una empresa, se remonta desde hace ya miles de años, desde que los seres humanos comenzaron a intercambiar bienes que consideraban excedentes, principalmente se centraba en productos agrícolas. Cuando llegó la Revolución Industrial estos productos se volvieron muy comunes, y como consecuencia, su mercadeo fue dominado por el vendedor. Jones y Monieson sugieren que las primeras discusiones académicas sobre mercadotecnia se las puede ubicar a principios del siglo XX. Antes de que la mercadotecnia apareciera en escena, se creía que una oferta generaba su propia demanda y que se vendía todo lo que se producía. Hoy en día se realizan producciones masivas que sobrepasan a la demanda, con lo cual existe una guerra por atraer clientes hacia el producto.

3.9. Evolución de la mercadotecnia

Mercadotecnia masiva

Este tipo de mercadotecnia es propia de la década de los años cuarenta y cincuenta del siglo XX. Se llama masiva porque en ese tiempo los esfuerzos comerciales iban dirigidos a toda la población sin distinción alguna, una característica importante es que con este tipo de mercadotecnia aparecen y se desarrollan los medios masivos de comunicación. (Fischer y Espejo, 2011)

Mercadotecnia de segmentos

La década de los años sesenta del siglo XX fue de cambio, algunos determinantes para las condiciones de vida que hoy disfruta la humanidad y por supuesto. Un

ejemplo es el movimiento de liberación femenina de esos años, a la lucha de las jóvenes de aquella época por el reconocimiento de su propia identidad. Hoy en día se sabe que la mujer representa uno de los segmentos más rentables del mercado, pero así como ellas, muchos otros grupos del mercado se manifestaron y la mercadotecnia de las organizaciones tuvo que girar para poner en práctica actividades específicamente diseñadas para los segmentos de mercado elegidos. (Fischer y Espejo, 2011)

Mercadotecnia de nichos

Este tipo de mercadotecnia es propia de los años ochenta, cuando las organizaciones se dan cuenta que las ventas crecen pero los mercados no, y la razón era que los segmentos se seguían subdividiendo. Es aquí cuando surge el concepto de nicho de mercado: clientes dispuestos a casarse con proveedoras, siempre y cuando estas sigan cumpliendo satisfactoriamente las demandas del usuario conforme pasa el tiempo y sus necesidades son cada vez más específicas.

Mercadotecnia personalizada

Este tipo de mercadotecnia es propia de los años noventa y aparece gracias a los avances tecnológicos en la administración de bases de datos, que se refiere a los detalles de conducta en la compra de los consumidores. (Fischer y Espejo, 2011)

Mercadotecnia global

Desde los años noventa a la actualidad se han ido rompiendo fronteras y la mercadotecnia se ha globalizado. Entendemos por globalización como la posibilidad de producir, vender, comprar e invertir en los lugares donde resulta más conveniente, independientemente de la región. (Fischer y Espejo, 2011)

Mercadotecnia local

Globalización y localización se conciben con frecuencia como términos opuestos; sin embargo, se encuentra íntimamente ligado a través del proceso conocido como glocalización. Lo anterior significa que en la actualidad los clientes participan plenamente de una cultura popular global al consumir productos y servicios globales, pero adaptados éstos a la vida cotidiana local. (Fischer y Espejo, 2011)

Por ello la mercadotecnia es importante en las empresas y se integra a la administración, siendo complementarias y necesarias para un desarrollo integral de las industrias en los distintos sectores económicos.

3.10. Reformas y regulaciones de la Educación en el Ecuador

En este punto es importante mencionar los fines de la Educación Superior, según la Ley Orgánica de Educación Superior:

Artículo 3.- Fines de la Educación Superior.- La educación superior de carácter humanista, cultural y científica constituye un derecho de las personas y un bien público social que, de conformidad con la Constitución de la República, responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos (LOES 298, 2010, art. 3).

Art. 4.- Derecho a la Educación Superior.- El derecho a la educación superior consiste en el ejercicio efectivo de la igualdad de oportunidades, en función de los méritos respectivos, a fin de acceder a una formación académica y profesional con producción de conocimiento pertinente y de excelencia (LOES 298, 2010, art. 4).

En base a los fines mencionados anteriormente la educación superior en el Ecuador ha sido sometida a una gran cantidad de cambios, reformas y regulaciones a partir del año 2010 con el fin de lograr una redefinición de la educación pertinente y fundamental para el progreso que se espera del país.

La Primera Reforma de la Educación Superior en el Ecuador, fundamentada en la Reforma Universitaria de Córdova, determinó la necesidad de establecer postulados a fin de dar un nuevo sentido de la educación superior en pro del bien común, siendo así que se establece el cogobierno, autonomía universitaria, gratuidad de la enseñanza superior y libertad docente. Su principal motivo fue el despertar al desarrollo económico, industrial y social por el que atravesaban todos los estados de la región.

La segunda reforma nace como consecuencia de una tergiversación de los principios que se buscaron con la primera reforma, de esta forma “...el principio de autonomía se convirtió en autarquía (aislamiento) frente a la sociedad y heteronomía (dependencia) frente a las lógicas mercantiles.” (Gallegos, 2013).

La educación superior en el país pasó a depender de la ideología mercantilista de quienes estaban a cargo y con ello propiciando un desapego del bien común hacia la sociedad. Esta reforma se caracterizó por “la mercantilización y diferenciación de la educación superior” (Rama, 2006: 11).

La tercera reforma, expresada como la “masificación e internacionalización” (Rama, 2006: 13), surge como medida para contrarrestar el incremento indiscriminado de universidades y la oferta de las carreras que no representaban más que una competencia mercantil por atraer clientes, las instituciones ofertaban únicamente aquellas especialidades que les significarían menor costo, como las de orientación empresarial y de ciencias sociales, mientras las que requerían una mayor inversión en aspectos como investigación, ciencia y tecnología pasaron a un segundo plano.

El Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, está constituido por el conjunto de acciones que llevan a cabo las instituciones vinculadas con este sector, con el fin de garantizar la eficiente y eficaz gestión, aplicables a las carreras, programas académicos, a las instituciones de educación superior y también a los consejos u organismos evaluadores y acreditadores.

3.11. Facultad de Ciencias Administrativas en sus inicios

El 11 de mayo de 1960, luego de la creación de la Universidad Técnica de Ambato, publicado en Registro Oficial N. 161 mediante la Ley N. 6905 de viernes 18 de abril de 1969, los profesores que conformaban el ex Instituto Superior de Contabilidad, Gerencia y Técnica Industrial, fueron convocados por el señor Rector del mismo a la Asamblea Universitaria para designar a las Autoridades Universitarias y un representante a la Asamblea Universitaria, se constituyen por separado los profesores y representantes estudiantiles para llevar a cabo la primera Junta de Facultad. Fueron designados Decano y Subdecano de la Facultad de Administración y Gerencia el Econ. Ángel Valle e Ing. Pedro Silva para un periodo de dos años, correspondiendo a los señores Fernando San Lucas y el Sr. Oswaldo Guerra ejercer la representación estudiantil principal y suplente respectivamente.

La promesa y posesión se realizó en Asamblea Universitaria el mismo día, de acuerdo a las disposiciones de la Ley de Educación Superior vigente a esa fecha. Secretaria de la Facultad fue nombrada Graciela Paredes Vásquez. Esta unidad académica inició sus importantes labores con 116 estudiantes, 14 profesores y 1 empleado. De 1969 a 1975 se denomina Facultad de Administración y Gerencia.

Desde el año lectivo 1975 – 1976 se da una nueva estructura con las especializaciones de Generalistas, Organización de Empresas y Mercadotecnia. A partir del año lectivo 1978 se denomina Facultad de Ciencias Administrativas y se autoriza la creación de las escuelas de Administración Pública y Privada. Según la resolución número 623-78-CU-P **ANEXO N° 5**.

En noviembre de 2001 las escuelas de Administración Pública y Privada pasan a ser consideradas carreras. Según la resolución número 1393-2001-CU-P **ANEXO N° 5**.

En enero de 2003, según la resolución número 92-2003-CU-P **ANEXO N° 5** se determina los títulos que se confiere:

En la Carrera de Recursos Humanos: Ingeniero en Recursos Humanos

En la Carrera de Organización de Empresas: Ingeniero de Empresas

En la Carrera de Mercadotecnia: Ingeniero Comercial

Posteriormente en el año 2010 según la resolución número 437-CU-P **ANEXO N° 5**, se aprueba la nueva malla curricular por competencias de las ya denominadas Carreras de Organización de empresas y Marketing y Gestión de Negocios otorgando el título de Ingeniero respectivamente.

Actualmente, el título otorgado por la FCADM ya no es de ingenieros en Administración de Empresas, sino de **licenciados en Administración de Empresas y licenciado en Mercadotecnia** por disposición del CES. Este cambio rige para las nuevas carreras según el sistema de clasificación de títulos que se basa en el modelo de la Unesco (Organización de las Naciones Unidas para la Educación).

Modelo de Unesco

Sistema de clasificación de títulos basado en el modelo de la Unesco (Organización de las Naciones Unidas para la Educación), aprobado el 16 de julio de 2014.






Áreas de estudio y sus títulos			
Licenciados <ul style="list-style-type: none"> • Educación • Artes y humanidades • Ciencias Sociales, • Periodismo, Información • Derecho 		Ingenieros <ul style="list-style-type: none"> • Matemáticas y Estadística • Ciencias Naturales, • Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) 	
<ul style="list-style-type: none"> • Administración • Ciencias Naturales • Matemáticas y Estadística • Salud y Bienestar • Servicios 		<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería, Industria y Construcción • Agricultura, Silvicultura y Pesca 	
EJEMPLOS	Campo Ampliado	Carreras de Grado	Titulaciones de Grado
	Ciencias Sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Economía • Derecho 	Licenciado en Economía Abogado
	Administración	<ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad y Auditoría • Auditoría y Control de Gestión 	Licenciado en Contabilidad y Auditoría Licenciado en Auditoría y Control de Gestión
	Tecnologías de la Información y Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Computación 	Ingeniero en Computación
	Ingeniería, Industria y Construcción	<ul style="list-style-type: none"> • Mecánica • Hidráulica • Telecomunicaciones • Agroindustria • Arquitectura • Ingeniería Civil 	Ingeniero Mecánico Ingeniero en Hidráulica Ingeniero en Telecomunicaciones Ingeniero Agroindustrial Arquitecto Ingeniero Civil
	Salud y Bienestar	<ul style="list-style-type: none"> • Medicina • Odontología • Bioquímica y Farmacia • Obstetricia 	Médico Odontólogo Bioquímico Farmacéutico Licenciado en Obstetricia

Gráfico N° 9: Modelo de Unesco -Áreas de estudio y títulos en el Ecuador

Fuente: Noticias, Diario El Universo

Elaborado por: El Universo

Adaptado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016.

Esto se debe a que los esfuerzos de mejora y control en la Educación Superior del Ecuador son cada vez más arduos es así que de 756 nombres de carreras de pregrado que existían en el Ecuador hoy en día quedan 163. (EL UNIVERSO, 2014)

La universidad podría ofertar itinerarios académicos, trayectorias de aprendizaje, es decir, el estudiante puede cursar un crédito en otra carrera, si consta en la malla curricular de la suya. Y podrá otorgar un certificado, pero eso no implicará una mención en su título, como se lo obtenía anteriormente.

El reglamento de armonización de la nomenclatura de títulos permitirá la movilidad entre carreras y universidades si el estudiante se cambia de centro y homologa créditos.

Según las entidades gubernamentales existía un grave problema por una alta distorsión en cuanto a las denominaciones de los títulos, lo que hacía que muchos estudiantes no tengan certeza de cuál es su campo profesional para la carrera escogida.

En Educación había 188 denominaciones de títulos, con el reglamento quedan 18 carreras. Las menciones con las que se entregaban no tenían pertinencia con la profesión. Se daban menciones en Marketing, Auditoría, Contabilidad, debido a que había 38 bachilleratos distintos. Ahora, para el gobierno ecuatoriano la necesidad no son esas especializaciones sino matemáticas, educación inicial, básica, especial, entre otras.

El cambio consiste en que ahora habrá únicamente titulaciones genéricas para pregrado y la especialización debe ser el posgrado.

A pesar del nombre cambiar varios rectores de las diferentes universidades del país coinciden con que no afectará los estudios porque toda oferta será pareja con el resto de universidades y la diferencia estará en la profundidad con la que la universidad dará sus clases syllabus y las herramientas tecnológicas de avanzada con las que les enseñe a los alumnos y los vuelva profesionales en su área.

3.12. Oferta vs demanda académica en la Zona 3

Según Keynes (1998) La teoría de la oferta y demanda nos brinda una distribución entre lo que ofertamos y lo que nos va a requerir el mercado, por lo cual la producción que brinda una empresa depende de la tasa de producción y el equivalente de consumo se refiere a lo que el mercado requiere y consume, enfocando esto en hacia el tema de demanda académica podemos decir que la rentabilidad y factor beneficio que obtiene la universidad es el que sus graduados sean los más cotizados del mercado al igual que la producción de una empresa que requiere que sus productos se vendan, obteniendo una ganancia y rentabilidad, manteniendo a la empresa en el mercado.

Según Tirado (2000) dicho modelo también es atribuido a Alfred Marshall por su amplio análisis del estudio de mercado, la oferta y demanda por James Denham Stewart en si la demanda es a veces fija en un periodo corto de tiempo así como mediano tiempo, sin embargo la libre competencia es lo que hace que la oferta se haga cada vez más competitiva en relación a conocimientos, sin embargo según David Ricardo (2009) y su estudio de la oferta y demanda se asegura que por más demandada que se encuentre una carrera no se deberá saturar, ya que lo más idóneo es dejar un tramo de tiempo permisible que permita al mercado adaptarse según vaya creciendo la población.

Aplicando a la temática las conceptualizaciones antes mencionadas, según Tirado (2000) en su tema orígenes de la oferta y la demanda, un modelo general se interrelaciona en un determinado grado de variabilidad, es por lo cual los *estudios referenciados de seguimiento a graduados, la inserción de los graduados al mercado ocupacional*, se encuentran evidenciados en cierto grado a los requisitos que se solicitan para acreditación y evaluación de las carreras. Al mencionar dichas consideraciones hablamos que los graduados son “la presencia de la universidad, y de la sociedad cuyo desempeño del mismo habla de la pertinencia y calidad de la formación recibida en dicha universidad” (Jaramillo 2009).

3.13. Inserción laboral

Tomando a la Inserción laboral como un factor indirecto de la investigación Vernières (1997) la define como el proceso por el cual los individuos inactivos acceden a una posición estable en el sistema de empleo. Así desde el punto de vista de los jóvenes, es un proceso problemático y crecientemente complejo, sobre todo en estos tiempos de desaceleración económica, donde ser joven y poseer un puesto de trabajo se ha convertido más en la excepción que en la tónica general.

3.14. Oportunidades de empleabilidad

Abordando el tema Empleabilidad para Sobrino, M. (2009), consiste en estar preparado a las demandas laborales actuales, condicionado entre otros factores, por: habilidades, competencias, actitudes y cualidades del profesional.

En este sentido Martínez, F. (2009). En la Revista Complutense de Educación titulada: “El proceso de inserción laboral: Implicaciones educativas para la mejora de la empleabilidad”; en la Universidad Complutense de Madrid. Concluye que para mejorar la empleabilidad de los graduados de las universidades es fundamental enfocar el diseño, planificación y desarrollo de las cualidades personales, por encima de los “conocimientos teórico -técnicos y habilidades laborales”, pues para los empresarios es imperativo asegurarse el contar con trabajadores confiables y capaces de adaptarse con mayor facilidad a la cultura y requerimientos de la empresa.

Sin embargo, para Sobrino, M (2009) la concepción de empleabilidad ha evolucionado, pues en la actualidad la competencia en el mercado ocupacional ha ido en aumento, por lo que se exige un estándar más alto de educación y desempeño, para un puesto específico de trabajo. (Haveman, Wolfe y Becker, en Mora, 2007). A diferencia del pasado, donde las relaciones laborales se fundamentaban en lealtad de los trabajadores, hoy se basa en la *aportación de valor que el graduado pueda ofrecer a las empresas*, ya sea por conocimientos adquiridos por la educación o por experiencia, sin excluir del todo a la confianza.

Como referencia para la presente investigación se toma datos del INEC (Marzo

2016) donde se observa los siguientes datos:

Tabla N° 4: Tasa de Empleabilidad: Ambato (Marzo 2008 a Marzo 2016)

Periodo	Ambato
mar/2008	46,10%
mar/2009	42,10%
mar/2010	50,20%
mar/2011	57,00%
mar/2012	57,00%
mar/2013	48,30%
mar/2014	54,60%
mar/2015	54,00%
mar/2016	51,20%

Fuente: INEC, Marzo 2016. <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

*Variación estadísticamente significativa

Adaptado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

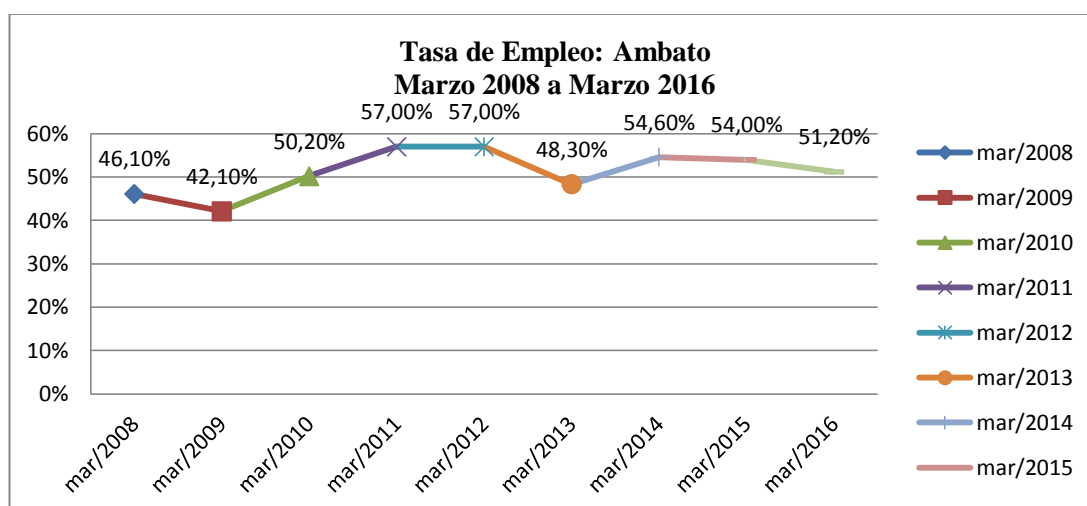


Gráfico N° 10: Tasa de Empleo: Ambato (Marzo 2008 a Marzo 2016)

Fuente: INEC, Marzo 2016. <http://www.ecuadorencifras.gob.ec> (Variación estadísticamente significativa)

Adaptado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016.

Análisis e interpretación

La tasa de empleo en Ambato en marzo 2015 es del 54,00% y marzo 2016 es del 51,02%, se registra un decremento de 2,8 puntos. Las razones de esta disminución depende de un análisis minucioso de diversos factores influyentes tales como *la capacidad de generación de empleo de la ciudad, diferencias de edad, genero, sector económico, tipos de contratos*; estudio recomendado para una futura investigación.

Por otra parte se toma como referencia los datos proporcionados en el proyecto de diseño curricular del 14 de noviembre de 2014, donde se abarca a la empleabilidad de los graduados y dice lo siguiente:

Desde el año 2011 hasta la presente fecha noviembre 2014 se han graduado 433 personas, quienes obtuvieron el título profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato. Según el informe de seguimiento de egresados y graduados de la carrera de Organización de Empresas se considera que actualmente existe una inserción laboral del 56.79%. Los egresados y graduados laboran en un 71.35% en Instituciones privadas, el 12.87% en el sector público, el 14.33% de manera autónoma, y el 1.46% en otras. (FCADM-UTA, 2014)

En lo que respecta a la relación laboral actual de los egresados y graduados de la Carrera de Organización de empresas se tiene que el 7.65% tienen nombramiento, el 73.53% trabajan con contrato, el 5% tienen contrato ocasional, el 5.59% trabajan bajo modalidad de prestación de servicios profesionales y el 8.24% labora bajo otras modalidades. (FCADM-UTA, 2014)

Por lo tanto en la actualidad, el nivel de educación, la experiencia, y la efectividad marcarán la diferencia entre el logro de un buen desempeño o un desempeño inferior, siendo factores determinantes en el profesionalismo y empleabilidad del graduado, (Allen, 2003).

3.15. Reto de la universidad

Para Mora, M. (1998) El reto de la Universidad de hoy es replantear propósitos y objetivos, a través de un análisis autocrítico y sobretodo reflexivo para lograr el desenvolvimiento de las acciones presentes y futuras, por lo que deben desarrollarse como lo sugiere la UNESCO, es decir a través de tres líneas maestras: **Pertinencia, Calidad e Internacionalización.**

- **Pertinencia** donde la universidad debe actuar dentro del campo de acción, tomando en cuenta las *necesidades de la sociedad*.
- **Calidad**, produciendo profesionales con el mayor rigor académico, que forme recursos humanos altamente calificados, socialmente concientizados, activos, orientados y sobretodo competitivos.

- Y finalmente **Internacionalización**, donde fomentar *conocimientos bastos, claros, universales* y sobre todo imaginativos que los distinga de los demás es fundamental, pues estamos inmersos en un mundo altamente globalizado, y con necesidades que cruzan fronteras.

Mantener una estrecha relación entre pertinencia, calidad y globalización, garantiza la mejora de la productividad de la gente, sus competencias y su capacidad laboral. (Cabrera y Gonzales, (2009).

El mismo autor además señala que la Universidad ecuatoriana tiene una gran necesidad de mejorar de una forma cualitativa más que cuantitativa, por lo que también debe basarse en dos criterios fundamentales: Entendiendo *como equidad a respetar el derecho de todos a la educación* y que esta a su vez sea de *calidad* es decir una educación que permita a los graduados poder *desenvolverse* adecuadamente en la realidad del mundo laboral.

La facultad como parte operativa de uno de los actores en los que se fundamenta el cambio de matriz productiva es directamente relacionada con el individuo como persona y encargada de su proceso de formación en educación superior. Aquí es donde radica la importancia no solo de la FCADM, sino de todas las unidades académicas de contar una estructura académica óptima capaz de brindar una educación profesional de calidad a quienes accedan a ella, entendiéndose como “educación de calidad” a todo un proceso de enseñanza-aprendizaje enfocado en preparar al estudiante intelectual, psicológica y competentemente en todos los niveles que requiere el campo y la sociedad.

3.16. Reto de los docentes

Castillo, M. (2013). En un artículo de la revista de Investigación y Desarrollo titulado “La Formación del Docente desde una Perspectiva Estético-Pedagógica”; de la Universidad Técnica de Ambato. El autor en base a la investigación realizada, concluye que para lograr un adecuado “rol socio-profesional” de los docentes, es fundamental que se demuestre un elevado grado de “compromiso, empoderamiento, gusto y placer” por ser formadores e incluso moldeadores de capital humano,

elevando así la pertinencia en su accionar y por ende posibilitando el desarrollo de competencias que estén al nivel de las exigencias sociales y del mercado ocupacional.

Según The Economist Newspaper Limited (2016) El secreto para que los estudiantes sean *prósperos en su vida profesional recae sobre los profesores*. Así un estudio estadounidense refleja que la brecha del logro entre los alumnos blancos y afroamericanos desaparecería si, estos últimos fueran educados por los maestros mejores puntuados, debido a la aun existente y bien marca diferencia étnica en los Estados Unidos.

La misma revista menciona que, en la actualidad los maestros deben prepararse para recibir mentes jóvenes e impartirles conocimientos y lograr que los mismos retengan dichos conocimientos, como se hace en las mejores escuelas de enseñanza de Estados Unidos, Finlandia, Singapur y Shanghái donde trabajan con sus alumnos en el aula con entrenamiento riguroso y retroalimentación. La forma de enseñanza actual debe ser como la de un siglo atrás, en donde las facultades de medicina elevaban el nivel de sus estudiantes a través de la introducción de *estudios sistemáticos, y la práctica pura*. En las escuelas de alto rendimiento el dinero es lo de menos, pues los mejores profesores en Finlandia no son los mejor remunerados pero su esfuerzo y dedicación les hace ocupar un puesto en las escuelas con mejor prestigio, sin embargo garantizar una mayor flexibilidad en los salarios permitiría atraer mejores profesores a las escuelas menos favorecidas.

3.17. Reto de las empresas y empresarios

Para (McGregor, D. 2007) “Predecir los futuros balances de *oferta y demanda* de trabajo es difícil debido a múltiples factores -incluyendo la *tasa de crecimiento económico, la productividad, la inmigración, las horas de trabajo, las tendencias de retiro y las fuentes globales de trabajo*” es así que todos estos aspectos afectan dicho balance, existiendo un gran desafío para el futuro, pues los trabajadores se convertirán en un recurso muy difícil de encontrar y los que tengan mayores *conocimientos* y sobre todo *habilidades* lo serán aún más. Por lo tanto las empresas

que quieren mantenerse “sobre la base del *capital humano y del conocimiento*” deberán buscar la manera de cautivar y atrapar al valioso recurso humano.

3.18. Factores influyentes para la elección de carrera universitaria

Para García. K. (2003). En la tesis titulada: “Motivos para elección de profesiones de demanda alta y baja”; en la Universidad Autónoma de Nueva León de México. Escuela de Posgrado de Facultad de Psicología. Concluye que la elección de la carrera además está vinculada al *estrato económico* que se determina en el ingreso del nivel familiar, la *ocupación del jefe de familia y escolaridad* tanto de la madre como el del padre. Además de la ocupación principal de todas aquellas personas que le han rodeado durante su vida, a más de influir en relación o bien el padre o a su vez la madre.

De igual modo Reyes, J. (2013). En un artículo de la revista de Investigación y Desarrollo titulado “Modelo de Decisión Multicriterio para la selección de Carrera Universitaria”; de la Universidad Técnica de Ambato. El autor pone de manifiesto que los estudiantes al momento de elegir su carrera universitaria lo hacen basados en sus *gustos, preferencias por la profesión, y la remuneración económica* que esta implica como se muestra en la siguiente figura en donde la inclinación profesional basados en la compensación económica para Administración de Empresas es del 3% y para Mercadotecnia del 2%.

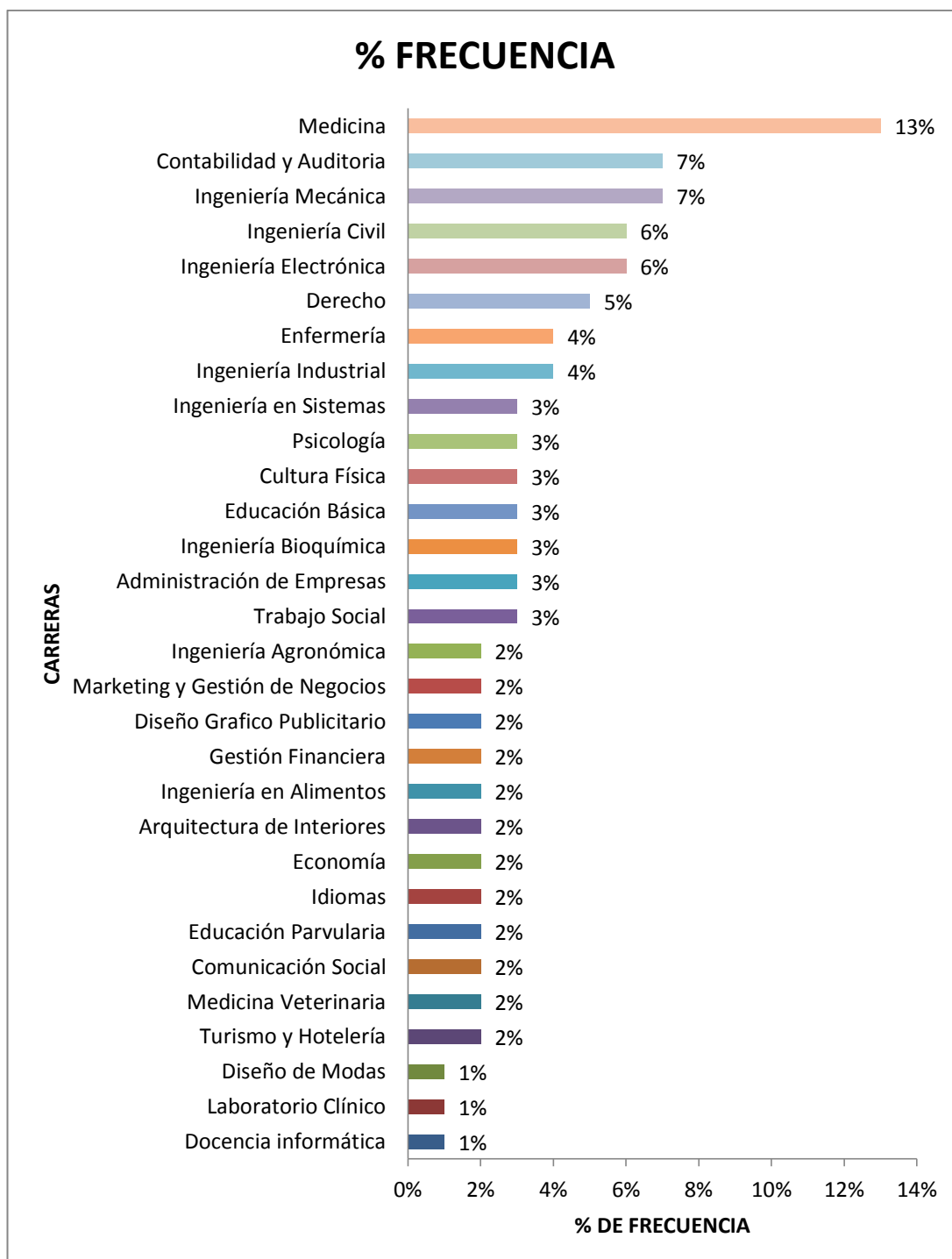


Gráfico N° 11: Resultados de las Preferencias Basadas en la Compensación Económica –UTA

Fuente: Reyes, J. (2013).

Adaptado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Así también, existen otros factores intrínsecos al momento de elegir tales como *personalidad, influencia familiar y de amistades, habilidades, género y disponibilidad de puestos de trabajo*; los que determinan la demanda de la carrera de

Administración como se observa en la siguiente figura, donde se mezclan todos los factores detallados anteriormente, observándose que la Facultad de Ciencias Administrativas cuenta con un porcentaje de selección del 0,77%. El autor señala además que no se cuenta con un modelo que oriente a los estudiantes a elegir adecuadamente una carrera que verdaderamente les apasione, surgiendo innumerables casos de deserción laboral.

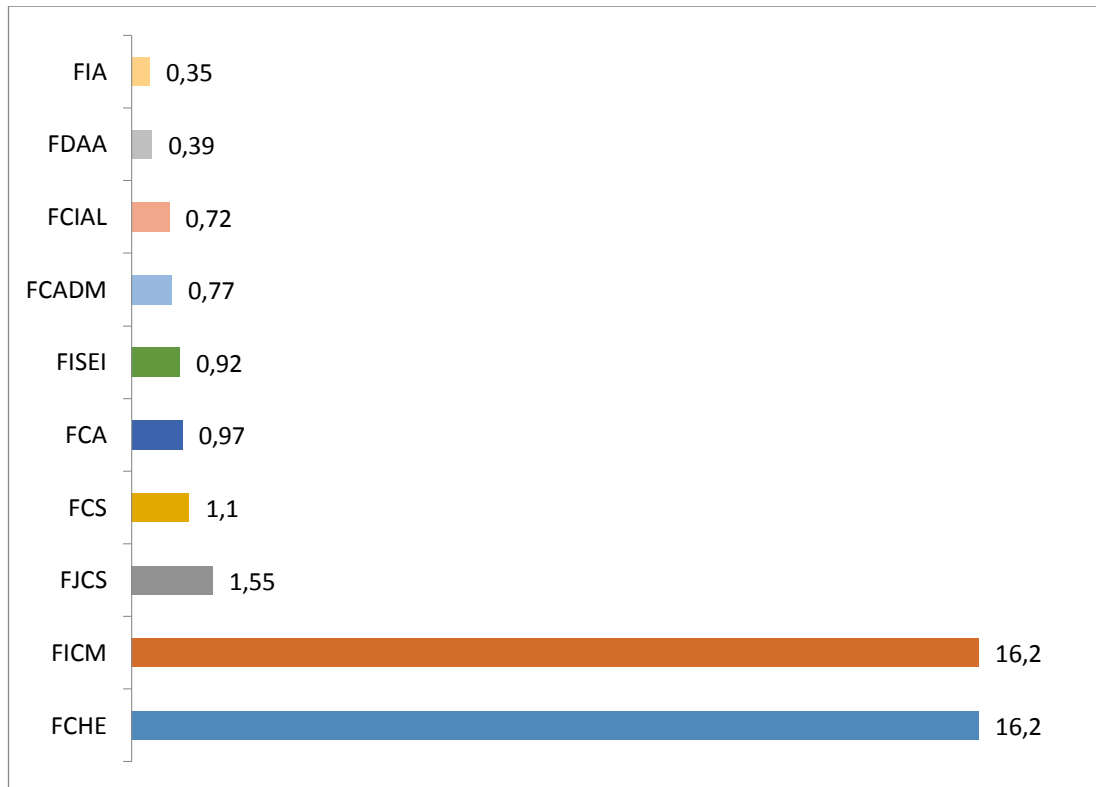


Gráfico N° 12: Resultados de Selección de Carrera Universitaria por FCDA - UTA.

Fuente: Reyes, J. (2013).

Adaptado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

3.19. Competencias en el mercado ocupacional

Según (Lozano, 2002) Las competencias que demuestra un profesional en el mercado ocupacional, se entiende como conjunto de conocimientos, destrezas y habilidades que satisfacen plenamente exigencias las cuales son requeridas en el mercado ocupacional, la valoración se aplica tanto al desarrollo de condiciones en acciones que se llevan a cabo en el campo que se desempeña. Varios aspectos se consideran como son:

- a. Conocimientos especializados, marco temporal, competencias generales y exigencias relacionadas con la inserción al mercado ocupacional.
- b. La calidad hace referencia al desarrollo de habilidades y destrezas de los graduados.
- c. Políticas educativas de mejora y educación continua.
- d. Formación constante y preparación continua, acoplándose al mercado ocupacional y sus requerimientos.

Becerra. A. y La Serna. C. (2010). En el documento de discusión titulado: “Las competencias que **demanda el mercado ocupacional** de los profesionales del campo económico-empresarial en la actualidad”; en la Universidad del Pacífico de Perú. En su estudio se concluye que las empresas se inclinan en su mayoría al *enfoque por competencias* para los procesos de selección. Entre las competencias más demandadas se incluye: 1) “*las habilidades para sostener relaciones interpersonales, trabajar en equipo y orientarse al cliente*”; así como también 2) “*personal analítico, proactivo, orientado a resultados con énfasis en la capacidad para adaptarse a los cambios*”. Adicionalmente señalan que existen debilidades en los recién graduados que no son atendidas de manera oportuna por las universidades, haciendo énfasis en dificultades concernidas con el 3) “*desarrollo adecuado de la inteligencia emocional*”, imposibilidad para integrarse y adaptarse a grupos de trabajo e incluso a las políticas empresariales; la deficiente proactividad, 4) “*el escaso compromiso y el poco sentido del proceso*”; así como también dificultad para 5) *resolver problemas y deficitarias “capacidades analíticas”, y comunicativas.*

El sector empresarial, el diseño de nuevas metodologías de aprendizaje está basada en competencias de procesos educativos basados en memorización, con lo cual se distorsiona la adecuada o correcta utilización de las definiciones según las diferentes entidades; el desarrollo de las competencias se encuentra asociado a la *pedagogía vinculada con el capital humano*, Hymes (1972) hace referencia que dentro del capital humano se puede distinguir competencias generales, obtenidas dentro del puesto de trabajo, la especialización que se requiere se encuentra dentro de las prácticas o aseguramiento del puesto de trabajo por parte del estudiante o graduado que puede formarse en un futuro, Nordhaug (1993) propone la especialización de las empresas conjuntamente con las IES, se vinculen y formen a los futuros

profesionales evitando así un mercado ocupacional sobresaturado y más que un mercado de competencias, sea un mercado de sobresaturación de profesionales. Allen (2003)

En Ecuador el Ministerio de Educación hace referencia a las **competencias** como **básicas-laborales** divididas en **específicas y generales**:

Las competencias generales son:

- **Intelectuales:** Compuesta por procesos cognoscitivos, los cuales serán aplicados por el estudiante al desarrollar una determinada actividad, además de tomar decisiones, dar soluciones, etc.;
- **Personales:** Actitudes y comportamientos enfocados en el ámbito laboral, orientados por la ética, adaptación al cambio, agilidad mental y demás;
- **Interpersonales:** Adaptación al ámbito laboral en la socialización del entorno de trabajo, comunicación, liderazgo, capacidad a la adaptación.
- **Organizacionales:** Desarrollo de experiencias, pensamientos diferenciados en situaciones empresarial, gestión de información, orientación, gestión tanto de recursos como de responsabilidad en el desempeño de actividades dentro del ámbito que se van a desempeñar.
- **Empresariales-Emprendimiento:** Habilidades de liderazgo, capacidad para asumir riesgos calculados.

Las competencias específicas son:

- **Pensar rigurosamente:** Pensar, razonar, analizar y argumentar de manera lógica, crítica y creativa. Además: planificar, resolver problemas y tomar decisiones.
- **Comunicarse efectivamente:** Comprender y utilizar el lenguaje para comunicarse y aprender (tanto en el idioma propio como en uno extranjero y en una lengua ancestral quienes asisten a instituciones que son parte del Sistema Intercultural Bilingüe). Expresarse oralmente y por escrito de modo

correcto, adecuado y claro. Además, participar de la Literatura y otras artes como una forma de expresarse y explorar el mundo.

- **Razonar numéricamente:** Conocer y utilizar la Matemática en la formulación, análisis y solución de problemas teóricos y prácticos, así como en el desarrollo del razonamiento lógico.
- **Utilizar herramientas tecnológicas reflexiva y pragmáticamente:** Utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para buscar y comprender la realidad circundante, resolver problemas y manifestar su creatividad, evitando la apropiación y uso indebido de la información.
- **Comprender su realidad natural:** Comprender el mundo natural a partir de la explicación científica de los fenómenos físicos, químicos y biológicos con apoyo del método científico, lo cual permitirá la participación de modo proactivo y resolución de problemas relacionados con el ámbito natural, respetando los ecosistemas y el ambiente.
- **Conocer y valorar su historia, y su realidad sociocultural:** Indagar sobre la identidad, historia y ámbito sociocultural, participar de manera activa en la sociedad, y resolver problemas y proponer proyectos dentro de su ámbito sociocultural; lo cual implica aprender sobre sistemas políticos, económicos y sociales a nivel local, nacional e internacional, y utilizar estos conocimientos en su vida cotidiana.
- **Actuar como ciudadano responsable:** Regirse por principios éticos que le permitan ser un buen ciudadano: cumplir con sus deberes y conocer y hacer respetar sus derechos, además de guiarse por los principios de respeto (a las personas y al ambiente), reconocimiento de la interculturalidad, democracia, paz, igualdad, tolerancia, inclusión, pluralismo (social y cultural), responsabilidad, disciplina, iniciativa, autonomía, solidaridad, cooperación, liderazgo, compromiso social y esfuerzo.
- **Manejar las emociones en la interrelación social:** Manejar adecuadamente las emociones, entablar buenas relaciones sociales, trabajar en grupo y resolver conflictos de manera pacífica y razonable.
- **Cuidar de su salud y bienestar personal:** Entender y preservar su salud física, mental y emocional, lo cual incluye su estado psicológico, nutrición, sueño, ejercicio, sexualidad y salud en general.

- **Emprender:** Ser proactivo y capaz de concebir y gestionar proyectos de emprendimiento económico, social o cultural, útiles para la sociedad. Además, formular su plan de vida y llevarlo a cabo.
- **Aprender por el resto de su vida:** Acceder a la información disponible de manera crítica: investigar, aprender, analizar, experimentar, revisar, autocriticarse y autocorregirse para continuar aprendiendo sin necesidad de directrices externas. Además, disfrutar de la lectura y leer de manera crítica y creativa.

3.20. SENESCYT, CES, CEAACES, IES

Para sustentar aún más esta investigación, se toma como referencia las políticas públicas de SENESCYT, CEAACES, CES, SENPLADES, académicos, estudiantes, asociaciones, gremios, empresas referentes, profesionales, lo que promueve alianzas entre los sectores públicos y privados en beneficio de la sociedad, eje fundamental de un país que desea que sus habitantes posean un desarrollo sustentable y sostenible; países como Brasil y Chile son el ejemplo más claro, que los enlaces efectivos para estos contextos debe ser asistido por los Municipios y/o Gobiernos Provinciales, el sector privado y la universidad, es por ello que este proyecto apunta a tener el respaldo de estos ejes estratégicos.

En el caso del Ecuador, las universidades, los gobiernos provinciales, sector privado y otros sectores de la sociedad, se plantean la formación de ciudadanos que tenga como principal motivación generar negocios, servicios, arte, cultura para lograr insertarse en el mundo productivo y a su vez sean generadores de puestos de trabajo para otras personas.

“El CES propone que el objetivo de la carrera debe responder a una dinámica de interacción entre la epistemología, los contextos de actuación de la profesión y los sujetos que aprenden (Larrea Granados 2013)”.

Por lo tanto, la sostenibilidad del proyecto a corto, mediano y largo plazo pasa por la responsabilidad que tienen todos los involucrados en el acervo académico. Las autoridades académicas, deben contribuir con la elaboración de reformas de políticas públicas institucional, para la mejora académica.

4. METODOLOGÍA

4.1. Enfoque de la investigación

Se consideró para la investigación un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo, el primero porque se detalla la demanda académica en la zona 3 como elemento determinante en el mercado ocupacional, caso de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, estas descripciones permitirán evidenciar el problema y su posible solución, mientras que es cuantitativo, porque la investigación realiza y su fundamenta en estadísticos que parten del estudio de campo y que permiten formar una base de conocimientos necesario para demostrar el problema y avizorar una solución práctica.

4.2. Modalidad básica de la investigación

4.2.1. Investigación de Campo

Es necesario realizar la investigación de campo, ya que esta ayuda a recabar información primaria a través de los distintos instrumentos investigativos, además que permite interactuar con el objeto de estudio y la población la cual se ve afectado por la demanda académica en la Zona 3 como elemento determinante en el mercado ocupacional. Para la recabar información se puede utilizar encuestas y entrevistas, así como utilizar estadísticos que permitan formar gráficos y tablas para los análisis e interpretación de la información respectiva, lo que dará a entender la dimensión del problema y plantear una propuesta válida.

4.2.2. Investigación Bibliográfica

Siendo necesaria en toda investigación, pues se debe revisar los antecedentes investigativos relacionados al problema, por ello la revisión de libros, documentos científicos, revistas especializadas, leyes y demás bibliografía disponible impresa o en internet, servirán para formar la base teórica, que respalde, fundamente y dé a conocer la idea de investigación planteada, además, que servirá para comparar los resultados obtenidos en la investigación de campo, así como categorizar y vincular los conocimientos con lo que será una propuesta para mejorar el problema estudiado.

4.3. Tipo de investigación

4.3.1. Descriptiva

La investigación descriptiva realiza un detalle de la influencia de la variable independiente que es la demanda académica en la Zona 3 y con la variable dependiente como lo es el mercado ocupacional, esto permitirá que se avizore una posible solución hipotética, que mediante comprobación de la misma se medirá la viabilidad; además que contribuye a la construcción de una base teórica para futuras investigaciones.

4.3.2. Asociación de variables

Este tipo de investigación se ajusta al estudio, relacionando la demanda académica como elemento determinante en el mercado ocupacional; esta vinculación de las variables permite estudiarlas como un todo, ajustando los análisis de hipótesis a comprobación, mediante la correlación de variables que permitirán visualizar una posible respuesta al problema.

4.4. Técnicas de investigación

Las técnicas utilizadas en la investigación son la entrevista, la encuesta y la observación, debido a que la población es amplia y la información que se recolecta debe responder a las variables, además de permitir identificar el problema y su posible solución.

4.4.1. Entrevista

Según menciona Peláez (2010), se considera un proceso de comunicación que se da normalmente entre dos personas, en donde la persona que realiza la entrevista obtiene información directa o primaria del entrevistado; también se considera una conversación formal con intencionalidad, es decir que la información que se obtiene debe cumplir con los objetivos de la investigación.

Para efectos del caso, la entrevista se realiza a las empresas resultantes del muestreo que se tome de la población (empresas constituidas bajo la Superintendencia de

Compañías de la Zona 3), para lo cual se utiliza un cuestionario pre elaborado con el fin de estandarizar las respuestas e información necesaria, **ANEXO N° 9**.

4.4.2. Encuesta

Para Peláez (2010) La encuesta es una técnica investigativa que se la utiliza con una mayor frecuencia en las investigaciones, esta puede contener preguntas abiertas o cerradas, pues dichos cuestionamientos deberán resultar para interés del estudio, ya que esta información es de carácter directa o primaria; también se puede decir que esta técnica permite recolectar la información en un tiempo relativamente más corto que permiten armar una base de datos para los análisis posteriores que permiten identificar la magnitud del problema, pero también puede establecer las posibles soluciones.

La encuesta se aplica a los profesionales de la facultad que se encuentren laborando en las instituciones que se identificaron en la muestra y que representa a las empresas legalmente constituidas y activas de la Zona 3, con el fin de determinar los factores ocupacionales del profesional en administración, y mercadotecnia a través de instrumentos de medición, para la optimización de la calidad de información a la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA, **ANEXO N° 10**.

4.4.3. Observación

Para Balestrini (2001) La observación es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

Para Hernandez (1998) La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación. Existen dos clases de observación:

- La Observación no científica, y
- La observación científica

La diferencia básica entre una y otra está en la intencionalidad.

Para efectos de la presente investigación se consideró realizar la observación científica pues contamos con un objetivo claro establecido, en este caso las empresas y empresarios de la zona 3, así como los egresados de la FCADM, lo cual implica que la observación fue preparada cuidadosamente

ANEXO N° 11.

4.5. Instrumentos de investigación

4.5.1. Cuestionarios

El cuestionario es un instrumento básico utilizado en investigaciones con encuesta, entrevistas y observación, todas estas técnicas necesitan de instrumentos donde se plasmen las respuestas (cuestionarios). Para Aparicio & Palacios (2013) el cuestionario es un *“documento que recoge en forma organizada los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la encuesta”*.

En la investigación el cuestionario de la encuesta consta de 13 preguntas cerradas que responden a las variables en mención, además de la información personal del encuestado; mientras que la entrevista consta de 12 preguntas estructuradas que permitirán una relación más directa con el entrevistado; y en la ficha de observación constan tres campos el primero refleja los datos de la observación, el segundo la descripción de la observación y el tercero la interpretación de la misma; los tres documentos recolectan información primaria que mediante tabulación de datos permite analizar e interpretar la información, de tal manera que se pueda cumplir los objetivos y comprobar la hipótesis de investigación.

4.6. Población

La población que se ha identificado para la investigación son las empresas que se encuentran legalmente constituidas y que forman parte de la Superintendencia de Compañías Zona 3, siendo estas 14.204 compañías según el dato proporcionado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos al 2012, que representa una población finita, ya que si se conoce su tamaño, según D'Angelo (2011): *“Población Finita: Se conoce el tamaño, a veces son tan grandes que se comportan como infinitas. Existe*

un marco muestral donde hallar las unidades de análisis (marcos muestrales = listas, mapas, documentos)”.

Tabla N° 5: Población

PROVINCIA	N° EMPRESAS
TUNGURAHUA	5.368
CHIMBORAZO	3.714
COTOPAXI	2.828
PASTAZA	1.070
BOLÍVAR	1.224
TOTAL POBLACIÓN	14.204

Fuente: INEC, 2012

Adaptado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

4.7. Muestra

Hay que mencionar que la población tomada para realizar el muestreo constituye a un censo realizado por el INEC en el 2012, donde constan las sociedades y personas naturales obligadas a llevar contabilidad.

Formula de la muestra (finita)

$$n = \frac{PQN}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

P = Probabilidad de ocurrencia

Q = Probabilidad de no ocurrencia

E = Error de muestreo

K = Coeficiente de correlación del error

N = Población

$$n = \frac{(0,5)(0,5)14.204}{(14.204 - 1) \frac{(0,05)^2}{2^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = 374$$

La muestra obtenida corresponde a 374 empresas que representan la muestra, cuyo valor obtenido fue en relación a las empresas que se encuentran legalmente constituidas y que forman parte de la Superintendencia de Compañías Zona 3; además por los instrumentos a utilizar, de las 374 empresas seleccionadas para el estudio, se aplica una encuesta a un egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, quedando la muestra de la siguiente manera:

Tabla N° 6: Población a ser intervenida

Población	N	n	Técnica/instrumento
Compañías Zona 3	14.204	374	Entrevista/Cuestionario
Profesionales egresados		374	Encuesta/Cuestionario

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

5. RESULTADOS

5.1. Entrevista

1. ¿A su criterio la empresa u organización es?

Tabla N° 7: Tamaños de la empresa u organización

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Grande	197	53%
Media	149	40%
Pequeña	28	7%
Total	374	100%

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

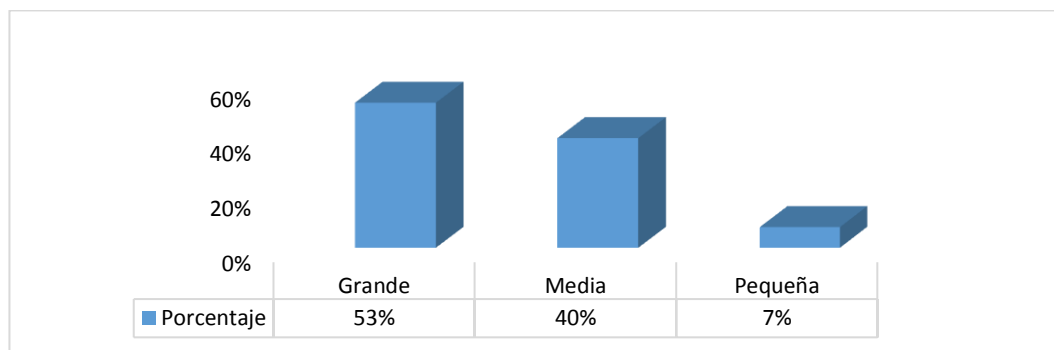


Gráfico N° 13: Tamaños de la empresa u organización

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

Del total de entrevistas realizadas, un 53% que representa a 197 empresas considera que la institución es grande; el 40% que son 149 empresas mencionan ser medianas y un 7% siendo 28 empresas se consideran pequeñas.

Interpretación

La mayor parte de las empresas entrevistadas se encuentran entre grandes y medianas empresas, las cuales ofrecen mayores fuentes de trabajo y que aportan con información relevante a la investigación.

2. El sector al que está vinculada su empresa es:

Tabla N° 8: Sector económico

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Industria	94	25%
Comercialización	33	9%
Servicio	61	16%
Producción	177	47%
Otro sector	9	2%
Total	374	100%

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

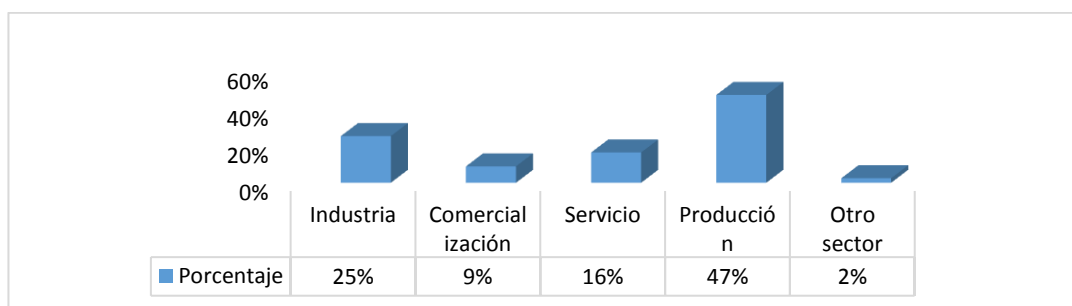


Gráfico N° 14: Sector económico

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

De las 374 entrevistas realizadas, el 47% que son 177 empresas pertenecen al sector de la producción, el 25% que son 94 empresas al sector industrial, un 16% que son 61 empresas pertenecen al sector de servicios, el 9% que representa a 33 empresas al sector comercial, y un 2% a otros sectores.

Interpretación

Se evidencia que existe una distribución adecuada de las entrevistas en diferentes sectores, mismos que la mayoría se concentra en el sector de la producción, la industria y servicios.

3. ¿Cree usted que al momento de su contratación influye la categoría en la que se encuentra la Universidad actualmente por el CEAACES poner calidad superior?

Tabla N° 9: Influencia de la calificación de la universidad al momento de contratar

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	86	23%
No	105	28%
Desconozco su categoría	183	49%
Total	374	100%

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

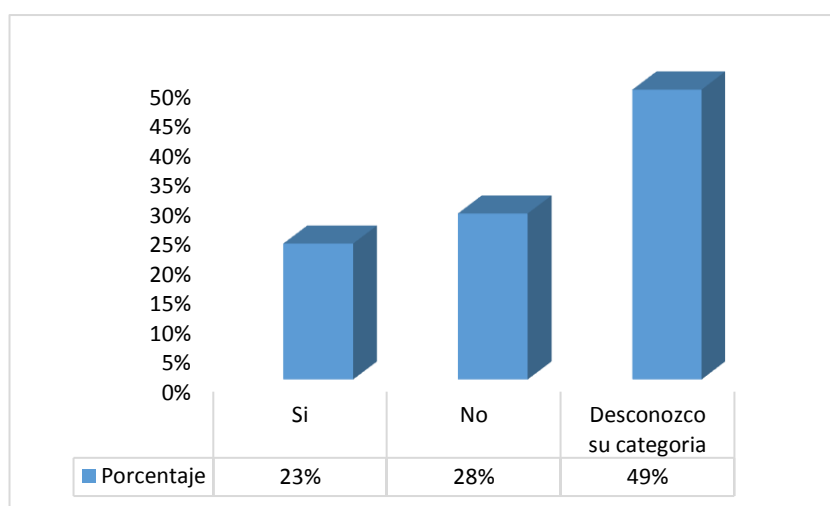


Gráfico N° 15: Influencia de la calificación de la universidad al momento de contratar

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

Del total de entrevistados, 183 personas que componen el 49% mencionan que desconocen la categorización de las universidades, mientras que un 28% que representa a 105 personas aseguran que al momento de contratar personal no influye la categoría en la que se encuentra la Universidad actualmente calificada por el CEAACES, mientras que un 23% siendo 86 personas mencionaron que si tiene influencia.

Interpretación

La mayoría de las empresas tienen desconocimiento sobre la categorización de las universidades, aun así un 28% de estos menciona que no influye la categoría en la que se encuentra la Universidad actualmente calificada por el CEAACES por lo que se puede creer que son otros factores los que consideran importantes tomar en cuenta.

4. Su empresa cuenta con los siguientes profesionales:

Tabla N° 10: Profesionales con los que cuentan las empresas

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Profesionales en Organización de Empresas	216	41%
Profesionales en Administración de Empresas	226	42%
Profesionales en Marketing y Gestión de Negocios	91	17%
Total	533	100%

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

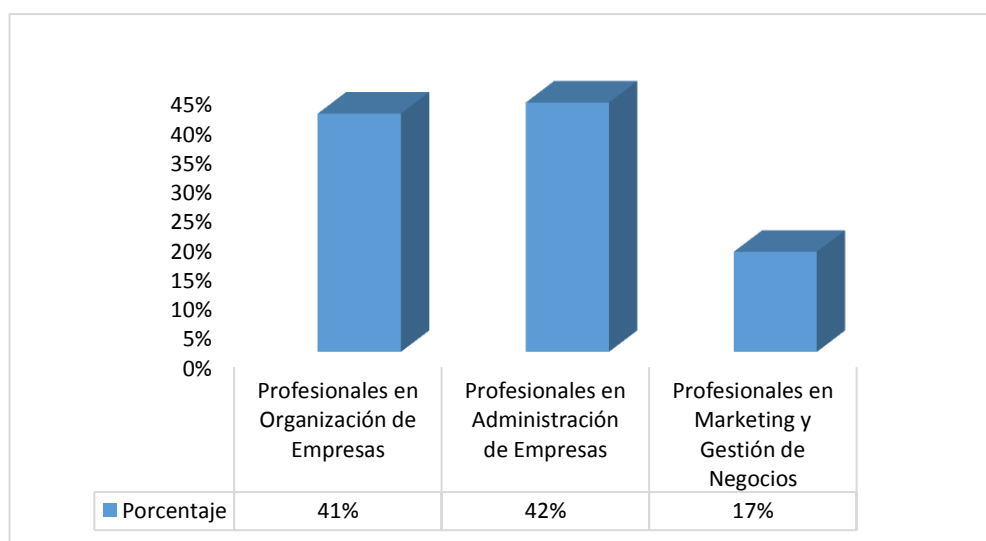


Gráfico N° 16: Profesionales con los que cuentan las empresas

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

Del total de empresas entrevistadas, se observa que cuentan con un 42% de profesionales en administración de empresas, seguido por el 41% de profesionales en organización de empresas, y expertos en marketing y gestión de negocios en un 17%.

Interpretación

Esta pregunta constituye de opción múltiple, misma que evidencia que las empresas si cuentan con profesionales de las carreras que ofrece la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA, por lo cual se puede decir que las empresas necesitan de estos egresados y de su contingente profesional en la consecución de mayores ingresos.

5. ¿Cuál es la decisión imperante al momento de contratar fuerza de trabajo femenino en su organización?

Tabla N° 11: Proporción de Mujeres contratadas en las Empresas.

Clasificación	Frecuencia	Porcentaje
Aptas para el puesto de trabajo	108	29%
El Cargo necesita de una chica	94	25%
Decisión del Contrato	123	33%
Por casualidad	49	13%
TOTAL	374	100%

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

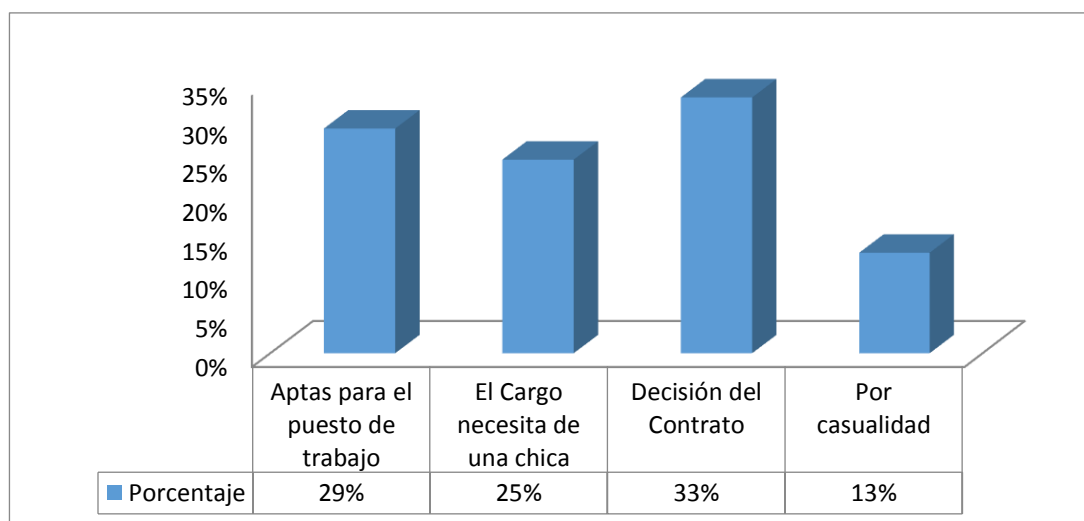


Gráfico N° 17: Proporción de Mujeres contratadas en las Empresas.

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

De los 374 empresarios entrevistados, 207 aseguran que ha aumentado el porcentaje de contratación de mujeres. En este sentido el 29% consideran que son aptas para el puesto de trabajo, un 25% que el puesto solicitado o el cargo es para una chica, un 33% se da por decisión del contrato y un 13% por casualidad.

Interpretación

La mayor parte de los empresarios mencionan que las mujeres son aptas para ejercer cualquier cargo dentro de las organizaciones al igual que en algunos cargos son para que ocupen mujeres, pese aquello se considera que hay igualdad y equidad de género pues se observa que existe un alto índice de contratación de mujeres en las empresas.

6. ¿Cuál es la edad del personal contratado para laborar en su empresa en los últimos 5 años?

Tabla N° 12: Personal contratado en los últimos 5 años (basado en la edad)

Clasificación	Frecuencia	Porcentaje
Hasta 29 Años	239	64%
De 30 a 40 Años	108	29%
Más de 40 Años	26	7%
TOTAL	374	100%

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

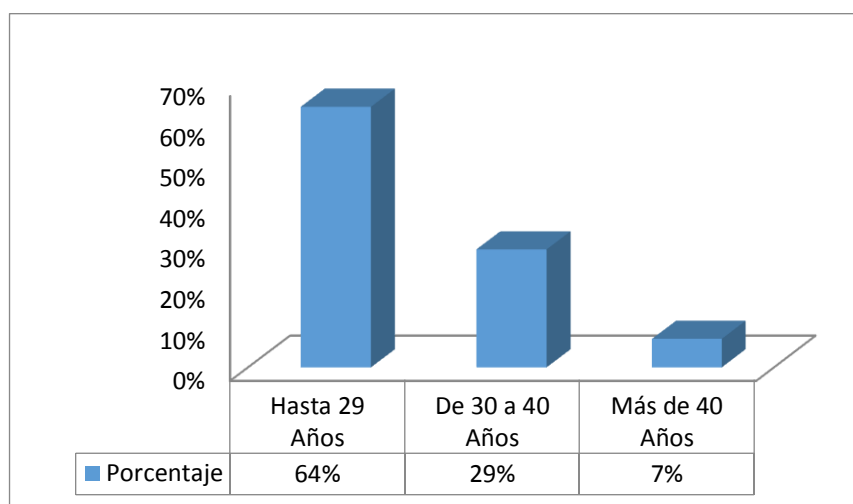


Gráfico N° 18: Personal contratado en los últimos 5 años (basado en la edad)

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

En términos generales se puede apreciar que un poco más de la mitad 64% de las empresas contrataron personal menor de 29 años de edad; el 29% de las empresas contrataron personal de entre 30 a 40 años de edad, y el 7% de las empresas contrataron personal de más de 40 años.

Interpretación

Se puede evidenciar una notable preferencia por personal joven. Para las empresas contratar más jóvenes, implica la posibilidad de formarlos o capacitarlos de acuerdo a sus propias necesidades. Por otra parte, en términos de los sectores económicos, se pudo notar que las empresas de servicio tendieron a contratar relativamente más personas jóvenes que el resto de los sectores, mientras que en el sector industrial lo que se valida es la experiencia mas no la edad.

7. ¿Cuál de los siguientes medios utiliza su organización para la contratación de personal?

Tabla N° 13: Medios de influencia para la contratación de una vacante.

Clasificación	Frecuencia	Porcentaje
Recomendación de Terceros	131	35%
Resultados de Test	86	23%
Prácticas Pre-Profesionales	67	18%
Redes Sociales	52	14%
Anuncios en Periódicos	15	4%
Contactos con Universidades	22	6%
TOTAL	374	100%

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

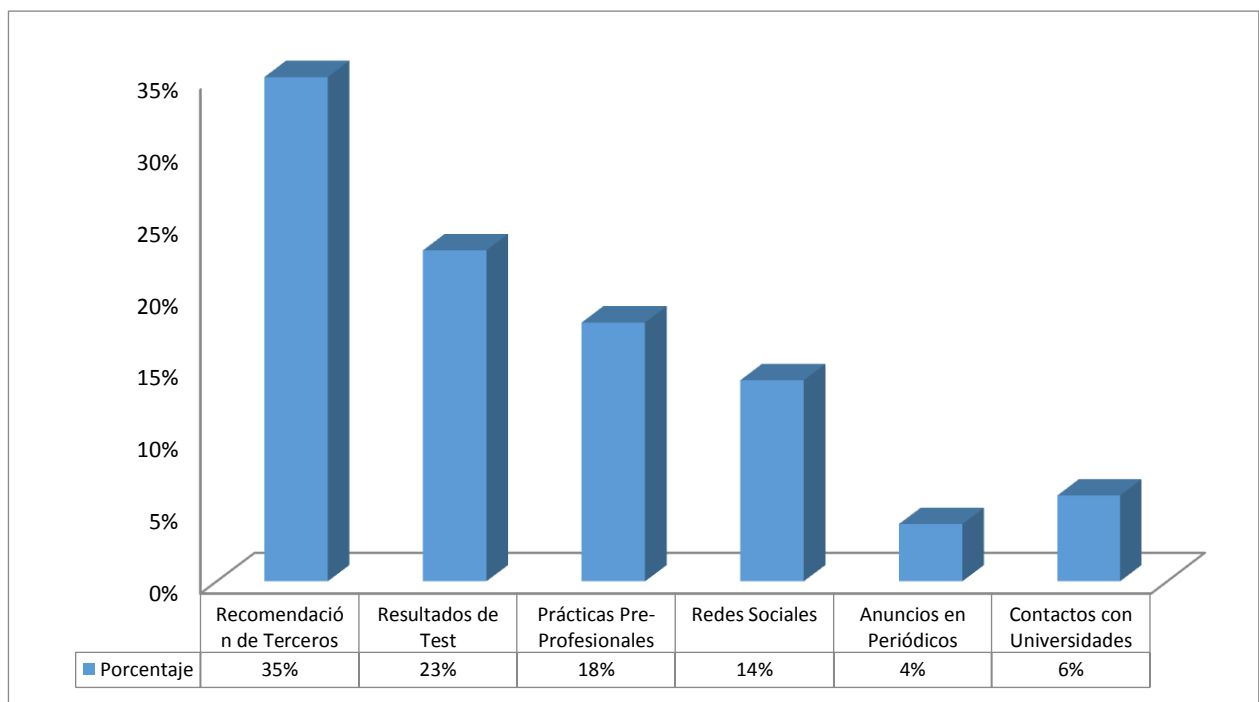


Gráfico N° 19: Medios de Influencia para la Contratación de una vacante

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

En modo general, se observa que las Recomendación de terceros es el medio más utilizado para captar personal con el 35%, seguido por Resultados de Test con el 23%, Practicas Pre-Profesionales con el 18%; Redes Sociales con 14%; Contactos

con Universidades con el 6%; el medio que poco a poco va desapareciendo son los anuncios en periódicos con el 4%.

Interpretación

Para la mayoría de encuestados el criterio “*recomendación por terceros*” es uno de los más utilizados por la cultura de nuestro país, pues la validación de competencias (y de confianza) se hace a través de la información que proporciona el tercero; además de la valoración asignada por las “*resultados de test*”.

Frecuencia de medios más usados por Segmentos:

- a) **Sector Industria:** La recomendación de terceros, los resultados de los test psicológicos.
- b) **Sector Comercio:** La recomendación de terceros; y los avisos en los diarios, siendo el último el que más se utiliza para contratar al personal.
- c) **Sector Servicio:** La recomendación de terceros.
- d) **Agropecuarias:** Las prácticas laborales; seguido por los contactos con colegios o centros de formación.
- e) **Financieras:** En un nivel más alto aparecen las prácticas laborales y los contactos con colegios y centros de formación.
- f) **Minerías:** La recomendación de terceros; avisos en los diarios.

En base al tamaño de las empresas:

- ✓ **Empresas pequeñas:** privilegian principalmente dos medios: *Prácticas pre-profesionales* con el **39%** y *Recomendación por terceros* con el **27%**.
- ✓ **Empresa mediana:** en algunos aspectos es similar al sector industria: *Prácticas pre-profesionales* con **48%**; *Anuncios en periódicos* con el **15%**; seguido por *Recomendación de terceros* con el **13%**.
- ✓ **Empresa grande:** marca algunas diferencias, mostrando una preferencia por el uso de medios más “objetivos”, tales como *Prácticas Pre-profesionales* con el **40%**; seguido por *Resultados de test* con el **26%**; y como último medio más utilizado tenemos en igual porcentaje a los *Anuncios en periódicos* y *Contacto con Universidades* con el **13%**.

8. ¿En qué aspectos considera prioritario enfocar la inversión de recursos económicos?

Tabla N° 14: Aspectos de enfoque e inversión empresarial.

Clasificación	Frecuencia	Porcentaje
Tecnología	96	26%
Infraestructura	114	31%
Talento Humano	52	14%
Marketing y Ventas	112	30%
TOTAL	374	100%

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

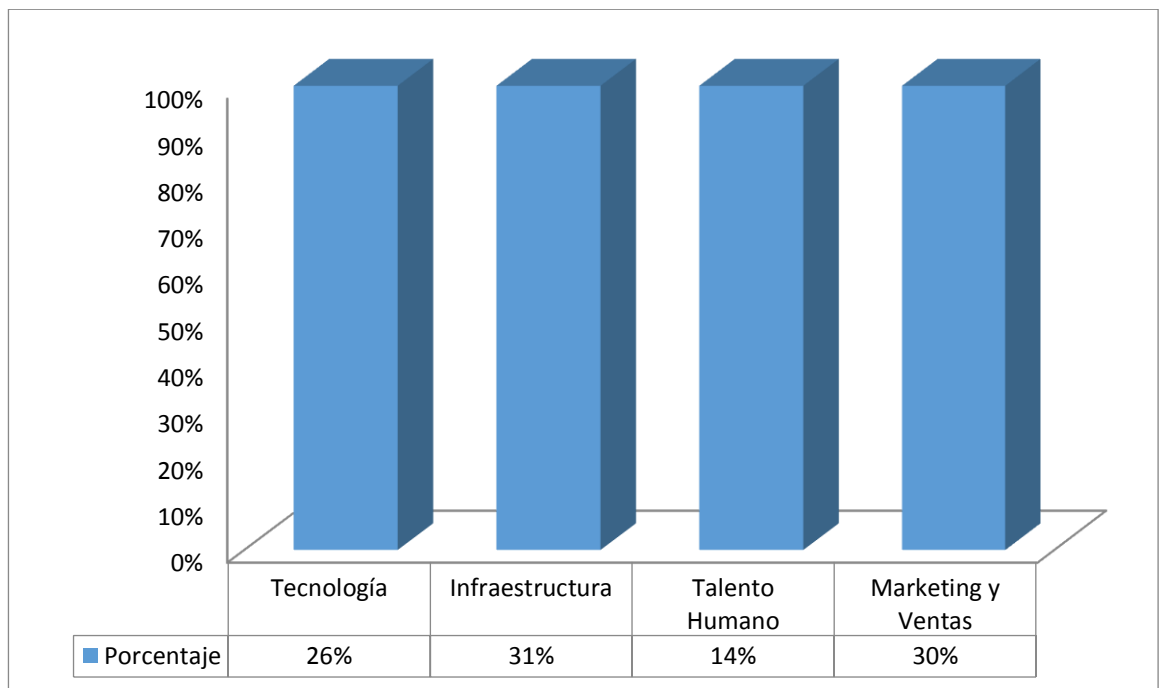


Gráfico N° 20: Aspectos de enfoque e inversión empresarial.

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

En la entrevista se consideró la inversión de la empresa en distintos aspectos de la empresa en donde se revela que en los últimos años las empresas habrían realizado mayor inversión en el área de infraestructura con el 31%, seguido por inversiones en actividades de marketing y publicidad con un 30%, en tecnología con el 26%, y muy pocos lo realizaron en la capacitación de talento humano con el 14%.

Interpretación

La inversión en infraestructura es considerada fundamental pues para los empresarios contar con espacios suficientes así como la expansión refleja un adecuado crecimiento y productividad; por otro lado invertir en Marketing y Ventas en la actualidad es fundamental, pues si no se da a conocer el producto no se vende, más aún porque estamos inmersos en un mundo donde las redes sociales es un medio clave, lo que viene de la mano con la percepción que tienen los empresarios sobre la utilización de tecnología de punta es del 26%, dicha información contrasta con el grado de analfabetismo tecnológico que presentan la gran mayoría de empleados de las empresas, los cuales se han convertido en migrantes digitales; aspecto que debe ser aprovechado por los egresados de la FCADM y especialmente los graduados en mercadotecnia.

9. ¿Cuáles son las razones por las que contrataría Egresados o Graduados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA?

Tabla N° 15: Principales Razones para Contratar Egresados o Graduados de la FCDA

Clasificación	Frecuencia	Porcentaje
Porque se ajustan más al perfil requerido (desempeño laboral adecuado)	146	39%
Mayor capacidad y conocimientos, mejor manejo tecnológico	97	26%
Formación acorde a las necesidades empresariales	52	14%
Por la flexibilidad, rápida captación de conocimientos, y disponibilidad de tiempo	79	21%
TOTAL	374	100%

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

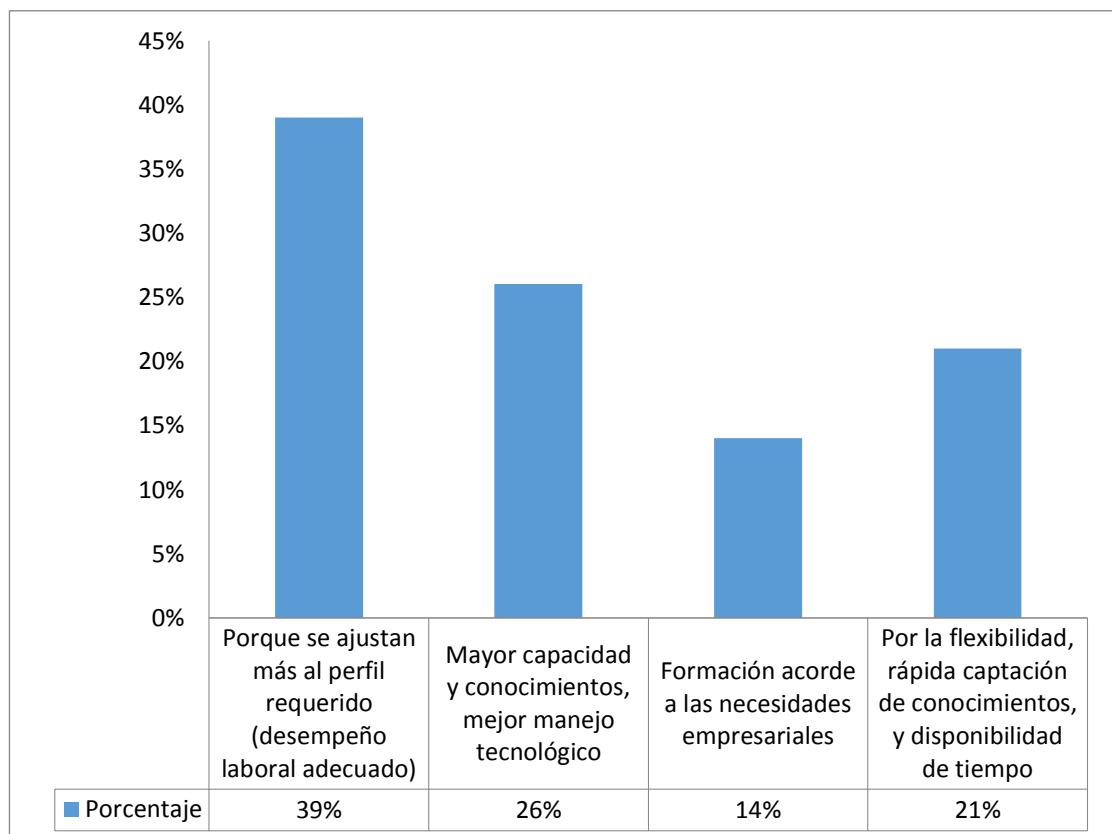


Gráfico N° 21: Principales Razones para Contratar Egresados o Graduados.

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

Las principales razones que tienen las empresas para contratar en un 39% constituye porque los Egresados o Graduados de la Facultad de Ciencias Administrativas se ajustan más al perfil requerido lo que se traduce a un desempeño laboral adecuado; seguido por la mayor capacidad y conocimientos en manejo tecnológico con 26%; en cuanto a la flexibilidad, rápida captación de conocimientos con el 21%; y la formación acorde a las necesidades empresariales con el 14%.

Interpretación

El hecho de que los jóvenes tengan un mayor conocimiento y capacidad en temas computacionales y tecnológicos es claramente más valorado por las empresas, en este sentido la mayoría prefiere a los profesionales Egresados o Graduados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA, porque se ajustan más al perfil requerido por sus organizaciones, considerando que dichos profesionales desempeñaran sus actividades o labores adecuadamente.

10. ¿Qué cambios educacionales considera que se han dado en los últimos 5 años?

Tabla N° 16: Cambios en educación que se percibe por parte de las Empresas

Clasificación	Frecuencia	Porcentaje
Aumento en el Nivel de Capacitación Técnica	90	24%
Sobre Oferta de Personal Calificado Requerido	205	55%
Diversidad de Especialización	79	21%
TOTAL	374	100%

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

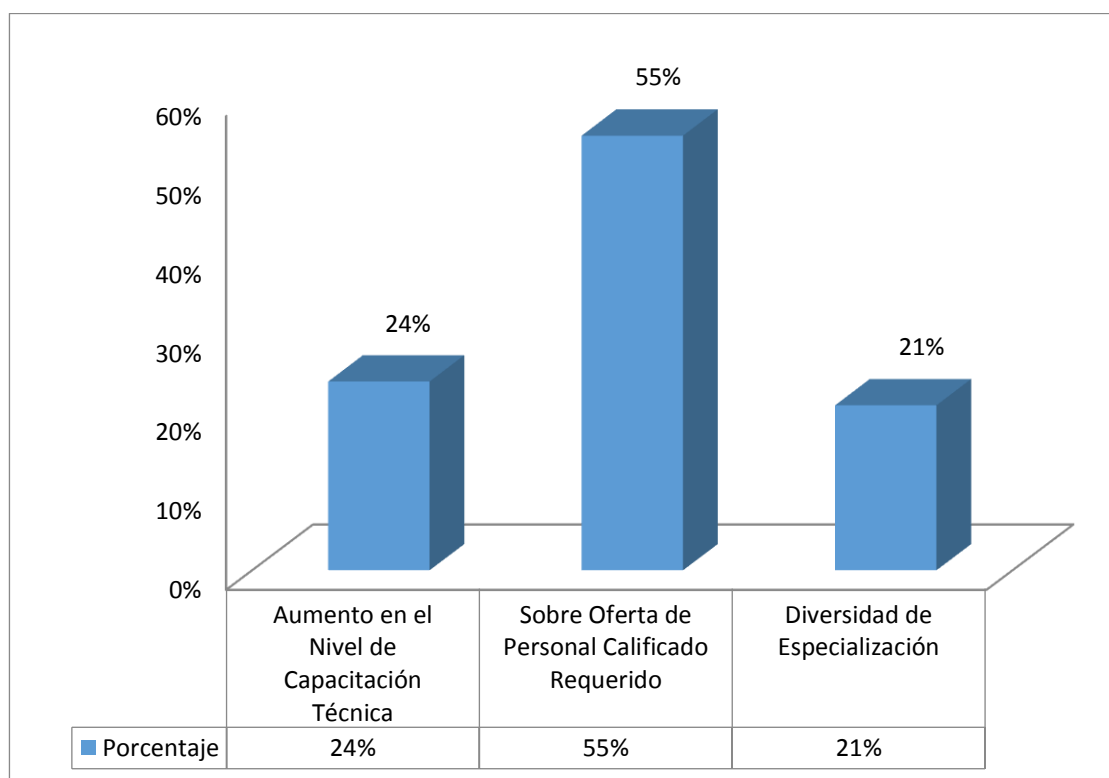


Gráfico N° 22: Cambios en educación que se percibe por parte de las Empresas

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

Como se observa en el siguiente cuadro los cambios de la educación se ven de una forma positiva ya que los encuestados aseguran que existe un mayor grado de

capacitación actual en un **24%**; en el sentido de diversidad de especialización con un **21%**; así como un exceso de profesional calificado con un **55%**, esto específicamente en carreras tradicionales, situación que a modo de recomendación merece un estudio posterior profundo en donde se pueda determinar por qué existe una sobreoferta.

Interpretación

Existe un alto índice de empresarios que consideran que en los últimos años existe sobre oferta de personal calificado requerido, esto se muestra conjuntamente con los índices de desempleo que hasta la actualidad se han incrementado, por ello las empresas consideran para la contratación al personal que tenga mayores conocimientos para que realicen actividades polifuncionales en las organizaciones y con ello disminuyen los costos de personal. También se refieren que en ciertas carreras hay demasiados alumnos que al salir al mercado ocupacional no son contratados por la sobreoferta de los mismos profesionales.

11. En qué áreas de su empresa, institución y o negocio considera usted que se debería reforzar con un profesional en Administración de Empresas.

Tabla N° 17: Áreas a reforzar con profesionales en administración

Áreas de su Empresa	Nunca		Casi Nunca		De vez en cuando		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Dpto. Ventas	0	0%	2	1%	12	3%	217	58%	143	38%
Dpto. Distribución	3	1%	7	2%	26	7%	198	53%	140	37%
Dpto. Contable	62	17%	214	57%	18	5%	65	17%	15	4%
Dpto. de Producción	0	0%	16	4%	86	23%	171	46%	101	27%
Dpto. de Talento Humano	0	0%	0	0%	92	25%	178	48%	104	28%
Dpto. de Comunicación	16	4%	23	6%	284	76%	43	11%	8	2%
Total	81	22%	262	70%	518	139%	872	233%	511	137%

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

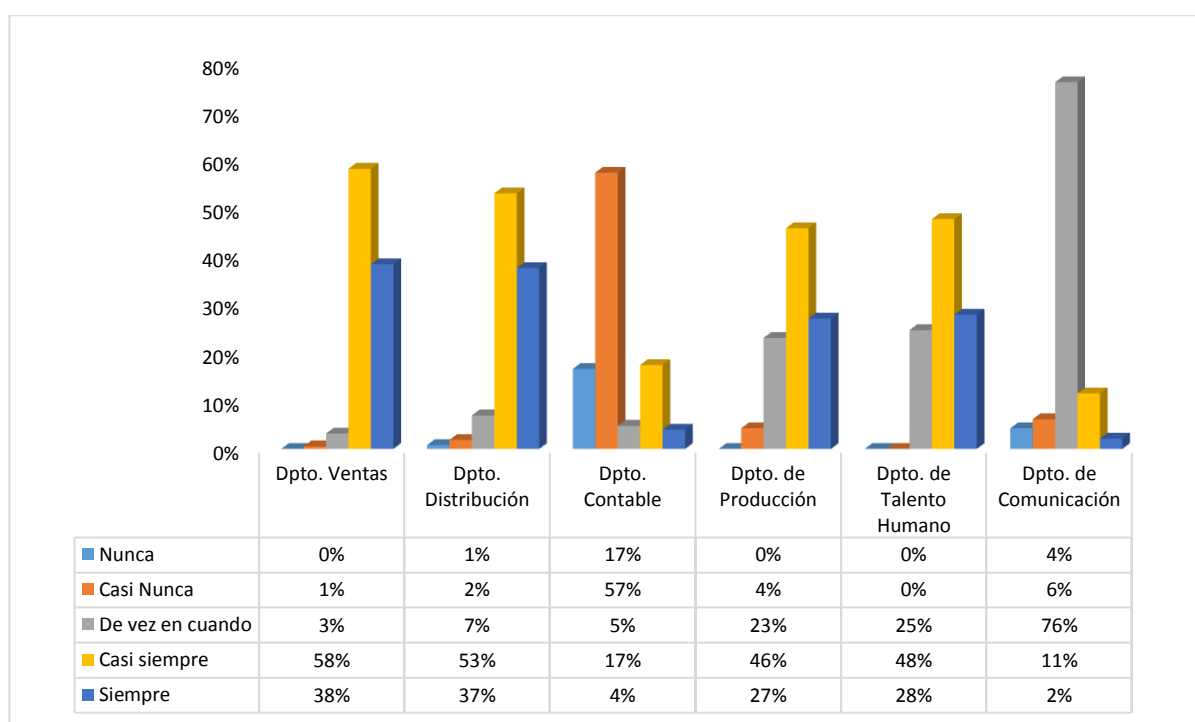


Gráfico N° 23: Áreas a reforzar con profesionales en administración

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

Del total de entrevistados se evidencia que el 58% casi siempre consideran que se debería reforzar con un profesional en Administración de Empresas en el área de

ventas, también con casi siempre un 53% mencionó que se debe reforzar el área de comercialización o distribución, con una respuesta de casi nunca reforzarían el departamento contable con profesionales en administración en un 57%; mientras que para los departamentos de producción y talento humano un 46% y 48% mencionaron que si se debería reforzar con un profesional en Administración de Empresas en dichas áreas; por último, un 76% está de acuerdo que de vez en cuando se debería reforzar el área de comunicación con profesionales del área administrativa.

Interpretación

Está claro que cada departamento tiene sus necesidades, y que dependiendo de la actividad se considera tomar muy en cuenta a los profesionales del área administrativa, excepto para el departamento contable donde requiere profesionales del área específica, pero no se descarta de que si cuenta con los conocimientos y las aptitudes para un cargo en dicha área, las empresas no dudan en contratar a la persona. La mayoría opina que los departamentos de producción y comercialización o distribución necesitan profesionales en Administración de Empresas.

12. ¿Qué servicios debe ofertar la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA, que usted considere necesario para un mejor desempeño profesional?

Tabla N° 18: Servicios debe ofertar la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Seminarios	68	9%
Cursos	157	20%
Diplomados	203	26%
Especialidad	87	11%
Maestría	266	34%
Total	781	100%

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

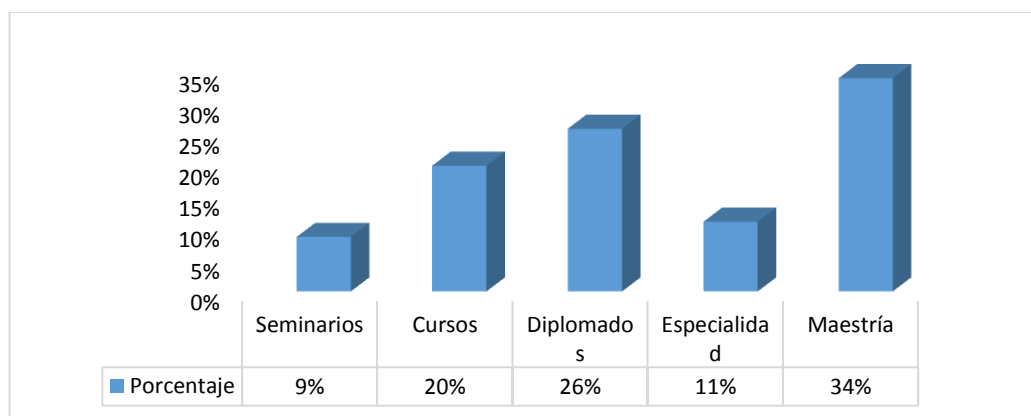


Gráfico N° 24: Servicios debe ofertar la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

De las empresas entrevistadas, el 34% que son 266 empresas consideran que entre los servicios que debe ofertar la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA, es necesario las maestrías para un mejor desempeño profesional, un 26% consideran que los diplomados, un 20% cursos en diferentes áreas, un 11% que se oferten especialidades, y un 9% seminarios.

Interpretación

Un buen número de empresas consideran que la oferta de maestrías en la Facultad de Administración de la Universidad Técnica de Ambato, serian la mejor opción para profesionales del área y que estos muestren un mejor desempeño en los distintos cargos y puestos de trabajo.

12.1.¿Qué servicios debe ofertar la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA, que usted considere necesario para un mejor desempeño profesional?

Tabla N° 19: Planificación

Opción	Nunca		Casi Nunca		De vez en cuando		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Gestión por procesos	0	0%	0	0%	8	2%	184	49%	182	49%
Estrategias y tácticas	0	0%	0	0%	17	5%	169	45%	188	50%
Total	0	0%	0	0%	25	7%	353	94%	370	99%

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

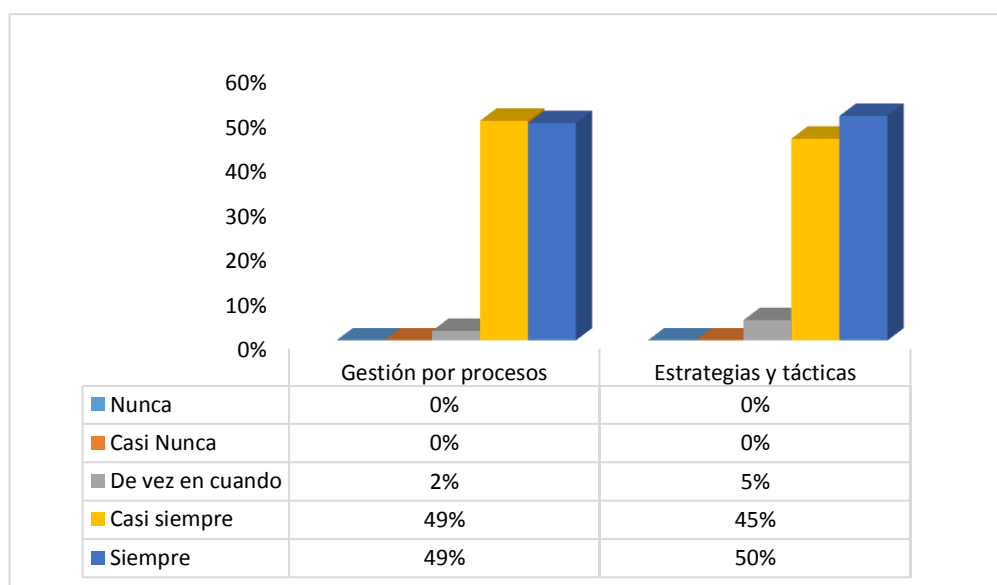


Gráfico N° 25: Planificación

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

De las 374 empresas entrevistadas, sobre la planificación mencionaron que siempre y casi siempre con un 98% la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA debe ofertar la gestión por procesos, al igual que las estrategias y tácticas administrativas con el 95% de aceptación entre las empresas.

Interpretación

Las empresas consideran que la gestión por procesos y estrategias y tácticas administrativas, se las deben ofertar de manera primordial con una alta aceptación, puesto que las organizaciones necesitan de dichos conocimientos que son básicos y claves para áreas estratégicas de las empresas.

12.2. ¿Qué servicios debe ofertar la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA, que usted considere necesario para un mejor desempeño profesional?

Tabla N° 20: Organización

Opción	Nunca		Casi Nunca		De vez en cuando		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Estructura Organización	0	0%	0	0%	4	1%	78	21%	292	78%
Recursos Humanos	0	0%	0	0%	12	3%	205	55%	157	42%
División y Distribución de Funciones	1	0%	0	0%	23	6%	59	16%	291	78%
Total	1	0%	0	0%	39	10%	342	91%	740	198%

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

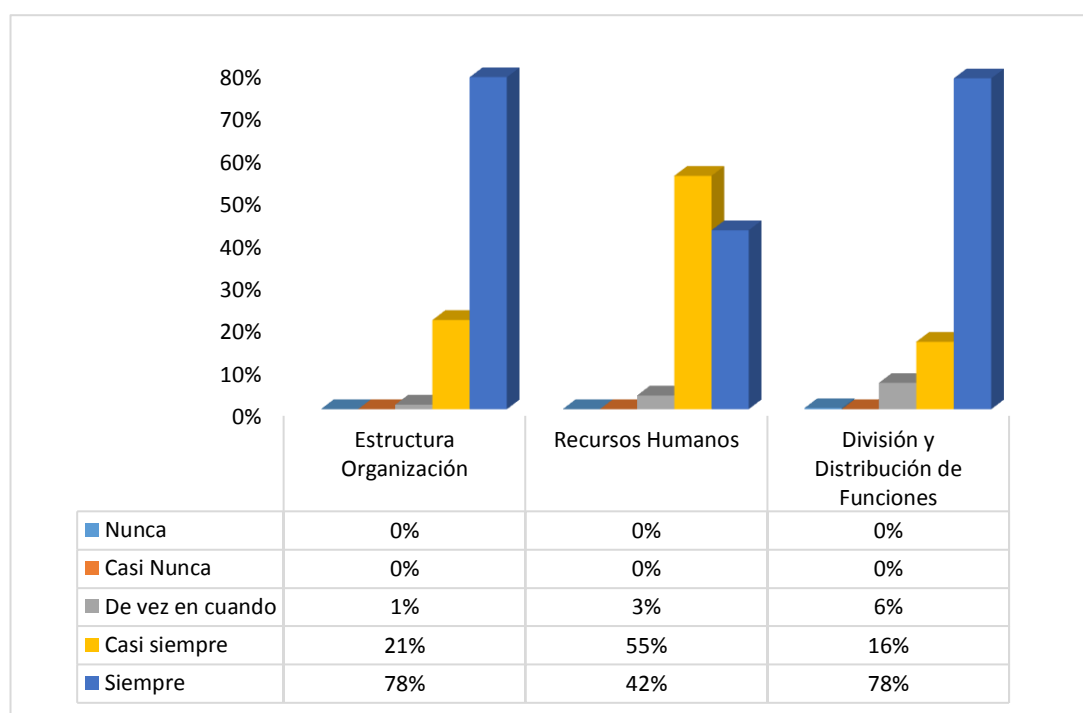


Gráfico N° 26: Organización

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

En cuanto a la organización, del total entrevistados un 78% considera que siempre se debe ofertar sobre la estructura organizacional, un 55% que casi siempre se debe

ofertar actualizaciones sobre recursos humanos y un 78% que siempre se oferte materias sobre decisión y distribución de funciones.

Interpretación

Está claro que la preferencias empresariales por los conocimientos que deben ser ofertados para que los profesionales del área administrativa se capaciten y desarrollen mejor sus actividades, son la estructura organizacional y sobre decisión y distribución de funciones, estas dos materias son básicas para un adecuado manejo de los recursos organizacionales, sobre todo los relacionados a talento humano; también se puede considerar como materias básicas que son necesarias para un desempeños de los egresados en administración.

12.3. ¿Qué servicios debe ofertar la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA, que usted considere necesario para un mejor desempeño profesional?

Tabla N° 21: Dirección

Opción	Nunca		Casi Nunca		De vez en cuando		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Tecnologías de la Información	0	0%	0	0%	37	10%	147	39%	190	51%
Toma de Decisiones	0	0%	0	0%	14	4%	109	29%	251	67%
Grupos y Equipos de Trabajo	0	0%	2	1%	56	15%	118	32%	198	53%
Comunicación	0	0%	7	2%	18	5%	86	23%	263	70%
Administración de Grupos de Trabajo	0	0%	0	0%	2	1%	221	59%	151	40%
Finanzas	0	0%	0	0%	87	23%	111	30%	176	47%
Operaciones o Logística	0	0%	1	0%	117	31%	133	36%	123	33%
Administración de Proyectos	0	0%	0	0%	72	19%	233	62%	69	18%
Auditoría Administrativa	0	0%	0	0%	12	3%	205	55%	157	42%
Liderazgo	0	0%	0	0%	85	23%	85	23%	204	55%
Total	0	0%	10	3%	500	134%	1448	387%	1782	476%

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

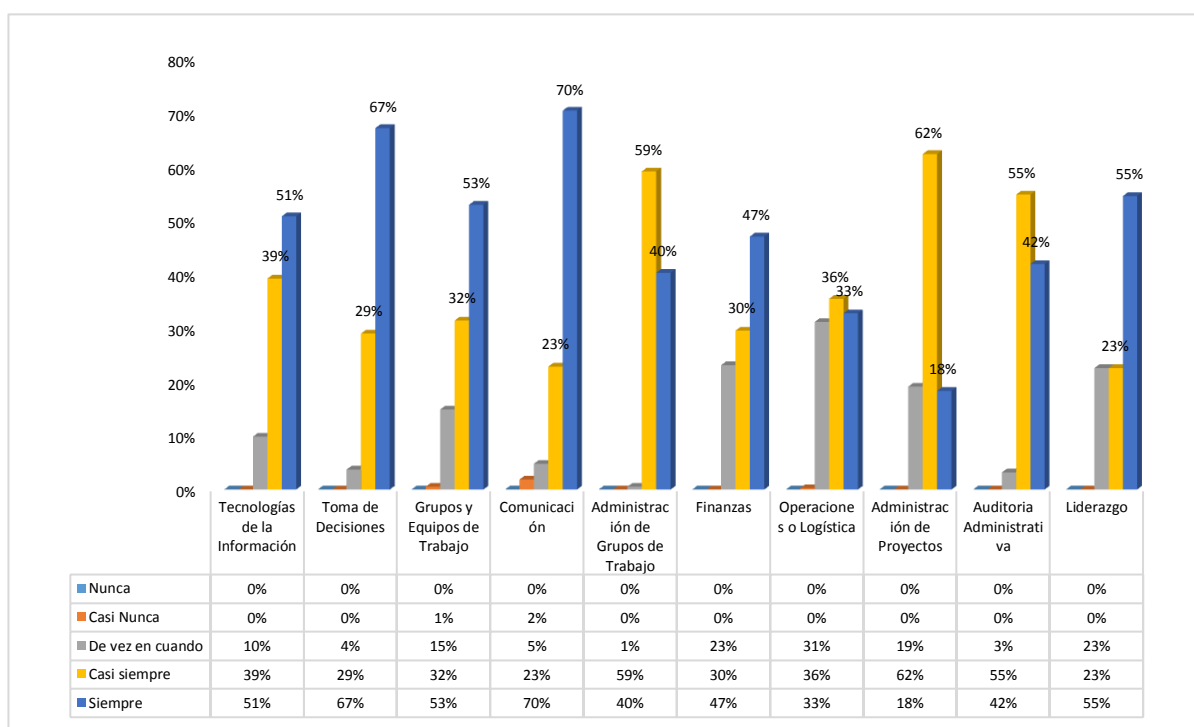


Gráfico N° 27: Dirección

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

Del total de encuestados, sobre la dirección mencionaron que en un 51% se siempre debe ofertar la materia de tecnología de la información, asimismo con un porcentaje más alto siempre se debería ofertar sobre la toma de decisiones; un 53% que siempre se realice capacitaciones sobre grupos y equipo de trabajo, se observa que el pico más alto es un 70% en el que siempre se debería ofertar la parte de comunicación empresarial, con 53% casi siempre se debe impartir sobre administración de proyectos, con una aceptación de siempre un 47% mencionó en finanzas, operaciones y logística casi siempre en un 36% al igual que con un 62% la administración de proyectos; casi siempre con un 55% la auditoría administrativa y liderazgo siempre debería ser ofertado con un 55% de aceptabilidad.

Interpretación

Se observa que las empresas están conscientes que los egresados de administración podrían optar por materias según las necesidades que estas presenten y que son diferentes para cada empresa, aunque los puntos más altos es la comunicación, la toma de decisiones, la administración de proyectos, así como el liderazgo y la auditoría administrativa que debería ofertar la facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

12.4. ¿Qué servicios debe ofertar la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA, que usted considere necesario para un mejor desempeño profesional?

Tabla N° 22: Control

Opción	Nunca		Casi Nunca		De vez en cuando		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Indicadores de Seguimiento y Control	0	0%	3	1%	54	14%	212	57%	105	28%
Sistemas de Calidad	0	0%	0	0%	22	6%	105	28%	247	66%
Total	0	0%	3	1%	76	20%	317	85%	352	94%

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

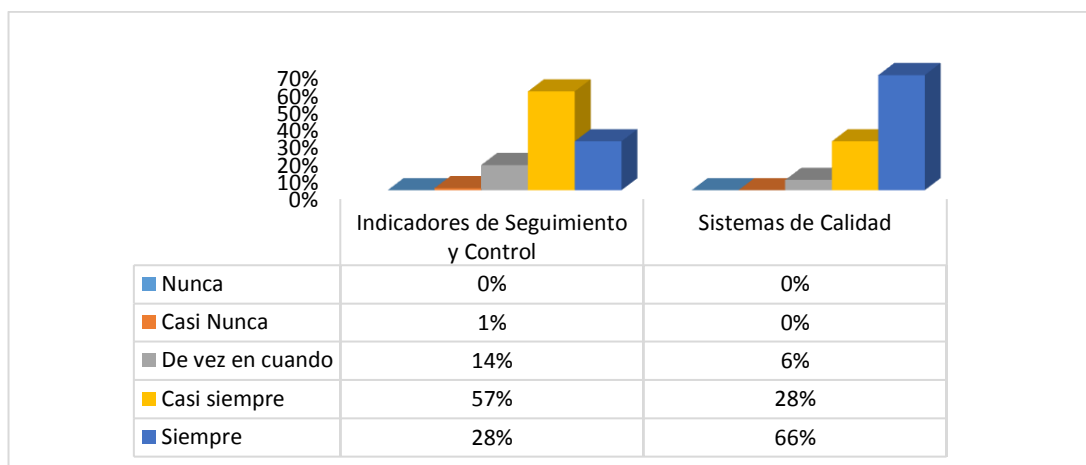


Gráfico N° 28: Control

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

Del total de entrevistas realizadas, sobre el control un 57% menciona que se debe ofertar materias sobre indicadores de Seguimiento y Control, así como un 66% opina que se deben dictar especialidades sobre sistemas de calidad.

Interpretación

Sobre el control la preferencia se inclina a los sistemas de calidad, pues las empresas identifican falencias en los profesionales de administración en esta materia, por lo que consideran necesarios que se especialice para que desarrollen de mejor manera sus actividades y puedan ser un aporte positivo a la organización.

5.2. Encuesta

1. ¿Actualmente se encuentra trabajando?

Tabla N° 23: Relación laboral actual de los egresados

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	374	100%
No	0	0%
Total	374	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

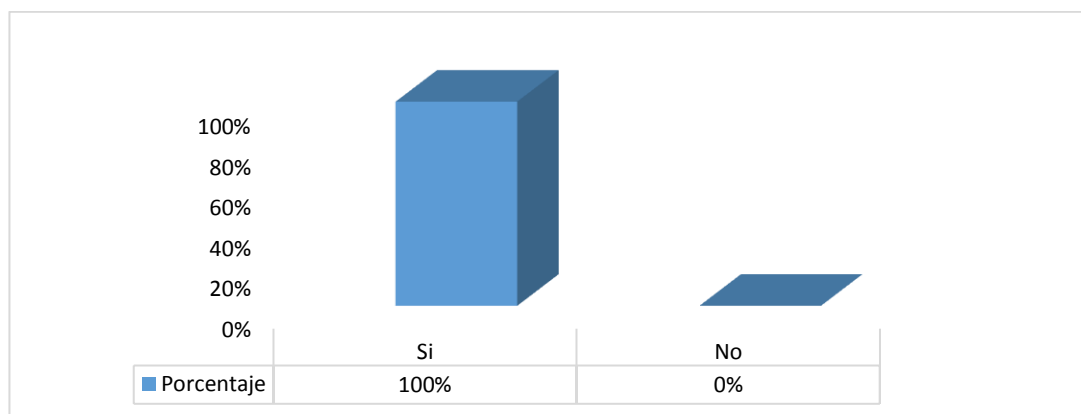


Gráfico N° 29: Relación laboral actual de los egresados

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

Del total encuestado, el 100% que son 374 profesionales de la Facultad de Administración de la Universidad Técnica de Ambato, se encuentran laborando plenamente.

Interpretación

Todos los egresados encuestados se encuentran laborando dentro de las empresas que fueron intervenidas para la investigación, por lo que se puede considerar que son estos quienes aportarán significativamente con sus respuestas al estudio.

2. ¿El trabajo que actualmente se encuentra desempeñando es acorde a su profesión?

Tabla N° 24: Trabajo acorde a su profesión

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	122	33%
No	252	67%
Total	374	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

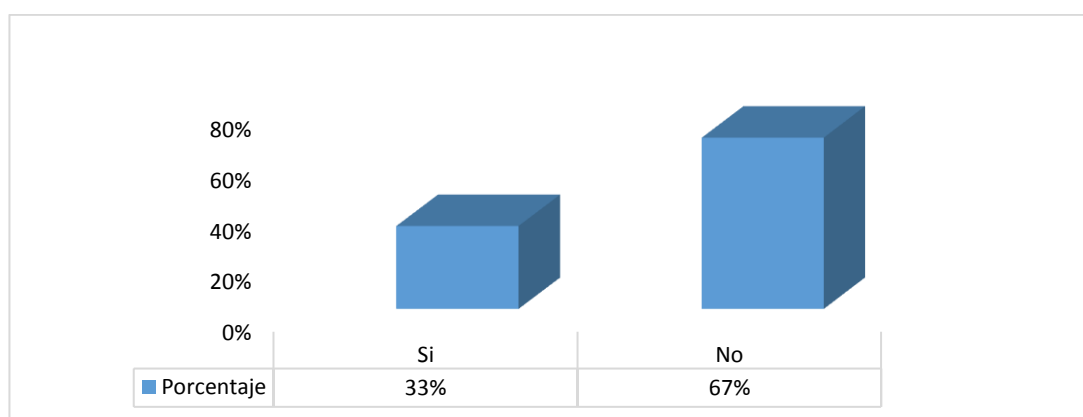


Gráfico N° 30: Trabajo acorde a su profesión

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

Del 100% de encuestados, el 67% que representa a 252 personas se encuentran trabajando fuera de su área profesional, mientras que un 33% que son 122 personas consideran que si están dentro del área profesional en la que se graduó.

Interpretación

Pese a que el 100% de los encuestados se encuentran empleados, un gran porcentaje no se encuentran desempeñando actividades acorde a su profesión, lo que indica la falta de plazas de trabajo acorde al perfil competitivo de los egresados de la Facultad de Administración.

3. Información ocupacional: Indique su situación laboral actual

Tabla N° 25: Información ocupacional

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Empleado privado	328	88%
Empleado público	0	0%
Autónomo (propio)	46	12%
Desempleado	0	0%
Total	374	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

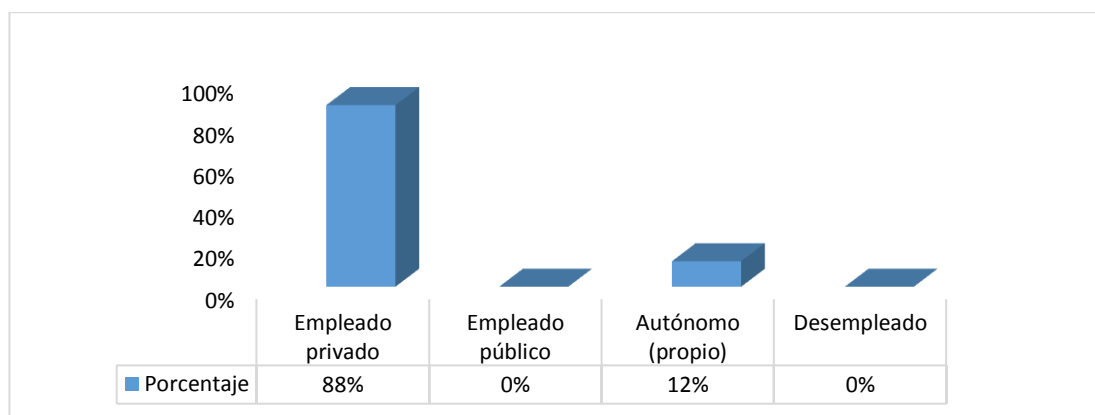


Gráfico N° 31: Información ocupacional

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

De todos los encuestados, un 88% que representa a 328 personas se encuentra como empleado del sector privado, mientras que un 12% es autónomo o cuenta con una empresa o negocio propio, mientras que con el 0% nadie menciona ser empleado público o estar desempleado.

Interpretación

Se empieza mencionando que la encuesta fue ejecutada dentro de las empresas identificadas en las muestras a un profesional que sea egresado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA, por lo tanto es la razón de que las respuestas se den en el sector privado o representen ser autónomos. Aseverando esta situación, la mayoría se encuentra trabajando como empleado privado.

4. Cargo que desempeña:

Tabla N° 26: Cargo que desempeña

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Nivel gerencial	43	11%
Director	3	1%
Mando medio o personal técnico	214	57%
Personal de apoyo	110	29%
Consultor	4	1%
Total	374	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

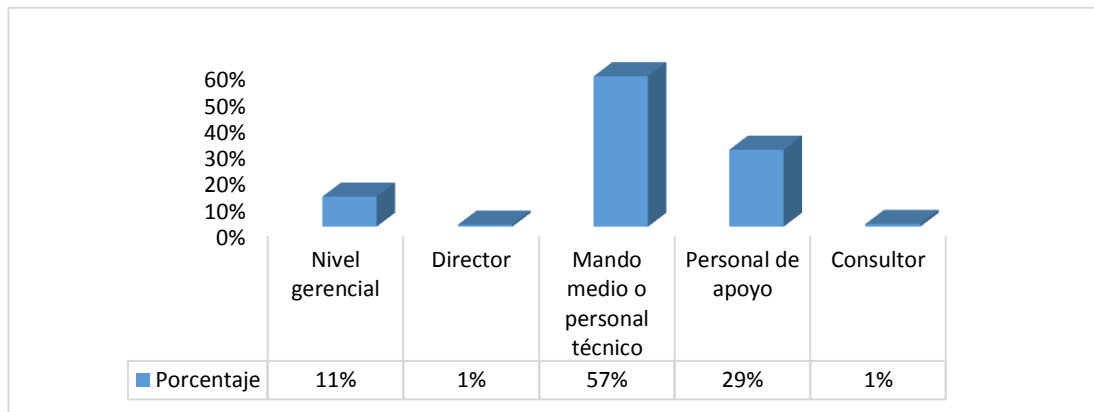


Gráfico N° 32: Cargo que desempeña

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

Del total encuestado, un 57% que representa a 214 personas se desempeña en un mando medio o como personal técnico, mientras que un 29% que son 110 personas se desempeña como personal de apoyo, un 11% siendo 43 personas se encuentra en actividades dentro del área a nivel gerencial, y un 2% como director o consultor profesional que suman 7 personas.

Interpretación

La mayor parte de los egresados de la Facultad de Administración se encuentran laborando y desempeñando cargos en un mando medio o como personal técnico, por lo que se podría decir que los egresados si son aparte importante y son considerados para formar parte de los equipos de trabajo en las empresas.

5. ¿En qué Área?:

Tabla N° 27: Área de trabajo

Área	Frecuencia	Porcentaje
Ventas	23	6%
Marketing	12	3%
Contable	85	23%
Producción	63	17%
Talento humano	8	2%
Comunicación	1	0%
Otra área	182	49%
Total	374	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

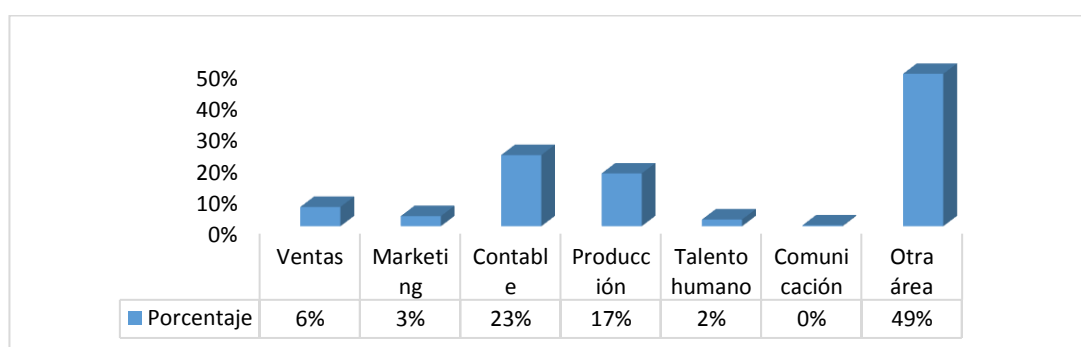


Gráfico N° 33: Área de trabajo

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

De los 374 encuestados, un 23% que son 85 personas se desempeña en el área contable, un 17% que representa a 63 personas realiza sus funciones en el área de producción, un 6% está a cargo del área de ventas, un 3% está realizando funciones en el área de marketing y un 2% en el área de talento humano, hay que mencionar que existe un 49% que representa a 182 personas que está desempeñando sus funciones en otras áreas, como en el área administrativa, costos, sistemas y seguridad y en archivo o bodega.

Interpretación

La mayoría de los encuestados se encuentran desempeñando sus funciones en las áreas administrativa y contable, lo que se considera que las empresas no ofrecen muchas oportunidades para su desempeño, pues en el área de marketing se observa un porcentaje bajo al igual que otras áreas potenciales, lo que obliga a los egresados inmiscuirse en otras áreas ajenas a las de su profesión.

6. Relación Laboral Actual (Tiempo que lleva en esta condición)

Tabla N° 28: Tipo de relación laboral

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Nombramiento	2	1%
Contrato	173	46%
Contrato ocasional	59	16%
Prestación de servicios profesionales	78	21%
Otro	62	17%
Total	374	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

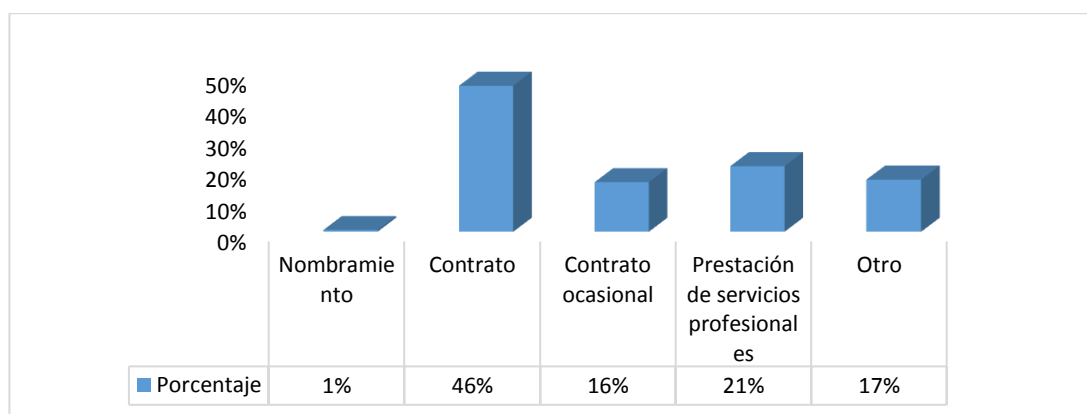


Gráfico N° 34: Tipo de relación laboral

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

De los encuestados, la relación laboral que mantienen con la empresa bajo contrato representa un 46% que son 173 personas, mientras que el 21% está bajo prestación de servicios profesionales y representa a 78 personas; el 16% tiene un contrato ocasional, mientras que nombramiento tiene el 1% y otro tipo de contratos un 17% y que se refiere en su mayoría a los egresados que tienen un negocio propio

Interpretación

La mayoría de los egresados tienen un contrato vigente de un año en relación laboral con las empresas y que suelen ser renovados dependiendo de su capacidad y desempeño en las distintas áreas en la que ejercen su profesión.

7. ¿Cree usted que al momento de su contratación influye la categoría en la que se encuentra la Universidad actualmente?

Tabla N° 29: Influencia de la categoría de la universidad al ser contratado

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	93	25%
No	281	75%
Total	374	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

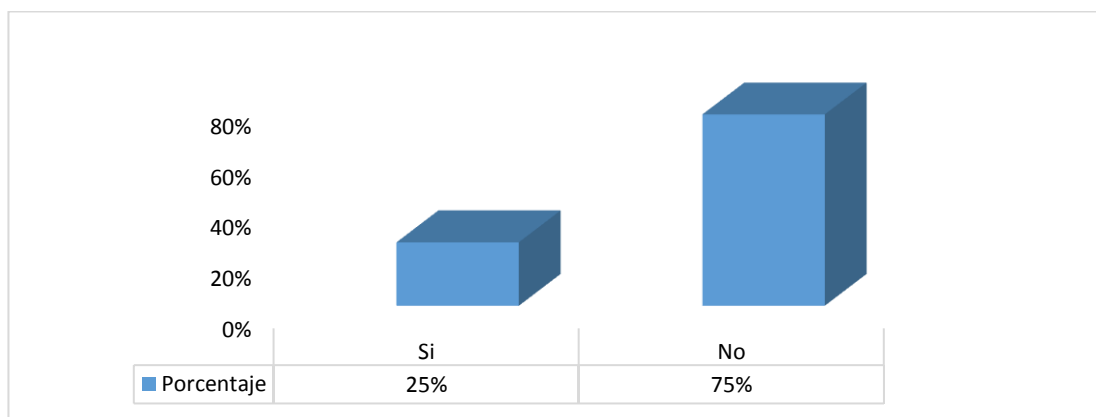


Gráfico N° 35: Influencia de la categoría de la universidad al ser contratado

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

Según los encuestados, 281 personas que representan el 75% creen que al momento de su contratación no influye la categoría en la que se encuentra la Universidad de la que egresaron, mientras un 25% que son 93 personas encuestadas si piensa que influye la categoría en la que se encuentra la Universidad para su contratación.

Interpretación

La mayor parte de los egresados encuestados y que se encuentran trabajando en las distintas empresas entrevistadas, menciona que la categorización de las universidades en general no influyen al momento de su contratación, pues existe otro factores como la experiencia y las pruebas para medir su conocimiento que son características más influyentes al momento de contratar.

8. ¿Cree usted que existen espacios laborales donde pueda ejercer su perfil de formación?

Tabla N° 30: Espacios laborales para ejercer su profesión

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	48	13%
No	326	87%
Total	374	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

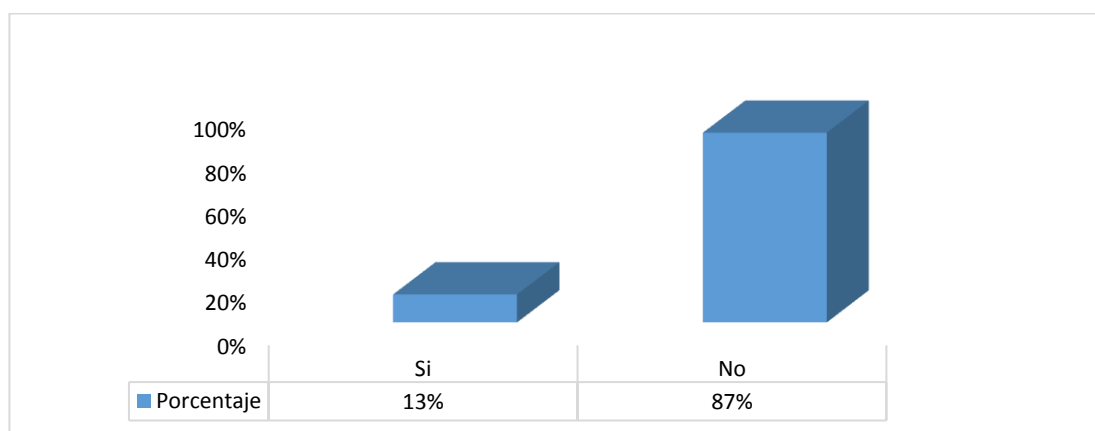


Gráfico N° 36: Espacios laborales para ejercer su profesión

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

Del total de encuestados, el 87% que son 326 personas aseguran que no existen espacios laborales donde puedan ejercer su perfil de formación, mientras que un 13% que representa a 48 personas si creen que existen espacios donde puedan ejercer su perfil profesional.

Interpretación

Es evidente que la opinión mayoritaria menciona que no existen espacios laborales, refiriéndose a los cargos o puestos laborales para el perfil del egresado de las carreras de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA; es evidente que el área administrativa ocupa poco espacios dentro de las organizaciones, prefiriendo contratar una mayor cantidad de personas en el área técnica u operacional.

9. ¿Qué tiempo le tomó ubicarse laboralmente después de haber egresado y/o graduado?

Tabla N° 31: Tiempo de ubicación del egresado en un trabajo

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Ya Trabajaba	48	13%
6 - 11 meses	37	10%
Entre 1 y 2 años	282	75%
Más de 2 años	7	2%
Total	374	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

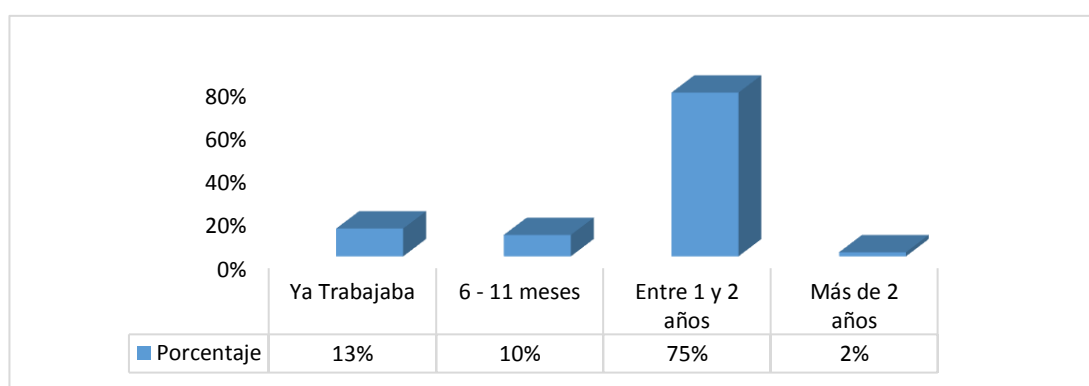


Gráfico N° 37: Tiempo de ubicación del egresado en un trabajo

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

De las 374 personas encuestadas, el 75% que son 282 personas menciona que le tomó entre 1 y 2 años ubicarse laboralmente después de haber egresado y/o graduado, 48 egresados que representa el 13% mencionaron que mientras estudiaban ya trabajaban por lo que no les tomó ningún tiempo, el 10% que son 37 personas les tomó entre 6 y 11 meses ubicarse laboralmente después de haber egresado, y un 2% que son 7 personas aseguran que les tomó más de 2 años ubicarse laboralmente después de haber egresado y/o graduado.

Interpretación

Está claro que la mayoría de egresados se demoran en optar por un empleo, y este tiempo está entre 1 y 2 años, lo que evidencia que las plazas de trabajo para nuevos profesionales son limitadas y no les permite ubicarse de manera inmediata en el mundo laboral.

10. Indique su nivel de ingresos mensuales aproximadamente:

Tabla N° 32: Nivel de ingresos mensuales

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Hasta \$800	170	45%
\$801 - \$1000	187	50%
\$1001 - \$2000	17	5%
Más de \$2000	0	0%
Total	374	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

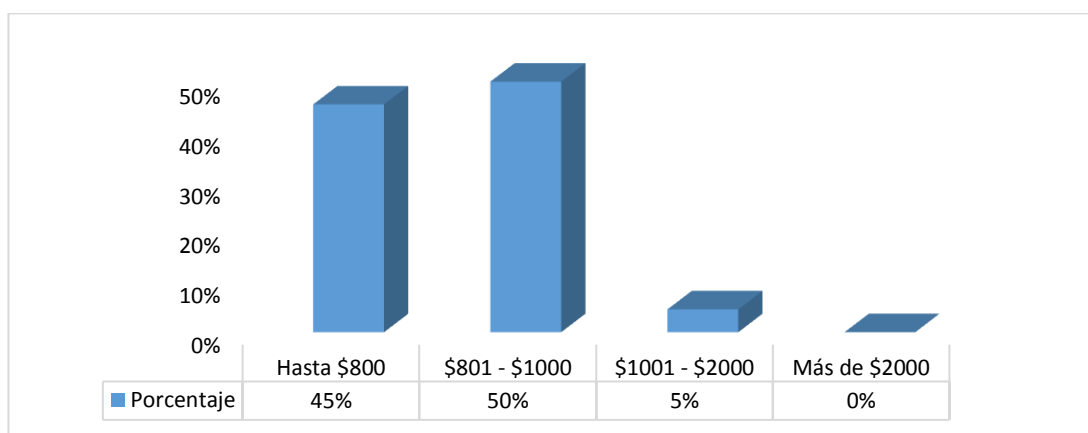


Gráfico N° 38: Nivel de ingresos mensuales

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

Del total de profesionales encuestados, 187 personas que corresponde al 50% mencionan que ganan de \$801 a \$1000, un 45% que corresponde a 170 personas ganan menos de \$800, un 5% que son 17 personas ganan aproximadamente de \$1000 a \$2000, y un 0% es decir nadie gana más de \$2000.

Interpretación

La mitad de los encuestados aseguran tener ingresos mensuales de \$801 a \$1000 por lo que se puede decir que los egresados de las carreras de la Facultad de Administración de la UTA se encuentran estables con un ingreso aceptable superior al sueldo básico.

Sin embargo, el 45% de los encuestados ganan menos de 800, siendo una cantidad considerable de profesionales de la FCAD cuyo sueldo es el básico esto se debe a que las condiciones de trabajo y flexibilidad horaria atraen a muchos jóvenes que buscan permanencia en la empresa, en promedio de 1 a 3 años, aceptando la remuneración básica; a nivel global es probable que muchos de egresados estén centrados en trabajos de sueldos bajo y su nivel de capacitación sea deficiente o insuficiente.

11. Experiencia Laboral:

Tabla N° 33: Experiencia laboral

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Pública	57	15%
Privada	317	85%
ONG	0	0%
Mixta	0	0%
Total	374	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

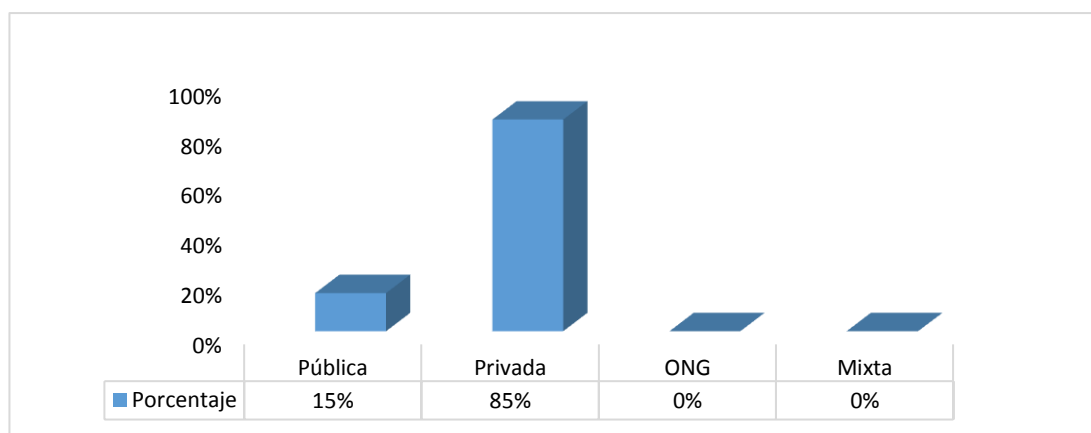


Gráfico N° 39: Experiencia laboral

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

Del total de encuestados, un 85% que son 317 profesionales egresados de la facultad de Administración de la UTA mencionan que la experiencia laboral adquirida se dio en las empresas privadas; un 15% que responden a 57 personas menciona que la experiencia adquirida se lo logró en instituciones públicas.

Interpretación

La mayoría de los egresados obtuvieron su experiencia laboral en el campo privado, aunque los profesionales que mencionaron haber adquirido su experiencia en el sector público responden a las pasantías realizadas en dichas instituciones.

12. ¿Le solicitaron experiencia laboral como requisito previo al puesto de trabajo?

Tabla N° 34: Solicitaron experiencia laboral como requisito para puesto de trabajo

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	374	100%
No	0	0%
Total	374	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

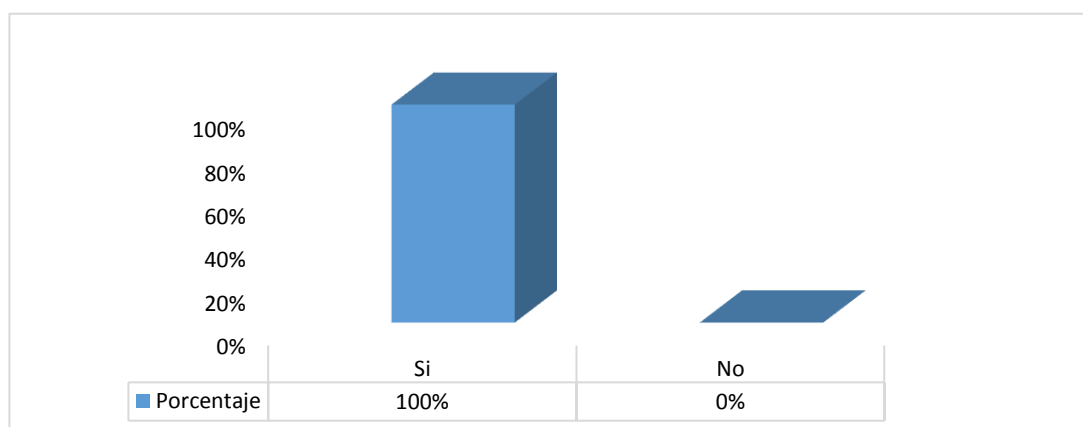


Gráfico N° 40: Solicitaron experiencia laboral como requisito para puesto de trabajo

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Análisis

El 100% de los profesionales encuestados que son las 374 personas, aseguran que para ingresar a laborar le solicitaron experiencia laboral como requisito previo.

Interpretación

Todos aseguran que unos de los requisitos solicitados por todas las empresas de la Zona 3 es la experiencia previa a los cargos solicitados, por lo que los profesionales que no tengan mucha experiencia suelen demorar u mayor número de tiempo en ser ubicados dentro de las instituciones.

5.3. Observación

➤ Observaciones Empresas Y Empresarios

Mercado Ocupacional

La diferenciación de sectores del mercado surge también de la diferenciación de madurez en cuanto a los criterios de competencias y criterios de evaluación.

Mayores Exigencias:

- ✓ Esperan que la persona trabaje por más y por menos plata
- ✓ Ha subido la calificación de los jefes de turno: antes eran trabajadores calificados, hoy son de formación superior o de proceso: hay sobreoferta y además los procesos hoy son más complicados.
- ✓ Ha bajado la categoría de cargos a los que puede acceder un joven ingeniero.
- ✓ Los mandos medios no son suficientemente remunerados. Estudian, después tienen el trabajo de jefe de turno, es un despilfarro de sus estudios. Hay un exceso de profesionales capacitados.

Oferta y demanda de competencias

- a) Existe una expectativa la cual es contar con una oferta de mano de obra más *diversificada* y de mayor nivel de *especialización*. Sin embargo muchas empresas entrenan y capacitan ellos mismo a su fuerza laboral en temas específicos. Por otra parte, las empresas más pequeñas, y del sector comercio, tienen la expectativa de contar con personal que sea productivo y especialista en el área requerida.

La percepción que tienen las empresas en la actualidad es que ha habido un cambio favorable en la oferta de competencias en educación general y técnica.

En términos de las nuevas especialidades y competencias es posible que las empresas estén mirando la oferta con una interpretación “tradicional” de lo que ya saben que “se puede” encontrar en el mercado laboral. Este enfoque

tradicional aparece limitante tanto para identificar las nuevas competencias que se requieren en el mercado laboral, como para abrirse a la posibilidad de que efectivamente éstas puedan estar en el mercado. Por tanto, no existirían las competencias requeridas si siempre se busca contratar personal con un enfoque tradicional.

Frente a esta percepción más tradicional de la oferta esperada de competencias, las empresas están segmentadas, no todas están en la misma postura. Es pensable que empresas de un rubro con mayor nivel de desarrollo tecnológico estén más interiorizadas de lo que necesitan y de lo que hay como oferta. En este sentido, las empresas con definiciones más precisas de lo que requieren, salen al mercado a buscarlas y si no las encuentran se acercan a institutos de educación o centros de capacitación y hacen *convenios* con ellos para formar personas acorde a sus necesidades empresariales.

b) Otras empresas tienden a “quedarse con lo que encuentran” aunque no satisfaga sus requerimientos totalmente o los sobrepase, como se da el caso de contratar ingenieros para funciones más técnicas.

Los informantes entrevistados muestran un mayor dominio del tema y tienen un diagnóstico más crítico en esta dimensión del mercado ocupacional. En un sentido, confirman esta interpretación argumentando que los empresarios “no saben lo que necesitan”.

c) En la oferta laboral de jóvenes se evidenció la existencia de *deficiencias* específicamente *en competencias básicas* tales como:

- **Lenguaje:** Poca capacidad de escuchar – de comprender –
- **Hablar:** Problemas de articulación, de dicción
- **Escribir:** Problemas de ortografía, de redacción, y organización de ideas en un texto escrito
- **Lectura:** Les cuesta leer, no tienen el hábito, incide en la capacidad para actualizarse
- **Comunicación:** Poco entrenamiento en comunicarse,

dificultades para trabajar en equipo

- **Vocación de servicio:** Deficiente predisposición a satisfacer plenamente las necesidades de los clientes en general

➤ **Observaciones Graduados y/o Egresados**

Se destacan las observaciones en torno a la segmentación del universo de Egresados y Graduados de la Facultad de Ciencias Administrativas tales como:

- Fuerza laboral: Hay distintos tipos de jóvenes, quienes muestran variantes tanto en el proceso de inserción como en el comportamiento laboral. Notablemente los factores que los diferencian, además de los *recursos y herramientas laborales* con que se insertan al mercado, es el *tener o no responsabilidades y compromisos familiares* y sus *propias expectativas de desarrollo profesional*, entre estos factores que los hace tener o no tener una visión a largo plazo.
- Para los Egresados y Graduados observados y entrevistados, su formación y conocimiento adquirido en las aulas tiene valor de mercado, por lo que aspiran altos ingresos, aunque no tengan práctica y experiencia.
- Los jóvenes que provienen de los sistemas Dual tienen una enorme ventaja sobre los demás: aprenden competencias laborales al integrar la teoría y la práctica. “Entendiendo como sistema de educación Dual a la formación superior no universitaria que combina el aprendizaje en una compañía y un centro de formación profesional. Sistema practicado en muchos países tales como Alemania, Austria, Croacia, Eslovenia, Suiza, expandiéndose recientemente también al resto del mundo en países como China, Colombia y Chile”.
- El joven busca horarios que faciliten otras actividades, y que sea compatible con aspectos más personales (familia, estabilidad), y de esta forma potenciar su mayor desarrollo, crecimiento personal y profesional.
- A nivel de la sociedad hay una alta valoración del hecho de ser profesional, eso genera altas expectativas laborales.
- Se destaca la importancia que se asigna en el proceso de selección a la

presentación física, actitud y disposición hacia el trabajo.

5.4.Verificación de hipótesis

Para la verificación de la hipótesis se utiliza el estadígrafo del chi cuadrado que se representa como X^2 , un método muy utilizado para correlacionar las variables y verificar si una tiene incidencia sobre otra; además que se aplican para muestras significativas, generalmente mayor a 30 casos.

Su fórmula es:

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O - E)^2}{E}$$

5.4.1. Planteamiento de la hipótesis

Hipótesis nula

Ho: “La Demanda Académica en la Zona 3 no es un elemento determinante en el Mercado Ocupacional”.

Hipótesis alterna

Ha: “La Demanda Académica en la Zona 3 es un elemento determinante en el Mercado Ocupacional”.

5.4.2. Modelo matemático

$$Ho = O = E \rightarrow O - E = 0$$

$$Ha = O \neq E \rightarrow O - E \neq 0$$

5.4.3. Nivel de significancia y grado de libertad

$$a = 0,05$$

$$gl = (nc - 1) (nf - 1)$$

$$gl = (2 - 1) (2 - 1)$$

$$gl = (1) (1)$$

$$gl = 1 \rightarrow \mathbf{X^2a = 3.84 \text{ Chi Tabulado}}$$

Simbología

a = Margen de error

gl = Grado de libertad

nf = Número de filas

nc = Número de columnas

X²t = Chi cuadrado tabulado a nivel de significancia

Estadístico de prueba

Simbología

X² = Valor a calcularse de chi cuadrado

O = Frecuencia observada

E = Frecuencia esperada

$$fe = \frac{(TC)(TF)}{TM}$$

Fe = Frecuencia esperada

TC = Total de columnas

TF = Total de filas

TM = Total de muestra

5.4.4. Frecuencias observadas (encuestas)

Tabla N° 35: Frecuencias observadas

Pregunta N° 2 Demanda: ¿El trabajo que actualmente se encuentra desempeñando es acorde a su profesión?	Pregunta N° 3 Mercado ocupacional: Indique su situación laboral actual		
	Empleado privado	Autónomo (propio)	Total
Si	84	38	122
No	244	8	252
Total	328	46	374

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

5.4.5. Frecuencias esperadas

Tabla N° 36: Frecuencias esperadas

Pregunta N° 2: Demanda	Pregunta N° 3: Mercado ocupacional		
	Empleado privado	Autónomo (propio)	Total
Si	106,99	15,01	122,00
No	221,01	30,99	252,00
Total	328,00	46,00	374,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

5.4.6. Calculo del chi cuadrado

Tabla N° 37: Cálculo chi cuadrado

O	E	(O-E)	(O-E) ²	(O-E) ² /E
84	106,99	-22,99	528,75	4,94
244	221,01	22,99	528,75	2,39
38	15,01	22,99	528,75	35,24
8	30,99	-22,99	528,75	17,06
374	374	0	2115	X²c = 60

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

Nota: X²c = Chi Cuadrado Calculado

5.4.7. Verificación de la hipótesis

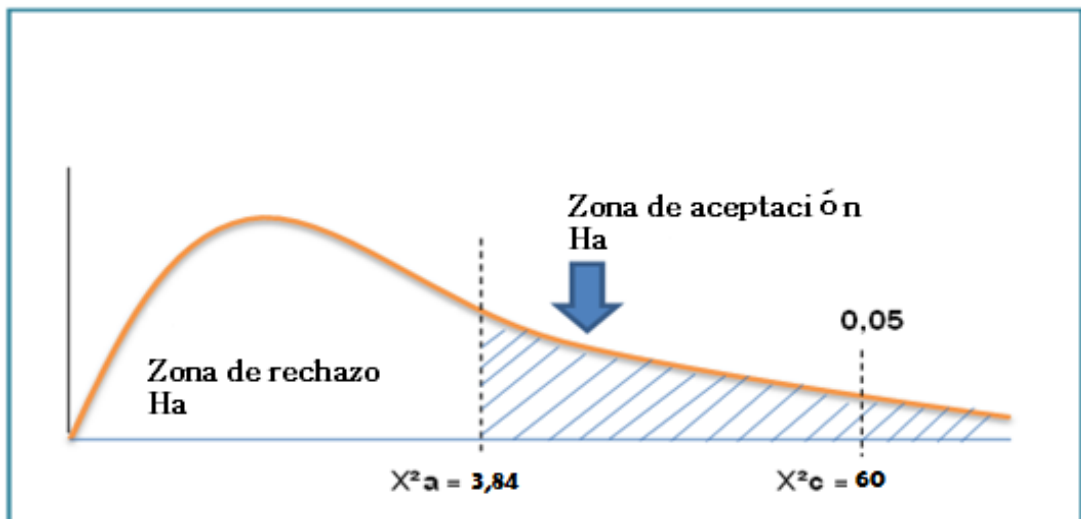


Gráfico N° 41: Verificación De Hipótesis

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

5.4.8. Regla de decisión

Condición:

Si X^2_c es \geq a X^2_t ; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Cumple la condición debido a que: $60 \geq 3,84$.

5.4.9. Conclusión de la verificación de la hipótesis

Luego de haber realizado la prueba de hipótesis chi cuadrado se ha determinado que si cumple con la condición X^2_c es \geq a X^2_t , por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir que: “La Demanda Académica en la Zona 3 es un elemento determinante en el Mercado Ocupacional”.

5.5. PROPUESTA

Tema: Análisis del perfil profesional de los estudiantes con el objeto de garantizar a los graduados y/o egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica una formación y enseñanza adecuada acorde al mercado ocupacional.

5.5.1. Antecedentes

Antecedentes a la propuesta la investigación que ayudo a determinar los factores ocupacionales del profesional en administración y mercadotecnia, donde se conoció que en un contexto positivo económicamente y de buenas perspectivas, las empresas en general están satisfechas con la dotación de personal. Perciben que ha aumentado el nivel de capacitación y está mejorando la oferta laboral.

También se identificó que existe un nivel de insatisfacción con la oferta de mano de obra en términos de educación formal, aunque no así en habilidades y competencias técnicas, donde el nivel de insatisfacción llega a un tercio de las empresas que participaron de estudio. La expectativa es contar con una oferta de mano de obra más diversificada y de mayor nivel de especialización. En lo que respecta a competencias actitudinales y de disposición hacia el trabajo, existe insatisfacción, aluden que es principalmente por falta de “responsabilidad” y de “compromiso” de las personas.

Se conoció algunas competencias técnicas específicas necesarias para la inserción y desempeño profesional entre los que exigen un dominio de la tecnología. Aunque el seguimiento a los graduados tienden a volverse longitudinales, es decir, recolectar la información a través del tiempo con una frecuencia claramente establecida con el fin de analizar cambios que se den en el tiempo en determinadas variables o en las relaciones entre éstas y poder observar cambios.

Las diferentes empresas expresaron que entre las modalidades más comunes para llenar una vacante, se concurre fuertemente a las recomendaciones, privilegiándose a personas con referencias, esto no es solo una característica cultural sino que al

parecer es funcional, porque suple la dificultad de hacer una selección que compruebe las características que el empresario está interesado en obtener.

La experiencia es otro de los puntos que se tratan en la investigación, pues las empresas valoran la introducción previa al mundo laboral, sea a través de las prácticas, que son reconocidas como un buen medio para adquirir experiencia y aprender hábitos de responsabilidad, puntualidad, respeto a las normas de la empresa, que la entidad contratante valora al momento de elegir empleados y trabajadores.

Los informantes calificados reclaman que las empresas, sobre todo las medianas y pequeñas, no tienen mucha claridad sobre qué pedir. Se ciñen al pedido de cierta educación formal pensando que ésta va a suplir sus necesidades, siendo que la descripción de las habilidades y competencias requeridas podrían ser una manera más efectiva de identificar a la persona que necesitan. En este sentido, la Universidad Técnica de Ambato, así como el estado aduce que los empresarios no siempre saben o expresan lo que necesitan, y sienten una falta de orientación para adecuar su oferta.

La Facultad de Ciencias Administrativas hace esfuerzos por acercarse al empresario, escuchar sus necesidades y traducirla en un modelo de competencias que les permite adecuar su oferta. Este proceso es más lento por lo cual afecta la calidad de la educación y la empleabilidad de los jóvenes que se educan en la Universidad Técnica de Ambato.

Cerca del 64,04% de las empresas contrataron personal menor de 29 años de edad; a diferencia del resto de empresas quienes buscaban personal y contrataron sin prestar mucha atención a la edad; así el 28,57% de las empresas contrataron personal de entre 30 a 40 años de edad, y el 7,39% de las empresas contrataron personal de más de 40 años. Se puede evidenciar una notable preferencia por personal joven, debido a que la empresa tiene la posibilidad de formarlos o capacitarlos de acuerdo a sus propias necesidades, por lo que la capacidad de aprendizaje es la característica más valorada en la decisión de contratar mano de obra joven.

Todos los análisis evidenciados en el estudio, permiten aportar al perfil de Egreso para la carrera de Administración, y Mercadotecnia, los campos de actuación y

campos de estudio vinculados a las políticas de educación Superior, por ello se puede precisar la presente propuesta.

5.5.2. Justificación

Es importante la adecuación del perfil del perfil del egresado debido a los cambios constantes y la exigencia del mercado laboral y el mundo empresarial, entre ellos está el manejo tecnológico que facilita los procesos y simplifica las tareas, ahorrando costos para las industrias; además de ello la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA debe vincularse de mejor manera con las empresas de la zona 3, que es la zona de influencia de la universidad, dicha vinculación será importante a través de una bolsa de empleo que permita a estudiantes y empresas, una inserción adecuada al mundo laboral.

Es novedoso porque a más de presentar un nuevo perfil del estudiante, egresado y graduados de la facultad, permitirá que esta cuente con una bolsa de empleo, donde estudiantes y egresados puedan actualizar su perfil y hojas de vida para que las empresas acorde a sus necesidades encuentren el personal idóneo; esta vinculación que no se da con otras facultades o universidad del centro del país con las empresas, ayuda a una mejor inserción laboral.

Es factible desde distintos puntos de vista, entre estos el económico puesto que no se necesita de inversión sino de acoplar la plataforma web de la facultad para que exista la opción de búsqueda empleo para los estudiantes y búsqueda de personal para las empresas, por lo que también tiene la factibilidad social y de equidad de género, puesto que relaciona a la FCADM con las empresas, y la propuesta garantiza la inserción de hombres o mujeres en igualdad de oportunidades.

La aportación científico técnico, servirá para que otras carreras universitarias, facultades y demás instituciones de educación superior, piensen en socializar e insertar a sus estudiantes egresados y graduados al mundo laboral, por lo que puede servir de base la investigación para que se creen propuestas de valor y permitan reducir los índices de desempleo en la zona 3.

Son beneficiarios de la propuesta la Universidad Técnica de Ambato, la Facultad de Ciencias Administrativas, los estudiantes egresados y graduados de la facultad, y las empresas de la zona 3, pues mediante esta propuesta se espera obtener un mejor perfil profesional e insertar personas competitivas a los distintos campos dentro de las instituciones, industrias, empresas productoras y de servicios y demás sectores económicos del centro del país.

5.5.3. Objetivos

5.5.3.1. Objetivo General

Examinar el perfil profesional de los estudiantes con el objeto de garantizar a los graduados y/o egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica una formación y enseñanza acorde al mercado ocupacional.

5.5.3.2. Objetivos Específicos

- Analizar el mejor perfil profesional de los estudiantes egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA con el fin de que puedan ser insertados rápidamente al mundo laboral.
- Presentar las pautas necesarias para la implementación de una bolsa de trabajo en la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA a fin de vincular estudiantes con empresas de la zona 3.
- Crear un plan de marketing que permita exponer el perfil profesional de los egresados y la bolsa de trabajo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA conforme las necesidades de las empresas de la zona 3.

5.5.4. Modelo Operativo

Tabla N° 38: Modelo operativo

FASES	TITULO	CONTENIDO
FASE I	ANÁLISIS DEL PERFIL PROFESIONAL	<ul style="list-style-type: none">• Análisis del perfil general de la Facultad de Ciencias Administrativas• Perfil de competencias profesionales carrera de Administración de Empresas• Perfil de competencias profesionales carrera de Mercadotecnia
FASE II	BOLSA DE EMPLEO	<ul style="list-style-type: none">• Objetivo• Funcionamiento• Análisis y diseño de la bolsa de empleo• Requisitos para pertenecer a la bolsa de empleo• Documentos indispensables para formar parte de la bolsa de empleo
FASE III	PLAN DE MARKETING	<ul style="list-style-type: none">• Estrategias de marketing• Marketing Mix

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Espín – Diego Rubio, 2016

5.5.4.1. Fase I: Adecuación del perfil profesional

Análisis del perfil general de la Facultad de Ciencias Administrativas

Primero se realiza una revisión de la misión y visión institucional con lo cual se podrá analizar el perfil de los egresados de las distintas carreras de la Facultad de Ciencias Administrativas.

MISIÓN

Formar ciudadanos a nivel profesional y posgrado con pensamiento crítico de la realidad, capaces de liderar cambios en el entorno social y económico, contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los ecuatorianos e impulsar el desarrollo sustentable de las empresas del país.

VISIÓN

La Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, es una unidad académica de educación superior, con niveles de excelencia académica, científica y tecnológica. Se constituye en un pilar fundamental para la formación de administradores profesionales capaces de generar proyectos, propuestas y alternativas de solución a los problemas sociales, económicos, administrativos y políticos de la provincia y del país, en un ámbito de libertad y respeto a los derechos humanos, intelectual, equidad de género y del medio ambiente.

Como se observa en la misión y visión institucional, la Facultad espera brindar una educación de calidad pero sobre todo impulsar el desarrollo sustentable de las empresas del país; constituyéndose en un pilar fundamental para la formación de administradores profesionales capaces de generar proyectos, propuestas y alternativas de solución a los problemas sociales, económicos, administrativos y políticos de la provincia y del país.

Perfil de competencias profesionales carrera de Administración de Empresas

Según la página oficial de la Facultad de Ciencias Administrativa al culminar la formación académica, el egresado y/o graduado de la carrera de Administración de Empresas poseerá características específicas que le permitan desempeñar actividades en el área laboral, en la investigación, en la consultoría de empresas, en la gestión de empresas, de entes públicos, privados o entidades sin fines de lucro, en las áreas de aprovisionamiento, producción, finanzas o investigación y desarrollo, como docente universitario con enorme fortaleza en las áreas de administración, finanzas y recursos humanos, como administrador de riesgos empresariales y financieros, como asesor de inversiones públicas y privadas, como empresario independiente; con cualidades de:

- Visión empresarial
- Liderazgo
- Poder de decisión
- Emprendedor
- Persuasivo
- Analítico

Las mismas que le permitirán ser capaz de:

- Dirigir eficientemente las organizaciones mediante la aplicación de las principales herramientas administrativas, como son: planeación, organización, integración, dirección y control de las distintas áreas de la empresa
- Desarrollar las herramientas cuantitativas y cualitativas de análisis necesarias para realizar las prácticas logísticas de una manera eficiente y efectiva
- Crear y aplicar estrategias innovadoras y competitivas para lograr un adecuado posicionamiento de las empresas en los mercados nacionales e internacionales
- Empezar nuevos negocios para fomentar empleo y ofrecer servicios

Perfil de competencias profesionales carrera de Mercadotecnia

Definición de los ámbitos de actuación del profesional en Mercadotecnia:

La Carrera de Marketing y Gestión de Negocios constituye un referente como aquella que utiliza las técnicas más novedosas para este tiempo a través de este tiempo y que emiten sus mensajes dentro de tres aspectos fundamentales: El valor que se desea transmitir, información útil para el usuario y una porción de diversión o entretenimiento.

El profesional en Marketing debe centrar su análisis crítico en el cliente, en el consumidor y en sus hábitos, lo que constituirá una buena base del desempeño del profesional. Su nivel de influencia se puede medir en que las empresas logren precios más atractivos y la integración de sus proveedores y clientes que permitan una gestión ágil y flexible de su cadena de suministros entregando productos “A Mediad de forma fiable y en poco tiempo”.

Segmentando el mercado se logra resultado exitosos en Marketing, enfocando el mercadeo al público objetivo que comprará el producto o servicio de tal manera se emplea en recursos necesarios y no exista gastos innecesarios; esta es una de las tareas más importantes que debe considerar como ámbito de actuación del profesional en Marketing.

Campo ocupacional

De las investigaciones, encuestas y observaciones realizadas a los estudiantes de octavo nivel (máximo nivel que se encuentra el desarrollo de la Carrera) y a los empresarios de la localidad; información que se ha tabulado, organizado, graficado, analizado e interpretado los resultados; los mismos que se encuentran señalados en las prácticas dominantes y en los resultados de interpretaciones de los cuadros que en resumen se presentan a los anexos.

Su desempeño será como ejecutivos de Mercadotecnia, pudiendo ejercitar las siguientes competencias:

- Flexibilidad
- Auto confianza
- Permanente analítico
- Permanente conceptual

- Búsqueda de la Información
- Motivación al logro
- Iniciativa
- Orientación al Cliente
- Perseverancia
- Creatividad
- Planificar sentido de Organización
- Análisis Crítico
- Liderazgo
- Persuasión
- Relaciones Interpersonales

Analizado los perfiles y los planes de estudio de las dos carreras de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA se tiene que:

Se ha comprobado que el plan de estudio comprende las áreas específicas solicitadas por las empresas según el estudio de campo de la presente investigación, lo que da entender que son estas empresas las que no tienen un conocimiento sobre el potencial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas por lo que es necesario implementar la FASE III de la presente propuesta para dar a conocer el potencial de los estudiantes egresados y graduados de la facultad.

La mayoría de las materias del pensum educativo, cubre la demanda de las empresas citadas en la zona 3, por ello se considera que se mantenga el actual plan de estudios y que se fomente la vinculación de la facultad con el mundo de las empresas en donde esta influye (zona 3). En el mismo contexto también se debe considerar que los estudiantes egresados y/o graduados de la facultad, deben estar estructurando mal su hoja de vida, ya que está a lo mejor no contiene los componentes necesarios que expresen todo lo que se ha visto en clases y que las empresas necesitan, siendo necesario socializar el perfil de los estudiantes de las carreras de Administración de Empresas y de Mercadotecnia.

Las dos carreras muestran un perfil competitivo necesario para el desarrollo de las empresas, por lo cual se cumple con la misión y visión de la Facultad de Ciencias Administrativas, por lo cual es necesario desarrollar la bolsa de empleo que permita

vincular a los estudiantes con las empresas, además de un plan de marketing que refuerce dicha iniciativa.

5.5.4.2. Fase II: Bolsa de empleo

Objetivo

Diseñar una bolsa de trabajo para los egresados de las carreras de Administración de Negocios y Mercadotecnia de la Universidad Técnica de Ambato con la finalidad de agilizar su inserción con el sector empresarial en base a su perfil.

Funcionamiento

Las empresas se contactan con la oficina de egresados de la facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, a partir de un aviso en el que describen el perfil profesional que están solicitando. Con esta información, la oficina de egresados ubican en su base de datos las hojas de vida de los profesionales que más se ajustan al perfil requerido.

Análisis y diseño de la bolsa de trabajo

En este punto fue necesario analizar las mejoras que se pueden realizar en la oficina de seguimientos de los graduados, para una mejor promoción de sus egresados, contra las demandas de empleo de las empresas, en donde se partió con la siguiente estructura la cual se basa en cuatro fases para el diseño de la bolsa de trabajo en el área de recursos humanos de la universidad bajo estudio.

Fase 1. *Formalización y publicación de servicios:* Esta fase corresponde a formalizar la bolsa de trabajo, a través de la publicación de los servicios que en ella se proporcionan, con la finalidad de contar con la información al alcance de los usuarios que deseen utilizar el servicio.

Fase 2. *Convenios con empresas:* Es importante llevar a cabo distintos convenios con las agencias de colocación de manera formal, aunque de momento se mantiene comunicación con estas empresas, no se genera un registro el cual permita conocer las vacantes cubiertas, así como hacer intercambio de vacantes.

Fase 3. Seguimiento a egresados: Esta fase resulta importante para la universidad y por ende para la facultad de Ciencias Administrativas, debido a que se consulta por programa educativo los egresados que ya se insertaron en el ambiente laboral, mediante las encuestas periódicas que se llevan a cabo, por ello por medio del convenio existirá un compromiso en documentar así como dar seguimiento hasta su fin por cada vacante.

Fase 4. Evaluaciones del servicio brindado a empresas: Finalmente es necesario evaluar, como fue el servicio otorgado por parte de la Universidad (Facultad) a las diferentes empresas de colocación, para la toma de acciones de mejora que permitan facilitar las condiciones adecuadas para la promoción de vacantes en la bolsa de trabajo.

Requisitos para pertenecer a la Bolsa de Empleo

Los aspirantes que participen en cualquiera de las convocatorias, habrán de poseer los siguientes requisitos:

- Ser egresado de la Facultad de Ciencias Administrativas
- Poseer la capacidad funcional para el desempeño de las tareas esenciales al puesto de trabajo convocado
- No haber sido separado mediante expediente disciplinario del servicio de cualquiera de las Administraciones, ni hallarse en inhabilitación absoluta o especial para empleos o cargos públicos por resolución judicial
- Otros requisitos que, en su caso, puedan exigirse en las correspondientes bases específicas, siempre y cuando guarden relación objetiva y proporcionada con las funciones a asumir y/o las tareas a desempeñar.

Documentos imprescindibles para formar parte de la bolsa de empleo

- Hoja de Vida
- Certificado de Egresamiento de la Facultad
- Dos fotos Tamaño Carnet
- Certificados Laborales (Si ha trabajado anteriormente)
- Referencias personales

5.5.4.3. Fase III: Plan de marketing

Objetivos del Plan de Marketing Social

Objetivo General

Desarrollar estrategias de marketing que permita la socialización del perfil profesional de los egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA y su bolsa de empleo.

Objetivos Específicos

- Desarrollar estrategias para el perfil profesional de los egresados y la bolsa de empleo de la facultad de Ciencias Administrativas a fin de incrementar la competitividad con otros profesionales.
- Desarrollar estrategias de plaza con la finalidad de incrementar los índices de cobertura del mercado ocupacional.
- Implementar estrategias de promoción para el incremento del posicionamiento en el mercado en las carreras de Administración.

Estrategia de Marketing

➤ Estrategias del Servicio

La facultad como estrategia para el producto usara:

- Implementar la bolsa de empleo para vincular los profesionales de administración con el mercado ocupacional.

De esta manera las empresas de la zona 3 y en si del país, podrán revisar los perfiles de los profesionales necesarios para sus áreas de trabajo; así como, podrán ofertar plazas de trabajo solicitando perfiles acorde a los expuestos en la página web de la institución.

➤ **Estrategias de Precio**

No se puede trabajar con políticas o estrategias de precio, esto porque el producto que ofrece la facultad son profesionales y el costo de insertar estos profesionales en las empresas de la zona 3 o en cualquier empresa del país es \$0. De la misma manera las empresas que deseen ofertar plazas de trabajo lo podrán hacer gratuitamente en la plataforma virtual de la facultad.

➤ **Estrategias de Plaza**

La estrategia para la plaza a usar será:

- Implementar a la actual página web de la facultad un vínculo que lleve a la bolsa de empleo donde se oferte que el estudiante suba su perfil profesional (Hoja de vida) al igual que las empresas suban su oferta laboral en búsqueda de profesionales interesados.

De esta manera las empresas de la zona centro del país que vienen siendo los “clientes” de la facultad conocerán de mejor manera los perfiles profesionales que los egresados tienen y de todos los beneficios que tendrían al contratarlos.

➤ **Estrategias de Promoción**

La facultad usará distintas estrategias buscando persuadir a las empresas y profesionales de la facultad utilizar la bolsa de empleo:

- Ofrecer capacitación y actualizaciones en áreas específicas.
- Subir y actualizar los perfiles de los egresados y empresas.
- Servicio de seguimiento adecuado a los profesionales contratados por este medio.
- Auspicios en ferias de empleos a nivel nacional.

➤ **Estrategias de Procesos**

La estrategia que se va a usar es:

- La personalización a gran escala, de esta manera el proceso será destinado a la satisfacción absoluta de las empresas buscando siempre llegar a un común

acuerdo, esto hace que el proceso sea flexible entre la Facultad de Ciencias Administrativas, los egresados profesionales y las empresas.

➤ **Estrategias de Personal**

Las estrategias a usar con el personal son:

- Apreciación de valores y estándares éticos.
- Solución de conflictos.
- Reuniones informales
- Comunicación libre, horizontal y vertical.
- Reconocimientos estratégica y deliberadamente
- Impartir el respeto a los demás

Marketing Mix

➤ **El producto**

El producto para este caso son los perfiles profesionales que la facultad entrega a la sociedad; siendo estos:

Perfil del egresado de Administración de Empresas:

El profesional egresado de la carrera de Administración de Empresas tendrá las siguientes cualidades:

- Sólida formación y dominio de conocimientos científicos, tecnológicos y empresariales para la administración de recursos.
- Capaz de diagnosticar y proponer alternativas de solución a situaciones de optimización de recursos.
- Capacidad emprendedora para iniciar nuevos proyectos, y buscar y percibir oportunidades.
- Capaz de administrar eficientemente los recursos de la organización, creando un clima laboral óptimo.
- Capacidad de índole ejecutiva y estratégica: Toma de decisiones, fijación de

objetivos, determinación de políticas, elaboración de planes, organización del trabajo e identificación de problemas.

- Capacidad de índole administrativa y táctica: Control de tiempo, costo y eficiencia, solución de problemas, determinación de presupuestos y programas, y elaboración de informes.
- Capacidad de liderazgo y comando: Capacidad de mantener una comunicación eficiente y provocar la motivación efectiva de su personal.
- Intervenir en la evaluación de los impactos social y ambiental de las decisiones administrativas de las empresas e informar a sus directivos sobre las medidas posibles para preservar la calidad de vida y el medio ambiente
- Construir procesos de pensamiento indagante, esto es, búsqueda del origen de la ocurrencia de los eventos y de la solución oportuna de los problemas, y pensamiento amplio y flexible para la adaptación a un entorno cada vez más cambiante, lo cual ha de posibilitar la reconfiguración permanente de su capacidad de gestión.
- Descubrir y comprender su contribución específica al cumplimiento de la Visión-Misión de la organización, agregándole valor y contribuyendo a su desarrollo. Al mismo tiempo, tiene que desarrollar capacidades para invertir el tiempo en preparar, actuar y examinar lo que hace, no sólo actuar.
- Comprende la necesidad de ejercer con rectitud y honestidad el proceso de liderar la construcción de organizaciones democráticas y humanas; comprometido con la generación de bienestar económico y social.
- Su sólida formación matemática le permitirá desarrollar argumentación cuantitativa en los procesos de toma de decisiones en la organización y desarrollo de la Administración como disciplina. El pensamiento económico lo ayudará en la comprensión de los procesos económicos de las organizaciones, sus actuaciones y las de los agentes económicos en los mercados. Por su parte, su pensamiento investigativo lo facultará para la producción de nuevo conocimiento.
- Evaluar la calidad de vida en organizaciones y la ética de las decisiones administrativas
- Intervenir en equipo con enfoque interdisciplinario en proyectos que requieran la integración profesional de la administración con otras áreas del

conocimiento.

- Realizar el diseño y puesta en marcha de estructuras orgánicas, la especificación de las plantas de personal y procedimientos administrativos y de control de organismos públicos y privados.

Perfil del egresado de Mercadotecnia:

- La Carrera de Mercadotecnia constituye un referente como aquella que utiliza las técnicas más novedosas para este tiempo a través de este tiempo y que emiten sus mensajes dentro de tres aspectos fundamentales: El valor que se desea transmitir, información útil para el usuario y una porción de diversión o entretenimiento.
- El profesional en Mercadotecnia debe centrar su análisis crítico en el cliente, en el consumidor y en sus hábitos, lo que constituirá una buena base del desempeño del profesional. Su nivel de influencia se puede medir en que las empresas logren precios más atractivos y la integración de sus proveedores y clientes que permitan una gestión ágil y flexible de su cadena de suministros entregando productos “A Mediad de forma fiable y en poco tiempo”.
- Segmentando el mercado se logra resultado exitosos en Marketing, enfocando el mercadeo al público objetivo que comprará el producto o servicio de tal manera se emplea en recursos necesarios y no exista gastos innecesarios; esta es una de las tareas más importantes que debe considerar como ámbito de actuación del profesional en Marketing.
- Definir una estrategia competitiva exitosa y lograr que la organización asuma una mayor y mejor orientación al cliente, aplicando el marketing en su función integradora, asumiéndolo como una filosofía de vida empresarial.
- Organizar y desarrollar sistemas de información de marketing e investigación de mercados cuantitativa y cualitativa para aprovechar oportunidades y/o resolver problemas de marketing.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos –a través de procesos creativos- que permitan satisfacer las necesidades individuales y sociales asegurando un intercambio equitativo en cualquier campo donde se desarrolle profesionalmente.
- Desarrollar programas de anuncios promocionales, campañas de publicidad y

propaganda.

- Diseñar e implementar pronósticos y presupuestos de ventas.
- Diseñar, analizar e interpretar sistemas de información mercadológicos.
- Evaluar las tendencias del mercado con apego a las disposiciones legales y estudios de factibilidad operativa, técnica y económica de mercado, para encontrar áreas de oportunidad que generan negocios rentables y asuma riesgos con actitud propositiva.
- Investigador de los fenómenos y procesos acontecidos en el pasado de las empresas y los mercados para la toma de decisiones responsables, considerando la prospección del negocio con compromiso social.
- Conocimiento, manejo e implementación de modelos, técnicas, métodos y herramientas aplicados en el proceso de ventas para su planeación, organización, asesoramiento, ejecución y control.
- Conocimiento de los fenómenos económicos y su incidencia en el quehacer empresarial.
- Aplica los métodos científicos de la Ingeniería de mercado en el estudio de los procesos administrativos y de comercialización, como agente transformador de su entorno.
- Gestión de la logística para aprovechar las ventajas competitivas de la organización.
- Comunicativo y dialógico.
- Caracterización del comportamiento del consumidor.
- Planeación estratégica de mercados internacionales.
- Comprende, aplica y valora los fundamentos epistemológicos, teóricos y metodológicos de los diferentes procesos de mercadeo de las empresas de ideas, bienes y servicios.
- Relacionarse interdisciplinariamente en la actividad investigativa y el desempeño profesional.
- Diseño de estrategias de marketing que contribuyan a la consolidación de una cultura de responsabilidad social.
- Discernimiento ético, frente a los problemas empresariales y sociales que deben enfrentar.
- Responsabilidad en la toma de decisiones ingenieriles.

- Capacidad de abstracción y aplicación de técnicas cuantitativas
- Capacidad de trabajo en equipo
- Creativo, innovador, organizador y planificador
- Capacidad de adaptación y superación
- Gerencia procesos de comercialización de bienes o servicios en mercados internacionales.
- Motivado e interesado por el estudio de los sistemas económicos y su funcionamiento.
- Habilidad e interés por las lenguas extranjeras.
- Además de sus componentes creativos y artísticos, se está consolidando como una herramienta indispensable en la gestión diaria de la empresa.
- Transmitir los resultados procedentes del ámbito de la innovación más avanzada, así como los fundamentos más relevantes sobre los que se sustentan.
- Tener conocimiento de los canales de distribución (especialista en canales, category manager, director de trade marketing, responsable de centro comercial).

➤ **El precio**

Presentar los perfiles profesionales y socializarlos ante la sociedad no tiene costo, al igual que la presentación de la bolsa de trabajo, ya que esta deberá ser gratuita y de ingreso libre para que las empresas puedan ofertar plazas de trabajo y los estudiantes puedan revisar las ofertas, así como subir sus perfiles u hojas de vida.

➤ **La plaza**

- La plaza viene determinada por la Ubicación de la Facultad de Ciencias Administrativas en Huachi Chico dentro de lo que conforma la Universidad Técnica de Ambato, aunque el campo de acción de la propuesta será virtual por lo que no se necesita de un espacio físico, ya que la información se almacenaría en la nube digital.

➤ **Promoción**

Las promociones que la facultad va a usar son:

- Ofrecer capacitación y actualizaciones en áreas específicas.
- Subir y actualizar los perfiles de los egresados y empresas.
- Servicio de seguimiento adecuado a los profesionales contratados por este medio.
- Auspicios en ferias de empleos a nivel nacional.

Proceso

La personalización a gran escala, de esta manera el proceso será destinado a la satisfacción absoluta de las empresas buscando siempre llegar a un común acuerdo, esto hace que el proceso sea flexible entre la Facultad de Ciencias Administrativas, los egresados profesionales y las empresas.

Conclusión del modelo

Realizado un análisis del perfil profesional de los estudiantes con el objeto de garantizar a los graduados y/o egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica una formación y enseñanza adecuada acorde al mercado ocupacional, se observó que este cumple con los requerimientos solicitados por las empresas, puesto que revisado el estudio de campo el perfil de las dos carreras se acoplaría a las necesidades de cada una de estas.

Por lo cual se descubrió que existe una falta de socialización de la facultad con las empresas sobre los perfiles profesionales que entrega a la sociedad, sobre todo revisando su pensum o plan de estudios; siendo así, fue necesario vincular a los profesionales mediante la creación de una bolsa de empleo que puede ser reforzado con un plan de marketing que permita dar a conocer el perfil profesional de los egresados y la bolsa de empleo donde puedan revisar las empresas el personal que

necesiten, así como ofertar puestos de trabajo relacionado a los perfiles ofertados por la FCADM de la UTA.

Concluyendo, esta propuesta puede ayudar a resolver el problema y ayudar a los estudiantes egresados de la facultad a vincularse de una forma más adecuada al mundo laboral, comprobando que la demanda académica en la Zona 3 es un elemento determinante en el mercado ocupacional.

6. CONCLUSIONES

El estudio arrojó una serie de datos e información para realizar distintos tipos de análisis y reflexiones, lo que permite llegar a las siguientes conclusiones:

- a) Se determinó los factores ocupacionales del profesional en administración y mercadotecnia, donde se conoció que en un contexto positivo económicamente y de buenas perspectivas, las empresas en general están satisfechas con la dotación de personal. Perciben que ha aumentado el nivel de capacitación y está mejorando la oferta laboral.

Mientras que en un contexto negativo existe un nivel de insatisfacción relativamente bajo con la oferta de mano de obra en términos de educación formal, aunque no así en habilidades y competencias técnicas, donde el nivel de insatisfacción llega a un tercio de las empresas entrevistadas. La expectativa es contar con una oferta de mano de obra más diversificada y de mayor nivel de especialización. En lo que respecta a competencias actitudinales y de disposición hacia el trabajo, existe insatisfacción, aluden que es principalmente por falta de “responsabilidad” y de “compromiso” de las personas.

- b) Las competencias técnicas específicas identificadas como necesarias para la inserción y desempeño profesional es principalmente el dominio de la tecnología.
- c) Cabe destacar que los seguimientos a los graduados tanto en la Universidad como a nivel nacional tienden a volverse longitudinales, es decir, recolectar la información a través del tiempo con una frecuencia claramente establecida con el fin de analizar cambios que se den en el tiempo en determinadas variables o en las relaciones entre éstas y poder observar cambios.
- d) Entre las modalidades para llenar un puesto, se concurre fuertemente a las recomendaciones, privilegiándose a personas con referencias. En gran medida, esto no es solo una característica cultural, sino que al parecer es

funcional porque suple la dificultad de hacer una selección que compruebe las características que el empresario está interesado en obtener.

- e) Se valora la introducción previa al mundo laboral, sea a través de las prácticas, que son reconocidas como un buen medio para adquirir experiencia y aprender hábitos de responsabilidad, puntualidad, respeto a las normas de la empresa que el empresario valora. La experiencia laboral adquirida por los profesionales de la Facultad de Administración de la UTA, se da principalmente en el sector privado.
- f) Los niveles de ingresos mensuales percibidos por los profesionales de la Facultad de Administración de la Universidad Técnica de Ambato es mayor al de un sueldo básico, considerando que una vez establecidos laboralmente su situación económica es aceptable.
- g) Los informantes calificados reclaman que las empresas, sobre todo las medianas y pequeñas, no tienen mucha claridad sobre qué pedir. Se ciñen al pedido de cierta educación formal pensando que ésta va a suplir sus necesidades, siendo que la descripción de las habilidades y competencias requeridas podrían ser una manera más efectiva de identificar a la persona que necesitan. En este sentido, la Universidad Técnica de Ambato, así como el estado aduce que los empresarios no siempre saben o expresan lo que necesitan, y sienten una falta de orientación para adecuar su oferta.
- h) La Facultad de Ciencias Administrativas hace esfuerzos por acercarse al empresariado, escuchar sus necesidades y traducirla en un modelo de competencias que les permite adecuar su oferta. Este proceso es más lento por lo cual afecta la calidad de la educación y la empleabilidad de los jóvenes que se educan en la Universidad Técnica de Ambato.
- i) Existe una notable preferencia por personal joven, debido a que la empresa tiene la posibilidad de formarlos o capacitarlos de acuerdo a sus propias necesidades, por lo que la capacidad de aprendizaje es la característica más valorada en la decisión de contratar mano de obra joven.

- j)** Se observa que durante los años 2013 y 2015 era más fácil conseguir trabajo para los profesionales de Administración y Mercadotecnia o así lo demostró el estudio que antecede a la presente, pues se evidencia que para el 2016 este índice se ha elevado y los egresados o profesionales de la facultad mencionan encontrar trabajo entre 1 y 2 años después, lo que demostraría que la empleabilidad de dichos profesionales esta difícil en el mercado ocupacional.

- k)** Todos los análisis evidenciados en el estudio, permiten aportar al perfil de Egreso para la carrera de Administración, y Mercadotecnia, los campos de actuación y campos de estudio vinculados a las políticas de educación Superior.

7. RECOMENDACIONES

- a) Realizar un seguimiento y control adecuado de los egresados y así determinar los factores ocupacionales del profesional en administración y mercadotecnia, con el fin de mantener la satisfacción de las empresas en cuanto a la dotación de personal.
- b) Preparar a los estudiantes egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA en competencias técnicas específicas necesarias para la inserción y desempeño profesional específicamente en el dominio de la tecnología.
- c) Considerar la vinculación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA con las empresas de la zona 3 con el objeto de socializar la forma adecuada de selección, que compruebe las características que el empresario está interesado en obtener.
- d) Incrementar las horas de prácticas profesionales a través de la firma de convenios con diferentes empresas, tanto públicas como privadas, esto permitirá que el estudiante egresado cuente con una introducción previa al mundo laboral, que son reconocidas como un buen medio para adquirir experiencia y aprender hábitos de responsabilidad, puntualidad, respeto a las normas de la empresa que el empresario valora.
- e) La Facultad de Ciencias Administrativas debe acercarse al empresariado, escuchar sus necesidades y traducirla en un modelo de competencias que les permite adecuar su oferta de profesionales, para lo cual se recomienda crear e implementar la propuesta de bolsa de empleo planteada.
- f) Evaluar y mantener la observación de los graduados de la facultad, además de incentivar a los estudiantes a seguir capacitándose y actualizando conocimientos como parte de su responsabilidad en entregar y mantener graduados profesionales que cumpla con las expectativas del mercado laboral.

- g) Adecuar el perfil profesional de los estudiantes con el objeto de garantizar a los graduados y/o egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica una formación y enseñanza adecuada acorde a la bolsa de trabajo, en tres aspectos fundamentales: Académico, Mercado Ocupacional, y Perfil Profesional y/o Egreso; constituyéndose así en un sistema basado en resultados que garantiza la inserción al mercado ocupacional.

- h) La Facultad de Ciencias Administrativas debe considerar el Modelo de Educación Dual como parte del sistema de educación actual pues este tipo de educación proporciona una mayor integración entre la teoría y la práctica, participación de las empresas en los currículos, menor tiempo de estudio pero que a su vez garantiza una mejor formación profesional para la demanda real. Así la inserción en la vida profesional es facilitada y se adquieren las experiencias profesionales necesarias.

- i) Considerar la realización de la mayor cantidad de estudios e investigaciones como este, e implementar un modelo de decisión de carrera y orientación vocacional en los colegios del Ecuador, para disminuir la deserción estudiantil universitaria lo que implicaría una mejora del perfil profesional de calidad que aporten significativamente con los conocimientos al desarrollo integral de la sociedad y del país.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Allen, Jim, Ramaekers, Ger y Van Der Velden, Rolf. (2004). Macroeconomía. Madrid: Pearson Education. La medición de las Competencias de los Titulados Superiores. En Métodos de Análisis de la Inserción Laboral de los Universitarios. Salamanca. Kadmos. pp- 31 – 54.
- Almonacid, P., Montes, I. & Vásquez, J. (2009). Un Análisis Factorial para Evaluar la Pertinencia de un Programa Académico desde la Perspectiva de los Graduados: un Estudio del Caso. Ecos de Economía. N° 29, pp. 97 – 126.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (12 de Octubre de 2010). Artículos 3-4-87-107-124. [Capítulo 2]. Ley Orgánica de Educación Superior. [LOES 298 de 2010]. [R.O. 298].
- Balestrini, Mirian. (2001). Como se elabora el proyecto de Investigación. BL Consultores Asociados. Servicio Editorial. Caracas Venezuela.
- Amador, P. (1985). *Introducción a la teoría general de la administración*,. México: McGraw Hill.
- Andrade, J. (2006). La organización. México. Obtenido de: <http://fcaenlinea.unam.mx/2006/1231/docs/unidad4.pdf>.
- Atlantic Internacional University. (2015). Antecedentes historicos de la administración. Estados Unidos: Obtenido de: <http://cursos.aiu.edu/Administracion/pdf%20leccion%202/Tema%202.pdf>.
- Becerra. A. y La Serna. C. (2010). Las competencias que demanda el mercado ocupacional de los profesionales del campo económico-empresarial en la actualidad, En Documento de Discusión Educativo, Universidad del Pacífico de Perú, pp: 46 – 57.
- Castillo, M. (2013). La Formación del Docente desde una Perspectiva Estético-Pedagógica, en Revista Científica de Investigación y Desarrollo, Universidad Técnica de Ambato, Vol. 6-N°1, pp: 15 – 23.

- CEAACES | Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior. Obtenido de: <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/reglamentos/>
<http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2013/10/INSTRUCTIVO-PARA-LA-ELABORACION-DEL-PLAN-DE-MEJORAS-Y-PLAN-DE-ASEGURAMIENTO-DE-LAS-EXT.-DE-LAS-IES-POSTERIOR-A-LA-EVAL.-CEAACES.pdf>
- Código del Trabajo [Codificación 17]. (2012). Registro Oficial Suplemento 167. Obtenido de: <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/CODIGO-DEL-TRABAJO-1.pdf>
- Comité Institucional de Acreditación. (2002). Lineamientos de Autoevaluación y Acreditación Institucional, un Proyecto en Permanente Construcción. Bogotá. Fondo de Publicaciones Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Seix Barral, Barcelona.
- CES -Consejo de Educación Superior. (10 de enero de 2015). Reglamento de Régimen Académico. Obtenido de <http://www.ces.gob.ec/gaceta-oficial/reglamentos>.
- Constitución de la República del Ecuador. [Const.]. (2008). [Reformada 2011]. Art. 33 [Sección Octava]. Obtenido de: http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Claude.George. (1992.). *Historia del Pensamiento Administrativo*,. México: rentice .
- D'Angelo, S. (2011). Población y Muestra. Argentina: U.N.N.E.; U.C.P.
- Diaz, A. (2003). Administración Básica I. Mexico: Obtenido de: http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/1/admon_bas1.pdf.
- Gallegos, (2015). Reglamento de Presentación y Aprobación de Carreras y Programas de las Instituciones de Educación Superior.
- Hernandez, Roberto. (1998). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill Editores. México.

- Hidalgo, V. (2010). *Definición de la Administración* . Obtenido de: <http://www.lossabios.com/indices/index.html>.
- Hymes, D. (1972) “On Communicative Competence” In: J.B. Pride and J. Holmes (eds) *Sociolinguistics. Selected Readings* . Harmondsworth: Penguin, pp. 269-293.(Part 2)
- Harold, K. (2002). *Administración una Perspectiva Global y Empresarial*. MC GRAW HILL 14 EDICION.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Marzo 2016). Encuesta Nacional de Empleo. Indicadores Laborales. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf
- Jara, E. (2009). *El control en el proceso administrativo*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Keith, J. (2011). *El enfoque del marco lógico*. México: ESIC.
- Larrea de Granados, E. (30 de Abril de 2015). CES. Obtenido de <http://www.ces.gob.ec/>
- Lloyola Illescas, E., Jara Cobos, R., Narvaez, A. M., & Romero Ortega, A. (2014). *Ciencia, Tecnología y Sociedad: Miradas desde la Educación Superior en Ecuador*. Quito: Abya Ayala.
- López-Alvarenga JC, Reding-Bernal A, Pérez-Navarro M, et al. (2010) Cómo se puede estimar el tamaño de la muestra de un estudio. *Dermatol Rev Mexico*. 54 (6):375-379.
- Martínez, F. (2009). El proceso de inserción laboral: Implicaciones educativas para la mejora de la empleabilidad, en *Revista Complutense de Educación*, Universidad Complutense de Madrid, Vol. 20-Nº2, pp: 455 – 466.
- McGregor, D. (2007). *El lado humano de las empresas*, México, pp: 375 – 381.
- Mora, M. (1998). *Situación de la Educación Superior Ecuatoriana*, pp: 154-156.

- Montiel, G. (2005). Apuntes Para Administración. Obtenido de: <http://fcaenlinea.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/1/admon1.pdf>.
- Mooney, J. (2010). *Definiciones, objetivos, importancia y características de la Administración*. Obtenido de: <http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/tallad/2.pdf>.
- Morales, J. (2008). Recursos de la Administración. Medellín, Colombia: Fundación Universitaria Luis Amigo.
- Nordhough, O. J. (1993-2002). *Strategy and Management (Business Administration)*. In Winterton, Developing Managerial Competence. New York: Routledge. ISBN 1134671415, 9781134671410, 324 páginas.
- Pelaez, A. (2010). Técnicas de Investigación. McGraw-Hill Editores. México.
- Pérez, E., Castro, J., Córdova, V., Quisimalin, M. & Moreno, K. (2013). Fundamentos de Dirección Comercial y Marketing. Editext, Ecuador.
- Ramírez, R. (2013). Tercera ola de Transformación de la Educación Superior en Ecuador. Quito, Quito: SENESCYT.
- Reyes, J. (2013). Modelo de Decisión Multicriterio para la selección de Carrera Universitaria, en Revista Científica de Investigación y Desarrollo, Universidad Técnica de Ambato, Vol. 6-Nº1, pp: 25 – 32.
- Reyes, P. (2011). Definición de planeación. Mexico. Obtenido de: <http://cursos.aiu.edu/Fundamentos%20de%20Administraci%C3%B3n/PDF/tema%202.pdf>.
- Rivero, A. (2010). Aportaciones de iniciadores contemporáneos con la ingeniería del trabajo. En D. UNEXPO. México. Obtenido de: <https://ingenieriadeltrabajo042010.wikispaces.com/file/view/Otras+Aportaciones+de+Iniciadores+Contemporaneos+al+Estudio+del+Trabajo.pdf>.
- Robbins, J. (2009). El control en la administración. Mexico. Obtenido de: <https://njara.wikispaces.com/file/view/EL+CONTROL+EN+EL+PROCESO+ADMINISTRATIVO.pdf>.

- SENESCYT -Secretaría Nacional de Educación Superior Ciencia y Tecnología.
Obtenido de: <http://www.educacionsuperior.gob.ec/>
- SENPLADES –Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. Obtenido de:
<http://www.planificacion.gob.ec/biblioteca/>
- SNNA -Sistema Nacional de Nivelación y Admisión (Agosto de 2015). Reporte de
Oferta y Demanda Académica. Obtenido de <http://www.snaa.gob.ec/wp-content/themes/institucion/biblioteca.php?s=reporte+uta+final>.
- Sobrino, M. (2009). Evaluación de la transición al empleo. Universidad Santiago de
Compostela, pp: 27-31.
- Stenhouse, L. (2003). Investigación y Desarrollo del Curriculum (Quinta ed.).
Madrid, España: Ediciones Morata.
- Terry, G. (2010). Definiciones, objetivos, importancia y características de la
Administracion. Obtenido de:
<http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/tallad/2.pdf>.
- Towne, H. (2005). Apuntes para Administracion. Obtenido de:
<http://fcaenlinea.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/1/admon1.pdf>.
- The Economist Newspaper Limited. (2016). “How to make a good teacher”.
Obtenido de <http://www.economist.com/news/leaders/21700383-what-matters-schools-teachers-fortunately-teaching-can-be-taught-how-make-good?frsc=dg%7Cd>
- Torres Perrin (2001-2002) Informe de Talento: New Realities in Today’s Workforce,
Nueva York.
- Unidad de Seguimiento a Graduados, Facultad de Ciencias Administrativas de la
Universidad Técnica de Ambato. (Cohorte de Graduación 2013). Informe de
Seguimiento de Graduados dos años posteriores a la Titulación.
- Unidad de Seguimiento a Graduados, Facultad de Ciencias Administrativas de la
Universidad Técnica de Ambato. (Octubre 2015 – Marzo 2016). Informe de
Seguimiento a Graduados.

- Universidad de Oviedo. (2013). Procesos y etapas de la administración. México.
Obtenido de: <http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/mercapim/3.pdf>.
- Universidad de Sonora. (2005). Breve Historia de la Administración. México.
Obtenido de: <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/>.
- Universidad Nacional Abierta y a Distancia Colombia. (2005). Teoría de la planeación. Colombia. Obtenido de: http://datateca.unad.edu.co/contenidos/202531/Carpeta_Unidad_Uno_-_Planeacion/Teorias_de_la_Planeacion.pdf.
- El Universo. (2014). Ya no habrá ingenierías para carreras de administración. Ecuador. Obtenido de: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/07/27/nota/3282131/ya-no-habra-ingenierias-carreras-administracion>
- FCADM-UTA. (2014). Proyecto de Diseño Curricular. Carrera de Administración de Empresas. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Universidad Técnica de Ambato. (2016). Facultad de Ciencias Administrativas. Obtenido de: <https://www.uta.edu.ec/v3.0/index.php/es/oferta-academica/pregrado/ciencias-administrativas>
- Vernières, M. (1997). La notion d'insertion professionnelle. En Vernières, M. (ed.): L'Insertion professionnelle, analyses et débats. Economica. Paris.

ANEXOS

ANEXO N° 1: Cobertura de la Demanda Marzo 2015

CARRERA	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
ENFERMERIA	35	337	302
INGENIERIA CIVIL	80	372	292
DERECHO	35	280	245
PSICOLOGIA INDUSTRIAL	35	274	239
MEDICINA	70	295	225
PSICOLOGIA CLINICA	35	259	224
CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA	70	270	200
COMUNICACION SOCIAL	35	177	142
TERAPIA FISICA	35	171	136
PSICOLOGIA EDUCATIVA Y ORIENTACION	35	155	120
LABORATORIO CLINICO	35	135	100
INGENIERIA MECANICA	40	139	99
DISEÑO GRAFICO PUBLICITARIO	25	124	99
ESTIMULACION TEMPRANA	35	133	98
TURISMO Y HOTELERIA	35	132	97
INGENIERIA INDUSTRIAL EN PROCESOS DE AUTOMATIZACION	40	131	91
MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA	40	127	87
ECONOMIA	70	155	85
DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTONICOS	25	110	85
INGENIERIA EN ELECTRONICA Y COMUNICACIONES	40	124	84
INGENIERIA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES E INFORMATICOS	80	158	78
INGENIERIA EN ALIMENTOS	80	157	77
TRABAJO SOCIAL	35	106	71
INGENIERIA BIOQUIMICA	80	120	40
MARKETING Y GESTION DE NEGOCIOS	70	97	27
IDIOMAS	35	52	17
INGENIERIA FINANCIERA	70	86	16
ORGANIZACION DE EMPRESAS	70	79	9
EDUCACION PARVULARIA	35	39	4
INGENIERIA AGRONOMICA	40	42	2
DISEÑO DE MODAS	0	0	0
CULTURA FISICA	35	31	-4
EDUCACION BASICA	35	23	-12
DOCENCIA EN INFORMATICA	35	16	-19
TOTAL	1.550	4.906	3.356

Fuente: SNNA, 2015

ANEXO N° 2: Comportamiento Oferta vs Demanda por Carrera -N° de cupos vs N° de postulaciones

Marzo 2014 a marzo 2015

CARRERA	OFERTA				DEMANDA			
	Marzo 2014	Septiembre 2014	Marzo 2015	COMPORTAMIENTO	Marzo 2014	Septiembre 2014	Marzo 2015	COMPORTAMIENTO
INGENIERIA CIVIL	70	70	80		953	484	372	
ENFERMERIA	35	35	35		473	302	337	
MEDICINA	70	70	70		416	273	295	
DERECHO	35	35	35		398	287	280	
PSICOLOGIA INDUSTRIAL	35	35	35		404	258	274	
CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA	35	70	70		658	400	270	
PSICOLOGIA CLINICA	35	35	35		410	233	259	
COMUNICACION SOCIAL	35	35	35		199	163	177	
TERAPIA FISICA	35	35	35		173	154	171	
INGENIERIA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES E	70	70	80		238	130	158	
INGENIERIA EN ALIMENTOS	70	70	80		248	124	157	
ECONOMIA	35	70	70		121	94	155	
PSICOLOGIA EDUCATIVA Y ORIENTACION	35	35	35		208	147	155	
INGENIERIA MECANICA	35	70	40		299	249	139	
LABORATORIO CLINICO	35	35	35		219	142	135	
ESTIMULACION TEMPRANA	35	35	35		128	87	133	
TURISMO Y HOTELERIA	35	35	35		213	139	132	
INGENIERIA INDUSTRIAL EN PROCESOS DE	35	35	40		172	84	131	
MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA	35	35	40		230	116	127	
INGENIERIA EN ELECTRONICA Y COMUNICACIONES	35	35	40		129	84	124	
DISEÑO GRAFICO PUBLICITARIO	25	25	25		162	119	124	
INGENIERIA BIOQUIMICA	70	70	80		137	82	120	
DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTONICOS	25	25	25		100	80	110	
TRABAJO SOCIAL	35	35	35		138	147	106	
MARKETING Y GESTION DE NEGOCIOS	70	70	70		185	119	97	
INGENIERIA FINANCIERA	35	70	70		121	77	86	
ORGANIZACION DE EMPRESAS	70	70	70		137	105	79	
IDIOMAS	35	35	35		96	44	52	
INGENIERIA AGRONOMICA	35	35	40		91	64	42	
EDUCACION PARVULARIA	35	35	35		68	66	39	
CULTURA FISICA	35	35	35		58	46	31	
EDUCACION BASICA	35	35	35		65	52	23	
DOCENCIA EN INFORMATICA	35	35	35		32	23	16	
DISEÑO DE MODAS	25	0	0		307	0	0	
TOTAL	1.405	1.520	1.550		7.986	4.974	4.906	

Fuente: SNNA, 2015

ANEXO N° 3: Oferta nacional de la Carrera de Ciencias Administrativas

N	UNIVERSIDADES Y ESCUELAS POLITECNICAS	ABREVIATURA	CATEGORIA	SECTOR	PROVINCIA	MATRIZ	CALENDARIO	Duración	Título
							ACADÉMICO	(años)	
1	Escuela Politécnica Nacional	EPN	A	Públicas	Pichincha	Pichincha - Quito	Semestre	5	Ingeniero(a) Empresarial
2	Universidad San Francisco de Quito	USFQ	A	Particulares autofinanciadas	Pichincha	Pichincha - Quito	Semestre	4	Licenciado(a) en Administración de Empresas
3	Universidad de las Fuerzas Armadas	ESPE	A	Públicas	Pichincha	Pichincha - Rumiñahui	Semestre	4	Ingeniero(a) Comercial
4	Escuela Superior Politécnica del Litoral	ESPOL	A	Públicas	Guayas	Guayas - Guayaquil	Semestre	4	Ingeniero(a) Comercial
5	Pontificia Universidad Católica del Ecuador	PUCE	B	Particulares que reciben rentas y asignaciones del Estado	Pichincha	Pichincha - Quito	Semestre	4	Licenciado(a) en Administración de Empresas
6	Universidad Particular Internacional	SEK - UISEK	B	N/A		N/A	N/A	N/A	N/A
7	Universidad Central del Ecuador	UCE	B	Públicas	Pichincha	Pichincha - Quito	Semestre	4	Licenciado(a) en Administración de Empresas
8	Universidad de los Hemisferios	UDLH	B	Particulares autofinanciadas	Pichincha	Pichincha - Quito	Semestre	5	Ingeniero(a) Comercial
9	Universidad Estatal Amazónica	UEA	B	N/A		N/A	N/A	N/A	N/A
10	Universidad Iberoamericana del Ecuador	UNIBE	B	N/A		N/A	N/A	N/A	N/A
11	Universidad Técnica de Ambato	UTA	B	Públicas	Tungurahua	Tungurahua -	Semestre	5	Ingeniero(a)

						Ambato			Empresarial
12	Universidad Tecnológica Equinoccial	UTE	B	Particulares que reciben rentas y asignaciones del Estado	Pichincha	Pichincha - Quito	Semestre	5	Licenciado(a) en Administración de Empresas
13	Universidad Tecnológica Indoamérica	UTI	B	Particulares autofinanciadas	Tungurahua	Tungurahua - Ambato	Semestre	5	Licenciado(a) en Administración de Empresas
14	Universidad de Cuenca	UC	B	Públicas	Azuay	Azuay - Cuenca	Ciclos	4	Ingeniero(a) Comercial
15	Universidad del Azuay	UDA	B	Particulares que reciben rentas y asignaciones del Estado	Azuay	Azuay- Cuenca	Nivel	5	Ingeniero(a) Comercial
16	Universidad Técnica Particular de Loja	UTPL	B	Particulares que reciben rentas y asignaciones del Estado	Loja	Loja - Loja	Ciclos	5	Ingeniero(a) en Administración de Empresas
17	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	UCSG	B	Particulares que reciben rentas y asignaciones del Estado	Guayas	Guayas - Guayaquil	Ciclos	4	Ingeniero(a) Comercial
18	Universidad Politécnica Estatal del Carchi	UPEC	B	Públicas	Carchi	Carchi - Tulcán	Crédito	4	Ingeniero(a) en Administración de Empresas
19	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo	ESPOCH	B	Públicas	Chimborazo	Chimborazo - Riobamba	Nivel	5	Ingeniero(a) Empresarial
20	Universidad Estatal de Milagro	UNEMI	B	Públicas	Guayas	Guayas - Milagro	Nivel	4	Ingeniero(a) Comercial
21	Universidad Casa Grande	UCG	B	Particulares autofinanciadas	Guayas	Guayas - Guayaquil	Año	4	Ingeniero(a) en Administración de Empresas
22	Universidad Técnica del Norte	UTN	B	Públicas	Imbabura	Imbabura - Ibarra	Semestre	5	Ingeniero(a) Comercial

23	Universidad Nacional de Loja	UNL	B	Públicas	Loja	Loja - Loja	Módulos	5	Administrador de Empresas
24	Universidad Técnica Estatal de Quevedo	UTEQ	B	Públicas	Los Ríos	Los Ríos - Quevedo	Semestre	4	Ingeniero(a) en Gestión Empresarial
25	Universidad Politécnica Salesiana	UPS	B	Particulares que reciben rentas y asignaciones del Estado	Pichincha	Pichincha - Quito	Semestre	4	Licenciado(a) en Comercio
26	Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil	UTEG	B	Particulares	Guayas	Guayas-Guayaquil	Nivel	4	Licenciado(a) en Gestión Empresarial Mención Finanzas y Auditoría
				autofinanciadas					
27	Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí	ESPAM	C	Públicas	Manabí	Manabí - Bolívar	Semestre	5	Ingeniero(a) en Administración de Empresas
28	Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo	USGP	C	Particulares	Manabí	Manabí - Portoviejo	Crédito	5	Ingeniero(A) En Gestión Empresarial
				autofinanciadas					
29	Universidad de Especialidades Turísticas	UCT	C	N/A		N/A	Semestre	4	N/A
30	Universidad de Especialidades Turísticas	UDLA	C	Particulares	Pichincha	Pichincha - Quito	Semestre	4	Licenciado en Comercio Mención Administración de Empresas
				autofinanciadas					
31	Universidad Estatal Península de Santa Elena	UPSE	C	Públicas	Santa Elena	Santa Elena - La Libertad	Semestre	5	Ingeniero(a) en Administración de Empresas
32	Universidad Técnica de Manabí	UTM	C	Públicas	Manabí	Manabí - Portoviejo	Nivel	5	Ingeniero(a) Comercial
33	Universidad Tecnológica Israel	UISRAEL	C	Particulares	Pichincha	Pichincha - Quito	Nivel	4	Ingeniero(a) en Administración de Empresas
				autofinanciadas					
34	Universidad del Pacífico-Escuela de Negocios	UPACIFICO	C	Particulares	Guayas	Guayas - Guayaquil	Nivel	4	Licenciado en Comercio Mención Administración de Empresas
				autofinanciadas					
35	Universidad Estatal de Bolívar	UEB	C	Públicas	Bolívar	Bolívar - Guaranda	Ciclos	5	Ingeniero(a) Comercial

36	Universidad Regional Autónoma de los Andes	UNIANDES	C	Particulares	Tungurahua	Tungurahua - Ambato	Periodo	4	Licenciado(a) en Administración de Empresas
				autofinanciadas					
37	Universidad Técnica de Cotopaxi	UTC	C	Públicas	Cotopaxi	Cotopaxi - Latacunga	Ciclos	5	Ingeniero(a) Comercial
38	Universidad Nacional de Chimborazo	UNACH	C	Públicas	Chimborazo	Chimborazo - Riobamba	Semestre	5	Ingeniero(a) Comercial
39	Universidad Metropolitana	UMET	C	Particulares	Guayas	Guayas - Guayaquil	Semestre	5	Ingeniero(A) En Gestión Empresarial
				autofinanciadas					
40	Universidad Internacional del Ecuador	UIDE	C	Particulares	Pichincha	Pichincha - Quito	Semestre	4	Ingeniero(a) Comercial
				autofinanciadas					
41	Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	ULVR	C	Particulares que reciben rentas y asignaciones del Estado	Guayas	Guayas - Guayaquil	Semestre	5	Ingeniero(a) Comercial
42	Universidad de Especialidades Espíritu Santo	UEES	C	Particulares	Guayas	Guayas - Zamborondón	Crédito	5	Ingeniero(a) en Ciencias Empresariales
				autofinanciadas					
43	Universidad Tecnológica ECOTEC	ECOTEC	C	Particulares	Guayas	Guayas - Guayaquil	Semestre	4	Licenciado(a) en Administración de Empresas
				autofinanciadas					
44	Universidad Técnica de Babahoyo	UTB	C	Públicas	Los Ríos	Los Ríos - Babahoyo	Nivel	5	Ingeniero(a) Comercial
45	Universidad Estatal del Sur de Manabí	UNESUM	D	N/A		N/A	N/A	N/A	N/A
46	Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí	ULEAM	D	N/A		N/A	N/A	N/A	N/A
47	Universidad de Guayaquil	UG	D	Públicas	Los Ríos	Los Ríos - Quevedo	Nivel	4	Ingeniero(a) Comercial
48	Universidad Técnica de Machala	UTMACH	D	Públicas	El Oro	El Oro - Machala	Semestre	5	Ingeniero(a) Comercial
49	Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas	UTELVT	D	Públicas	Esmeraldas	Esmeraldas - Esmeraldas	Nivel	4	Ingeniero(a) en Administración de Empresas
50	Universidad Agraria del Ecuador	UAE	D	Públicas	Guayas	Guayas - Guayaquil	Semestre	5	Licenciado en Ciencias Económicas con Mención en Gestión Empresarial

51	Universidad de Otavalo	UO	D	Particulares	Imbabura	Imbabura - Otavalo	Nivel	5	Administrador de Empresas
				autofinanciadas					
52	Universidad Católica de Cuenca	UCACUE	D	Particulares que reciben rentas y asignaciones del Estado	Azuay	Azuay - Cuenca	Ciclos	5	Ingeniero(a) Comercial

Fuente: Tomado del CES (<http://www.ces.gob.ec/ies/universidades-y-escuelas-politecnicas/por-categoria/pregrado/categoria-d>); y Búsqueda Bibliográfica vía Internet y Correo Electrónico.

ANEXO N° 4: Resoluciones seguimiento a egresados



Ambato, 23 de febrero de 2016
Resolución FCA-CD-P- 099-2015

Doctor
Juan Carlos Castro
Coordinador de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios
Facultad de Ciencias Administrativas
Presente

De mi consideración:

Consejo Directivo de Facultad, en Sesión Ordinaria del 23 de febrero de 2016, conoció el Acuerdo FCA-CA-P-56-2016, del 11 de febrero de 2016, suscrito por el Dr. Kléver Moreno G., Presidente de Consejo Académico de Facultad, mediante el cual informa que en sesión ordinaria de febrero 11 de 2016, conoció el oficio FCA-USE-C-005-2016 de febrero 11 de 2016, suscrito por el Ing. MBA Edwin Santamaría F., Coordinador de la Unidad de Seguimiento a Graduados, mediante el cual remite el Informe de Seguimiento a Graduados, mediante el cual remite el Informe de Seguimiento a Graduados del periodo octubre 2015 – marzo 2016, de la Carrera de Marketing y gestión de Negocios Modalidad Presencial, al respecto **RESOLVIÓ:**

1. **APROBAR** el Acuerdo FCA-CA-P-56-2016, suscrito por el Dr. Kléver Moreno G., Presidente de Consejo Académico de Facultad.
2. **APROBAR** el Informe de Seguimiento a Graduados del periodo octubre 2015 – marzo 2016, de la Carrera de Marketing y gestión de Negocios Modalidad Presencial

Sin otro particular, me es grato suscribir.

Atentamente,

Eco Jorge Grijalva MBA
Presidente CD

Adjunto: Acuerdo FCA-CA-P-56-2016
FCA-USE-C-005-2016
c.c Subdecanato
Unidad de seguimiento a Graduados

JGS/deff



Ambato, julio 23 de 2015
Resolución FCA-CD-P-1052-2015

Ingeniero, MBA
Edwin Santamaría F
Coordinador
Unidad de Seguimiento a Graduados, Carrera de Marketing y Gestión de Negocios
Facultad de Ciencias Administrativas
Presente

De mi consideración:


Consejo Directivo de Facultad, en Sesión Ordinaria de julio 23 de 2015, conoció el Acuerdo FCA-CA-P-210-2015 de julio 14 de 2015, suscrito por el Dr. Kléver Moreno G., Presidente de Consejo Académico de Facultad, mediante el cual informa que en Sesión Ordinaria de julio 14 de 2015, conoció el oficio USE-C-014-2015, de junio 29 de 2015, suscrito por el Ing. MBA. Edwin Santamaría F., Coordinador de la Unidad de Seguimiento a Graduados de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios, Modalidades Presencial y Semipresencial de la Facultad de Ciencias Administrativas, a través del cual remite el Informe de Seguimiento de Graduados dos años posteriores a la Titulación Cohorte de Graduación 2013, al respecto.

RESOLVIÓ:

1. **APROBAR** el Acuerdo FCA-CA-P-210-2015, suscrito por el Dr. Kléver Moreno G., Presidente de Consejo Académico de Facultad.
2. **APROBAR** el Informe de Seguimiento de Graduados dos años posteriores a la Titulación Cohorte de Graduación 2013, según documento adjunto.

Sin otro particular, me es grato suscribir.

Atentamente



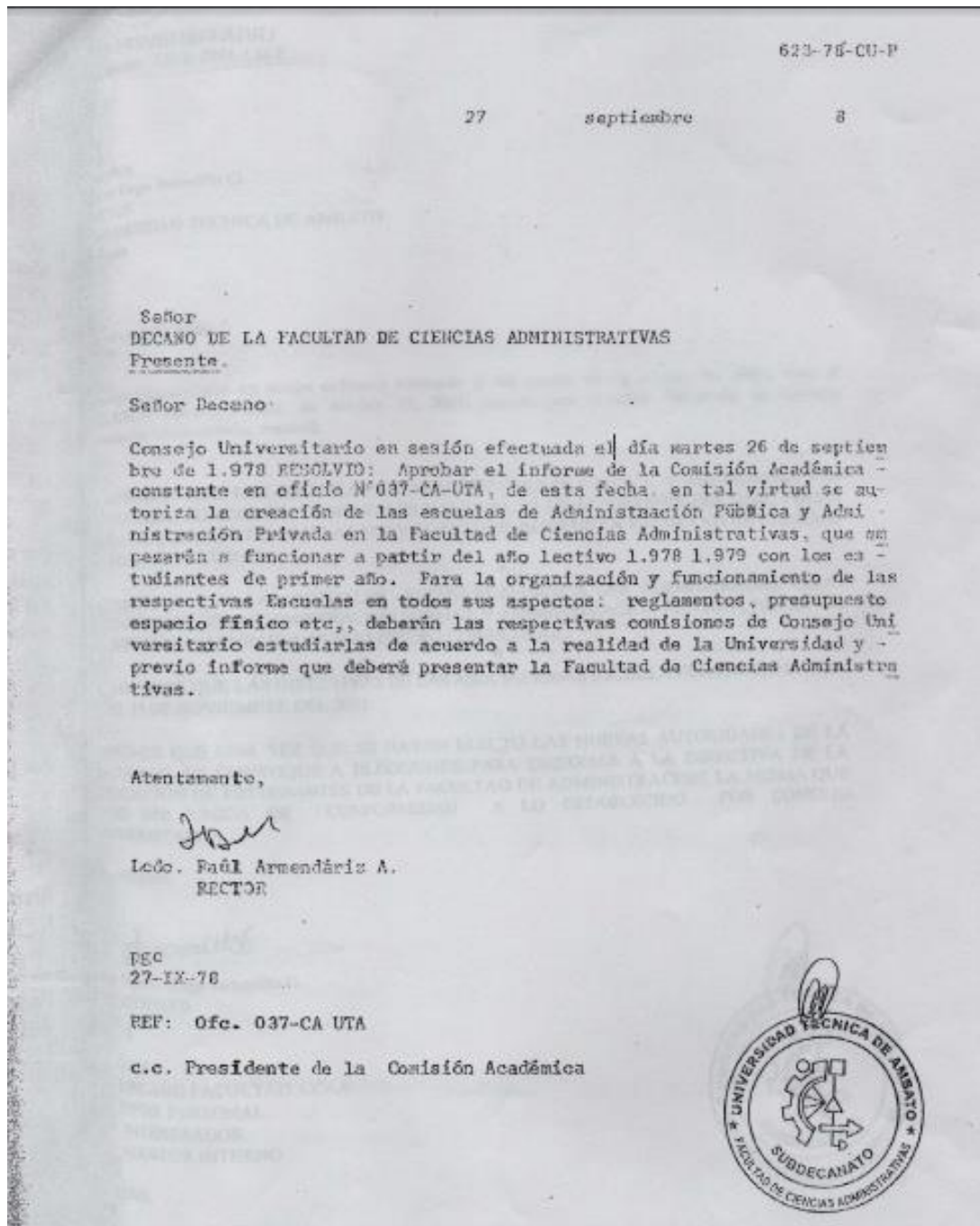
Eco. Jorge Grijalva Salazar, MBA
Presidente

Adjunto: Acuerdo FCA-CA-P-210-2015 (7 hojas)
c.c. Subdecanato
Unidad de Planificación y Evaluación UPE

JGS/lcsb



ANEXO N° 5: Resolución de aprobación de las Escuelas de Administración





CONSEJO UNIVERSITARIO
Resolución: 1393-2001-CU-P

ingeniero
Victor Hugo Jaramillo G.
RECTOR
UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
Presente

De mi consideración:

Consejo Universitario en sesión ordinaria efectuada el día martes 30 de octubre del 2001, visto el ACUERDO cau-p-353-2001, de octubre 29, 2001, suscrito por el señor Presidente de Consejo Académico Universitario, resolvió:

- ♦ APROBAR QUE LAS ESCUELAS DE ADMINISTRACION PUBLICA Y ADMINISTRACION PRIVADA, FUNCIONEN COMO TALES HASTA EL 23 DE NOVIEMBRE DEL 2001, FECHA EN LA QUE SE ELEGIRAN LAS NUEVAS AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
- ♦ DISPONER QUE LAS ACTUALES ESCUELAS PASEN A SER CONSIDERADAS COMO CARRERAS DE ADMINISTRACION PUBLICA Y ADMINISTRACION PRIVADA, HASTA LA IMPLEMENTACION DEL NUEVO DISEÑO CURRICULAR.
- ♦ DISPONER QUE LAS DIRECTIVAS DE LAS ASOCIACIONES ESCUELA FUNCIONEN HASTA EL 23 DE NOVIEMBRE DEL 2001.
- ♦ DISPONER QUE UNA VEZ QUE SE HAYAN ELECTO LAS NUEVAS AUTORIDADES DE LA FACULTAD, SE CONVOQUE A ELECCIONES PARA DESIGNAR A LA DIRECTIVA DE LA ASOCIACION DE ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACION, LA MISMA QUE DEBE SER UNICA DE CONFORMIDAD A LO ESTABLECIDO POR CONSEJO UNIVERSITARIO.

Atentamente.

XII - 04

 Ing. Victor Hugo Jaramillo G.
 PRESIDENTE

cc: CAU
 DECANO FACULTAD. CCAA
 DPTO. PERSONAL
 INTERESADOS
 AUDITOR INTERNO

VIIJ/NR.

10 20 11 07
 8030
 D. Director de



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CONSEJO UNIVERSITARIO

REGLAMENTO DE TÍTULOS Y GRADOS

Art. 1 La Universidad Técnica de Ambato, a través de la Facultad de Ciencias Administrativas, aprueba los siguientes títulos:

Ambato enero 22, 2003
Resolución: -92-2003-CU-P

Ingeniero
Victor H. Jaramillo G.
RECTOR
UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
PRESENTE

*dejarlo programado en su sistema
y Ambato 2003-01-29*

De mi consideración:

TÍTULO I
DE LA INGENIERÍA

Consejo Universitario en sesión ordinaria efectuada el día martes 22 de enero del 2003, visto el oficio FFCA-D-064-2003, suscrito por el señor Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y resolución 1860-2002-CU-P, de diciembre 23/2002 referente a la aprobación en primera del Reglamento Actualizado de Títulos y Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas, resolvió:

APROBAR EN SEGUNDA Y DEFINITIVA EL REGLAMENTO ACTUALIZADO DE TÍTULOS Y GRADOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, INDICANDO QUE LAS MODALIDADES DE GRADO SON:

- ❖ TESIS INDIVIDUAL
- ❖ SEMINARIO DE GRADUACIÓN.- CON ELABORACIÓN DE TESIS

Atentamente,

[Signature]
Ing Víctor Hugo Jaramillo G.
PRESIDENTE

Cc: CAU-~~INTERNO~~ ~~SECRETARIA~~ AUDITOR INTERNO

Anexo Reglamento en referencia.

2003-01-28
[Signature]





Universidad Técnica de Ambato
Consejo Universitario

Av. Colombia 02-11 y Chile (Calle Ingahuaco) • Teléfono: 593 (05) 2521-081 / 2822-950 • Fax: 2521-084
Ambato - Ecuador

Handwritten signature and date: 21/04/2010

RESOLUCIÓN-437-CU-P-2010

El Honorable Consejo Universitario de la Universidad Técnica de Ambato en sesión ordinaria efectuada el martes 6 de abril del 2010, visto el Acuerdo CAU-P-191-2010, de marzo 24 del 2010 suscrito por el señor Presidente de Consejo Académico Universitario, sugiriendo se apruebe los prerrequisitos en la Malla Curricular por Competencias de la Carrera de Organización de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas.

RESUELVE:

Aprobar los prerrequisitos en la Malla Curricular por Competencias de la Carrera de Organización de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas, con vigencia sucesiva a partir del Primero y Segundo Ciclos en el periodo académico marzo - agosto 2010, de conformidad con el documento adjunto.

Ambato abril 6, 2010

Handwritten signature of Luis Amoroso Mora

Luis Amoroso Mora
PRESIDENTE H. CONSEJO
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

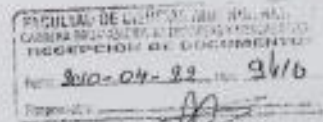
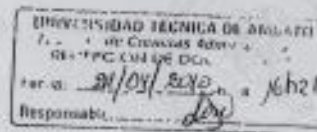
Handwritten signature of Miriam Viteri Sánchez

Dra. Miriam Viteri Sánchez
SECRETARIA GENERAL

Handwritten notes: A. L. 2, 21.04.2010



cc: RECTORADO
CAU
PCA
FINANCIERA (ANEXO PRERREQUISITOS)
A. INTERNA





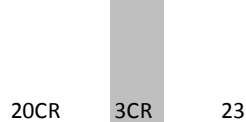


ANEXO N° 6: Mallas Curriculares 2012 Carrera Administración de Empresas

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

AJUSTE DE LA MALLA CURRICULAR

PRIMER SEMESTRE	FADM/OE/MP/P/01/01 5 CR Aplicación de Administración Básica I OE0001-OE0050	FADM/OE/MP/B/01/02 4 CR Aplicación de Contabilidad Básica I OE0051-OE0100	FADM/OE/MP/H/01/03 3 CR Modelos Matemática en la Gestión Empresarial OE0101-OE0150	FADM/OE/MP/H/01/04 4 CR Lenguaje y Comunicación OE0151-OE0200	FADM/OE/MP/H/01/05 3 CR Técnicas de Estudio OE0201-OE0250	FADM/OE/MP/B/01/07 3 CR Empleo de las NTic's I OE0251-OE0300			5 CR 7 CR 10 CR 22
SEGUNDO SEMESTRE	FADM/OE/MP/P/02/01 5 CR Aplicación de Administración Básica II OE0301-OE0350	FADM/OE/MP/B/02/02 4 CR Aplicación de Contabilidad Básica II OE0351-OE0400	FADM/OE/MP/P/02/03 4 CR Modelos Matemáticos en la Gestión Empresarial II OE0401-OE0450	FADM/OE/MP/H/02/04 2 CR Análisis de los Principios de Economía OE0451-OE0500	FADM/OE/MP/B/02/05 4 CR Utilización de Estadística Descriptiva OE0501-OE0550	FADM/OE/MP/H/02/06 3 CR Metodología de la Investigación OE0551-OE0600	FADM/OE/MP/B/02/07 3 CR Empleo de las NTic's II OE0601-OE0650		9 CR 11 CR 5 CR 25
TERCER TRIMESTRE	FADM/OE/MP/P/03/01 5 CR Aplicación del Desarrollo Organizacional y Liderazgo OE0651-OE0700	FADM/OE/MP/B/03/02 4 CR Aplicación de la Contabilidad Gerencial (costos) OE0701-OE0750	FADM/OE/MP/P/03/03 4 CR Aplicación del Calculo Diferencial e Integral en la Empresa OE0751-OE0800	FADM/OE/MP/B/03/04 4 CR Relación de los Modelos Micro y Macro Económicos en la Empresa OE0801-OE0850	FADM/OE/MP/B/03/05 4 CR Modelos Estadísticos Inferenciales en la Empresa OE0851-OE0900	FADM/OE/MP/B/03/06 4 CR Análisis de Principios del Derecho y del Derecho Laboral OE0901-OE0950			9 CR 16 CR 25
CUARTO SEMESTRE	FADM/OE/MP/P/04/01 5 CR Aplicación de la Organización de Empresas OE0951-OE1000	FADM/OE/MP/P/04/02 5 CR Aplicación de Organización y Sistemas OE1001-OE1050	FADM/OE/MP/P/04/03 5 CR Aplicación de Administración de Personal I OE1051-OE1100		FADM/OE/MP/B/04/04 4 CR Aplicación de Métodos de Análisis Estadísticos OE1101-OE1150	FADM/OE/MP/B/04/05 3 CR Aplicación del Derecho Empresarial OE1151-OE1200	FADM/OE/MP/B/04/06 3 CR Computación Aplicada I OE1201-OE1250		15 CR 10 CR 25
QUINTO SEMESTRE	FADM/OE/MP/P/05/01 5 CR Gestión de la Organización de Empresas Industriales OE1251-OE1300	FADM/OE/MP/P/05/02 5 CR Administración de la Producción OE1301-OE1350	FADM/OE/MP/P/05/03 5 CR Aplicación de Administración de Personal II OE1351-OE1400	FADM/OE/MP/P/05/04 4 CR Aplicación de Matemática Financiera en la Empresa OE1401-OE1450	FADM/OE/MP/B/05/05 3 CR Aplicación de Investigación Operativa I OE1451-OE1500		FADM/OE/MP/B/05/06 3 CR Computación Aplicada II OE1501-OE1550		19 CR 6 CR 25

SEXTO SEMESTRE	FADM/OE/MP/P/06/01	5 CR	FADM/OE/MP/B/06/02	4 CR	FADM/OE/MP/B/06/03	3 CR	FADM/OE/MP/O/06/04	4 CR	FADM/OE/MP/B/06/05	3 CR	FADM/OE/MP/B/06/06	3 CR	FADM/OE/MP/B/06/07	3 CR	
	Gestión de la Calidad Total OE1551-OE1600		Planificación Financiera I OE1601-OE1650		Aplicación de la Mercadotecnia OE1651-OE1700		Optativa I OE1701-OE1750		Aplicación de Investigación Operativa II OE1751-OE1800		Gestión del Derecho Tributario OE1801-OE1850		Aplicación de Sistemas de Información en la Empresa OE1851-OE1900		
SÉPTIMO SEMESTRE	FADM/OE/MP/P/07/01	5 CR	FADM/OE/MP/B/07/02	4 CR	FADM/OE/MP/P/07/03	5 CR	FADM/OE/MP/B/07/04	3 CR	FADM/OE/MP/B/07/05	3 CR	FADM/OE/MP/B/07/06	3 CR	FADM/OE/MP/B/07/07	2 CR	
	Planeación Estratégica OE1901-OE1950		Planificación Financiera II OE1951-OE2000		Desarrollo de Habilidades Gerenciales OE2001-OE2050		Instrumentación de la Psicología en la Industria OE2051-OE2100		Gestión de Publicidad y promoción OE2101-OE2150		Gestión Tributaria OE2151-OE2200		Aplicación de Modelos de Negociación E-Business en la Empresa OE2201-OE2250		
OCTAVO SEMESTRE	FADM/OE/MP/P/08/01	5 CR	FADM/OE/MP/P/08/02	5 CR	FADM/OE/MP/P/08/03	4 CR	FADM/OE/MP/B/08/04	4 CR	FADM/OE/MP/H/08/05	3 CR	FADM/OE/MP/O/08/06	4 CR			
	Gestión de la Gerencia Estratégica OE2251-OE2300		Desarrollo Empresarial OE2301-OE2350		Gestión de Negociación Empresarial OE2351-OE2400		Gestión de Comercio Exterior e Integración OE2401-OE2450		Gestión de proyectos Socio-Productivos OE2451-OE2500		Optativa II OE2501-OE2550				
NOVENO SEMESTRE	FADM/OE/MP/P/09/01	4 CR	FADM/OE/MP/P/09/02	4 CR	FADM/OE/MP/O/09/03	4 CR	FADM/OE/MP/P/09/04	4 CR	FADM/OE/MP/P/09/05	3 CR	FADM/OE/MP/H/09/06	3 CR	FADM/OE/MP/H/09/07	3 CR	
	Diseño y Aplicación de Auditoría Administrativa OE2551-OE2600		Desarrollo de Emprendedores OE2601-OE2650		Optativa III OE2651-OE2700		Gestión Financiera en la Empresa OE2701-OE2750		Gestión en el Mercado de Capitales y Valoración Empresarial OE2751-OE2800		Aplicación de Ética y Responsabilidad Social en la Empresa OE2801-OE2850		Diseño de Proyectos de Investigación Empresarial OE2851-OE2900		
DÉCIMO SEMESTRE	FADM/OE/10/01	20 CR	FADM/OE/10/02	3 CR											
	Desarrollo de la Investigación Empresarial OE2901-OE2950		Realidad Nacional OE2951-OE3000												

ANEXO N° 7: Mallas Curricular 2016 Carrera Administración de Empresas

MALLA SUGERIDA DE LA CARRERA DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

PRIMER AÑO

SEMESTRE 1				SEMESTRE 2			
CODIGO	CURSO	Cr. Área	Cr. CG	CODIGO	CURSO	Cr. Área	Cr. CG
CID 0101A	AUTOCONOCIMIENTO		4	ADM 0211	PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION	*	4
CID 0102	COSMOS		4	CID 0200	SER Y COSMOS		4
ESP 0100	COMPOSICION I		4	MAT 0116	CALCULO APLICADO		4
MAT 0115	MATEMATICAS APLICADAS A LA ADM.	*	4	ESP 0210	COMPOSICION II		4
CG	COLEGIO GENERAL (ART/DAN/TEA/IMC/ACF)		4	CG CIENCIAS CON LAB.	COLEGIO GENERAL (BIO/ECL/GEO/FIS/QUI/NUT)		5
ECN 0100	INTRODUCCION A LA ECONOMIA	*	4	COMP	COMPUTACION		4
DEP	DEPORTES		3	DEP	DEPORTE		3
			Créditos				Créditos
			0				24
			TOTAL				28

SEGUNDO AÑO

SEMESTRE 1				SEMESTRE 2			
ADM 0212	COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL		4	MAT 0215	ESTADISTICA II		4
CON 0205	PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD		4	CON 0210	CONTABILIDAD FINANCIERA GERENCIAL		4
ECN 0200	PRINCIPIOS DE MICROECONOMIA		4	ECN 0210	PRINCIPIOS DE MACROECONOMIA		4
MAT 0200	ESTADISTICA		4	SEG 0300	PRINCIPIOS DE SEGUROS		4
CG/NIVEL 0200	CIENCIAS SOCIALES (200 O SUPERIOR)		4	ELECTIVA CG 1	DEBEN SER POR LO MENOS NIVEL 200 DE CUALQUIER COLEGIO		4
CG	HUMANIDADES 0200 O SUPERIOR LIT/FIL		4	PASECC	PASANTIA A LA COMUNIDAD		4
COL0101	CONFERENCIAS O COLOQUIOS		1	ELECTIVA CG 2	DEBEN SER POR LO MENOS NIVEL 200 DE CUALQUIER COLEGIO		4
CG	CULTURA GASTRONOMICA		1				Créditos
			16				16
			TOTAL				26
						Créditos	12
						TOTAL	28

TERCER AÑO

SEMESTRE 1				SEMESTRE 2			
ADM 0320	ADMINISTRACION DE OPERACIONES		4	PASEM	PASANTIA EMPRESARIAL		2
CON 0310	ADMINISTRACION DE COSTOS		4	ADM 0350	ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS		4
FIN 0310	PRINCIPIOS DE FINANZAS CORPORATIVAS		4	MAT 0300	MODELOS CUANTITATIVOS		4
MAK 0301	MARKETING PRINCIPIOS Y FUNDAMENTOS		4	FIN 0371	ANALISIS Y VALORACION FINANCIERA		4
ADM 0371	DIRECCION ESTRATEGICA		4	ENG 0100**	COMPOSITION AND RETHORIC		4
CG/NIVEL 0300	CIENCIAS SOCIALES (300 O SUPERIOR)		4	ADM 0215	ENTORNO LEGAL DE LOS NEGOCIOS		4
ELECTIVA CG 3	DEBEN SER POR LO MENOS NIVEL 200 DE CUALQUIER COLEGIO		4	ADM 0390T	SEMINARIO DE TESIS		5
			Créditos				Créditos
			20				21
			TOTAL				28
						TOTAL	27

CUARTO AÑO

SEMESTRE 1				SEMESTRE 2			
MAK 0420	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR		4	ADM 0470	PROYECTOS EMPRESARIALES		4
ADM 0440	CREATIVIDAD EMPRESARIAL		4	ADM 0451	PROBLEMAS CONTEMPORANEOS Y ETICA		4
ADM 0380	INNOVACION		4	ADM 0465	NEGOCIOS INTERNACIONALES		4
ADM 0301	NEGOCIACION		4	OPT CAD	NIVEL 300/400 DE ECN, FIN, MAK O SEG		4
OPT CAD	NIVEL 300/400 DE ECN, FIN, MAK O SEG		4	MAK 0430	INVESTIGACION DE MERCADOS		4
ELECTIVA CG 4	DEBEN SER POR LO MENOS NIVEL 200 DE CUALQUIER COLEGIO		4	ADM 0497T	TALLER DE TESIS		5
ADM 0496T	TALLER DE INVESTIGACION		5	ADM 0499T	TALLER DE TITULACION		5
			Créditos				Créditos
			25				30
			TOTAL				30

* Se contabilizan como parte del Colegio General

** Para registrarse en ENG 0100, se debe haber aprobado 24 créditos de ESL o tener convalidados estos créditos a través de Examen de Suficiencia

Por lo menos un curso del CAD debe ser en Inglés

Todos los cursos del CAD tienen que ser aprobados con calificación mínima de C

	Colegio General
	Currculo Común del CAD
	Especialidad

ANEXO N° 8: Mallas Curricular 2012 Carrera Mercadotecnia

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS MODALIDAD PRESENCIAL
MALLA CURRICULAR POR COMPETENCIAS DE PRIMERO A DECIMO SEMESTRE

PRIMER SEMESTRE	FADM/MGN/MP/P/01/01 CR4 APLICACIÓN DE ADMINISTRACION BASICA I MGN0001-MGN0050	FADM/MGN/MP/H/01/02 CR2 ANALISIS DE LOS PRINCIPIOS DE LA ECONOMIA MGN0051-MGN0100	FADM/MGN/MP/H/01/03 CR3 TECNICAS DE ESTUDIO MGN0101-MGN0150	FADM/MGN/MP/B/01/04 CR6 APLICACIÓN DE CONTABILIDAD BASICA I MGN0151-MGN0200	FADM/MGN/MP/H/01/05 CR3 MODELOS MATEMATICOS EN LA GESTION EMPRESARIAL I MGN0201-MGN0250	FADM/MGN/MP/H/01/06 CR4 LENGUAJE Y COMUNICACIÓN MGN0251-MGN0300	FADM/MGN/MP/B/01/07 CR3 EMPLEO DE LAS NTIC'S I MGN0301-MGN0350	25
SEGUNDO SEMESTRE	FADM/MGN/MP/P/02/01 CR4 APLICACIÓN DE ADMINISTRACION BASICA II MGN0351-MGN0400	FADM/MGN/MP/B/02/02 CR4 RELACION DE LOS MODELOS MICRO Y MACROECONOMICOS EN LA EMPRESA MGN0401-MGN0450	FADM/MGN/MP/H/02/03 CR3 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION MGN0451-MGN0500	FADM/MGN/MP/B/02/04 CR4 APLICACIÓN DE CONTABILIDAD BASICA II MGN0501-MGN0550	FADM/MGN/MP/B/02/05 CR4 MODELOS MATEMATICOS EN LA GESTION EMPRESARIAL II MGN0551-MGN0600	FADM/MGN/MP/B/02/06 CR3 UTILIZACION ESTADISTICA DESCRIPTIVA MGN0601-MGN0650	FADM/MGN/MP/B/02/07 CR3 EMPLEO DE LAS NTIC'S II MGN0651-MGN0700	25
TERCER SEMESTRE	FADM/MGN/MP/P/03/01 CR4 APLICACIÓN DEL DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y LIDERAZGO MGN0701-MGN0750	FADM/MGN/MP/P/03/02 CR5 APLICACIÓN MERCADOTECNIA I MGN0751-MGN0800	FADM/MGN/MP/B/03/03 CR2 ANALISIS DE PRINCIPIOS DEL DERECHO Y DEL DERECHO LABORAL MGN0801-MGN0850	FADM/MGN/MP/B/03/04 CR4 APLICACIÓN DE CONTABILIDAD GERENCIAL (COSTOS) MGN0851-MGN0900	FADM/MGN/MP/B/03/05 CR4 APLICACIÓN DEL CALCULO DIFERENCIAL E INTEGRAL EN LA EMPRESA MGN0901-MGN0950	FADM/MGN/MP/B/03/06 CR3 MODELOS ESTADISTICOS INFERENCIALES EN LA EMPRESA MGN0951-MGN1000	FADM/MGN/MP/H/03/07 CR3 REALIDAD NACIONAL DE LA CARRERA MGN1001-MGN1050	25
CUARTO SEMESTRE	FADM/MGN/MP/P/04/01 CR4 APLICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS MGN1051-MGN1100	FADM/MGN/MP/P/04/02 CR5 APLICACIÓN DE LA MERCADOTECNIA II MGN1101-MGN1150	FADM/MGN/MP/P/04/03 CR4 ORGANIZACIÓN Y SISTEMAS MGN1151-MGN1200	FADM/MGN/MP/B/04/04 CR2 GESTION DEL DERECHO MERCANTIL MGN1201-MGN1250	FADM/MGN/MP/B/04/05 CR4 APLICACIÓN DE MATEMATICA FINANCIERA EN LA EMPRESA MGN1251-MGN1300	FADM/MGN/MP/B/04/06 CR4 APLICACIÓN DE METODOS DE ANALISIS ESTADISTICOS MGN1301-MGN1350	FADM/MGN/MP/B/04/07 CR2 COMPUTACION APLICADA I MGN1351-MGN1400	25
QUINTO SEMESTRE	FADM/MGN/MP/P/05/01 CR4 APLICACIÓN DE LA ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS MGN1401-MGN1450	FADM/MGN/MP/P/05/02 CR5 APLICACIÓN DE TECNICAS DE VENTAS EN EMPRESAS COMERCIALES MGN1451-MGN1500	FADM/MGN/MP/P/05/03 CR4 APLICACIÓN DE INVESTIGACION DE MERCADOS MGN1501-MGN1550	FADM/MGN/MP/B/05/04 CR4 APLICACIÓN DE ANALISIS FINANCIERO MGN1551-MGN1600	FADM/MGN/MP/P/05/05 CR2 APLICACIÓN DEL DERECHO TRIBUTARIO MGN1601-MGN1650	FADM/MGN/MP/P/05/06 CR4 GESTION DE MARKETING SOCIAL MGN1651-MGN1700	FADM/MGN/MP/B/05/07 CR2 COMPUTACION APLICADA II MGN1701-MGN1750	25

SEXTO SEMESTRE	FADM/MGN/MP/P/06/01 CR4	FADM/MGN/MP/P/06/02 CR4	FADM/MGN/MP/B/06/03 CR3	FADM/MGN/MP/B/06/04 CR4	FADM/MGN/MP/B/06/05 CR4	FADM/MGN/MP/H/06/06 CR3	FADM/MGN/MP/P/06/07 CR3	25
	MARKETING DE SERVICIOS MGN1751-MGN1800	APLICACIÓN DE DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS MGN1801-MGN1850	ADMINISTRACION DE INVESTARIOS MGN1851-MGN1900	PLANIFICACION FINANCIERA MGN1901-MGN1950	APLICACIÓN DE INVESTIGACION OPERATIVA MGN1951-MGN2000	GESTION DE PROYECTOS SOCIO-PRODUCTIVOS MGN2001-MGN2050	GESTION TRIBUTARIA MGN2051-MGN2100	
SEPTIMO SEMESTRE	FADM/MGN/MP/P/07/01 CR3	FADM/MGN/MP/P/07/02 CR4	FADM/MGN/MP/P/07/03 CR4	FADM/MGN/MP/B/07/04 CR5	FADM/MGN/MP/O/07/05 CR4	FADM/MGN/MP/B/07/06 CR3	FADM/MGN/MP/P/07/07 CR2	25
	ADMINISTRACION DE SEGUROS MGN2101-MGN2150	APLICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL MGN2151-MGN2200	PLANIFICACION ESTRATEGICA DEL MARKETING MGN2201-MGN2250	FORMULACION DE PRESUPUESTOS MGN2251-MGN2300	OPTATIVA I MGN2301-MGN2350	DESARROLLO DE LA PSICOLOGIA DEL CONSUMO EN LOS NEGOCIOS MGN2351-MGN2400	APLICACIÓN DE ETICA EN LOS NEGOCIOS MGN2401-MGN2450	
OCTAVO SEMESTRE		FADM/MGN/MP/B/08/01 CR4	FADM/MGN/MP/P/08/02 CR5	FADM/MGN/MP/B/08/03 CR4	FADM/MGN/MP/H/08/04 CR3	FADM/MGN/MP/P/08/05 CR5	FADM/MGN/MP/O/08/06 CR4	25
		COMERCIO INTERNACIONAL MGN2451-MGN2500	DESARROLLO DE HABILIDADES GERENCIALES MGN2501-MGN2550	GESTION FINANCIERA MGN2551-MGN2600	DESARROLLO DE EMPRENDEDORES MGN2601-MGN2650	APLICACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIACION EN EL MARKETING MGN2651-MGN2700	OPTATIVA II MGN2701-MGN2750	
NOVENO SEMESTRE	FADM/MGN/MP/P/09/01 CR5	FADM/MGN/MP/O/09/02 CR4	FADM/MGN/MP/P/09/03 CR5	FADM/MGN/MP/P/09/04 CR5	FADM/MGN/MP/P/09/05 CR3		FADM/MGN/MP/H/09/06 CR3	25
	MARKETING ESTRATEGICO MGN2751-MGN2800	OPTATIVA III MGN2801-MGN2850	GESTION DE PUBLICIDAD Y PROMOCION MGN2851-MGN2900	NEGOCIACION EMPRESARIAL MGN2901-MGN2950	AUDITORIA DE CALIDAD MGN2951-MGN3000		DISEÑO DE PROYECTOS DE INVESTIGACION DE MARKETING MGN3001-MGN3050	
DECIMO SEMESTRE							FADM/MGN/MP/P/10/01 CR20	20
							DESARROLLO DEL PROYECTO DE INVESTIGACION DE MARKETING MGN3051-MGN3100	

OPTATIVA I
INGENIERIA ECONOMICA
INVESTIGACION APLICADA A LA ADMINISTRACION
NEGOCIOS POR INTERNET

OPTATIVA II
DISEÑO GRAFICO
APLICACIÓN DEL PROGRAMA SPSS 21
GESTION DE CALIDAD MEDIANTE LA NORMA ISO 9000

OPTATIVA III
MARKETING INTERNACIONAL
PLANIFICACION DE LA COMERCIALIZACION
GERENCIA DE VENTAS

ANEXO N° 9: Entrevista



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



ENTREVISTA PROPIETARIOS – EMPRESARIOS

Datos Informativos:

Nombre de la Empresa u Organización: _____

Dirección de la Empresa u Organización: _____

Dirección electrónica de la Empresa u Organización: _____

Puesto o cargo de la persona que responde: _____

Número de Empleados de la Empresa u Organización: _____

1.- ¿A su criterio la empresa u organización es?

- Grande ()
- Media ()
- Pequeña ()
- Microempresa ()

2.- El sector al que está vinculada su empresa es:

- Industria: () Servicios: ()
- Comercialización: () Producción ()
- Otros (Favor indicar cuál):

3.- ¿Cree usted que al momento de su contratación influye la categoría en la que se encuentra la Universidad actualmente por el CEAACES poner calidad superior?

- Si () No () Desconozco la Categoría ()

4.- Su empresa cuenta con los siguientes profesionales:

- Profesionales en Organización de Empresas: ()
- Profesionales en Administración de Empresas: ()
- Profesionales en Marketing y Gestión de Negocios: ()

5.- ¿Cuál es la decisión imperante al momento de contratar fuerza de trabajo femenino en su organización?

- Aptas para el puesto de trabajo ()
- El Cargo necesita de una chica ()
- Decisión del Contrato ()
- Por casualidad ()

6.- ¿Cuál es la edad del personal contratado para laborar en su empresa en los últimos 5 años?

- Hasta 29 Años ()
De 30 a 40 Años ()
Más de 40 Años ()

7.- ¿Cuál de los siguientes medios utiliza su organización para la contratación de personal?

- Recomendación de Terceros ()
Resultados de Test ()
Prácticas Pre-Profesionales ()
Redes Sociales ()
Anuncios en Periódicos ()
Contactos con Universidades ()

8.- ¿En qué aspectos considera prioritario enfocar la inversión de recursos económicos?

- Tecnología ()
Infraestructura ()
Talento Humano ()
Marketing y Ventas ()

9.- ¿Cuáles son las razones por las que contrataría Egresados o Graduados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA?

- Porque se ajustan más al perfil requerido (desempeño laboral adecuado) ()
Mayor capacidad y conocimientos, mejor manejo tecnológico ()
Formación acorde a las necesidades empresariales ()
Por la flexibilidad, rápida captación de conocimientos, y disponibilidad de tiempo ()

10.- ¿Qué cambios educacionales considera que se han dado en los últimos 5 años?

- Aumento en el Nivel de Capacitación Técnica ()
Sobre Oferta de Personal Calificado Requerido ()
Diversidad de Especialización ()

11.- En qué áreas de su empresa, institución y o negocio considera usted que se debería reforzar con un profesional en Administración de Empresas.

INSTRUCCIONES

Este cuestionario consta de preguntas que se corresponden con una escala discreta de valoración de **1 (nunca) a 5 (siempre)** que indica el nivel de afirmación-negación de las respuestas y preguntas sin un mapa previo de categorías de respuesta.

1=Nunca 2=Casi Nunca 3=De vez en Cuando 4=Casi Siempre 5=Siempre

Áreas de su Empresa	1	2	3	4	5
Dpto. Ventas					
Dpto. Distribución					
Dpto. Contable					
Dpto. de Producción					
Dpto. de Talento Humano					
Dpto. de Comunicación					
OTRO (Favor indicar cuál):					

12.- ¿Qué servicios debe ofertar la Facultad de Ciencias Administrativas de la UTA, que usted considere necesario para un mejor desempeño profesional?

Debe Ofertar la Facultad de Ciencias Administrativas	Marque con una X				
SEMINARIOS					
CURSOS					
DIPLOMADO					
ESPECIALIDAD					
MAESTRÍA					
OTRO (Favor indicar cuál):					
Planificación:	1	2	3	4	5
Gestión por procesos					
Estrategias y tácticas					
OTRO (Favor indicar cuál):					
Organización:	1	2	3	4	5
Estructura Organización					
Recursos Humanos					
División y Distribución de Funciones					
OTRO (Favor indicar cuál):					
Dirección:	1	2	3	4	5
Tecnologías de la Información					
Toma de Decisiones					
Grupos y Equipos de Trabajo					
Comunicación					
Administración de Grupos de Trabajo					
Finanzas					
Operaciones o Logística					
Administración de Proyectos					
Auditoría Administrativa					
Liderazgo					
OTRO (Favor indicar cuál):					
Control:	1	2	3	4	5
Indicadores de Seguimiento y Control					
Sistemas de Calidad					
OTRO (Favor indicar cuál):					

Sugerencias y/o comentarios:

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO N° 10: Encuesta



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



El objetivo principal del presente estudio consiste en evaluar aspectos externos que influyen en el desarrollo de competitividad de puestos laborales de la zona 3 dirigidos a la oferta y demanda para obtener información necesaria que servirá de base para estudios de desarrollo de la Facultad de Ciencias Administrativas – Universidad Técnica de Ambato .

INFORMACIÓN GENERAL

Apellidos y Nombres: _____
Dirección E-mail: _____
Título obtenido: _____
Edad: 21-25 __ 26-30 __ 31-35 __ 36-40 __ más de 40 __
Sexo: Masculino _____ Femenino _____
Usted se considera: Mestizo: __ Blanco: __ Indígena: __ Afro ecuatoriano: __ Montubio: __ Otro: __
Facultad en la que se graduó: _____
Carrera en la que se graduó: Administrador de Empresas: () Marketing y Gestión de Negocios: () Administración Pública: () Secretariado y Soporte Administrativo: () Administración de PYMES: () Otra (Favor indicar cuál): _____
Año de Egresamiento: ____ Año de Graduación: ____ No Recuerdo: ____
Estado civil: Soltero ____ Casado ____ Viudo ____ Divorciado ____ Unión Libre ____

1.- Lugar de Residencia:

PROVINCIA:

TUNGURAHUA CHIMBORAZO COTOPAXI PASTAZA OTRA PROVINCIA

Ambato		Riobamba		Latacunga		Pastaza		Otro	
Baños de Agua Santa		Chambo		La Maná		Arajuno			
Cevallos		Chunchi		Pujilí		Mera			
Mocha		Colta		Pangua		Santa Clara			
Patate		Cumandá		Salcedo					
Pelileo		Guamote		Saquisilí					
Pillaro		Pallatanga		Sigchos					
Quero		Penipe							
Tisaleo		Alausí							

INFORMACIÓN LABORAL

1.- ¿Actualmente se encuentra trabajando?

Si () No ()

Si su respuesta es negativa favor saltar a la pregunta 13

2.- ¿El trabajo que actualmente se encuentra desempeñando es acorde a su profesión?

Si () No ()

3.- **Información ocupacional:** Indique su situación laboral actual

Empleado privado ()

Empleado público ()

Autónomo (propio) ()

Desempleado ()

Otra (Favor indicar cuál): _____

4.- **Cargo que desempeña:**

Nivel gerencial: ()

Director: ()

Mando medio o Personal Técnico: ()

Personal de apoyo: ()

Consultor: ()

Otra (Favor indicar cuál): _____

5.- **En qué Área:**

Área Ventas ()

Área Marketing ()

Área Contable ()

Área de Producción ()

Área de Talento Humano ()

Área de Comunicación ()

Otra (Favor indicar cuál): _____

6.- **Relación Laboral Actual (Tiempo que lleva en esta condición)**

Nombramiento () Tiempo _____

Contrato () Tiempo _____

Contrato Ocasional () Tiempo _____

Prestación de servicios profesionales () Tiempo _____

Otro _____ Tiempo _____

7.- ¿Cree usted que al momento de su contratación influye la categoría en la que se encuentra la Universidad actualmente?

Si () No ()

8.- ¿Cree usted que existen espacios laborales donde pueda ejercer su perfil de formación?

Si () No ()

9.- ¿Qué tiempo le tomó ubicarse laboralmente después de haber egresado y/o graduado?

- Ya trabajaba ()
De 6 a 11 meses ()
Entre 1 y 2 años ()
Más de 2 años ()

10.- Indique su nivel de ingresos mensuales aproximadamente:

- El sueldo Básico – a 800 dólares () 801 a 1000 USD ()
1001 a 2000 USD () más de 2000 USD ()

11.- Experiencia Laboral:

ENTIDAD – SECTOR	
Publica	
Privada	
ONG	
Mixta	

12.- ¿Le solicitaron experiencia laboral como requisito previo al puesto de trabajo?

- Si () No ()

13.- ¿Información empresarial?

Nombre de la Empresa: _____

Teléfono: _____

Dirección E mail: _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO N° 11: Ficha de Observación.

	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO Facultad de Ciencias Administrativas	
Ficha de Observación		No.00001
Objeto de estudio:		
Lugar de observación:		
Fecha de observación:		
Nombre del Investigador:		
DESCRIPCION DE LA OBSERVACION:		
INTERPRETACION DE LA OBSERVACION:		