



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
EN MERCADOTECNIA**

**TEMA: ESTUDIO DE MERCADO DE LA DEMANDA DEL
SERVICIO DE CAPACITACIÓN DEL SECTOR INDUSTRIAL EN
QUITO Y RUMIÑAHUI PARA EL CENTRO DE EDUCACIÓN
CONTINUA DE LA UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
– ESPE**

AUTOR: REZA CLAVIJO, MARÍA ALEJANDRA

DIRECTOR: ING. BENAVIDES, KARLA

CODIRECTOR: ING. POZO, EDISON

SANGOLQUÍ

2015

RESUMEN

El mundo globalizado en el que nos encontramos obliga a las empresas a estar actualizadas y a la vanguardia de la tecnología; los mercados en los que se desenvuelven son cada vez más exigentes. En este sentido, la capacitación laboral juega un papel muy importante, ya que por un lado funciona como una herramienta estratégica que busca mejorar el desempeño de los trabajadores, por otro, busca más productividad, competitividad y actualización en cuanto a los conocimientos, habilidades y competencias laborales.

De aquí parte la elaboración del presente trabajo, el cual, a través de la aplicación de técnicas y métodos de investigación, está orientado a identificar las distintas necesidades de capacitación de las empresas del sector industrial con el fin de conocer cuáles son los temas y cursos más requeridos y que mayor impacto tienen en su organización; los resultados obtenidos de la investigación servirán para que el Centro de Educación Continua de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE desarrolle programas de capacitación ajustados a las necesidades del mercado.

El diseño de la investigación contempla tanto métodos de investigación cualitativos como cuantitativos, a través de la aplicación de entrevistas y encuestas. Los datos obtenidos son procesados con el programa SPSS y se analizan univariada y bivariadamente, con lo cual se obtiene información relevante sobre las necesidades y comportamiento de compra del servicio de capacitación.

Entre los resultados encontrados se destacan las áreas y temas en que requieren ser capacitados los trabajadores de las empresas, los motivos y necesidades de capacitación, el proceso de compra del servicio así como la identificación de la demanda de capacitación.

PALABRAS CLAVES:

1. Capacitación laboral
2. Temas de capacitación
3. Investigación de mercados
4. Comportamiento de compra

5. Necesidades de capacitación

SUMMARY

The globalized world in which we find ourselves requires businesses to be updated and at the forefront of technology; the markets in which the companies operate are increasingly demanding. For this reason, job training has a very important role, because it is a strategic tool that seeks to improve the performance of workers and looks for more productivity, competitiveness and upgrade in terms of knowledge, skills and competency.

The present market research study has developed with the application of techniques and methods of research and is aimed to identify the different job training needs of companies in the industrial sector in order to know what are the issues and more required courses in the business; the results of the research will use by the Center for Continuing Education of the Army Polytechnic School which will develop job training plan associated to the needs of the market.

The design of the research includes both qualitative research methods as quantitative, through interviews and surveys. The data obtained is processed and analyzed using the SPSS program and univariate and bivariate analyze, whereupon it gets relevant information on the needs and consumer behavior of the job training service.

Result found include the areas and issues that the workers require to be trained in companies, the motives and needs of job training, the purchase process of the service and the identification of the market demand.

KEY WORDS:

- 1 job training
- 2 issues of training
- 3 market research
- 4 buying behavior
- 5 training requirements