



ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y DE
COMERCIO

“PROPUESTA ESTRATÉGICA DE MARKETING PARA EL
POSICIONAMIENTO DE LA REVISTA EMPRENDEDORISMO Y
ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL (REEO)”

ADRIÁN ISMAEL MÁRQUEZ AGUILAR

Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado de:

INGENIERO EN MERCADOTECNIA

AÑO 2013

Declaración de Responsabilidad

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Adrián Ismael Márquez Aguilar

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado Propuesta estratégica de marketing para el posicionamiento de la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional (REEO), ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, 24 de junio del 2013

Adrian Ismael Márquez Aguilar

Certificado de tutoría

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

Ingeniería en Mercadotecnia

CERTIFICADO

Ingeniero Giovanni Herrera

Dr. José Albuja

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado Propuesta estratégica de marketing para el posicionamiento de la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional (REEO) realizado por Adrián Ismael Márquez Aguilar, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que el documento fue realizado a través de las normativas establecidas y sí se recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Adrián Ismael Márquez Aguilar que lo entregue al Ing. Marco Soasti, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, 24 de junio del 2013

Ing. Giovanni Herrera

DIRECTOR

Dr. José Albuja

CODIRECTOR

Autorización de publicación

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

Ingeniería en Mercadotecnia

AUTORIZACIÓN

Yo, Adrián Ismael Márquez Aguilar

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo Propuesta estratégica de marketing para el posicionamiento de la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional (REEO), cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 24 de junio del 2013

Adrián Ismael Márquez Aguilar

Dedicatoria:

Dedico esta tesis a mi Dios y Señor Todopoderoso, a mi Madre del Cielo la Virgen María, y a mi familia, el apoyo incondicional, mi brazo, mi fuerza, quienes han hecho el esfuerzo para darme el estudio, de quienes me siento orgulloso, de quienes siento admiración y respeto.

Agradecimiento:

Agradezco a mi Padre Celestial y a la Virgen María, a mis padres y hermana, sin ellos esto no tendría punto ni coma, a mis profesores y sobre todo a mi director y codirector, quienes guiaron todo este proceso. Agradezco a mis amigos que le dieron apoyo a este proyecto. Finalmente agradezco una vez más a mi Dios Omnipotente, Él es el camino, la verdad y la vida.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Declaración de Responsabilidad.....	ii
Certificado de Tutoría.....	iii
Autorización	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos	vii
Índice de Tablas.....	x
Índice de Gráficos.....	xiii
Índice de Figuras	xv
Resumen	xvi
Abstract.....	xvii
CAPÍTULO I.....	1
1. ASPECTOS PRELIMINARES	1
1.1. Introducción.....	1
1.2.Marco Teórico	3
1.2.1. Revistas Indexadas	3
1.2.2. Caracterización de las Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional (REEO).....	10
1.3. Metodología de la Investigación.....	19
1.4. Justificación.....	22
1.5. Definición del problema	25
1.6. Objetivos.....	25
CAPÍTULO II.....	27
2. DIAGNÓSTICO ESTRÉGICO.....	27
2.1. Análisis Situacional	27
2.1.1. Análisis Macroambiente	27
2.1.1.1. Variable Socio-Económica	27
2.1.1.2. Variable Político - Legal.....	38
2.1.1.3. Variable Tecnológica.....	41
2.1.2. Análisis Microambiente.....	44
2.1.2.1. Proveedores	44
2.1.2.2. Clientes	47
2.1.2.3. Competencia	47

2.1.2.4.Productos Sustitutos	50
2.1.2.5.Barreras de Entrada	50
2.1.2.6.Perspectiva Financiera	51
2.1.2.7.Perspectiva del Cliente	52
2.1.2.8.Perspectiva Interna	53
2.1.2.9.Perspectiva de Desarrollo Humano y Tecnológico	54
2.1.2.9.1. Desarrollo Humano	54
2.1.2.9.2. Desarrollo Tecnológico	56
2.2.Análisis FODA	57
2.2.1. Matriz Resumen.....	57
2.2.2. Matriz de Impacto.....	59
2.2.2.1.Matriz de Impacto Cruzada	63
2.2.3. Matriz Síntesis	68
2.3.Matriz General Electric	70
2.3.1. Matriz Factores Externos.....	70
2.3.2. Matriz Factores Internos.....	71
2.4.Ciclo de Vida del Producto.....	72
CAPÍTULO III	74
3. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	74
3.1.Conceptos	74
3.2.Alineación Estratégica.....	75
3.2.1. Alineación Estratégica de la ESPE frente a la política del DCEAC	75
3.2.1.1.Misión.....	75
3.2.1.2.Visión	76
3.2.1.3.Objetivos.....	78
3.3.Balanced Score Card	79
CAPÍTULO IV	80
4. ANÁLISIS DE MERCADO	80
4.1.Metodología de la Investigación.....	80
4.2.Definición de la muestra.....	82
4.3.Encuesta.....	84
4.3.1. Tabulación de la encuesta.....	84
4.3.2. Cruce de variables	112
4.4.Entrevista a Expertos.....	121

4.5.Conclusiones de la investigación a partir de los objetivos ehipótesis	122
4.6.Demanda Insatisfecha.....	124
4.7.Tipo de posicionamiento	125
CAPÍTULO V	126
5. ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS DE MARKETING	126
5.1.Estrategia	126
5.2.Programa de marketing para la estrategia.....	127
CAPÍTULO VI	144
6. PRESUPUESTO	144
CAPÍTULO VI	149
7.1. CONCLUSIONES.....	149
7.2. RECOMENDACIONES	152
7.3. BIBLIOGRAFÍA.....	155
ANEXOS	159
ANEXO 1	159
ANEXO 2	163
ANEXO 3	164
ANEXO 4	172
ANEXO 5	182
ANEXO 6	188
ANEXO 7	193
ANEXO 8	196
ANEXO 9	199
ANEXO 10	200
ANEXO 11	204
ANEXO 12	207

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. No. De Revistas Impresas Ingresadas en el Catálogo hasta el 2013	8
Tabla 2. Diferencias entre Bases de Datos	8
Tabla 3. Resumen de características, objetivos y estrategias del ciclo de vida del producto	17
Tabla 4. Gasto en Ciencia y Tecnología (Ecuador).....	28
Tabla 5. Gasto en Ciencia y Tecnología (Investigación y Desarrollo) (Ecuador, Perú y Colombia).....	28
Tabla 6. Gasto en I+D por tipo de Investigación en el Ecuador.....	29
Tabla 7. Gasto en I+D por sector de financiamiento en el Ecuador.....	31
Tabla 8. Inversión en I&D por disciplina científica en el Ecuador.....	32
Tabla 9. Personal de Ciencia y Tecnología en el Ecuador (personas físicas).....	33
Tabla 10. Personal de Ciencia y Tecnología (personas físicas) (Ecuador, Perú y Colombia).....	34
Tabla 11. Investigadores por disciplina científica en el Ecuador (personas físicas)	35
Tabla 12. Investigadores por nivel de formación en el Ecuador (PF).....	36
Tabla 13. Investigadores por nivel de formación solamente doctorados (Ecuador, Perú y Colombia).....	37
Tabla 14. Costos de publicación física de la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional al 2011	51
Tabla 15. Matriz Resumen FODA.....	57
Tabla 16. Matriz de Impacto Fortalezas	59
Tabla 17. Matriz de Impacto Debilidades	60
Tabla 18. Matriz de Impacto Oportunidades	61
Tabla 19. Matriz de Impacto Amenazas.....	62
Tabla 20. Matriz de Impacto Cruzada	64
Tabla 21. Matriz Síntesis.....	68
Tabla 22. Matriz General Electric, Factores Externos.....	70
Tabla 23. Matriz General Electric, Factores Internos.....	71
Tabla 24. Balance Score Card para la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional.....	79
Tabla 25. Número de investigadores por universidad de categoría A en el Ecuador en el área de administración	83
Tabla 26. Edad del investigador	84

Tabla 27. Género del investigador.....	85
Tabla 28. Nivel de formación del investigador	86
Tabla 29. Investigadores que desempeñan la función de investigador.....	86
Tabla 30. Investigadores que desempeñan la función de docente.....	86
Tabla 31. Área de conocimientos de los investigadores.....	87
Tabla 32. En dónde trabajan los investigadores	88
Tabla 33. Tiempo que llevan investigando.....	89
Tabla 34. Lee revistas indexadas.....	90
Tabla 35. Cuál revistas indexada leen los investigadores	91
Tabla 36. Ha publicado en revistas indexadas.....	92
Tabla 37. En cuál revista indexada han publicado	93
Tabla 38. Frecuencia de publicación en revistas indexadas	93
Tabla 39. Lugar donde consigue revistas indexadas	94
Tabla 40. Razones por las que lee una revista indexada	95
Tabla 41. Dónde consigue información acerca de revistas indexadas	96
Tabla 42. Beneficios que obtiene el investigador al leer una revista indexada.....	97
Tabla 43. Importancia de seleccionar una revista indexada	98
Tabla 44. Qué tanto conoce de revistas indexadas	99
Tabla 45. Diferentes opciones de revistas administrativas en el Ecuador.....	100
Tabla 46. Primer nombre de revista administrativa.....	101
Tabla 47. Otros nombres de revistas administrativas.....	102
Tabla 48. Conoce revistas administrativas disponibles en el Ecuador	103
Tabla 49. Primero que se le viene a la mente al escuchar REEO.....	104
Tabla 50. Conoce o ha leído la REEO.....	104
Tabla 51. Características de una revista indexada.....	105
Tabla 52. Revistas que considera seriamente leer	107
Tabla 53. Nombres de revistas que ha utilizado.....	108
Tabla 54. Revista que más utiliza.....	109
Tabla 55. Si todas las revistas tuvieras los mismos conocimientos cuál escogería	110
Tabla 56. Última revista que utilizó	111
Tabla 57. Revista piensa utilizar la próxima vez.....	112
Tabla 58. Edad vs Frecuencia de publicaciones	112

Tabla 59. Nivel de formación vs frecuencia de publicación en revistas	113
Tabla 60. Tiempo que lleva investigando vs frecuencia de publicación en revistas	113
Tabla 61. Lee revistas indexadas vs conoce la REEO.....	115
Tabla 62. Tiempo que lleva investigando vs conoce la REEO	116
Tabla 63. Conoce o ha leído la REEO vs lugar de trabajo	117
Tabla 64. Tiempo que llevan investigando vs qué tanto conocen de revistas indexadas	121
Tabla 65. Estrategias, programas y proyectos de marketing	130
Tabla 66. Proyecto 1. Micrositio para la REEO	131
Tabla 67. Proyecto 2. Campaña sin formación no hay publicación	133
Tabla 68. Proyecto 3. Concurso Iniciación Científica.....	134
Tabla 69. Proyecto 4. Feria Publicaciones en el Ecuador	135
Tabla 70. Proyecto 5. Convenios con universidades	136
Tabla 71. Proyecto 6. Big Boy ESPE	137
Tabla 72. Proyecto 7. Grupo de investigadores.....	139
Tabla 73. Proyecto 8. Colocación de la REEO en Catálogo de Latindex (Requisitos ANEXO 5).....	140
Tabla 74. Proyecto 9. Indexación de la REEO en la Base de Datos Scielo(Requisitos ANEXO 6).....	141
Tabla 75. Proyecto 10. Indexación de la REEO en la base de datos Redalyc (Requisitos ANEXO 7)	142
Tabla 76. Proyecto 11. Faltantes para Indexación de la REEO en bases de datos	143
Tabla 77 Presupuesto de los proyectos a ejecutar	144
Tabla 78 Cronograma Cuatrimestral de los proyectos a ejecutar	145

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Gasto en Ciencia y Tecnología (I&D) en millones de dólares USD (Ecuador, Perú y Colombia)	29
Gráfico 2. Gasto en investigación y Desarrollo por tipo de Investigación en el Ecuador	30
Gráfico 3. Gasto en Investigación y Desarrollo por sector de financiamiento en el Ecuador	31
Gráfico 4. Inversión y desarrollo por disciplina científica en el Ecuador	32
Gráfico 5. Personal de Ciencia y Tecnología (personas físicas) (Ecuador)	33
Gráfico 6. Personal de Ciencia y Tecnología Solamente Investigadores (Ecuador, Perú y Colombia)	34
Gráfico 7. Investigadores por disciplina científica en el Ecuador	35
Gráfico 8. Investigadores por nivel de formación (PF)	36
Gráfico 9. Investigadores por nivel de formación solamente doctorados (Ecuador, Colombia y Perú)	37
Gráfico 10. Edad del investigador	84
Gráfico 11. Género del investigador	85
Gráfico 12. Nivel de formación del investigador	86
Gráfico 13. Ocupación que desempeña el investigador	87
Gráfico 14. Área de conocimientos de los investigadores	88
Gráfico 15. En dónde trabajan los investigadores	89
Gráfico 16. Tiempo que llevan investigando	90
Gráfico 17. Lee revistas indexadas.....	91
Gráfico 18. Ha publicado en revistas indexadas.....	92
Gráfico 19. Frecuencia de publicación en revistas indexadas	94
Gráfico 20. Lugar donde consigue revistas indexadas	95
Gráfico 21. Razones por las que lee una revista indexada	96
Gráfico 22. Dónde consigue información acerca de revistas indexadas	97
Gráfico 23. Beneficios que obtiene el investigador al leer una revista indexada.....	98
Gráfico 24. Importancia de seleccionar una revista indexada.....	99
Gráfico 25. Qué tanto conoce de revistas indexadas	100
Gráfico 26. Diferentes opciones de revistas administrativas en el Ecuador.....	101
Gráfico 27. Conoce revistas administrativas disponibles en el Ecuador.....	103
Gráfico 28. Conoce o ha leído la REEO.....	105

Gráfico 29. Características de la revista indexada.....	106
Gráfico 30. Lee revistas indexadas vs razones por las que lee.....	114
Gráfico 31. Lee revistas indexadas vs beneficios que obtiene de las revistas.....	114
Gráfico 32. Lee revistas indexadas vs conoce de revistas en el Ecuador.....	115
Gráfico 33. Área de conocimientos vs investigadores que No conocen la REEO.....	117
Gráfico 34. Área de conocimientos vs frecuencia de publicación en revistas indexadas.....	118
Gráfico 35. Área de conocimientos vs tiempo que lleva investigando.....	118
Gráfico 36. Área de conocimientos vs conocen revistas ecuatorianas.....	119
Gráfico 37. Nivel de formación vs conoce revistas dentro del Ecuador.....	119
Gráfico 38. Tiempo que llevan investigando vs Sí conocen revistas ecuatorianas.....	120

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ulrich's Periodical Directory	42
Figura 2: Compromiso (2012), Pontificia Universidad Católica del Ecuador	48
Figura 3. Retos (2012), Universidad Politécnica Salesiana	49
Figura 4. FENOpina (2012) ,Universidad Politécnica del Litoral.....	49
Figura 5: General Electric, Factores internos y Externos	71
Figura 6: Ciclo de vida del producto	72
Figura 7. Direccionamiento Estratégico	74
Figura 8. Diseño de micrositio	131
Figura 9. Diseño Big Boy	137
Figura 10. Marked Journal List	148

RESUMEN

El proyecto se enfoca en posicionar a nivel nacional la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional (REEO), que tiene el Departamento de Ciencias Administrativas, Económicas y de Comercio de la ESPE.

Para esto, se realizó un análisis situacional que permitió identificar algunos factores que afectan a la REEO como: la LOES exige publicar artículos en revistas indexadas; el segmento para las revistas indexadas es limitado; la REEO posee un comité científico y editorial de calidad; no existe cultura de investigación en el país; existe experiencia en los miembros que elaboran la revista; entre otros, que permitieron identificar que la REEO se encuentra en etapa de Introducción.

A partir del análisis, se realizó una investigación dentro de las universidades de categoría A y B, y se encontró entre otros que: a la revista solamente el 4% de investigadores la conocen y ellos tienen un promedio de 42 años de edad, que llevan investigando aproximadamente 5 años y cumplen funciones de docentes – investigadores y el 66% de ellos no han publicado en revistas indexadas, aunque el 83% de ellos sí leen revistas indexadas. Gracias a este análisis, se definieron algunos tipos de segmentos a los que la revista se enfoca, entre los cuales destacan: investigadores de 42 años con masterado y otros con doctorado, que lleven investigando un promedio de 5 años; otros que trabajen solamente en una institución educativa, y demás. Estos segmentos permitieron definir el tipo de posicionamiento por atributo, donde la revista se enfocará en su valor que es su rigurosidad científica. Finalmente se determinaron estrategias como: creación de un micrositio en la web de la ESPE, un concurso de iniciación científica, la indexación en bases de datos gratuitas, entre otras con un costo de 12 mil dólares que atraerán a aproximadamente 1763 investigadores de las universidades del Ecuador.

ABSTRACT

The project focuses on placing Administrative, Economic and Commercial Sciences Department's "Emprendedorismo y Estrategia Organizacional (REEO)" Magazine at a national level.

To do so, a situational analysis was made in order to identify some factors that affect the REEO such as: the law demands to publish articles on indexed magazines; the segment for indexed magazines is limited; the REEO has a scientific committee and a high quality editorial; it does not exist a research culture in the country; the members who make the magazine have experience; among others, which let to identify that the REEO is at an Introduction stage or phase.

From the analysis, a research was made within universities of Category A and B, and as a result it was found the following: only a 4% of the researchers know about the magazine and they all have an average age of 42 years old, they have been researching 5 years and work in the teaching-research field and 66% of them have not published on indexed magazines, although the 83% of them do read indexed magazines. Thanks to this analysis, some types of segments were defined to which the magazine focuses on, among these, some of them are highlighted: 42 year old researchers with a master's degree and others with a doctorate, a research average time of 5 years; those who work only in one educational institution. These segments allowed to define the positioning type per attribute, where the magazine will focus on its value: the scientific rigor.

Finally the strategies are determined, such as: the creation of a micro site on the ESPE web page, a scientific initiation contest, the indexation on free data bases, with a cost of 12 000 dollars which will attract an approximate number of 1763 researchers from Ecuadorian universities.

CAPÍTULO I

1. ASPECTOS PRELIMINARES

1.1.Introducción

El proyecto se enfoca en posicionar a nivel nacional la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional (REEO), que tiene el Departamento de Ciencias Administrativas, Económicas y de Comercio de la ESPE. La REEO, está enfocada a la materia de Administración y áreas conexas, y atiende a académicos y no académicos y sus necesidades de conocimiento [...]” (Albuja, Noboa, Mayorga, Orduña, Matos, & Jácome, 2011).

Para esto se realizó un análisis situacional que permitió identificar algunas características como que la ley exige publicar artículos en revistas indexadas o el que gobierno está invirtiendo en ciencia y tecnología con cifras que alcanzan los 782 millones de dólares. O bien se puede citar características como el hecho de que el número de investigadores aumenta paulatinamente en el Ecuador; el segmento para las revistas indexadas es limitado o el que no existe cultura de investigación dentro del país, y todos estos entre otros factores externos que pueden afectar de manera positiva o negativa a la revista. Dentro del análisis de situación también se conoció más a fondo la revista y se encontró que: la REEO posee un comité científico y editorial de calidad; tiene código ISSN; existe experiencia en los miembros que elaboran la revista; no tiene cobertura ni fidelización; es complicado encontrar investigadores que estén dispuestos a publicar en la revista; y finalmente que los docentes de la ESPE no se interesan en realizar investigación.

Siguiendo con los resultados del análisis situacional se debe mencionar que éstos permitieron identificar que la revista se encuentra en etapa de Introducción dentro del ciclo

de vida del producto, y que por lo tanto, se tienen que hacer varios esfuerzos en conseguir clientes, y una intensa publicidad para atraerlos.

Posterior al análisis, se realizó una investigación dentro de las universidades de categoría A y B, para conocer el posicionamiento de la revista, y se encontró al realizar una encuesta que: la REEO no se encuentra posicionada, ya que solamente el 4% de investigadores (población objetivo de la revista) conocen o al menos han escuchado hablar de ella y el 81% de ellos tampoco conocen otras revistas que algunas universidades del país han publicado. La encuesta también determinó que los investigadores tienen un promedio de 42 años de edad, que llevan investigando aproximadamente 5 años y cumplen funciones de docentes – investigadores y el 66% de ellos no han publicado en revistas indexadas, aunque el 83% de ellos sí las leen. Finalmente otro dato que arroja la encuesta es que el rigor científico, actualización y contenidos son las características que la mayoría de investigadores buscan en una revista indexada.

Aprovechando los resultados de la encuesta, se han definido tipos de segmentos a los que la revista se enfoca entre los cuales destacan los investigadores promedio de 42 años con masterado que cumplan funciones de investigadores y docentes, que lleve investigando un promedio de 5 años; investigadores de promedio de 42 años con doctorado que cumplan funciones de investigadores y docente, que lleve investigando un promedio de 5 años; docentes investigadores que tengan un promedio de 42 años que trabajen solamente en una institución educativa, que lean revistas indexadas, y que no hayan publicado en ninguna revista. Entre otros estos segmentos permitieron definir el tipo de posicionamiento donde la revista se enfocará y esto es en su valor por atributo, es decir, en su rigurosidad científica.

Finalmente se determinaron estrategias como: micrositio en la web de la ESPE, campaña para investigar, un concurso de iniciación científica, una feria para publicaciones en el Ecuador, indexación en bases de datos gratuitas, convenios en universidades y publicidad dentro de ellas. Estas estrategias tienen un presupuesto de 12 mil dólares que atraerán a aproximadamente 1763 investigadores de las universidades del Ecuador.

1.2.Marco Teórico

1.2.1. Revistas indexadas

“Una revista indexada es una publicación periódica de investigación que denota alta calidad y ha sido listada en alguna base de datos de consulta mundial, lo que habitualmente trae aparejado que la revista tenga un elevado factor de impacto”.(Cáceres Serrano, 2008)

Otra característica importante que se puede apreciar en la siguiente idea es que: “Son aquellas publicaciones periódicas de carácter científico y tecnológico contenidas en las bases de datos”. (Promep, 2011)

“La revista científica ha sido por más de trescientos años el espacio privilegiado por los científicos para dar a conocer los resultados de sus trabajos”. (Bonilla, 2004)

Es importante la indexación de una revista, ya que estas publicaciones dan como resultado conocimiento para quienes lo leen. “Este tipo de investigación es lo que el sistema de educación ecuatoriano está demandando; que los profesores no repitan lo que dice en los libros sino que investiguen cómo se aplica todo eso en este país” [...]. (Albuja, 2012)

Los objetivos de la indexación de la revista de acuerdo a Bonilla (2008, p. 28)son:

- Hacer seguimiento a la trayectoria que progresivamente le ha permitido a la revistas construir sus características específicas, integrar las normas, definir su propia audiencia, asegurar su estabilidad, ganar reconocimiento y visibilidad en los grupos sociales a los que pretende satisfacer con su saber certificado.(Bonilla, 2004)
- Establecer el grado de desarrollo de las revistas científicas.(Bonilla, 2004)
- Clasificar las revistas para que permita a los diferentes estamentos tomar decisiones con respecto a las publicaciones(Bonilla, 2004)

Las universidades en Latinoamérica han venido publicando artículos, revistas y libros a través de los años, ejemplos de algunas de estas instituciones superiores podemos tener a:

- Universidad Sao Paulo (Brasil) – Revista RAUSP – Base de datos: Scielo, EBSCO
- Pontificia Universidad Católica de Chile (Chile) – Revista Abante – Base de Datos: RePEc
- Universidad Nacional Autónoma de México (México) – Revista Contaduría y Administración – Base de datos:Scielo
- Universidad de los Andes (Colombia) – Academia Revista Latinoamericana de Administración – Base de datos: ISI
- Tecnológico de Monterrey (México) - Revista de Administración, Finanzas y Economía (Journal of Management, Finance and Economics) – Base de datos: RePEc

Entre otras universidades a nivel latinoamericano.

Es importante publicar artículos en revistas que estén indexadas, “ya que así se demuestra que se está realizando investigación”.(Araque, 2013) Ahora bien, es sustancial

que las revistas tengan un código llamado ISSN, este código implica la “identificación de las publicaciones seriadas que se editan a escala mundial. Los registros asignados en más de setenta países conforman una base de datos centralizada, que es administrada por la red ISSN Internacional, cuya sede está en París.” (SENESCYT, Código único de las publicaciones seriadas, ISSN, 2012)

El ISSN como definición, “es la herramienta bibliográfica que actúa como fuente de referencia para la identificación de las publicaciones seriadas que circulan en el mundo; es decir, que es considerada como el catálogo mundial de las publicaciones seriadas.”(SENESCYT, Código único de las publicaciones seriadas, ISSN, 2012).

Es por esto que en este país existen revistas de distintas temáticas que contienen este código, que implica que estar dentro de una base nacional de la SENESCYT. Aproximadamente “hasta el año 2012 han sido indexadas con este código aproximadamente 750 revistas de materias distintas.” (SENESCYT, 2012)

La indexación de una revista implica “certificar a través de bases de datos la calidad de una revista por medio de normativas” (Albuja, 2013), una de las bases de datos que existen en el mundo es Scopus, definida a través de su web como “la base de datos de citas de literatura revisada por expertos con herramientas inteligentes que la pista, analizar y visualizar la investigación.”(SciVerse, 2013)

Basta ingresar a la página web de Scopus, para encontrar variedad de servicios que ofrece como por ejemplo: el poder mirar quien cita la revista, el número de citas; ver

rápidamente los principales diarios, disciplinas y autores; echar un vistazo a los autores y sus obras, y por supuesto la base de datos donde se encuentran un sinnúmero de revistas, artículos entre otros. (SciVerse, 2013)

Otra base de datos es el Journal Citation Reports-Social Sciences Citation Index (JCR), perteneciente a Thompson Reuters, el cual “ofrece un medio sistemático y objetivo para evaluar de manera crítica las revistas más importantes del mundo. Es el único recurso de evaluación de revistas que brinda información estadística basada en los datos de citas.”(Reuters, 2012).

Este recurso, disponible en ediciones para Ciencias Sociales y Ciencia, es una herramienta esencial para cualquiera que necesite conocer acerca del impacto y la influencia de las revistas en la comunidad investigadora global:

- Para los investigadores: ayuda la decisión sobre presentación de manuscritos, y a identificar las publicaciones más frecuentemente citadas(Reuters, 2012)
- Para los bibliotecarios y profesionales de información: ayuda con la adquisición y administración de colecciones de publicaciones periódicas(Reuters, 2012)
- Para los editores: ayuda a evaluar sus decisiones editoriales en el tiempo y determinar la influencia de sus publicaciones en el mercado. (Reuters, 2012)

Así también se puede hacer referencia a bases de datos Latinoamericanas, que pueden dar referencia a varias publicaciones en esta región, una de ellas es Scielo.

“La Scientific Electronic Library Online - SciELO es una biblioteca electrónica que abarca una colección seleccionada de revistas científicas Brasileñas.”(SciELO, 2012)

Este proyecto contempla “el desarrollo de una metodología común para la preparación, almacenamiento, disseminación y evaluación de literatura científica en formato electrónico.” (SciELO, 2012)

Dentro de estas bases de datos, existen un sinnúmero de revistas indexadas de países no solo de su propia región sino de todo el mundo.

Así también, estas bases de datos contienen artículos de varios tipos como:

- Ciencias agrícolas
- Ciencias de la salud
- Ciencias biológicas
- Ciencias exactas
- Ciencias sociales
- Ingenierías
- Humanidades
- Finanzas, economía, administración
- Lingüística

A nivel latinoamericano existe una indizadora llamada Latindex, que “es un sistema de Información sobre las revistas de investigación científica, técnico-profesionales y de divulgación científica y cultural que se editan en los países de América Latina, el Caribe, España y Portugal.” (UNAM, 2013)

Como se puede observar claramente en la Tabla 1, en esta indizadora específicamente se encuentran aproximadamente 68 revistas impresas ecuatorianas hasta el 2013

Tabla 1

No. De Revistas Impresas Ingresadas en el Catálogo hasta el 2013

Nº. DE REGISTROS DE CADA PAÍS QUE SE HAN INGRESADO EN EL CATÁLOGO HASTA EL 2013

Argentina	492
Barbados	1
Bolivia	19
Brasil	1832
Chile	839
Colombia	418
Costa Rica	80
Cuba	113
Ecuador	68
El Salvador	6
España	1915
Guatemala	2
Honduras	3
Jamaica	1
Latinoamericanistas	37
México	728
Nicaragua	8
Organismos Internacionales	13
Panamá	11
Paraguay	16
Perú	136
Portugal	153
Puerto Rico	48
República Dominicana	10
Uruguay	60
Venezuela	241

Fuente: UNAM (2012), *Latindex*. (UNAM)

Ahora bien, a continuación se presenta la Tabla 2 que muestra algunas diferencias entre las bases de datos mencionadas anteriormente:

Tabla 2.

Diferencia entre Bases de datos

	<u>Scopus</u>	<u>Scielo</u>	<u>Latindex</u>
Pago	Suscripción	Gratuita	Gratuita
Parámetros	Parámetros más exigentes que las demás	Parámetros según los países donde se encuentra	Parámetros según un grupo de especialistas de México
Objetivo	Funciona como un servicio de indización de la literatura publicada en revistas de calidad, garantizando su visibilidad a nivel mundial	Permitir el acceso a los textos completos de los artículos publicados en ellas	Instrumento de control más que una base de datos objeto de comparación
País más aporta títulos	Brasil líder regional en aporte de títulos	Brasil líder regional en aporte de títulos	Colombia lidera en aporte de títulos
Temática de Revistas	Mayor porcentaje de revistas de Ciencias Médicas	Mayor porcentaje de revista médicas y revistas de artes y humanidades	

Fuente: UDEA, (2009), *Revistas y producción científica de América Latina y el Caribe: su visibilidad en SciELO, RedALyC y SCOPUS*, (Nación, 2009)

Es importante tener conocimiento de que existe una página web destinada a clasificar los artículos publicados por categorías dependiendo de su calidad, esta página web tiene como nombre WebQualis. “Qualis mide la calidad de los artículos y otros tipos de producción, a partir del análisis de la calidad de los vehículos de difusión, es decir, las revistas científicas.”(Ministerio de Educación de Brasil, 2013)

Dentro de esta clasificación, se encuentra una “evaluación periódica y pasa a través de la actualización anual. Estos vehículos se clasifican en estratos indicativos de la calidad - A1, el más alto, A2, B1, B2, B3, B4, B5, C - con un peso cero.”(Ministerio de Educación de Brasil, 2013)

Ahora bien, hay que destacar que el gobierno financia la posibilidad de disponer de información científica actualizada a través del Proyecto de Fortalecimiento del Acceso a la Información Científica Internacional fomentado por la Senescyt, es decir, que permite acceder a bases de datos científicas de forma gratuita. Algunas de estas destacan: EBSCO, Proquest, Bibliomedex, IEEE, e-libro, entre otras. (SENESCYT, Educación Superior, 2012). Definitivamente un proyecto que incentiva a la investigación, y permite acceder a algunas bases de datos, que como se pudo describir revela información valiosa dentro del desarrollo académico.

1.2.2. Caracterización de la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional (REEO)

La REEO, está enfocada a la materia de Administración y áreas conexas, es muy importante conocer su misión: “Atender académicos y no académicos [...] por medio de la socialización de investigaciones [...] y de esta manera cumplir con la sociedad en el

sentido de influenciar el futuro”(Albuja, Noboa, Mayorga, Orduña, Matos, & Jácome, 2011)

Los objetivos de la Revista son:

- a) Divulgar trabajos científicos en áreas de Economía, Administración y áreas afines;
- b) Estimular la creación y la divulgación de textos de profesores y alumnos de los programas de Pregrado y Postgrado de la ESPE y de otras Instituciones de Educación Superior en las mismas áreas de conocimiento
- c) Ofrecer un canal de comunicación para el intercambio de informaciones entre profesionales de las áreas mencionadas, a través de la publicación de contribuciones que se encuadren en las Normas para Publicación de Trabajos de esta revista.(Albuja, Noboa, Mayorga, Orduña, Matos, & Jácome, 2011)

Para lograr el objetivo de posicionamiento de la Revista REEO se realizó un estudio, que comprendió:

- Ambiente Situacional
 - o Ambiente Interno
 - o Ambiente Externo
 - Microambiente
 - Microambiente
- Análisis FODA
- Segmentación de mercados
- Estrategias de marketing a definir
- Presupuesto y viabilidad financiera, establecida para el plan de marketing

Análisis Situacional:

Es por esto que se empieza con un análisis de situación que “es una de las partes más importantes dentro de la función de los gerentes, ya que prácticamente toda la planeación y toma de decisiones dependen de la forma en que los gerentes lo llevan a cabo.” (Ferrel & Hartline, 2005, p. 48)

Existen muchos aspectos a considerar en un análisis de situación, pero es importante que cualquier esfuerzo esté bien organizado, sea sistemático y cuente con el apoyo de recursos suficientes.

“Este esfuerzo continuo garantiza que la organización mantiene la capacidad de evaluar su situación actual en tiempo real, sobre todo en cuanto a la vigilancia continua de los cambios y las tendencias en el ambiente externo.”(Ferrel & Hartline, 2005, p. 46)

“El análisis situacional es de importancia para todas las compañías, pero es crucial para aquellas que consideran la globalización debido a la diversidad de los ambientes en los cuales habrán de operar”(Daft & Marcic, 2006) y esto se puede apegar a la revista, ya que esta si llegara a indexarse, necesitaría analizar los ambientes en los cuales va a operar, es decir, como el concepto lo dice, su globalización.

Dentro de este análisis situacional se considera el ambiente interno y externo que involucran el desenvolvimiento de las empresas (en este caso de la revista). Es por eso que se distinguen algunas variables dentro del análisis interno que son:

- Administrativas
- Financieras
- Marketing
- TIC's
- Liderazgo

Entre otras variables que afectan al posicionamiento e indexación de la revista.

Dentro del ambiente externo, “se incluyen todos los factores externos (competitivos, económicos, políticos, legales/regulatorios, tecnológicos y socioculturales) que ejercen una presión directa e indirecta considerable sobre las actividades de marketing.” (Ferrel & Hartline, 2005, p. 56)

Así también las variables establecidas para un ambiente externo micro, se puede encontrar:

- Competencia: “La competencia se define como el conjunto de productos de similares o iguales características. Por medio del estudio de los competidores, se puede determinar factores que posicionan a la empresa y determinar necesidades de los clientes.” (Tamayo, 2009). Generalmente se enfrenta cuatro tipos de competencia básicos:
 - o Competidores de marca
 - o Competidores de producto
 - o Competidores genéricos
 - o Competidores de presupuesto total

Ferrel&Hartline (2005, p.59) afirman que “el análisis competitivo recibe mayor atención en años recientes porque existe una competencia más intensa por parte de competidores avanzados, porque existe mayor competencia del extranjero, existen ciclos de productos más cortos y ambientes más dinámicos.”

- Clientes: “Los clientes son las personas, entidades u organizaciones que demandan un producto o servicio para cubrir un requerimiento o necesidad.”(Tamayo, 2009)

- Intermediarios: se analizan los canales de distribución establecidos y la identificación de integrantes principales de este canal.
- Proveedores: “Su efecto puede ser significativo, en particular cuando un número limitado de proveedores sirve a varias industrias diferentes. Los proveedores son especialmente importantes cuando su producto es una gran parte del valor agregado del comprador.”(Walker, Boyd, Mullins, & Larreché, 2005)
- Barreras de entrada: “La amenaza de los nuevos entrantes depende de las barreras de entrada existentes en el sector. Cuanto más elevadas son las barreras de entrada, mayor dificultad tiene el acceso al sector.” (González, 2010)
- Productos sustitutos: “Los productos sustitutivos limitan el potencial de todos quienes compiten en el mercado. La política de productos sustitutivos consiste en buscar otros que puedan realizar la misma función que el que fabrica.” (González, 2010)

También se considera el macroambiente dentro del análisis externo, donde se identifica:

- Crecimiento económico y estabilidad: “Un estudio detallado de los factores económicos requiere que los gerentes de marketing midan anticipen las condiciones económicas generales del país, región, estado y área local en los que operan.”(Ferrel & Hartline, 2005, p. 60)
- Tendencias políticas: La mayor parte de las organizaciones deben tratar de mantener buenas relaciones con los funcionarios políticos electos. Así como también, se debe ajustar a los cambios políticos existentes.

- Aspectos legales y regulatorios: “Está integrado por las leyes, agencias gubernamentales y grupos de presión que influyen en varias organizaciones e individuos en la sociedad cortando su libertad de acción y constituyen elementos normativos para la causa de las organizaciones.”(Tobar, 2007)
- Avances tecnológicos: “La tecnología ha cambiado la forma de vivir de los consumidores y los empleados, así como la forma en que los mercadólogos operan para cubrir sus necesidades y es así como se crean nuevas oportunidades de marketing.” (Ferrel & Hartline, 2005, p. 62)
- Tendencias socioculturales: “Son aquellas influencias sociales y culturales que provocan cambios en las actitudes, creencias, normas, costumbres y estilo de vida. Estas fuerzas afectan en gran medida la forma de vida de la gente y ayudan a determinar la compra del consumidor.” (Ferrel & Hartline, 2005, p. 63)

Análisis FODA

Partiendo de un análisis empresarial, se procede a utilizar la herramienta del FODA, que comprende las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas. El FODA “es importante debido al análisis de interno y externo en donde se consideran dentro de varios aspectos el mercado, su potencial y sus elementos [...] y facilita el desarrollo de una estrategia basado en su análisis.” (UDLAP, 2010, p.11)

Dentro de las fortalezas y debilidades, “se enfocarán en los recursos de la compañía, como los costos de producción, las capacidades de comercialización, los recursos financieros, la imagen de la compañía o de la marca, la capacidad de los empleados y la tecnología disponible.”(Lamb & McDaniel, 2006, p. 43) Así también Daft & Dorothy

(2006, p. 169) definen a las fortalezas como “las características internas positivas que la organización puede explotar para alcanzar sus metas estratégicas de desempeño. Y que las debilidades son las características internas que podrían restringir el desempeño de la organización.”.

En cuanto a las oportunidades y amenazas, “puede obtenerse partir de fuentes, incluidos clientes, reportes del gobierno, periódicos profesionales, proveedores, análisis de tendencias globales, entre otros.”(Daft & Marcic, 2006, p.168)Este análisis ayuda a proporcionar lineamientos para el diseño de una estrategia de marketing; dice el mismo autor que “las amenazas son características del ambiente externo que pueden evitar que las organizaciones logren sus metas, mientras la oportunidades tienen el potencial de ayudar a la organización a alcanzar sus metas estratégicas.”

Segmentación

Posteriormente se pasa a la segmentación de mercado, “es el proceso de dividir el mercado total para un producto, categoría de productos, en particular en segmentos o grupos relativamente homogéneos.”(Ferrel & Hartline, 2005, p. 135). Otro autor dice que “es el proceso por el cual el mercado se divide en distintos subconjuntos de clientes con necesidades y características semejantes que los llevan a responder de maneras similares a un ofrecimiento de producto y un programa de marketing particulares”. (Walker, Boyd, Mullins, & Larreché, 2005). La segmentación trata de “encontrar el punto de enfoque donde se pondrá todo el esfuerzo del proyecto [...] divide (segmenta) a una gran masa de consumidores en un grupo reducido, en los clientes potenciales, que en definitiva, es lo que más interesa.”(Martin, 2011)

Antes de definir las variables de segmentación, se presentan enfoques de segmentación: marketing masivo, múltiples, concentración de mercado y marketing de nichos.

Kotler & Amstrong (2003, p.54), permiten conocer que es “evidente que hay muchas formas de segmentar un mercado, pero para ser útiles, los segmentos deben ser: medibles, accesibles, sustanciales, diferenciales, susceptibles de acción.” Es decir, que se pueda medir el tamaño, que se pueda llegar a un segmento, que sean grandes y rentables, que se puedan distinguir conceptualmente, y que se puedan formar programas para atraer y servir a los segmentos. (Kotler & Gary, Fundamentos de Marketing, 2003, p. 54)

Estrategia de ciclo de vida

Este concepto parte “de un proceso (la selección natural) operando en un nivel (poblacional), en el que se dirime el destino de un tipo de individuos, es decir, los productos, cuya evolución vital se puede medir a través de la curva de ventas.”(Cruz & Martínez, 2012)

Ahora bien, “decir que un producto tiene un ciclo de vida es afirmar: (1) los productos tienen una vida limitada [...] (4) los productos requieren diferentes estrategias de marketing. Esta curva por lo general tiene 4 etapas”(Kotler, 2002, p. 171):

- Introducción: Periodo de crecimiento lento de ventas, a medida que el producto se introduce en el mercado.
- Crecimiento: Periodo de rápida aceptación en el mercado
- Madurez: Periodo en el que se frena el crecimiento de las ventas porque el producto ha logrado la aceptación de la mayoría de los compradores. Las tres estrategias de madurez son: modificación de mercados, modificación de productos y la modificación de la mezcla de marketing

- Decrecimiento: Periodo en el que las ventas muestran una curva descendente. Esto depende de lo que le envuelve a la empresa, así como de la fuerza competitiva.

La Tabla 3 contiene las características, los objetivos y estrategias asociados a cada etapa:

Tabla 3

Resumen de características, objetivos y estrategias del ciclo de vida del producto

	Introducción	Crecimiento	Madurez	Decrecimiento
Características				
Ventas	Ventas bajas	Ventas en rápido crecimiento	Ventas máximas	Baja en las ventas
Costos	Costo alto por cliente	Costo medio por cliente	Costo bajo por cliente	Costo bajo por cliente
Utilidades	Negativas	Utilidades en aumento	Utilidades altas	Utilidades a la baja
Clientes	Innovadores	Adaptadores tempranos	Mayoría media	Rezagados
Competidores	Pocos	Número creciente	Número estable que comienza a bajar	Cada vez menos
Objetivos de Marketing				
	Crear conciencia del producto y prueba	Maximizar la participación del mercado	Maximizar utilidades defendiendo la participación del mercado	Reducir los gastos y "ordeñar" la marca
Estrategias				
Producto	Ofrecer un producto básico	Ofrecer extensiones de producto, servicio y garantía	Diversificar marcas y artículos	Discontinuar modelos débiles
Precio	Usar un plus de costo	Precio para penetrar el mercado	Precio para igualar y mejorar a los competidores	Recortar precio
Distribución	Construir distribución selectiva	Construir distribución intensiva	Construir distribución más intensiva	Volverse selectivos: discontinuar tiendas no rentables
Publicidad	Crear conciencia del producto entre adaptadores tempranos y distribuidores	Crear conciencia e interés en el mercado	Acentuar diferencias y beneficios de la marca	Reducir al nivel necesario para retener a leales de hueso colorado

Fuente: Kotler. P. (2002), *Dirección de Marketing: Conceptos esenciales*, p. 172

Precio: “El impacto del precio en la demanda primaria suele ser muy alto durante la etapa de introducción. La participación de mercado se vuelve más sensible al precio.”(Guiltan, Gordon, & Madden, 2004)

Calidad del producto: “A medida que los consumidores ganan información por la experiencia y la comunicación interpersonal, se vuelven más conocedores acerca de la calidad relativa de varios productos. La participación de mercado se vuelve más sensible a la calidad del producto.”(Guiltan, Gordon, & Madden, 2004)

Publicidad: Con el tiempo, la conciencia de una marca y sus atributos crecerá con la exposición reiterada ante los anuncios. Los niveles de saturación se pueden alcanzar al final. La participación de mercado responderá cada vez menos ante la publicidad orientada hacia la conciencia.(Guiltan, Gordon, & Madden, 2004)

Distribución: En la medida en la que se va estableciendo según las etapas del ciclo de vida, “esta estrategia se basa en construir una distribución selectiva, a una distribución intensiva, a una más intensiva, hasta pasar a una selectiva, donde se descontinúan las tiendas no rentables”.(Kotler, 2002). “La participación de mercado, responderá cada vez menos a los gastos de distribución.” (Guiltan, Gordon, & Madden, 2004)

Estrategias, mix de marketing

En base a lo definido, se abordarán estrategias de diferenciación y posicionamiento, así como el establecimiento del mix de marketing que consiste en las 4p's: producto, precio, plaza y promoción.

- Producto: líneas de productos y mezclas de productos, cartera de productos, desarrollo de nuevos productos, ciclo de vida del producto, estrategias de marca, etc.

- Plaza: funciones del canal de distribución, estructura del canal de distribución, integración de canales, outsourcing de los canales de distribución, etc.
- Precio: estructura de la competencia y de la industria, costos del producto, elasticidad de los precios de la demanda, etc.
- Promoción: publicidad, ventas personales, promoción de ventas y relaciones públicas.

Presupuesto

Teniendo las estrategias, se establece el proceso de evaluación financiera. Es importante destacar que el plan y la estrategia de marketing deberán tener “un valor adecuado para el establecimiento del producto y al igual que a los clientes externos. Un aspecto clave de una evaluación financiera es proyectar los costos y los ingresos durante el periodo de la planeación.” (Ferrel & Hartline, 2005, p.284)

Por lo tanto a través de todo esto se genera el plan estratégico de marketing.

1.3. Metodología de la investigación

El método de investigación que se utilizará será el deductivo, que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. “Este método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etc., de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.”(Bernal Torres, 2006, p. 57)

Se debe tomar en cuenta para esta investigación:

- Definición del problema de investigación
- Establecimiento de la justificación de la investigación

- Determinar los objetivos de la investigación
- Marco teórico general de lo que se va a realizar
- Elegir el tipo de estudio que se va a realizar

El tipo de estudio que se utiliza es cuantitativo descriptivo donde “se mide y recoge la información de manera independiente; se busca especificar propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.”(Hernández, Fernández-Collado, & Baptista, 2006). El enfoque cuantitativo “utiliza la recolección y análisis de datos para contestar preguntas de investigación e hipótesis establecidas; confía en el uso de la estadística y extraen una muestra de una población a estudiar y pretenden extender los resultados a toda una población.”(Gómez, 2006)

Los estudios descriptivos “son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación. Describe las tendencias de un grupo o población.” (Hernández, Fernández-Collado, & Baptista, 2006)

Las herramientas utilizadas para este enfoque cuantitativo son:

- Encuesta
- Entrevista
- Estadísticas de investigaciones realizadas en el Ecuador y en el Mundo.

A partir de la selección del tipo de estudio se continúa con:

- Formulación de la hipótesis

La hipótesis como definición permite conocer que “es una guía que debe ser formulada de manera de proposición; son respuestas provisionales a las preguntas de

investigación. Las hipótesis pueden o no necesariamente ser verdaderas, y pueden o no comprobarse los datos.”(Hernández, Fernández-Collado, & Baptista, 2006)

Para la investigación se utilizará una hipótesis de tipo estadística y se orientará exclusivamente al análisis de los datos de la encuesta.

Existen diversas formas de clasificar las hipótesis: de investigación, nulas, alternativas y estadísticas. En donde “la hipótesis de investigación será la más efectiva, ya que pretende dar una proposición tentativa sobre la o las posibles relaciones entre dos o más variables.” (Hernández, Fernández-Collado, & Baptista, 2006)

Así también, se tendrá que:

- Seleccionar la población
- Selección de la muestra

Luego de elegir la muestra, se pasará a establecer:

- Métodos de recolección de datos

Para poder elegir el método, principalmente se va a revisar el problema de investigación y los objetivos; se determinará las fuentes de recolección de datos, que en este caso serán fuentes secundarias en su mayoría, a través de:

- Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación
- Revistas y artículos publicados en internet a través de las bases de datos
- Páginas web de bases de datos
- Páginas web de universidades Latinoamericanas
- Periódicos a través de la web en países Latinoamericanos

Pero también se utilizarán fuentes primarias que ayudarán a tener enfoques más directos acerca de la investigación a través de:

- Encuestas
- Entrevistas, que constituyen un medio de recopilación de información mediante preguntas, a las que debe responder la persona entrevistada acerca del problema de investigación.

Finalmente se dará paso al análisis de los datos y reporte de resultados, que permitirá concluir a partir de los objetivos propuestos en la investigación.

1.4. Justificación

La Constitución del Ecuador, a partir de un conjunto de leyes, establece en el artículo 350 que “el sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas [...]”(Constituyente, 2008)

Y el punto de partida es este, ya que después la investigación, la visión científica y la formación académica, la revista indexada permitirá a los docentes adentrarse en los procesos de evaluación y formación académica.

En la Constitución, el artículo 351 implanta que “el sistema de educación superior estará articulado al sistema nacional de educación y al Plan Nacional de Desarrollo; la ley establecerá los mecanismos de coordinación del sistema de educación superior con la Función Ejecutiva.”(Constituyente, 2008)

Qué importante es poder definir que todo el trabajo realizado a través de las instituciones de educación superior es guiado por el Plan de Desarrollo 2009 - 2013 (Plan del Buen Vivir), ya que es éste “el instrumento del Gobierno Nacional para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública.”(Plan del Buen Vivir, 2009)

El artículo 280 de la Constitución de la República del Ecuador permite confirmar que el Plan Nacional de Desarrollo 2009 – 2013 es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.

Por lo tanto haciendo referencia a lo establecido dentro del Plan Nacional de Desarrollo, se encuentra una estrategia que nos dice claramente:

- Transformación de la educación superior y transferencia de conocimiento a través de ciencia, tecnología e innovación.

Es importante establecer que el “Ecuador es uno de los países a nivel latinoamericano con menores coberturas en educación superior. Asimismo, se vuelve indispensable que las personas con más formación y más experiencia investigativa y en docencia accedan a una carrera académica-investigativa.” (Plan del Buen Vivir, 2009)

Esto permite darle importancia a la investigación y a la formación académica en el país; parte de esto implica la utilización de una revista indexada que permite al investigador publicar artículos y corresponder a la ley.

Así también, una política del Plan que corresponde a entender el porqué de este tema, tiene como objetivo: "Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía y como política el promover la investigación y el conocimiento científico, la revalorización de conocimientos y saberes ancestrales, y la innovación tecnológica"(Plan del Buen Vivir, 2009). Y esto incluye 8 literales, de entre los cuales 2 se enfocan básicamente en:

c. Apoyar a las organizaciones dedicadas a la producción de conocimiento científico e innovación tecnológica.

d. Promover procesos sostenidos de formación académica para docentes e investigadores e investigadoras de todos los niveles educativos y reconocimiento de su condición de trabajadores y trabajadoras.

La Constitución y el Plan del Buen Vivir 2009 – 2013 justifican este proyecto, y existe dentro del plano legal, se tomó también a la Ley Orgánica de Educación Superior, para apoyar a lo descrito anteriormente. Esta ley “se rige a los principios de autonomía, calidad, pertinencia y conocimiento en el marco del diálogo de saberes, así lo dice el art. 12 de la LOES.” (Ley Orgánica de Educación Superior, 2012, p.7)

Es por eso que a través del Capítulo I, Ámbito y Objeto, en el artículo 36 que:

Las instituciones de educación superior de carácter público y particular asignarán obligatoriamente en sus presupuestos, por lo menos, el seis por ciento (6%) a publicaciones indexadas, becas de posgrado para sus profesores o profesoras e investigaciones en el marco del régimen de desarrollo nacional. La Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación velará por la aplicación de esta disposición. (Ley Orgánica de Educación Superior, 2012, p. 5)

Así también, la LOES dice que para ser profesor o profesora titular principal de una universidad o escuela politécnica pública o particular del Sistema de Educación Superior se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

b) “Haber realizado o publicado obras de relevancia o artículos indexados en el área afín en que ejercerá la cátedra, individual o colectivamente, en los últimos cinco años.”(Ley Orgánica de Educación Superior, 2012, p.13)

Haciendo énfasis en este literal, resaltamos una vez más que las revistas indexadas como la misma publicación REEO, “son pieza fundamental en el proceso de difusión científica, que permite transmitir información a los estudiantes a través de los docentes dentro de las universidades para el desarrollo del país.”(Albuja, referencia personal, 2012)

“Existe obligación de publicar revistas indexadas, para el conocimiento y el desarrollo de un producto.” (Albuja, referencia personal, 2012)

1.5. Definición del problema

El problema se encuentra dentro del plano educativo e investigativo, donde el foco es la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional; una revista que busca ser posicionada dentro del país. Es importante recalcar que en la ESPE “los docentes han publicado en 27 revistas internacionales indexadas y 84 revistas nacionales,” (De La Cruz, referencia personal, 2012), sin embargo; es difícil encontrar docentes que conozcan de la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional, y mucho menos que hayan publicado en ella, esto, al haber realizado una observación general dentro de la universidad.

1.6. Objetivos

Objetivo General

Diseñar una propuesta de marketing para el posicionamiento de la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional, dentro del área científica de las ciencias administrativas, económicas y de comercio en latinoamericana, a través de una base de datos relacionada con el área de estudio.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional organizacional que permita establecer la línea base de la propuesta, considerando las variables directamente relacionadas al marketing
- Alinear los objetivos de la propuesta integral de marketing estratégico de la revista con la planificación institucional, para ajustarse al cumplimiento de la misión de la universidad, identificando un fin en común.
- Realizar un análisis de mercado, que identifique las principales características de la demanda de revistas científicas en el área de administración, economía y comercio, a través de las universidades en Latinoamérica que tengan publicaciones indexadas.
- Establecer los objetivos, estrategias, programas y proyectos de marketing, para los segmentos definidos que permitan el posicionamiento de la revista dentro de una base de datos y comunidades científicas relacionadas al área de estudio, a partir del análisis de estas publicaciones y su origen.
- Determinar la viabilidad económica y financiera de la propuesta, a través de un análisis costo – beneficio, para la promoción e indexación de la revista.

CAPÍTULO II

2. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

2.1. Análisis Situacional

2.1.1. Análisis Macroambiente

2.1.1.1. Variable Socio-Económica

- Porcentaje del PIB destinado a investigación

Según las estadísticas de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), en el 2006 se destinó el 0,20 % del PIB para investigación y desarrollo. En el 2010 el presupuesto para ciencia y tecnología llegó al 0,48%. En el 2013 será equivalente al 1,5% del Producto Interno Bruto (PIB), por su importancia estratégica en el desarrollo del país, según el Gobierno de la Revolución Ciudadana. [...]De allí la importancia de impulsar la formación doctoral de docentes e investigadores, para lograr, al menos 2 000 doctores en los 5 próximos años.(Ecuador Universitario)

Análisis:

La tendencia en inversión en ciencia y tecnología demuestra crecimiento, así como también un mayor impulso a la formación de profesionales con doctorados. Esto permite identificar que el país va dando mayor importancia a proyectos de investigación, que en muchos países latinoamericanos como Colombia, Brasil, entre otros, ya se han realizado pero que en el Ecuador aún está empezando. Esta variable afecta positivamente a la REEO.

La Red de Indicadores de Ciencia y Tecnología Iberoamericana e Interamericana que tiene como objetivo general el desarrollo y el uso de instrumentos para la medición y el análisis de la ciencia y la tecnología en Iberoamérica, donde participan instituciones y

organismos nacionales de ciencia y tecnología de los países de toda América y la Península Ibérica, permite identificar algunos indicadores de investigación que contiene acerca del Ecuador y que también se puede comparar con países cercanos como Colombia, Perú. En cuanto a estos, podemos destacar:

- Gasto en Ciencia y Tecnología

Ecuador

Tabla 4

Gasto en Ciencia y Tecnología (Ecuador)

Gasto en Ciencia y Tecnología (U\$ S)	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ACT (millones de dólares corrientes)	31,20	41,70	49,10			84,80	99,71	209,60		
I+D (millones de dólares corrientes)	12,60	15,80	18,60			60,20	66,84	140,69		

Fuente: Ricyt (2012), *Unesco*(UNESCO, 2012)

Comparación con países cercanos en cuanto al gasto en ciencia y tecnología, especificando solamente el valor de Investigación y desarrollo (I +D):

Tabla 5

Gasto en Ciencia y Tecnología (Investigación y Desarrollo) (Ecuador, Perú y Colombia)

Gastos en Ciencia y tecnología (Investigación y Desarrollo)										
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ecuador	12,60	15,80	18,60			60,20	66,84	140,69		
Perú	57,73	58,14	63,50	104,03						
Colombia	107,49	113,44	133,11	166,85	210,20	230,53	353,86	438,21	455,11	572,03

Fuente: Ricyt (2012), *Unesco*(UNESCO, 2012)

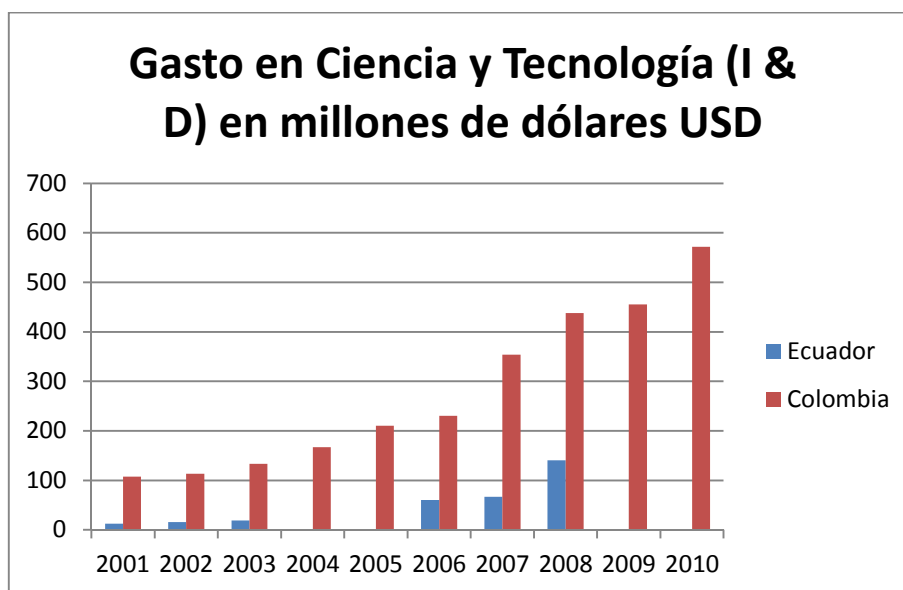


Gráfico 1. *Gasto en Ciencia y Tecnología (I&D) en millones de dólares USD (Ecuador, Perú y Colombia)*. Elaborado por Ismael Márquez (2013)

Análisis:

Aunque el gasto en Investigación y Desarrollo está dando saltos grandes y existe una tendencia positiva en el país; el país se queda atrás comparado con Colombia, un país cercano que le da la importancia necesaria a la Ciencia y Tecnología. Es así que este país ha dado a conocer su nueva indexadora llamada Publindex, donde el gobierno colombiano invita a los editores de revistas especializadas a participar en el proceso de clasificación, reclasificación e indexación de revistas. Es importante conocer que para este año 2013, el Gobierno del Ecuador destinaría 782 millones de dólares como inversión para Ciencia y tecnología, siendo el 0,88% del PIB para este año, teniendo en cuenta que el reto es llegar a una inversión del 1% recomendado por la Unesco, esto anunciado por el Presidente Correa.

- Gasto en Investigación y Desarrollo por tipo de Investigación en el Ecuador

Tabla 6

Gasto en I+D por tipo de Investigación en el Ecuador

Gasto en I+D por Tipo de Investigación	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Investigación Básica	19,84%	22,15%	22,04%			22,07%	22,00%	31,27%		
Investigación Aplicada	57,14%	55,06%	54,84%			69,94%	69,01%	60,41%		
Desarrollo Experimental	23,02%	22,78%	23,12%			7,98%	8,99%	8,32%		

Fuente: Ricyt (2012), Unesco(UNESCO, 2012)

Gráfico 2. *Gasto en investigación y Desarrollo por tipo de Investigación en el Ecuador*

Elaborado por Ismael Márquez (2013)

Análisis:

El gasto en Investigación Aplicada tiene un porcentaje muy amplio en el Ecuador comparado con los demás tipos de investigación, y aunque no tiene una tendencia fija al crecimiento, se puede observar sobresale ante los otros tipos de investigación. Esto afecta directamente a la REEO, ya que se estará aplicando Investigación Aplicada y afecta positivamente.

- Gasto en Investigación y Desarrollo por sector de financiamiento en el Ecuador

Tabla 7

Gasto en I+D por sector de financiamiento en el Ecuador

Gasto en I+D por sector de financiamiento	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Gobierno						72,15%	61,97%	89,55%		
Empresas (Públicas y Privadas)						18,17%	22,98%	8,53%		
Educación Superior						4,15%	4,12%	1,42%		
Org. priv. sin fines de lucro						1,21%	3,49%			
Extranjero						4,33%	7,45%	0,50%		

Fuente: Ricyt (2012), Unesco(UNESCO, 2012)



Gráfico 3. *Gasto en Investigación y Desarrollo por sector de financiamiento en el Ecuador*. Elaborado por Ismael Márquez (2013)

Análisis:

Esta variable tiene dos resultados importantes, el primero es el apoyo del gobierno a la I&D, pero es muy decepcionante ver que empresas públicas, privadas y del extranjero no

invierten en el país para generar investigación. Y esto influye positivamente en la REEO porque la universidad depende del dinero del estado.

- Inversión en Investigación y Desarrollo por disciplina científica en el Ecuador

Tabla 8

Inversión en I+D por disciplina científica en el Ecuador

Inversión en I+D por disciplina científica	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Cs. Naturales y Exactas	25,40%	19,62%	24,19%			11,96%	11,99%	16,00%		
Ingeniería y Tecnología	31,75%	32,28%	32,80%			25,91%	21,99%	44,00%		
Ciencias Médicas	6,35%	7,59%	8,60%			22,76%	6,98%	8,96%		
Ciencias Agrícolas	26,19%	29,75%	25,27%			28,99%	40,86%	12,94%		
Ciencias Sociales	9,52%	10,13%	8,60%			10,13%	15,01%	12,94%		
Humanidades	0,79%	0,63%	0,54%			0,17%	3,12%	5,19%		
Sin asignar		--				0,08%	0,04%	-0,01%		

Fuente: Ricyt (2012), Unesco(UNESCO, 2012)

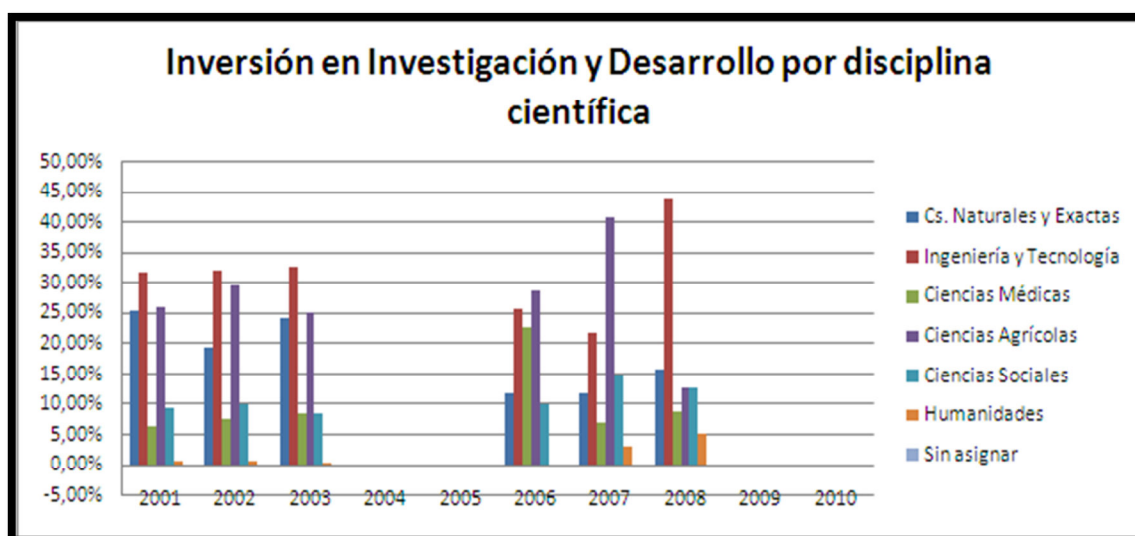


Gráfico 4. *Inversión y desarrollo por disciplina científica en el Ecuador*. Elaborado por

Ismael Márquez (2013)

Análisis:

Es importante la inversión que se realiza en ingeniería y tecnología en el país, pero en ciencias sociales, se puede observar que es una de las disciplinas científicas en las que menos se invierte en el país, y que así también no tiene una tendencia fija de crecimiento. Esto le afecta negativamente a la REEO.

- Personal de Ciencia y Tecnología (personas físicas)
 - o Ecuador

Tabla 9

Personal de Ciencia y Tecnología en el Ecuador (personas físicas)

Personal de Ciencia y Tecnología (personas físicas)	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Investigadores (Personas Físicas)	648	696	845			1555	1615	2623		
Becarios de I + D/doctorado (Personas Físicas)										
Técnicos y personal asimilado (Personas Físicas)						414	471	675		
Personal de apoyo (Personas Físicas)	516	575	710			332	767	765		
Personal de servicios CyT (Personas Físicas)	521	594	706			802	752	559		
Total (Personas Físicas)	1685	1865	2261			3103	3605	4622		

Fuente: Ricyt (2012), Unesco(UNESCO, 2012)

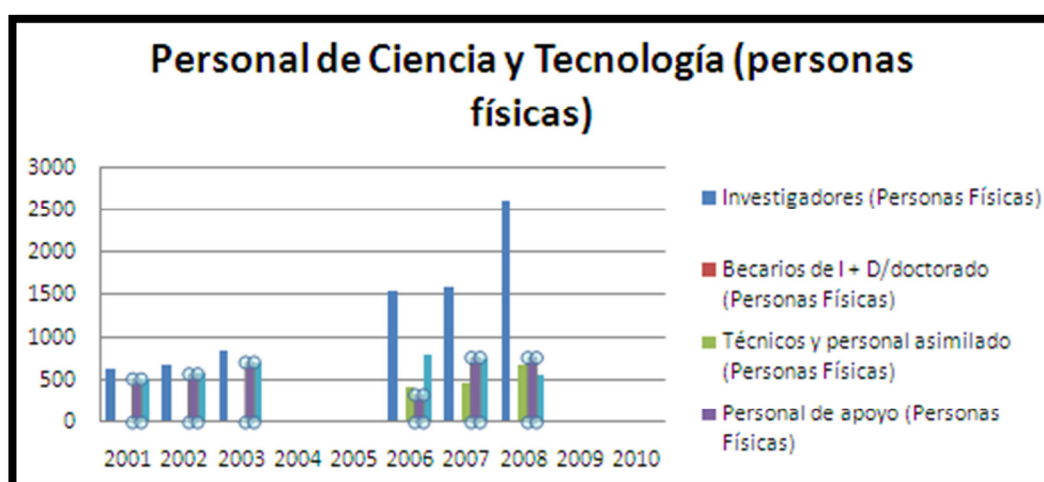


Gráfico 5. *Personal de Ciencia y Tecnología (personas físicas) (Ecuador)*. Elaborado por Ismael Márquez (2013)

- Comparación con otros países acerca del Personal de Ciencia y Tecnología pero tomando en cuenta solamente Investigadores

Tabla 10

Personal de Ciencia y Tecnología (personas físicas) (Ecuador, Perú y Colombia)

Países	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ecuador	648	696	845			1555	1615	2623		
Colombia	8795	10502	11929	13737	15171	16518	17304	17322	16201	16123
Perú				4965						

Fuente: Ricyt (2012), Unesco(UNESCO, 2012)

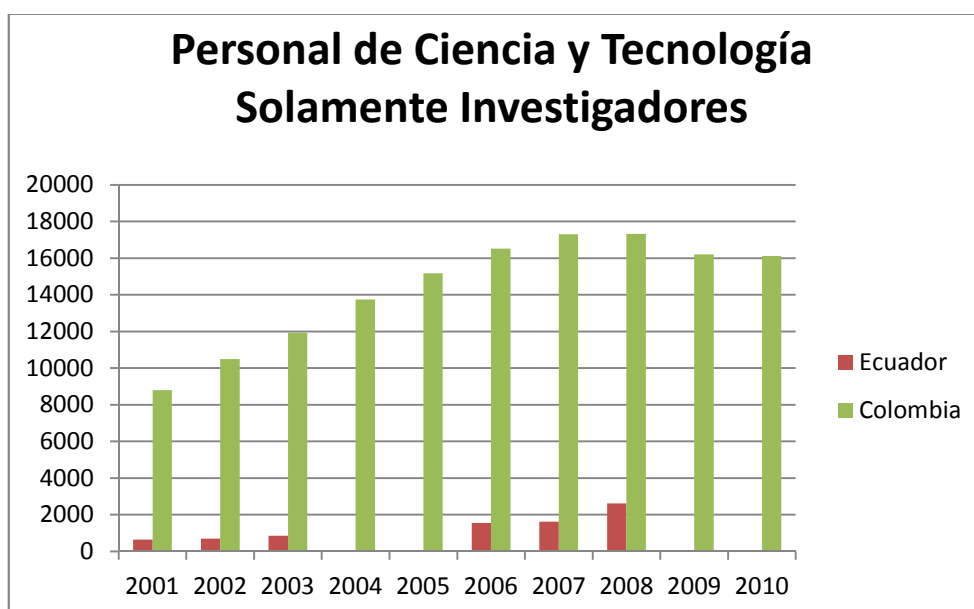


Gráfico 6. *Personal de Ciencia y Tecnología Solamente Investigadores (Ecuador, Perú y Colombia)*. Elaborado por: Ismael Márquez (2013)

Análisis:

Las tablas y gráficas permiten identificar un incremento en el número de investigadores, y así también, una vez más Ecuador se queda atrás en comparación con Colombia, que supera con más del 500% al número de personas que se encuentran

identificadas como investigadores. El crecimiento de investigadores favorece o beneficia a la REEO.

- Investigadores por disciplina científica en el Ecuador

Tabla 11

Investigadores por disciplina científica en el Ecuador (personas físicas)

Investigadores por disciplina científica (Personas Físicas)	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Cs. Naturales y Exactas	25,62%	24,14%	24,38%			7,22%	8,50%	10,94%		
Ingeniería y Tecnología	25,31%	24,28%	24,62%			16,88%	18,73%	38,39%		
Ciencias Médicas	6,94%	7,76%	9,23%			11,47%	11,79%	6,82%		
Ciencias Agrícolas	32,72%	32,47%	31,95%			46,13%	40,94%	16,70%		
Ciencias Sociales	8,33%	10,49%	9,23%			9,79%	12,41%	16,05%		
Humanidades	1,08%	0,86%	0,59%			8,51%	7,63%	11,09%		

Fuente: Ricyt (2012), Unesco(UNESCO, 2012)

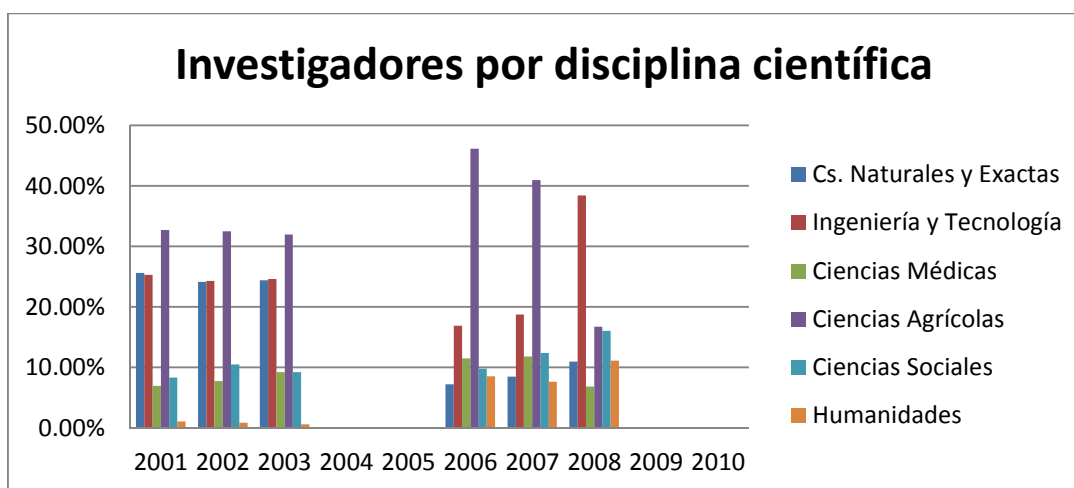


Gráfico 7. *Investigadores por disciplina científica en el Ecuador*. Elaborado por: Ismael Márquez (2013)

Análisis:

El porcentaje de investigadores en cuanto a ciencias agrícolas y a la ingeniería y tecnología son las más destacadas dentro de las disciplinas científicas, y en cuanto a las ciencias sociales, no tienen un porcentaje alto, pero en los últimos años, han incrementado su número y tienen tendencia a seguir haciéndolo, dando un impacto positivo a la REEO.

- Investigadores por nivel de formación
 - o Ecuador

Tabla 12

Investigadores por nivel de formación en el Ecuador (PF)

Investigadores por nivel de formación (PF)	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Doctorado	9,26%	11,06%	10,41%			6,95%	7,24%	6,56%		
Maestría	21,76%	23,99%	24,62%			33,63%	33,93%	31,45%		
Licenciatura o equivalente	68,98%	64,94%	64,97%			59,42%	58,82%	61,99%		
Terciario no universitario										
Otros										

Fuente: Ricyt (2012), Unesco(UNESCO, 2012)

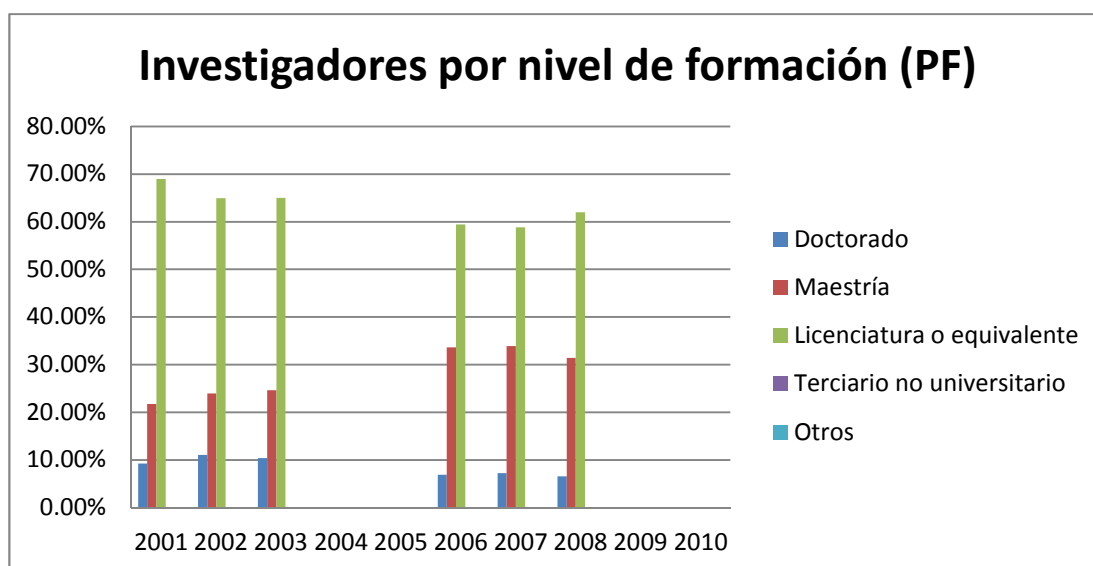


Gráfico 8. *Investigadores por nivel de formación (PF)*. Elaborado por: Ismael Márquez (2013)

- o Comparación con otros países acerca de la variable Investigadores por nivel de formación, considerando solamente el doctorado.

Tabla 13

Investigadores por nivel de formación solamente doctorados (Ecuador, Perú y Colombia)

Países	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ecuador	9,26%	11,06%	10,41%			6,95%	7,24%	6,56%		
Colombia	20,56%	20,15%	19,94%	19,63%	19,43%	19,71%	20,22%	21,34%	22,91%	24,22%
Perú										

Fuente: Ricyt (2012), Unesco(UNESCO, 2012)

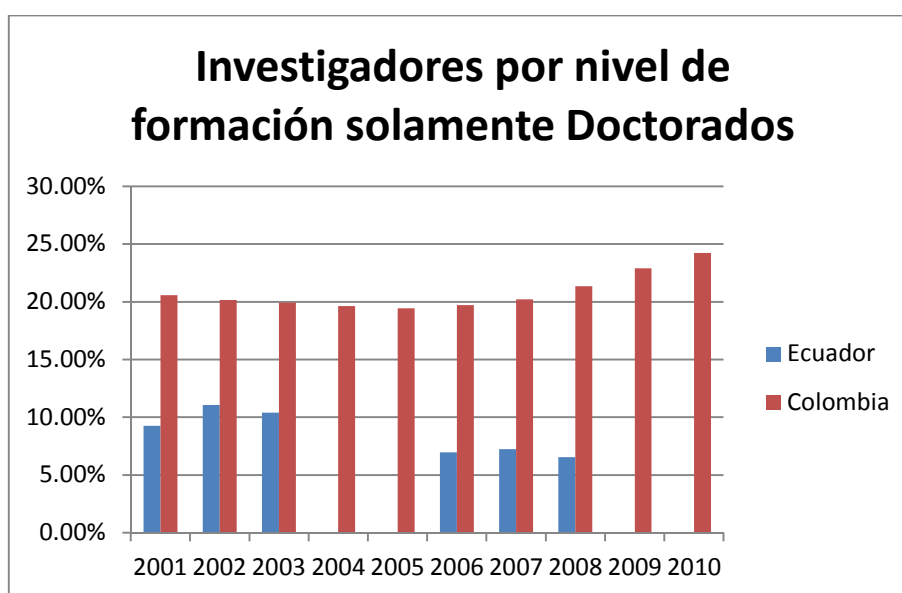


Gráfico 9. *Investigadores por nivel de formación solamente doctorados (Ecuador, Colombia y Perú)*. Elaborado por: Ismael Márquez (2013)

Análisis:

La tendencia de doctorados en el país, no demuestra crecimiento, ni estabilidad, sino más bien disminución de investigadores con este tipo de formación, lo cual ahora se está impulsando, y que es necesario para dar resultados a las investigaciones que se realicen, ya que un doctorado involucra enfocarse a la investigación. La REEO se ve afectada negativamente.

2.1.1.2. Variable Político-Legal

En cuanto a lo legal, todo parte desde la Constitución de la República del Ecuador donde se establece, en el artículo 350, que “el sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas [...]”(Constituyente, 2008)

La Ley Orgánica de Educación Superior establece:

Art. 36.- Asignación de recursos para publicaciones, becas para profesores o profesoras e investigaciones.- Las instituciones de educación superior de carácter público y particular asignarán obligatoriamente en sus presupuestos, por lo menos, el seis por ciento (6%) a publicaciones indexadas, becas de posgrado para sus profesores o profesoras e investigaciones en el marco del régimen de desarrollo nacional. La Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación velará por la aplicación de esta disposición.

Así también, la misma LOES emite que para ser profesor o profesora titular principal de una universidad o escuela politécnica pública o particular del Sistema de Educación Superior se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

b) “Haber realizado o publicado obras de relevancia o artículos indexados en el área afín en que ejercerá la cátedra, individual o colectivamente, en los últimos cinco años.” (Ley Orgánica de Educación Superior, 2012)

Así también, el Reglamento del Escalafón aprobado el 2 de noviembre del 2012 y respaldado por René Ramírez (secretario nacional de Educación Superior, Ciencia,

Tecnología e Innovación), Francisco Cadena (representante del Ministerio de Educación), Gustavo Estrella (Ministerio de la Productividad), Gabriel Galarza (Senplades), Enrique Santos y Marcelo Cevallos, establece las normas de cumplimiento obligatorio que rigen la carrera y escalafón del personal académico de las instituciones de educación superior, regulando su selección, ingreso, estabilidad, escalas remunerativas, capacitación, perfeccionamiento, evaluación, promoción y estímulos y cesación del personal académico de todas las universidades y escuelas politécnicas. Y permite destacar algunos artículos que influyen en la revista REEO, que se destacarán en el ANEXO 1.

Análisis:

Las leyes amparan y dan buenos augurios, ya que tanto la Constitución (2008), como la LOES (2012) y el Reglamento del Escalafón (2012) y determinan que se deben realizar publicaciones en revistas indexadas. También se logró determinar que los investigadores tendrán que publicar obligatoriamente en estas revistas, por lo tanto mientras más artículos tengan que publicar por cualquier situación establecida por el Reglamento será de beneficio para la REEO.

Para divulgar una revista indexada nacional o internacionalmente, no existe una normativa legal que regule esta clase de publicaciones, pero en sí la indización de la revista a nivel nacional solamente se lo realiza a través del código ISSN (International Standard Serial Number) que “es un código único de identificación de las publicaciones seriadas considerada como el catálogo mundial de ellas. Los registros asignados en más de setenta países conforman una base de datos centralizada, que es administrada por la red ISSN Internacional, cuya sede está en París.” (SENESCYT, 2012). La Senescyt “actúa como

Centro Nacional ISSN en Ecuador. Desde 1994 entrega códigos ISSN a las publicaciones seriadas que lo solicitan y que, al pasar a formar parte de la base de datos internacional, se visibilizan en cualquier punto del planeta.”(SENESCYT, 2012)Es importante destacar que para solicitar el registro ISSN es necesario seguir un procedimiento establecido por la Senescyt (2012). (ANEXO 2)

Por otro lado tampoco o existe un reglamento establecido para publicar revistas internacionalmente. Según el Dr. Byron Acosta, el cual labora en el departamento de Ciencia y Tecnología, relacionado con la parte investigativa de la SENESCYT, afirma que aunque no existe un reglamento, todo se rige a través de las bases de datos internacionales, y por lo tanto, si se quisiera indexar la revista REEO a través de la base de datos Scielo, entonces se regirá a los requerimientos que exija esta base de datos, mas no se exige ninguna clase de normativa.

En cuanto a las normativas específicas para la revista se basará en las exigencias de las Normas APA, las cuales “ofrecen una orientación sólida para escribir con sencillez, potencia y concisión. Manuscrito estructura, selección de palabras, puntuación, los gráficos y las referencias son elegidos para mover la idea hacia adelante con un mínimo de distracción y un máximo de precisión.” (Association, 2012)

Para alcanzar esta claridad de la comunicación, los editores han desarrollado reglas de estilo. Estas reglas “están diseñadas para asegurar una presentación clara y consistente de material escrito e involucran un uso uniforme de elementos tales como: puntuación y abreviaturas, construcción de tablas, selección de las partidas, citación de referencias, y presentación de estadísticas”.(Association, 2012)

2.1.1.3.Variable Tecnológica

Revistas Digitales:

Suele considerarse revista digital “aquella publicación periódica que se distribuye en formato digital.”(RU&SC, 2006)

Las revistas científicas electrónicas son aquellas “donde el adjetivo electrónico que las caracteriza se traduce únicamente como un formato más, con ventajas y desventajas para generadores, distribuidores, editores, bibliotecólogos, usuarios, administradores, prestadores de servicios, etc.”(PBWORKS, 2007)

Las ventajas de la revista digital son múltiples y se pueden destacar las siguientes:

- Hay un importante ahorro en los costos de impresión y distribución
- Los documentos pueden incluir elementos de un gran valor añadido (como hipertexto, audio, vídeo o animaciones)
- Tienen una alta velocidad de publicación (pueden llegar al público en un lapso de tiempo muy breve)
- La accesibilidad es altísima
- Disponen de amplias posibilidades de búsqueda y recuperación de la colección entera
- Pueden actualizar los contenidos permanentemente
- Facilitan la interacción entre autor y lector.

El inconveniente más notorio es el que hace referencia a su bajo grado de ergonomía (legibilidad en pantalla, transportabilidad, etc.). (RU&SC, 2006)

Un ejemplo de directorio que contiene revistas digitales es “Ulrich’s periodicals directory, el repertorio de revistas científicas más consolidado y prestigioso.”(RU&SC, 2006)

Ulrich's Periodicals Directory™

Last Loaded on Web: Saturday, December 01, 2012
Last Update To Bluesheet: July 1, 2008

Bluesheet Contents [PDF version](#)

File Description	Dialog File Data	DIALINDEX/OneSearch Categories	Basic Index	Rank
Subject Coverage	Document Types Indexed	Contact	Additional Indexes	Predefined Format Options
Tips	Geographic Coverage	Terms and Conditions	Limit	Rates
Print Counterparts	Special Features	Sample Record	Sort	

File Description [\[top\]](#)

Ulrich's Periodicals Directory™, produced by ProQuest, is a unique and comprehensive source of information on over 336,000 periodicals and serials from 90,000 publishers in over 215 countries. Annuals, continuations, and conference proceedings are included, as well as academic/scholarly publications, trade publications, consumer magazines, newsletters and bulletins, and titles that have ceased publication since 1974.

Figura 1: *Ulrich's Periodical Directory*(Dialog, 2012)

Todos los agentes que participan en la elaboración de una revista científica digital están interesados en su calidad: el editor y el autor. “Distintos organismos, asociaciones y grupos de investigación están llevando a cabo trabajos que profundizan en el estudio de la calidad

de las revistas científicas y de indicadores para determinar su cumplimiento y, por lo tanto, su nivel de calidad.” (RU&SC, 2006)

Los tipos de indicadores (o criterios o elementos) que aparecen en todas las listas pueden agruparse en tres grandes apartados:

- Aspectos formales, donde los principales que debe tener en cuenta una revista científica son los siguientes: cumplimiento de la periodicidad, presencia de sumario, presencia de ISSN, inclusión de resúmenes (en dos idiomas), inclusión de palabras clave (en dos idiomas), inclusión de la referencia bibliográfica al principio del artículo, datos identificativos en portada o cubierta, fecha de recepción y aceptación de originales, inclusión de la referencia bibliográfica en todas las páginas, indicación del puesto de trabajo de los autores, instrucciones para los autores, entre otros.
- Así también es importante que se tome en cuenta para una revista digital: la accesibilidad, la ergonomía, el diseño gráfico, el uso pertinente de recursos que enriquecen o complementan el texto, la facilidad de uso y la difusión e impacto. (RU&SC, 2006)

Análisis:

La digitalización de revistas, afecta en gran medida a la REEO de manera positiva, ya que pueden reducir costos y burocracia, esto se dio a conocer a través del Dr. Albuja (2012), ya que en algunos momentos puede suceder que el papel en el que se va a imprimir la REEO cueste más o se acabe y no haya dinero para comprar, como sucedió con la última publicación, que no existía dinero para imprimir la revista. El Dr. Albuja (2012) dio a

conocer también que a la REEO para su digitalización, solamente le faltaría cambiar de PDF a WEB para darle un formato de Revista Virtual.

Es importante recalcar que no existen principales revistas digitales, ya que tanto “revistas físicas como digitales se encuentran dentro de la misma categorización, es decir, no se las puede tomar como por separado.”(Albuja, 2012)

2.1.2. Análisis Microambiente

2.1.2.1. Proveedores

Los proveedores de la revista serán los investigadores, es decir, quienes tengan resultados de investigaciones pueden publicar los artículos en la REEO. La ESPE busca estos investigadores y artículos en los congresos, ya que ahí se expone el trabajo ante un tribunal; se realiza una revisión previa y se emite un informe, es decir, que pasa por un filtro de calidad y el documento madura.

Para la REEO, “es importante que el artículo tenga investigación bibliográfica en base a lo que otras personas descubrieron al respecto y también este documento debe tener concordancia con la línea de investigación de la revista.”(Albuja, 2012)

Albuja (2012) dijo también que “los artículos científicos son valiosos por la cantidad de revisiones que ellos tienen.” Además, se tiene conocimiento de que la REEO quiere tener a todos sus autores como PhDs, “que aunque no está escrito como requisito formal y por obligación, se trata de incluir investigadores con este nivel de estudios.”(Albuja, 2012)

La Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional permite encontrar al final de sus publicaciones un conjunto de normas para la publicación de trabajos académicos, es

decir, para sus proveedores, donde se destacan algunas de ellas, descritas en los Estatutos de la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional que se encuentran en el ANEXO 3:

- Los trabajos pueden ser individuales o en conjunto y el autor debe incluir:
 - Resumen en español y Abstract en Inglés de máximo 10 líneas cada uno
 - Palabras claves máximo 4 en el idioma del texto y en inglés
 - Referencias bibliográficas
- La revista acepta publicar trabajos originales
 - Artículos: Textos limitados a 20 páginas
 - Ensayos: Texto cuyo contenido sean reflexiones relevantes para el área en máximo 3 páginas
 - Reseña: Análisis sobre libros publicados en el área en máximo 3 páginas
 - Entrevistas y Testimonios: Textos que demuestren o comuniquen innovación en el área con un límite de 5 páginas
- Condiciones de presentación
 - Presentados en dos vías: Impresas en espacio y medio, hoja tamaño A4, de un solo lado
 - Originales impresos, y presentados en CD, sin espacios entre palabras para forzar formato, con párrafo definido por milímetro y no por tabulación, sin uso de color para destacados, fuente: Times New Roman, tamaño: 12.

- La presentación del texto y de las referencias bibliográficas, incluso citas, debe obedecer a las normas APA.
 - Informar en hoja anexa, el nombre completo del autor, titulación académica, institución, sector de trabajo, ocupación profesional, dirección completa para correspondencia y e-mail.
 - Autoría y títulos de los trabajos en cada página
- Los trabajos no deben haber sido presentados en la íntegra en ningún otro vehículo de información excepto Memorias de Congresos.
 - Los trabajos serán evaluados por el método blindreview, por evaluadores externos.(Albuja, Noboa, Mayorga, Orduña, Matos, & Jácome, 2011)

Se afirmó también a través del Dr. Byron Acosta de la SENESCYT, que cualquier persona puede publicar en una revista, es decir, solo es necesario que te consideres investigador, pero que te acepten el artículo en la revista es muy distinto.

Es importante recordar que los proveedores de materia prima, es decir, la impresión de la revista, se da a través de la Editorial Politécnica del Ejército, que se encuentra dentro de la misma universidad, y que permitirá obtener los materiales previstos para la REEO.

Análisis:

La REEO, involucra inclusión de artículos que pasan por revisiones de calidad muy importantes. Dentro de esto se encuentra como ejemplo, los congresos, donde ya se identifican los artículos destacados, y que han pasado por un filtro de calidad. Esto quiere decir, que quienes proveen de artículos para la revista, no son cualquier publicación de cualquier investigador, sino que éste ha pasado por un filtro; dado no solo por el consejo editorial, sino también por filtros externos que impulsan a dar un conocimiento a la

sociedad que tenga valor dentro del área investigativa. Esto afecta positivamente a la REEO.

2.1.3. Clientes:

Los clientes de las revistas indexadas son todos aquellos investigadores o docentes, quienes requieran información para continuar su investigación o también para poder transmitir los conocimientos que se han obtenido a través de la revista. Albuja (2012) dio a conocer que el objetivo de publicar una revista, es que todo ese conocimiento se transmita a los estudiantes para su educación. Es por eso que estas revistas se enfocan en docentes universitarios e investigadores.

Análisis:

Cualquier investigador o docente de cualquier universidad puede utilizar como fuente la REEO, ya que esta revista está dirigida específicamente para un cliente que necesite de estos conocimientos para aprender de ellos y finalmente o utilizarlos bibliográficamente o tenerlos como conocimiento dentro de su profesionalismo. Es decir, que esta revista luego de su proceso de calidad y de su publicación necesita de lectores quienes la utilicen como medio de información o investigación. Esto le afecta positivamente a la REEO.

2.1.4. Competencia:

A través de un listado obtenido gracias a la Biblioteca de la SENESCYT, se logró determinar que de aproximadamente 700 revistas con el código ISSN, únicamente se encontraron entre las universidades de categoría A y B, se encontraron las siguientes revistas:

- Revista Coyuntura – Universidad Estatal de Cuenca
- Revista Compromiso – Pontificia Universidad Católica de Quito

Esta revista “ha logrado posicionarse dentro de la Facultad, de la universidad y de un interesante sector empresarial quiteño, como un medio de comunicación escrita, formal y accesible [...]”(Alacón, 2012)

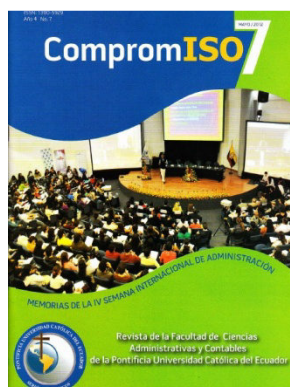


Figura 2: Compromiso (2012), *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*(Alacón, 2012)

- Revista Retos – Universidad Politécnica Salesiana

RETOS, Revista de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador, que se inicia en el año 2011, tiene una regularidad semestral.

El objetivo de RETOS “es promover y difundir la publicación de textos científicos y críticos, inéditos y evaluados, [...] de interés actual, en el campo de lo administrativo y económico y [...] de alcance general referidos en particular al Ecuador y América Latina.”(Morán, 2012)

Morán (2012) comenta que “la revista presenta artículos y ensayos, investigaciones en curso o resultados de ellas, análisis y comunicaciones de perfil más coyuntural y reseñas o recensiones de libros.”



Figura 3: Retos (2012), *Universidad Politécnica Salesiana*(Morán, 2012)

- Revista FENOPINA

“La opinión docente de la Facultad de Economía y Negocios, presente en la comunidad.”

“Está dirigida a toda la comunidad y las contribuciones son de los docentes con planificación activa en la FEN y coordinados por el CIEC hasta su publicación.”(Litoral, 2012)

FENOpina	
La opinión docente de la Facultad de Economía y Negocios, presente en la comunidad.	
ISSN: 1390-6291	
No. 15, noviembre 12 de 2012.	
Contenido	
1. Los 7 pecados del capitalismo. Por Fernando Pardo, M.Sc.	3
2. ¿Se elaboran los estados financieros en Ecuador con transparencia? Por Antonio Martínez, M.Sc.	6
3. Comercio electrónico: ¿cómo de distribución efectiva en Ecuador? Por Ricardo Landrau, M.Sc.	8
4. La importancia de asegurantes para la realización de grandes eventos, ferias y certámenes. Por Olga Meléndez, M.Sc.	11
5. Examen de habilitación profesional: ¿mejoración al compromiso de calidad a un formador más? Por María Estrella, M.Sc.	14
6. El paradigma cuantitativo impone que un estudiante sea un buen lector? Por María Estrella, M.Sc.	17
7. Una vida de tecnología. Por Pablo Sánchez, M.Sc.	20
8. Inteligencia como herramienta de inspiración para liderar. Por Diana Marín, M.Sc.	23
9. La ESPOL, la FEN y la economía. Por Ricardo Pardo, M.Sc.	26
10. Maquiavelo: poder versus hombre. Por Diana Estrella-Corona, M.Sc.	29

Figura 4: FENOpina (2012), *Universidad Politécnica del Litoral*(Litoral, 2012)

Análisis:

Se puede observar que existen dos competidores directos para la REEO: La Universidades Politécnica Salesiana y Católica del Ecuador, quienes tienen publicaciones habituales de sus revistas. Por lo tanto, la competencia no afecta negativamente a la revista porque existe un escaso número de ellas, sin embargo, es importante tener en cuenta su periodicidad.

2.1.5. Productos Sustitutos:

Los libros y textos científicos son productos sustitutos de las revistas indexadas, y aunque estas últimas tienen información actualizada, muchos docentes que dictan en universidades utilizan mayoritariamente libros para enseñar en clases. Y esto se puede observar cada vez que los docentes realizan la planificación para cada semestre, donde en la ESPE se identifica uno o dos libros con los cuales se va a guiar para dar clases a los estudiantes. Ejemplo de esto es que ya algunos ingenieros no establecen ejemplos actuales, de lo que está pasando en este momento, sino que simplemente se quedan con sus ideas muchas veces ya “caducas”.

Análisis:

Las revistas indexadas aunque no sustituyen todo el conocimiento establecido en libros que han sido realizados por autores de alto renombre, sí dan al docente o al investigador más que un plus para su clase, actualidad e información de calidad. Esto afecta positivamente a la REEO.

2.1.6. Barreras de entrada:

El indexar una revista dentro de una base de datos internacional supone costos añadidos a la publicación de una revista. Estos costos involucran una barrera al ingresar dentro de un nuevo mercado, y esto se da a causa de la burocracia que existe dentro de la universidad. Y aunque la revista se pueda digitalizar, y sus costos bajen sustancialmente, lo más importante será considerar lo que debería pagar a la indexadora anualmente.

La posible indexación de la revista, permitirá crear barreras en cuanto a la competencia y su posicionamiento dentro del mercado se verá afectado al considerar que ya existiría una revista indexada a nivel internacional, y los proveedores querrán dirigir sus artículos a esta

revista, y la competencia tratará de posicionar de manera rápida también sus revistas tratando de que investigadores lleven sus artículos a ellas.

Análisis:

Las barreras de entrada para la REEO podrían surgir a partir de la indexación de la revista, y aunque en este mercado de revistas científicas la competencia no es tan agresiva como en el mercado consumista, la competencia siempre tendrá algo que dar al ver que la REEO se encuentre en una base de datos internacional. Sin embargo esto no solamente tendrá que establecer barreras por parte de la competencia, sino también dará una esperanza positiva para estas revistas ya que permitirá que vayan por el camino de la indexación. Estas barreras afectarán negativamente a la REEO, pero también positivamente al requerir un aumento de su calidad y valor.

Análisis Interno

2.1.7. Perspectiva Financiera:

Como referencia al año 2011 el costo de la revista para la publicación de 1000 ejemplares fue:

Tabla 14

Costos de publicación física de la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional al 2011

Detalle de partidas	Costo (\$)
Partida No. 530204	418,25
Partida No. 530807	2767,47
Total	3185,72

Fuente: Geovanny Herrera (2012)

Análisis:

La importancia de esto es que dentro del presupuesto del año estimado para la ESPE, se deberá considerar los costos de la REEO. Así también, estos costos no siempre son los mismos, y “el material que se utiliza para poder publicar la revista varía dentro del año, y el dinero para poder conseguir el material si su costo aumenta no se dispone de manera rápida y esto dificulta su publicación.”(Albuja, 2012)Esto afecta negativamente a la REEO.

2.1.8. Perspectiva del Cliente:

La revista tiene un segmento específico, es decir, la línea de investigación está identificada: los docentes e investigadores de ciencias administrativas. Pero la REEO no posee un cliente real ya que se la distribuye a los docentes de la ESPE a través de un lanzamiento, también a personas que van a visitar la universidad y por último se intenta distribuir a las universidades del país, y a pesar de esto no se encuentra posicionada en el Ecuador y no se puede identificar su cobertura y si se esté leyendo la revista o si tiene el impacto necesario para su posicionamiento.

Análisis:

Se determinó que los investigadores y docentes de las universidades son los clientes, pero esto no permite identificar un cliente real, a quien se distribuye la revista constantemente. Y a pesar de que se trata de distribuir la revista no tiene el impacto necesario para su posicionamiento. Esto le afecta negativamente a la revista, ya que no se tiene conocimiento de su cobertura y sus clientes reales.

2.1.9. Perspectiva Interna:

Procesos para el desarrollo de la revista

1. Convocatoria:
 - a. Convocatoria formal: soltar por la red para dirigirse a las universidades el interés que se tiene en ofrecer la revista para los profesores.
 - b. Convocatoria informal: a través de un congreso vemos en base de la calidad del expositor, se invita a la persona a ser parte de la revista y enviar el artículo.
2. Análisis breve a través de Albuja (2012), que determina a quién enviar para poder evaluar la revista, ya que primeramente se debe aclarar a que línea de investigación pertenece el artículo, para saber con qué especialista se puede valorar. La línea de investigación y las sublíneas del Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio (ANEXO 4), en donde encaja la REEO es:
 - a. Emprendedorismo y estrategia organizacional
 - i. Proceso cíclico estratégico
 - ii. Marketing nacional e internacional
 - iii. Finanzas de empresas y mercado de capitales
 - iv. Economía
 - v. Factor humano en la era del conocimiento
 - vi. Contabilidad y auditoría pública y privada
 - vii. Sistemas productivos y cadena de suministros
 - viii. Turismo
3. Análisis a través de un evaluador dentro del consejo o fuera de este, dependiendo de la especialidad del artículo, y este se espera no conozca al investigador que escribió.

4. Aprobación del evaluador
5. Montaje de artículos, así como redacción de tabla de contenidos, números de página, orden, comentarios, etc., a través del Dr. Albuja.
6. Paso a la parte de diseño y formato, en donde el Sr. Juan Carlos Andrade, a través del cumplimiento de las Normas APA, y la parte tecnológica se realiza la transformación del documento en formato PDF y se logra obtener ya la revista para su impresión.
7. Impresión en Editorial Escuela Politécnica del Ejército.

Análisis:

El proceso para poder realizar la revista no es muy complejo de entender, pero si es complejo de llevar a cabo y toma tiempo. El consejo editorial y el consejo científico son parte esencial de este proceso, ya que ellos definen los artículos a publicar y gracias a ellos la calidad de la revista mejora.

Es importante destacar el papel del Dr. Albuja dentro de la revista, ya que él realiza funciones importantes, tanto en la edición como en la búsqueda de las publicaciones que irán dentro de la REEO. Este proceso le afectará positivamente a la REEO.

2.1.10. Perspectiva de Desarrollo Humano y Tecnológico:

2.1.10.1. Desarrollo Humano:

Este consejo se ha elegido por sus características académicas, y se los ha conseguido por medio del Dr. Albuja, que los califica según su perfil.

Consejo Editorial: Orienta la vida de la revista, que se mantenga como una revista física o virtual, es decir, dar la estrategia de la revista.

- Luis HumbretoCumbal Flores, Ph.D.

Investigador con proyectos siempre caminando y es el mayor investigador de la ESPE.

- Marilyn Rubin, Ph.D.

Ella contiene orientaciones sobre la parte de conocimiento de gestión pública y es decana de universidad de administración pública, The City University of New York – CUNY USA.

- Maritza I. Espinoza, Ph.D.

Tiene contactos norteamericanos y ha participado en congresos.

- Wilson ToshioNakamura, Ph.D.

Abogado, contador, economista, tiene un maestría y un doctorado en administración, y se lo conoció ya por trabajos presentados en Brasil.

Comité Científico: Evalúa y da opiniones técnicas sobre la producción de la revista.

- Fabrizio Noboa Ph.D.

Coordinador de la maestría de la USFQ y tiene un doctorado en Estrategia, lo cual interesa a la REEO.

- José NicolasAlbujaSalazarmPh.D.

Evaluación de la revista, y ha publicado artículos para revistas indexadas.

- María Teresa Orduña, Dra.

Tiene estudios en marketing, y opina sobre aspectos y artículos en lo cual está especializada.

- Nancy Matos, Ph.D.

Se preocupa por artículos de administración.

Análisis:

Lo más importante a destacar dentro de quienes pertenecen a la revista es que en su mayoría son PhD's, y esto permite dar un valor para la revista cuando se analiza o se filtran las publicaciones. Esto da un efecto positivo a la REEO.

2.1.10.2. Desarrollo Tecnológico:

A través del Sr Juan Carlos Andrade, se dio a conocer que el programa Ilustrador y la utilización del Adobe InDesign, son los software utilizados para dar el formato definido a la revista, por ejemplo, dos columnas, resaltar los nombres de los autores, y seguir las normas APA de forma obligatoria para la publicación de la revista.

Análisis:

Lo que se puede destacar dentro de la parte de desarrollo tecnológico es que no se utilizan muchas herramientas tecnológicas, más que el software utilizado por Juan Carlos Andrade, que permite dar un impacto positivo a la REEO.

2.2. Análisis FODA

2.2.1. Matriz de Resumen

Tabla 15

Matriz Resumen FODA

Fortalezas	Debilidades
1. Tiene el código ISSN	1. No se encuentra indexada en ninguna base de datos internacional
2. Posee todos los requisitos que una revista necesita para ser indexada	2. Los trámites burocráticos para poder publicar la REEO en la ESPE son complicados
3. Existen formatos a través de las <u>APAs</u> para basarse y realizar la publicación	3. Docentes de la ESPE no se interesan en publicar en la REEO
4. El Comité científico y editorial está constituido por profesionales con nivel de Doctora de importantes universidades internacionales.	4. Es difícil encontrar investigadores que quieran publicar en la REEO
5. Los artículos publicados en la REEO han sido la base para ponencias internacionales	5. El costo de la materia prima de la REEO pueden variar y el dinero para conseguir no está a la mano
6. Existe un proceso riguroso para una publicación en la revista	6. No se encuentra posicionada en el mercado al cual está dirigido
7. Alineamiento de la revista a los objetivos institucionales	7. No tiene cobertura ni alcance identificados.
8. Proceso de validación de artículos de alta rigurosidad académica	8. No tiene <u>fidelización</u> en cuanto al cliente, ni mucho menos un cliente real.
9. Experiencia en el diseño y producción de revistas científicas por parte del Editor de la revista.	
10. Referencia bibliográfica válida para medio de educación	
11. No implica herramientas tecnológicas sofisticadas	

Oportunidades	Amenazas
1. Existen bases de datos para indexar revistas en varios países del mundo	1. Comparado con Colombia y mucho más con Brasil, el gasto en Ciencia y tecnología es bajo
2. Se ha incrementado el porcentaje de inversión en el PIB destinado a la ciencia y tecnología.	2. No existe un porcentaje amplio de doctores que sean investigadores en el Ecuador
3. La ley exige publicar en revistas indexadas	3. Ecuador no posee una base de datos para indexación como otros países
4. No todas las universidades del Ecuador tienen revistas indexadas a nivel nacional	4. Ecuador no tiene estudios acerca de tendencias de publicaciones en revistas indexadas
5. El gasto en ciencia y tecnología en el país sigue incrementando su tendencia	5. Las empresas públicas y privadas del Ecuador no invierten en investigación y desarrollo
6. Incremento en el número de investigadores en el Ecuador	6. No existe una cultura de publicación en revistas indexadas en Ecuador
7. El 90% de inversión en Investigación se realiza a través del Gobierno	7. El segmento de mercado para las revistas indexadas es limitado y muy especializado
8. Cualquier persona considerada un investigador puede publicar en una revista	8. La inversión en el Ecuador en cuanto a las ciencias sociales es bajo y no tiene tendencia fija de crecimiento
9. Las revistas indexadas tienen conocimiento actualizado	9. La mayoría de docentes utilizan libros científicos en los que se basan para transmitir conocimiento
10. No existe una revista indexada internacionalmente de ninguna universidad que tenga que ver con administración	10. Gobierno no impulsa a doctorados en cuanto a ciencias administrativas como marketing
11. Existen espacios de difusión interna para la temática tratada en la REEO	
12. Las bases de datos internacionales exige que estén revistas indexadas nacionalmente	
13. Incremento de investigadores en ciencias sociales en el Ecuador	
14. Posible digitalización de revista	

2.2.2. Matriz de Impacto

Tabla 16

Matriz de Impacto Fortalezas

Nro.	FORTALEZAS	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
1	Tiene el código ISSN	X		
2	Posee todos los requisitos que una revista necesita para ser indexada	X		
3	Existen formatos a través de las <u>APAs</u> para basarse y realizar la publicación		X	
4	El Comité científico y editorial está constituido por profesionales con nivel de Doctora de importantes universidades internacionales.	X		
5	Los artículos publicados en la REEO han sido la base para ponencias internacionales	X		
6	Existe un proceso riguroso para una publicación en la revista	X		
7	Alineamiento de la revista a los objetivos institucionales		X	
8	Proceso de validación de artículos de alta rigurosidad académica	X		
9	Experiencia en el diseño y producción de revistas científicas por parte del Editor de la revista.	X		
10	Referencia bibliográfica válida para medio de educación	X		
11	No implica herramientas tecnológicas sofisticadas		X	

Tabla 17

Matriz de Impacto Debilidades

Nro.	DEBILIDADES	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
1	No se encuentra indexada en ninguna base de datos internacional	X		
2	Los trámites burocráticos para poder publicar la REEO en la ESPE son complicados	X		
3	Docentes de la ESPE no se interesan en publicar en la REEO	X		
4	Es difícil encontrar investigadores que quieran publicar en la REEO	X		
5	El costo de la materia prima de la REEO pueden variar y el dinero para conseguir no está a la mano		X	
6	No se encuentra posicionada en el mercado al cual está dirigido	X		
7	No tiene cobertura ni alcance identificados.	X		
8	No tiene fidelización en cuanto al cliente, ni mucho menos un cliente real.	X		

Tabla 18

Matriz de Impacto Oportunidades

Nro.	OPORTUNIDADES	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
1	Existen bases de datos para indexar revistas en varios países del mundo	X		
2	Se ha incrementado el porcentaje de inversión en el PIB destinado a la ciencia y tecnología	X		
3	La ley exige publicar en revistas indexadas	X		
4	No todas las universidades del Ecuador tienen revistas indexadas a nivel nacional		X	
5	El gasto en ciencia y tecnología en el país sigue incrementando su tendencia	X		
6	Incremento en el número de investigadores en el Ecuador	X		
7	El 90% de inversión en Investigación se realiza a través del Gobierno	X		
8	Cualquier persona considerada un investigador puede publicar en una revista		X	
9	Las revistas indexadas tienen conocimiento actualizado	X		
10	No existe una revista indexada internacionalmente de ninguna universidad que tenga que ver con administración en el Ecuador	X		
11	Existen espacios de difusión interna para la temática tratada en la REEO		X	
12	Las bases de datos internacionales exige que estén revistas indexadas nacionalmente		X	
13	Incremento de investigadores en ciencias sociales en el Ecuador	X		
14	Posible digitalización de revista	X		

Tabla 19

Matriz de Impacto Amenazas

Nro.	AMENAZAS	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
1	Comparado con Colombia y mucho más con Brasil, el gasto en Ciencia y tecnología es bajo	X		
2	No existe un porcentaje amplio de doctores que sean investigadores en el Ecuador	X		
3	Ecuador no posee una base de datos para indexación como otros países	X		
4	Ecuador no tiene estudios acerca de tendencias de publicaciones en revistas indexadas		X	
5	Las empresas públicas y privadas del Ecuador no invierten en investigación y desarrollo	X		
6	No existe una cultura de publicación en revistas indexadas en Ecuador	X		
7	El segmento de mercado para las revistas indexadas es limitado y muy especializado	X		
8	La inversión en el Ecuador en cuanto a las ciencias sociales es bajo y no tiene tendencia fija de crecimiento	X		
9	La mayoría de docentes utilizan libros científicos en los que se basan para transmitir conocimiento		X	
10	El Gobierno no impulsa a doctorados en cuanto a ciencias administrativas como marketing		X	

2.2.2.1. Matriz de Impacto Cruzada

Se puede definir como el enfrentamiento de factores internos y externos, con el propósito de generar estrategias alternativas.

Estrategias DO: Deben reunir los planes conducentes a cada una de las debilidades que se consideraron como oportunidades de mejoramiento

Estrategias DA: Se deben reunir los planes conducentes a cada una de las debilidades que se consideraron como amenazas para el proyecto.

Estrategias FO: Se deben presentar acciones que permitan aprovechar al máximo estas fortalezas que están de nuestro lado en la ejecución del proyecto.

Estrategias FA: deben existir planes detallados y muy estudiados que contengan o minimicen los efectos negativos que amenazan al proyecto. (Campos Ana, 2011)

Tabla 20.

Matriz de Impacto Cruzada

Fortalezas /Oportunidades	Existen bases de datos para indexar revistas en todo el mundo	Se ha incrementado el porcentaje de inversión en el PIB destinado a la investigación	La ley exige publicar en revistas indexadas	El gasto en Ciencia y tecnología en el país sigue incrementando su tendencia	Incremento en el número de investigadores en el Ecuador	El 90% de inversión en Investigación se realiza a través del Gobierno	Las revistas indexadas tienen conocimiento actualizado	No existe una revista indexada internacionalmente de ninguna universidad que tenga que ver con administración	Incremento de investigadores en ciencias sociales en el Ecuador	Posible digitalización de revista	
Tiene el código ISSN	3	1	3	1	1	1	1	1	1	3	16
Posee todos los requisitos que una revista necesita para ser indexada	5	1	5	1	5	1	3	5	5	5	36
El Comité científico y editorial está constituido por profesionales con nivel de Doctora de importantes universidades internacionales.	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	16
Los artículos publicados en la REEO han sido la base para ponencias internacionales	3	1	3	1	3	1	5	1	3	1	22
Existe un proceso riguroso para una publicación en la revista	3	1	3	1	3	1	5	1	3	1	22
Proceso de validación de artículos de alta rigurosidad académica	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	20
Experiencia en el diseño y producción de revistas científicas por parte del Editor de la revista.	3	1	5	1	1	1	5	5	3	5	30
Referencia bibliográfica válida para medio de educación	5	1	5	1	5	1	5	1	5	5	34
	28	8	28	8	24	8	28	16	26	22	196

Debilidades / Amenazas	Comparado con Colombia y mucho más con Brasil, el gasto en Ciencia y tecnología es bajo	No existe un porcentaje amplio de doctores que sean investigadores en el Ecuador	Ecuador no posee una base de datos para indexación como otros países	Las empresas públicas y privadas del Ecuador no invierten en investigación y desarrollo	No existe una cultura de publicación en revistas indexadas	El segmento de mercado para las revistas indexadas es limitado y muy especializado	La inversión en el Ecuador en cuanto a las ciencias sociales es bajo y no tiene tendencia fija de crecimiento	
No se encuentra indexada en ninguna base de datos internacional	1	3	5	1	5	1	1	17
Los trámites burocráticos para poder publicar la REEO en la ESPE son complicados	1	1	1	5	1	1	3	13
Docentes de la ESPE no se interesan en publicar en la REEO	1	3	3	3	5	5	1	21
Es difícil encontrar investigadores que quieran publicar en la REEO	1	3	3	1	5	5	1	19
No se encuentra posicionada en el mercado al cual está dirigido	1	5	3	1	3	5	1	19
No tiene cobertura ni alcance identificados.	1	3	3	1	5	5	1	19
No tiene fidelización en cuanto al cliente, ni mucho menos un cliente real.		1	3	1	3	5	1	15
	7	19	21	13	27	27	9	123

Debilidades / Oportunidades	Existen bases de datos para indexar revistas en y arios países del mundo	Se ha incrementado el porcentaje de inversión en el PIB destinado a la ciencia y tecnología	La ley exige publicar en revistas indexadas	El gasto en ciencia y tecnología en el país sigue incrementando su tendencia	Incremento en el número de investigadores en el Ecuador	El 90% de inversión en Investigación se realiza a través del Gobierno	Las revistas indexadas tienen conocimiento actualizado	No existe una revista indexada internacionalmente de ninguna universidad que tenga que ver con administración en el Ecuador	Incremento de investigadores en ciencias sociales en el Ecuador	Posible digitalización de revistas		
No se encuentra indexada en ninguna base de datos internacional	5	1	3	1	1	1	3	3	1	1	20	
Los trámites burocráticos para poder publicar la REEO en la ESPE son complicados	3	1	1	1	1	5	1	3	1	5	22	
Docentes de la ESPE no se interesan en publicar en la REEO	3	1	5	1	3	1	3	1	5	1	24	
Es difícil encontrar investigadores que quieran publicar en la REEO	5	1	3	1	3	1	3	3	3	1	24	
No se encuentra posicionada en el mercado al cual está dirigido	5	1	3	1	3	1	3	3	3	1	24	
No tiene cobertura ni alcance identificados.	3	1	1	1	3	1	3	1	1	3	18	
No tiene fidelización en cuanto al cliente, ni mucho menos un cliente real.	5	1	3	1	3	1	3	3	3	1	24	
	29	7	19	7	17	11	19	17	17	13	156	

Fortalezas / Amenazas	Comparado con Colombia y mucho más con Brasil, el gasto en Ciencia y tecnología es bajo	No existe un porcentaje amplio de doctores que sean investigadores en el Ecuador	Ecuador no posee una base de datos para indexación como otros países	Las empresas públicas y privadas del Ecuador no invierten en investigación y desarrollo	No existe una cultura de publicación en revistas indexadas	El segmento de mercado para las revistas indexadas es limitado y muy especializado	La inversión en el Ecuador en cuanto a las ciencias sociales es bajo y no tiene tendencia fija de		
Tiene el código ISSN	1	1	1	1	1	1	1	1	7
Posee todos los requisitos que una revista necesita para ser indexada	1	1	1	1	1	1	1	1	7
El Comité científico y editorial está constituido por profesionales con nivel de Doctora de importantes universidades internacionales.	1	5	1	1	1	3	1	13	
Los artículos publicados en la REEO han sido la base para ponencias internacionales	1	3	3	1	1	3	1	13	
Existe un proceso riguroso para una publicación en la revista	1	5	3	1	1	3	1	15	
Proceso de validación de artículos de alta rigurosidad académica	1	3	1	1	1	3	1	11	
Experiencia en el diseño y producción de revistas científicas por parte del Editor de la revista.	1	3	1	1	1	5	1	13	
Referencia bibliográfica válida para medio de educación	1	1	3	1	3	5	3	17	
	8	22	14	8	10	24	10	96	

2.2.3. Matriz Síntesis

Tabla 21

Matriz Síntesis

	Fortalezas	Debilidades
	F.1 Tiene el código ISSN	D.1 Docentes de la ESPE no se interesan en publicar en la REEO
	F.2 Experiencia en el diseño y producción de revistas científicas por parte del Editor de la revista	D.2 Es difícil encontrar investigadores que quieran publicar en la REEO
	F.3 Referencia bibliográfica válida para medio de educación	D.3 No se encuentra posicionada en el mercado al cual está dirigido
	F.4 El Comité científico y editorial está constituido por profesionales con nivel de Doctora de importantes universidades internacionales	D.4 No tiene cobertura ni alcance identificados.
	F.5 Los artículos publicados en la REEO han sido la base para ponencias internacionales	D.5 No tiene fidelización en cuanto al cliente, ni mucho menos un cliente real.
Oportunidades	Indexar la revista en base de datos internacional	Indexar la revista en base de datos internacional
O.1 Existen bases de datos para indexar revistas en todo el mundo		
O.2 La ley exige publicar en revistas indexadas	Aprovechar la experiencia del Editor para indexar la revista	Aprovechar el incremento de investigadores para que publiquen en la revista
O.3 Incremento en el número de investigadores en el Ecuador	Invitar a nuevos investigadores a publicar en la revista	Fidelizar a investigadores en ciencias sociales
O.4 Las revistas indexadas tienen conocimiento actualizado	Invitar a docentes a utilizar la revista como conocimiento actualizado	Indexar la revista para aprovechar que la competencia no tiene indexación y captar clientes y proveedores
O.5 Incremento de investigadores en ciencias sociales en el Ecuador	Digitalizar la revista	indexar la revista para aprovechar la ley que exige publicar en revistas indexadas
O.6 Posible digitalización de revista	Indexar la revista para que quienes vayan a ser PhDs cumplan la ley publicando en la REEO	

O.7 No existe una revista indexada internacionalmente de ninguna universidad que tenga que ver con administración en el Ecuador		
Amenazas		
A.1 No existe un porcentaje amplio de doctores que sean investigadores en el Ecuador	Aprovechar los comités que se tienen en la revista para indexar lo más rápido posible	Incentivar a los docentes de la ESPE a publicar en la REEO
A.2 Ecuador no posee una base de datos para indexación como otros países	Aprovechar los congresos para identificar clientes potenciales y proveedores de la revista	Incentivar a docentes de la ESPE a conseguir doctorados
A.3 No existe una cultura de publicación en revistas indexadas	Tomar la experiencia del Editor de la REEO para crear una base de datos de Ecuador	Aprovechar oportunidad del gobierno de su impulso a aumentar los doctorados en el Ecuador
A.4 El segmento de mercado para las revistas indexadas es limitado y muy especializado	identificar a pocos investigadores que tengan doctorado en el país para que sean o clientes o proveedores de la revista	Impulsar al creación de base de datos en Ecuador a través de Scielo
		Indexar la REEO para incentivar a investigadores a publicar en esta revista
		identificar el segmento y posicionar la REEO en ese nicho de mercado

A través de la Matriz Síntesis resumida, se puede destacar, que la experiencia de los que integran la revista, el impulso a la indexación de la revista, aprovechar el incremento de investigadores, identificar un segmento, incentivar a que los docentes consigan doctorados, y entre otros factores que se identificaron dentro del análisis, permiten resumir qué le hace falta a la REEO, qué se puede hacer por ella, y a dónde se debe apuntar para su posicionamiento.

2.3. Matriz General Electric

2.3.1. Matriz Factores Externos

Tabla 22

Matriz General Electric, Factores Externos

Factores Externos	Peso Ponderado	Calificación	Calificación Ponderada
Oportunidades			
O.1 Existen bases de datos para indexar revistas en todo el mundo	0,05	4	0,20
O.2 La ley exige publicar en revistas indexadas	0,25	4	1,00
O.3 Incremento en el número de investigadores en el Ecuador	0,10	3	0,30
O.4 Las revistas indexadas tienen conocimiento actualizado	0,1	3	0,30
O.5 Incremento de investigadores en ciencias sociales en el Ecuador	0,05	3	0,15
O.6 Posible digitalización de revista	0,05	3	0,15
O.7 No existe una revista indexada internacionalmente de ninguna universidad que tenga que ver con administración en el Ecuador	0,05	3	0,15
Amenazas			
A.1 No existe un porcentaje amplio de doctores que sean investigadores en el Ecuador	0,05	2	0,1
A.2 Ecuador no posee una base de datos para indexación como otros países	0,1	1	0,1
A.3 No existe una cultura de publicación en revistas indexadas	0,15	1	0,15
A.4 El segmento de mercado para las revistas indexadas es limitado y muy especializado	0,05	1	0,05
	1		2,65

2.3.2. Matriz Factores Internos

Tabla 23

Matriz General Electric, Factores Internos

Factores Internos	Peso Ponderado	Calificación	Calificación Ponderada
Fortalezas			
F.1 Tiene el código ISSN	0,10	3	0,30
F.2 Experiencia en el diseño y producción de revistas científicas por parte del Editor de la revista	0,05	4	0,20
F.3 Referencia bibliográfica válida para medio de educación	0,05	3	0,15
F.4 El Comité científico y editorial está constituido por profesionales con nivel de Doctora de importantes universidades internacionales	0,25	4	1,00
F.5 Los artículos publicados en la REEO han sido la base para ponencias internacionales	0,10	4	0,40
Debilidades			
D.1 Docentes de la ESPE no se interesan en publicar en la REEO	0,05	2	0,10
D.2 Es difícil encontrar investigadores que quieran publicar en la REEO	0,05	2	0,10
D.3 No se encuentra posicionada en el mercado al cual está dirigido	0,15	1	0,15
D.4 No tiene cobertura ni alcance identificados.	0,1	1	0,10
D.5 No tiene fidelización en cuanto al cliente, ni mucho menos un cliente real.	0,1	1	0,10
	1		2,60

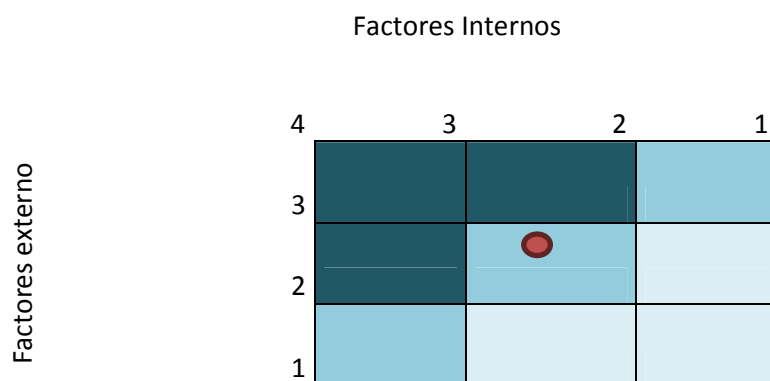


Figura5: General Electric, Factores internos y Externos (2012)

Se encuentra dentro del bloque de resistencia persistencia.

2.4. Ciclo de vida del producto

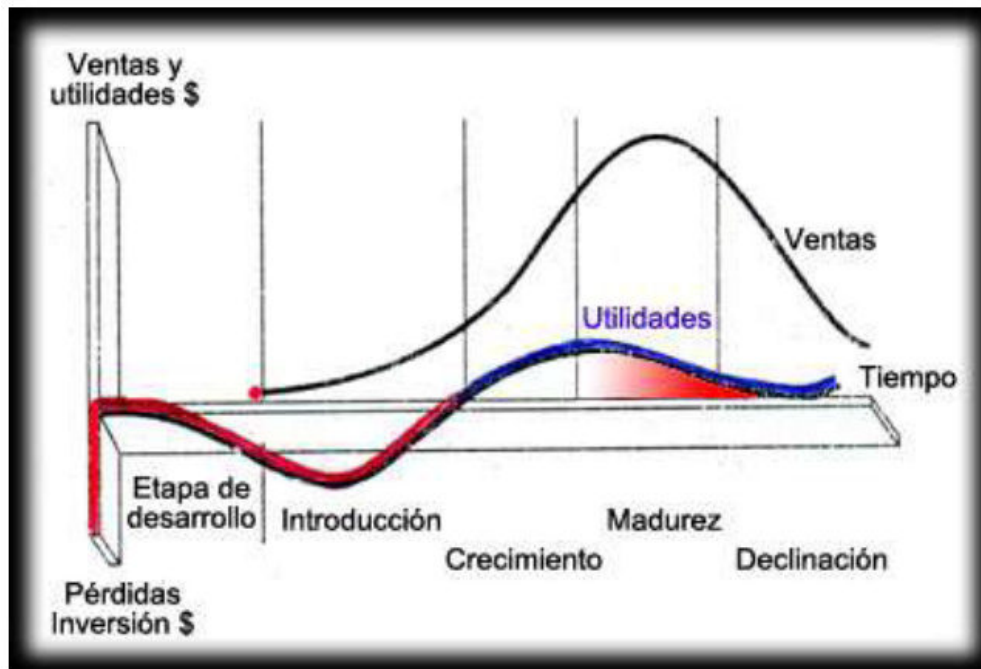


Figura6: Ciclo de vida del producto (2012), *Idóneos* (Idoneos.com, 2012)

Fase de Introducción:

La REEO se encuentra poco tiempo en el mercado, y a pesar de que ya conoce su segmento, no tiene un cliente fijo y en el tiempo en el que ha estado en el mercado su posicionamiento no ha sido efectivo. A pesar de que no existe una variedad de revistas publicadas por las universidades del país, la REEO no tiene un cliente real y necesita crecer, ya que por ahora se ha mantenido en una fase introductoria por su falta de resurgimiento dentro de su mercado específico.

En esta fase lo más importante es acrecentar la conciencia de los clientes y la disposición a comprar junto con:

- Intensa publicidad para concienciar el mercado
- Extensos intentos por conseguir mayores clientes en este caso, investigadores o docentes que se interesen en leer la REEO

En esta fase, todo va a depender de varios factores, entre ellos de la capacidad de la ESPE, para sostener las estrategias de marketing entre las cuales se encuentran: penetración en un mercado masivo, penetración en un nicho o el descremado, en el cual se elige a la penetración en un nicho por el segmento al cual está dirigida la REEO.

Análisis:

Luego de haber realizado el diagnóstico, se puede señalar que la indexación de la revista puede ser una opción para su posicionamiento, dado el incremento de investigadores en el país, el respaldo que la ley da a la publicación de artículos dentro de las revistas indexadas, la calidad de los artículos de la REEO y de su comité editorial y científico. Sin embargo, la REEO necesita posicionamiento, cobertura y alcance, atraer nuevos clientes y la necesidad más importante sería que a través de la indexación se pueda dar inducción a los investigadores a publicar en esta revista, y si es posible generar una intensa publicidad para hacerse conocer dentro de su segmento.

CAPÍTULO III

3. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

3.1. Conceptos

El direccionamiento estratégico responde a la pregunta: ¿En dónde queremos estar? En donde se deben revisar nuevamente los principios, la misión y la visión. (Amaya, 2005)

Las organizaciones “para crecer, generar utilidades y permanecer en el mercado deben tener muy claro hacia dónde van, es decir, haber definido su direccionamiento estratégico”. (Amaya, 2005)

El direccionamiento estratégico lo integran los principios corporativos, la visión y la misión de la organización



Figura7: Direccionamiento Estratégico (2012), Amaya (Amaya, 2005)

Es importante destacar que “en 1954 Peter Ducker opina que la estrategia requiere que los gerentes analicen su situación presente y la cambien en caso necesario, saber qué recursos tiene la empresa y cuáles deberían ser.”(Amaya, 2005)

3.2. Alineación estratégica

3.2.1. Alineación estratégica de la ESPE frente a la política del DCEAC.

3.2.1.1. Misión

Misión Institucional de la ESPE

- Formar académicos, profesionales e investigadores de excelencia, creativos, humanistas, con capacidad de liderazgo, pensamiento crítico y alta conciencia ciudadana; generar, aplicar y difundir el conocimiento y, proporcionar e implementar alternativas de solución a los problemas del país, acordes con el Plan Nacional de Desarrollo

Misión del CEAC

- Unidad Operativa creada para gestionar los programas de postgrados y apoyar a las carreras en sus diferentes modalidades, así como en los procesos, académicos, de investigación y vinculación con la comunidad, entregando a la sociedad profesionales e investigadores en ciencias de la administración, para satisfacer las necesidades de la sociedad, con práctica de valores, pensamiento crítico e innovación, con cobertura nacional e internacional, a través de la utilización eficiente de los recursos asignados y responsabilidad social.

Es clara la alineación que se enfatiza en las necesidades de la sociedad, es decir, las dos misiones se alinean justamente en cuando a selección a los problemas del país.

Misión del CEAC

- Unidad Operativa creada para gestionar los programas de postgrados y apoyar a las carreras en sus diferentes modalidades, así como en los procesos, académicos, de investigación y vinculación con la comunidad, entregando a la sociedad profesionales e investigadores en ciencias de la administración, para satisfacer las necesidades de la sociedad, con práctica de valores, pensamiento crítico e innovación, con cobertura nacional e internacional, a través de la utilización eficiente de los recursos asignados y responsabilidad social.

Misión de la REEO

- Consiste en atender académicos y no académicos y sus necesidades de conocimiento por medio de la socialización de la más alta calidad en los campos de economía, administración y áreas afines y de esta manera cumplir con la sociedad en el sentido de influenciar el futuro, contando con principios éticos y práctica de valores; y con cobertura nacional e internacional.

En cuanto a estas misiones se alinean al a atender las necesidades de conocimiento (REEO), que se priorizan en la misión del CEAC con la satisfacción de las necesidades de la sociedad.

3.2.1.2. Visión

Visión Institucional de la ESPE

- Al 2016, líder en la gestión del conocimiento y de la tecnología en el Sistema de Educación Superior, con prestigio internacional y referente de práctica de valores éticos, cívicos y de servicio a la sociedad.

Visión del CEAC

- En el 2016 ser un Departamento líder en la excelencia académica, investigación y vinculación con la colectividad, a nivel nacional e internacional, resaltando nuestra identidad, basado en la aplicación de principios éticos, apoyando a la ESPE a consolidarse como una de las mejores universidades del mundo, con consciencia ciudadana.

Visión de la REEO

- En el 2016, ser una revista investigativa líder en el área administrativa, con indexación internacional, continuidad, conocimiento relevante y consolidación dentro del Ecuador, en base a la publicación de artículos científicos; resaltando nuestra identidad como ESPE para lograr ser una de las mejores universidades del mundo, tomando en cuenta la práctica de valores éticos y servicio a la sociedad.

En cuanto a la visión, la institucional y la del departamento, se alinean por medio del liderazgo en gestión del conocimiento, que en la del CEAC se deriva en la excelencia académica e investigativa. También se alinean a través de la aplicación de principios ético, y que la REEO tendría una visión dirigida al liderazgo y su apoyo a la ESPE para ser una de las mejores universidades, destacando la investigación y los conocimientos que se van a publicar dentro de ella.

3.2.1.3. Objetivos

Objetivo Institucional de la ESPE

- Fortalecer la gestión del conocimiento, tecnología e innovación.

Objetivo del CEAC

- Fortalecer las actividades de investigación aplicada en los proyectos integradores y trabajos de graduación
- Facilitar la producción de capital intangible a todo nivel
- Fortalecer el Sistema de Investigación

La alineación entre los objetivos de la ESPE y el departamento del CEAC, tienen una relación bastante amplia, donde se identifican la investigación, la infraestructura, los servicios institucionales, la vinculación con la comunidad, docentes y estudiantes, entre otros que involucran a todos los actores del departamento con la ESPE.

Objetivo del CEAC

- Fortalecer las actividades de investigación aplicada en los proyectos integradores y trabajos de graduación
- Fortalecer el Sistema de Investigación
- Facilitar la producción de capital intangible a todo nivel

Objetivo de la REEO

- Estimular la creación y la divulgación de conocimiento científico en el área de las ciencias económicas y administrativas.

La alineación entre el departamento y la revista, se encuentra básicamente en la investigación y divulgación de conocimiento donde se encuentran involucrados los docentes - investigadores del departamento y la revista que será la principal herramienta para la investigación.

3.3. Balance Score Card

Tabla 24

Balance Score Card para la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional

PERSPECTIVA	OBJ. ESTRAT.	IND. RESULTADO	IND. TENDENC.	META	INICIATIVAS
FINANCIERA	Disminuir costos y gastos	Índice de relación	Comparación con costos de revista anterior	Disminuir en un 99% al digitalizar la REEO	Digitalizar la REEO
CLIENTES	Fidelizar el cliente real	% de Clientes Satisfechos	Medir el porcentaje de satisfacción a través de encuestas	100% de clientes satisfechos	Encuesta de satisfacción
	Posicionar la revista a nivel nacional	Top of mind	Incrementar posicionamiento de la REEO	Entre los 3 del top of mind en un año	Diseño del Plan de Marketing para la REEO
	Lograr cobertura en universidades del Ecuador	No. universidades a las que llega la REEO	Conocimiento de a dónde se reparte la REEO	100% de universidades de categoría A y B	Diseño del Plan de Marketing para la REEO
PROCESOS (INTERNA)	Mejorar normas y reglamentos de la revista	No. De mejoras anuales	Conocimiento de la normativa	4 implementaciones para el próximo año	Comparación y mejoramiento con otras revistas ya indexadas
	Administrar clientes	No. De revistas recibidas por clientes	Conocimiento del número de clientes que reciben la revista	Repartir al 100% de Universidades de Categoría A	A través de un CRM
	Diseñar el manual de procesos productivos de la revista	No. De procesos realizados en el manual	Diseño de manual de procesos de la revista	Disminuir el tiempo de publicación de la REEO	Plasmar procesos para realización de la REEO en un manual
APRENDIZAJE ORGANIZACIONAL	Capacitar y motivar a los docentes administrativos de la ESPE a publicar en revistas indexadas	No de docente que publiquen en este año	Capacitación utilizada	Capacitar al 100% del personal docente del CEAC	Diseño de plan de capacitación a los docentes

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DEL MERCADO

4.1. Metodología de la Investigación

Dentro de mercado al que se va a enfocar esta investigación, se definen:

-Problema de investigación:

La Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional no se encuentra posicionada

-Justificación:

La Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional requiere posicionamiento a nivel nacional y la posible indexación, dado que “es importante para la universidad y el país que exista una revista de ciencias administrativas ecuatoriana que esté dando pasos dentro de la investigación. Esto beneficia a las universidades y a la sociedad ya que permite acceder a esta información.”(Araque, 2013)

-Objetivos de investigación:

○ Objetivos General:

- Analizar las variables de posicionamiento relacionadas con revistas científicas indexadas en el área de administración a nivel nacional.

○ Objetivos Específicos:

- Determinar las características de demanda primaria orientadas al segmento de lectores de revistas científicas en el área administrativa.
- Determinar las características de demanda selectiva que definen el posicionamiento de las revistas científicas en el área administrativa.

-Hipótesis

Pese a que la REEO no se encuentra en el nivel de recordación (top of mind) a nivel nacional, tampoco existe competencia dentro del mercado nacional y por lo tanto las revistas que leen los investigadores son extranjeras

- En un 70% los investigadores son de género masculino, de edad aproximada de los 50 años en adelante con formación de tercer nivel y que trabajan en las universidades. Su área de conocimientos será en mayoría acerca de planificación estratégica y llevarán investigando más de 10 años.

- Los investigadores tendrán más de 5 publicaciones y leerán muy frecuentemente revistas, que las conseguirán a través de bases de datos más por información bibliográfica y que tienen conocimiento amplio acerca de revistas indexadas y saben la importancia de seleccionar, y que saben que en el Ecuador existe disponibilidad de revistas

- El 25% de los investigadores conocen la REEO, y saben que existen otras revistas dentro del país

- De este 25%, podrán definir el 100% las características de la REEO y el 95% la recomendarán

- El 90% de los investigadores, identifican las revistas que leen, escuchan, utilizan y conocen dentro de su diario trabajo, y serán revistas todas internacionales

A través de la investigación, se va a determinar el número de investigadores que se encuentran dentro de las universidades de categoría A, y de acuerdo a esto realizar un encuestamiento y entrevistas a estas personas, para poder cumplir con los objetivos.

Se determinará la muestra para realizar la investigación, para luego analizar y evaluar los resultados.

-Tipo de estudio:

El tipo de estudio que se va a realizar será una investigación descriptiva cuantitativa, donde se podrá definir por medio del análisis qué es lo que está sucediendo con la revista y sobre todo con la investigación dentro del Ecuador.

4.2. Definición de la muestra

A partir de esto se empezará definiendo el tamaño de muestra, donde la población estimada es de:

Población:

- Investigadores en el Ecuador: 2623
- Investigadores en disciplina Ciencias Sociales: 16,05%
- Población de investigadores en Ciencias Sociales: 421 investigadores en el Ecuador

Nota: Datos sacados del Rycit, según los índices que miden la Ciencia y tecnología dentro de Latinoamérica.(UNESCO, 2012)

Se realizó una aplicación de una muestra no probabilística en las 11 universidades de categoría para la facultad de ciencias administrativas donde existen en un promedio de 5 investigadores por universidad, y en algunas de ellas no existen, este es el caso de la Politécnica del Chimborazo, que no tiene investigadores dentro de esta facultad.

Así, el encuestamiento se convierte en un censo, dado el número limitado de investigadores, que en algunas universidades existen algunos que no se encuentran en el país y que otros se encuentran de vacaciones, y dado esto, se dio como resultado el encuestamiento a por lo menos una universidad dentro de las regiones del Ecuador, obteniendo 29 encuestas a nivel país.

El número de investigadores básicamente por universidad de categoría A se encuentra en (estos datos fueron investigados personalmente en cada universidad de categoría A del país):

Tabla 25

Número de investigadores por universidad de categoría A en el Ecuador en el área de administración

Universidad	Número de investigadores
Universidad Politécnica del Litoral	4
Universidad Politécnica del Chimborazo	0
Escuela Politécnica del Ejército	3
Pontificia Universidad Católica del Ecuador	12
Universidad Técnica de Ambato	4
Universidad de Cuenca	3
Universidad Central del Ecuador	1
Universidad del Azuay	0
Universidad Técnica Particular de Loja	6
Universidad San Francisco de Quito	5
Universidad Politécnica Nacional	7
Total	45

4.3. Encuesta

La Encuesta de posicionamiento, se ha realizado a partir del modelo Brand Equit y resultó lo siguiente (Matriz de la Encuesta – ANEXO 5)

4.3.1. Tabulación de la Encuesta

Dada la encuesta se pasará al análisis a partir de la tabulación realizada en SPSS Statistics 17.0 y en Microsoft Office Excel 2007:

2. ¿Cuál es su edad?

Tabla 26

Edad del investigador

¿Cuál es su edad?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	23 años - 33 años	6	20,7	20,7	20,7
	33 años a 43 años	10	34,5	34,5	55,2
	43 años a 53 años	5	17,2	17,2	72,4
	53 años en adelante	8	27,6	27,6	100,0
Total		29	100,0	100,0	

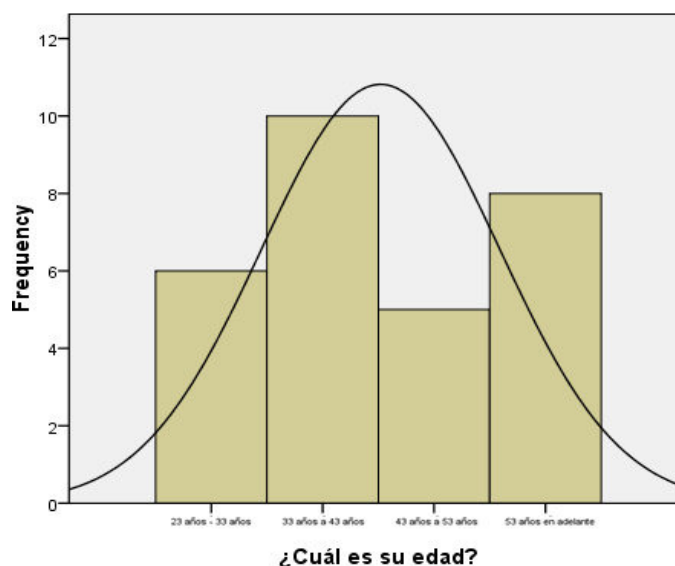


Gráfico 10. *Edad del investigador*

Se puede ver que el 34,5% de investigadores, tienen de 33 a 43 años de edad, y nos permite saber que los investigadores son jóvenes, y tienen mucho por delante para poder apoyar a la investigación.

El promedio de edad de los investigadores se encuentra en los 42 años.

3. Indique su género

Tabla 27

Género del investigador

Indique su género					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masculino	19	65,5	65,5	65,5
	Femenino	10	34,5	34,5	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

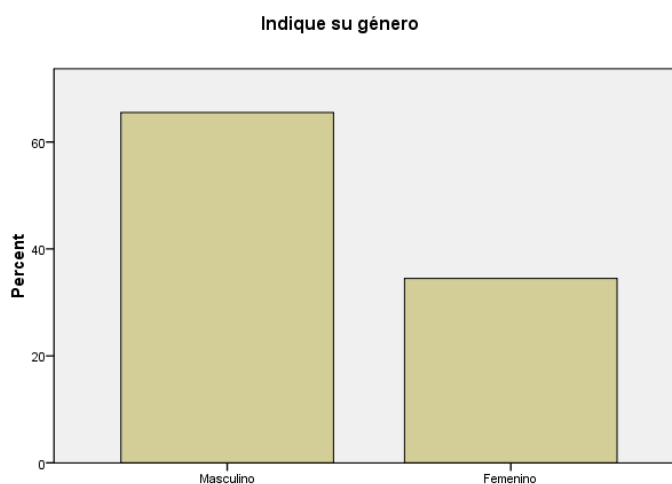


Gráfico 10. *Género del investigador*

Se puede determinar que el 65,5% de investigadores son de género masculino.

4. ¿Cuál es su nivel de formación?

Tabla 28

Nivel de formación del investigador

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tercer Nivel	3	10,3	10,3	10,3
Masterado	20	69,0	69,0	79,3
Doctorado	6	20,7	20,7	100,0
Total	29	100,0	100,0	

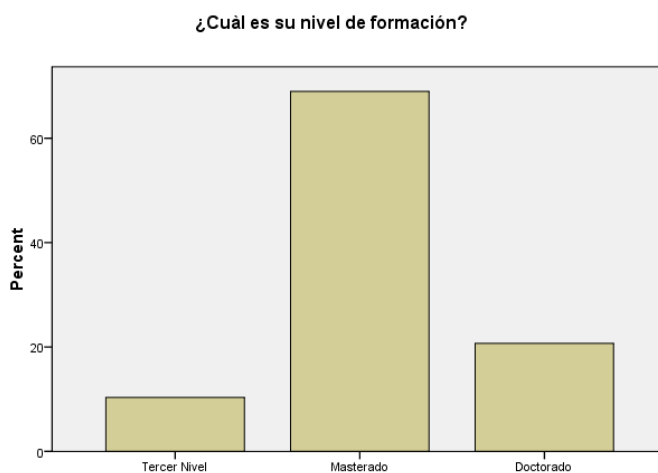


Grafico 12. *Nivel de formación del investigador*

Se puede ver que el 69% de investigadores solamente llegan a un masterado y en un el 20% tienen un doctorado.

5. ¿Qué ocupación desempeña?

Tabla 29

*Investigadores que desempeñan
la función de investigador*

Tabla 30

*Investigadores que desempeñan
la función de docente*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Si	26	89,7	89,7	89,7
No	3	10,3	10,3	100,0
Total	29	100,0	100,0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Si	26	89,7	89,7	89,7
No	3	10,3	10,3	100,0
Total	29	100,0	100,0	

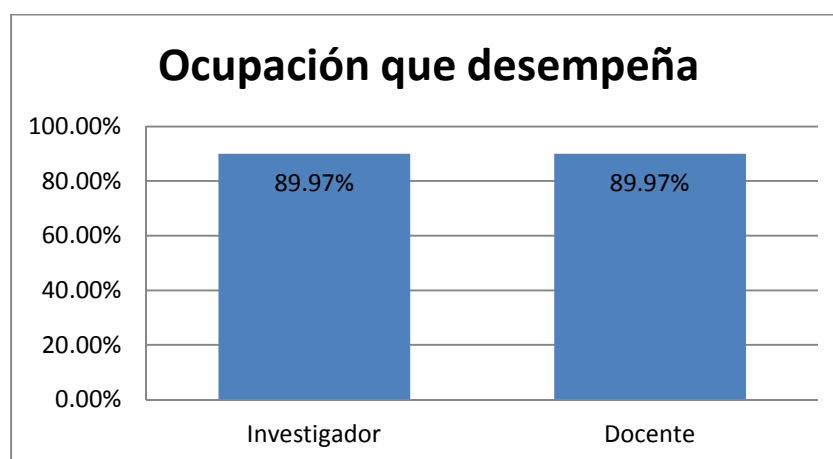


Gráfico 13. *Ocupación que desempeña el investigador*

Se puede ver que el 89,7% cumplen la función de docentes e investigadores.

6. ¿Cuál es su área de conocimientos?

Tabla 31

Área de conocimientos de los investigadores

Área de Conocimientos

Proceso Cíclico Estratégico	9	23%
Marketing Nacional e Internacional	3	8%
Finanzas de Empresas y Mercados Capitales	4	10%
Economía	13	33%
Factor Humano en la Era del Conocimiento	4	10%
Contabilidad y Auditoría Pública	1	3%
Sistemas Productivos y Cadenas de Suministros	5	13%
Turismo	0	0%

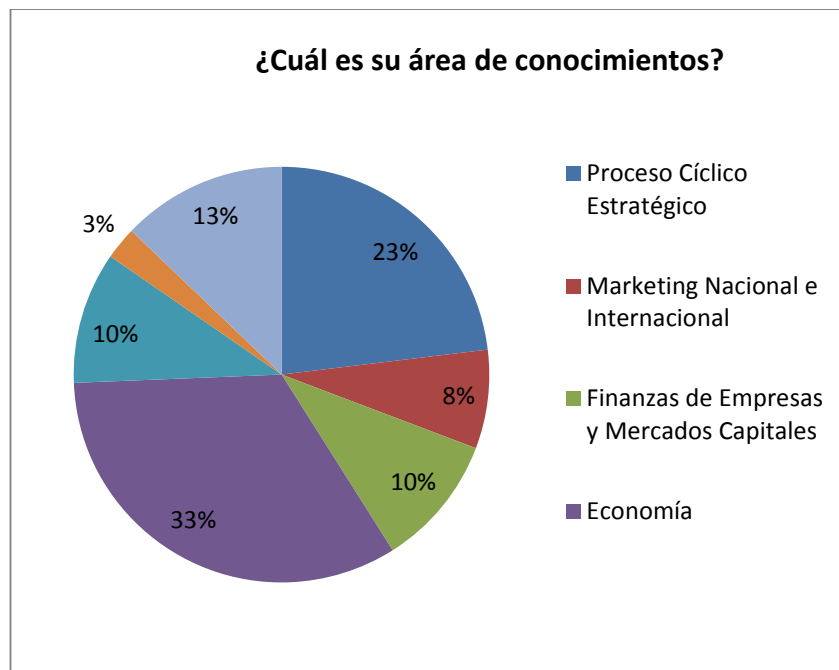


Gráfico 14. *Área de conocimientos de los investigadores*

Se puede ver que el área de conocimientos de estos investigadores en un 33% es Economía.

7. ¿Dónde trabaja usted?

Tabla 32

En dónde trabajan los investigadores

		¿Dónde trabaja usted?			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Empresa Privada	2	6,9	6,9	6,9
	Empresa pública	4	13,8	13,8	20,7
	Institución Educativa	23	79,3	79,3	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

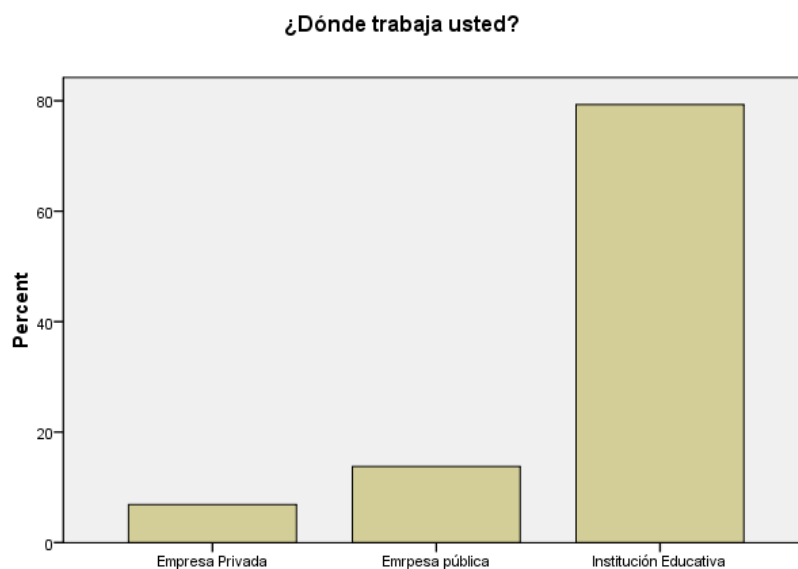


Gráfico 15. *En dónde trabajan los investigadores*

Se puede determinar que el 39% de investigadores trabajan en una institución educativa.

8. ¿Cuánto tiempo lleva investigando?

Tabla 33

Tiempo que llevan investigando

¿Cuánto tiempo lleva investigando?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0 - 3 años	10	34,5	34,5	34,5
3 - 6 años	6	20,7	20,7	55,2
6 - 9 años	5	17,2	17,2	72,4
9 años en adelante	8	27,6	27,6	100,0
Total	29	100,0	100,0	

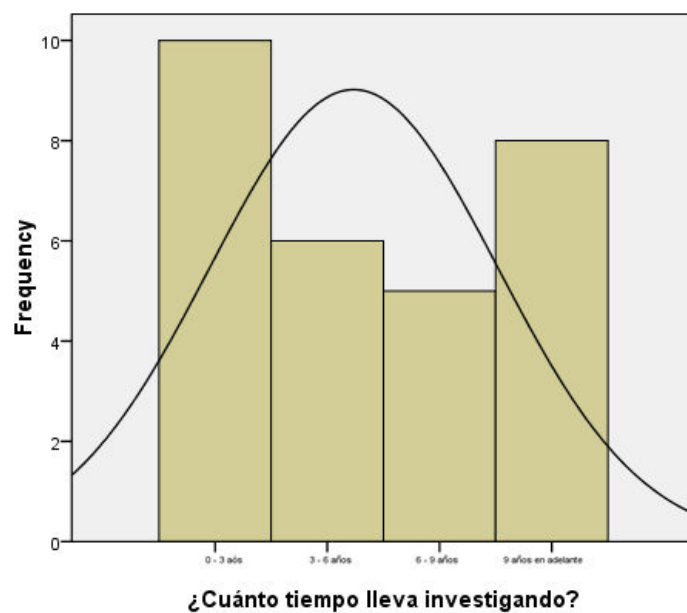


Gráfico 16. *Tiempo que llevan investigando*

El 34,5% de los investigadores lleva de 0 a 3 años investigando.

Y el promedio de años que llevan investigando es de 5 años.

9. ¿Usted lee revistas indexadas?

Tabla 34

Lee revistas indexadas

¿Usted lee revistas indexadas?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	24	82,8	82,8	82,8
	No	5	17,2	17,2	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

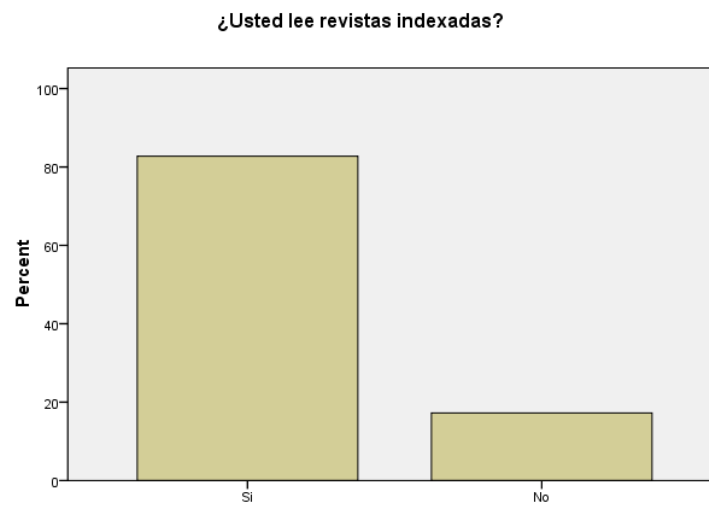


Gráfico 17. *Lee revistas indexadas*

El 82,8% de investigadores lee revistas indexadas.

¿Cuál revista indexada lee?

Tabla 35

Cuál revistas indexada leen los investigadores

¿Cual revista indexada lee usted?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Academy of management Review	1	3,4	3,4	3,4
EBSCO, Iconos	1	3,4	3,4	6,9
Eco	1	3,4	3,4	10,3
HBR	1	3,4	3,4	13,8
Hemeroteca	1	3,4	3,4	17,2
Latindex	1	3,4	3,4	20,7
Ninguna	5	17,2	17,2	37,9
No recuerda	13	44,8	44,8	82,8
REDALYC	1	3,4	3,4	86,2
REEU, Letras Verdad, ISEES	1	3,4	3,4	89,7
REIS	1	3,4	3,4	93,1
Retos	1	3,4	3,4	96,6
UNAM	1	3,4	3,4	100,0
Total	29	100,0	100,0	

Pero aunque la mayoría de investigadores lee revistas indexadas, el 44,8% no recuerda cuál revista lee.

10. ¿Ha publicado en revistas indexadas?

Tabla 36

Ha publicado en revistas indexadas

¿Ha publicado en revistas indexadas?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	10	34,5	34,5	34,5
	No	19	65,5	65,5	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

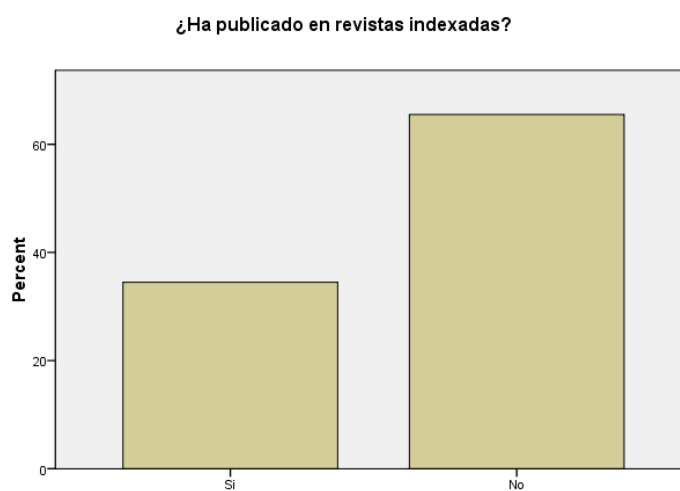


Gráfico 18. *Ha publicado en revistas indexadas*

El 65,5% de los investigadores no han publicado en revistas indexadas.

¿En cuál revista ha publicado?

Tabla 37

En cuál revista indexada han publicado

		¿En cuál revista indexada ha publicado?			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cepal	1	3,4	3,4	3,4
	Ciencia UNEMI	1	3,4	3,4	6,9
	Ninguna	19	65,5	65,5	72,4
	No recuerda	5	17,2	17,2	89,7
	Panorama Económico	1	3,4	3,4	93,1
	Retos	1	3,4	3,4	96,6
	Uniandes	1	3,4	3,4	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

No se tiene una revista en común en la cual se han publicado los investigadores.

11. ¿Cuántas veces ha publicado en revistas indexadas?

Tabla 38

Frecuencia de publicación en revistas indexadas

		¿Cuántas veces ha publicado en revistas indexadas?			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0 - 3 veces	25	86,2	86,2	86,2
	3 - 6 veces	3	10,3	10,3	96,6
	9 veces en adelante	1	3,4	3,4	100,0
	Total	29	100,0	100,0	



Gráfico 19. *Frecuencia de publicación en revistas indexadas*

El 86,2% de investigadores que han publicado lo han hecho de 0 a 3 veces.

12. ¿Dónde consigue las revistas indexadas?

Tabla 39

Lugar donde consigue revistas indexadas

Lugar donde consigue revistas indexadas		
Lugar de trabajo	11	23%
Internet	14	29%
Universidades	18	38%
Ferias	2	4%
Congresos	3	6%

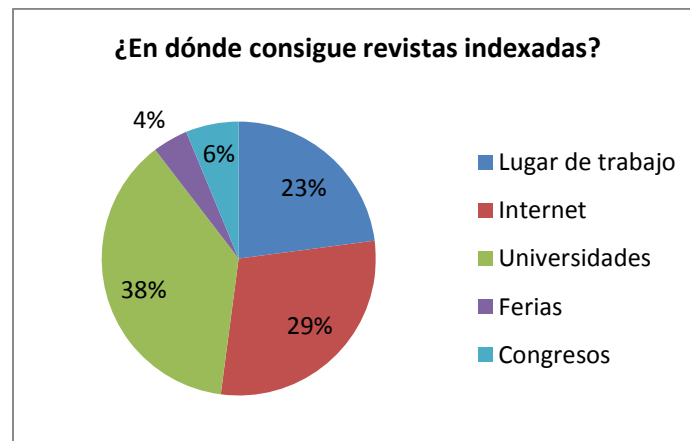


Gráfico 20. *Lugar donde consiguen revistas indexadas*

El 38% de investigadores consiguen revistas indexadas en las universidades.

13. ¿Por qué lee usted una revista indexada?

Tabla 40

Razones por las que lee una revista indexada

Razones por las que lee una revista indexada		
información Científica	22	52%
Costumbre	3	7%
Impartir conocimientos	13	31%
Investigación	2	5%
Referencia	1	2%
Rigurosidad científica	1	2%

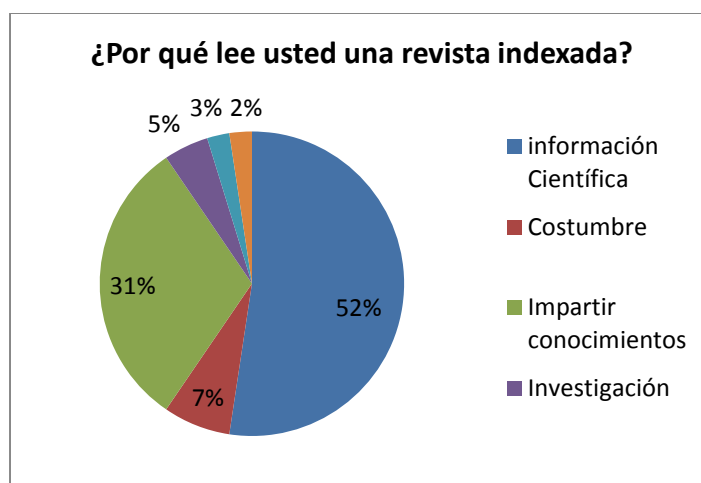


Gráfico 21. Razones por las que lee una revista indexada

El 52% de investigadores leen las revistas indexadas por información científica.

14. ¿Dónde consigue información acerca de revistas indexadas?

Tabla 41

Dónde consigue información acerca de revistas indexadas

Información acerca de revistas indexadas		
Páginas web Universidades	22	54%
Bases de datos	12	29%
Congresos	4	10%
Ferias	2	5%
Colegas	1	2%

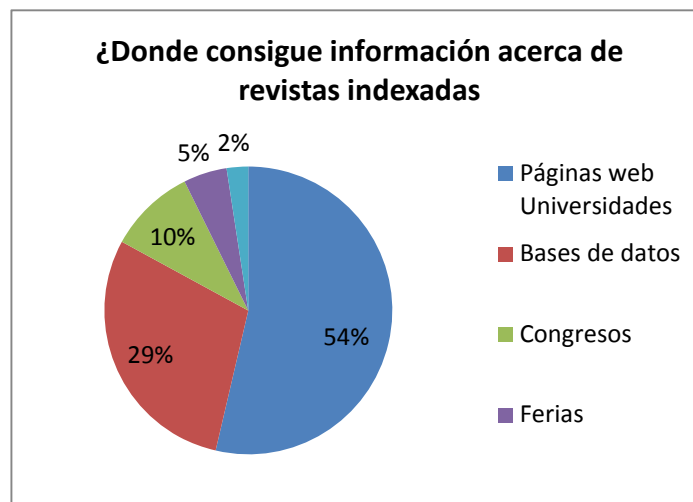


Gráfico 22. *Dónde consigue información acerca de revistas indexadas*

El 54% de investigadores consiguen información acerca de revistas indexadas dentro de las páginas web de las universidades.

15. ¿Qué beneficios obtiene usted al leer una revista indexada?

Tabla 42

Beneficios que obtiene el investigador al leer una revista indexada

Beneficios que obtiene	Número de investigadores	Porcentaje
información Científica	25	58%
Bibliografía	15	35%
Actualización	2	5%
Fundamentos Técnicos	1	2%

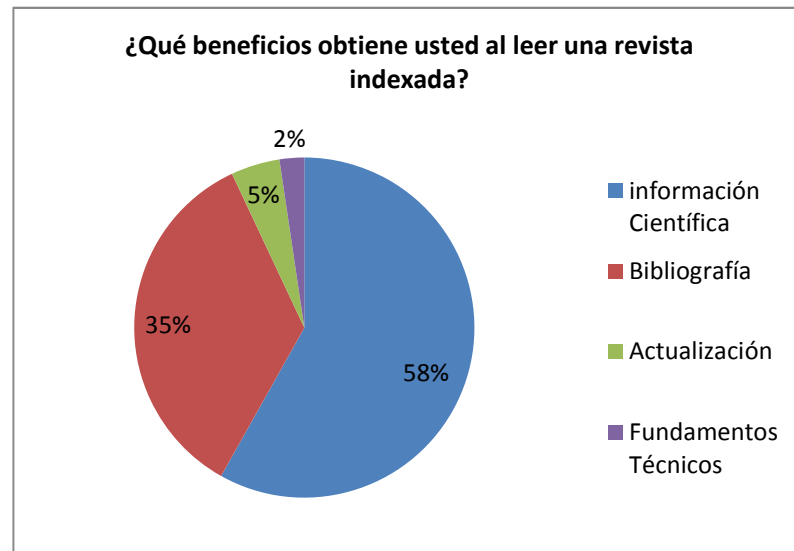


Gráfico 23. *Beneficios que obtiene el investigador al leer una revista indexada*

El mayor beneficio que obtienen los investigadores de leer las revistas indexadas es la información científica que obtienen a través de ellas con un 58% de aceptación..

16. ¿Qué tan importante es para usted seleccionar una revista científica indexada administrativa que necesita a la hora de investigar, conocer o informarse?

Tabla 43

Importancia de seleccionar una revista indexada

¿Qué tan importante es para usted seleccionar una revista científica indexada administrativa que necesita a la hora de investigar, conocer o informarse?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid A veces es importante	1	3,4	3,4	3,4
A veces es importante	10	34,5	34,5	37,9
Extremadamente importante	18	62,1	62,1	100,0
Total	29	100,0	100,0	

¿Qué tan importante es para usted seleccionar una revista científica indexada administrativa que necesita a la hora de investigar, conocer o informarse?

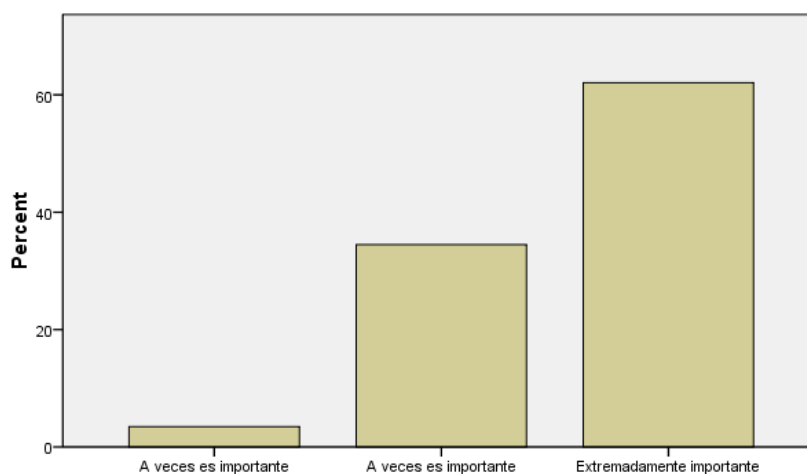


Gráfico 24. *Importancia de seleccionar una revista indexada*

Para el 62% de los investigadores es extremadamente importante seleccionar una revista indexada al momento de leerla.

17. ¿Qué tanto siente usted que conoce acerca de revistas científicas administrativas disponibles en el Ecuador?

Tabla 44

Qué tanto conoce de revistas indexadas

¿Qué tanto siente usted que conoce de revistas científicas administrativas disponibles en el Ecuador?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nada	3	10,3	10,3	10,3
Poco	11	37,9	37,9	48,3
Medianamente	11	37,9	37,9	86,2
Bastante	3	10,3	10,3	96,6
Totalmente	1	3,4	3,4	100,0
Total	29	100,0	100,0	

¿Qué tanto siente usted que conoce de revistas científicas administrativas disponibles en el Ecuador?

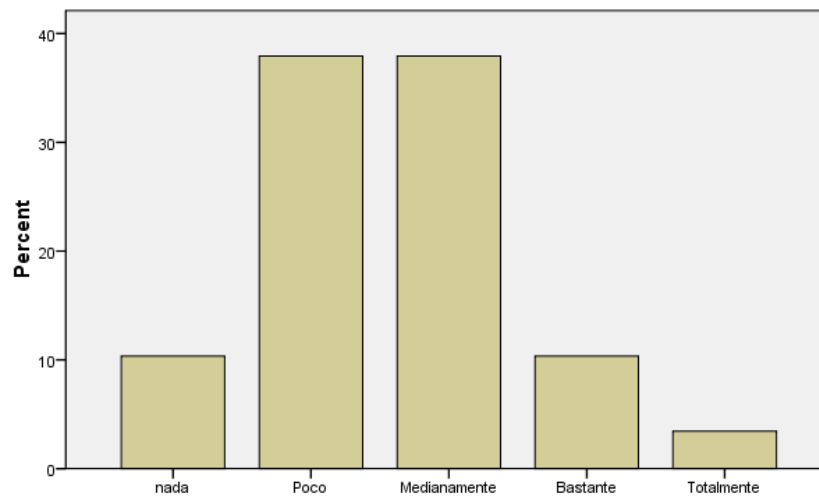


Gráfico 25. *Qué tanto conoce de revistas indexadas*

El 75,8% de investigadores conocen medianamente o casi nada acerca de revistas científicas administrativas disponibles en el Ecuador.

18. ¿Qué tan diferentes siente usted que son las opciones de revistas científicas administrativas que se comparten actualmente? Diría que son:

Tabla 45

Diferentes opciones de revistas administrativas en el Ecuador

¿Qué tan diferentes siente usted que son las opciones de revistas científicas administrativas que se comparten actualmente? Diría que son					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nada diferentes	5	17,2	17,2	17,2
	Escasamente diferentes	8	27,6	27,6	44,8
	Medianamente diferentes	11	37,9	37,9	82,8
	Suficientemente diferentes	3	10,3	10,3	93,1
	Totalemente diferentes	2	6,9	6,9	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

¿Qué tan diferentes siente usted que son las opciones de revistas científicas administrativas que se comparten actualmente? Diría que son

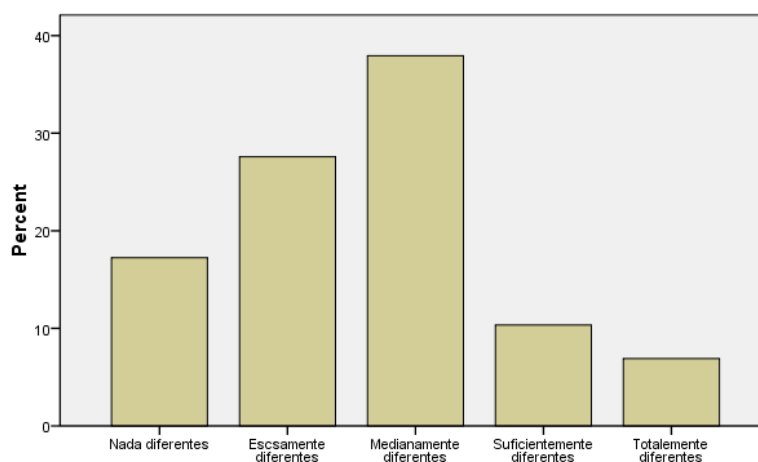


Gráfico 26. *Diferentes opciones de revistas administrativas en el Ecuador*

Se puede establecer que el 37,9% de investigadores tienen en cuenta que las opciones de revistas indexadas administrativas en el Ecuador son medianamente diferentes.

19. ¿Cuál es el primer nombre que se le viene a la mente acerca de revistas científicas administrativas?

Tabla 46

Primer nombre de revista administrativa

¿Cuál es el primer nombre que se le viene a la mente acerca de revistas científicas administrativas?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Academia	1	3,4	3,4	3,4
Academy Management Review	2	6,9	6,9	10,3
Cepal	1	3,4	3,4	13,8
Eco	1	3,4	3,4	17,2
Ecological Economics	1	3,4	3,4	20,7
Economía Regional	1	3,4	3,4	24,1
Econopapers	1	3,4	3,4	27,6
HBR	2	6,9	6,9	34,5
Iconos	1	3,4	3,4	37,9
Ideas de libertad	1	3,4	3,4	41,4
Letras Verdes	1	3,4	3,4	44,8
Ninguno	5	17,2	17,2	62,1
Redalyc	2	6,9	6,9	69,0
Regional Science	1	3,4	3,4	72,4
Retos	4	13,8	13,8	86,2
Thompson ISI	1	3,4	3,4	89,7
UNAM	1	3,4	3,4	93,1
Universidad de Gramma	1	3,4	3,4	96,6
UTE	1	3,4	3,4	100,0
Total	29	100,0	100,0	

Existen varios tipos de revistas científicas administrativas, Aunque no existe un patrón común en ellas. Se encontraron opciones como: Academia, Academy Managment Review, Cepal, Eco, Ecological Economics, Economía Regional, Econopapers, HBR, Íconos, Ideas de Libertad, Letras Verdes, Redalyc, Regional Science, Retos, Thompson ISI, UNAM, Universidad de Gramma y UTE.

20. ¿Qué otros nombres de revistas científicas administrativas conoce o ha oído mencionar aunque nunca las haya leído?

Tabla 47

Otros nombres de revistas administrativas

¿Qué otros nombres de revistas científicas administrativas conoce o ha oído mencionar aunque nunca las haya leído?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ASQ	1	3,4	3,4	3,4
Base de datos UNAM	1	3,4	3,4	6,9
Centrum	1	3,4	3,4	10,3
Coyuntura	1	3,4	3,4	13,8
Econometrics	1	3,4	3,4	17,2
Economic Journal	1	3,4	3,4	20,7
Iconos	1	3,4	3,4	24,1
Journal Finance	1	3,4	3,4	27,6
journal of Economy	1	3,4	3,4	31,0
Management Journal	1	3,4	3,4	34,5
Ninguno	14	48,3	48,3	82,8
Redalyc	1	3,4	3,4	86,2
Retos	1	3,4	3,4	89,7
Revista Gerencial	1	3,4	3,4	93,1
Scientist	1	3,4	3,4	96,6
UNAM	1	3,4	3,4	100,0
Total	29	100,0	100,0	

Entre otras Revistas que se han mencionado se tienen a: ASQ, Base de datos de la UNAM, Centrum, Coyuntura, Econometrics, EconomicJournals, JournalFinance, JournalEconomy, ManagmentJournal, Revista Gerencial y Scientist.

21. De los nombres de revistas científicas administrativas que le voy a mencionar, ¿cuáles conoce o ha oído mencionar aunque nunca las haya leído?

Tabla 48

Conoce revistas administrativas disponibles en el Ecuador

	Sí		No	
REEO	3	2%	26	18%
Retos	7	5%	22	15%
Compromiso	6	4%	23	16%
Coyuntura	10	7%	19	13%
Fenopina	1	1%	28	19%

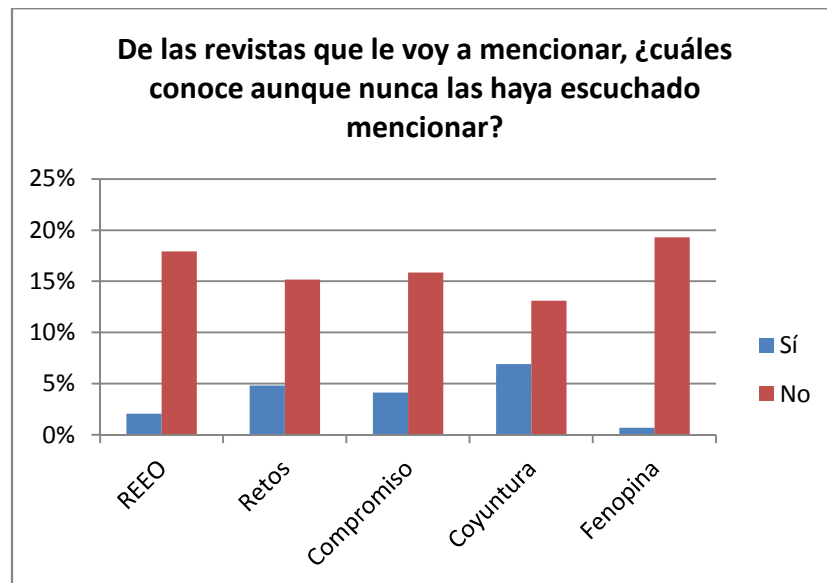


Gráfico 27. *Conoce revistas administrativas disponibles en el Ecuador*

Aunque casi ninguna es conocida por los investigadores, la que más recordaron los investigadores, es Coyuntura, con el 7%.

22. ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente cuando escucha Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional?

Tabla 49

Primero que se le viene a la mente al escuchar REEO

¿Qué es lo primero que se le viene a la mente cuando piensa en la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Antroponoship	1	3,4	3,4	3,4
	Caracter instrumental	2	6,9	6,9	10,3
	Claves de negocio	1	3,4	3,4	13,8
	Competitividad	1	3,4	3,4	17,2
	Desconoce Emprendedorismo	1	3,4	3,4	20,7
	Emprendimiento	6	20,7	20,7	41,4
	Empresas	3	10,3	10,3	51,7
	Estrategias	1	3,4	3,4	55,2
	Estudios casos sobre empresas	1	3,4	3,4	58,6
	Mejoramiento Organizacional	1	3,4	3,4	62,1
	Negocios	1	3,4	3,4	65,5
	Ninguno	8	27,6	27,6	93,1
	Novedad	1	3,4	3,4	96,6
	Nuevos modelos productivos	1	3,4	3,4	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

No existe una palabra o frase en común, con mayoría amplia o que destaque, pero Emprendimiento es una de las palabras que se les viene a la mente a los investigadores.

23. ¿Conoce o ha leído alguna vez la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional?

Tabla 50

Conoce o ha leído la REEO

¿Conoce o ha leído alguna vez la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Si	1	3,4	3,4	3,4
No	28	96,6	96,6	100,0
Total	29	100,0	100,0	

¿Conoce o ha leído alguna vez la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional?

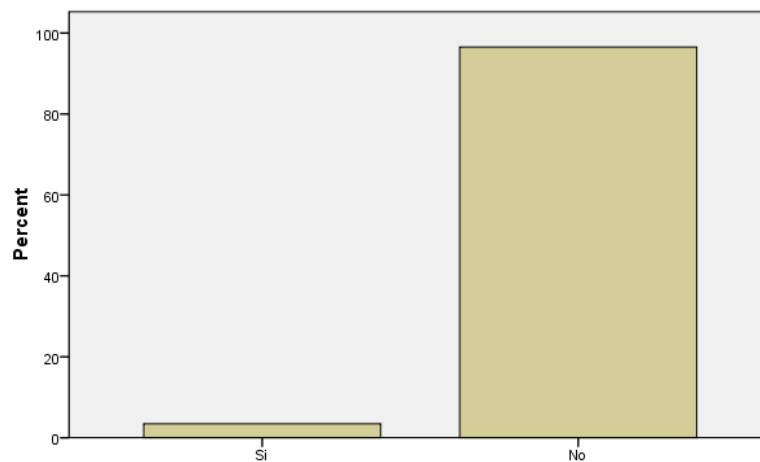


Gráfico 28. *Conoce o ha leído la REEO*

Es muy destacado, y es que el 96,6% de investigadores no conocen la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional

Teniendo conocimiento de que el 97% de los investigadores no conocen acerca de la revista, las preguntas de la 24 a la 28, no pudieron ser contestadas por ellos.

29. ¿Qué tan importante es para usted que una revista científica administrativa tenga?

Tabla 51

Características de una revista indexada

	Nada importante	Poco importante	Medianamente importante	Suficientemente importante	Extremadamente importante
Pautas visuales	5%	4%	5%	8%	5%
Contenidos	0%	0%	0%	8%	18%
Actualizada	0%	0%	0%	11%	15%
Rigor científico	0%	0%	0%	5%	21%

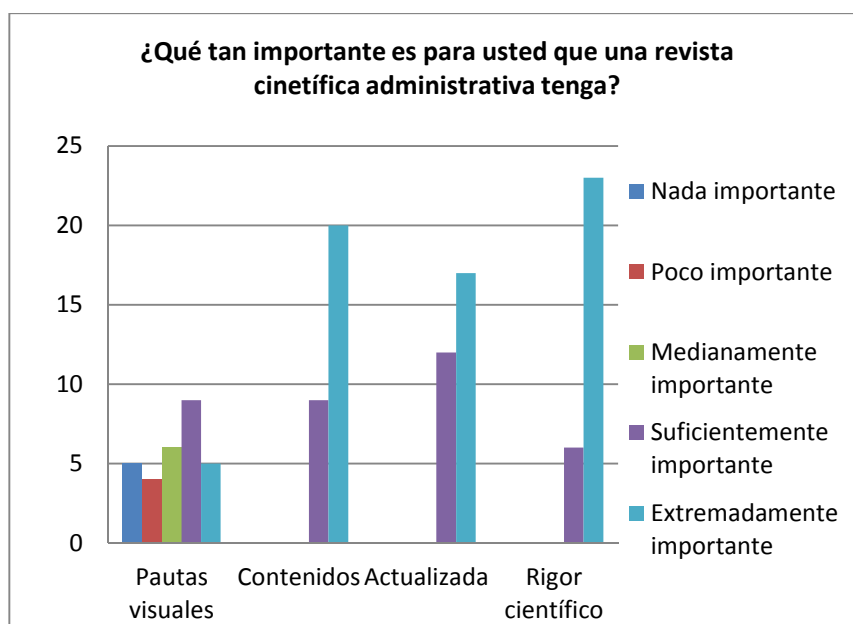


Gráfico 29. Características de la revista indexada

Es extremadamente importante para los investigadores que las revistas científicas administrativas tengan rigor científico, que tenga contenidos y sea actualizada, pero el rigor científico es el interés de ellos teniendo una aceptación del 21%..

30. Cuando usted considera en leer una revista científica administrativa, ¿cuáles son las que usted considera seriamente en leer?

Tabla 52

Revistas que considera seriamente leer

Cuando usted considera en leer una revista científica administrativa, ¿cuáles son las que usted considera seriamente en leer?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Academy of management Review	1	3,4	3,4	3,4
Actualizarse	1	3,4	3,4	6,9
Autores	1	3,4	3,4	10,3
Cuestiones Económicas	1	3,4	3,4	13,8
Depende de ese momento	1	3,4	3,4	17,2
Economía	1	3,4	3,4	20,7
Ecological Economics	1	3,4	3,4	24,1
Econocpapers	1	3,4	3,4	27,6
Economía Regional	1	3,4	3,4	31,0
Entrepreneur	1	3,4	3,4	34,5
Gestión pública	1	3,4	3,4	37,9
Indexadas	3	10,3	10,3	48,3
Journal of Economy	1	3,4	3,4	51,7
Letras Verdes	1	3,4	3,4	55,2
Libros	1	3,4	3,4	58,6
Modelos Matemáticos	1	3,4	3,4	62,1
No recuerda	4	13,8	13,8	75,9
Redalyc	1	3,4	3,4	79,3
REIS	1	3,4	3,4	82,8
Retos	2	6,9	6,9	89,7
Temas Interés	2	6,9	6,9	96,6
Teoría económica científica	1	3,4	3,4	100,0
Total	29	100,0	100,0	

Las revistas que los investigadores mayormente consideran en leer son las revistas con temas referentes a la economía, aunque se debe insistir que ningún tipo de

revista en particular se destaca sobre el resto y que las referentes a este tema llevan esta mayoría por un leve margen.

31. ¿Cuáles son los nombres de las revistas científicas administrativas que ha leído o ha utilizado?

Tabla 53

Nombres de revistas que ha utilizado

¿Cuáles son los nombres de las revistas científicas administrativas que ha leído o utilizado? No importa que ya no las lea o las utilice

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Academy of management Review	1	3,4	3,4	3,4
ASQ	1	3,4	3,4	6,9
Compromiso	1	3,4	3,4	10,3
Coyuntura	1	3,4	3,4	13,8
Ecological Economics	1	3,4	3,4	17,2
Economía Aplicada	1	3,4	3,4	20,7
HBR	2	6,9	6,9	27,6
HBR, Journal Finance	1	3,4	3,4	31,0
International Migration Review	1	3,4	3,4	34,5
ISSES	1	3,4	3,4	37,9
Journal of political Economy	1	3,4	3,4	41,4
No recuerda	8	27,6	27,6	69,0
Perspectiva	1	3,4	3,4	72,4
Redalyc	2	6,9	6,9	79,3
REDALYC	1	3,4	3,4	82,8
Reetos	1	3,4	3,4	86,2
Regional Science	1	3,4	3,4	89,7
Retos	1	3,4	3,4	93,1
Revista Gerencial, IJAMS	1	3,4	3,4	96,6
UNAM	1	3,4	3,4	100,0
Total	29	100,0	100,0	

Aunque una vez más se debe destacar que no existen nombres de revistas que sean la mayoría, se puede decir que se tienen dos bases de datos que se puede destacar, como es la Redalyc y la UNAM.

32. ¿Cuál es la revista que más lee o utiliza?

Tabla 54

Revista que más utiliza

¿Cuál es la revista científica administrativa que más lee o utiliza?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Academy of management Review	1	3,4	3,4	3,4
AQSQ	1	3,4	3,4	6,9
Coyuntura	1	3,4	3,4	10,3
Depende tema	1	3,4	3,4	13,8
Ecological Economics	1	3,4	3,4	17,2
Economía Regional	1	3,4	3,4	20,7
HBR	2	6,9	6,9	27,6
IJAMS	1	3,4	3,4	31,0
Investigaciones Económicas	1	3,4	3,4	34,5
Letras Verdes	1	3,4	3,4	37,9
Libros	1	3,4	3,4	41,4
No recuerda	9	31,0	31,0	72,4
Perspectiva	1	3,4	3,4	75,9
Redalyc	1	3,4	3,4	79,3
Regional Science	1	3,4	3,4	82,8
Retos	3	10,3	10,3	93,1
UNAM	1	3,4	3,4	96,6
Universidades Españolas	1	3,4	3,4	100,0
Total	29	100,0	100,0	

Se aplica el mismo criterio de destacar que no hay una revista que haga una mayoría determinante como para destacar o resaltar afirmaciones concluyentes.

33. Suponga que todas las revistas científicas administrativas tienen los mismos conocimientos, ¿cuál escogería?

Tabla 55

Si todas las revistas tuvieras los mismos conocimientos cuál escogería

Suponga que todas las revistas científicas administrativas tienen los mismos conocimientos, ¿cuál escogería?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Academy of management Review	1	3,4	3,4	3,4
ASQ	1	3,4	3,4	6,9
Cepal	1	3,4	3,4	10,3
Coyuntura	1	3,4	3,4	13,8
Ecological Economics	1	3,4	3,4	17,2
Economía Regional	1	3,4	3,4	20,7
Econopapers	1	3,4	3,4	24,1
Emeroteca	1	3,4	3,4	27,6
Emprendimiento	1	3,4	3,4	31,0
HBR	1	3,4	3,4	34,5
Indexada	1	3,4	3,4	37,9
Libros	1	3,4	3,4	41,4
Mejor Índice	1	3,4	3,4	44,8
No recuerda	11	37,9	37,9	82,8
Regional Science	1	3,4	3,4	86,2
Retos	3	10,3	10,3	96,6
UNAM	1	3,4	3,4	100,0
Total	29	100,0	100,0	

Se aplica el mismo criterio de destacar que no hay una revista que haga una mayoría determinante como para destacar o resaltar afirmaciones concluyentes.

34. ¿Cuál es la última revista científica administrativa que utilizó?

Tabla 56

Última revista que utilizó

¿Cuál es la última revista científica administrativa que utilizó?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Academy of management Review	1	3,4	3,4	3,4
ASQ	1	3,4	3,4	6,9
Ecological Economics	1	3,4	3,4	10,3
Economía Regional	1	3,4	3,4	13,8
FENOpina	1	3,4	3,4	17,2
HBR	2	6,9	6,9	24,1
IJAMS	1	3,4	3,4	27,6
International Migration Review	1	3,4	3,4	31,0
Journal Finance	1	3,4	3,4	34,5
Letras Verdes	1	3,4	3,4	37,9
Libros	1	3,4	3,4	41,4
No recuerda	10	34,5	34,5	75,9
Redalyc	1	3,4	3,4	79,3
Regional Science	1	3,4	3,4	82,8
Retos	4	13,8	13,8	96,6
UNAM	1	3,4	3,4	100,0
Total	29	100,0	100,0	

De igual forma, se aplica el mismo criterio de destacar que no hay una revista que haga una mayoría determinante como para destacar o resaltar afirmaciones concluyentes.

35. ¿Qué revista científica administrativa piensa utilizar la próxima vez?

Tabla 57

Revista piensa utilizar la próxima vez

¿Qué revista científica administrativa piensa utilizar la próxima vez?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Academy of management Review	1	3,4	3,4	3,4
	ASQ	1	3,4	3,4	6,9
	Ciriec	1	3,4	3,4	10,3
	Ecological Economics	1	3,4	3,4	13,8
	EURE	1	3,4	3,4	17,2
	HBR	2	6,9	6,9	24,1
	Internet	1	3,4	3,4	27,6
	Letras Verdes	1	3,4	3,4	31,0
	Libros	1	3,4	3,4	34,5
	No recuerda	1	3,4	3,4	37,9
	No se	12	41,4	41,4	79,3
	Perspectiva	1	3,4	3,4	82,8
	Redalyc	1	3,4	3,4	86,2
	Regional Science	1	3,4	3,4	89,7
	Reos	1	3,4	3,4	93,1
	Retos	1	3,4	3,4	96,6
	UNAM	1	3,4	3,4	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

Finalmente no existe una revista en común a la cual recurren los investigadores.

4.3.2. Cruce de variables:

- Edad vs N° de veces que ha publicado en revistas indexadas

Tabla 58

Edad vs Frecuencia de publicaciones

¿Cuál es su edad? * ¿Cuántas veces ha publicado en revistas indexadas? Crosstabulation						
			¿Cuántas veces ha publicado en revistas indexadas?			Total
			0 - 3 veces	3 - 6 veces	9 veces en adelante	
¿Cuál es su edad?	23 años - 33 años	Count	5	1	0	6
		% within ¿Cuántas veces ha publicado en revistas indexadas?	20,0%	33,3%	,0%	20,7%
	33 años a 43 años	Count	9	1	0	10
		% within ¿Cuántas veces ha publicado en revistas indexadas?	36,0%	33,3%	,0%	34,5%
	43 años a 53 años	Count	5	0	0	5
		% within ¿Cuántas veces ha publicado en revistas indexadas?	20,0%	,0%	,0%	17,2%
	53 años en adelante	Count	6	1	1	8
		% within ¿Cuántas veces ha publicado en revistas indexadas?	24,0%	33,3%	100,0%	27,6%
Total		Count	25	3	1	29
		% within ¿Cuántas veces ha publicado en revistas indexadas?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Se puede determinar que el 36% de investigadores de 33 a 43 años no han publicado o máximo han realizado 3 publicaciones.

- Nivel de formación vs N° de veces que ha publicado en revistas indexadas

Tabla 59

Nivel de formación vs frecuencia de publicación en revistas

¿Cuál es su nivel de formación? * ¿Cuántas veces ha publicado en revistas indexadas? Crosstabulation

			¿Cuántas veces ha publicado en revistas indexadas?			Total
			0 - 3 veces	3 - 6 veces	9 veces en adelante	
¿Cuál es su nivel de formación?	Tercer Nivel	Count	3	0	0	3
		% within ¿Cuántas veces ha publicado en revistas indexadas?	12,0%	,0%	,0%	10,3%
	Masterado	Count	18	2	0	20
		% within ¿Cuántas veces ha publicado en revistas indexadas?	72,0%	66,7%	,0%	69,0%
	Doctorado	Count	4	1	1	6
		% within ¿Cuántas veces ha publicado en revistas indexadas?	16,0%	33,3%	100,0%	20,7%
Total		Count	25	3	1	29
		% within ¿Cuántas veces ha publicado en revistas indexadas?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Se puede ver que el 62% de investigadores que tienen un masterado son los que no han publicado o han realizado máximo 3 publicaciones.

- Tiempo que lleva investigando vs N° veces que ha publicado en revistas indexadas

Tabla 60

Tiempo que lleva investigando vs frecuencia de publicación en revistas

¿Cuánto tiempo lleva investigando? * ¿Cuántas veces ha publicado en revistas indexadas? Crosstabulation

			¿Cuántas veces ha publicado en revistas indexadas?			Total
			0 - 3 veces	3 - 6 veces	9 veces en adelante	
¿Cuánto tiempo lleva investigando?	0 - 3 años	Count	10	0	0	10
		% within ¿Cuánto tiempo lleva investigando?	100,0%	,0%	,0%	100,0%
	3 - 6 años	Count	6	0	0	6
		% within ¿Cuánto tiempo lleva investigando?	100,0%	,0%	,0%	100,0%
	6 - 9 años	Count	4	1	0	5
		% within ¿Cuánto tiempo lleva investigando?	80,0%	20,0%	,0%	100,0%
	9 años en adelante	Count	5	2	1	8
		% within ¿Cuánto tiempo lleva investigando?	62,5%	25,0%	12,5%	100,0%
Total		Count	25	3	1	29
		% within ¿Cuánto tiempo lleva investigando?	88,2%	10,3%	3,4%	100,0%

El 35% de investigadores llevan investigando tres años con máximo 3 publicaciones en revistas indexadas.

- Lee revistas indexadas vs razones por las que lee

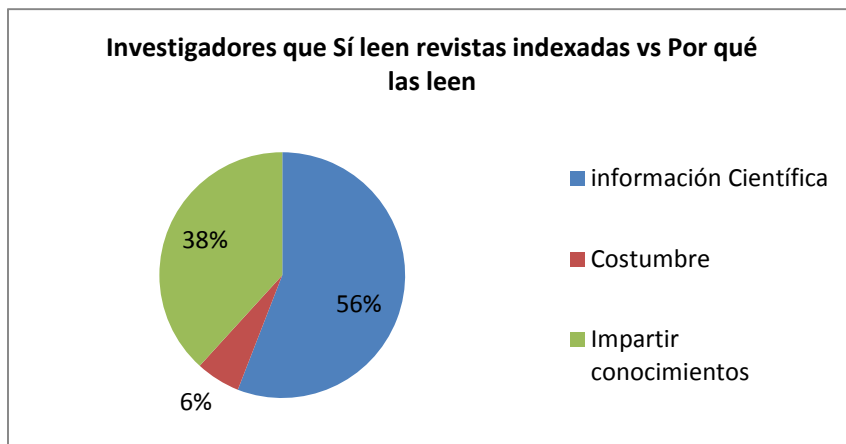


Gráfico 30. *Lee revistas indexadas vs razones por las que lee*

Se puede determinar que el 56% de investigadores que leen revistas indexadas lo hacen por información científica.

- Lee revistas indexadas vs beneficios que obtiene de leer revistas indexadas

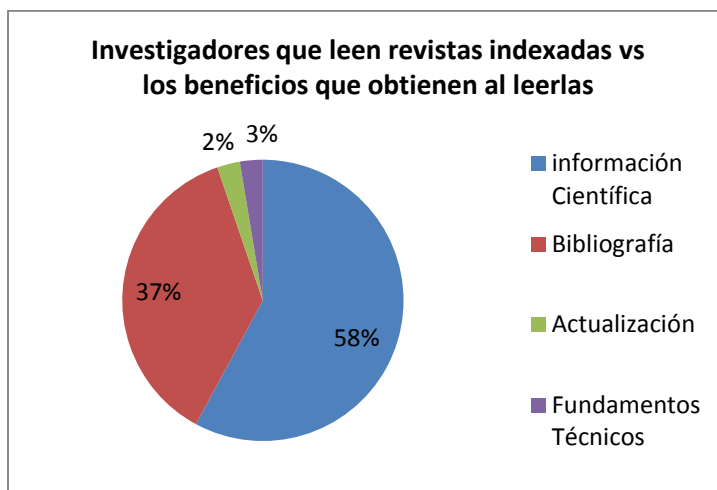


Gráfico 31. *Lee revistas indexadas vs beneficios que obtiene de las revistas*

El mayor beneficio que obtienen las personas que Sí leen revistas indexadas es información científica con un nivel de aceptación del 58%.

- Lee revistas indexadas vs conoce de revistas dentro del Ecuador

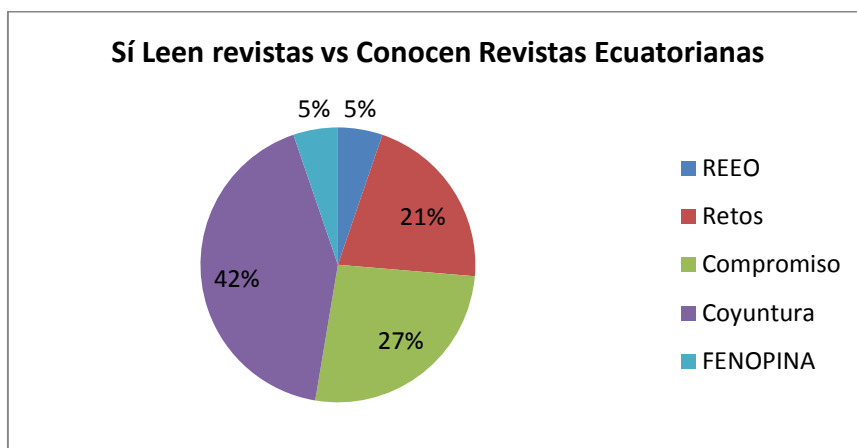


Gráfico 32. Lee revistas indexadas vs conoce de revistas en el Ecuador

La Revista que más conocen, con un 42% los investigadores que leen revistas indexadas, es la Revista Retos

- Lee revistas indexadas vs conoce la REEO

Tabla 61

Lee revistas indexadas vs conoce la REEO

¿Usted lee revistas indexadas? * ¿Conoce o ha leído alguna vez la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional? Crosstabulation

		¿Conoce o ha leído alguna vez la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional?		Total
		Si	No	
¿Usted lee revistas indexadas?	Si	Count 1 100,0%	Count 23 82,1%	24 82,8%
	No	Count 0 ,0%	Count 5 17,9%	5 17,2%
Total		Count 1 100,0%	Count 28 100,0%	29 100,0%

El 82% de los investigadores que Sí leen revistas indexadas no conocen la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional

- Tiempo que lleva investigando vs conoce la REEO

Tabla 62

Tiempo que lleva investigando vs conoce la REEO

¿Cuánto tiempo lleva investigando? * ¿Conoce o ha leído alguna vez la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional? Crosstabulation

			¿Conoce o ha leído alguna vez la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional?		Total
			Si	No	
¿Cuánto tiempo lleva investigando?	0 - 3 años	Count	1	9	10
		% within ¿Conoce o ha leído alguna vez la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional?	100,0%	32,1%	34,5%
	3 - 6 años	Count	0	6	6
		% within ¿Conoce o ha leído alguna vez la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional?	,0%	21,4%	20,7%
	6 - 9 años	Count	0	5	5
		% within ¿Conoce o ha leído alguna vez la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional?	,0%	17,9%	17,2%
	9 años en adelante	Count	0	8	8
		% within ¿Conoce o ha leído alguna vez la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional?	,0%	28,6%	27,6%
Total			1	28	29
			100,0%	100,0%	100,0%

El 90% de investigadores que llevan investigando más de 9 años no conocen la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional y así también el 100% de los que llevan máximo 3 años investigando tampoco la conocen a la REEO.

- Lugar de trabajo vs conoce la REEO

Tabla 63

Conoce o ha leído la REEO vs lugar de trabajo

¿Conoce o ha leído alguna vez la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional? * ¿Dónde trabaja usted?
Crosstabulation

		¿Dónde trabaja usted?			Total
		Empresa Privada	Empresa pública	Institución Educativa	
¿Conoce o ha leído alguna vez la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional?	Si	Count 0 % within ¿Dónde trabaja usted? .0%	Count 0 % within ¿Dónde trabaja usted? .0%	Count 1 % within ¿Dónde trabaja usted? 4,3%	Count 1 % within ¿Dónde trabaja usted? 3,4%
	No	Count 2 % within ¿Dónde trabaja usted? 100,0%	Count 4 % within ¿Dónde trabaja usted? 100,0%	Count 22 % within ¿Dónde trabaja usted? 95,7%	Count 28 % within ¿Dónde trabaja usted? 96,6%
Total		Count 2 % within ¿Dónde trabaja usted? 100,0%	Count 4 % within ¿Dónde trabaja usted? 100,0%	Count 23 % within ¿Dónde trabaja usted? 100,0%	Count 29 % within ¿Dónde trabaja usted? 100,0%

Siendo esta revista publicada en una institución educativa, es importante determinar que el 95,7% de investigadores que trabajan en una institución educativa no la conocen a la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional.

- Área de conocimiento vs conoce la REEO

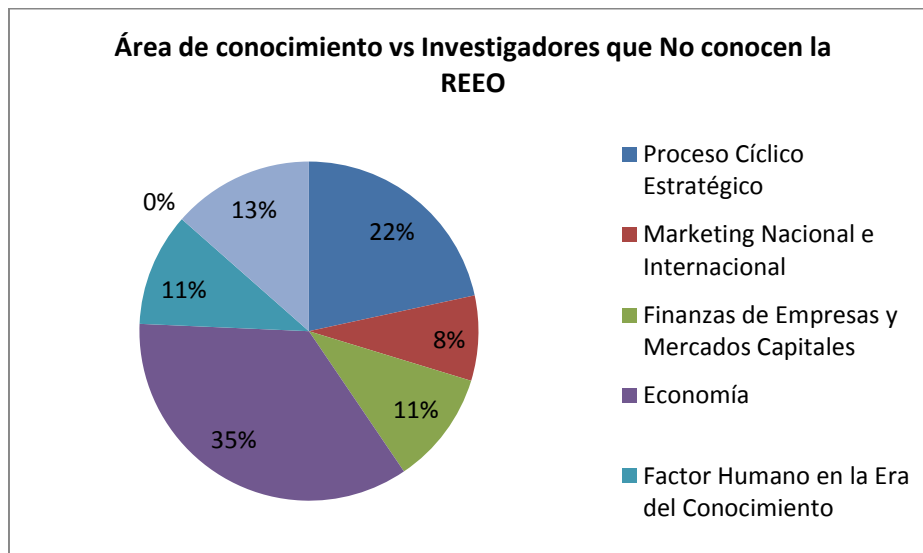


Gráfico 33. *Área de conocimientos vs investigadores que No conocen la REEO*

Se puede ver que ninguno la conoce a la Revista, y mucho menos los investigadores que conocen de Economía.

- Área de conocimiento vs N° veces que ha publicado en revistas indexadas

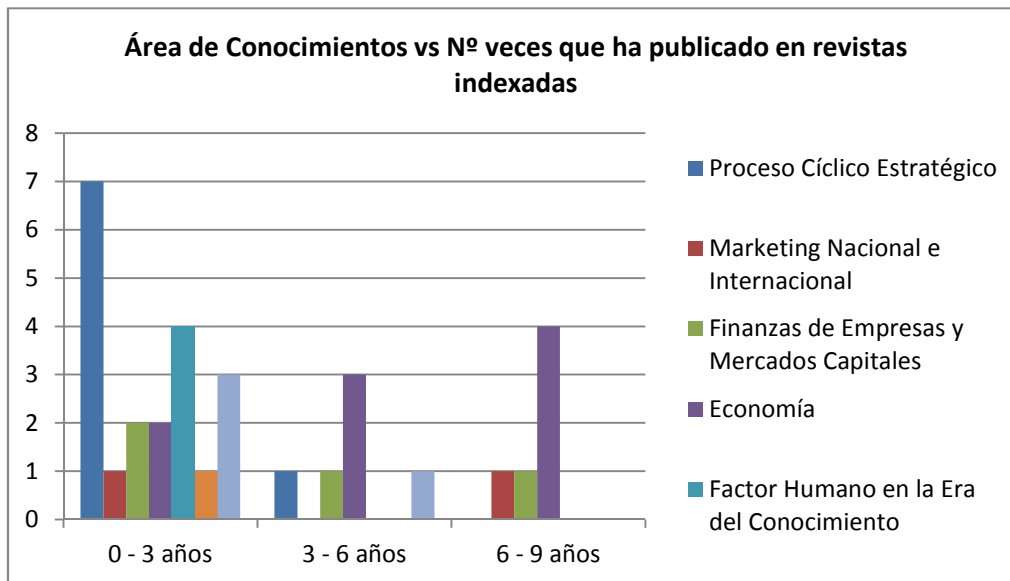


Gráfico 34. Área de conocimientos vs frecuencia de publicación en revistas indexadas

Los investigadores que conocen acerca de Economía y Proceso Cíclico Estratégico son los que han publicado al menos 3 veces en revistas indexadas.

- Área de conocimiento vs tiempo lleva investigando

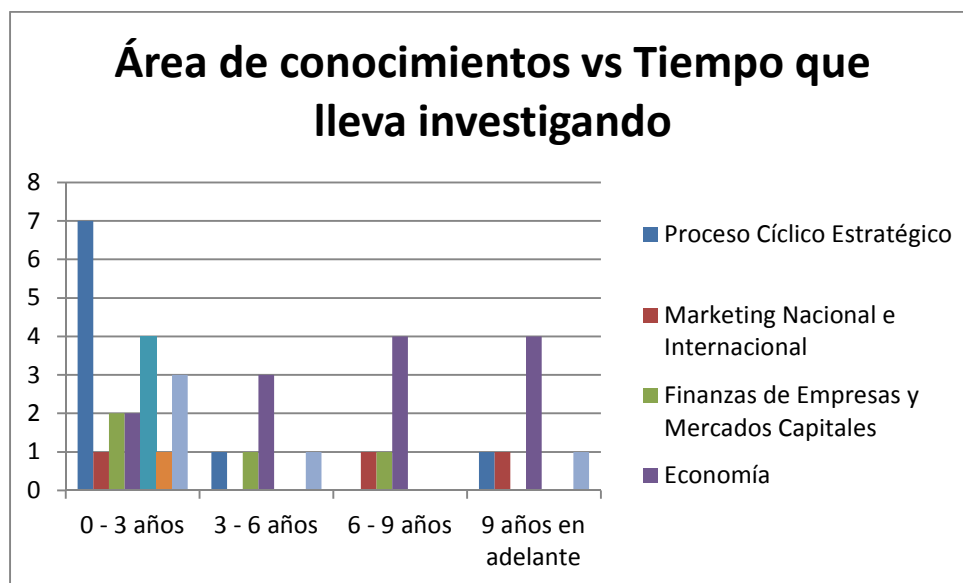


Gráfico 35. Área de conocimientos vs tiempo que lleva investigando

Se puede ver claramente como los investigadores que tienen menos tiempo investigando conocen más acerca de Proceso cíclico estratégico, mientras los que más años llevan investigando conocen más acerca de Economía.

- Área de conocimiento vs conoce de revistas en el Ecuador

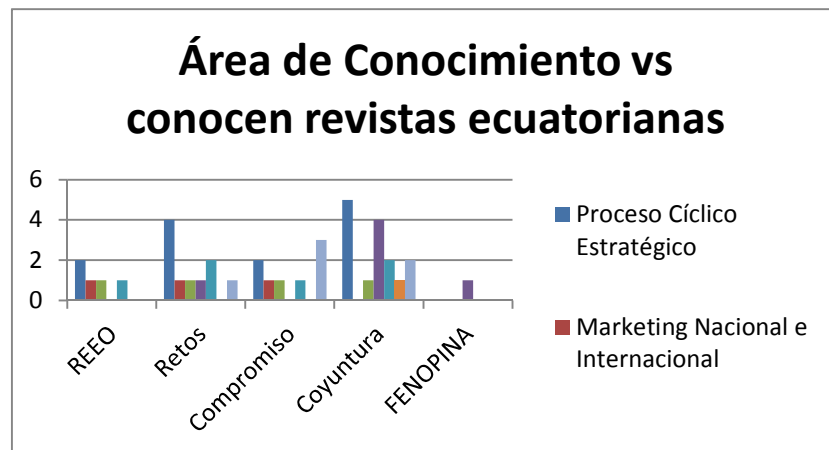


Gráfico 36. Área de conocimientos vs conocen revistas ecuatorianas

Aunque ya se había determinado que la revista que más conocen los investigadores es Coyuntura, se puede determinar que los que saben economía y proceso cíclico estratégico son los que más conocen a la revista Coyuntura.

- Nivel de formación vs conoce revistas dentro del Ecuador

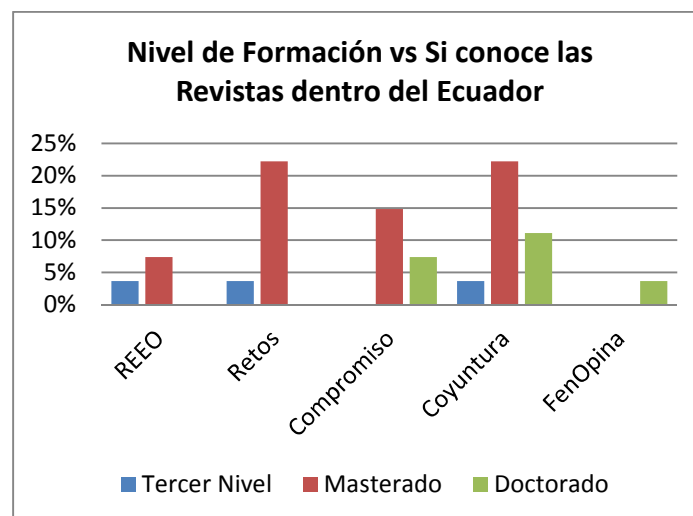


Gráfico 37. Nivel de formación vs conoce revistas dentro del Ecuador

Los investigadores que conocen acerca de las revistas ecuatorianas, o han escuchado al menos hablar de ellas, tienen un masterado.

- Tiempo lleva investigando vs conoce de revistas dentro del Ecuador

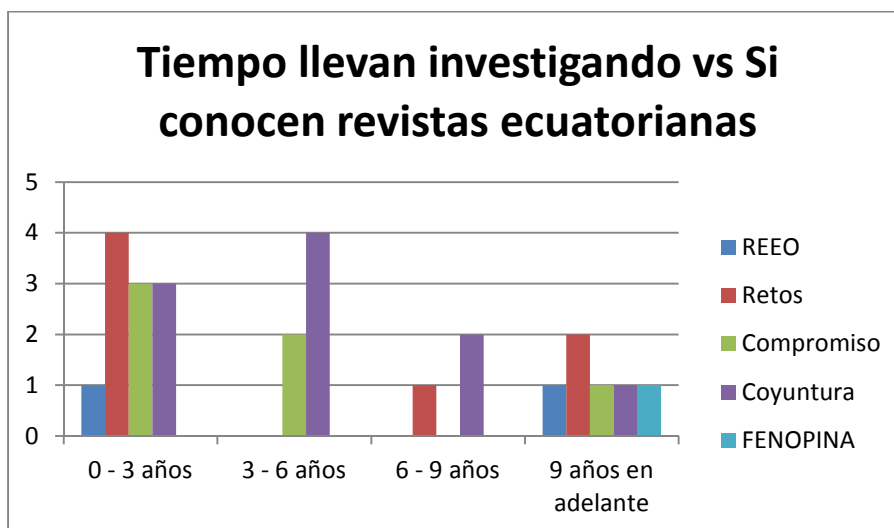


Gráfico 38. *Tiempo que llevan investigando vs Si conocen revistas ecuatorianas*

Se puede determinar que los investigadores que tienen menos tiempo investigando conocen más a la Revista Coyuntura, y en general a todas, así como también la Retos es una de las que más se ha escuchado.

- Tiempo que lleva investigando vs qué tanto siente que conoce de revistas disponibles en el Ecuador

Tabla 64

Tiempo que llevan investigando vs qué tanto conocen de revistas indexadas

¿Cuánto tiempo lleva investigando? * ¿Qué tanto siente usted que conoce de revistas científicas administrativas disponibles en el Ecuador? Crosstabulation

			¿Qué tanto siente usted que conoce de revistas científicas administrativas disponibles en el Ecuador?					Total
			nada	Poco	Medianamente	Bastante	Totalmente	
¿Cuánto tiempo lleva investigando?	0 - 3 años	Count % within ¿Qué tanto siente usted que conoce de revistas científicas administrativas disponibles en el Ecuador?	2 66,7%	6 54,5%	2 18,2%	0 ,0%	0 ,0%	10 34,5%
	3 - 6 años	Count % within ¿Qué tanto siente usted que conoce de revistas científicas administrativas disponibles en el Ecuador?	0 ,0%	2 18,2%	3 27,3%	1 33,3%	0 ,0%	6 20,7%
	6 - 9 años	Count % within ¿Qué tanto siente usted que conoce de revistas científicas administrativas disponibles en el Ecuador?	0 ,0%	1 9,1%	3 27,3%	1 33,3%	0 ,0%	5 17,2%
	9 años en adelante	Count % within ¿Qué tanto siente usted que conoce de revistas científicas administrativas disponibles en el Ecuador?	1 33,3%	2 18,2%	3 27,3%	1 33,3%	1 100,0%	8 27,6%
Total		Count % within ¿Qué tanto siente usted que conoce de revistas científicas administrativas disponibles en el Ecuador?	3 100,0%	11 100,0%	11 100,0%	3 100,0%	1 100,0%	29 100,0%

Se puede determinar que en un 80% de investigadores conocen medianamente o poco la disponibilidad, pero los que llevan menos tiempo investigando son los que menos conocen acerca de la disponibilidad de revistas en el Ecuador.

4.4. Entrevista a Expertos:

A partir de este encuestamiento, se denotó que no se pudo determinar muchas variables que puedan ayudar a determinar el posicionamiento o que puedan concretar qué puede ayudar a posicionar a la revista. Es por esto que se recurrió a realizar entrevistas a expertos. Fueron escogidas tres personas:

- Phd. Wilson Araque
- Phd. Fausto Freire
- Phd. José Albuja.

La entrevista consta de las siguientes preguntas que van a tener un resumen por pregunta dentro de las respuestas dadas por los expertos (ANEXO 6).

4.5. Conclusiones de la Investigación a partir de los objetivos e hipótesis:

- La Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional no se encuentra posicionada, ya que solamente el 4% de investigadores conocen o al menos han escuchado hablar de ella.
- Los investigadores dentro de las universidades de categoría A, tienen un promedio de 42 años de edad, son en un 65,5% masculinos, tienen formación de masterado, son mayormente economistas en su titulación de tercer nivel, cumplen funciones de investigadores y docentes al mismo tiempo, y llevan investigando aproximadamente 5 años.
- El 66% de investigadores no han publicado en revistas indexadas, y el 83% de este grupo sí leen dichas revistas, y en su mayoría consiguen la revista en las universidades. Ellos las utilizan por información científica y de esto se benefician, y por eso resulta sumamente importante el saber seleccionar bien una revista indexada, sin embargo, se conoce que la disponibilidad de este tipo de revistas en el Ecuador es de tipo mediano o casi nulo.
- El 96,% de los investigadores no conocen la REEO, y el 81% de ellos tampoco conocen otras revistas que universidades han publicado dentro del Ecuador.
- El rigor científico, actualización y contenidos son las características que la mayoría de investigadores tienen en cuenta como lo más importante dentro de una revista indexada, y aunque el 86% de los investigadores saben o conocen acerca de las revistas que leen, no existe una revista en común, y el 99% son revistas internacionales.

Otras conclusiones a partir del encuestamiento y la entrevista:

- La revista no se encuentra posicionada y las razones por las cuales sucede es por la situación dentro del país dentro del país: La investigación dentro del país está empezando en general y en cuanto a las ciencias administrativas, y consecuentemente a los investigadores dentro del país les falta formación, y es por esto que no existe mayor interés en investigar y mucho menos en publicar.
- A continuación, el nombre de la REEO, al parecer no genera impresión al investigador, sino más bien confusión.
- Las pautas visuales así como los formalismos entre otros aspectos que generan la estructura son importantes, sin embargo la comparación con otras revistas es algo que también se debería de considerar como aspecto importante.
- El consejo académico y editorial de la REEO son profesionales de excelencia, lo cual es una fortaleza, dado la importancia que esto tiene para un investigador que tenga interés en leer este tipo de publicaciones, lo cual no sólo es un requisito indispensable sino que le da valor a la revista.
- Finalmente una opción que permita mejorar la investigación dentro de las ciencias administrativas sería la unión de áreas con otras áreas diversas que no tengan la misma línea de investigación (marketing con antropología, administración con geografía, etc), y también otra opción para mejorar sería el realizar encuestamientos para poder saber qué le interesaría leer al investigador.

Así finalmente se definieron algunos tipos de segmentos a los que la revista se enfocará:

- Segmento A: Investigadores de promedio de 42 años con masterado que cumplan funciones de investigadores y docente, que lleve investigando un promedio de 5 años, que lea revistas indexadas, que requieran información científica, que sepa seleccionar revista que va a leer.
- Segmento B: Investigadores de promedio de 42 años con doctorado que cumplan funciones de investigadores y docente, que lleve investigando un promedio de 5 años, que lea revistas indexadas, que requieran información científica, que sepa seleccionar revista que va a leer.
- Segmento C: Docentes investigadores que tengan un promedio de 42 años que trabajen solamente en una institución educativa, de pregrado y posgrado, que leen revistas indexadas, y que no hayan publicado en ninguna revista.
- Segmento D: Becarios del SENESCYT que hayan aplicado o estén aplicando a carreras de posgrado y doctorado en carreras administrativas.
-

4.6.Demanda insatisfecha

Número de investigadores ciencias sociales dentro del país: 2623

Porcentaje de investigadores que no han leído o utilizado revistas en el Ecuador:

81%

Porcentaje de investigadores que leen revistas indexadas: 83%

Total: 1763 investigadores, base para segmentación

Dato: 2992 dentro de los programas de pregrado y posgrado que se ofrecen en las universidades de Ecuador en carreras administrativas de categoría A y B. (SENESCYT, 2013)

- Segmento A: 1216 investigadores
- Segmento B: 352 investigadores
- Segmento C: 2038 docentes investigadores docentes investigadores que consta en la SENESCYT de carreras de pregrado y posgrado administrativas
- Segmento D: 500 Becarios del SENESCYT que pueden aplicar de las 3000 becas

4.7. Tipo de Posicionamiento

Existen varios tipos de posicionamiento y para poder elegir para los segmentos definidos, hay que tomar en cuenta que la Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional, tiene una característica muy importante, su valor agregado: el comité científico y la falta de competencia dentro del Ecuador, en cuanto a revistas científicas administrativas.

Es por esto que, se ha determinado que nuestro segmento es limitado, y que los investigadores de las universidades, buscan lecturas que les sirvan como bibliografía y conocimiento, y que tengan un rigor científico. Es por esto que el enfoque va a ser de un posicionamiento por atributo ya que la revista tiene un comité científico de excelencia y seriedad en sus publicaciones. Se debe aprovechar estas fortalezas, ya que si el comité es de calidad, la revista será de calidad para los investigadores.

El tipo de posicionamiento se puede aplicar para todos los segmentos, ya que cada uno de ellos busca una revista que tenga un valor diferente a las demás, y la REEO tiene, y estaría trabajando por mejores características como la indexación y digitalización, y por lo tanto esto le da a la revista otros atributos que serviría para su posicionamiento. Para los docentes con maestría, doctorado, de pregrado, de posgrado y

becarios, se tendrá en cuenta el atributo más importante de esta revista, su comité científico.

CAPÍTULO V

5. ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS DE MARKETING

5.1. Estrategia

El objetivo estratégico estaba enfocado a posicionar la REEO, y dado que la revista se encuentra en etapa de introducción una estrategia sería lograr que se dé la prueba del producto, es decir, que los investigadores lean la revista.

La estrategia seleccionada para el segmento es la de precursor, ya que esta estrategia “permite ofrecer productos con los atributos más importantes para el segmento de clientes o de promover la importancia de los atributos de marca.”(Walker, Boyd, Mullins, & Larreché, 2005, p.231) Es decir, que se podrá destacar la importancia de tener el consejo editorial que tiene la revista, y también ir ofreciendo al segmento paso a paso lo más atractivo para ellos.

También esta estrategia permitirá a la revista “poner las reglas de juego a través de la distribución, atractivos y promociones que se pueden dar al segmento seleccionado, y dominar ante las demás revistas.” (Walker, Boyd, Mullins, & Larreché, 2005, p. 231)

La revista podrá tener ventajas en la distribución, por cuanto “el pionero tiene la mayoría de opciones en el diseño de un canal de distribución para llevar el producto al mercado. Si el precursor tiene bien establecida la red de distribución, es probable excluya a entrantes tardíos en algunos mercados.”(Walker, Boyd, Mullins, & Larreché, 2005, p. 231)

5.2. Programa de marketing para la estrategia

Dada la estrategia, y dado el segmento seleccionado, el programa seleccionado será la penetración de nicho, por las siguientes razones establecidas por Walker, Boyd, Mullins&Larreché (2005, p. 237):

- Maximizar el número de probadores y adoptadores en el segmento objetivo, ya que se necesita que la mayoría de investigadores publiquen en la revista y la conozcan, así como también quienes vayan a hacer su doctorado o quienes ocupan lugares de docencia e investigación.
- Mantener la posición de líder de participación en el segmento objetivo, ya que al elegir la estrategia de precursor la universidad tendrá que conseguir el liderazgo de las revistas científicas administrativas dentro del Ecuador, ahora que no se encuentran más revistas con competidores directos para la REEO.
- Demanda potencial grande, en el sentido en el que va a seguir creciendo, sobre todo por las políticas establecidas por el Gobierno a través de las cuales se define que todos quienes se vayan a graduar de doctores tendrán que publicar en revistas, esto se pudo citar en segundo capítulo de la tesis y se puede ver también en el Reglamento del Escalafón.

- Proceso de producción relativamente sencillo, en el sentido en el que los formatos para realizar artículos ya están dados, al igual que ya se tiene el formato para la edición de la revista y su impresión.
- Muchos competidores potenciales, aquí se puede destacar a todas las universidades quienes están realizando trabajos de investigación, y que pueden también competir con sus publicaciones, aunque las revistas de ellos no sean científicas.
- Habilidades y recursos de marketing limitados, ya que el segmento es especial, es un nicho muy seleccionado, y estos a quienes nos vamos a dirigir, se tendrá que identificar muy bien qué utilizar para llegar a ellos.

Es por estas razones, por las cuales, se va a realizar algunas alternativas de programas de marketing estratégico a partir del programa seleccionado:

- Intensa publicidad dirigida al segmento de mercado para generar conciencia, utilizar medios selectivos relevantes para el objetivo.(Walker, Boyd, Mullins, & Larreché, 2005, p.241)
- Grandes intentos de la fuerza de ventas enfocados en clientes potenciales en el segmento objetivo, posible uso de inventivo para impulsar las ventas de nuevo producto a las cuentas objetivo (Walker, Boyd, Mullins, & Larreché, 2005, p.241)
- Ofrecer servicios de ingeniería, instalación y capacitación para aumentar la compatibilidad del nuevo producto con las operaciones actuales de los clientes.

Estas estrategias, se aplican como precursor, pero a pesar de esto, hay que ver algo muy importante dentro del posicionamiento de la REEO, y es conocer qué hay de fondo, es decir, antes de poder posicionar la revista a nivel nacional, se debería posicionar la revista dentro de la misma universidad. A través de la observación se

puede determinar que la revista no la conocen dentro de la ESPE, y es por esto que se debería empezar por allí, “dentro de casa”.

Para esto, se generará una campaña llamada “Sin formación no hay investigación”, enfocado al departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio.

Esta campaña termina con el objetivo principal, y es posicionar la revista dentro de la ESPE. Lo que se realizará dentro de esta campaña será:

- Capacitación y motivación
 - o Capacitación de formación acerca de cómo investigar y publicar
 - o Charla motivacional para investigar
 - o Charla motivacional para publicar, acompañado de motivación para publicación en la REEO, dando los beneficios de la revista, y especialmente, dando enfoque al valor principal de la revista que es su rigurosidad científica

- Concurso “Proyecto de investigación Docentes y Estudiantes”:
 - o Este concurso consistirá en realizar una investigación en un semestre, donde un profesor tendrá que apadrinar a un estudiante para que realice la mencionada investigación. La investigación que gane será publicada en la revista, en un congreso o en una feria y tendrá un premio de parte de un auspiciante.

Tabla 65

Estrategias, programas y proyectos de marketing

	Objetivo	Estrategia	Proyecto	Programa	
Precursor	Desarrollar un ofrecimiento de producto con atributos más importantes para el segmento de clientes o de promover la importancia de los atributos de marca (Walker, Boyd, Mullins, & Larreché, 2005)	Maximizar el número de probadores y adoptadores en el segmento objetivo	Intensa publicidad dirigida al segmento de mercado para generar conciencia	Big Boy	Promoción
		Mantener la posición de líder de participación en el segmento objetivo	Grandes intentos de la fuerza de ventas enfocados en clientes potenciales en el segmento objetivo	Feria Publicaciones Convenios Concurso Proyecto	
	Poner "las reglas de juego" a través de la distribución, atractivos y promociones que se pueden dar al segmento seleccionado, y dominar ante las demás revistas (Walker, Boyd, Mullins, & Larreché, 2005)	Demanda potencial grande	Ofrecer servicios de ingeniería, instalación y capacitación	Creación de un grupo de investigadores	Campaña sin formación no hay investigación
		Proceso de producción relativamente sencillo			
		Muchos competidores potenciales	Desarrollo adicional de producto limitado a mejoras o modificaciones para aumentar el atractivo para el segmento objetivo	Indexación de la REEO	Producto
		Habilidades y recursos de marketing limitados			
			Micrositio	Plaza	

Tabla 66

Proyecto 1. Micrositio para la REEO



Figura8. Diseño de micrositio

Tabla 67

Proyecto 2. Campaña sin formación no hay publicación

Tabla 68

Proyecto 3. Concurso Iniciación Científica

Tabla 69

Proyecto 4. Feria Publicaciones en el Ecuador

Tabla 70

Proyecto 5. Convenios con universidades

Tabla 71

Proyecto 6. Big Boy ESPE



Medidas: 170cm x 30 cm

Figura 9. Diseño Big Boy

Tabla 72

Proyecto 7. Grupo de investigadores

Tabla 73

Proyecto 8. Colocación de la REEO en Catálogo de Latindex (Requisitos ANEXO 7)

Tabla 74

Proyecto 9. Indexación de la REEO en la base de datos Scielo (Requisitos ANEXO 9)

ANEXO 10. Formulario Ejemplo de Evaluación en Scielo Chile

Tabla 75

Proyecto 10. Indexación de la REEO en la Base de Datos Redalyc (Requisitos ANEXO 11)

Tabla 76

Proyecto 11. Faltantes para Indexación de la REEO en bases de datos

CAPÍTULO VI

1. PRESUPUESTO

Tabla 77

Presupuesto de los proyectos a ejecutar

PRESUPUESTO				
Proyecto	Herramientas	Valor Unitario	Cantidad	Valor total
Micrositio de la REEO	Diseño del micrositio	\$ 150,00	\$ 1,00	\$ 150,00
	Diseño e impresión de banners	\$ 50,00	\$ 5,00	\$ 250,00
	Subtotal			\$ 400,00
Campaña sin Formación no hay investigación	Motivador	200	2	400
	Capacitador	1500	2	3000
	Producción y edición del video	150	2	300
	Refrigerios	1,5	400	600
Subtotal			4300	
Concurso Iniciación Científica	Presupuesto para el proyecto	3180	1	3180
	Bono	100	6	600
	Subtotal			3780
Feria de Publicaciones	Alimentación	1,5	234	351
	Materiales para adornos			200
	Brazaletes de identificación	1,5	117	175,5
	Invitaciones físicas	0,2	117	23,4
	Promocionales	0,5	117	58,5
	Regalo	5	117	585
Subtotal			1393,4	
Convenios con universidades	Transporte Aéreo Guayaquil	70,9	2	141,8
	Transporte Aéreo Loja	110,85	2	221,7
	Transporte Aéreo Cuenca	68	2	136
	Alimentación	30	21	630
	Hospedaje	40	21	840
	Transporte terrestre dentro de ciudades	10	21	210
Subtotal			2179,5	
Big Box	Big Box full color	50	6	300
	Subtotal			300
	Total			\$12.352,90

Tabla 78.

Cronograma cuatrimestral de los proyectos a ejecutar

Proyectos	2013				2014												2015			
	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr
1. Proyecto faltantes para indexación de la REEO																				
2. Proyecto de colocación en el catálogo de <u>Latindex</u>																				
3. Proyecto de indexación en base de datos <u>SciELO</u>																				
4. Proyecto de creación de un <u>micrositio</u>																				
5. Proyecto de creación de un grupo de investigación																				
6. Proyecto de campaña “Sin formación no hay investigación”																				
7. Proyecto Concurso Proyecto Investigación docentes y estudiantes																				
8. Proyecto de convenios con universidades																				
9. Proyecto <u>Big Boy</u> en universidades																				
10. Proyecto Feria de publicaciones Ecuador																				
11. Proyecto <u>Indexación Redalyc</u>																				
	\$ 0				\$ 0				\$ 2893,43				\$ 9409,47				\$ 50			

En total lo que estos proyectos necesitan para hacerse efectivos son aproximadamente doce mil dólares que se ejecutarán a través del presupuesto anual de la universidad.

Invertir en estos proyectos tiene una gran ventaja, y esto es la recordación de marca que tanto le hace falta a la revista. A pesar de que es una revista con grandes beneficios, con un gran valor, como es su comité editorial y científico, no se encuentra posicionada. Por lo tanto, lo que permite este proyecto es que al menos de los 1763 investigadores que no han leído, un 30% haya escuchado de ella, y que un 10% lea la misma. Ya que si se logra establecer convenios con las universidades estatales, y colocar el bigboy dentro de las de categoría A y B, 740 docentes de pregrado y posgrado ya tendrían conocimiento o podrían dar a conocer la existencia de una revista de la ESPE mediante una encuesta. Y estos datos considerando únicamente las universidades públicas, sin embargo, gracias a la feria de publicaciones, se espera que al menos tres representantes de cada universidad del Ecuador, tengan presencia en el coliseo, es decir, que por lo menos un 6% de docentes investigadores de instituciones de educación superior del Ecuador, tengan conocimiento del nombre Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional.

Así también, uno de los factores a destacar al emplear estos proyectos, es que dentro de la universidad ESPE, el 90% de los docentes ya sepan de qué se trata la revista, el nombre, el valor y sus beneficios, y un 10% de ellos la haya leído. Esto se consigue a través del concurso de iniciación científica y la campaña donde se les capacita en investigación y publicaciones.

Se espera que el micrositio creado dentro de la página web de la institución, no solo tenga acogida de parte de los docentes, sino que al menos el 5% de los estudiantes del

DCEAC, lleguen a descargar un volumen de la revista, sepan que en el área administrativa también se realiza investigación.

Es importante destacar, que si se logra indexar la revista dentro de una base de datos internacional, se puede saber la repercusión que tiene una publicación en la literatura científica a partir del análisis de las citas que ha recibido. Este factor de impacto lo calcula cada año Instituto para la Información Científica (ISI o Institute for Scientific Information) para aquellas publicaciones a las que da seguimiento. (Deusto, 2013)

El factor de impacto es un instrumento que sirve para comparar publicaciones y evaluar la importancia relativa de una publicación dentro de un mismo campo científico. A los autores les sirve para identificar las publicaciones de mayor influencia y así decidir la publicación de artículos y confirmar el status de las publicaciones donde hayan publicado. A los profesores, investigadores y estudiantes, para descubrir donde hallar la información relevante en sus áreas de especialización. A las bibliotecas les sirve como herramienta de decisión para la inclusión y exclusión de publicaciones en las colecciones. (Deusto, 2013)

El Factor de Impacto corresponde a la división del número de citas que han recibido los artículos de una publicación entre el número de artículos que se publicaron en ella. (Deusto, 2013)

La fórmula más utilizada es la siguiente:

Número de citas que han recibido en un año en concreto los artículos publicados los dos años anteriores dividido por el número de artículos publicados en esos dos años anteriores.

Por ejemplo:

Factor de Impacto 2008 = N° de citas que han recibido en 2008 los artículos publicados en 2006 y 2007, dividido por el N° de artículos publicados en el periodo 2006-2007.(Deusto, 2013)

Este factor de impacto determinaría (si la REEO fuera indexada), el número de citas que se realizaron en el año y por supuesto el cálculo de este índice, a partir del número de artículos publicados por año de la revista. Se esperaría tener al menos 3 citas dentro del primer año de indexación de la REEO.

Un ejemplo de una publicación acerca del factor de impacto de revistas referentes a Ciencias Sociales, dentro del año 2011:

JCR-Web 4.5 Marked List

ISI Web of KnowledgeSM

Journal Citation Reports[®]

RETURN TO MARKED LIST

2011 JCR Social Science Edition

MARKED JOURNAL LIST

Sorted by: Journal Title

Abbreviated Journal Title	ISSN	2011 Total Cites	Impact Factor	5-Year Impact Factor	Immediacy Index	2011 Articles	Cited Half-life	Eigenfactor [®] Score	Article Influence [®] Score
ADICIONES	0214-4840	201	0.800		0.167	24	5.5	0.00036	
AIBR-REV ANTROPOL IB	1695-9752	4	0.033		0.000	12		0.00001	
AN PSICOL-SPAIN	0212-9728	205	0.568		0.105	95	5.2	0.00023	
AN SIST SANIT NAVAR	1137-6627	178	0.318		0.089	45	4.6	0.00045	
ANU ESTUD MEDIEV	0066-5061	45	0.034		0.000	15		0.00009	
ATLANTIS-SPAIN	0210-6124	30	0.125		0.000	16		0.00007	
B ASOC GEOGR ESP	0212-9426	47	0.130	0.116	0.000	48		0.00016	0.034
BEHAV PSYCHOL	1132-9483	151	0.683		0.273	33	4.6	0.00017	
CIRC LINGUIST APL CO	1576-4737	4	0.071		0.000	9		0.00000	
COMUN SOC-NAVARRA	0214-0039	25	0.205		0.038	26		0.00006	
COMUNICAR	1134-3478	99	0.470		0.000	40		0.00005	
CUAD ECON DIR EMPRES	1138-5758	73	0.268		0.000	22		0.00015	

Imagen10. (2012) Marked Journal List, *Journal Citation Reports* (JCR, 2012)

CAPÍTULO VII

7.1. Conclusiones

Al haber finalizado el análisis, la investigación y las estrategias para el posicionamiento de la REEO, se obtuvieron algunas conclusiones a partir de este proyecto:

- Los objetivos y estrategias, básicamente se basan en la etapa de introducción en la que se encuentra la revista y se dirigirá a ser precursores y sobre todo a lograr la prueba del producto, esto ya que la revista no se encuentra posicionada, teniendo en cuenta que el 97% de investigadores no conocen la REEO.
- La revista no tiene cobertura ni fidelización; es difícil encontrar investigadores que publiquen en la revista pero es importante destacar que el editor de la revista tiene experiencia al igual que el Comité Científico y Editor; el segmento es limitado y no existe una cultura de publicación, esto encontrado a través del análisis situacional realizado a la REEO.
- Colombia ya abrió una base de datos en su país como lo es Publindex, y muchos países como Perú, Venezuela e incluso Colombia, entre otros, tienen también como sede a la indexadora Scielo.
- La investigación en el Ecuador es mínima comparada con los demás países Latinoamericanos, teniendo en cuenta que al 2008, el 6% de investigadores en el Ecuador tienen formación de doctorado según la UNESCO, mientras que el 20% de investigadores en Colombia tienen doctorado.
- La revista se encuentra alineada a la planificación institucional para llegar a un fin común, según la planificación de la ESPE, la del DCEAC y la REEO.

- Las características de la demanda se simplifican en Investigadores de 42 años con masterado y doctorado que cumplan funciones de investigadores y docente, que lleve investigando un promedio de 5 años, que lea revistas indexadas, que requieran información científica, y que sepan seleccionar revista que va a leer.
- Existen varios segmentos identificados como:
 - Segmento A: Investigadores de promedio de 42 años con masterado que cumplan funciones de investigadores y docente, que lleve investigando un promedio de 5 años, que lea revistas indexadas, que requieran información científica, que sepa seleccionar revista que va a leer.
 - Segmento B: Investigadores de promedio de 42 años con doctorado que cumplan funciones de investigadores y docente, que lleve investigando un promedio de 5 años, que lea revistas indexadas, que requieran información científica, que sepa seleccionar revista que va a leer.
 - Segmento C: Docentes investigadores que tengan un promedio de 42 años que trabajen solamente en una institución educativa, de pregrado y posgrado, que leen revistas indexadas, y que no hayan publicado en ninguna revista.
 - Segmento D: Becarios del SENESCYT que hayan aplicado o estén aplicando a carreras de posgrado y doctorado en carreras administrativas.
- El valor destacado por la revista es su Comité Científico, dado que la rigurosidad científica es un requisito importante para la misma, teniendo en cuenta que cinco de los diez integrantes del comité científico y editorial, son de universidades del extranjero, ocho de los diez poseen título de PhD, y dos de ellos tienen doctorado.

- El tipo de posicionamiento por atributo aplica para todos los segmentos, ya que cada uno de ellos busca una revista que tenga un valor diferente a las demás, y la REEO tiene, y estaría trabajando por mejores características como la indexación y digitalización. Para los docentes con maestría, doctorado, de pregrado, de posgrado y becarios, se tendrá en cuenta el atributo más importante de esta revista, su comité científico.
- La investigación dentro del área de la administración es deficiente y recién está empezando, según los expertos en la entrevista y la observación a través del encuestamiento.
- Existe un desinterés por parte de la docencia ecuatoriana a realizar investigación, esto se pudo determinar a través de la observación al realizar el encuestamiento, donde el 86% de docentes investigadores, han publicado de cero a tres veces en revistas.
- No existe formación por parte de los docentes investigadores de las áreas administrativas en las universidades del Ecuador ya que el 70% de ellos no tienen doctorado, siendo esta una debilidad enorme para estas facultades.
- La REEO está lista para ser indexada según el Dr. Albuja, y el Comité Científico que posee, y el cumplimiento del 90% de requisitos que piden indexadoras gratuitas.
- Las barreras administrativas de la ESPE no permiten que la revista tenga continuidad o periodicidad en un tiempo específico o delimitado, ya que el dinero es un gran problema para la universidad, esto se verificó al no poder imprimir el siguiente volumen de la revista.

7.2 Recomendaciones

Así también, se pasa a determinar algunas recomendaciones para la revista y para la investigación dentro de las universidades y el Ecuador luego de haber observado y realizado la investigación dentro del país:

- Los docentes ecuatorianos deben buscar mejor formación lo antes posible para transmitir mejor conocimiento e investigar de forma más eficiente.
- Digitalización de la revista lo antes posible
- Formar grupos de investigación dentro de las universidades, en especial la ESPE, para por generar publicaciones e investigación.
- Realizar encuestamientos constantemente para no solo evaluar la investigación dentro de las ciencias administrativas, sino también para saber qué quieren leer los investigadores
- Combinar la administración con otras materias para generar investigación
- Capacitar a los docentes para que hagan investigación y publiquen artículos
- La REEO debería tener más artículos de docentes de la ESPE
- Repartir con más frecuencia en las universidades la REEO, pero personalmente a cada docente, ya que no les llega las revistas
- Establecer metas de publicación relacionadas con el reglamento de carrera para el docente
- La SENESCYT debería realizar más investigación acerca de cómo está la investigación en el Ecuador
- Indexar la REEO cuanto antes, teniendo en cuenta los requisitos, sobretodo el de la periodicidad de la revista.
- Los docentes y estudiantes de la ESPE deben conocer la REEO, ya que desde ahí empieza el posicionamiento

- Estimular los proyectos de iniciación científica para fomentar el trabajo conjunto entre el docente y el estudiante
- El Ecuador debe tener una base de datos como lo tienen los demás países Latinoamericanos
- Los proyectos recomendados para la REEO se ejecutarían en el siguiente orden:
 1. Proyecto faltantes para indexación de la REEO
 2. Proyecto de colocación en el catálogo de Latindex
 3. Proyecto de indexación en base de datos Scielo
 4. Proyecto de creación de un micrositio
 5. Proyecto de creación de un grupo de investigadores
 6. Proyecto de campaña “Sin formación no hay investigación”
 7. Proyecto Concurso Proyecto Investigación docentes y estudiantes
 8. Proyecto de convenios con universidades
 9. Proyecto Big Boy en universidades
 10. Proyecto Feria de publicaciones Ecuador
 11. Proyecto Indexación Redalyc

El orden de los proyectos, va de acuerdo al avance la revista y la investigación en la ESPE. Lo primero sería la indexación de la revista añadiendo lo que le falte para poder indexar dentro de la Scielo. Posteriormente se pasa a elaborar un micrositio, ya que así los investigadores podrán conocer la revista e inscribirse para poder colocar los artículos, teniendo en cuenta que la indexación sería algo importante para ellos. La creación del grupo de investigadores le dará apoyo a la revista y a la investigación dentro de la universidad, y se trabajará en conjunto para seguir sacando adelante la revista. Se pasará a la campaña donde se intenta posicionar a la revista dentro de la universidad y darle

empuje a la investigación y publicación de parte de los docentes. Luego se dará paso al concurso interno acerca de los proyectos de investigación que permita darle inicio al trabajo conjunto del docente y el estudiante. Al mismo tiempo se irán creando lazos con otras universidades a través de convenios que permitirá obtener artículos para ella. El proyecto Big Boy se lo ejecutará luego de los convenios con las universidades que tendrá como objetivo darle al cliente un mayor nivel de recordación. Luego de haber posicionado la revista internamente y externamente se pasará a realizar una feria con las universidades del Ecuador, donde se presentarán artículos, investigaciones y revistas de cada una de las instituciones, permitiendo un inicio al campo investigativo, y determinar qué tanto están haciendo las carreras administrativas dentro del país. Finalmente luego de haber rescatado artículos a través de los proyectos, se continuará con la publicación de artículos y con mayor experiencia poder indexar en otra base de datos como lo es Redalyc.

7.3 Bibliografía

- Alacón, I. R. (5 de 2012). *Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE*, Quito
 Obtenido el 2012 de 11 de 5, de
http://www.fcacpuce.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=256&Itemid=82
- Albuja, P. J., Noboa, P. F., Mayorga, P. D., Orduña, P. M., Matos, P. N., & Jácome, D. H. (2011). *REEO - Revista Emprendedorismo y Estrategia Organizacional*. Sangolquí: Escuela Politécnica del Ejército.
- Amaya, J. (2005). *Gerencia: Planeación & Estrategia*. Bucaramanga.
- Araque, W. (5 de marzo de 2013). PhD., *Referencia Personal*, (I. Márquez, Entrevistador)
- Association, A. P. (2012). *APA Styl*, Washington
 Obtenido el 20 de 12 de 2012, de <http://www.apastyle.org/about-apa-style.aspx>
- Bonilla, Á. (29 de 11 de 2004). *Latindex*. México
 Obtenido el 2013 de 12 de 13, de www.latindex.unam.mx/.../Quito-Angela%20Patricia%20Bonilla.ppt
- Cáceres Serrano, D. P. (2008). *Revistas Científicas Indexadas*.
 Obtenido el 16 de 11 de 2012, de http://www.psicometodos.com/?page_id=182
- Campos Ana, M. Y. (Junio de 2011). *Matriz FODA*.
 Obtenido el Diciembre de 2012, de <http://dofamatriz.blogspot.com/2009/06/matriz-dofa.html>
- Constituyente, A. N. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito.
- Cruz, R., & Martínez. (2012). *UAM*, México
 Obtenido el 13 de 05 de 2013, de
www.uam.es/personal_pdi/economicas/javierg/.../Tema%208.doc
- Daft, R., & Marcic, D. (2006). *Introducción a la Administración*. Thompson.
- Deusto, U. d. (2013). *Deusto*, San Sebastián.

Obtenido el 23 de 04 de 2013, de
http://www.deusto.es/servlet/Satellite/Page/1248091344187/_cast/%231107426114492%231248091343894%231248091344187/UniversidadDeusto/Page/PaginaCollTempl ate

Dialog. (2012). *Ulrich's Periodical Directory*.

Obtenido el 2012 de 12 de 9, de <http://library.dialog.com/bluesheets/html/bl0480.html>

Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*.
 Brujas.

González, R. M. (2010). *Marketing Estratégico*. Madrid,

Guiltan, J., Gordon, P., & Madden, T. (2004). *Gerencia de marketing, Estrategias y programas*. Bogotá: McGraw Hill.

Hernández, R., Fernández-Collado, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México.: Mc Graw Hill.

Idoneos.com. (2012). *Diseño Idóneos*.

Obtenido el 12 de 01 de 2013, de
http://diseño.idoneos.com/index.php/Dise%C3%B1o_Industrial/Marketing/Ciclo_del_producto

JCR. (2012). *Universidad del País Vasco*. Álava

Obtenido el 23 de 04 de 2013, de http://www.biblioteca.ehu.es/p207-content/es/contenidos/noticia/jcr_2011/es_jcr_2011/adjuntos/JCR-Web%204_5%20Sociales.pdf

Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing, Conceptos Esenciales*. México.:
 Pearson Educación.

Ley Orgánica de Educación Superior. (2012). Quito.

Litoral, U. P. (2012). *FEN*.

Obtenido de <http://www.fen.espol.edu.ec/node/83?q=node/61>

Martin, O. (2011). *WrodPress.com.New York*

Obtenido el 13 de 05 de 2013, de
<http://segmentaciondemercado.wordpress.com/2010/11/10/definicion-de-investigacion-de-mercados/>

Morán, F. F. (2012). *Retos UPS*, Quito.

- Obtenido el 5 de 11 de 2012, de <http://retos.ups.edu.ec/acerca-de-la-revista>
- Nación, M. d. (2009). *UDEA*, Antioquia
- Obtenido el 13 de 06 de 2013, de
<http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/RIB/article/viewFile/10366/9560>
- PBWORKS. (2007). *Documentación UPO*, Sevilla
- Obtenido el Noviembre de 2012, de
<http://docupo.pbworks.com/w/page/18009129/Revistas%20electr%C3%B3nicas>
- Plan del Buen Vivir*. (2009). Quito.
- Promep. (2011). *Conceptos Básicos de Productos Académicos*. Victoria
- Reuters, T. (2012). *Journal Citation Reports*. Nueva York,
- RU&SC. (2006). *Revistas Científicas Digitales: características e indicadores*.
Obtenido el Noviembre de 2012, de
http://www.uoc.edu/rusc/3/1/dt/esp/abadal_rius.pdf
- SciELO. (2012). Scientific Electronic Library Online. Sao Paulo, SciVerse. (2013).
Scopus.
Obtenido el 13 de 05 de 2013, de <http://www.info.sciverse.com/scopus>
- SENESCYT. (2012). Código único de las publicaciones seriadas, ISSN. Quito
- SENESCYT. (2012). *Educación Superior*, Quito.
Obtenido el 15 de 12 de 2012, de <http://www.senescyt.gob.ec/web/guest/issn>
- Tamayo, Á. (2009). *Repositorio ESPE*, Sangolquí.
Obtenido el 13 de 05 de 2013, de
<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/2/T-ESPE-021513-2.pdf>
- Tobar, K. (2007). *Elbaroación de un plan estratégico para la empresa Rhenania S.A. ubicada en la ciudad de Quito*. Sangolquí.
- UNAM. (s.f.). *Latindex.México*
Obtenido el 2012 de 11 de 17, de <http://www.latindex.unam.mx/numeros/cata.html>
- UNESCO. (2012). *Ricyt*, Buenos Aires

Obtenido el 3 de 11 de 2012, de
http://www.ricyt.org/index.php?option=com_content&view=article&id=149&Itemid=3

Walker, O., Boyd, H., Mullins, J., & Larreché, J.-C. (2005). *Marketing Estratégico, Enfoque de Toma de Decisiones*. México.: McGraw Hill.

Zapata, W., *Ecuador Universitario*. (s.f.), Quito

Obtenido de <http://ecuadoruniversitario.com/opinion/en-el-2013-el-presupuesto-de-investigacion-y-desarrollo-sera-el-15-del-pib/>