



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

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

AUTOR: CARVAJAL CASTRO, NATALIA FERNANDA

**TEMA: ANÁLISIS DE MERCADO PARA EL REDISEÑO DE PROGRAMA –
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL, BASADO EN INDICADORES
DE ACREDITACIÓN**

DIRECTOR: ECO. JUAN CARLOS, ERAZO

CODIRECTOR: ECO. PABLO ROBAYO

SANGOLQUÍ, MARZO 2014



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**Certificado Director-Codirector
CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA**

Ec. Juan Carlos Erazo y Ec. Pablo Robayo

Certifican

Que el trabajo titulado “Análisis de mercado para el rediseño de programa – carrera de ingeniería comercial, basado en indicadores de acreditación” realizado por Natalia Fernanda Carvajal Castro, fue guiado y revisado periódicamente, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas. Debido a que la tesis contiene las características de complejidad y extensión que el tema amerita, se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de 1 documento empastado y 1 disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (PDF). Autorizan a Natalia Fernanda Carvajal Castro que lo entregue al Ing. Marco Soasti, en su calidad de Director de Carrera.

Sangolquí, 11 de Marzo de 2014

Ec. Juan Carlos Erazo

Director

Eco. Pablo Robayo

Codirector



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

NATALIA FERNANDA CARVAJAL CASTRO

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “Análisis de mercado para el rediseño de programa – carrera de ingeniería comercial, basado en indicadores de acreditación”. Ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondientes, 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, 11 de Marzo de 2014

Natalia Fernanda Carvajal Castro



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Yo, Natalia Fernanda Carvajal Castro

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “Análisis de mercado para el rediseño de programa – carrera de ingeniería comercial, basado en indicadores de acreditación”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 11 de Marzo de 2014

Natalia Fernanda Carvajal Castro

DEDICATORIA

A Dios, mi guía, mi apoyo y mi creador

A mis padres, quienes con su apoyo incondicional han estado en cada momento importante de mi vida.

AGRADECIMIENTO

A Dios quien me ha dado la oportunidad de culminar este trabajo

A mis padres, por su apoyo incondicional

Al ingeniero Giovanni Herrera, que gracias a su dedicación, permitió la realización
de este trabajo

A mi director y codirector del presente trabajo, quienes me guiaron para la
culminación de la presente.

A mis amigas más cercanas, quienes siempre estuvieron presentes en cada momento.

A mi jefa, María Pilar García, por su apoyo incondicional, preocupación y confianza
brindada.

A todas las personas que me brindaron su ayuda durante este proceso.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Certificado Director-Codirector.....	i
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	ii
AUTORIZACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
RESUMEN	xiv
SUMMARY	xv
CAPÍTULO I	1
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Objetivos	4
1.3. Preguntas de investigación.....	5
1.4. Justificación de objetivos:.....	5
1.5. Metodología:.....	7
CAPÍTULO II	12
2. Fundamentación teórica – epistemológica del programa carrera.....	12
2.1 Desarrollo histórico del programa – carrera.....	20
2.2 El programa carrera en el contexto nacional e internacional	23
2.2.1 Contexto Nacional	23
2.2.2 Contexto internacional:.....	42
2.3 El sistema de evaluación y acreditación para el aseguramiento de la calidad en la educación superior en el Ecuador.....	59
2.3.1 SENESCYT:	59
2.3.2 LOES:	59
2.3.3 CES:.....	60
2.3.4 El CEAACES:.....	60
2.3.5 Acreditadoras mundiales	62
CAPÍTULO III	65
3. Análisis situacional	65
3.1.1 Diseño de la investigación exploratoria	65
3.1.2 Macroambiente	67

3.1.3	Microambiente:	69
3.1.4	Análisis interno:	69
3.2	Análisis de la demanda	73
3.3	Análisis de la oferta	75
3.4	Segmentación	76
3.5	Posicionamiento	77
CAPÍTULO IV:		79
4.1	Macro ambiente de la carrera de Ingeniería Comercial.	79
4.1.1	Factores Económicos	79
4.1.2	Factor Cultural :	85
4.1.3	Político -legal:	91
4.1.4	Factor geográfico:	97
4.2	Microambiente de la carrera de Ingeniería Comercial	99
4.3	Análisis Interno	116
4.4	Análisis FODA	131
4.5	Análisis de los resultados cualitativos y cuantitativos de la demanda de programa de ingeniería comercial a nivel de pregrado.	148
4.6	Análisis de los resultados cualitativos y cuantitativos de la oferta de programas de ingeniería comercial a nivel de pregrado.	153
4.7	Segmentación del mercado para el programa – carrera de Comercial	205
CAPÍTULO V		212
5.1	Resumen Ejecutivo – Descriptivo de la Propuesta.	212
5.2	Descripción del programa	214
5.2.1	Datos Generales:	214
5.2.2	Datos Generales de Carrera o Programa:	214
5.2.3	Descripción de la carrera o programa:	216
5.2.3.1	Objetivo general	216
5.2.3.2	Objetivos específicos	217
5.2.3.3	Perfil de ingreso del estudiante	217
5.2.3.4	Requisitos de ingreso del estudiante	218
5.2.3.5	Perfil de egreso (resultados del aprendizaje)	218
5.2.3.6	Requisitos de graduación	221
5.2.3.7	Seguimiento de graduados	222

5.2.3.8	Justificación	222
5.2.3.9	Descripción de la dependencia administrativa de la carrera o programa a la estructura interna de la universidad o escuela politécnica	226
5.2.3.10	Proyección de matrículas de primer año y total de la carrera o programa, para una promoción o cohorte	226
5.2.3.11	Presupuesto anual de la carrera programa, proyectado a la duración de una promoción o cohorte:.....	227
5.2.3.12	Planificación curricular	231
5.2.3.13	Metodología de aprendizaje	241
5.2.3.14	Sistema de evaluación y promoción de los estudiantes.....	244
5.2.3.15	Sistema de evaluación de profesores e investigadores.....	244
CAPÍTULO VI	246
6.1	Conclusiones	246
6.2	Recomendaciones	248
6.3	Referencias Bibliográficas	249
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.
Encuesta	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de teorías de la administración.....	15
Tabla 2. Categorización Universidades.....	23
Tabla 3. Oferta de Ingeniería Comercial.....	25
Tabla 4. Oferta ingeniería comercial en Ecuador.....	33
Tabla 5. Ranking Mejores universidades internacionales.....	43
Tabla 6. Mejores Universidades de Negocios a nivel mundial.....	44
Tabla 7. Oferta de Carreras administrativas mejores universidades de negocios	51
Tabla 8. Mejores universidad a nivel de Sudamérica	53
Tabla 9. Oferta académica ingeniería comercial en Sudamérica	54
Tabla 10. Ranking de las mejores escuelas de negocios de Latinoamérica.....	56
Tabla 11.Oferta académica de Escuelas de negocios de Latinoamérica.....	57
Tabla 12. Acreditadoras mundiales.....	63
Tabla 13. Factores análisis FODA	66
Tabla 14. Matriz Resumen FODA	70
Tabla 15. Matriz de impacto	71
Tabla 16. Matriz de Acción FA.....	72
Tabla 17. Matriz de Acción FO.....	72
Tabla 18. Matriz de Acción DO.....	72
Tabla 19. Matriz de Acción DA.....	73
Tabla 20. Matriz Síntesis.....	73
Tabla 21. Tasa de Desempleo	79
Tabla 22. Ocupados por Rama de Actividad	80
Tabla 23. Industrias Priorizadas	96
Tabla 24. Sectores estratégicos	96
Tabla 25. Mejores empresas a nivel nacional	101
Tabla 26. Oferta Ingeniería comercial en Ecuador	102
Tabla 27. Becas en Ecuador	107
Tabla 28. Análisis de Pertinencia.....	109
Tabla 29. Estudiantes por período académico.....	117
Tabla 30. Infraestructura ESPE.....	119

Tabla 31. Competencias de la Carrera ingeniería comercial.....	121
Tabla 32. Documentos para la convalidación	124
Tabla 33. Áreas de conocimiento.....	126
Tabla 34. Criterios de calificación actividades interactivas.....	129
Tabla 35. Matriz resumen	132
Tabla 36. Matriz de Impacto Fortalezas.....	136
Tabla 37. Matriz de Impacto Debilidades	137
Tabla 38. Matriz de Impacto Oportunidades.....	138
Tabla 39. Matriz de Impacto Amenazas	139
Tabla 40. Matriz de Acción FA.....	140
Tabla 41. Matriz de Acción FO.....	141
Tabla 42. Matriz de Acción DO	143
Tabla 43. Matriz de Acción DA	145
Tabla 44. Matriz Resumen	147
Tabla 45. Matriz Síntesis Estratégica.....	148
Tabla 46. Matriz de diseño de Cuestionario.....	151
Tabla 47. Análisis de Variable Ubicación Empresa.....	154
Tabla 48. Análisis de Variable tipo Empresa.....	155
Tabla 49. Análisis de Variable tipo de negocio	156
Tabla 50. Análisis de Variable Tamaño de la empresa	157
Tabla 51. Análisis de Variable Alcance de la empresa	158
Tabla 52. Análisis de Variable Tamaño de la empresa Contratación	159
Tabla 53. Análisis de Variable Nro. de empleados	160
Tabla 54. Análisis de Variable Nro. de empleados	161
Tabla 55. Análisis de Variable Conocimiento	162
Tabla 56. Análisis de Variable Eficiencia.....	163
Tabla 57. Análisis de Variable Proactividad.....	164
Tabla 58. Análisis de Variable Resolución de problemas.....	165
Tabla 59. Análisis de Variable Perfil determinado de contratación.....	166
Tabla 60. Análisis de Variable Aspectos importantes	167
Tabla 61. Análisis de Variable Aspectos importantes ponderados	169
Tabla 62. Análisis de Variable Aspectos relevantes del ingeniero comercial	170

Tabla 63. Análisis Aspectos relevantes del ingeniero comercial ponderado	172
Tabla 64. Análisis de Variable Preferencia universidad	173
Tabla 65. Análisis de Variable Preferencia universidad ponderado	174
Tabla 66. Análisis de Variable idioma inglés	176
Tabla 67. Análisis de Materias a impartirse	177
Tabla 68. Análisis de correlaciones	178
Tabla 69. Análisis variables Tamaño y ubicación	180
Tabla 70. Análisis variables Tamaño y Tipo de empresa	181
Tabla 71. Análisis variables Tamaño y tipo de negocio	182
Tabla 72. Análisis variables Tamaño vs alcance	183
Tabla 73. Análisis variables Tamaño vs personal contratado	184
Tabla 74. Análisis variables Tamaño vs profesionales de la ESPE	185
Tabla 75. Análisis variables Tamaño vs Aspecto conocimiento.....	187
Tabla 76. Análisis variables Tamaño vs Aspecto eficiencia.....	188
Tabla 77. Análisis variables Tamaño vs Aspecto proactividad	189
Tabla 78. Análisis variables Tamaño vs Aspecto resolución de problemas	190
Tabla 79. Análisis variables Tamaño vs formación área financiera	192
Tabla 80. Análisis variables Tamaño vs formación área marketing	193
Tabla 81. Análisis variables Tamaño vs formación área procesos	194
Tabla 82. Análisis variables Tamaño vs formación área gestión.....	196
Tabla 83. Análisis variables Tamaño vs experiencia	197
Tabla 84. Análisis variables tamaño vs Universidad en la que se graduó	198
Tabla 85. Análisis variables tamaño vs prueba de conocimiento	199
Tabla 86. Análisis variables tamaño vs entrevista	200
Tabla 87. Análisis variables tamaño vs referencias	201
Tabla 88. Análisis variables tamaño vs idioma inglés	202
Tabla 89. Ranking universidades Ingeniería comercial	209
Tabla 90. Aspectos ponderados.....	210
Tabla 91. Campo ocupacional Licenciado en Administración	221
Tabla 92. Materias para administradores	226
Tabla 93. Asignaturas.....	233
Tabla 94. Sistema de evaluación	245

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1. Evolución Trimestral del mercado laboral.....	81
Gráfica 2. Estudios Salariales	82
Gráfica 3. Comportamiento del mercado	84
Gráfica 4. Inflación, incremento salarial y PIB.....	84
Gráfica 5. Tasa Bruta de matrícula	86
Gráfica 6. Tasa Neta de matriculación.....	87
Gráfica 7. Número de años promedio de estudios	88
Gráfica 8. Ocupación por nivel de escolaridad y tipo de empleo área urbana.....	89
Gráfica 9. Ocupación por nivel de escolaridad y tipo de empleo área rural	89
Gráfica 10. Distribución de la PEA Urbana por rangos de edad	90
Gráfica 11. Diversificación de la matriz productiva	95
Gráfica 12. Regiones del Ecuador.....	99
Gráfica 13. Participación en ventas sector petrolero y no petrolero	100
Gráfica 14. Número de Estudiantes Ingeniería Comercial.....	118
Gráfica 15. Malla Curricular	125
Gráfica 16. Evaluación docentes.....	127
Gráfica 17. Metodología de estudios MED.....	129
Gráfica 18. Análisis de Variable Ubicación Empresa.....	154
Gráfica 19. Análisis de Variable Tipo Empresa.....	155
Gráfica 20. Análisis de Variable Tipo de negocio	156
Gráfica 21. Análisis de Variable Tamaño de la empresa	157
Gráfica 22. Análisis de Variable Tamaño Alcance de la empresa.....	158
Gráfica 23. Análisis de Variable Contratación de personal	159
Gráfica 24. Análisis de Variable Nro. de empleados	160
Gráfica 25. Análisis de Variable Nro. de empleados	161
Gráfica 26. Análisis de Variable Conocimiento	162
Gráfica 27. Análisis de Variable Eficiencia	163
Gráfica 28. Análisis de Variable Proactividad	164
Gráfica 29. Análisis de Variable Resolución de problemas.....	165
Gráfica 30. Análisis de Variable Perfil determinado de contratación.....	166
Gráfica 31. Análisis de Variable Aspectos Muy importantes	167
Gráfica 33. Análisis de Variable Aspectos poco importantes.....	168
Gráfica 34. Análisis de Variable Aspectos nada importantes	169
Gráfica 35. Análisis de Variable Aspectos de importancia.....	169
Gráfica 36. Análisis de Variable referencias.....	170
Gráfica 37. Análisis de Variable entrevistas	171
Gráfica 38. Análisis de Variable prueba	171
Gráfica 39. Análisis de Variable universidad	172

Gráfica 40. Análisis de Variable Aspectos relevantes total	173
Gráfica 41. Análisis de Variable Preferencia universidad ponderado	175
Gráfica 42. Análisis de Variable idioma inglés	176
Gráfica 43. Análisis de variables Tamaño y ubicación.....	180
Gráfica 44. Análisis variables Tamaño y Tipo de empresa	181
Gráfica 45. Análisis variables Tamaño y tipo de negocio	182
Gráfica 46. Análisis variables Tamaño vs alcance.....	183
Gráfica 47. Análisis variables Tamaño vs personal contratado	185
Gráfica 48. Análisis variables Tamaño vs personal contratado	186
Gráfica 49. Análisis variables Tamaño vs Aspecto conocimiento.....	187
Gráfica 50. Análisis variables Tamaño vs Aspecto eficiencia.....	188
Gráfica 51. Análisis variables Tamaño vs Aspecto proactividad	190
Gráfica 52. Análisis variables Tamaño vs resolución de problemas	191
Gráfica 53. Análisis variables Tamaño vs formación área financiera	192
Gráfica 54. Análisis variables Tamaño vs formación área marketing	194
Gráfica 55. Análisis variables Tamaño vs formación área procesos	194
Gráfica 56. Análisis variables Tamaño vs formación área gestión.....	196
Gráfica 57. Análisis variables Tamaño vs experiencia	197
Gráfica 58. Análisis variables Tamaño vs Universidad en la que se graduó	198
Gráfica 59. Análisis variables Tamaño vs prueba de conocimiento	200
Gráfica 60. Análisis variables Tamaño vs entrevista.....	201
Gráfica 61. Análisis variables Tamaño vs referencias	202
Gráfica 62. Análisis variables Tamaño vs idioma inglés.....	203
Gráfica 63. Posicionamiento Universidades	209
Gráfica 64. Aspectos de la carrera	211
Gráfica 65. Asignaturas según nivel de formación	231

RESUMEN

El presente trabajo presenta la investigación realizada para el rediseño de programa – carrera de ingeniería comercial, basada en indicadores de acreditación, para lo cual se busca determinar los diferentes factores que exige el medio, tanto las empresas como el estado para cubrir la demanda actual, con profesionales que posean características diferenciadoras en comparación del resto de universidad que oferten la misma carrera académica. En el capítulo introductorio se muestra un preámbulo, en el cual se detalla el planteamiento del problema, objetivos, justificación, metodología y la hipótesis del presente. El primer capítulo incluye el marco teórico, aquí se encuentra todos los fundamentos para la realización de la tesis. El capítulo dos indica la metodología a emplearse en el que se detalla el análisis situacional, el que nos indica en qué ambiente se está desarrollando la carrera tanto en el aspecto interno como externo. Dentro de este capítulo se determina el FODA de la carrera. El capítulo tres presenta la investigación de mercados; las técnicas empleadas fueron: Entrevistas y Encuestas, tras este estudio se presenta la información relevante de las competencias y perfiles que requieren los profesionales en Ingeniería Comercial. En el capítulo cuatro se presenta la propuesta de la nueva carrera, enfocada en la obtención del título de Licenciado en administración de Empresas. Finalmente el capítulo cinco presenta las conclusiones y las recomendaciones basadas en la investigación de mercados, lo cual permitirá a la carrera alinearse a la nueva ley de educación superior y a las exigencias del mercado.

Palabras Claves: Marco Teórico, FODA, Investigación de mercado, Propuesta, Administración

SUMMARY

The present work shows the research carried out for the redesign program - commercial engineering career, based on indicators of accreditation, which seeks to determine the various factors that require the environment, both the companies and the state, to meet the current demand with professionals possessing differentiating features in comparison of the rest of the University that offer the same academic career. In the introductory chapter it's displayed a preamble, which spells out the approach to the problem, objectives, rationale, methodology and the assumptions of the present. The first chapter includes the theoretical framework; here you will find all the foundations for the realization of the thesis. Chapter two indicates the methodology to be used in which it's detailed the situational analysis, the one that shows us in what environment is developing the career both in the internal and external aspect. Within this chapter it is determined the SWOT of the career. Chapter three presents the research of the market; the techniques used were: Interviews and Surveys, through this study the relevant information is presented of the competencies and profiles that require the commercial engineering professionals. Chapter four presents the proposal of the new career, focused on the degree in Administration and Management. Finally chapter five presents the conclusions and recommendations based on the market research, which will enable the career to align to the new law of higher education and to the demands of the market.

Key Words: Theoretical Framework, SWOT, Market research, Proposal, Administration

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

El Ecuador en los últimos años ha sufrido un giro en cuanto al sistema de Educación Superior, el objetivo de la transición es de mejorar el sistema que durante muchos años ha sido manejado de una manera irresponsable y no se ha adaptado a las necesidades del mercado, sino que por el contrario ha velado por los intereses privados, haciendo que el nivel de formación de los profesionales no sea el adecuado para afrontar los problemas de la sociedad actual.

La excesiva oferta por parte de las universidades de las carreras que no cumplían con los requerimientos mínimos para su correcto funcionamiento permitía que los estudiantes por el simple hecho de adquirir un título universitario escojan al azar la universidad que a su criterio era la menos complicada y le otorgaba más facilidades para convertirse en un profesional.

Pero a raíz de la aprobación de la nueva ley de educación Superior el 12 de octubre de 2010, el sistema de educación superior ha sufrido un período de transición en el cual, ciertas universidades incluso han cerrado sus puertas al público, debido a su falta de cumplimiento con los requerimientos de la ley y sus bajas calificaciones en el proceso de acreditación. Para que las universidades obtengan una categorización deben obtener una calificación positiva en la acreditación institucional, para posteriormente pasar a un proceso de acreditación por programa o carrera que otorgue una calificación a las diferentes carreras luego de ser evaluadas

en un total de 36 indicadores que verifican si la carrera se encuentra alineada a la nueva ley y su correspondiente reglamento.

La carrera de ingeniería comercial se encuentra en período de acreditación y en una reestructuración que le permite alinearse a los nuevos requerimientos del estado, para alcanzar una adecuada puntuación y ser acreditada en categoría A, además de cubrir la demanda laboral por parte de las empresas y sus requerimientos.

1.1. Planteamiento del problema

La educación superior durante varios años ha sido considerada como un tema de segundo plano en el Ecuador, la falta de interés por parte del Estado al otorgar presupuestos mínimos para el desarrollo de universidades públicas y la proliferación de universidades particulares cuyo objetivo principal era generar utilidades y hacer de la educación un negocio, provocó una crisis en el país. El resultado, un sistema de educación superior mediocre que no cubría las necesidades de profesionales del país y que cada vez reducía el nivel de calidad de la educación impartida.

En el 2008 en el Ecuador existían 72 universidades según el Consejo Nacional de Evaluación y acreditación de la Educación Superior del Ecuador CONEA y se ofertaban 3.309 carreras, de las cuales 277 eran carreras técnicas y tecnológicas, 2.099 carreras de tercer nivel y 933 carreras de cuarto nivel.

La sobreoferta de carreras universitarias y el exceso de universidades que brindaban sus servicios a la sociedad no podían seguir funcionando libremente como

lo habían hecho hasta ese entonces y a partir de este momento, el año 2012 fue trascendental para el Ecuador cuando inició un cambio dramático en el cual se crearon nuevos organismos de regulación como el CEAACES (Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior), el CES (Consejo de Educación Superior) y la aprobación de la LOES (Ley orgánica de educación superior) con su respectivo reglamento. La creación de estos organismos especialmente del CEAACES es de evaluar, acreditar, categorizar y la habilitación profesional.

Durante la primera fase en la cual se incluyó la categorización de universidades y el cierre de aquellas que se encontraban en categoría E, (14 universidades) revolucionaron el sistema de educación y obligaron al resto de universidades a cumplir estándares y a mejorar sus servicios, dentro de los cuales deben dar prioridad a programas de investigación y garantizar la vinculación con la sociedad, para alinearse con el plan del buen vivir.

Los primeros pasos de la acreditación ya han sido dados en todas las universidades, al recibir comisiones de los entes reguladores, y el proceso de la nueva categorización, está en marcha. En esta fase del proceso no se acreditará y categorizará únicamente a las universidades, por el contrario, ahora las universidades deberán acreditar cada una de sus carreras, a través de indicadores establecidos por el CEAACES a través de una matriz en la cual se desglosa los criterios, indicadores y demás variables que se deben emplear.

La realización de una investigación basada en indicadores de la carrera Ingeniería Comercial, permitirá conocer la situación actual de la carrera y que porcentaje de cumplimiento se encuentra atravesando para alcanzar una puntuación adecuada en el proceso de acreditación realizado por el CEAACES, para de esta manera identificar las falencias y poder establecer una propuesta que garantice la acreditación de la carrera.

- Tema: Análisis de Mercado para el diseño de la carrera de Ingeniería Comercial, basado en indicadores de acreditación.
- Línea de investigación: Economía Aplicada y Administración
- Sublínea de investigación: Mercadotecnia

1.2.Objetivos

Objetivo general:

Realizar un análisis de mercado para el diseño de la carrera de Ingeniería Comercial, basado en indicadores de acreditación.

Objetivos específicos:

- Definir la fundamentación teórica y el programa de carrera de ingeniería comercial que se empleará en la investigación, basada en fuentes académicas e información de la universidad.
- Establecer la metodología que se empleará en análisis de mercado para el diseño de la carrera de Ingeniería Comercial, basado en indicadores de acreditación.

- Aplicar la metodología establecida para el análisis de mercado para el diseño de la carrera de Ingeniería Comercial, basado en indicadores de acreditación
- Realizar una investigación de mercados para el diseño de la carrera de Ingeniería Comercial.
- Diseñar una propuesta de plan de Carrera de Ingeniería Comercial basado en indicadores de acreditación.
- Establecer los datos más relevantes obtenidos en la investigación para establecer las conclusiones y recomendaciones respectivas del análisis de mercado para el diseño de la carrera de Ingeniería Comercial, basado en indicadores de acreditación.

1.3. Preguntas de investigación

- ¿Cuál es la situación actual del programa carrera de Ingeniería Comercial en función de los índices de acreditación determinados por el CEAACES?
- ¿Cuáles son las características de la demanda de profesionales en el área de ingeniería Comercial en la zona de influencia de la ESPE?
- ¿Cuáles son las características de la oferta de programas de pregrado en ingeniería Comercial en la zona de influencia de la ESPE?

1.4. Justificación de objetivos:

La revolución de la educación superior alcanzó grandes logros y cambios durante el 2012, actualmente todas las universidades que se encuentran en

funcionamiento y en su respectiva categoría, atraviesan una nueva etapa de acreditación, en la cual aquellas que obtuvieron clasificación A tienen el objetivo de mantener la categoría y aquellos que se encuentran en categorías inferiores mejorar las calificaciones. En este nuevo proceso no se acreditará únicamente a la universidad, sino por el contrario cada carrera deberá ser acreditada.

Realizar un análisis de mercado para el rediseño del programa-carrera de ingeniería comercial, basado en indicadores de acreditación, es fundamental para poder identificar la situación real de la carrera a través de los diferentes indicadores que miden la calidad de la educación. La Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE), tiene una larga trayectoria; actualmente, la categoría a la cual pertenece es A, y su objetivo es lograr la acreditación de todas sus carreras en clasificación A.

La carrera de ingeniería comercial se caracteriza por su alto nivel de educación, sin embargo se requiere realizar un rediseño del programa-carrera que le permita alinearse con los lineamientos establecidos por los entes reguladores de educación superior, esto se logrará realizando un análisis de mercado, tanto de oferta como de demanda de la carrera de Ingeniería comercial.

La información referente a la carrera de ingeniería comercial consta en el departamento de la carrera, y la información externa necesaria para realizar el estudio se la puede recopilar en fuentes académicas y organismos gubernamentales, como el SENESCYT (Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología, e Innovación), SNI (Sistema Nacional de Información), CEAACES (Consejo de

Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior), CES (Consejo de Educación Superior), por lo cual se llega a la conclusión, de que existen suficientes fuentes que garanticen la viabilidad del estudio.

La importancia de la elaboración de este estudio radica en que la Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE) busca la excelencia en sus profesionales, garantiza la calidad de la educación y cumple con los estándares propuestos, gracias a este estudio se podrá corregir las falencias, mejorar los puntos clave e implementar aquellos requerimientos que son importantes para alcanzar una acreditación A en la carrera. En la parte práctica se podrá proponer soluciones en base a los resultados obtenidos y mejorar la calidad de la educación, obteniendo la acreditación de la carrera.

1.5. Metodología:

El tipo de investigación que se empleará en la presente tesis es deductivo e inductivo; según el libro metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales del autor César Augusto Bernal Torres, habla del método deductivo como un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. (BERNAL, 2006), además, menciona que el método inductivo se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válido, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. (BERNAL, 2006). Para poder definir los perfiles de los profesionales de la carrera de ingeniería comercial se

requiere utilizar ambos métodos ya que para definir los perfiles de los profesionales de la rama administrativa se requiere evaluar los aspectos generales, para poder identificar las competencias específicas que requieren para cubrir la demanda del mercado laboral actual.

Por otra parte se aplicará tanto métodos cualitativos como cuantitativos; es decir mixtos. La investigación cualitativa atiende sus objetivos de estudio mediante técnicas que permiten al investigador realizar interpretaciones de los fenómenos del mercado sin depender de su medición numérica. (ZIKMUND & BABIN, 2009). En el caso de la presente se aplicará técnicas cualitativas como la entrevista y Focus Group, que permiten tener las diferentes percepciones de las personas a las cuales se aplica las diferentes herramientas para la obtención de información; al no ser suficiente para la obtención de la información únicamente el método cualitativo se debe aplicar la investigación cuantitativa que es aquella que atiende los objetivos de investigación mediante evaluaciones empíricas que requieren enfoques de medición y análisis numérico. (ZIKMUND & BABIN, 2009) Para este caso se empleará encuestas que serán aplicadas a las diferentes empresas.

Para poder definir las características y los perfiles de competencia que requiere actualmente los profesionales de áreas administrativas, es necesario aplicar técnicas de investigación; es por este motivo que se necesita tener en claro ciertos términos. Para poder realizar una investigación se requiere saber cuál es el universo de esta manera el universo es todo el conjunto de fenómenos, cosas y personas que están incluidos en la hipótesis. El universo no se puede abordar al completo porque es

imposible y es muy amplio. Para poder contrastar una hipótesis se extrae una muestra de ese universo que servirá como muestra del universo que es objeto de estudio. Las muestras son representaciones del universo que se quiere investigar. Además para realizar una investigación se debe conocer los que es el muestreo lo cual según Stanton, Etzel y Walker, la idea fundamental del muestreo es que un pequeño número de elementos —una muestra—, si se seleccionó en la forma apropiada de un número mayor de esos elementos —un universo—, tendrá las mismas características y aproximadamente en la misma proporción que el número mayor. (Por tanto) para obtener datos confiables con este método se requiere la técnica correcta para seleccionar la muestra.(Stanton, Etzel, & Walker, 2004), existen diferentes tipos de muestreo de los cuales tenemos el determinístico que se refiere a un juicio personal algunas veces el del investigador y en otras el del recopilador de datos, es recomendable utilizarlo solamente en el proceso de estudio exploratorio que trata de definir el cambio de la investigación(Castro, 2010) y además un muestreo probabilístico o aleatorio, en el cual interviene el azar de alguna forma. Nos vamos a centrar en este tipo de muestreo. Es el muestreo en el cual todos los elementos de la población tienen la posibilidad de ser seleccionados, suele ser más objetivo que el determinístico, pero también más costoso, requiere más tiempo (Castro, 2010), por último existe el muestreo no probabilístico que no usa el azar, sino el criterio del investigador, es decir, él decide si la muestra es o no representativa. (Castro, 2010)

Para poder recopilar la información existen diferentes tipos de herramientas como la encuesta que según Naresh K. Malhotra, “las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado” (Malhotra, 2004). Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye n

cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica (Malhotra, 2004), Existen diferentes tipos de encuesta, según los autores Stanton, Etzel y Walker tenemos los siguientes:

Encuestas basadas en entrevistas cara a cara o de profundidad: Consisten en entrevistas directas o personales con cada encuestado. Tienen la ventaja de ser controladas y guiadas por el encuestador, además, se suele obtener más información que con otros medios (el teléfono y el correo). (Stanton, Etzel, & Walker, 2004)

Encuestas telefónicas: Este tipo de encuesta consiste en una entrevista vía telefónica con cada encuestado. (Stanton, Etzel, & Walker, 2004)

Encuestas por internet: Este tipo de encuesta consiste en "colocar" un cuestionario en una página web o en enviarlo a los correos electrónicos de un panel predefinido. (Stanton, Etzel, & Walker, 2004)

Planificación del proceso de los datos a ser colectados:

Paso 1.- Definición del Problema y de los Objetivos de la Investigación de Mercados:

Este paso de la investigación de mercados, según Philip Kotler y Gary Armstrong, a menudo es el más difícil, pero es el que guía todo el proceso de investigación (Kotler & Gary, 2003)

Paso 2.- Diseño del Plan de Investigación de Mercados:

Luego de que se ha definido con precisión el problema y establecido los objetivos de la investigación, se debe determinar qué información se necesita y el

cómo, cuándo y dónde obtenerla. Para ello, se diseña un plan de investigación — por escrito — que detalla los enfoques específicos de la investigación, los métodos de contacto, planes de muestreo e instrumentos que los investigadores usarán para obtener y procesar los datos. Además, se establecen los plazos en los que se deberá empezar y finalizar el trabajo de investigación. (Kotler & Gary, 2003)

Paso 3.- Recopilación de Datos

Este paso del proceso de investigación de mercados, suele ser la más costosa y la más propensa a errores. (Kotler & Gary, 2003)

Paso 4.- Preparación y Análisis de Datos

Luego de obtenidos los datos, se los procesa y analiza para aislar la información y los hallazgos importantes. Es necesario verificar que los datos de los cuestionarios sean exactos y estén completos, y codificarlos para su análisis. Posteriormente, se tabulan los resultados, calculan los promedios y se realizan otras medidas estadísticas (Kotler & Gary, 2003)

Paso 5.- Interpretación, Preparación y Presentación del Informe con los Resultados

Este es el paso en el que, según Kotler y Armstrong, el investigador de mercados interpreta los resultados, saca conclusiones e informa a la dirección (Kotler & Gary, 2003)

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2. Fundamentación teórica – epistemológica del programa carrera

La epistemología es una ciencia de la Filosofía de la Educación que estudia los principios del conocimiento humano. La palabra proviene del griego “episteme” que significa conocimiento riguroso o sujeto a reflexión crítica, y de “logos” que es teoría.

Es importante conocer el origen etimológico de la palabra administración.

Proviene del latín: AD Dirección para o tendencia para y de MINISTER Obediencia o subordinación (Prisma, 2013)

A lo largo de la historia la administración ha sufrido una gran evolución debido a sus diferentes enfoques y escuelas que han surgido en necesidad de buscar la mejor manera de llevar a cabo la administración.

Uno de los grandes representantes fue Frederick Winslow Taylor (1856-1915), considerado como el padre de la administración científica. En su libro publicado en 1911, Principios de Administración Científica plantea principios y normas que permiten obtener un mayor rendimiento de la mano de obra y de los materiales, su libro se fundamenta básicamente en los siguientes principios:

- Sustitución de reglas prácticas por preceptos científicos.
- Obtención de armonía, en lugar de discordia.
- Cooperación en lugar del individualismo.
- Selección científica, educación y desarrollo de los trabajadores.

Por otra parte para el francés Henry Fayol (1845-1925) conocido como el padre de la administración; en su libro *Administration industrielle et générale* publicado en París en 1916 indica que administrar es:

- Planear: Visualizar el futuro y trazar el programa de acción.
- Organizar: Construir las estructuras material y social de la empresa.
- Dirigir: guiar y orientar al personal.
- Coordinar: enlazar, unir y armonizar todos los actos colectivos.
- Controlar: verificar que todo suceda de acuerdo con las reglas establecidas y las órdenes dadas.

Y por otra parte estableció los 14 principios generales de la administración que son los siguientes:

- División del trabajo
- Autoridad y responsabilidad
- Disciplina
- Unidad de mando
- Unidad de dirección
- Subordinación de los intereses individuales a los generales
- Remuneración del personal
- Centralización
- Cadena escalar
- Orden
- Equidad
- Estabilidad del personal
- Iniciativa
- Espíritu de equipo

Teniendo en cuenta conceptos más modernos de administración vale la pena citar el que la administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales; (Chiavenato, 2004), concepto que coincide con el citado en el texto Administración como el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional (Stephen & Coulter, 2006)

La historia de la administración se remonta a la época primitiva donde tuvo sus inicios en la división del trabajo, posteriormente en el período agrícola en la cual se acentuó la organización social de tipo patriarcal, la siguiente época fue la antigua en la cual se encuentran muchos fundamentos administrativos que se tiene en la actualidad. Estos fundamentos fueron encontrados en los antiguos imperios, a continuación la edad media en la cual el feudalismo y la iglesia católica marcaron importantes sucesos que influenciaron a la administración. En la edad moderna surgió la revolución industrial en la cual desaparecieron los talleres artesanales y aparecieron las fábricas, donde se sustituyó al artesano por obreros especializados, y surgió la producción en serie. Finalmente en la edad contemporánea la administración se consolidó como ciencia mostrando así su aplicabilidad en distintos campos de la industria. (Gestiopolis, 2012).

Existen varias escuelas importantes de administración, las cuales se dividen en la escuela clásica y científica:

La escuela clásica constituye el primer intento serio de aplicar el conocimiento científico al ámbito de la administración, El enfoque de los distintos autores de la escuela clásica tiene características comunes:

- Es normativo
- Es racional
- Es mecanicista

Por otra parte la escuela científica tuvo 3 principales exponentes; Frederick W. Taylor, Henry Gantt, Frank y Lillian Gilbreth. Se conoce a la Escuela de Administración Científica como el punto de partida de la administración moderna y contemporánea.

Los fundamentos de esta afirmación son los siguientes:

- a) Constituye el primer desarrollo que se propone científica e integralmente analizar y normalizar los procesos productivos para aumentar la eficiencia y la producción.
- b) Responden con éxito a las necesidades de racionalización y eficiencia fabril que el contexto y las organizaciones de esa época les requieren.
- c) Complementan a la tecnología desarrollando técnicas y métodos que aumentan la productividad. (Alipso, 2000)

Estos dos tipos de teorías de la administración son las más reconocidas y las que más aportes han otorgado al mundo de la administración; sin embargo no son las únicas que existen puesto que la evolución de la administración se encuentra basada en 7 teorías cuyos aportes han sido valiosos para el desarrollo de los profesionales en carreras administrativas. En el cuadro presentado a continuación se detalla cuáles son estas teorías y los principales rasgos que las caracterizan.

Tabla 1. Clasificación de teorías de la administración

TEORÍAS	AUTOR	DESCRIPCIÓN
Científica	Frederick Winslow Taylor 1856-1915	Es el intento de aplicar los métodos científicos en la administración para alcanzar la eficiencia industrial. Sus principales herramientas fueron la observación y mediación. En su libro publicado en 1911 destacan los siguientes enunciados: 1) Sustitución de reglas prácticas por preceptos científicos 2) Obtención de armonía, en lugar de discordia. 3) Cooperación en lugar del individualismo. 4) Selección científica, educación y desarrollo de los trabajadores.
Clásica	Henry Fayol 1841-1925	Describió a la administración como un conjunto universal y estableció que sus funciones eran: planificación, organización, dirección, coordinación y control. Destinó su interés hacia los gerentes y estableció los famosos 14 principios de la administración. Por otra parte estableció que estos principios no son rígidos sino que en algunas circunstancias se requiere de utilizar el criterio personal para la toma de decisiones.
De las Relaciones Humanas	George Elton Mayo 1900-1949	Basada en el comportamiento del hombre, su estudio se centra en el factor humano y en las necesidades del trabajador para satisfacerlas y obtener mejores resultados en su desempeño. Se oponía a la teoría clásica. Se origina en 4 aspectos: 1) La necesidad de humanizar y democratizar la administración 2) El desarrollo de las llamadas ciencias humanas (psicología y sociología) 3) Las ideas de la filosofía pragmática de John Dewey 4) Las conclusiones de la experiencia de Hawthorne

Continúa...

Del Comportamiento	Abraham Maslow 1908- 1970	<p>Es un desarrollo de la teoría de relaciones humanas, de igual manera critica severamente a la teoría clásica. Los 5 enunciados que vale la pena mencionar son:</p> <ol style="list-style-type: none">1) El tratamiento dado a la motivación2) Diferentes estudios sobre los estilos de mando.3) Por el proceso de toma de decisiones.4) Comportamiento de la organización.5) Desarrollo de la organización. <p>Por otra parte Maslow jerarquizó las necesidades de los hombres en su famosa pirámide y lo estableció de abajo hacia arriba de las siguientes necesidades: fisiológicas, seguridad, sociales, estimación y autorrealización.</p>
-----------------------	--	--

De los dos factores	Gerhar Hezberg 1904-1999	<p>Se basa en dos factores: Higiene y Motivantes</p> <p>Higiene: Son externos y los que rodean a la tarea, son aquellos que evitan la insatisfacción de los trabajadores, pero que tampoco los motiva.</p> <p>Motivantes: Son aquellos que están relacionados a la tarea, están relacionados a las aptitudes que muestran las personas frente a su trabajo. Producen un efecto duradero de satisfacción y de aumento de productividad en niveles de excelencia.</p>
------------------------	-------------------------------------	---

Las teorías X-Y	Douglas Mcgregor 1906- 1964	<p>Se compara dos tipos de administración; uno basado en el método tradicional (x) y el otro en concepciones (y).</p> <p>Teoría X: Basado en la fiscalización y control extremo son mecanismos para neutralizar la desconfianza de la empresa hacia las personas que trabajan en ella. El salario se convierte en el único estímulo para los trabajadores.</p> <p>Teoría Y: Es un proceso para crear oportunidades y desarrollar potencialidades enfocados en el autodesarrollo de las personas. Este tipo de administración se caracteriza por ser innovador y humanista.</p>
Enfoque de sistemas	Ludwig Von Bertalanffy 1901-1972	<p>Concibe a las empresas como sistemas sociales inmersos en sistemas que se interrelacionan y afectan mutuamente. Este enfoque sostiene que toda organización o empresa es un conjunto formado por partes de tal modo asociados, que forman una coherente totalidad o unidad. Los sistemas son medios a través de los cuales actúa el administrador.</p>

En el Ecuador las teorías que son más aplicadas o a las que se alinea el tipo de administración en el Ecuador son la de administración científica y clásica, las empresas ecuatorianas se encuentran enfocadas y basándose en los 14 principios de Fayol y buscando métodos científicos para mejorar sus procesos y hacer de las empresas más productivas y eficientes. Sin embargo el concepto de administración cada vez evoluciona más y se buscan mejores enfoques que permitan tener satisfacción para los empleados y para la empresa como tal, ciertas empresas hacen uso de las teorías x y y, ya que en el caso de las que emplean la teoría x aún se mantiene estilos de administración antiguos, basados en el miedo y en los castigos, sin embargo otras emplean el enfoque y al buscar potencializar a los empleados en todas sus capacidades para poder obtener el máximo desempeño. La administración va evolucionando y cada vez se busca el ganar- ganar y por este motivo las empresas, especialmente las grandes empresas están interesados en estar a la vanguardia del conocimiento para emplear las mejores teorías en sus empresas.

Desde el punto de vista de la educación, actualmente el Ecuador se encuentra en un proceso de transición, pero si analizamos el tipo de educación que impartían las universidades está aún enfocada a la administración clásica especialmente, acompañada de la científica, las materias impartidas se basan en estas dos teorías que a pesar de ser antiguas han tenido gran aceptación a nivel mundial. La carrera de ingeniería comercial en la ESPE se encuentra basado en la teoría clásica, sin embargo con el paso de los años ha ido mejorando y acoplándose a las exigencias del mercado y adoptando sus enseñanzas a las teorías más actuales.

2.1 Desarrollo histórico del programa – carrera

En primer lugar es necesario conocer la historia de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

- El 16 de junio de 1922 mediante Decreto del Presidente de la República, Dr. José Luis Tamayo, se crea la "Escuela de Oficiales de Ingenieros"
- El 22 de Octubre de 1936 cambió el nombre por "Escuela de Artillería e Ingenieros".
- En 1948 para ampliar su pensum académico y nivelarlo con las demás universidades Ecuatorianas, se la denomina ESCUELA TECNICA DE INGENIEROS "ETI".
- En 1972 abre sus puertas a estudiantes civiles.
- En 1977 se expide la Ley Constitutiva que transforma a la Escuela Técnica de Ingenieros "ETI" y se cambia la denominación a Escuela Politécnica del Ejército "ESPE".

El 7 de enero del 2010, la ESPE fue acreditada por el Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación (CONEA).

La Ley Orgánica de Educación Superior, publicada en el Registro Oficial nº 298 con Fecha 12 de octubre de 2010, en su Vigésima Segunda Disposición Transitoria, establece que:

"A partir de la vigencia de esta ley, se integrarán la Escuela Politécnica del Ejército ESPE, la Universidad Naval Comandante Rafael Morán Valverde (UNINAV) y el Instituto Superior Aeronáutico (ITSA), conformando la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE."

La carrera de Ingeniería Comercial, corresponde al nivel de pregrado, y se sustenta en principios de excelencia académica y calidad; dirigida a la formación de

profesionales con una visión integral de las organizaciones, a fin de potencializar el desarrollo institucional y el factor humano con un adecuado uso de la tecnología.

En el año de 1982, la ESPE crea el Instituto de Administración Industrial, con la finalidad de formar y especializar al personal militar en servicio activo para la gestión administrativa.

El 17 de noviembre de 1986 se crea la Facultad de Ingeniería Comercial bajo la modalidad Presencial, misma que el 6 de octubre de 1999 toma el nombre de Facultad de Ciencias Administrativas.

El 17 de Diciembre de 1987, el Honorable Consejo Politécnico de la ESPE, mediante resolución de Rectorado No. 097, crea el Instituto de Educación a Distancia (INED),

El 8 de abril de 1988, da inicio a las primeras actividades académicas de Educación a Distancia con la carrera de Administración de Empresas, que con orden de rectorado No. 99017-ESPE-a-3 del 12 de octubre de 1999, la facultad en las dos modalidades toma el nombre de Ciencias Administrativas la cual contiene a la carrera de Ingeniería Comercial.

Las propuestas académicas que por su alta demanda, fueron consideradas como pioneras en la incursión de la ESPE en la Modalidad a Distancia, la cual se contempla hasta la fecha, como una parte importante del portafolio de programas - carreras de esta modalidad, a la carrera de Ingeniería Comercial Modalidad a Distancia, la cual tuvo su fecha de creación de la Carrera de Ingeniería Comercial

Modalidad a Distancia el 31 de marzo de 2000 (CONUEP). Resolución Oficio No. 00336 CONUEP S.G.

Al inicio de sus actividades la Modalidad de Educación a Distancia, contaba con 10 Centros de Apoyo, en las principales ciudades del País, en la actualidad se cuenta con La Modalidad a Distancia de la ESPE cuenta con 26 Centros de Apoyo ubicados en todo el país., a través de los cuales se debe atender los requerimientos de consultas, tutorías académicas, recepción de exámenes presenciales, entrega - recepción de guía de estudio y material de apoyo.

Las facultades de Ciencias Administrativas, han ofrecido a la Sociedad Ecuatoriana varias promociones de Ingenieros Comerciales de acuerdo a las necesidades de los sectores productivos del país, lo que ha ubicado a la ESPE entre las Universidades e Institutos de Educación Superior más prestigiosos del país.

Como efecto de la Globalización de los Mercados, las Empresas Ecuatorianas han visto la necesidad de contar con Administradores que posean características muy específicas para ocupar posiciones de responsabilidad, amparados en una excelente formación académica especializada y con énfasis en el desarrollo de valores éticos.

El vertiginoso cambio tecnológico y avance científico que experimentamos actualmente, así como la difícil situación socio-económica por la que atraviesa el país, determinan la necesidad de revisar la oferta educativa en las Facultades de Administración de Empresas de la ESPE a fin de enmarcarlas en las exigencias actuales de cambios estructurales y de modelos de gestión empresarial, con mayor énfasis en la formación de profesionales que impulsen la generación de fuentes de trabajo, como un aporte efectivo al desarrollo del país.

La Escuela Politécnica del Ejército consciente como esta de la complejidad de los retos que se plantean, deberá responder adecuadamente a las exigencias del cambio e intervenir en los procesos de modernización a través de un despliegue plurifacético de posibilidades de formación profesional en atención a la demanda de servicios de los sectores empresariales y la necesidad de crear nuevos centros de producción para el desarrollo nacional.

2.2 El programa carrera en el contexto nacional e internacional

2.2.1 Contexto Nacional

El Ecuador actualmente cuenta con un organismo que se encarga de asegurar la calidad de la educación, este organismo se ha encargado de categorizar a las 53 universidades del país según su nivel las cuales se encuentran categorizadas de la siguiente manera (CEAACES, 2010)

Tabla 2. Categorización Universidades

CATEGORÍA A	CATEGORÍA B	CATEGORÍA C
1.Escuela politécnica nacional	1. Universidad agraria del Ecuador	1. Escuela politécnica agropecuaria
2.Escuela superior politécnica del litoral	2. Universidad católica de Santiago de Guayaquil	2. Universidad católica de Cuenca
3.Escuela politécnica del ejercito	3. Universidad de especialidades espíritu santo	3. Universidad estatal de Milagro
4.Escuela superior politécnica del Chimborazo	4. Universidad de Guayaquil	4. Universidad estatal del sur de Manabí

Continúa...

5. Pontificia universidad Católica de Quito	5. Universidad de las Américas	5. Universidad internacional del Ecuador
6. Universidad Central del Ecuador	6. Universidad estatal de Bolívar	6. Universidad laica Eloy Alfaro de Manabí
7. Universidad de Cuenca	7. Universidad nacional de Chimborazo	7. Universidad naval morán Valverde
8. Universidad del Azuay	8. Universidad nacional de Loja	8. Universidad técnica de Cotopaxi
9. Universidad San Francisco de Quito	9. Universidad politécnica salesiana	9. Universidad técnica de Machala
10. Universidad técnica de Ambato		10. Universidad técnica estatal de Quevedo
11. Universidad Técnica Particular de Loja		11. Universidad técnica I. Vargas Torres
		12. Universidad tecnológica equinoccial
CATEGORÍA D		
1. Universidad casa grande		11. Universidad tecnológica empresarial de Guayaquil
2. Universidad de los Hemisferios		12. Universidad de especialidades turísticas
3. Universidad estatal amazónica		13. Universidad tecnológica Indoamérica
4. Universidad internacional Sek		14. Universidad San Gregorio de Portoviejo

Continúa...

5. Universidad laica Vicente Rocafuerte	15. Universidad del pacífico - e. De negocios
6. Universidad regional de los Andes	16. Universidad metropolitana
7. Universidad técnica de Babahoyo	17. Universidad estatal península de Santa Elena
8. Universidad técnica de Manabí	18. Universidad iberoamericana del Ecuador
9. Universidad tecnológica Ecotec	19. Universidad tecnológica Israel
10. Universidad politécnica estatal del Carchi	20. Universidad de Otavalo

Fuente: Ceeaces 2013

De las universidades categorizadas no todas tienen en su oferta la Carrera de ingeniería comercial, es por este motivo que en la siguiente tabla se identifica las universidades que ofrecen la carrera a nivel nacional, dentro de esta categorización se encuentran tanto universidades privadas como públicas.

Tabla 3. Oferta de Ingeniería Comercial

Escuela Politécnica del Ejército	Universidad Nacional de Loja
Escuela Superior Politécnica del Chimborazo	Universidad Politécnica Salesiana
Pontificia Universidad Católica de Quito	Universidad Católica de Cuenca
Universidad Central del Ecuador	Universidad Estatal del sur de Manabí

Continúa...

Universidad de Cuenca	Universidad internacional del Ecuador
Universidad del Azuay	Universidad tecnológica equinoccial
Universidad San Francisco de Quito	Universidad de los hemisferios
Universidad técnica de Ambato	Universidad internacional Sek
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	Universidad tecnológica empresarial de Guayaquil
Universidad de especialidades espíritu santo	Universidad tecnológica Indoamérica
Universidad de Guayaquil	Universidad metropolitana
Universidad de las Américas	Universidad tecnológica Israel
Universidad Nacional de Chimborazo	Universidad estatal de Milagro
Universidad del pacífico - e. De negocios	Universidad politécnica estatal del Carchi

Fuente: CEAACES2013

En la provincia de pichicha se encuentra un gran número de universidades las cuales constituyen una competencia directa para la Escuela de las Fuerzas Armadas ESPE; dichas universidades tienen tiempos de duración similares y los perfiles profesionales están basados en las competencias que se encargan de forjar las

universidades. A continuación se menciona a las universidades más reconocidas de Pichincha con su oferta académica en la carrera de ingeniería comercial.

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Título: Ingeniero Comercial

Duración: 9 Semestres

Perfil del Profesional:

El ingeniero comercial es un profesional emprendedor, capaz de generar riqueza y bienestar en la sociedad, mediante la planificación, organización, gestión del talento humano, dirección y control de sistemas organizacionales con enfoque local y global. Es un gestor estratégico, agente de cambio, mejoramiento y generador de ventajas competitivas, sobre la base de las ciencias aplicadas a la administración con soportes tecnológicos y fundamentos éticos, humanísticos y de responsabilidad social.

Universidad Central del Ecuador

Título: Ingeniero Comercial

Duración: 10 Semestres

Perfil del Profesional:

Es el profesional capacitado para satisfacer las expectativas de las entidades públicas, privadas y sociales en la consecución de sus objetivos institucionales, mediante el uso adecuado de los recursos y la aplicación del proceso administrativo: planificación, organización, dirección y control.

La formación del egresado le permite identificar y resolver problemas organizacionales y de negocios y comprender el rol de los mismos en la comunidad, la nación y el mundo.

Universidad San Francisco de Quito USFQ

Título: Licenciado en Administración de Empresas.

Duración: 8 Semestres

Perfil del Profesional:

Posee sólidos conocimientos de las teorías administrativas, de los principales procesos en la toma de decisiones en la dirección y planificación empresarial y tiene la capacidad para diseñar e implementar estrategias exitosas. Comprende los cambios en los mercados y en el entorno económico, social, político y tecnológico de su organización, de mirar y decidir siempre en función del largo plazo y de planificar en forma realista y responsable. Su visión estratégica, fortalecida por el dominio de conocimiento de conceptos y herramientas le permite crear y dirigir empresas y tomar decisiones acertadas tanto a nivel nacional como internacional.

Universidad Técnica Particular de Loja UTPL

Título: Ingeniero en Administración de Empresas.

Duración: 10 Semestres

Perfil del Profesional:

El profesional graduado en administración de empresas tiene la capacidad de identificar, desarrollar, elaborar, usar, evaluar, aplicar, y utilizar herramientas de

gestión empresarial en sistemas de control y toma de decisiones gerenciales en función e función de los recursos de la empresa.

Universidad Tecnológica Equinoccial UTE

Título: Ingeniero de Empresas.

Duración: 9 Semestres

Perfil del Profesional:

El Ingeniero de Empresas es un profesional que cuenta con una formación técnica, científica y ética, para desempeñarse en el campo empresarial y social.

Está capacitado para crear y dirigir empresas de producción, negocios y servicios, así como diseñar, evaluar y dirigir proyectos de inversión y desarrollo organizacional, además de establecer criterios técnicos para la optimización de recursos humanos, financieros y materiales.

Universidad de las Américas UDLA

Título: Ingeniero Comercial mención Administración de Empresas.

Duración: 9 Semestres

Perfil del Profesional:

El estudiante graduado en esta carrera está formado para gerenciar su empresa personal o familiar u ocupar posiciones de responsabilidad en cualquier organización para la toma de decisiones y desenvolverse bajo exigentes y complejas condiciones competitivas de una organización global.

Universidad Internacional del Ecuador UIDE

Título: Ingeniero Comercial mención Administración de Empresas.

Duración: 9 Semestres

Perfil del Profesional:

El Ingeniero Comercial de la Universidad Internacional del Ecuador, es un profesional con capacidad analítica, comunicacional y de toma de decisiones estratégicas en todas las áreas funcionales de la organización. Está en capacidad de trabajar en equipo; diseñar, implementar y controlar procesos. Sus actividades van a transcurrir de manera permanente y continua a través del ciclo de planear, organizar, dirigir, controlar y diseñar acciones de mejora.

Dentro de estas funciones, estará en capacidad de gestionar el Talento Humano, los recursos materiales, financieros, informáticos y tecnológicos para conseguir determinados objetivos, de una manera eficiente y eficaz. Debido al avance de la globalización, se ha visto la necesidad de proporcionarle al Ingeniero Comercial, una habilidad adicional, la de la administración global, es decir, que tendrá capacidades para operar en distintos entornos culturales.

Universidad Internacional Sek

Título: Ingeniero Comercial en negocios internacionales

Duración: 9 Semestres + trabajo de titulación

Perfil del Profesional:

El perfil profesional con el que salen las y los estudiantes graduados en esta carrera se destacará por:

- Liderar actividades empresariales con el entorno internacional y ejercer el liderazgo en procesos de exportación e importación.
- Establecer convenios y estrategias en el campo de la producción internacional, la inversión extranjera y apertura de nuevos mercados de toda índole de servicios y productos.
- Ser un gestor estratégico en la implementación de actividades innovadoras, aplicando procesos de investigación en las organizaciones a través de la utilización de nuevas tecnologías de la información y tecnología.
- Diseñar y ejecutar las estrategias de internacionalización de la organización en base a sus habilidades y competencias cognitivas. (Sek, 2013)

Universidad de los Hemisferios

Título: Ingeniero Comercial

Duración: 8 Semestres

Perfil del Profesional:

El graduado de la Facultad de Ciencias Empresariales y Economía de la Universidad de Los Hemisferios tiene altos valores éticos, y está comprometido con la sociedad. En consecuencia, tiene entre sus principales capacidades, la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial y el Buen Gobierno Corporativo, que le permiten desarrollar prácticas empresariales enfocadas a:

- 1) Proteger a las personas en general, al medio ambiente y a quienes forman la empresa

2) Cumplir con todos los lineamientos fijados por el Gobierno Nacional y los directivos de las empresas en que participe.

Sus conocimientos en las áreas de finanzas, mercadeo, gestión del talento humano, administrativa, negocios internacionales, le dan las herramientas necesarias para cumplir a cabalidad con funciones de tipo directivo en esos entornos. Su comprensión del entorno socio económico del país le facultan para desempeñarse con solvencia en empresas privadas y públicas, a través de la implementación de políticas con un marcado acento en lo social.

Además posee una sólida base de conocimientos que lo acreditan para dirigir sus esfuerzos al área académica, ya sea en labores de investigación, como docentes o en la continuación de sus estudios en cualquier universidad del mundo. (Hemisferios, 2013)

Tabla 4. Oferta ingeniería comercial en Ecuador

UNIVERSIDAD	CIUDAD	FINANCIAMIENTO	CATEGORÍA	TÍTULO A OBTENER	DURACIÓN	PERFIL	FUENTE
Escuela Politécnica Superior del Chimborazo	Riobamba	Pública	A	Ingeniero en empresas	10 semestres	Los ámbitos disciplinarios y profesionales específicos se articulan con una formación intelectual, ética y cultura propia de la realidad nacional e internacional	www.espoch.edu.ec
Pontificia Universidad Católica de Quito	Quito	Privada	A	Ingeniero comercial	9 semestres	Es emprendedor, capaz de generar riqueza y bienestar en la sociedad, mediante la planificación, organización, gestión del talento humano, dirección y control de sistemas organizacionales con enfoque local y global	www.puce.edu.ec
Universidad Central del Ecuador	Quito	Pública	A	Ingeniero comercial	10 semestres	Capacitado para satisfacer las expectativas de las entidades públicas, privadas y sociales en la consecución de sus objetivos institucionales, mediante el uso adecuado de los recursos y la aplicación del proceso administrativo: planificación, organización, dirección y control	www.uce.edu.ec

Continúa...

Universidad de Cuenca	Cuenca	Privada	C	Ingeniero comercial	9 semestres	Debe: comprender la realidad para actuar de manera eficaz. Formular políticas y estrategias de acción utilizando de manera solvente los instrumentos teóricos, las metodologías de investigación científica y de verificación empírica, puestos a su disposición. Debe tener aptitud de liderazgo, mentalidad para el cambio y potencialidad para la toma de decisiones	www.ucuenca.edu.ec
Universidad del Azuay	Cuenca	Privada	C	Ingeniero comercial	9 semestres	Su capacitación es integral. Está basada en una preparación humanista, científica y tecnológica que le permite estar habilitado para el uso simultáneo de variables económicas, políticas, sociales, administrativas y contables, con apoyo de la normativa legal, tecnológica e informática	www.uazuay.edu.ec

Continúa...

Universidad San Francisco de Quito	Quito	Privada	A	Licenciado en administración de empresas	8 semestres	Posee sólidos conocimientos de las teorías administrativas, de los principales procesos en la toma de decisiones en la dirección y planificación empresarial y tiene la capacidad para diseñar e implementar estrategias exitosas.	www.usfq.edu.ec
Universidad técnica de Ambato	Ambato	Privada	A	Ingeniero de empresas	10 semestres	Pensamiento crítico de la realidad, capaces de liderar cambios en el entorno social y económico, contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los ecuatorianos e impulsar el desarrollo sustentable de las empresas del país	www.uta.edu.ec
Universidad Católica de Guayaquil	Guayaquil	Privada	B	Ingeniero comercial	9 semestres	Profesional de excelencia académica, socialmente responsable, con sólidos valores éticos y morales, proclives a la investigación y el emprendimiento, competitiva y capaz de diagnosticar el estado de las empresas, solucionar problemas y optimizar los recursos.	www.ucsg.edu.ec

Continúa...

Universidad de Especialidades Espíritu Santo	Guayaquil	Privada	B	Ingeniero en ciencias empresariales	9 semestres	Líderes en desarrollo y progreso socioeconómico del país, tanto en el sector privado como en el sector público.	www.uees.edu.ec
Universidad de Guayaquil	Guayaquil	Pública	B	Ingeniero comercial	8 semestres	Administrar hacia la excelencia empresas privadas y públicas, manejar eficientemente los recursos con que cuenta la organización, desarrollo de su personalidad activa y creativa.	www.ug.edu.ec
Universidad de las Américas	Quito	Privada	B	Ingeniero comercial con mención en administrador de empresas	9 semestres	Formado para gerenciar su empresa personal o familiar u ocupar posiciones de responsabilidad en cualquier organización para la toma de decisiones y desenvolverse bajo exigentes y complejas condiciones competitivas de una organización global.	www.udla.edu.ec

Continúa...

Universidad Nacional de Chimborazo	Riobamba	Pública	B	Ingeniero comercial	10 semestres	Capaces de: Administrar las actividades de la micro y pequeñas empresas, operativa y estratégicamente, dando solución práctica a los diferentes problemas de: planificación, organización, dirección y control, así como también de la creación, desarrollo y mantenimiento de una gestión eficiente.	www.unach.edu.ec
Universidad del Pacífico de negocios	Guayaquil, Cuenca, Quito	Privada	D	Ingeniero comercial	8 semestres	Puede enfrentar el mundo con la seguridad de estar preparado para establecer y gerenciar su propio negocio, con una formación multidisciplinaria basada en aprendizaje científico y práctico, con bases de liderazgo y humanistas.	www.upacifico.edu.ec
Universidad Politécnica Salesiana	Guayaquil, Cuenca, Quito	Privada	B	Ingeniero comercial	9 semestres	Formación de honrados ciudadanos y buenos cristianos con excelencia humana y académica.	www.ups.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca	Cuenca	Privada	C	Ingeniero comercial	9 semestres	Profesionales con talento humano, emprendedor que contribuyen al desarrollo del país, con principios humanistas y valores cristianos.	www.ucacue.edu.ec

Continúa...

Universidad Estatal del sur de Manabí	Jipijapa	Pública	C	Ingeniero comercial en empresas agropecuarias	9 semestres	Capaz de administrar empresas agropecuarias, agroindustriales y comerciales, investigar problemática administrativas-agro productivas, desempeñarse en la docencia, ser consultor en elaboración y ejecución de proyectos de emprendimientos y planes estratégicos de empresas agropecuarias.	www.unesum.edu.ec
Universidad Internacional del Ecuador	Quito	Privada	C	Ingeniero comercial con mención en administrador de empresas	9 semestres	Profesional con capacidad analítica comunicacional y toma de decisiones estratégicas en todas las áreas funcionales de la organización. Es capaz de trabajar en equipo, diseñar, implementar y controlar procesos. Sus actividades van a transcurrir de manera permanente y continua a través del ciclo de planear, organizar, dirigir controlar y diseñar acciones de mejora.	www.uide.edu.ec

Continúa...

Universidad Tecnológica Equinoccial	Quito	Privada	C	Ingeniero de empresas	9 semestres	Formación técnica, científica y ética para desempeñarse en el campo empresarial y social. Capacitado para crear y dirigir empresas de producción, negocios y servicios así como diseñar, evaluar y dirigir proyectos de inversión y desarrollo organizacional, además de establecer criterios técnicos para la optimización de recursos humanos, financieros y materiales.	www.ute.edu.ec
Universidad de los Hemisferios	Quito	Privada	D	Ingeniero comercial	8 semestres	Con valores éticos, está comprometido con la sociedad. Es capaz de gestionar la responsabilidad social empresarial y el buen gobierno corporativo.	www.uhemisferios.edu.ec
Universidad Internacional Sek	Quito	Privada	D	Ingeniero comercial en negocios internacionales	9 semestres	Lidera actividades empresariales, establece convenios y estrategias en el campo de la producción internacional, es un gestor estratégico en la implementación de actividades innovadoras, diseña y ejecuta las estrategias de internacionalización de la organización	www.uisek.edu.ec

Continúa...

Universidad tecnológica empresarial de Guayaquil	Guayaquil	Privada	D	Ingeniería en gestión empresarial, mención en finanzas y auditoría	9 semestres	Atender necesidades administrativas, financieras y operativas en empresas industriales, comerciales o de servicios. Toma de decisiones y gestión del capital humano y recursos de la empresa.	www.uteg.edu.ec
Universidad Tecnológica Indoamérica	Quito	Privada	D	Ingeniero en administración de empresas y negocios	10 semestres	Entiende con profundidad el funcionamiento de las organizaciones empresariales, conocimiento en estrategias, usa el razonamiento, tecnología y combina la tecnología con la realidad para lograr calidad en el desempeño profesional.	www.uti.edu.ec
Universidad Metropolitana	Quito	Privada	D	Ingeniero en gestión empresarial	9 semestres	Capaz de emprender, es visionario y creador de empresas. Formación integral en gestión de la innovación y de procesos, diseño de proyectos, planeación y desarrollo de nuevos negocios con un enfoque basado en competencias profesionales, en un marco de sustentabilidad y responsabilidad social.	www.umet.edu.ec

Continúa...

Universidad tecnológica de Israel	Quito	Privada	D	Ingeniero en administración de empresas	10 semestres	Capaces de comprender la dinámica de las organizaciones y su interacción con el entorno, identificar oportunidades, establecer objetivos y ejecutar acciones estratégicas, mediante la gestión empresarial.	www.uisrael.edu.ec
Universidad estatal de Milagro	Milagro	Pública	C	Ingeniero Comercial	8 semestres	Evidencia interés por el conocimiento del entorno del desarrollo del aprendizaje continuo que se expresa en la capacidad de establecer líneas estratégicas para la consecución de objetivos y metas personal y profesional.	www.unemi.edu.ec
Universidad Politécnica Estatal del Carchi	Tulcán	Pública	D	Ingeniero Comercial	10 semestres	Manejo de herramientas de investigación, facilidad de comunicación oral y escrita, disponibilidad de trabajo en equipo con liderazgo, trabajo con personas y grupos humanos diversos, manejo de las TIC`s	www.upec.edu.ec

Fuente: Páginas de Universidades

2.2.2 Contexto internacional:

Existen organismos internacionales que se encargan de clasificar a las universidades y desarrollar un ranking de las mejores, además de clasificarlas por categorías y definir cuáles son las mejores en su rama. El *Academic Ranking of WorldUniversities* (ARWU), realizado por investigadores del *Center of World-ClassUniversities* de la Universidad ShangaiJiaTong, es uno de los tres rankings mundiales de universidades con mayor difusión de mundo, junto con *el THE-WorldUniversity Rankings* y el *QS-WorldUniversity Rankings*.

En este ranking, que compara más de 1200 universidades del mundo, el posicionamiento es individualizado para las primeras 200 universidades, pero a partir de la posición 201, el posicionamiento es colectivo en los tramos establecidos por el ranking.

El Ranking fue actualizado en el año del 2010 para las 100 mejores universidades de negocios y economía, el listado abarca universidades de todo el mundo, sin embargo el top 10 se encuentra ubicado en los Estados Unidos, encabezando la lista *Harvad University*. Dentro de este top de las 100 mejores Universidades de la rama de negocios y economía Los Estados Unidos es el líder absoluto, puesto que de las 100 universidades 66 pertenece al país del norte y el resto de universidades se encuentran divididas en el continente Europeo, Asia y en Canadá. Sudamérica no cuenta con universidades que formen parte de este reconocido ranking, puesto que no han alcanzado la puntuación necesaria.

A continuación se detalla una lista con las 10 mejores universidades del mundo, cuyo ranking se basa en puntajes obtenido y cuyos resultados arrojó que las mejores

universidades del mundo se encuentran en Norteamérica (Estados Unidos de América) y apenas dos en Inglaterra.

Tabla 5. Ranking Mejores universidades internacionales

RANKING	UNIVERSIDAD	PAÍS	PUNTAJE
1	Harvard	USA	100
2	Stanford	USA	72,6
3	Universidad de California, Berkeley	USA	71,3
4	Instituto Tecnológico de Massachusetts	USA	71,1
5	Cambridge	Inglaterra	69,6
6	Instituto Tecnológico de California	USA	62,9
7	Princeton	USA	61,9
8	Columbia	USA	59,8
9	Universidad de Chicago	USA	57,1
10	Universidad de Oxford	Inglaterra	55,9

Fuente: Arwu

Las mejores escuelas de negocios a nivel mundial van de la mano con las mejores universidades del mundo, sin embargo dentro de las 10 mejores universidades de escuelas de economía y negocios aparecen otras universidades las

cuales se detallan a continuación. El ARWU se encarga de realizar su clasificación basándose en varios indicadores que garantizan la excelencia de la educación.

Tabla 6. Mejores Universidades de Negocios a nivel mundial

RANKING	UNIVERSIDAD	PAÍS	PUNTAJE
1	Harvard	USA	100
2	Universidad de Chicago	USA	88,7
3	Instituto Tecnológico de Massachusetts	USA	83
4	Stanford	USA	80,4
5	Universidad de California, Berkeley	USA	79,1
6	Columbia	USA	78
7	Princeton	USA	73,5
8	Universidad de Pensilvania	USA	72,6
9	Universidad de Nueva York	USA	68,9
10	Universidad de Northwestern	USA	62,3

Fuente: Arwu

Tomando en cuenta a las 5 mejores universidades a nivel mundial, todas cuentan con escuelas de negocios que forman profesionales basados en competencias específicas y los perfiles que proyectan son de alto nivel, a continuación se detalla información específica de las universidades:

UNIVERSIDAD DE HARVARD

Reseña histórica:

Es la institución de educación superior más antigua de Estados Unidos. Surgió en 1636 con el nombre de *New College* o *The College at New Towne* y

posteriormente modificó su denominación a *Harvard College*, en reconocimiento a su principal benefactor, John

Harvard de Charleston.

Ubicación:

Se encuentra localizada en Cambridge y Boston, Massachusetts, Estados Unidos de América.

Facultad de negocios:

Dentro de su oferta académica se caracteriza por ser la mejor universidad en cuanto a negocios se refiere.

La carrera **General Management (Dirección en General)**, es similar a ingeniería comercial, ya que el perfil de egreso del estudiante que elige esta carrera está basado en las siguientes competencias:

- Política de Gestión y Procesos
- Sistemas de Gestión de la Información
- Sociedad y empresa
- Liderazgo, Valores y Responsabilidad Corporativa

Universidad de Chicago

Reseña histórica:

Universidad privada ubicada en Chicago, Illinois Estados Unidos. Fundada en 1890 con la financiación de \$600,000 por John D. Rockefeller. Las primeras

clases se impartieron en el año 1892, bajo la supervisión del director William Rainey Harper, que para elegir a los profesores contrató a líderes internacionales en la educación superior.

Ubicación:

Se encuentra localizada en Chicago, Illinois, Estados Unidos

Facultad de negocios:

Pensamiento crítico. Colaboración, resolución de problemas y la persuasión, son sólo algunas de las habilidades que la Universidad inculca en sus estudiantes, las cuales son también la base para el liderazgo empresarial eficaz.

La facultad de negocios construye sobre esa base para dar a estudiantes excepcionales una ventaja competitiva en su desarrollo profesional.

Los estudiantes se mueven a través del programa de tres años donde se les conoce como:

- Los aprendices (primer año en el programa)
- Becarios (segundo año en el programa)
- Mentores (tercer y último año en el programa)

Los dos primeros años de la Universidad de Chicago Carreras en negocios cuentan con una mezcla de cursos y eventos obligatorios y talleres para aprendices. Desarrollo de habilidades (tantas habilidades sociales y técnicas), currículum y opiniones de cartas, y las técnicas de entrevista, junto con la exploración de la industria.

Como becarios, los estudiantes tienen la oportunidad de ir a través de LEAD, de fama mundial el liderazgo de Chicago Booth y programa de auto-conocimiento impartido por estudiantes de MBA a tiempo completo.

Los mentores pasan su último año perfeccionar las habilidades de liderazgo, ayudando a los estudiantes más jóvenes en el programa.

Instituto Tecnológico de Massachusetts

El MIT fue fundado en 1861 por el geólogo William Barton Rogers, quien deseaba crear un nuevo tipo de institución educativa independiente dedicada a la creciente industrialización de los Estados Unidos de América.

La apertura del instituto fue retrasada por la Guerra Civil en los Estados Unidos, y admitió a sus primeros estudiantes en 1865.

Ubicación:

Massachusetts Avenida #77 Cambridge, Massachusetts, Estados Unidos

Facultad de negocios:

La Escuela de Administración Sloan del MIT ofrece educación de gestión sin igual para los mejores estudiantes de todo el mundo. El programa de pregrado fue fundado en 1914 como un programa de estudios en Negocios y Administración Ingeniería. Desde entonces, MIT gestión docente y alumnos han sido los pioneros en el avance de la teoría y práctica de la gestión. Hoy en día, MIT Sloan ofrece tres programas de licenciatura distintivos:

- *Bachelor of Science (SB) in Management Science*

- *Minor in Management*
- *Minor in Management Science*

Universidad de Stanford

Reseña histórica:

La Universidad de Stanford fue fundada en el año de 1885, sin embargo en el año de 1876 el gobernador de California Leland Stanford compró 650 acres de Rancho San Francisquito de una casa de campo y comenzó el desarrollo de su famoso Palo Alto Stock Farm. Más tarde compró fincas colindantes por un total de más de 8.000 hectáreas.

El 1 de octubre de 1891, la Universidad de Stanford abrió sus puertas después de seis años de planificación y construcción. El primer cuerpo estudiantil consistía de 555 hombres y mujeres, y la facultad original del 15 se amplió a 49 para el segundo año.

Ubicación

Ubicado entre San Francisco y San José, en el corazón de Silicon Valley

Facultad de negocios:

La Universidad de Stanford cuenta con una Escuela de negocios que se enfoca en varias áreas específicas que son las siguientes:

- *Accounting* Contabilidad
- *Economics* Economía
- *Finance* Finanzas
- *Marketing* Mercadotecnia
- *Operations, Information and Technology* Operaciones, información y tecnología

- *Organizational Behavior* Comportamiento organizacional
- *Political Economy* Economía Política

Estas diferentes escuelas se encargan de dar conocimientos actualizados a los diferentes alumnos que forman parte de la universidad. Los programas están basados en investigaciones y proyectos que permiten al estudiante adquirir mejores conocimientos. (Satandford, 2013)

Universidad de California, Berkeley

Reseña histórica:

La universidad de California, Berkeley se constituyó el 23 de marzo de 1868 cuando el gobernador del estado firmó en ley la Ley Orgánica para crear y organizar la Universidad de California. La Universidad de California al ser una entidad pública tuvo que atravesar ciertas dificultades, pero en 1879 se garantiza la Universidad de California un nivel de independencia que comparten algunas otras instituciones públicas en la nación y dio su consejo de gobierno de Regents "plenos poderes de organización y gobierno", sujeto a la supervisión limitada por la legislatura estatal.

A lo largo de su trayectoria se ha ganado un puesto en el los primeros sitios del Rankin de universidades gracias a sus investigaciones y a los premios nobel que ha sido acreedora.

Ubicación:

Está ubicada en Berkeley, California, Estados Unidos

Escuela de negocios:

Los estudiantes que obtienen una licenciatura en Ciencias de la Escuela Haas de la Licenciatura de negocios disponen de los conocimientos y las habilidades técnicas necesarias para entender el mundo de los negocios modernos, para lograr los más altos niveles de éxito en sus carreras profesionales, y para prepararse para estudios de postgrado subsiguiente. Este programa altamente competitivo acepta solicitantes, tanto de transferencia y los estudiantes que continúan la UC Berkeley.

Tabla 7. Oferta de Carreras administrativas mejores universidades de negocios

NRO. RANKING	UNIVERSIDAD	PAÍS	FACULTAD DE NEGOCIOS	FUENTE
1	Harvard	Estados Unidos	La carrera General Management (Dirección en General), es similar a ingeniería comercial, sus competencias se basan en política de gestión y procesos, sistemas de gestión de la Información, sociedad y empresa, liderazgo, Valores y responsabilidad Corporativa	http://www.harvard.edu/
2	Universidad de Chicago	Estados Unidos	Pensamiento crítico. Colaboración, resolución de problemas y la persuasión, son sólo algunas de las habilidades que la Universidad inculca en sus estudiantes, las cuales son también la base para el liderazgo empresarial eficaz. La facultad de negocios construye sobre esa base para dar a estudiantes excepcionales una ventaja competitiva en su desarrollo profesional.	www.uchicago.edu

Continúa...

3	Instituto Tecnológico de Massachusetts	Estados Unidos	La misión de la Sloan School of Management del MIT es desarrollar principios, los líderes innovadores que mejoran el mundo y para generar ideas que practican la gestión de antelación. La escuela de negocios de esta universidad Ofrece programas principales para dar forma a los líderes que van a crear, redefinir y desarrollar productos de vanguardia, servicios, mercados y organizaciones;	http://mitsloan.mit.edu/
4	Stanford	Estados Unidos	En el ámbito de escuela de negocios, Stanford se enfoca más a programas de postgrado en el campo administrativo, promueve la investigación, la enseñanza y la práctica de la gestión de las organizaciones.	http://www.gsb.stanford.edu
5	Universidad de California, Berkeley	Estados Unidos	Los estudiantes que obtienen una licenciatura en Ciencias de la Escuela Haas de la Licenciatura de negocios disponen de los conocimientos y las habilidades técnicas necesarias para entender el mundo de los negocios modernos, para lograr los más altos niveles de éxito en sus carreras profesionales, y para prepararse para estudios de postgrado subsiguiente	www.berkeley.edu

Fuente: Páginas oficiales de universidades

Tomando en cuenta que las 100 mejores universidades se encuentran en los Estados Unidos, vale la pena mencionar a las 5 mejores universidades a nivel de Latinoamérica, las cuales se detallan a continuación, de las detalladas a continuación se caracteriza por su alto nivel de educación en el ámbito administrativo, puesto que algunas de ellas cuentan con certificaciones de prestigiosas empresas acreditadoras tanto de Europa como de Estados Unidos.

Tabla 8. Mejores universidad a nivel de Sudamérica

NRO.	UNIVERSIDAD	PAÍS	PUNTAJE
1	Universidad de Sao Paulo USP	Brasil	100
2	Pontificia Universidad Católica de Chile	Chile	99,2
3	Universidad Estatal de Campinas	Brasil	97,4
4	Universidad de los Andrés	Colombia	94,5
5	Universidad de Chile	Chile	93,5

Fuente: Qs Latin American Ranking 2013

En la siguiente matriz se detalla los aspectos más relevantes de las universidades de Latinoamérica:

Tabla 9. Oferta académica ingeniería comercial en Sudamérica

NRO. RANK ING	UNIVERSI DAD	PAÍS	FACULTAD DE NEGOCIOS	FUENTE
1	Universidad de Sao Paulo USP	Brasil	La Universidad de Sao Paulo, cuenta con una escuela de negocios en la cual ofrece carreras de negocios, finanzas y economía. El profesional graduado en esta universidad cubre 8 áreas importantes: estrategia corporativa, innovación y gestión tecnológica, administración de talento humano, finanzas, marketing, economía de las organizaciones, internacionalización de empresas, Responsabilidad Socio-Ambiental	http://www5.usp.br/
2	Pontificia Universidad Católica de Chile	Chile	Cuenta con la carrera de ingeniería comercial, ha sido nombrada como una de las 27 mejores escuelas de negocios del mundo por el prestigioso ranking EDUNIVERSAL, con sede en Francia. El objetivo es preparar a estudiantes con alto potencial intelectual, para lograr un desempeño superior en un mundo profesional de rápida evolución y gran competitividad.	http://www.uc.cl/
3	Universidad Estatal de Campinas	Brasil	Cuenta con la carrera de pregrado gestión de empresas, se espera que este profesional tenga una capacidad de análisis crítico a través de la utilización de conceptos y herramientas modernas de gestión, desarrollado a partir de una perspectiva integrada, que tenga en cuenta las tendencias económicas, tecnológicas y sociales del medio en el que opera la empresa.	http://www.unicamp.br

Continúa...

4	Universidad de los Andes	Colombia	El título otorgado es de administrador de empresas, está basado en el fortalecimiento de habilidades como: análisis y síntesis, planeamiento y resolución de problemas complejos, el trabajo en equipo, el pensamiento y la actitud crítica, la flexibilidad, la conceptualización e integración de conocimientos así como el desarrollo de las habilidades en comunicación oral y escrita.	http://www.uniandes.edu.co/
5	Universidad de Chile	Chile	Cuenta con la carrera de ingeniería comercial, el título otorgado es de licenciado en administración de empresas, puede tener mención en administración o en economía, la primera puede desempeñarse fundamentalmente en administración de empresas comerciales, bancos y organizaciones públicas y de servicio. También puede ejercer libremente como consultor y asesor y con la segunda puede desempeñarse tanto en organismos públicos como privados, en labores de planificación, estudio, análisis y evaluación de proyectos y políticas económicas. También puede ejercer libremente como consultor y asesor.	http://www.uchile.cl/

Fuente: Páginas oficiales de universidades

Las escuelas de negocios en América Latina aún no se encuentran al nivel de las grandes potencias mundiales como Estados Unidos que cuenta con las mejores Universidades del mundo, ni de Europa, la cual gracias a su alto nivel de educación es reconocido a nivel mundial, tanto por su innovación y su alto rendimiento. Sin embargo América Latina poco a poco está despertando a la globalización y cambiando las antiguas escuelas e ideologías de la administración para adaptarse al cambiante mundo de los negocios y poder sobresalir en mercados internacionales y mejorar la dirección de las empresas.

Existe un ranking de las mejores escuelas de negocios de América Latina que se detalla en el siguiente cuadro a las 5 más importantes.

Tabla 10. Ranking de las mejores escuelas de negocios de Latinoamérica

RANKING	ESCUELA	PAÍS
1	Universidad Adolfo Ibáñez	Chile
2	INCAE	Costa Rica/ Nicaragua
3	ITAM	México
4	EGADE BUSINESS SCHOOL	México
5	FGV – EAESP	Brasil

Fuente: Páginas oficiales de universidades

Tabla 11. Oferta académica de las mejores escuelas de negocios de Latinoamérica

RANKING	ESCUELA	PAÍS	ESCUELA DE NEGOCIOS	FUENTE
1	Universidad Adolfo Ibáñez	Chile	Tiene una trayectoria de 60 años. El modelo incluye talleres, donde se realizan proyectos que permiten la interacción con el mundo real de los negocios. Permite formar profesionales capaces de adaptarse y ser exitosos en un entorno cada vez más dinámico	http://www.uai.cl
2	INCAE	Costa Rica/ Nicaragua	Fue fundado en 1964. Los programas que brinda son maestrías en administración de empresas, programas y seminarios de capacitación Proyectos de investigación en pro de la competitividad y desarrollo de la región. Ejecutiva, Proyectos de investigación en pro de la competitividad y desarrollo de la región.	http://www.incae.edu

Continúa...

3	ITAM	México	La facultad es reconocida como una de las mejores de América Latina por sus excelentes credenciales académicas y sus habilidades docentes, así como por su interés por acompañar a los estudiantes en su proceso de aprendizaje. Ofrece carreras de pregrado y de postgrado. El profesional aplica técnicas de planeación, organización, dirección y control, en las distintas áreas funcionales: personal, finanzas, mercadotecnia, producción e informática.	http://www.itam.mx
4	EGADE BUSINESS SCHOOL	México	Es la escuela de negocios de la Universidad Tecnológico de Monterrey, es reconocida en México y América Latina para el desarrollo de líderes empresariales, innovadores y éticos con una visión global y una perspectiva humanística capaz de reinventar su entorno y la creación de valor sostenible. Su especialidad son los postgrados	http://www.itesm.mx/
5	FGV – EAESP	Brasil	Fue fundado en 1954. La escuela de negocios está dedicada a la investigación y a generar aportes que beneficien a la sociedad. Se enfoca continuamente en tomar esfuerzos para satisfacer las demandas de la comunidad académica y empresarial, creación e implementación de nuevos cursos y servicios para diferentes industrias.	http://eaesp.fgvsp.br/

Fuente: Páginas oficiales de escuelas de negocios

2.3 El sistema de evaluación y acreditación para el aseguramiento de la calidad en la educación superior en el Ecuador.

Actualmente el Ecuador se encuentra en un proceso de transición en el cual se busca asegurar la calidad de la educación superior, para de esta manera garantizar profesionales de excelencia; son varios los organismos que se encargan de regularizar y verificar que todo lo establecido se realice de una manera adecuada y una ley en la cual se establece los lineamientos para que las universidades puedan funcionar adecuadamente.

2.3.1 SENESCYT:

Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia Tecnología e Innovación, cuya misión es la siguiente:

Ejercer la rectoría de la política pública de educación superior, ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales y gestionar su aplicación; con enfoque en el desarrollo estratégico del país. Coordinar las acciones entre el ejecutivo y las instituciones de educación superior en aras del fortalecimiento académico, productivo y social. En el campo de la ciencia, tecnología y saberes ancestrales, promover la formación del talento humano avanzado y el desarrollo de la investigación, innovación y transferencia tecnológica, a través de la elaboración, ejecución y evaluación de políticas, programas y proyectos (SENESCYT, 2010)

2.3.2 LOES:

La Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), publicada en el Registro Oficial N° 298. Y aprobada el 12 de Octubre de 2010.

Según el Art. 15.de la LOES los organismos públicos que rigen el Sistema de Educación Superior son:

- a) El Consejo de Educación Superior (CES); y,
- b) El Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES).

2.3.3 CES:

Consejo de Educación Superior (CES) tiene como su razón de ser planificar, regular y coordinar el Sistema de Educación Superior, y la relación entre sus distintos actores con la Función Ejecutiva y la sociedad ecuatoriana; para así garantizar a toda la ciudadanía una Educación Superior de calidad que contribuya al crecimiento del país.

El CES trabajará en coordinación con el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior- CEAACES para continuar con la Revolución en el Conocimiento de una forma integral y profunda. (CES, 2010)

La educación en el Ecuador ha experimentado un cambio, y actualmente se encuentran clasificadas en categorías en función del puntaje que obtuvieron por parte del

2.3.4 El CEAACES:

Es la entidad encargada de asegurar la calidad de la educación superior en el Ecuador. Su misión es contribuir al aseguramiento de la calidad de las instituciones, programas y carreras que se ofrecen en las instituciones que integran el Sistema

Nacional de Educación Superior, mediante la aplicación de procesos continuos de autoevaluación, evaluación externa y acreditación para viabilizar la rendición social de cuentas de los Centros de Educación Superior, en relación con el cumplimiento de sus misiones, fines y objetivos, y que respondan al desarrollo integral que requiere el país (CEAACES, 2010)

Sus funciones establecidas son las siguientes (Ley orgánica de Educación Superior, 2010)

Art. 174.- Funciones del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.- Son funciones del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior

El presente artículo consta de 26 numerales en los cuales se especifican las diferentes funciones que tiene a su cargo el CEAACES, sus principales funciones se basan en:

Planificar, aprobar, elaborar documentos e informes, calificar a los evaluadores, vigilar los procesos, resolver sobre los informes y recomendaciones, otorgar certificados de acreditación institucional, determinar la suspensión de la entrega de fondos a las instituciones de educación superior, establecer un sistema de categorización, Divulgar ampliamente los resultados de los procesos de evaluación, asesorar al Ministerio de Educación en la implementación y ejecución de la

evaluación y acreditación, presentar anualmente informe de sus labores a todos quienes conforman el estado, firmar convenios, establecer convenios con entidades internacionales de evaluación y acreditación, ejecutar prioritariamente los procesos de evaluación, diseñar y aplicar la Evaluación Nacional de Carreras y Programas, realizar seguimiento sobre el cumplimiento.

2.3.5 Acreditadoras mundiales

El prestigio de las diferentes escuelas de negocio puede venir acompañado de un sello de acreditación, otorgado por los diferentes organismos que se encargan de evaluar a las diferentes escuelas de negocios basados en indicadores establecidos que garantizan la calidad de la educación, el hecho de que una universidad tenga un sello de acreditación puede colocarla en un puesto más alto dentro de los rankings de las mejores universidades. La acreditación, otorga un reconocimiento público a aquellas instituciones que reúnen determinados estándares de calidad, y supone la marca de legitimidad de la escuela. (Vilchez, 2010) El prestigio que posee una universidad con acreditación es totalmente diferente a aquella que no ha obtenido un sello de calidad, actualmente en nuestro país, se busca garantizar la calidad de la educación y es por este motivo que la acreditación está detrás de todas las universidades, sin embargo en el exterior existen reconocida acreditadoras que hacen de su sello un símbolo de distinción a quien se hace acreedor de este valioso título.

Si hablamos a nivel del viejo continente, Europa las acreditadoras más reconocidas son Equis y AMBA, a nivel del país del norte de América,

Estados Unidos la más reconocida es la *Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB)*.

Tabla 12. Acreditadoras mundiales

ACREDITADORA	PAÍS	CARACTERÍSTICAS
Equis	Bélgica	Su objetivo fundamental es elevar los estándares de la educación de administración en todo el mundo. Cuenta con más de 650 miembros, incluidas organizaciones académicas, de negocios, de servicio público y consultoría, en más de 75 países. Provee un foro único para información, investigación, networking y debate en innovación, y mejores prácticas en el desarrollo de la gerencia.
AMBA	Inglaterra	Fue fundada en 1967, es una de las que posee mayor alcance internacional, acreditan específicamente programas -MBAs, DBA (Doctorates in Business Administration), MBM (Masters in Business and Management)- y no escuelas. Cuenta con un centro de investigación, laboratorio de pruebas e ideas que exploran las tendencias mundiales, los expertos que se encargan de llevar a cabo los procesos de acreditación se encuentran constantemente innovando y buscando ajustar sus indicadores a las exigencias del mundo global
Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB)	Estados Unidos	Es la más antigua de las acreditadoras, puesto que fue fundada en 1916, es el más grande de todos, puesto que cuenta con 633 miembros al 2011 entre escuelas de pregrado y postgrado, aplican estrictos métodos numéricos para la medición de los indicadores. Los productos y servicios que ofrece incluyen: acreditación internacional, conferencias, seminarios, simposios y seminarios, publicaciones, acceso a datos globales e informes correspondientes relacionados con las escuelas de negocios, redes a través de grupos y eventos, Patrocinios, expositoras, y oportunidades de desarrollo de negocios

Fuente: América Economía

Los expertos afirman que para que una universidad obtenga la acreditación otorgada por estos organismos internacionales se requiere de un período alrededor de 7 años, sin embargo esto puede variar y en algunos casos ser períodos de 3 a 4 años, dependiendo de la planificación de la universidad. A nivel de Latinoamérica la primera universidad con obtener este valioso sello de calidad educativa fue la Universidad de Chile otorgado por AACSB en el año 2000 y posteriormente la Universidad Adolfo Ibáñez en Brasil obtuvo la certificación por parte de AACSB y AMBA.

CAPÍTULO III:

METODOLOGÍA

3. Análisis situacional

3.1.1 Diseño de la investigación exploratoria

Se requiere de un tipo de investigación exploratoria ya que a través de este se obtiene datos más precisos y no se requiere seguir protocolos tan estrictos. Las fuentes de recopilación de datos para el presente trabajo serán de carácter primario y secundario principalmente, es necesario realizar un análisis situacional que permita definir el estado actual de la carrera.

El análisis FODA es una herramienta de carácter gerencial válida para las organizaciones privadas y públicas la cual facilita la evaluación situacional de la organización y determina los factores que influyen y exigen desde el exterior hacia la institución gubernamental. Estos factores se convierten en amenazas u oportunidades que condicionan, en mayor o menor grado, el desarrollo o alcance de la misión, visión, los objetivos y las metas de la organización. (Zambrano, 2007)

El análisis FODA consta de 4 elementos vitales que hacen honor a sus siglas. Las cuales son: fortalezas (internas), oportunidades (externas), debilidades (internas), amenazas (externas). La gráfica citada a continuación, tomada del libro Fortalecimiento de los sistemas nacionales de control de los alimentos. Directrices para evaluar las necesidades de fortalecimiento de la capacidad. (FAO, 2007)

Para realizar el análisis FODA de la ESPE, se requiere en primer lugar hacer una recopilación de toda la información necesaria para esto se debe identificar tanto el macro ambiente el microambiente y el ambiente interno, cada uno de estos, brinda variables importantes para poder identificar las oportunidades, debilidades, amenazas y oportunidades para la carrera de ingeniería comercial.

Tabla 13. Factores análisis FODA

	Factor	Desempleo
Macroambiente	Factor Económico	Estudios salariales Escolaridad
	Factor Cultural	Ley Orgánica de Educación superior Plan nacional de desarrollo
	Factor Geográfico	Matriz productiva
		Regionalización
Microambiente	Clientes	Empresas
	Proveedores	SNNA
	Competencia	Universidades
	Productos Sustitutos	Becas internacionales
Análisis Interno	Infraestructura	
	Planta Docente	
	Competencias	
	Política interna	
	Proyectos de vinculación	
	Investigación Tecnología	

3.1.2 Macroambiente:

Económicas: Los datos serán recopilados de fuentes secundarias, de páginas principales que sean fuentes oficiales; dentro de esta variable se analizará los siguientes puntos:

La tasa de desempleo que permite identificar cuantas personas no tiene un trabajo y un estudio de salarios en el Ecuador, el cual indicará cuales son las áreas mejor pagadas.

Culturales: De igual manera la información obtenida se la realizará de fuentes oficiales, principalmente del INEC, Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos.

En este factor los puntos a analizar será principalmente la tasa de escolaridad, que permite analizar el número de personas en porcentaje que poseen los diferentes niveles de educación, a su vez las tasas de matriculación. Por otro lado en el Ecuador se han dado varios cambios y uno de ellos es la nueva Ley de La educación superior LOES, la cual actualmente regula a las universidades e institutos de educación superior; dentro de los cambios que se quiere implementar en el país es el plan nacional de desarrollo que busca mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos y generar igualdad de oportunidades para todos; finalmente y parte del cambio es la nueva matriz productiva, cuyo objetivo principal es que el Ecuador cambie sus mecanismos de producción y explote áreas de producción para general productos con valor agregado.

Geográfico: Se tomará la información de fuentes secundarias oficiales, dentro de este factor la variable de regionalización permitirá identificar las regiones del país para tomar en cuenta en el presente estudio.

Dentro del análisis de microambiente se requiere identificar ciertos factores principales, en este caso los clientes, proveedores y competencia.

Los clientes en este caso se convierten en todas las empresas que contratan a los diferentes graduados en la carrera de ingeniería comercial, esta información se obtendrá de fuentes oficiales y publicaciones, que permitan conocer las diferentes empresas que existen en el Ecuador. Por otra parte los proveedores, en este caso el proveedor es el SNNA, los datos se obtendrán de esta fuente oficial, la competencia se convierte en todas las universidades que oferten la carrera de Ingeniería comercial o administración, dicha información se la obtendrá en el SENESCYT y en las páginas oficiales de cada una de las universidades que tenga la carrera.

En el caso del análisis situacional de la ESPE, consistirá en la recopilación de la información de fuentes internas proporcionada por el departamento CEAC y la dirección de carrera Ingeniería Comercial la cual corresponderá a debilidades y fortalezas. Por otra parte los factores externos serán extraídos de fuentes de información nacionales, como páginas de cifras oficiales, publicaciones, artículos y organismos nacionales. Para determinar la importancia de los diferentes elementos del FODA se hará uso de las diferentes matrices de ponderación que permitirá escoger y llegar a una matriz síntesis en la cual se obtendrá las estrategias que se aplicarán para minimizar las amenazas y aprovechar la oportunidades presentada.

3.1.3 Microambiente:

El microambiente permite analizar ciertas fuerzas externas que afectan a la organización y que a pesar de que no se las pueda controlar, al conocerlas se puede tomar medidas que minimicen el efecto negativo en la organización.

En el caso del presente trabajo se analiza las siguientes fuerzas:

Empresas: Obtención de información de las mejores empresas a nivel nacional de fuentes confiables, en este caso la revista ekos.

Competencia: Todas las universidades del país que ofrezcan la carrera de ingeniería comercial, con sus respectivas características, las cuales se obtendrá de las páginas oficiales de cada una de las universidades.

Proveedores: Actualmente el SNNA se ha convertido en un proveedor de estudiantes para las universidades públicas. En este caso la información será obtenida de la página oficial del organismo.

Productos Sustitutos: En este caso las diferentes becas ofrecidas por el gobierno para los bachilleres a nivel nacional

Además de estos datos la carrera de ingeniería comercial cuenta con un análisis de pertinencia que alinea los artículos de la constitución con los diferentes objetivos y planes para cumplir con los requisitos que exige la constitución.

3.1.4 Análisis interno:

El análisis interno permite tener una radiografía de lo que sucede en la universidad, en este caso en la carrera de ingeniería comercial. Estas son las fuerzas

que si se pueden controlar. En el caso de la carrera de ingeniería comercial se evaluará los siguientes aspectos.

Acreditación: Los procesos de acreditación, requisitos y todo lo necesario para acreditarla.

Número de estudiantes: Se analizará el número de estudiantes de la carrera, tanto presencial como a distancia.

Infraestructura: Es necesario analizar las instalaciones con las que cuenta la universidad para definir si es la adecuada y se adapta a los estándares requeridos.

Área de conocimientos: Los conocimientos impartidos son necesarios para obtener alumnos de excelencia, el análisis de la malla curricular, competencia, convalidación de estudiantes de otras universidades, son aspectos relevantes para definir si la carrera se encuentra alineada a los estándares exigidos por el CEAACES.

Para poder elaborar el FODA es necesario realizar matrices que permitan compilar la información para establecer un análisis situacional adecuado. Las matrices que se usarán en este presente trabajo son las siguientes:

Matriz resumen FODA:

Esta matriz permite desplegar las variables obtenidas dentro del análisis interno y externo, es decir identificar las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades.

Tabla 14. Matriz Resumen FODA

ANALISIS INTERNO		ANALISIS EXTERNO
FORTALEZAS		OPORTUNIDADES
F1		O1
F2		O2
F3		O3
F4		O4
F5		O5

Continúa...

F6	O6
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1	A1
D2	A2
D3	A3
D4	A4
D5	A5
D6	A6

Matriz de Impacto:

Permite ponderar las diferentes oportunidades, amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas, brindando valores de 5 Alto, 3 medio y 1 bajo, en el presente estudio la matriz a emplearse es la siguiente:

Tabla 15. Matriz de impacto

FORTALEZAS	Alto	Medio	Bajo	Total
f1				
f2				
f3				
f4				
DEBILIDADES	Alto	Medio	Bajo	Total
d1				
d2				
d3				
d4				
OPORTUNIDADES	Alto	Medio	Bajo	Total
o1				
o2				
o3				
o4				
AMENAZAS	Alto	Medio	Bajo	Total
a1				
a2				
a3				
a4				

Matriz de Acción:

Son aquellas que permiten establecer relación entre ellas para posteriormente luego de haberlas ponderado identificar las diferentes estrategias que se pueden emplear.

Tabla 16. Matriz de Acción FA

	FORTALEZAS/AMENAZAS	A1	A2	Total
F1				
F2				
F3				
F4				
F5				
Total		0	0	0

Tabla 17. Matriz de Acción FO

	FORTALEZAS/OPORTUNIDADES	O1	O2	O3	Total
F1					
F2					
F3					
F4					
F5					
Total					

Tabla 18. Matriz de Acción DO

	DEBILIDADES/OPORTUNIDADES	O3	O5	O6	Total
D1					
D2					
D3					
D4					
TOTAL		0	0	0	0

Tabla 19. Matriz de Acción DA

	DEBILIDADES/AMENAZA	A1	A2	Total
D1				
D2				
D3				
D4				
TOTAL		0	0	0

Matriz Síntesis:

Se reflejan las diferentes estrategias que surgen de los diferentes cruces obtenidos en las matrices de acción.

Tabla 20. Matriz Síntesis

	Oportunidades	Amenazas
Fortalezas	Estrategias FO	Estrategias FA
Debilidades	Estrategias DO	Estrategias DA

Análisis Interno

3.2 Análisis de la demanda

La demanda expresada a favor de un producto o servicio es simplemente la cantidad vendida en un lugar y en un período dado. (Villacorta, 2010)

La demanda es definida por Laura Fisher y Jorge Espejo como: "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado". (Fisher & Espejo, 2004)

En el caso del análisis de demanda de la ESPE se lo realizará a través de fuentes primarias; Los datos primario se originan por el propósito específico del investigador de atender el problema que enfrenta. La recolección de datos primaria implica las seis etapas del procesos de investigación de mercados. (Malhotra, Dávila, & Trevio, 2004). Se aplicará este tipos de datos, ya que se deberá realizar encuestas a las diferentes empresas del país para determinar los perfiles que requieren las empresas de los profesionales de la carrera de ingeniería comercial. A través de esta investigación se identificará las competencias necesarias de los profesionales.

La recolección de la información se llevará a cabo a partir de encuestas, las cuales serán remitidas vía correo electrónico, para ser enviadas por correo electrónico se hará uso de la cuenta de gmail y sus herramientas para el diseño de la encuesta en línea, posteriormente a tener diseñada la encuesta, se obtendrá una base de datos de los diferentes jefes de recursos humanos o personal administrativo para enviarlas vía correo electrónico, al ser el correo electrónico una herramienta de alcance masivo se podrá llegar a más empresas, sin embargo no todas ellas responderán; en aquellas empresas que no respondan a los correos electrónicos se realizarán llamadas telefónicas para obtener las respuestas al cuestionario y finalmente en caso de que no deseen realizar una encuesta vía teléfono se deber realizar visitas para poder llenar la información. A través de las encuestas se

obtendrá información referente a asignaturas y áreas de conocimiento que requiere un ingeniero comercial . Sin embargo esta información no es suficiente para poder indentificar el perfil completo del ingeniero comercial, sino que se requiere tener información más profunda y extensa además de que se requiere obtener las percepciones de los profesionales involucrados en esta área. Es por este motivo necesario realizar entrevistas a los profesionales encargados de recursos humanos o a gerentes y jefes administrativos que describan las competencias necesarias de los profesionales de esta área. El cuestionario base para realizar la entrevista estará basada en competencias que poseen los estudiantes de la ESPE y competencias internacionales extraídas del Alfa Tuning América Latina: Innovación Educativa y Social (2011-2013) , el cual es un proyecto en el cual están incluidos universidades de Europa y Latinoamérica. Su meta es identificar e intercambiar información y mejorar la colaboración entre las instituciones de educación superior para el desarrollo de la calidad, efectividad y transparencia. (Tuning, 2013). Conjuntamente con la información obtenida de

3.3 Análisis de la oferta

El propósito del análisis de la oferta es evaluar internamente, en lo relativo a los puntos fuertes y débiles, la capacidad de los principales elementos funcionales de la ciudad para satisfacer los requisitos básicos de competitividad, habitabilidad, sostenibilidad y gobernabilidad y su previsible aptitud para dar respuesta a los retos externos. Determina si una comunidad puede llegar a ser más competitiva, habitable, sostenible y gobernable. (Fernández, 2006)

En el caso de la ESPE para determinar la oferta se debe recurrir a fuentes informativas que permitan conocer todas las universidades que ofrezcan la carrera de ingeniería comercial o afines y su oferta académica; ventajas y desventajas, y sus mallas curriculares para establecer las diferencias, y poder mejorar las debilidades que posea la empresa. En este caso la fuente principal de información será el internet ya que todas las universidades cuentan con páginas web, en las cuales presentan toda la información que un estudiante requiere saber al momento de decidir o escoger una carrera universitaria. Cuentan con la información de la oferta académica, la duración, malla curricular, título a obtener entre otros puntos importantes. Por otra parte para conocer todas las universidades que existen en el Ecuador se obtendrá la categorización a través del CEAACES y en base a esta se realizará la obtención de información de cada una de las universidades.

3.4 Segmentación

En este caso aplicaremos una segmentación empresarial estratificada. La segmentación empresarial requiere de una mayor segmentación, utilizando variables adicionales a fin de refinar todavía más las necesidades y características de los mercados empresariales. Dentro de las principales variables del mercado empresarial tenemos: tipo de organización, características organizacionales, beneficios buscados o proceso de compra, personal y psicológico y la intensidad de las relaciones. (Ferrel & Hartline, 2006). Por otra parte también se tomará en cuenta el Muestreo Estratificado en el cual Se selecciona una sub. Muestra utilizando una muestra

aleatoria sencilla en cada estrato y muestreo a conveniencia, basándose en el libro de Naresh Malotra, indica que se puede realizar un muestro a conveniencia cuando se realiza una investigación exploratoria, ya que el objetivo del presente trabajo es de generar ideas razonamientos o hipótesis.

Para lo siguiente haremos uso del Rankin de las 1000 mejores empresas del Ecuador según la revista EKOS en su informe 1000 empresas del 2013, en lo cual se establecerá una muestra que permita seleccionar el número adecuado de empresas a ser encuestadas para determinar la segmentación y aquellas que permitan ser encuestadas.

Posteriormente a la obtención de la información se realizará el análisis bivariado y univariado de la investigación y en base a los datos arrojadas por esta y tomando una base de segmentación, en este caso tamaño de la empresa se podrá obtener los segmentos y características de las empresas: Pequeñas, medianas y grandes.

3.5 Posicionamiento

El posicionamiento se define como la acción de diseñar la oferta y la imagen de una empresa de tal modo que éstas ocupen un lugar distintivo en la mente de los consumidores (Kotler & Keller, 2006)

En cuanto al posicionamiento a través de las encuestas se busca definir cuáles son las universidades que se encuentran en la mente de los diversos consumidores y

cuáles son las que ocupan los primeros lugares y como influencia los diferentes atributos en cada una de estas universidades.

CAPÍTULO IV:

ANÁLISIS DE DATOS

4.1 Macro ambiente de la carrera de Ingeniería Comercial.

4.1.1 Factores Económicos

Tasa de Desempleo

Tabla 21. Tasa de Desempleo

FECHA	VALOR
Junio 30-2013	4,89%
Marzo 31-2013	4,64%
Diciembre 31-2012	5%
septiembre 30-2012	4,60%
Junio30-2012	5,19%
Marzo 31-2012	4,88%
Diciembre 31-2011	5,07%
Septiembre 30-2011	5,52%
Junio-30-2011	6,36%
Marzo-31-2011	7,04%
Diciembre-31-2010	6,11%
Septiembre-30-2010	7,44%
Junio-30-2010	7,71%
Marzo-31-2010	9,09%
Diciembre-31-2009	7,93%
septiembre-30-2009	9,06%
Junio 30-2009	8,34%
Marzo-31-2009	8,60%
Diciembre 31-2008	7,31%
Septiembre30-2008	7,06%
Junio-30-2008	6,39%

Fuente: Banco Central de Ecuador (2013)

En los últimos años la tasa de desempleo en el Ecuador se ha ido reduciendo considerablemente, comparando desde el 2007 hasta el 2013 se ha reducido casi en tres puntos, lo cual ha indicado que las personas que no cuentan con un empleo cada vez son menos.

En los últimos años la tasa de desempleo en el Ecuador se ha ido reduciendo considerablemente, comparando desde el 2007 hasta el 2013 se ha reducido casi en tres puntos, lo cual ha indicado que las personas que no cuentan con un empleo cada vez son menos.

Ocupación

Tabla 22. Ocupados por Rama de Actividad

Ocupados por una rama	sep-08	sep-09	sep-10	sep-11	sep-12	sep-13	Diferencia Sep13-sep12
Administración pública, defensa y seguridad social	4,45%	4,78%	4,30%	5,03%	4,94%	4,86%	-0,08%
Actividades y servicios administrativos y de apoyo	2,20%	2,62%	2,81%	3,05%	2,63%	3,38%	0,75%

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos INEC, 2013

En esta tabla podemos observar la ocupación de los ecuatorianos por la rama de actividad a la que pertenecen, observamos que las áreas de administración pública, defensa y seguridad social en el literal (4.86%), otras actividades de servicio (4.17%), literal S y las actividades y servicios administrativos de apoyo (3.38%) N, representan sumados en el mes de septiembre del 2013 el 12.41%, el cual es un porcentaje considerable y tiene tendencias crecientes.

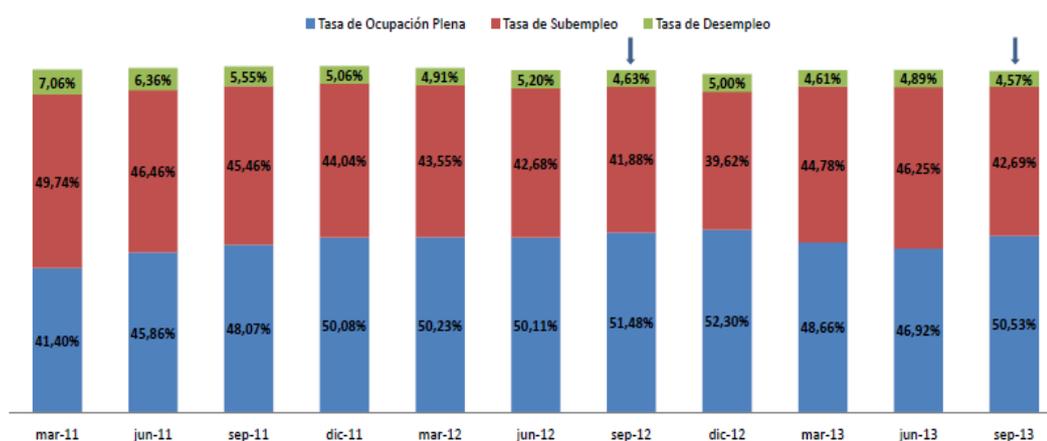
Los indicadores económicos respecto al desempleo y ocupación son favorables ya que existen más plazas de trabajo para los profesionales en el campo administrativo, lo cual representa una oportunidad.

OPORTUNIDAD

Mercado Laboral

Sin embargo para realizar el análisis de la carrera de ingeniería comercial se debe profundizar un poco más en la situación actual de los profesionales y el campo laboral en el que se desempeñan, en el Ecuador existe un alto índice de subempleo, para lo cual los profesionales que obtuvieron un título universitario, terminaron trabajando en actividades totalmente diferentes a las que estudiaron como taxistas, comerciantes informales, etc. Las cifras que reflejan el subempleo se presenta en la siguiente gráfica:

Gráfica 1. Evolución Trimestral del mercado laboral



Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos INEC, 2013

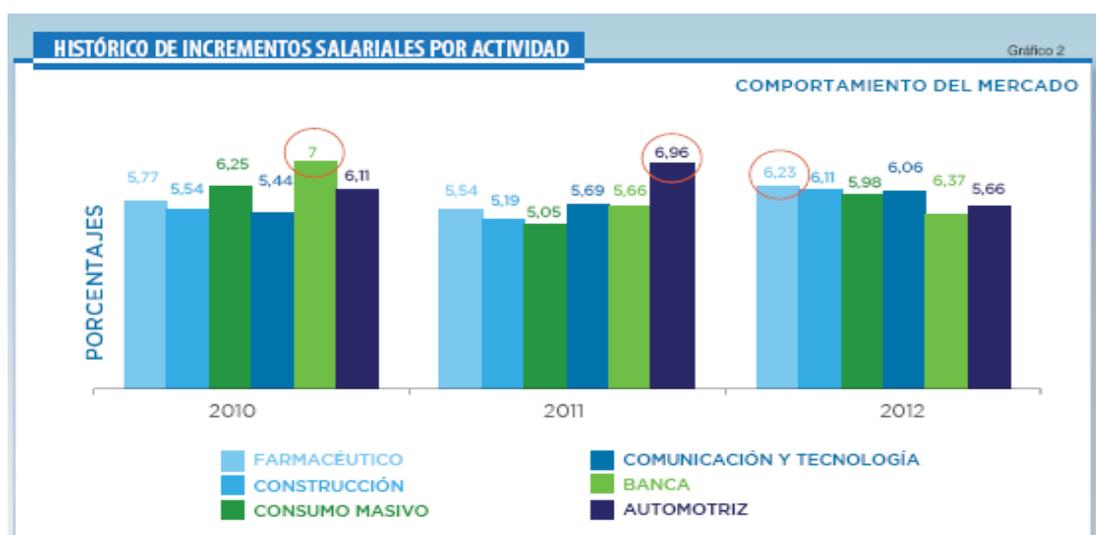
En la presente gráfica se puede observar que la tasa de subempleo es alta ; en la mayoría de los meses representa valores más altos del 40%, lo cual indica que muchas personas no aplican su profesión al momento de trabajar, sino por el contrario se dedican a actividades diferentes a su profesión, las cuales en muchos casos son informales y es muy común ver a profesionales conduciendo taxis, o comercializando productos en particular, por este motivo por la alta oferta de profesionales en el campo administrativo en muchos casos los ingenieros comerciales se convierten en subempleados por lo cual esto representa una

AMENAZA

Estudios salariales

En el Ecuador la empresa Deloitte realizó un estudio a 300 empresas a nivel nacional, en la cual se obtuvo datos relevantes, su publicación se llevó a cabo en la revista perspectiva en el mes de abril.(Estrada, 2013)

Gráfica 2. Estudios Salariales



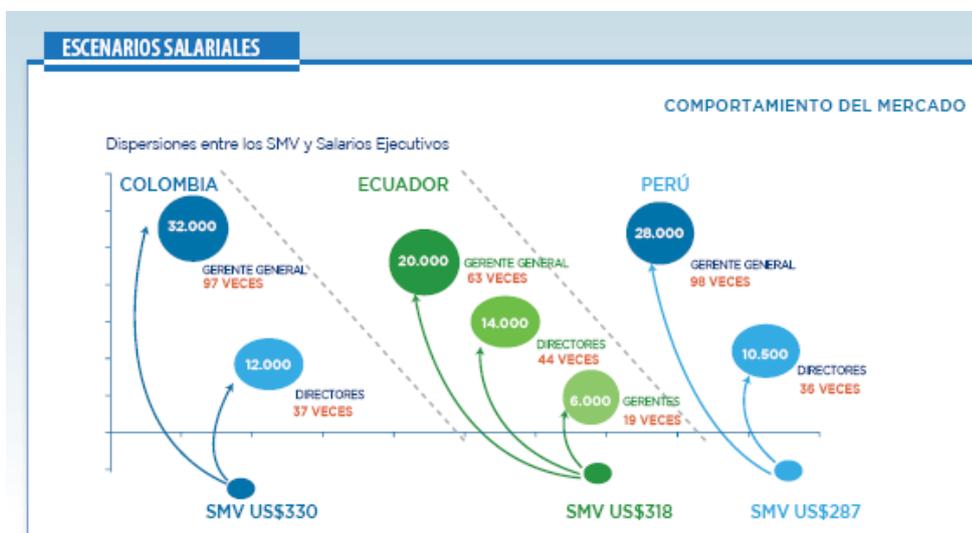
Fuente: Encuesta realizada por Deloitte

Dentro de los datos relevantes acerca de los salarios en el Ecuador podemos observar las variaciones porcentuales de los sueldos, dependiendo del sector al que pertenezca. Los sectores que más variaciones han presentado son: El automotriz; que en el 2011 presentó un incremento considerable comparándolo con el 2011, pero sin embargo en el 2012 presenta una reducción considerable. Por otra parte el sector farmacéutico durante el 2012 tuvo un crecimiento relevante. El sector de la banca ha sido uno de los más afectados, puesto que ha sufrido una significativa baja en el 2011 pero que sin embargo se encuentra creciendo poco a poco.

Dentro de los datos relevantes acerca de los salarios en el Ecuador podemos observar las variaciones porcentuales de los sueldos, dependiendo del sector al que pertenezca. Los sectores que más variaciones han presentado son: El automotriz; que en el 2011 presentó un incremento considerable comparándolo con el 2011, pero sin embargo en el 2012 presenta una reducción considerable. Por otra parte el sector farmacéutico durante el 2012 tuvo un crecimiento relevante. El sector de la banca ha sido uno de los más afectados, puesto que ha sufrido una significativa baja en el 2011 pero que sin embargo se encuentra creciendo poco a poco.

OPORTUNIDAD

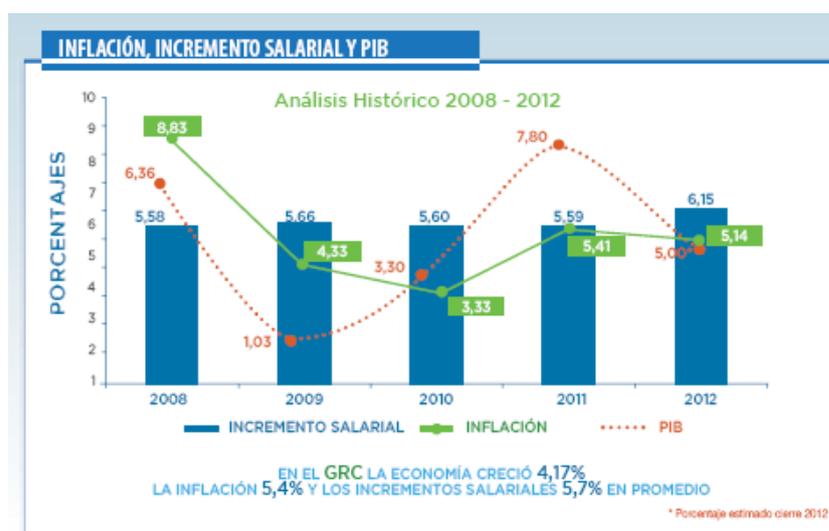
Gráfica 3. Comportamiento del mercado



Fuente: Encuesta realizada por Deloitte

En esta imagen que incluye los datos obtenidos por la empresa Deloitte, se observa que de la región el Ecuador es el país que tiene los sueldos más bajos comparados con sus vecinos Colombia y Perú, sin embargo; el salario mínimo no es el más bajo, sino que se encuentra muy cerca al de Colombia.

Gráfica 4. Inflación, incremento salarial y PIB



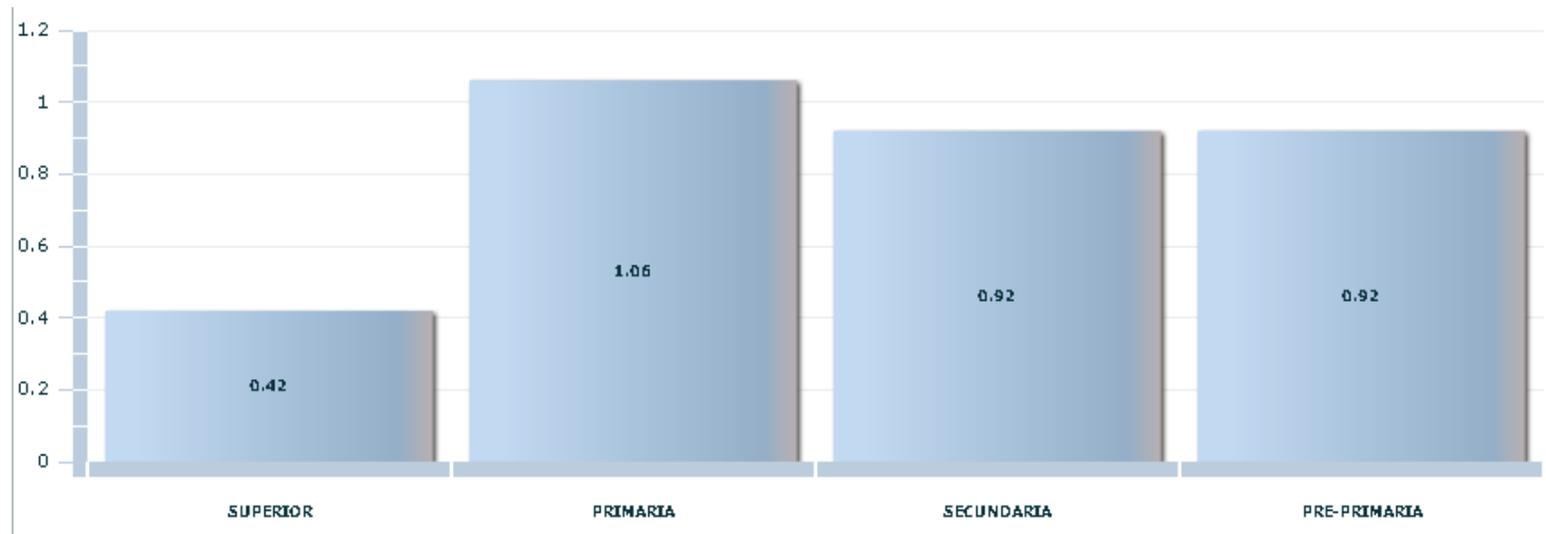
Fuente: Encuesta realizada por Deloitte

Se evidencia a través de éstas cifras que los sueldos se han incrementado en los últimos años y que el PIB de igual manera ha crecido en relación a los sueldos, por otra parte la inflación ha sufrido altos y bajos mostrando su punto más bajo durante el 2010, éstas medidas influyen positivamente en el mercado laboral, pues se crea mayores fuentes de trabajo e incentiva más a las personas a estudiar y seguir carreras de tercer nivel para tener mejores oportunidades.

OPORTUNIDAD

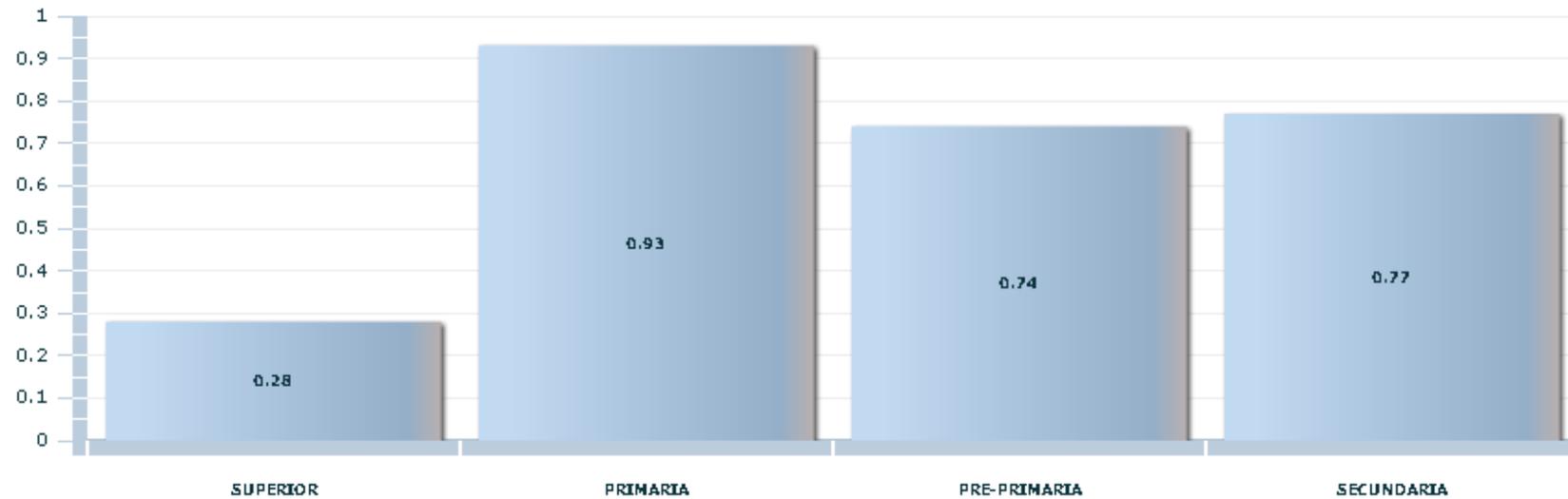
4.1.2 Factor Cultural :

Escolaridad

Gráfica 5. Tasa Bruta de matrícula

Fuente: Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo (ENEMDU) INEC

La tasa de matriculación en el sistema de educación del Ecuador tiene un índice bajo, lo cual indica que en el Ecuador conforme pasan los niveles de educación la tasa se reduce y es menor, lo que implica que menos personas tienen la oportunidad de realizar estudios de nivel superior.

AMENAZA**Gráfica 6. Tasa Neta de matriculación**

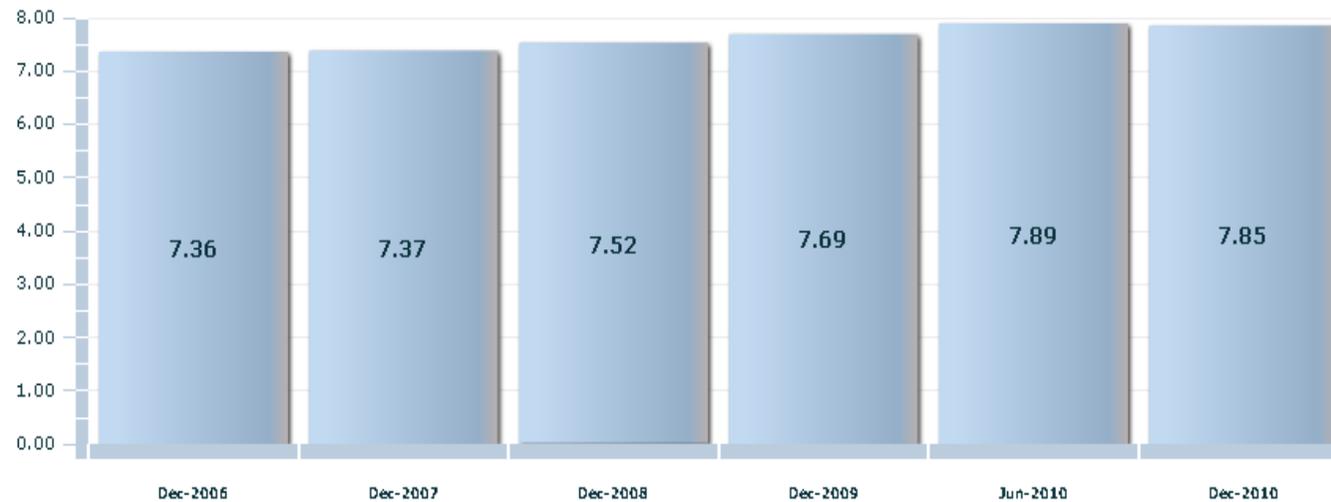
Fuente: Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo (ENEMDU) INEC

La tasa neta de matriculación nos indica un valor más real, lo cual, con estos resultados no es beneficioso para la educación superior.

AMENAZA

La tasa bruta de matriculación en el nivel superior es la más baja de todas, lo cual indica que es un reducido número de personas las que deciden matricularse para estudiar una carrera universitaria.

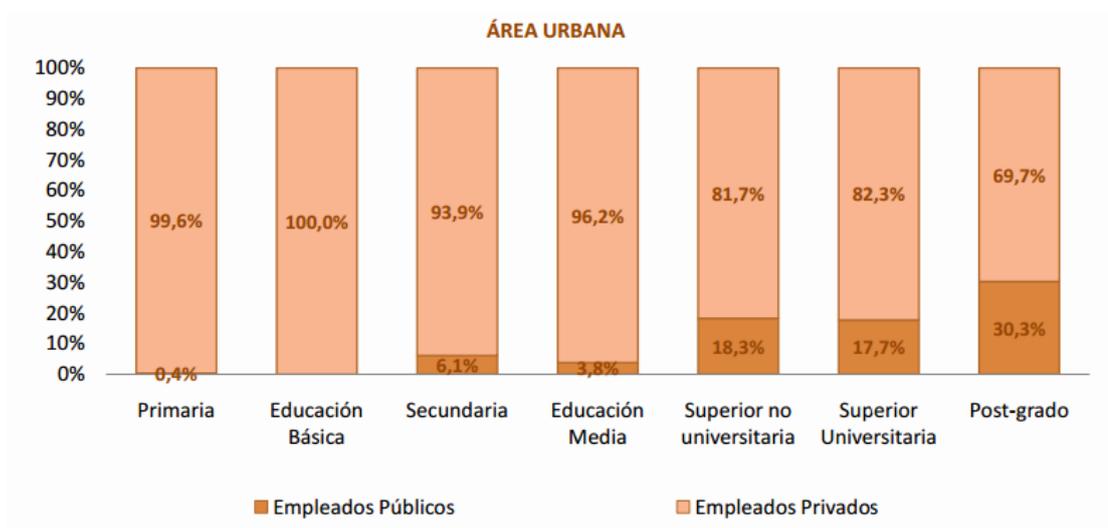
Gráfica 7. Número de años promedio de estudios



Fuente: Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo (ENEMDU) INEC

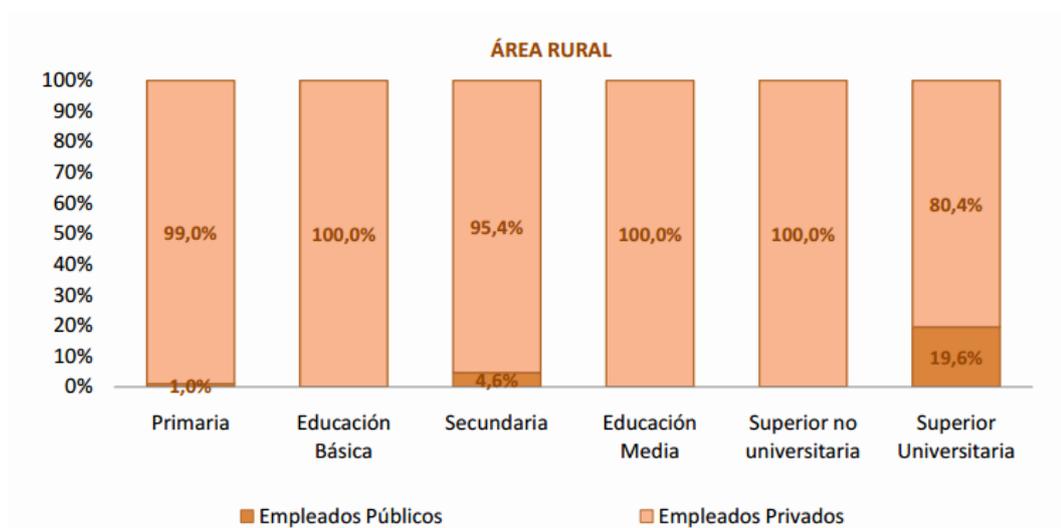
En el Ecuador el promedio de años de estudio son 7.85, lo cual indica que la gran mayoría de la población apenas estudia la primaria y muy poco tiempo en la secundaria, lo cual no permite que no puedan cursar años universitarios. **AMENAZA**

Gráfica 8. Ocupación por nivel de escolaridad y tipo de empleo público o privado área urbana



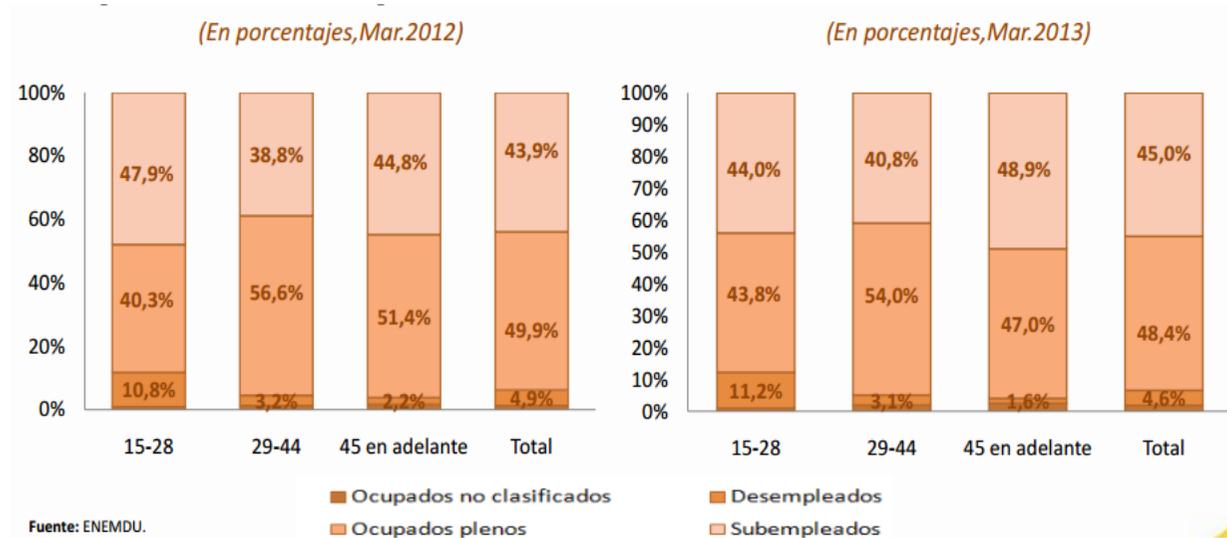
Fuente: Reporte trimestral del mercado laboral, diciembre 2012, Banco Central del Ecuador

Gráfica 9. Ocupación por nivel de escolaridad y tipo de empleo público o privado área rural



Fuente: Reporte trimestral del mercado laboral, diciembre 2012, Banco Central del Ecuador

Gráfica 10. Distribución de la PEA Urbana por rangos de edad



Fuente: Reporte trimestral del mercado laboral, marzo 2013, Banco Central del Ecuador

En el sector privado prefieren a personas con títulos de educación superior a diferencia del sector público lo cual es una ventaja para los profesionales que cuentan con un título de 3er nivel, ya que sus oportunidades laborales se incrementan.

OPORTUNIDAD

4.1.3 Político -legal:

Loes

LOES: La Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), publicada en el Registro Oficial N° 298. Y aprobada el 12 de Octubre de 2010. Indica en su primer y segundo artículo sus principales: (CEAACES, 2010)

Art. 1.- Ámbito.- Esta Ley regula el sistema de educación superior en el país, a los organismos e instituciones que lo integran; determina derechos, deberes y obligaciones de las personas naturales y jurídicas, y establece las respectivas sanciones por el incumplimiento de las disposiciones contenidas en la Constitución y la presente Ley.

Art. 2.- Objeto.- Esta Ley tiene como objeto definir sus principios, garantizar el derecho a la educación superior de calidad que propenda a la excelencia, al acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna.

Además indica en su artículo 15 que los organismos públicos que rigen el Sistema de Educación Superior son:

- a) El Consejo de Educación Superior (CES); y,
- b) El Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES).

OPORTUNIDAD

Reglamentos

Para el diccionario de la Real Academia Española (RAE) 2001, un reglamento es una colección ordenada de reglas o preceptos, que por la autoridad competente se da para la ejecución de una ley o para el régimen de una corporación, una dependencia o un servicio.

En el caso de los reglamentos de la LOES, buscan la correcta aplicación de la ley, además de garantizar que todos los procesos se realicen adecuadamente. No existe únicamente un reglamento sino son 7 que se encargan de todos los elementos que están involucrados en la LOES.

OPORTUNIDAD

Plan nacional de desarrollo

El Plan 2009-2013 recoge y busca concretar las revoluciones delineadas en el proyecto de cambio de la Revolución Ciudadana. Dichas apuestas de cambio también fueron orientaciones para el proceso constituyente de 2008, que finalmente se plasmaron en el nuevo pacto social reflejado en la nueva Constitución de la República del Ecuador. (SENPLADES, 2013)

El plan del buen vivir consta de 12 objetivos que impulsan el proyecto y que busca garantizar un mejor estilo de vida para los ecuatorianos; los objetivos tienen relación con temas: ambientales, justicia, calidad de vida, soberanía, etc. En este punto vale la pena mencionar los objetivos que tienen un mayor grado de relación con la revolución del sistema de Educación Superior.

Objetivo 1. Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial en la diversidad.

Objetivo 6. Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.

Objetivo 11. Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.

Objetivo 12. Construir un Estado democrático para el Buen Vivir.

Basándose en estos objetivos, lo que busca es tener iguales oportunidades, garantizar la educación de excelencia para construir un Estado que sea democrático para el buen vivir.

El Buen Vivir, es por tanto, una apuesta de cambio que se construye continuamente desde esas reivindicaciones por reforzar una visión más amplia, que supere los estrechos márgenes cuantitativos del economicismo, que permita la aplicación de un nuevo paradigma económico cuyo fin no se concentre en los procesos de acumulación material, mecanicista e interminable de bienes, sino que promueva una estrategia económica incluyente, sustentable y democrática. (SENPLADES, 2013)

OPORTUNIDAD

Matriz productiva

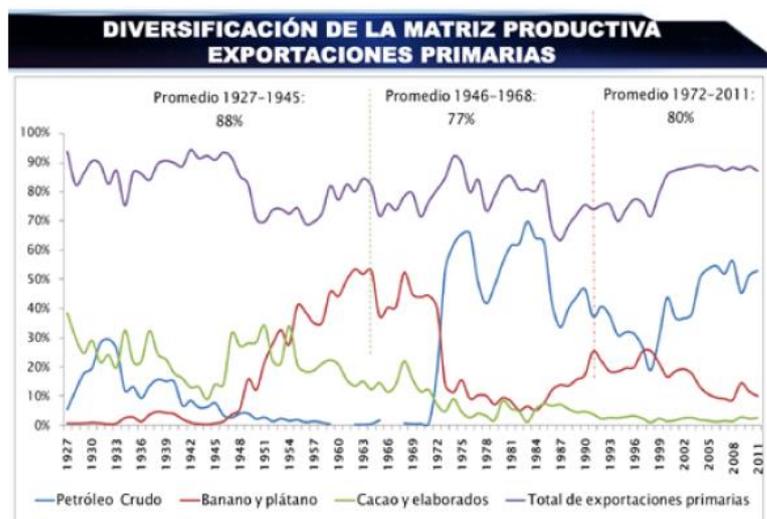
El Ecuador a lo largo de su historia ha sido un país proveedor de materia prima para el mundo y un gran importador de bienes y servicios terminados. El actual gobierno busca cambiar el sistema que se ha venido llevando en los últimos años y

transformarlo completamente para convertirlo en un país exportador de bienes y servicios con valor agregado, aprovechando la riqueza de la materia prima que posee, es por este motivo que nace el concepto de la nueva matriz productiva del Ecuador, en la cual se busca cambiar totalmente el concepto de exportaciones de materia prima a través de varios proyectos que permitan optimizar la explotación de sus recursos naturales.

Para comprender estos conceptos se debe definir que es una matriz productiva, para esto citamos al documento de Transformación de la matriz productiva, Revolución Productiva a través del conocimiento y del talento humano en la cual menciona que la matriz productiva es la forma cómo se organiza la sociedad para producir determinados bienes y servicios no se limita únicamente a los procesos estrictamente técnicos o económicos, sino que también tiene que ver con todo el conjunto de interacciones entre los distintos actores sociales que utilizan los recursos que tienen a su disposición para llevar adelante las actividades productivas.

El siguiente gráfico presenta como se ha venido llevando a cabo las exportaciones en nuestro país:

Gráfica 11. Diversificación de la matriz productiva



Fuente: Senplades

El Ecuador principalmente ha sido un exportador de petróleo, banano, y cacao elaborado.

Los principales objetivos que busca alcanzar el cambio en la matriz productiva son los siguientes:

- Contar con nuevos esquemas de generación, distribución y redistribución de la riqueza;
- Reducir la vulnerabilidad de la economía ecuatoriana;
- Eliminar las inequidades territoriales;
- Incorporar a los actores que históricamente han sido excluidos del esquema de desarrollo de mercado.

Dentro de la matriz productiva existen sectores estratégicos que se deben priorizar, para alcanzar el objetivo que tiene este cambio en la actual matriz que

tenemos en el Ecuador; la siguiente gráfica presenta los sectores que serán priorizados en el Ecuador:

Tabla 23. Industrias Priorizadas

Sector	Industria
BIENES	1) Alimentos frescos y procesados
	2) Biotecnología (bioquímica y biomedicina)
	3) Confecciones y calzado
	4) Energías renovables
	5) Industria farmacéutica
	6) Metalmecánica
	7) Petroquímica
	8) Productos forestales de madera
SERVICIOS	9) Servicios ambientales
	10) Tecnología (software, hardware y servicios informáticos)
	11) Vehículos, automotores, carrocerías y partes
	12) Construcción
	13) Transporte y logística
	14) Turismo

Fuente: SENPLADES Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo

Tabla 24. Sectores estratégicos

Industria	Posibles bienes o servicios	Proyectos
1) Refinería	Metano, butano, propano, gasolina, queroseno, gasoil	• Proyecto Refinería del Pacífico
2) Astillero	Construcción y reparación de barcos, servicios asociados	• Proyecto de implementación de astillero en Posorja
3) Petroquímica	Urea, pesticidas herbicidas, fertilizantes, foliares, plásticos, fibras sintéticas, resinas	• Estudios para la producción de urea y fertilizantes nitrogenados • Planta Petroquímica Básica
4) Metalurgia (cobre)	Cables eléctricos, tubos, laminación	• Sistema para la automatización de actividades de catastro seguimiento y control minero, seguimiento control y fiscalización de labores a gran escala.
5) Siderúrgica	Planos, largos	• Mapeo geológico a nivel nacional a escala 1:100.000 y 1:50.000 para las zonas de mayor potencial geológico minero.

Fuente: SENPLADES Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo

Dentro de estos priorizados y estratégicos se generarán nuevas plazas de trabajo para todas las áreas, especialmente para la parte administrativa.

Para llevar a cabo el cambio en la matriz productiva se debe realizar cambios desde la educación, promover carreras que permitan alcanzar estos objetivos y alinearlas tanto al plan del buen vivir como al cambio en la matriz productiva. Profesionales de excelencia y en carrera afines a campos relacionados con la agricultura, minas y petróleo, medio ambiente, etc., permitirán que el Ecuador de un paso hacia adelante y empiece a convertirse en un país exportador de bienes y servicios con valor agregado y no únicamente un proveedor de materia prima.

OPORTUNIDAD

4.1.4 Factor geográfico:

Regionalización

Para alcanzar el Buen Vivir es indispensable la transformación del Estado. Si no cambiamos al Estado será difícil garantizar la distribución y provisión de bienes y servicios públicos de calidad para la ciudadanía.(SENPLADES, 2013)

El actual gobierno ha buscado descentralizar el poder que consiste en transferir responsabilidades y recursos desde el gobierno central hacia los gobiernos provinciales, municipales y parroquiales (Gobiernos Autónomos Descentralizados, GAD).(SENPLADES, 2013)Y también por otra parte desconcentra el poder que consiste en trasladar los servicios que ofrece una entidad de nivel nacional

(ministerio) hacia una de sus dependencias de nivel zonal, provincial, distrito o circuito. La entidad nacional es la que controla y asegura la calidad y buen cumplimiento de los servicios.

Con este propósito, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, SENPLADES, conformó niveles administrativos de planificación: zonas, distritos y circuitos a nivel nacional; que permitirán una mejor identificación de necesidades y soluciones efectivas para la prestación de servicios públicos en el territorio. Esta conformación no implica eliminar las provincias, cantones o parroquias.

Las zonas están conformadas por provincias, de acuerdo a una proximidad geográfica, cultural y económica. Tenemos 9 zonas de planificación. Cada zona está constituida por distritos y estos a su vez por circuitos. Desde este nivel se coordina estratégicamente las entidades del sector público, a través de la gestión de la planificación para el diseño de políticas en el área de su jurisdicción.(SENPLADES, 2013)

El **distrito** es la unidad básica de planificación y prestación de servicios públicos.(SENPLADES, 2013)

El **circuito** es la localidad donde el conjunto de servicios públicos de calidad están al alcance de la ciudadanía, está conformada por la presencia de varios establecimientos en un territorio dentro de un distrito. (SENPLADES, 2013)

La siguiente imagen indica la regionalización del Ecuador y como se encuentra actualmente dividido.

Gráfica 12. Regiones del Ecuador



Fuente: Senplades

La regionalización, permite que exista una mejor distribución de los recursos y que se pueda aprovechar la cercanía entre las diferentes provincias, gracias a esto se puede reactivar el comercio y generar nuevas plazas de trabajo.

OPORTUNIDAD

4.2 Microambiente de la carrera de Ingeniería Comercial

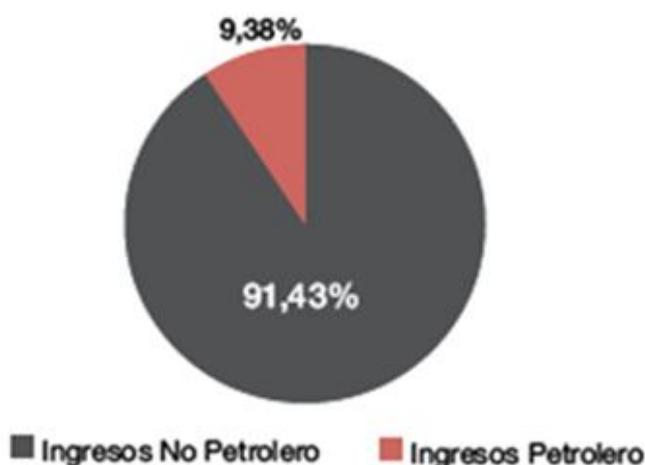
Empresas:

Para Simón Andrade (2005), autor del libro "Diccionario de Economía", la empresa es aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios.

En el caso de las universidades las empresas se convierten en sus clientes al contratar a los diferentes profesionales que hayan culminado sus estudios o se encuentren cursando la carrera. En el Ecuador en el mes de abril la revista Ekos publicó las 1000 mejores empresas por facturación del país, en la cual van desde empresas dedicadas a la comercialización de productos masivos, banca, servicios petroleros, etc. Los datos analizados corresponden a la información del ejercicio fiscal 2012. Las compañías fueron ordenadas en función a los Ingresos 2012.

La siguiente imagen muestra la participación en venta del sector petrolero y no petrolero del 2012.

Gráfica 13. Participación en ventas sector petrolero y no petrolero dentro del Top 1000



Fuente: Servicio de rentas internas SRI

Los ingresos de las 1000 empresas crecieron en el último año, ya que alcanzaron los 72000 millones de dólares. (Equipo Investigación Ekos y Unidad de Análisis Económico de Corporación Ekos, 2013)

En la presente, vale la pena mencionar a las 20 mejores empresa a nivel nacional, las cuales serán representadas en la siguiente tabla:

Tabla 25. Mejores empresas a nivel nacional

Ranking	Razón Social	Actividad
1	Corporación favorita C.A	Supermercados
2	Consortio Ecuatoriano de telecomunicaciones S.A Conecel	Telecomunicaciones
3	Corporación el Rosado	Supermercados
4	Banco Pichincha CA	Bancos
5	General Motors del Ecuador S.A	Importadores y concesionarios
6	Omnibus BB Transportes S.A	Manufactura automotriz
7	Procesadora Nacional de alimentos C.A Pronaca	Fabricación de alimentos
8	Dinadec S.A	Bebidas
9	OTECCEL S.A	Telecomunicaciones
10	QBE Seguros Colonial S.A	Seguros
11	Holcim Ecuador S.A	Producción de materiales para la construcción
12	Andes Petroleum Ecuador LTD.	Extracción/Exportación
13	Tiendas industriales asociadas Tía S.A	Supermercados
14	Construmercado S.A	Ventas al por mayor de materiales de construcción
15	La Fabril S.A	Fabricación de Aceites
16	Primax Comercial del Ecuador	Ventas por mayor de combustibles
17	Schlumberger Surencó S.A	Servicios
18	Nestlé Ecuador S.A	Fabricación de alimentos
19	Fabricación de bebidas	Fabricación de bebidas
20	Arca Ecuador S.A	Fabricación de bebidas

Fuente: Revista Ekos. Ranking 1000 empresas Ecuador

En este top 20 se muestra las empresas con mayores niveles de facturación y lo que las convierte en las más pagadoras de impuestos. Como líder absoluto tenemos a Corporación La Favorita, seguido de Conecel y Corporación el rosado

Para que se conviertan en las empresas más poderosas a nivel nacional deben contar con personal calificado, que cumpla con un sinnúmero de competencias y que esté totalmente calificado.

OPORTUNIDAD

Competencia

Se denomina competencia a la circunstancia en la que dos entidades se relacionan con los recursos de un medio determinado intentando acapararlos por completo y perjudicando a la otra; en otras palabras, una relación de competencia entre dos criaturas implica que cada una se beneficia perjudicando a la otra.(Definición abc, 2013)

Tabla 26. Oferta Ingeniería comercial en Ecuador

UNIVERSIDAD	UBICACIÓN	NÚMERO DE CRÉDITOS	DURACIÓN	TÍTULO A OBTENER
Escuela Politécnica Nacional	Quito	225	9 semestres	Ingeniero Empresarial
Escuela Superior Politécnica del Litoral	Guayaquil	230	9 semestres	Ingeniero Comercial
Escuela Superior Politécnica del Chimborazo	Riobamba	230	10 semestres	Ingeniero Comercial

Continúa...

Pontificia Universidad Católica de Quito	Quito	239	9 semestres	Ingeniero Comercial
Universidad Central del Ecuador	Quito	54 asignatura s	10 semestres	Ingeniero Comercial
Universidad de Cuenca	Cuenca	239	9 semestres	Ingeniero Comercial
Universidad del Azuay	Cuenca	225	9 semestres	Ingeniero Comercial
Universidad San Francisco de Quito	Quito	270	8 semestres	Licenciado en Administra ción de empresas
Universidad técnica de Ambato	Ambato	225	10 semestres	Ingeniero en Empresas
Universidad Técnica Particular de Loja	Loja	282	10 semestres	Ingeniero en administraci ón de empresas

Fuente: CEEACES

En cuanto a competencia se toma en cuenta únicamente las universidades de clase A, puesto que la ESPE se encuentra en esta clasificación y la mayoría de universidades públicas ocupan un lugar en esta calificación. En general la mayoría de la carrera en las diferentes universidades tiene períodos de duración desde 8 a 10 semestres y los títulos a obtener en su mayoría sin ingenierías. Con las actuales reformas todas las universidades deberán acreditar sus carreras y ya no serán ingenierías sino licenciaturas. La ESPE debe ver como una oportunidad de mejora la competencia y además como aliados para poder mejorar el nivel de educación.

OPORTUNIDAD

Proveedores

El SNNA es el Sistema Nacional de nivelación y Admisión su visión es “Diseñar, implementar y administrar un Sistema de Nivelación y Admisión a las instituciones de educación superior públicas del Ecuador, que garantice la pertinencia de la oferta académica y la existencia de un sistema equitativo, transparente para todos los estudiantes aspirantes, basado en la aplicación de pruebas estandarizadas debidamente validadas”.(SNNA, 2013)

Actualmente todos los aspirantes a ingresar en universidades públicas deben pasar por un proceso de admisión que se encarga de realizar, controlar y supervisar este proceso.

Los principales objetivos del SNNA son:

General:

Garantizar la igualdad de oportunidades, la meritocracia, transparencia y acceso a la educación superior.

Específicos:

Diseñar, implementar y administrar un Sistema de Admisión a las IES públicas, que potencie la pertinencia de la oferta académica, una adecuada ocupabilidad de las vacantes, que sea equitativo y meritocrático, basado en la aplicación de pruebas estandarizadas debidamente validadas.

Diseñar y financiar los Sistemas de Nivelación impartidos por IES públicas que garantice la igualdad de oportunidades y compense las asimetrías formativas antes del ingreso a las carreras.

El proceso es sencillo y se encuentra detallado en la página oficial del SNNA y es el siguiente:

- Todo el proceso es gratuito
- Se inscribe por INTERNET
- Tiene una prueba de ubicación para orientarle sobre sus aptitudes
- Usted decide la carrera que va a estudiar
- Tiene un periodo de nivelación antes de iniciar la carrera
- Si quiere puede rendir un examen de conocimiento para exonerarse de la nivelación

Lo que busca este proceso es que todos los estudiantes tengan igualdad de oportunidades y escojan adecuadamente las carreras para poder reducir los índices de deserción estudiantil en los primeros niveles de estudio.

El SNNA restringe la libertad de elección de las carreras ya que en la prueba que deben rendir los bachilleres según el puntaje obtenido se los direcciona a la carrera que más se ajusta a su perfil.

AMENAZA

Productos Sustitutos

Las universidades extranjeras constituyen un factor que poco a poco se encuentra posicionándose en la mente de los jóvenes ecuatorianos, actualmente el gobierno cuenta con un sinnúmero de becas que se ofertan y a la cual todos pueden tener acceso.

El organismo oficial en becas para estudiar en el extranjero es el SENESCYT, el cual informa constantemente acerca de la oferta académica, los requisitos que se deben cumplir, cuando se debe postular y las fechas de los exámenes de admisión.

Cuando un ecuatoriano obtiene una de estas becas, debe comprometerse a regresar al país para contribuir en el desarrollo del país en el tiempo igual al que estuvo ausente. Las oportunidades que tienen los ecuatorianos que migran al extranjero para realizar sus carreras de pregrado se incrementan al momento de volver al Ecuador, ya que las empresas prefieren contratar a profesionales graduados en el extranjero, por el nivel de educación que poseen.

Existen diferentes tipos de becas para estudios de pregrado las cuales son las siguientes:

Tabla 27. Becas en Ecuador

PROGRAMA	NOMBRE DE LA BECA	DESCRIPCIÓN	REQUISITOS
Becas Internacionales	Universidades de Excelencia	Se otorga financiamiento completo para estudiantes ecuatorianos y ecuatorianas residentes dentro y fuera del país que deseen realizar sus estudios de tercer o cuarto nivel en una de las 175 mejores universidades del mundo.	-Ser Ecuatoriano -Acta de grado -Carta de aceptación del programa -Presentar listado de requisitos mínimos -No tener obligaciones vencidas en el sector público
Becas de Cooperación Internacional	Organismos Internacionales Latinoamérica Centroamérica Norteamérica Europa Asia y Oceanía	Son ofertas de financiamientos parciales y/o totales que ofrecen gobiernos y/o instituciones amigas para que ecuatorianos y ecuatorianas realicen estudios en diversas áreas del conocimiento, cursos cortos y capacitaciones especializadas. Por tanto, estas becas varían de acuerdo a la oferta actual de las instituciones y países cooperantes.	

Fuente: Becas nacionales

Las becas en el extranjero si bien es cierto, reducen el número de estudiantes de las universidades nacionales, ya que muchos bachilleres optarán por universidades internacionales, sin embargo al tener un mayor número de profesionales graduados en el extranjero gracias a las becas otorgadas por el gobierno, las universidades nacionales tendrán la responsabilidad de acoplar sus perfiles de egreso en función de las universidades extranjeras y tratar de asemejarse a los modelos de educación de los demás países para obtener profesionales con las suficientes características para competir con los profesionales que vendrán del extranjero.

OPORTUNIDAD

El departamento de ciencias administrativas y de comercio ha realizado un estudio de pertinencia evaluando todos los factores que afectan a la carrera y como lo hacen, además de indicar cuál es el estado actual y la prospectiva que se tiene de la carrera. Dentro de esta matriz la carrera se alinea a los artículos: 27, 283, 335,336, 337 de la actual constitución del Ecuador en la cual se detalla los diversos planes de acción que se tienen para poder cumplir con los objetivos de: Plan del buen vivir, matriz productiva, plan de ciencia tecnología y saberes. El departamento cuenta con la matriz en la cual tiene toda la información necesaria y se detalla a continuación

Tabla 28. Análisis de Pertinencia

Tabla Análisis de pertinencia OBJETIVOS DE LA CARRERA	CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO	MISIÓN DE LA ESPE	PLAN ZONAL 2 (Provincia de Pichincha)	PLAN ZONA 9 (Cantón Quito)	PLAN DEL BUEN VIVIR (2013-2017)	PLAN DE CIENCIA, TECNOLOGÍA Y SABERES A. 2010	MATRIZ PRODUCTIVA, 2012	OBJETIVOS DEL MILenio 2000
<p><u>COMPETENCIAS GENERICAS</u></p> <p><i>Demuestra en su accionar profesional valores universales y propios de la profesión en diversos escenarios organizacionales y tecnológicos, fomentando el desarrollo de</i></p>	<p>Art. 27.- La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de</p>	<p>Formar académicos, profesionales e investigadores de excelencia, creativos, humanistas, con capacidad de liderazgo, pensamiento crítico y alta conciencia ciudadana; generar, aplicar y difundir el</p>	<p>La construcción de un nuevo modelo de Estado, con énfasis en estas estructuras zonales desconcentradas, comprende cuatro grandes desafíos: la territorialización de la política pública</p>	<p>Posicionar a Quito como una ciudad-región, que figure entre las principales ciudades productivas y de oferta de servicios de calidad a sus ciudadanos, en el contexto latinoamericano.</p> <p>Promocionar la inversión en</p>	<p>Generar incentivos para actividades productivas y comerciales que impulsen la distribución solidaria y equitativa de la riqueza, a partir del apoyo a la construcción del sistema económico social y solidario.</p> <p>Definir e</p>	<p>Incorporar los resultados de la investigación al aparato productivo y educativo para contribuir a mejorar la calidad y el nivel de vida de las y los ecuatorianos.</p> <p>Incorporar las nuevas</p>	<p>Contar con nuevos esquemas de generación, distribución y redistribución de la riqueza;</p> <p>Reducir la vulnerabilidad de la economía ecuatoriana;</p> <p>Eliminar las inequidades territoriales;</p> <p>Incorporar a los actores que históricamente han sido excluidos del esquema de desarrollo de</p>	<p>Objetivo 7: Garantizar el sustento del medio ambiente.</p> <p>Objetivo 8: Fomentar una</p>

Continúa...

<p><i>las ciencias, las artes, el respeto a la diversidad cultural y equidad de género</i></p> <p><i>Interpreta y resuelve con calidad problemas de la realidad aplicando métodos de investigación y propios de las ciencias, herramientas tecnológicas y variadas fuentes de información científica, técnica y cultural con ética profesional, trabajo en</i></p>	<p>competencias y capacidades para crear y trabajar. La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional.</p> <p>Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:</p> <p>1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del Objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo. 2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la</p>	<p>conocimiento y, proporcionar e implementar alternativas de solución a los problemas del país acorde al plan nacional de desarrollo</p> <p>para atender necesidades específicas de los distintos territorios; el establecimiento de criterios de ordenación del territorio a partir de funciones y roles específicos; el fomento de dinámicas zonales que aporten a la concreción del Plan Nacional para el Buen Vivir y la estrategia de acumulación y</p>	<p>Investigación + Desarrollo + Innovación (I+D+i) orientada a mejorar la capacidad productiva local, la generación de empleo y la incorporación de valor agregado local en todo el tejido productivo del DMQ.</p> <p>Fortalecer las economías populares, sociales y solidarias, así como de las PYMES, en su desempeño social y económico,</p>	<p>implementar modalidades de prestación de bienes y servicios públicos que definan la participación del Estado, del sector privado y de la economía popular y solidaria, y garanticen el cumplimiento de derechos.</p> <p>Mejorar continuamente los procesos, la gestión estratégica y la aplicación de tecnologías de información y comunicación, para optimizar los servicios prestados por el Estado.</p>	<p>tecnologías de la información y la comunicación a la generación y difusión del conocimiento para que contribuyan a impulsar la producción nacional con la consiguiente mejora de calidad de vida de la población.</p>	<p>mercado</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. alimentos frescos y procesados 2. Biotecnología (bioquímica y biomedicina) 3. Biotecnología (bioquímica y biomedicina) 4. energías renovables 5. Industria farmacéutica 6. Metalmeccánica 7. Petroquímica 8. Productos forestales 	<p>asociación mundial para el desarrollo.]</p> <p>Objetivo 3: Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.</p>
--	---	---	---	---	--	--	--

Continúa...

<p><i>las ciencias, las artes, el respeto a la diversidad cultural y equidad de género</i></p>	<p>competencias y capacidades para crear y trabajar. La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional.</p>	<p>conocimiento y, proporcionar e implementar alternativas de solución a los problemas del país acorde al plan nacional de desarrollo</p>	<p>para atender necesidades específicas de los distintos territorios; el establecimiento de criterios de ordenación del territorio a partir de funciones y roles específicos; el fomento de dinámicas zonales que aporten a la concreción del Plan Nacional para el Buen Vivir y la estrategia de acumulación y</p>	<p>Investigación + Desarrollo + Innovación (I+D+i) orientada a mejorar la capacidad productiva local, la generación de empleo y la incorporación de valor agregado local en todo el tejido productivo del DMQ.</p>	<p>implementar modalidades de prestación de bienes y servicios públicos que definan la participación del Estado, del sector privado y de la economía popular y solidaria, y garanticen el cumplimiento de derechos.</p>	<p>tecnologías de la información y la comunicación a la generación y difusión del conocimiento para que contribuyan a impulsar la producción nacional con la consiguiente mejora de calidad de vida de la población.</p>	<p>mercado</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. alimentos frescos y procesados 2. Biotecnología (bioquímica y biomedicina) 3. Biotecnología (bioquímica y biomedicina) 4. energías renovables 5. Industria farmacéutica 6. Metalmecánica 7. Petroquímica 8. Productos forestales 	<p>asociación mundial para el desarrollo.]</p> <p>Objetivo 3: Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer</p>
<p><i>Interpreta y resuelve con calidad problemas de la realidad aplicando métodos de investigación y propios de las ciencias, herramientas tecnológicas y variadas fuentes de información científica, técnica y cultural con ética profesional, trabajo en</i></p>	<p>Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del Objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo. 2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para Impulsar la inserción estratégica del país en la 			<p>Fortalecer las economías populares, sociales y solidarias, así como de las PYMES, en su desempeño social y económico,</p>	<p>Mejorar continuamente los procesos, la gestión estratégica y la aplicación de tecnologías de información y comunicación, para optimizar los servicios prestados por el Estado.</p>			

Continúa...

<i>equipo y respeto a la propiedad intelectual</i>	economía mundial. 3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales. 5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.	(re)distribución en el largo plazo (PNBV: 401; RO 165); y, propiciar una nueva estructura administrativa que articule la gestión de las intervenciones públicas en los territorios zonales.	potenciando las capacidades de sus actores y generando condiciones que garanticen su sustentabilidad.	Fortalecer las capacidades de las entidades e instituciones públicas encargadas de la regulación y el control.	de madera 9. servicios ambientales 10. Tecnología (software, hardware y servicios informáticos) 11. Vehículos, automotores, carrocerías y partes 12. Construcción 13. Transporte y logística 14. Turismo
<i>Lidera con espíritu emprendedor proyectos de desarrollo social y empresarial en correspondencia con los requerimientos del entorno nacional, latinoamericano y mundial</i>	6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el Sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.	Asimismo, en la provincia de Pichincha, especialmente en los cantones Quito, Rumiñahui (Sangolquí) y Mejía	Promoción y fortalecimiento de los procesos de creación, formación, producción, distribución, circulación, y consumo de los bienes y servicios culturales	Implementar estrategias de comunicación y promoción ciudadana, para la difusión de los efectos y los beneficios de las regulaciones del Estado.	
<i>Promueve una cultura de conservación del ambiente en la práctica profesional y social</i>	Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación		Promover la formación y capacitación de	Implementar mantener sistemas de gestión de la calidad y la excelencia basados en normativas reconocidas internacional	

Continúa...

<p><u>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</u></p> <p><i>Emprende nuevos proyectos, integrando criterios de la administración, la mercadotecnia, finanzas y legislación, con la realidad del entorno, con proyección sostenible y sustentable demostrando trabajo en equipo, rigor científico y compromiso social</i></p>	<p>especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.</p> <p>El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal</p> <p>Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una</p>	<p>(Machachi), se encuentran empresas industriales como <u>Novopan</u>, <u>Acerías del Ecuador</u>, <u>Adelca</u>, <u>Licoresa</u>, <u>KFC</u>, <u>Tesalia</u>, <u>Prosegraf</u>, <u>Incubadora Anhalzer</u>, <u>Molino El Cóndor</u>, <u>Muebles Gallardo</u>, <u>Superblock</u>, <u>Colchones Paraíso</u>, <u>La Jugosa</u>, <u>Lechera Andina</u>, <u>Textiles del Valle</u>, <u>Laboratorio s Ninfa</u>, <u>La Campesina</u>, <u>Empresas Ensamblado</u></p>	<p>funcionarios públicos como parte de su carrera profesional.</p> <p>Generar capacidades en las empresas públicas para una gestión eficiente y estratégica.</p> <p>Democratizar la prestación de bienes y servicios a través de las empresas públicas.</p> <p>Promover y apoyar iniciativas de</p>	<p>mente.</p> <p>Profundizar la aplicación de mecanismos de selección, profesionalización, promoción, seguimiento y evaluación del talento humano, para garantizar la eficiencia y la calidad de la gestión pública</p>
---	---	--	---	---

<p><i>Administra todos los niveles de la empresa utilizando herramientas técnicas para las áreas de talento humano, finanzas, mercadotecnia y operaciones con creatividad, ética y responsabilidad social acorde a la naturaleza de la organización.</i></p> <p><i>Asesora y propone alternativas de solución a</i></p>	<p>relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones Materiales e inmateniales que posibiliten el buen vivir.</p> <p>Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de La intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y</p>	<p>ras de vehículos, entre otras. La actividad de estas empresas genera aproximadamente 4.565 plazas de trabajo en Pichincha, sobre todo, en Quito.</p> <p>El sistema económico de la Zona 2 se desarrolla alrededor de tres actividades principales: la producción agropecuaria y de flores; industria y servicios; y,</p>	<p>economía popular y solidaria y MIPYMES mediante mecanismos de asistencia técnica, circuitos económicos, aglomeración de economías familiares, sistemas de comercialización alternativa, fortalecimiento de la capacidad de negociación y acceso a financiamiento, medios de producción, conocimientos y capacidades, acorde a las potencialidades territoriales.</p>
---	--	---	---

Continúa...

<p><i>la problemática de la gestión empresarial mediante el soporte científico-técnico, con pensamiento crítico y responsabilidad social</i></p>	<p>oportunidades, lo que se definirá mediante ley.</p> <p>Art. 337.- El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la Participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica.</p>	<p>turismo</p>
--	---	-----------------------

Fuente: Análisis de pertinencia CEAC

4.3 Análisis Interno

Acreditación:

La Escuela Politécnica del Ejército está ACREDITADA por el CONEA en el año 2010, para lo cual aprobó los estándares e indicadores en los que se basó el organismo para la acreditación. Mediante Resolución 006-CONEA-2010-107-DC, de fecha 7 de enero de 2010, el Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior del Ecuador, CONEA, otorgó a la ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO, el Certificado de ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL por cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica de Educación Superior, el Reglamento General del Sistema Nacional de Evaluación y del Reglamento de los Procesos de Acreditación de las Universidades y Escuelas Politécnicas. (ESPE, 2010)

La acreditación de la universidad permite tener un sello de calidad, con el cual se garantiza que la universidad cumple con todos los estándares establecidos y que garantiza la buena educación a quienes conforman la universidad.

FORTALEZA

Número de Estudiantes:

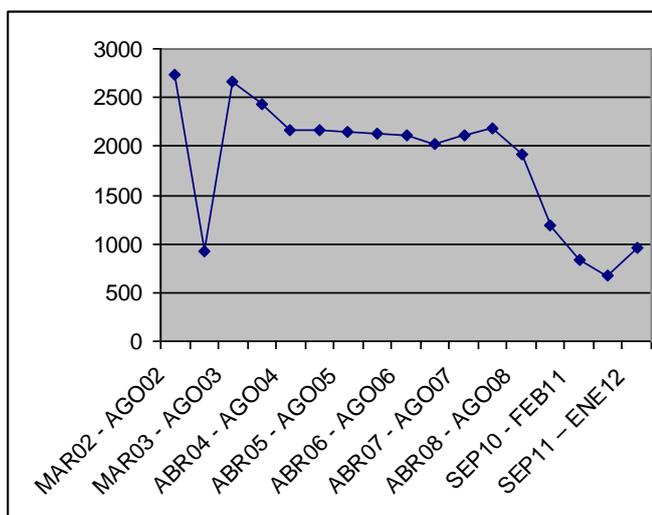
En el semestre 2011-2012 la Carrera cuenta con 957 estudiantes propios de la Modalidad a Distancia (no se contemplan alumnos de otras Carreras presenciales que

reciben algunas materias en la MED). Es decir que la carrera de ingeniería comercial tiene una alta aceptación de la carrera.

Tabla 29. Estudiantes por período académico

PERÍODO	ESTUDIANTES	
	No.	Variación
ACADÉMI CO		
MAR02 - AGO02	2741	
SEP02 - FEB03	915	-66,62%
MAR03 - AGO03	2660	190,71%
SEP03 - FEB04	2425	-8,83%
ABR04 - AGO04	2166	-10,68%
SEP04 - MAR05	2167	0,05%
ABR05 - AGO05	2154	-0,60%
SEP05 - MAR06	2122	-1,49%
ABR06 - AGO06	2111	-0,52%
OCT06 - FEB07	2016	-4,50%
ABR07 - AGO07	2120	5,16%
OCT07 - FEB 08	2188	3,21%
ABR08 - AGO08	1918	-12,34%
MAR10 - JUL10	1196	-37,64%
SEP10 - FEB11	831	-30,52%
MAR11 - JUL11	674	-18,89%
SEP11 - ENE12	957	41,99%

Fuente: Rediseño Ingeniería Comercial

Gráfica 14. Número de Estudiantes Ingeniería Comercial

Fuente: Rediseño Ingeniería Comercial

La carrera de ingeniería comercial desde el año 2002 durante sus semestres ha tenido picos altos y bajos del número de alumnos de la carrera, principalmente en los años 2002 y 2003 en los cuales se redujeron significativamente los alumnos para posteriormente contar con un número similar de alumnos que el año 2002, sin embargo durante los semestres de los años 2004 hasta el 2008 se presenta estabilidad, para luego nuevamente sufrir una disminución del número de alumnos en los años 2010 y 2012, actualmente existe una tendencia creciente y la carrera cuenta con 957 alumnos, que es una cantidad adecuada que puede recibir una educación de calidad.

FORTALEZA

La Carrera de Ingeniería Comercial MED es la que posee el mayor numérico de estudiantes de la ESPE.

FORTALEZA

Infraestructura:

El campus de Sangolquí de la ESPE se encuentra localizado en el valle de los Chillos a 22 Kilómetros de Quito. El siguiente gráfico indica todos los servicios que cuenta la universidad para sus alumnos:

Tabla 30. Infraestructura ESPE

REGIÓN	Sierra
PROVINCIA	Pichincha
CANTÓN	Rumiñahui
PARROQUIA	Santa Clara
DIRECCIÓN	Av. Gral Rumiñahui s/n
NÚM. OFICINAS ADMINISTRATIVAS	27
NÚM. OFICINAS ACADÉMICAS	47
NÚM. AULAS	152
NÚM. LABORATORIOS	75
NÚM. TALLERES	5
NÚM. ESTACIONES EXPERIMENTALES	1 Centro de investigaciones espaciales
NÚM. AUDITORIOS	3
NÚM. SALAS DE CONFERENCIAS	8
NÚM. BIBLIOTECAS	1
NÚM. CAMPOS DEPORTIVOS	1
NÚM. COLISEOS	1
NÚM. ESPACIOS DE RECREACIÓN	2
NÚM. RESTAURANTES	1
NÚM. CAFETERÍAS	2
NÚM. BARES	1
NÚM. ESTACIONAMIENTOS	593
OTROS SERVICIOS	22
NÚM. TOTAL DE PUPITRES	6000
NÚM. ESTACIONES TRABAJO DOCENTES	1377
TOTAL METROS CUADRADOS AULAS	14531,72

Fuente: Página Oficial ESPE

Se cuenta con 358 aulas de la especialización de la Carrera, que en promedio se tendría 3 estudiantes por aula virtual (957 estudiantes / 358 aulas virtuales).

En cuanto a la Carrera cuenta con los siguientes laboratorios de la ESPE que cuenta con software en las siguientes áreas:

- a. Mercadotecnia
- b. Investigación de Mercado
- c. Contabilidad y Auditoría
- d. Modelos de Simulación

ÁREAS DE CONOCIMIENTO

- Finanzas
- Auditoría
- Contabilidad
- Operaciones
- Administración
- Economía
- Mercadotecnia.

FORTALEZA

No se cuenta con insumos y sistemas informáticos aplicables a la carrera de Ingeniería Comercial a Distancia. **DEBILIDAD**

No existen espacios dedicados para los profesores a tiempo completos, ni tampoco para los docentes a tiempo parciales. **DEBILIDAD**

Área académica

La carrera de ingeniería comercial busca formar profesionales íntegros en todas las ramas, no solamente en el aspecto académico relacionado con el área específica de su carrera, sino por el contrario, busca formar personas con conocimientos completos, tomando en cuenta aspectos de cultura general y materias optativas que permite a los profesionales de ingeniería comercial tener mayores oportunidades en el mercado laboral.

Competencias

La siguiente tabla muestra las diferentes competencias que la carrera de ingeniería comercial imparte a sus alumnos:

Tabla 31. Competencias de la Carrera ingeniería comercial

COMPETENCIAS	UNIDAD DE COMPETENCIA	ASIGNATURAS
1. Demuestra en su accionar profesional valores universales y propios de la profesión, demostrando inteligencia emocional y creatividad en el desarrollo de las ciencias, las artes, el respeto a la diversidad cultural y equidad de género.	<p>Interpreta el sistema de valores generales que caracterizan un profesional en la sociedad contemporánea.</p> <p>Investiga sobre los valores específicos que caracterizan a la profesión y los relaciona con los contenidos científicos técnicos de estudio</p> <p>Demuestra dentro del proceso de formación profesional, creatividad, equilibrio emocional, respeto a la diversidad cultural y equidad de género.</p>	<p><u>Humanísticas:</u></p> <p>Apreciación de la Escultura(*)</p> <p>Apreciación de la Música(*)</p> <p>Apreciación del Cine(*)</p> <p>Apreciación de la Literatura(*)</p> <p>Apreciación de la Pintura(*)</p>

Continúa...

<p>2. Interpreta y resuelve problemas de la realidad aplicando métodos de investigación, métodos de las ciencias, herramientas tecnológicas y diversas fuentes de información en idioma nacional y extranjero, con honestidad, responsabilidad, trabajo en equipo y respeto a la propiedad intelectual</p>	<p>Interpreta y procesa información científica técnica relacionada con la profesión y de proyección general para la vida</p> <p>Resuelve problemas vinculados con el quehacer de la profesión, con la aplicación de bases científico técnicas de carácter básico.</p> <p>Resuelve problemas de la realidad con la aplicación de contenidos de la profesión; así como de proyección empresarial y cultura en general.</p>	<p>Comunicación oral y escrita Metodología de la Investigación</p>
<p>3. Demuestra cualidades de liderazgo y espíritu emprendedor para la gestión de proyectos empresariales y sociales, en los sectores públicos y privados.</p>	<p>Identifica la realidad social y empresarial relativa a la profesión</p> <p>Propone ideas de nuevos negocios y proyectos de desarrollo económico y social</p> <p>Conduce procesos de planificación y ejecución de proyectos de desarrollo empresarial</p>	<p>Realidad Nacional y geopolítica</p> <p>Desarrollo de Emprendedores</p> <p>Liderazgo Gestión empresarial Gestión de la calidad</p>
<p>4. Promueve una cultura de conservación del ambiente en la práctica profesional y social.</p>	<p>Identifica el comportamiento del ambiente con profesionales de la carrera</p> <p>Valora críticamente el estado del ambiente en los entornos laborales y sociales relacionados con la profesión</p> <p>Propone medidas de intervención para atender problemas ambientales vinculados con la profesión y de proyección general.</p>	<p>Gestión Ambiental(**)</p>
<p>• Asignatura obligatoria para la formación integral</p>		<p>Cultura Física</p>

Fuente: CEAC formatos y matrices de trabajo para el diseño curricular basado en competencias

Se cuenta con la descripción de Competencias de la Carrera, que pueden considerarse como Objetivos educativos.

Al tener una descripción por competencias se puede alinear de mejor manera hacia los objetivos institucionales.

FORTALEZA

Convalidación

La Universidad de las Fuerzas Armadas, ESPE ofrece la opción que las personas que hayan estudiado en otras universidades y que por diferentes motivos hayan decidido cambiar su universidad lo puedan hacer, para esto el alumno que desea convalidar sus materias debe tomar en cuenta los siguientes puntos, para que de esta manera pueda convertirse en un alumno de la ESPE y pueda convalidar sus materias.

En el reglamento interno de la ESPE se detallan en los artículos: 58, 78, 122, 40, 43, 45, 41 y 89 los lineamientos que se deben seguir para poder realizar las convalidaciones en caso de anteriormente haber estudiado en otra universidad.

También para poder realizar la convalidación se requiere de varios documentos que son detallados a continuación:

Tabla 32. Documentos para la convalidación

DOCUMENTACIÓN PARA CONVALIDACIÓN
Record académico original de la universidad de origen de los estudios
Programas analíticos certificados con carga horaria de materias aprobadas.
Certificación de la universidad de origen de estudios, de no tener impedimento a continuar estudios.
Comprobante de haber pagado los derechos en la Cta. ESPE 80002586604 sub línea 30200 (cuenta instituciones públicas) Banco Pichincha o Rumiñahui.
Estos documentos deben presentarse al menos con 30 días de anticipación.
Si es estudiante extranjero debe presentar el permiso domiciliario definitivo o el pasaporte con la visa, igualmente no deberá tener ningún impedimento para continuar con sus estudios.

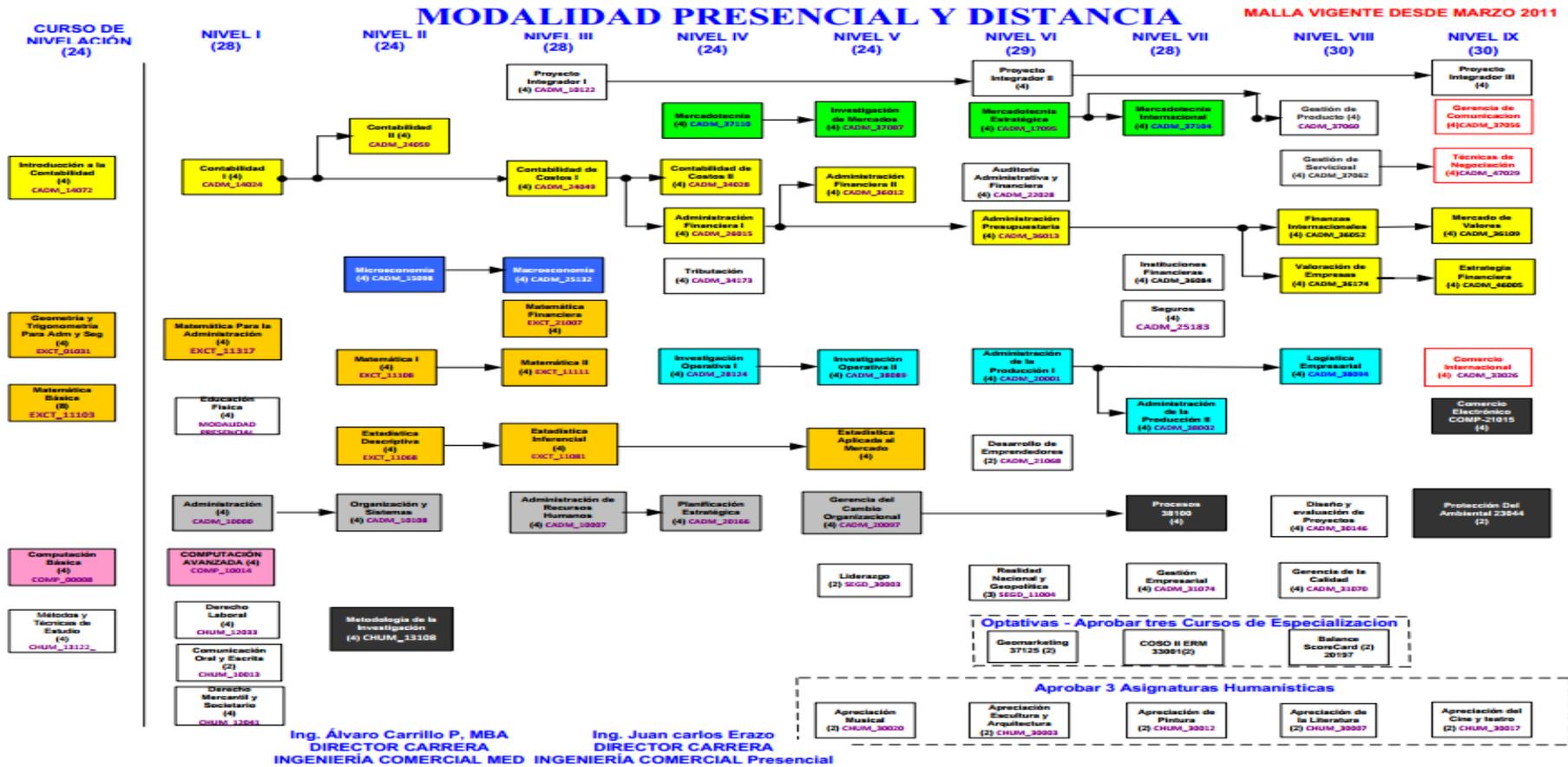
Fuente: Reglamento ESPE

La carrera cuenta con políticas claras de convalidación de estudios realizados en otros programas con la finalidad de facilitar la transferencia estudiantil.

FORTALEZA

Malla Curricular:

Gráfica 15. Malla Curricular



Fuente: CEAC

La carrera de ingeniería comercial ha realizado variaciones en los últimos años para obtener la malla actual de la carrera, sin embargo, la actual malla de la carrera de ingeniería comercial tiene materias de diferentes áreas; la tabla presentada a continuación indica el número de créditos que tiene cada una de ellas.

Tabla 33. Áreas de conocimiento

Áreas de Conocimiento	Nro. De créditos	% del total
Asignaturas del área de ciencias exactas	40	14,87%
Ciencias de la computación	8	2,97%
Área administrativa	24	8,92%
Economía	8	2,97%
Mercadotecnia	16	5,95%
Área Contable-financiera	60	22,30%
Optativas	6	2,23%
Humanísticas	6	2,23%
Asignaturas institucionales	33	12,27%
Proyecto integrador	12	4,46%
Derecho y tributación	12	4,46%
Investigación operativa y logística	20	7,43%
Negociación , comunicación, comercio internacional	24	8,92%
Total	269	100,00%

Fuente: Malla curricular

Derivado de esta información podemos obtener varias fortalezas y debilidades de la carrera de ingeniería comercial que son detalladas a continuación:

En la carrera de Ingeniería Comercial se cuenta con proyectos integradores en los diferentes niveles formación académica. **FORTALEZA**

Los trabajos de titulación de los graduados de la carrera están relacionados con las líneas de vinculación del programa. **FORTALEZA**

La Carrera cuenta con una Malla Curricular que se estructura por Áreas de Conocimiento, no se ajusta a requisitos de CONEA para ser Ingeniería.

DEBILIDAD

Evaluaciones y seguimiento estudiantes y docentes

La carrera no cuenta con un programa específico de seguimiento hacia los graduados en la carrera de ingeniería comercial, por lo tanto no existe un sistema de monitoreo del cumplimiento de los objetivos educacionales para el adecuado seguimiento del estudiante

DEBILIDAD

Cada semestre a través del sistema de la ESPE se permite a los estudiantes realizar una evaluación en línea para calificar a sus docentes.

Gráfica 16. Evaluación docente

ESPE
SOCIEDAD POLITÉCNICA DEL ECUADOR
CAMINO A LA EXCELENCIA

**EL VICERRECTORADO ACADÉMICO
Y LA UNIDAD DESARROLLO EDUCATIVO**

EVALUACIÓN
del desempeño docente

Etapas de la Evaluación del desempeño docente	
Heteroevaluación	Hasta el 16 de agosto de 2013
Autoevaluación	
Coevaluación y Evaluación por parte de los directivos	Desde el 23 de julio hasta el 16 de agosto de 2013

Ingresar al portal de servicios MI ESPE, para aplicar los cuestionarios de evaluación.

Evaluar para mejorar!

www.espe.edu.ec

Fuente: ESPE

Sin embargo estas evaluaciones se las realizan semestralmente, lo cual no permite evaluar si el estudiante adquirió o no las competencias declaradas en el pensum académico establecido en el syllabus de la materia.

DEBILIDAD

Por otra parte, existe una mínima participación de los Docentes en Investigación, así 4 libros que representa el 1.83% en relación a la planta docente, y 2 artículos que es el 0,91% del total de Docentes.

DEBILIDAD

De los proyectos y tesis de titulación el 20.68% son proyectos de inversión, 79.32% son proyectos de vinculación y 0% de investigación.

DEBILIDAD

La colocación y seguimiento de pasantías de la Carrera, se encuentra centralizado en un solo Docente Tiempo Completo del Departamento, lo que dificulta su gestión. **DEBILIDAD**

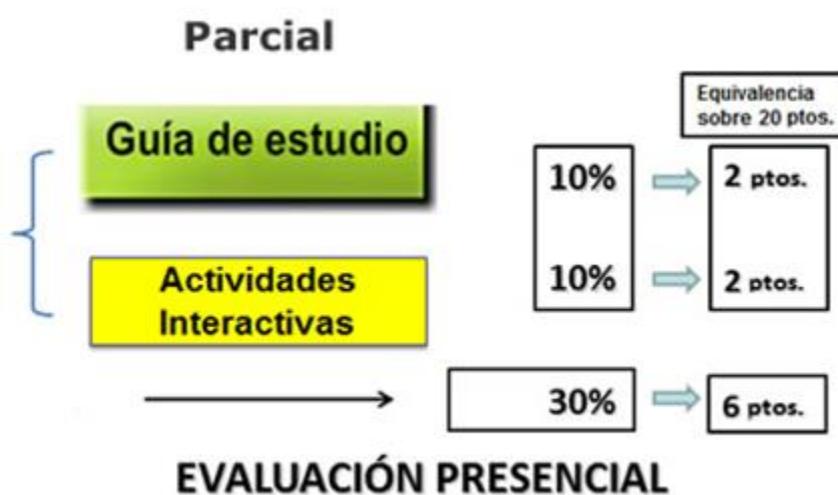
No se evalúa la tasa de deserción estudiantil antes de que el estudiante haya aprobado el 25% de los créditos de la carrera.

DEBILIDAD

Estudiantes MED

La carrera de ingeniería comercial cuenta con la posibilidad de que los estudiantes puedan realizar sus estudios en la modalidad a distancia, a través de esta modalidad se realizan varias actividades y se obtienen las calificaciones a través de un programa establecido.

Gráfica 17. Metodología de estudios MED



Fuente: Página oficial ESPE

La presente imagen muestra los valores y porcentajes que representa cada actividad dentro del sistema de educación a distancia, para lo cual el alumno realiza varias actividades para tener su puntuación final, cabe recalcar que para aprobar la materia debe alcanzar un puntaje mínimo de 14 puntos.

Tabla 34. Criterios de calificación actividades interactivas

FORO	TRABAJO COLABORATIVO	WIKI
Participación oportuna	Interacciones entre los cursantes	Estructura final de la wiki: color, imágenes, tamaño de la letra
Coherencia, argumentación y pertinencia en el tema planteado	Definición de la estrategia y el diseño de las actividades propuestas.	Creatividad del contenido
Interacción con el grupo, (comentar brevemente la participación de compañero (s))	Presentación (formato)	La nota es grupal, sin embargo si no hay registro de participación por parte del cursante, tendrá cero.
Manejo adecuado de los contenidos del curso	Envío en la fecha establecida	La wiki no es un espacio que se pueda cerrar, no se aceptará modificaciones a la misma o intervenciones luego de la fecha establecida
Ortografía	Envío por la vía correcta (correo, foro)	Semántica y ortografía
Tomar en cuenta las normas de comunicación en entornos virtuales	Colocar las fuentes bibliográficas	Colocar las fuentes bibliográficas
Participaciones no consecutivas, (un mínimo de tres intervenciones, luego de al menos dos participaciones de compañeros)		

Fuente: Página oficial ESPE

Por otra parte la ESPE cuenta con una plataforma virtual, en la cual cada alumno cuenta con un usuario y contraseña para poder ingresar y realizar sus actividades.

A pesar de que se tiene establecido claramente las metodologías de estudio y de calificación en la modalidad de Educación a distancia, existen problemas que se han suscitado en la carrera y que se detallan a continuación:

La recopilación de exámenes presenciales de los estudiantes de la MED implica la realización de muchas tareas operativas y uso de recursos humanos y materiales, sin aprovechar el uso de las TICS.

DEBILIDAD

La asistencia de estudiantes a tutorías presenciales es muy limitada.

DEBILIDAD

Limitadas habilidades y conocimientos de los estudiantes para el uso de las herramientas en el aula virtual.

DEBILIDAD

4.4 Análisis FODA

Matrices FODA

Matriz Resumen

Para poder evaluar el análisis realizado se debe realizar 4 matrices que permita llegar al objetivo deseado:

Tabla 35. Matriz resumen

ANALISIS INTERNO		ANALISIS EXTERNO	
FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
F1	La Escuela Politécnica del Ejército está ACREDITADA por el CONEA en el año 2010.	O1	La reducción de la tasa de desempleo incentiva a las personas para que estudien más
F2	En el semestre 2011-2012 la Carrera cuenta con 957 propios de la Modalidad a Distancia (no se contemplan alumnos de otras Carreras presenciales que reciben algunas materias en la MED).	O2	El incremento salarial incentiva a que las personas se preparen más y adquieran títulos de 3er nivel
F3	Se cuenta con 358 aulas de la especialización de la Carrera, que en promedio se tendría 3 estudiantes por aula virtual (957 estudiantes / 358 aulas virtuales).	O3	La ley orgánica de Educación permite que se maneje de mejor manera la educación superior, otorgando a organismos la potestad de dar seguimiento en el aseguramiento de la calidad de la educación
F4	Se cuenta con la descripción de Competencias de la Carrera, que pueden considerarse como Objetivos educacionales.	O4	El reglamento garantiza que la ley de Educación se cumpla adecuadamente
F5	La carrera cuenta con políticas claras de convalidación de estudios realizados en otros programas con la finalidad de facilitar la transferencia estudiantil.	O5	El plan nacional de desarrollo busca alinear a la sociedad con mejores oportunidades, dentro de esta la educación al brindar iguales oportunidades para todos.

Continúa...

F6	En la carrera de Ingeniería Comercial se cuenta con proyectos integradores en los diferentes niveles formación académica.	O6	La matriz productiva busca cambiar el sistema de producción, para lo cual se requiere de más profesionales altamente capacitados
F7	Los trabajos de titulación de los graduados de la carrera están relacionados con las líneas de vinculación del programa.	O7	La regionalización permite que se descentralice el poder en los sectores productivos y que todos tengan iguales oportunidades
F8	La Carrera de Ingeniería Comercial MED es la que posee el mayor numérico de estudiantes de la ESPE	O8	Las empresas cada vez buscan profesionales más capacitados y ofrecen mejores beneficios a sus colaboradores
F9	Las aulas virtuales brindan el 100% de evidencias del proceso enseñanza – aprendizaje	O9	Las universidades ofrecen cada vez mejores servicios y tratan de estar mejorando, lo cual permite que las demás no se queden atrás
DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	La Carrera cuenta con una Malla Curricular que se estructura por Áreas de Conocimiento, no se ajusta a requisitos de CONEA para ser Ingeniería.	A1	El promedio de años de educación es de 8 años, lo cual reduce el número de personas para estudiar en la universidad
D2	No se cuenta con insumos y sistemas informáticos aplicables a la carrera de Ingeniería Comercial a Distancia.	A2	El proceso de admisión del SNNA impide que los alumnos escojan las carreras que desean
D3	No existen espacios dedicados para los profesores a tiempo completos, ni tampoco para los docentes a tiempo parciales.	A3	EL programa de becas hace que los estudiantes quieran salir a estudiar en el exterior, dando preferencia a universidades fuera del país en lugar de nacionales

Continúa...

D4 **No existe un sistema de monitoreo del cumplimiento de los objetivos educacionales para el adecuado seguimiento del estudiante**

D5 Se realizan Evaluaciones a los Docentes semestralmente, pero no se evalúa del mismo modo si el alumno adquiere las competencias declaradas.

D6 **Mínima participación de los Docentes en Investigación, así 4 libros que representa el 1.83% en relación a la planta docente, y 2 artículos que es el 0,91% del total de Docentes.**

D7 De los proyectos y tesis de titulación el 20.68% son proyectos de inversión, 79.32% son proyectos de vinculación y 0% de investigación.

D8 Carencia de un Sistema Efectivo de Monitoreo al Graduado y Egresados de la Carrera de Ingeniería Comercial.

D9 La colocación y seguimiento de pasantías de la Carrera, se encuentra centralizado en un solo Docente Tiempo Completo del Departamento, lo que dificulta su gestión.

Continúa...

D10 No se evalúa la tasa de deserción estudiantil antes de que el estudiante haya aprobado el 25% de los créditos de la carrera.

D11 La recopilación de exámenes presenciales de los estudiantes de la MED implica la realización de muchas tareas operativas y uso de recursos humanos y materiales, sin aprovechar el uso de las TICS.

D12 El Director de Carrera no cuenta con información actual académica por falta de accesos y utilitarios del Banner

D13 La asistencia de estudiantes a tutorías presenciales es muy limitada.

D14 Limitadas habilidades y conocimientos de los estudiantes para el uso de las herramientas en el aula virtual.

Matrices de impacto

Matrices de impacto interno

Tabla 36. Matriz de Impacto Fortalezas

FORTALEZAS		Alto	Medio	Bajo
F1	<u>La Escuela Politécnica del Ejército está ACREDITADA por el CONEA en el año 2010.</u>	5		
F2	<u>En el semestre 2011-2012 la Carrera cuenta con 957 propios de la Modalidad a Distancia (no se contemplan alumnos de otras Carreras presenciales que reciben algunas materias en la MED).</u>	5		
F3	<u>Se cuenta con 358 aulas de la especialización de la Carrera, que en promedio se tendría 3 estudiantes por aula virtual (957 estudiantes / 358 aulas virtuales).</u>	5		
F4	Se cuenta con la descripción de Competencias de la Carrera, que pueden considerarse como Objetivos educacionales.		3	
F5	La carrera cuenta con políticas claras de convalidación de estudios realizados en otros programas con la finalidad de facilitar la transferencia estudiantil.			1
F6	<u>En la carrera de Ingeniería Comercial se cuenta con proyectos integradores en los diferentes niveles formación académica.</u>	5		
F7	<u>Los trabajos de titulación de los graduados de la carrera están relacionados con las líneas de vinculación del programa.</u>	5		
F8	La Carrera de Ingeniería Comercial MED es la que posee el mayor numérico de estudiantes de la ESPE			1
F9	Las aulas virtuales brindan el 100% de evidencias del proceso enseñanza – aprendizaje			1
TOTAL		25	3	3

Las fortalezas que tienen más incidencia en la matriz de ponderación F1, F2, F3, F6 y F7, las cuales son más fuertes y pueden influenciar de mejor manera a la carrera de ingeniería comercial.

Tabla 37. Matriz de Impacto Debilidades

DEBILIDADES		Alto	Medio	Bajo
D1	<u>La Carrera cuenta con una Malla Curricular que se estructura por Áreas de Conocimiento, no se ajusta a requisitos de CONEA para ser Ingeniería.</u>	5		
D2	<u>No se cuenta con insumos y sistemas informáticos aplicables a la carrera de Ingeniería Comercial a Distancia.</u>	5		
D3	No existen espacios dedicados para los profesores a tiempo completos, ni tampoco para los docentes a tiempo parciales.		3	
D4	<u>No existe un sistema de monitoreo del cumplimiento de los objetivos educacionales para el adecuado seguimiento del estudiante</u>	5		
D5	<u>Se realizan Evaluaciones a los Docentes semestralmente, pero no se evalúa del mismo modo si el alumno adquiere las competencias declaradas.</u>	5		
D6	<u>Mínima participación de los Docentes en Investigación, así 4 libros que representa el 1.83% en relación a la planta docente, y 2 artículos que es el 0,91% del total de Docentes.</u>	5		
D7	<u>De los proyectos y tesis de titulación el 20.68% son proyectos de inversión, 79.32% son proyectos de vinculación y 0% de investigación.</u>	5		
D8	<u>Carencia de un Sistema Efectivo de Monitoreo al Graduado y Egresados de la Carrera de Ingeniería Comercial.</u>	5		
D9	La colocación y seguimiento de pasantías de la Carrera, se encuentra centralizado en un solo Docente Tiempo Completo del Departamento, lo que dificulta su gestión.		3	
D10	No se evalúa la tasa de deserción estudiantil antes de que el estudiante haya aprobado el 25% de los créditos de la carrera.		3	
D11	La recopilación de exámenes presenciales de los estudiantes de la MED implica la realización de muchas tareas no se aprovecha el uso de las TICS.			1
D12	<u>El Director de Carrera no cuenta con información actual académica por falta de accesos y utilitarios del Banner</u>	5		
D13	La asistencia de estudiantes a tutorías presenciales es muy limitada.		3	

Continúa...

D14	Limitadas habilidades y conocimientos de los estudiantes para el uso de las herramientas en el aula virtual.			1
TOTAL		40	12	2

Las debilidades con mayor incidencia son: D1, D2, D4, D6, D7, D8 Y D12, las cuales son las que más perjudican a la carrera de ingeniería comercial.

Matrices de impacto externo

Tabla 38. Matriz de Impacto Oportunidades

OPORTUNIDADES		Alto	Medio	Bajo
O1	La reducción de la tasa de desempleo incentiva a las personas para que estudien más		3	
O2	El incremento salarial incentiva a que las personas se preparen más y adquieran títulos de 3er nivel		3	
O3	<u>La ley orgánica de Educación permite que se maneje de mejor manera la educación superior, otorgando a organismos la potestad de dar seguimiento en el aseguramiento de la calidad de la educación</u>	5		
O4	El reglamento garantiza que la ley de Educación se cumpla adecuadamente		3	
O5	<u>El plan nacional de desarrollo busca alinear a la sociedad con mejores oportunidades, dentro de esta la educación al brindar iguales oportunidades para todos.</u>	5		
O6	<u>La matriz productiva busca cambiar el sistema de producción, para lo cual se requiere de más profesionales altamente capacitados</u>	5		
O7	La regionalización permite que se descentalice el poder en los sectores productivos y que todos tengan iguales oportunidades			1
O8	<u>Las empresas cada vez buscan profesionales más capacitados y ofrecen mejores beneficios a sus colaboradores</u>	5		
O9	Las universidades ofrecen cada vez mejores servicios y tratan de estar mejorando, lo cual permite que las demás no se queden atrás		3	
TOTAL		20	12	1

Las oportunidades que mejor se pueden aprovechar son la O3, O5, O6 y o8.

Tabla 39. Matriz de Impacto Amenazas

AMENAZAS		Alto	Medio	Bajo
A1	<u>El promedio de años de educación es de 8 años, lo cual reduce el número de personas para estudiar en la universidad</u>	5	0	
A2	<u>El proceso de admisión del SNNA impide que los alumnos escojan las carreras que desean</u>	5		
A3	EL programa de becas hace que los estudiantes quieran salir a estudiar en el exterior, dando preferencia a universidades fuera del país en lugar de nacionales		3	
TOTAL		10	3	0

Matrices de Acción

Matriz de Área defensiva

La debilidad más evidente es la A1, Y la A2 ya que el número de estudiantes es reducido.

Tabla 40. Matriz de Acción FA

FORTALEZAS/AMENAZAS		El promedio de años de educación es de 8 años, lo cual reduce el número de personas para estudiar en la universidad	El proceso de admisión del SNNA impide que los alumnos escojan las carreras que desean	Total
		A1	A2	
F1	<u>La Escuela Politécnica del Ejército está ACREDITADA por el CONEA en el año 2010.</u>	1	5	6
F2	En el semestre 2011-2012 la Carrera cuenta con 957 propios de la Modalidad a Distancia (no se contemplan alumnos de otras Carreras presenciales que reciben algunas materias en la MED).	1	1	2
F3	<u>Se cuenta con 358 aulas de la especialización de la Carrera, que en promedio se tendría 3 estudiantes por aula virtual (957 estudiantes / 358 aulas virtuales).</u>	1	5	6
F6	En la carrera de Ingeniería Comercial se cuenta con proyectos integradores en los diferentes niveles formación académica.	1	3	4
F7	Los trabajos de titulación de los graduados de la carrera están relacionados con las líneas de vinculación del programa.	1	1	2
Total		5	15	20

Aspectos seleccionados Matriz FA:

- La Escuela Politécnica del Ejército está ACREDITADA por el CONEA en el año 2010.

- Se cuenta con 358 aulas de la especialización de la Carrera, que en promedio se tendría 3 estudiantes por aula virtual (957 estudiantes / 358 aulas virtuales).
- El proceso de admisión del SNNA impide que los alumnos escojan las carreras que desean

Matriz de área ofensiva

Tabla 41. Matriz de Acción FO

FORTALEZAS/OPORTUNIDADES					
		<u>La ley orgánica de Educación permite que se maneje de mejor manera la educación superior, otorgando a organismos la potestad de dar seguimiento en el aseguramiento de la calidad de la educación</u>	O3	1	
		<u>El plan nacional de desarrollo busca alinear a la sociedad con mejores oportunidades, dentro de esta la educación al brindar iguales oportunidades para todos.</u>	O5	1	
		<u>La matriz productiva busca cambiar el sistema de producción, para lo cual se requiere de más profesionales altamente capacitados</u>	O6	1	
		<u>Las empresas cada vez buscan profesionales más capacitados y ofrecen mejores beneficios a sus colaboradores</u>	O8	1	
					TOTAL
F1	La Escuela Politécnica del Ejército está ACREDITADA por el CONEA en el año 2010.				4

Continúa...

F2	<u>En el semestre 2011-2012 la Carrera cuenta con 957 propios de la Modalidad a Distancia (no se contemplan alumnos de otras Carreras presenciales que reciben algunas materias en la MED).</u>	3	3	5	5	16
F3	<u>Se cuenta con 358 aulas de la especialización de la Carrera, que en promedio se tendría 3 estudiantes por aula virtual (957 estudiantes / 358 aulas virtuales).</u>	1	5	5	5	16
F6	<u>En la carrera de Ingeniería Comercial se cuenta con proyectos integradores en los diferentes niveles formación académica.</u>	1	5	5	5	16
F7	<u>Los trabajos de titulación de los graduados de la carrera están relacionados con las líneas de vinculación del programa.</u>	1	3	5	1	10
Total		7	17	21	17	62

Aspectos seleccionados de la matriz FO

- En el semestre 2011-2012 la Carrera cuenta con 957 propios de la Modalidad a Distancia (no se contemplan alumnos de otras Carreras presenciales que reciben algunas materias en la MED).
- Se cuenta con 358 aulas de la especialización de la Carrera, que en promedio se tendría 3 estudiantes por aula virtual (957 estudiantes / 358 aulas virtuales).
- En la carrera de Ingeniería Comercial se cuenta con proyectos integradores en los diferentes niveles formación académica.

Tabla 42. Matriz de Acción DO

DEBILIDADES/O PORTUNIDADES		O3 <u>La ley orgánica de Educación permite que se maneje de mejor manera la educación superior, otorgando a organismos la potestad de dar seguimiento en el aseguramiento de la calidad de la</u>	O5 <u>El plan nacional de desarrollo busca alinear a la sociedad con mejores oportunidades, dentro de esta la educación al brindar iguales oportunidades para</u>	O6 <u>La matriz productiva busca cambiar el sistema de producción, para lo cual se requiere de más profesionales altamente capacitados</u>	O8 <u>Las empresas cada vez buscan profesionales más capacitados y ofrecen mejores beneficios a sus colaboradores</u>	TOTAL
D1	<u>La Carrera cuenta con una Malla Curricular que se estructura por Áreas de Conocimiento, no se ajusta a requisitos de CONEA para ser Ingeniería.</u>	5	1	1	1	8
D2	<u>No se cuenta con insumos y sistemas informáticos aplicables a la carrera de Ingeniería Comercial a Distancia.</u>	1	3	3	5	12
D4	<u>No existe un sistema de monitoreo del cumplimiento de los objetivos educacionales para el adecuado seguimiento del estudiante</u>	5	1	1	1	8
D5	<u>Se realizan Evaluaciones a los Docentes semestralmente, pero no se evalúa del mismo modo si el alumno adquiere las competencias declaradas.</u>	5	1	1	1	8

Continúa...

D6	Mínima participación de los Docentes en Investigación, así 4 libros que representa el 1.83% en relación a la planta docente, y 2 artículos que es el 0,91% del total de Docentes.	3	1	1	1	6
D7	De los proyectos y tesis de titulación el 20.68% son proyectos de inversión, 79.32% son proyectos de vinculación y 0% de investigación.	3	1	1	1	6
D8	<u>Carencia de un Sistema Efectivo de Monitoreo al Graduado y Egresados de la Carrera de Ingeniería Comercial.</u>	3	5	3	5	16
D12	El Director de Carrera no cuenta con información actual académica por falta de accesos y utilitarios del Banner	1	1	1	1	4
	TOTAL	26	14	12	16	68

Aspectos seleccionados de la matriz DO

- La Carrera cuenta con una Malla Curricular que se estructura por Áreas de Conocimiento, no se ajusta a requisitos de CONEA para ser Ingeniería.
- No se cuenta con insumos y sistemas informáticos aplicables a la carrera de Ingeniería Comercial a Distancia.
- No existe un sistema de monitoreo del cumplimiento de los objetivos educacionales para el adecuado seguimiento del estudiante
- Se realizan Evaluaciones a los Docentes semestralmente, pero no se evalúa del mismo modo si el alumno adquiere las competencias declaradas.

- Carencia de un Sistema Efectivo de Monitoreo al Graduado y Egresados de la Carrera de Ingeniería Comercial.
- La ley orgánica de Educación permite que se maneje de mejor manera la educación superior, otorgando a organismos la potestad de dar seguimiento en el aseguramiento de la calidad de la educación
- Las empresas cada vez buscan profesionales más capacitados y ofrecen mejores beneficios a sus colaboradores

Tabla 43. Matriz de Acción DA

DEBILIDADES/AMENAZA		El promedio de años de educación es de 8 años, lo cual reduce el número de personas para estudiar en la universidad	El proceso de admisión del SNNA impide que los alumnos escojan las carreras que desean	Total
		A1	A2	
D1	<u>La Carrera cuenta con una Malla Curricular que se estructura por Áreas de Conocimiento, no se ajusta a requisitos de CONEA para ser Ingeniería.</u>	1	3	4
D2	No se cuenta con insumos y sistemas informáticos aplicables a la carrera de Ingeniería Comercial a Distancia.	1	1	2
D4	No existe un sistema de monitoreo del cumplimiento de los objetivos educacionales para el adecuado seguimiento del estudiante	1	1	2

Continúa...

D5	<u>Se realizan Evaluaciones a los Docentes semestralmente, pero no se evalúa del mismo modo si el alumno adquiere las competencias declaradas.</u>	1	3	4
D6	Mínima participación de los Docentes en Investigación, así 4 libros que representa el 1.83% en relación a la planta docente, y 2 artículos que es el 0,91% del total de Docentes.	1	1	2
D7	<u>De los proyectos y tesis de titulación el 20.68% son proyectos de inversión, 79.32% son proyectos de vinculación y 0% de investigación.</u>	3	1	4
D8	<u>Carencia de un Sistema Efectivo de Monitoreo al Graduado y Egresados de la Carrera de Ingeniería Comercial.</u>	1	3	4
D12	<u>El Director de Carrera no cuenta con información actual académica por falta de accesos y utilitarios del Banner</u>	1	3	4
TOTAL		10	16	26

Aspectos seleccionados de la matriz DA

- La Carrera cuenta con una Malla Curricular que se estructura por Áreas de Conocimiento, no se ajusta a requisitos de CONEA para ser Ingeniería.
- Se realizan Evaluaciones a los Docentes semestralmente, pero no se evalúa del mismo modo si el alumno adquiere las competencias declaradas.
- De los proyectos y tesis de titulación el 20.68% son proyectos de inversión, 79.32% son proyectos de vinculación y 0% de investigación.
- Carencia de un Sistema Efectivo de Monitoreo al Graduado y Egresados de la Carrera de Ingeniería Comercial.
- El Director de Carrera no cuenta con información actual académica por falta de accesos y utilitarios del Banner

- El proceso de admisión del SNNA impide que los alumnos escojan las carreras que desean

Matriz de síntesis Estratégica

Tabla 44. Matriz Resumen

FORTALEZAS	DEBILIDADES
La Escuela Politécnica del Ejército está ACREDITADA por el CONEA en el año 2010.	Cuenta con una Malla Curricular que se estructura por Áreas de Conocimiento, no se ajusta a requisitos de CONEA para ser Ingeniería.
En el semestre 2011-2012 la Carrera cuenta con 957 propios de la Modalidad a Distancia (no se contemplan alumnos de otras Carreras presenciales que reciben algunas materias en la MED).	No se cuenta con insumos y sistemas informáticos aplicables a la carrera de Ingeniería Comercial a Distancia.
Se cuenta con 358 aulas de la especialización de la Carrera, que en promedio se tendría 3 estudiantes por aula virtual (957 estudiantes / 358 aulas virtuales).	No existe un sistema de monitoreo del cumplimiento de los objetivos educacionales para el adecuado seguimiento del estudiante
En la carrera de Ingeniería Comercial se cuenta con proyectos integradores que abarcan los conocimientos de cada 3niveles	Se realizan Evaluaciones a los Docentes semestralmente, pero no se evalúa del mismo modo si el alumno adquiere las competencias declaradas
	Carencia de un Sistema Efectivo de Monitoreo al Graduado y Egresados de la Carrera de Ingeniería Comercial.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
El plan nacional de desarrollo busca alinear a la sociedad con mejores oportunidades, dentro de esta la educación al brindar iguales oportunidades para todos.	El proceso de admisión del SNNA impide que los alumnos escojan las carreras que desean
La matriz productiva busca cambiar el sistema de producción, para lo cual se requiere de más profesionales altamente capacitados	
Las empresas cada vez buscan profesionales más capacitados y ofrecen mejores beneficios a sus colaboradores	
La ley orgánica de Educación permite que se maneje de mejor manera la educación superior, otorgando a organismos la potestad de dar seguimiento en el aseguramiento de la calidad de la educación	

Matriz de síntesis estratégica

Tabla 45. Matriz Síntesis Estratégica

		FORTALEZAS		DEBILIDADES
	1	La Escuela Politécnica del Ejército está ACREDITADA por el CONEA en el año 2010.		que se estructura por Áreas de Conocimiento, no se ajusta a requisitos de CONEA para ser Ingeniería.
	2	En el semestre 2011-2012 la Carrera cuenta con 957 propios de la Modalidad a Distancia		sistemas informáticos aplicables a la carrera de Ingeniería Comercial a Distancia.
	3	Se cuenta con 358 aulas de la especialización de la Carrera,		No existe un sistema de monitoreo del cumplimiento de los objetivos educativos para el adecuado seguimiento del estudiante
	4	Se cuenta con proyectos integradores en los diferentes niveles formación académica.		Docentes semestralmente, pero no se evalúa del mismo modo si el alumno adquiere las competencias declaradas
				Carencia de un Sistema Efectivo de Monitoreo al Graduado y Egresados de la Carrera de Ingeniería Comercial.
O P O R T U N I D A D E S	1	El plan nacional de desarrollo busca alinear a la sociedad con mejores oportunidades,	*Incluir materias prácticas de vinculación con la sociedad F3 y O4 *Implementar un departamento de relaciones públicas que contacte empresas para vincularlos con los alumnos F4 y O3 *Realizar ferias de proyectos con invitación a empresas F3, F4 y O3 *Implementar un área dentro de la carrera de bolsa de empleo F3y O3 * Implementar evaluaciones en línea y presenciales sorpresa a los alumnos para evaluar los conocimientos adquiridos en la materia F3 y O4	*Incluir en la malla curricular asignaturas que estén alineadas a la nueva ley, nueva matriz productiva y plan de desarrollo O4 y D3 *Realizar capacitaciones de actualización de conocimientos a los docentes O1 y D4 *Desarrollar programas de seguimiento a los graduados O3 y F3 y F5 * Desarrollar programas informáticos y aplicaciones para emplearlos en la educación O1 y D5
	2	La matriz productiva busca cambiar el sistema de producción, para lo cual se requiere de más profesionales altamente capacitados		
	3	Las empresas cada vez buscan profesionales más capacitados y ofrecen mejores beneficios		
	4	La ley orgánica de Educación permite que se maneje de mejor manera la educación superior		
AMENAZAS	1	El proceso de admisión del SNNA impide que los alumnos escojan las carreras que desean	*Realizar programas de vinculación cn la sociedad en colegios rurales A1 y F3	*Desarrollar un sitio en la web exclusivo de la carrera ingeniería comercial con toda la información A1y D5

4.5 Análisis de los resultados cualitativos y cuantitativos de la demanda de programa de ingeniería comercial a nivel de pregrado.

Segmentación:

En este caso se empleará el tipo de segmentación empresarial, puesto que los clientes a los cuales se está dirigiendo son Empresas. Para poder segmentar el mercado empresarial se debe tomar 5 variables según el libro Estrategia de Marketing (Ferrel & Hartline, 2006) que son detallados a continuación

Tipo de organización: Dentro del ranking de las 1000 mejores empresas del Ecuador, no se puede establecer un único tipo de empresas ya que dentro de estas, ingresan las petroleras y no petroleras. Se encuentran empresas que se dedican a la comercialización de productos masivos, Telecomunicaciones, bebidas, seguros, automotrices, etc. Por lo tanto el tipo de organización a investigar será de tipo petrolero y no petrolero.

Características organizacionales: Pequeñas, grandes y medianas empresas, ubicadas en el Ecuador, que cumplan con sus obligaciones en el SRI y que se encuentren dentro del ranking de las 1000 mejores empresas del Ecuador.

Beneficios buscados o procesos de compra: Empresas que vendan sus productos en lugares físicos y tengan contacto directo con los clientes o a través del internet. Empresas que cuenten con sistemas logísticos establecidos y sus procesos estén estandarizados.

Personales y Psicológicas: Empresas que tengan trayectoria en el mercado y que denoten una imagen de seriedad en la venta de sus productos o servicios

Intensidad de las relaciones: Empresas que mantengan contacto con sus clientes a través de CRM o actividades en las redes sociales.

Tema:

Perfiles profesionales de la carrera ingeniería comercial

Problema general

En el Ecuador existen muchas empresas que requieren contratar a personal para poder alcanzar sus objetivos, para esto siempre buscan personas altamente capacitadas que cuenten con competencias necesarias para poder afrontar los diferentes cargos, las universidades en muchos casos han mantenido mallas que no se encuentran alineadas adecuadamente a los requerimientos actuales, es por este motivo que es de suma importancia determinar estos perfiles para ajustarlos a las mallas y poder tener profesionales de excelencia altamente calificados.

Objetivo:

General:

Identificar los perfiles de los profesionales de ingeniería comercial en las diferentes empresas del Ecuador para definir las competencias necesarias que requieren adquirir los estudiantes durante su formación en la educación superior.

Específicos:

- Determinar la demanda primaria
- Determinar la demanda selectiva

Tabla 46. Matriz de diseño de Cuestionario

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS	VARIABLES GENÉRICAS	VARIABLES	PREGUNTAS
Determinar las características de demanda primaria de las empresas por el perfil del profesional la carrera Ingeniería Comercial de la ESPE	Las grandes empresas ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito poseen procesos de selección de personal, que obliga a los profesionales a cumplir con requisitos establecidos y competencias requeridas	Información general	Ubicación	
			Sector Económico	
		Tipo de organización	Tipo	¿La empresa cuenta con algún tipo de filosofía? ¿Qué tipo de productos o servicios son los que oferta?
		Características de la organización	Tamaño	¿Cómo está conformada la organización? ¿Cuáles son los territorios que actualmente cubre la empresa?
			Características	¿La empresa cuenta con algún proceso establecido para la contratación de personal?
		Beneficios buscados	Beneficio	¿Cuáles son los principales motivos por los cuales se busca cubrir una vacante en la empresa?
	Intensidad de las relaciones	Relaciones	¿Para la contratación de personal se hace a través del departamento de RRHH o alguna empresa especializada?	

Continúa...

Determinar las características de la demanda selectiva las empresas por el perfil del profesional de la carrera Ingeniería Comercial de la ESPE	En el Distrito Metropolitano de Quito para cubrir un puesto en un área comercial no buscan únicamente profesionales graduados en la profesión, sino que buscan profesionales en carreras afines para cubrir las vacantes	Proceso de compra	Centralización	¿Existe un área comercial establecida?
		Atributos relevantes		¿Cuáles son las principales actividades que realiza ésta área?
			Proceso de selección	¿Cuándo se requiere contratar personal para cubrir esta área se cuenta con un proceso específico?
			Factor	¿Cuál es el componente que la empresa considera el más importante en la evaluación de un candidato?
			Perfil	¿Cuál es el perfil del encargado del área comercial?
			Habilidades	¿Para cubrir cargos en el área comercial, el candidato debe poseer habilidades específicas? ¿Qué tipo de habilidades son las que tienen mayor peso en el proceso de selección de personal?
		Atributos relevantes		
			Conocimientos	¿EL factor experiencia es trascendental al momento de contratar a un candidato? ¿El candidato requiere tener conocimientos específicos en áreas determinadas?
			Título	¿Tienen preferencia de contratar a profesionales de alguna universidad?
			Plan	¿Existen programas de capacitación continua y actualización de conocimientos para los empleados?

4.6 Análisis de los resultados cualitativos y cuantitativos de la oferta de programas de ingeniería comercial a nivel de pregrado.

Muestreo

Para Malhotra (2004) el muestreo es la colección de elementos u objetos que procesan la información buscada por el investigador y sobre la cual se harán inferencias, de igual manera nos dice que la muestra es un subgrupo de elementos de una población selectos para participar en un estudio.

Existen diferentes tipos de muestreo y en el presente trabajo se ha aplicado el muestreo por conveniencia el cual busca obtener una muestra de elementos convenientes. La selección de las unidades de muestra se deja principalmente al entrevistador. (Malhotra, 2004). Se ha tomado este tipo de muestreo ya que la investigación realizada es de tipo exploratoria y se requiere generar ideas, razonamientos, o hipótesis acerca de las competencias que requieren los ingenieros comerciales.

Análisis univariado

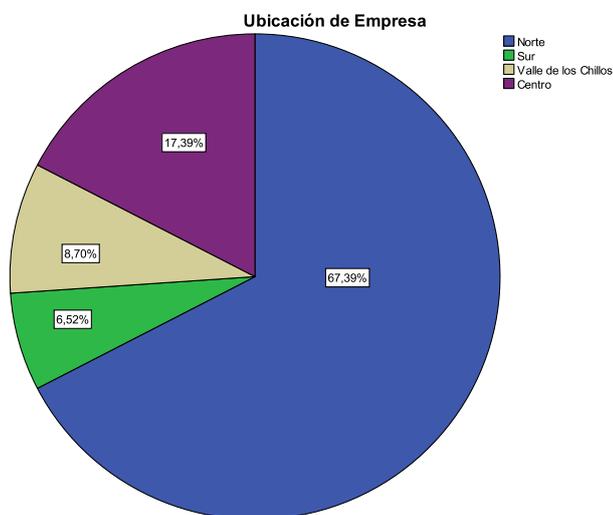
Para el análisis de datos se ha empleado la herramienta de SPSS versión 18.0 para la obtención de los resultados de la aplicación de la encuesta.

- **Ubicación Empresa**

Tabla 47. Análisis de Variable Ubicación Empresa

		Ubicación de Empresa			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Norte	31	67,4	67,4	67,4
	Sur	3	6,5	6,5	73,9
	Valle de los Chillos	4	8,7	8,7	82,6
	Centro	8	17,4	17,4	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

Gráfica 18. Análisis de Variable Ubicación Empresa



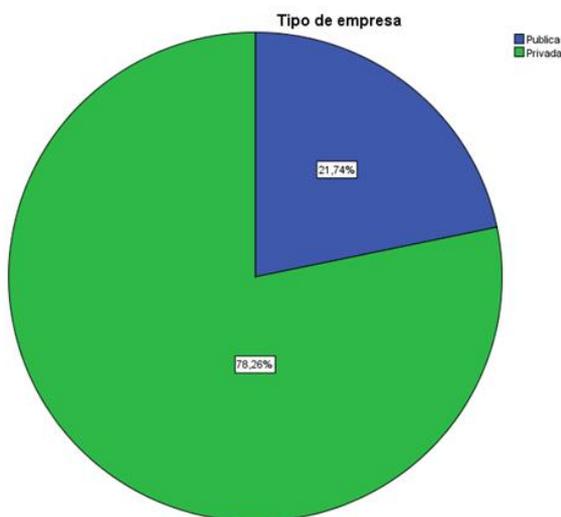
Análisis: La mayor parte de las empresas analizadas se encuentran ubicadas en el sector norte de la capital.

- **Tipo de empresa**

Tabla 48. Análisis de Variable tipo Empresa

		Tipo de empresa			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Publica	10	21,7	21,7	21,7
	Privada	36	78,3	78,3	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

Gráfica 19. Análisis de Variable Tipo Empresa



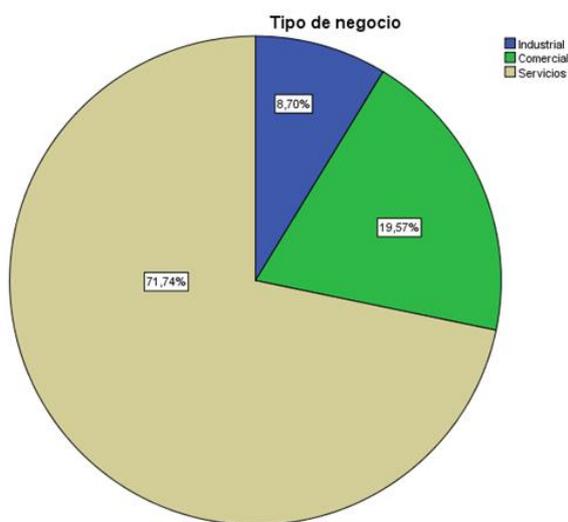
Análisis: La mayor parte de los encuestados pertenece a empresas de tipo privado

- **Tipo de negocio**

Tabla 49. Análisis de Variable tipo de negocio

		Tipo de negocio			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válidos	Industrial	4	8,7	8,7	8,7
	Comercial	9	19,6	19,6	28,3
	Servicios	33	71,7	71,7	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

Gráfica 20. Análisis de Variable Tipo de negocio



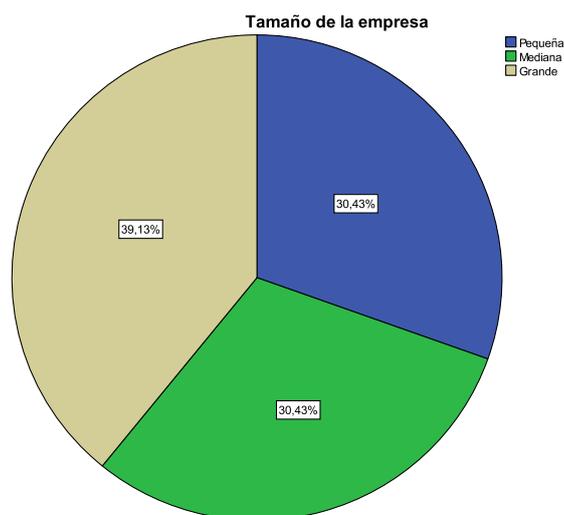
Análisis: La mayor parte de empresas encuestadas se dedican al ámbito de los servicios seguido por las empresas de tipo comercial.

- **Tamaño de la organización**

Tabla 50. Análisis de Variable Tamaño de la empresa

		Tamaño de la empresa			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Pequeña	14	30,4	30,4	30,4
	Mediana	14	30,4	30,4	60,9
	Grande	18	39,1	39,1	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

Gráfica 21. Análisis de Variable Tamaño de la empresa



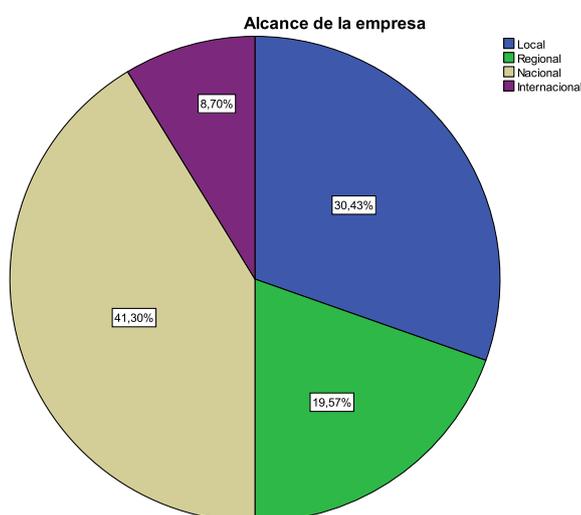
Análisis: La mayor parte de las empresas encuestadas pertenecen a grandes empresas, el resto de valores se divide entre las empresas pequeñas y medianas.

- Alcance de la empresa

Tabla 51. Análisis de Variable Alcance de la empresa

		Alcance de la empresa			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Local	14	30,4	30,4	30,4
	Regional	9	19,6	19,6	50,0
	Nacional	19	41,3	41,3	91,3
	Internacional	4	8,7	8,7	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

Gráfica 22. Análisis de Variable Tamaño Alcance de la empresa



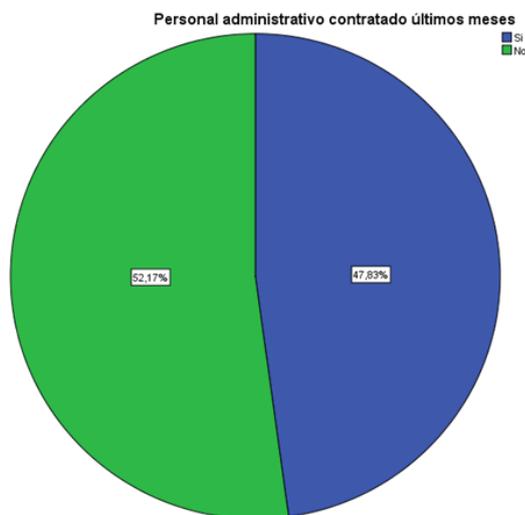
Análisis: La mayor parte de las empresas entrevistadas tienen un alcance nacional, seguido por las empresas que tienen un alcance local.

- **Personal Contratado en los últimos meses**

Tabla 52. Análisis de Variable Tamaño de la empresa Contratación de personal

Personal administrativo contratado últimos meses					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		a	e	válido	acumulado
Válidos	Si	22	47,8	47,8	47,8
	No	24	52,2	52,2	100,0
	Totales	46	100,0	100,0	

Gráfica 23. Análisis de Variable Contratación de personal



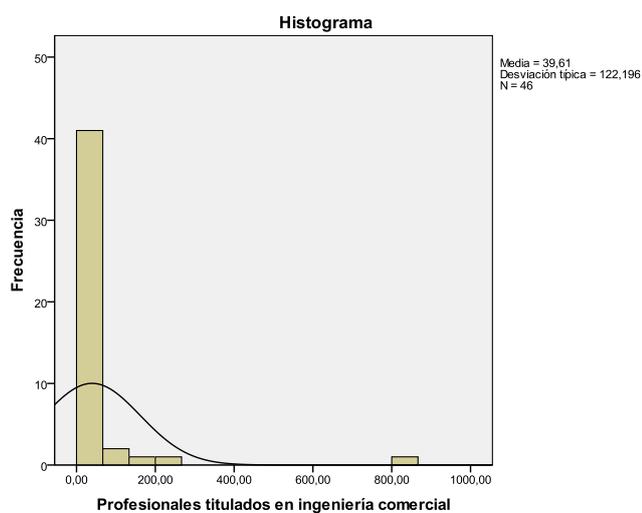
Análisis: La mayor parte de las empresas no ha contratado personal administrativo en los últimos meses.

- **Número de empleados titulados en ingeniería comercial**

Tabla 53. Análisis de Variable Nro. De empleados

Estadísticos		
Profesionales titulados en ingeniería comercial		
N	Válidos	46
	Perdidos	0
Media		39,6087
Mediana		5,0000
Moda		2,00
Suma		1822,00

Gráfica 24. Análisis de Variable Nro. de empleados



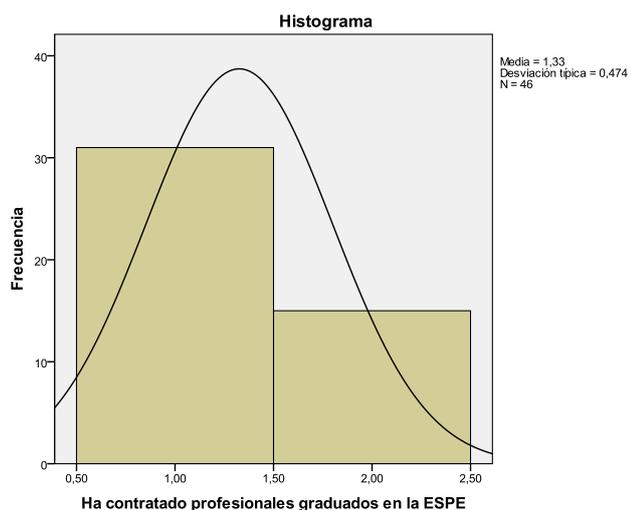
Análisis: El promedio de trabajadores titulados en ingeniería comercial es de 40 empleados.

- Personal de la ESPE

Tabla 54. Análisis de Variable Nro. de empleados

		Ha contratado profesionales graduados en la ESPE			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válidos	Si	31	67,4	67,4	67,4
	No	15	32,6	32,6	100,0
	Tota	46	100,0	100,0	

Gráfica 25. Análisis de Variable Nro. De empleados



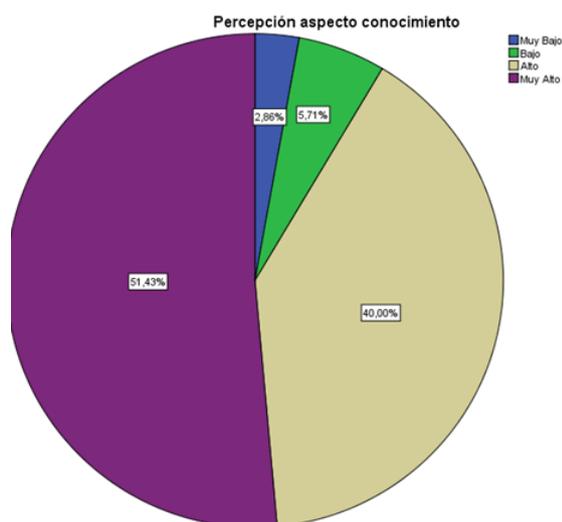
Análisis: El promedio de empleados de la ESPE que tienen las empresas es de 2 empleados.

- Evaluación de empleados de la ESPE titulados en ingeniería comercial

Tabla 55. Análisis de Variable Conocimiento

		Percepción aspecto conocimiento			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Bajo	1	2,2	2,9	2,9
	Bajo	2	4,3	5,7	8,6
	Alto	14	30,4	40,0	48,6
	Muy Alto	18	39,1	51,4	100,0
	Total	35	76,1	100,0	
	Perdidos	Sistema	11	23,9	
Total		46	100,0		

Gráfica 26. Análisis de Variable Conocimiento

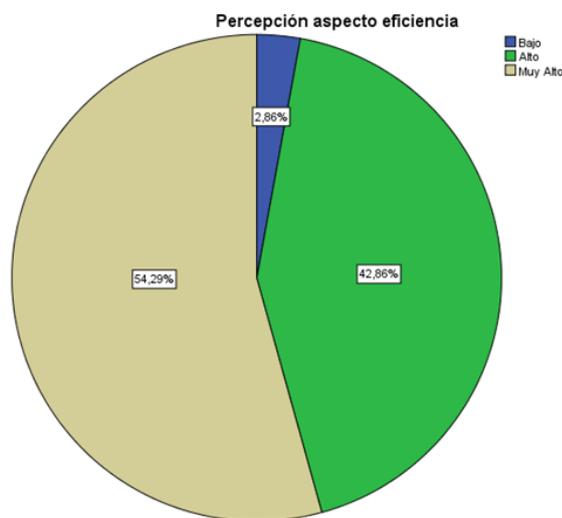


Análisis: La mayor parte de los encuestados considera que los graduados de la ESPE en ingeniería comercial tienen un muy alto nivel de conocimiento

Tabla 56. Análisis de Variable Eficiencia

		Percepción aspecto eficiencia			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		a	e	válido	acumulado
Válidos	Bajo	1	2,2	2,9	2,9
	Alto	15	32,6	42,9	45,7
	Muy Alto	19	41,3	54,3	100,0
	Total	35	76,1	100,0	
Perdidos	Sistema	11	23,9		
Total		46	100,0		

Gráfica 27. Análisis de Variable Eficiencia

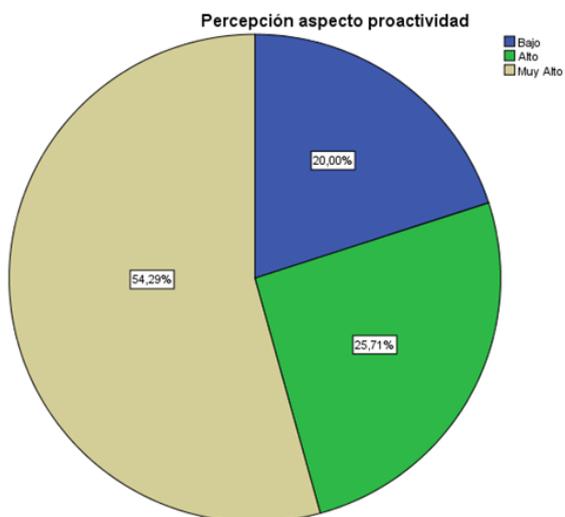


Análisis: La mayor parte de los encuestados piensa que los profesionales de la ESPE son muy eficientes.

Tabla 57. Análisis de Variable Proactividad

		Percepción aspecto proactividad			
		Frecuenci	Porcentaj	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válidos	Bajo	7	15,2	20,0	20,0
	Alto	9	19,6	25,7	45,7
	Muy Alto	19	41,3	54,3	100,0
	Total	35	76,1	100,0	
Perdido	Sistem	11	23,9		
s	a				
Total		46	100,0		

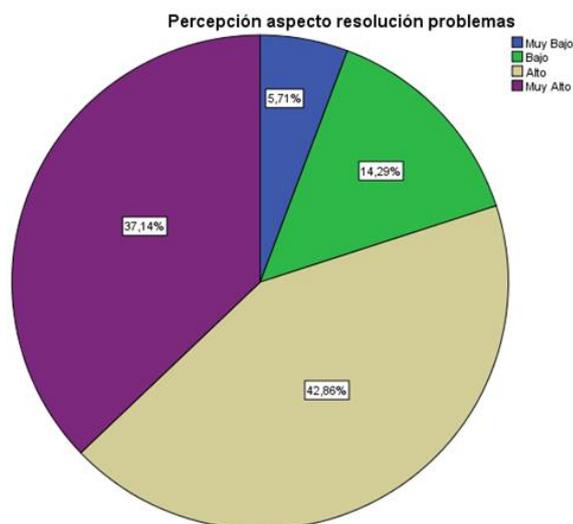
Gráfica 28. Análisis de Variable Proactividad



Análisis: La mayor parte de los encuestados piensa que los profesionales de la ESPE son muy proactivos.

Tabla 58. Análisis de Variable Resolución de problemas

		Percepción aspecto resolución problemas			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Bajo	2	4,3	5,7	5,7
	Bajo	5	10,9	14,3	20,0
	Alto	15	32,6	42,9	62,9
	Muy Alto	13	28,3	37,1	100,0
	Total	35	76,1	100,0	
	Perdidos	Sistema	11	23,9	
Total		46	100,0		

Gráfica 29. Análisis de Variable Resolución de problemas

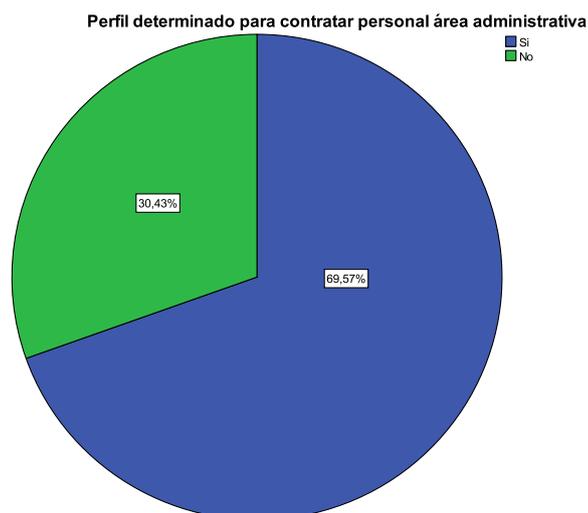
Análisis: La gran mayoría de encuestados, piensa que los profesionales de la ESPE tienen una alta capacidad para la resolución de problemas.

- Perfil determinado

Tabla 59. Análisis de Variable Perfil determinado de contratación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	32	69,6	69,6	69,6
	No	14	30,4	30,4	100,0
	Totales	46	100,0	100,0	

Gráfica 30. Análisis de Variable Perfil determinado de contratación



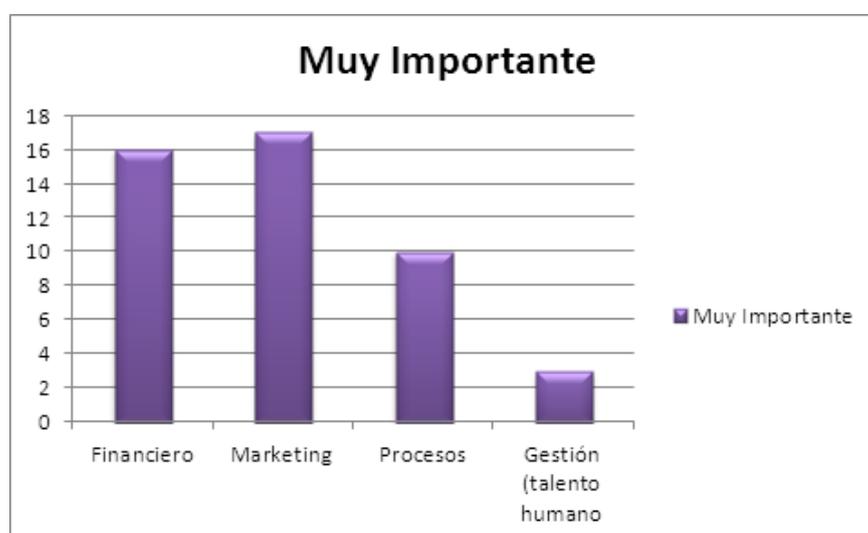
Análisis: La mayoría de las empresas cuentan con un perfil determinado para la contratación de personal del área administrativa

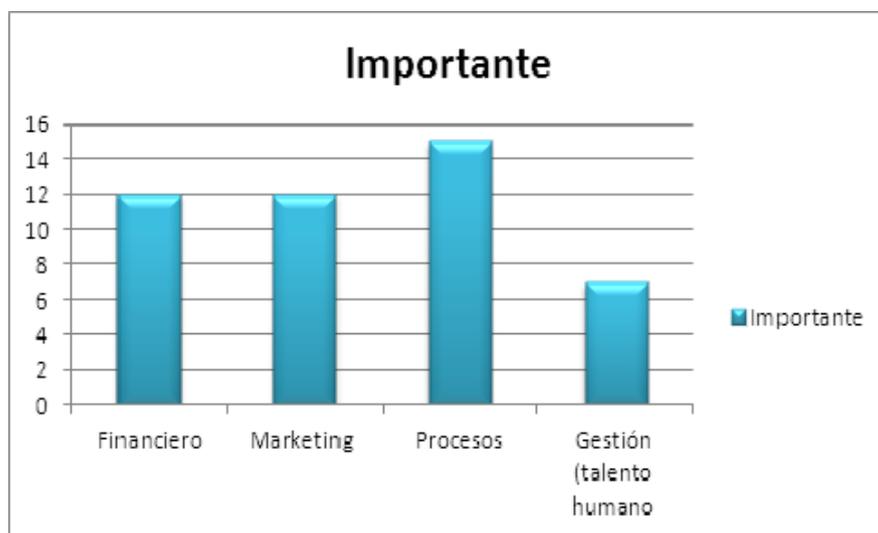
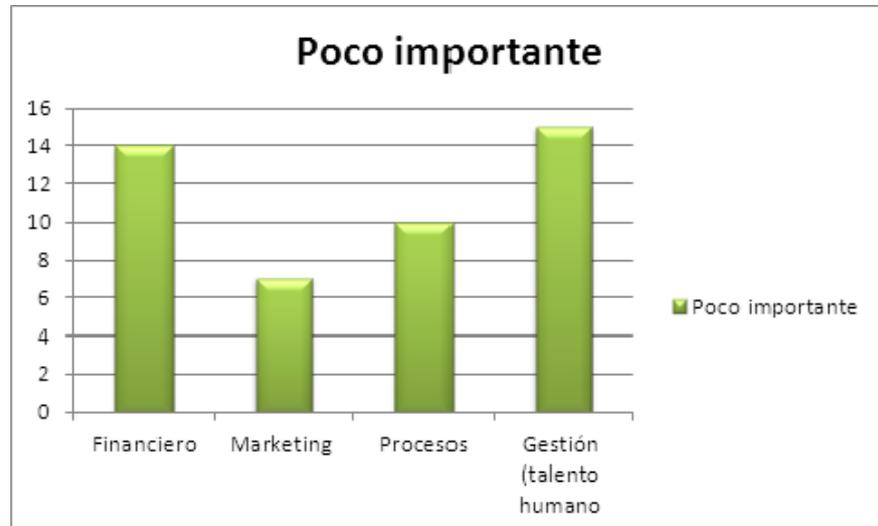
- Aspectos importantes

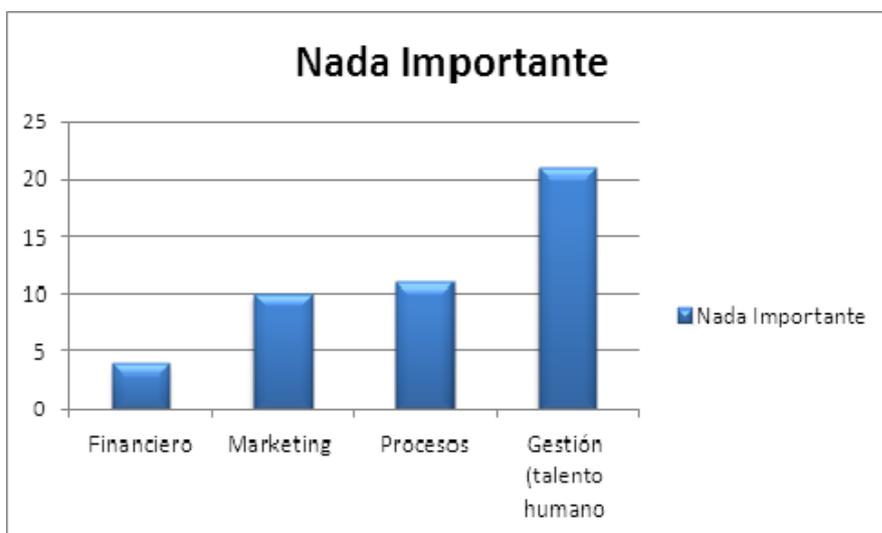
Tabla 60. Análisis de Variable Aspectos importantes

Aspecto	Muy Importante	Importante	Poco importante	Nada Importante
Financiero	16	12	14	4
Marketing	17	12	7	10
Procesos	10	15	10	11
Gestión (talento humano)	3	7	15	21

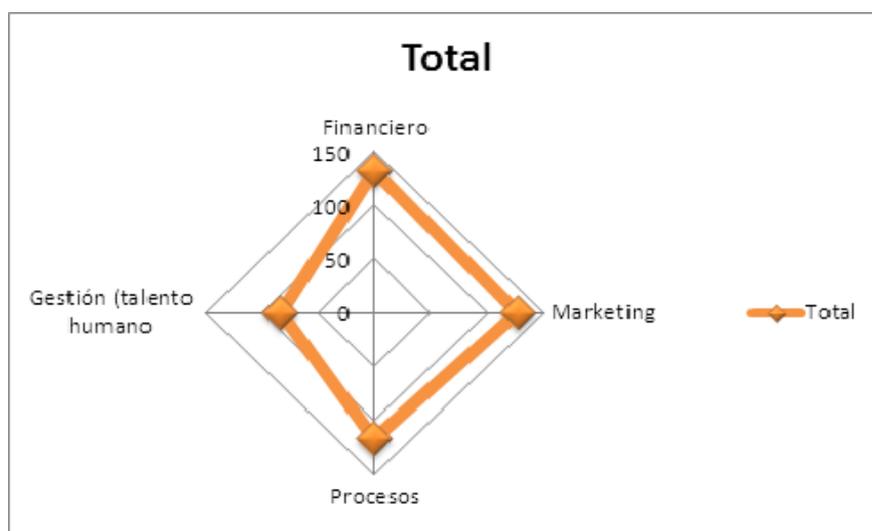
Gráfica 31. Análisis de Variable Aspectos Muy importantes



Gráfica 32. Análisis de Variable Aspectos importantes**Gráfica 33. Análisis de Variable Aspectos poco importantes**

Gráfica 34. Análisis de Variable Aspectos nada importantes**Tabla 61. Análisis de Variable Aspectos importantes ponderados**

Aspecto	4	3	2	1	Total
Financiero	16	12	14	4	132
Marketing	17	12	7	10	128
Procesos	10	15	10	11	116
Gestión (talento humano)	3	7	15	21	84

Gráfica 35. Análisis de Variable Aspectos de importancia

Análisis: El aspecto que los encuestados consideran como el más importante es el financiero.

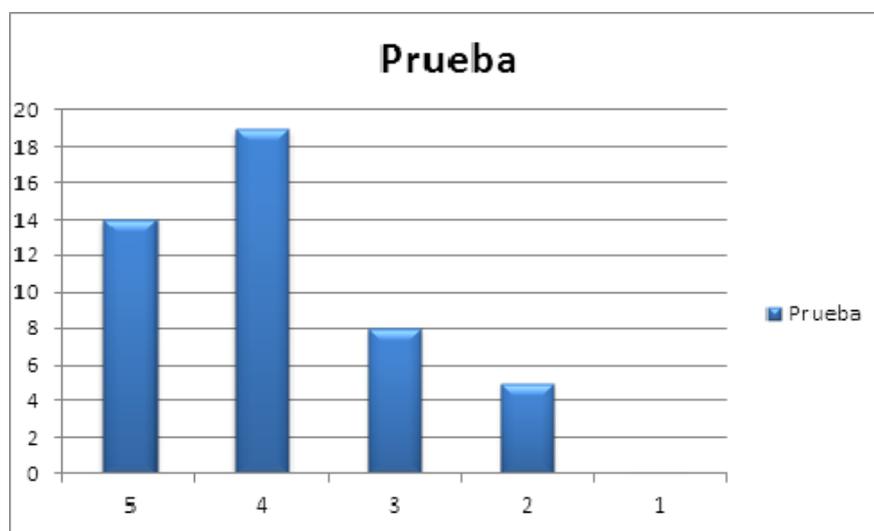
- Aspectos con mayor relevancia

Tabla 62. Análisis de Variable Aspectos relevantes del ingeniero comercial

Aspectos	5	4	3	2	1
Experiencia	19	13	5	7	2
Universidad	5	5	10	16	10
Prueba	14	19	8	5	0
Entrevista	7	8	17	10	4
Referencias	1	1	6	8	30

Gráfica 36. Análisis de Variable referencias



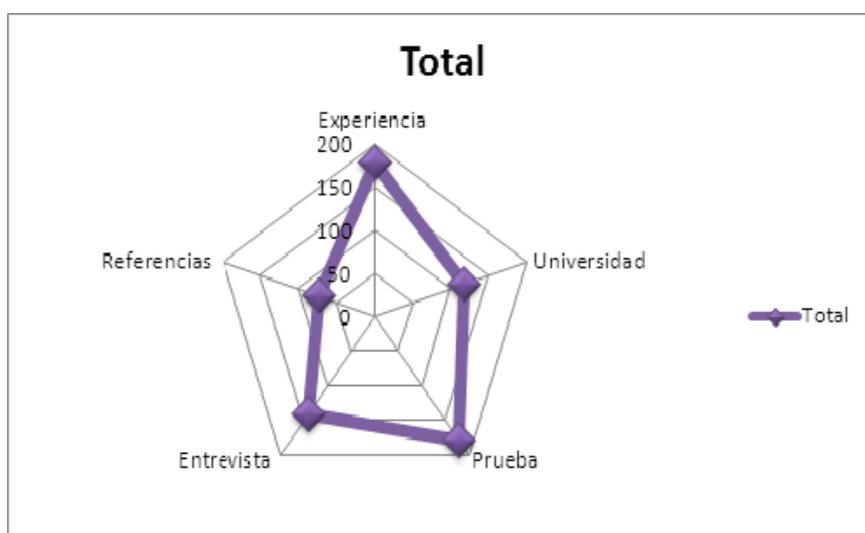
Gráfica 37. Análisis de Variable entrevistas**Gráfica 38. Análisis de Variable prueba**

Gráfica 39. Análisis de Variable universidad



Tabla 63. Análisis de Variable Aspectos relevantes del ingeniero comercial ponderado

Aspectos	5	4	3	2	1	Total
Experiencia	19	13	5	7	2	178
Universidad	5	5	10	16	10	117
Prueba	14	19	8	5	0	180
Entrevista	7	8	17	10	4	142
Referencias	1	1	6	8	30	73

Gráfica 40. Análisis de Variable Aspectos relevantes total

Análisis: El Aspecto que más relevancia tiene para poder contratar a un profesional es la prueba seguido de la experiencia y la entrevista.

- **Preferencia Universidad**

Tabla 64. Análisis de Variable Preferencia universidad

UNIVERSIDADES	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2
ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL EPN	8	11	11	3		3	1	4		1
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS (ESPE)	11	12	6	7	3		1		1	2
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA PUCE	12	10	7	7		1		1	2	5
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR UCE	2	3	10	4	15	2	1	3	2	1
UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ	4	4	2	15	8	5	2	1	2	1

Continúa...

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA UTPL	1	2	4	3	9	7	7	6	5
UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS UDLA	3	4	3	3	10	11	8	2	2
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA UPS		2	2	1	5	3	11	11	8
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR UIDE	3	2	1	3	5	5	4	6	2
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL UTE	2			8	1	11	3	12	4
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK	6			2	5	4	4	2	15

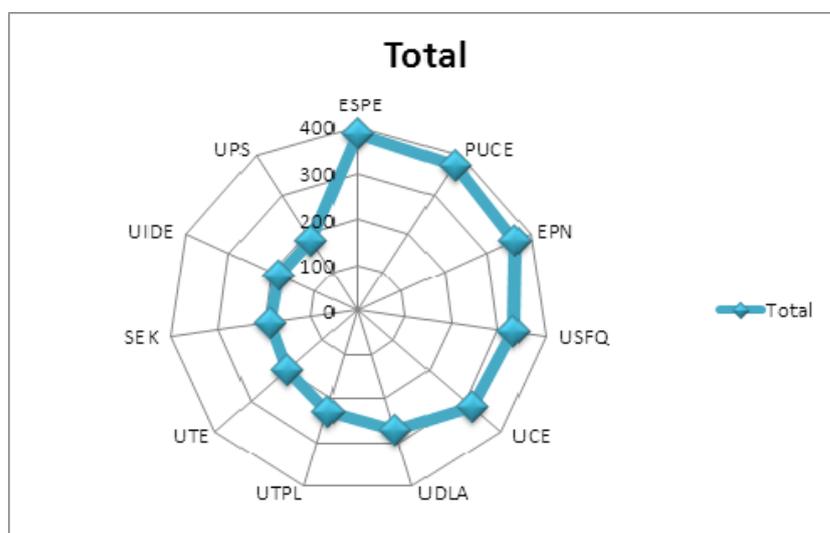
Tabla 65. Análisis de Variable Preferencia universidad ponderado

UNIVERSIDADES	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	Total
ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL EPN	8	11	11	3		3	1	4		1	4	366
UNIVERSIDAD DE LAS FUEZAS ARMADAS (ESPE)	11	12	6	7	3		1		1	2	3	387
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA PUCE	12	10	7	7		1		1	2	5	1	378
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR UCE	2	3	10	4	15	2	1	3	2	1	3	319

Continúa...

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ	4	4	2	15	8	5	2	1	2	1	2	332
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA UTPL		1	2	4	3	9	7	7	6	5	2	228
UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS UDLA	3		4	3	3	10	11	8	2	2		271
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA UPS			2	2	1	5	3	11	11	8	3	182
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR UIDE		3	2	1	3	5	5	4	6	2	15	185
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL UTE		2			8	1	11	3	12	4	5	198
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK	6				2	5	4	4	2	15	8	190

Gráfica 41. Análisis de Variable Preferencia universidad ponderado



Análisis: Según los encuestados la 5 mejores universidades son.

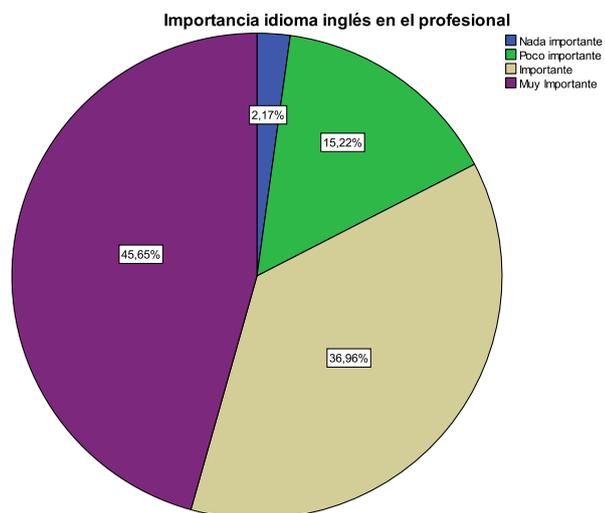
Las 5 mejores universidades son: ESPE, PUCE, EPN, USFQ y UCE

- **Idioma inglés**

Tabla 66. Análisis de Variable idioma inglés

		Importancia idioma inglés en el profesional			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válidos	Nada importante	1	2,2	2,2	2,2
	Poco importante	7	15,2	15,2	17,4
	Importante	17	37,0	37,0	54,3
	Muy Importante	21	45,7	45,7	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

Gráfica 42. Análisis de Variable idioma inglés



Análisis: La mayoría de los encuestados piensa que es muy importante el idioma inglés

- **Contenidos que deben impartirse**

Tabla 67. Análisis de Materias a impartirse

Finanzas	Marketing	Procesos	Gestión
Análisis de negocios	Ventas	Calidad	<i>Coaching</i>
Análisis de decisiones	PNL	Logística	
Análisis de riesgos	<i>Trademarketing</i>	Indicadores	
Proyectos		Sistemas integrados de gestión	
NIFS			

Análisis: Las materias principales que deben impartirse son aquellas detalladas en la tabla 65.

Análisis bivariado

El análisis bivariado es el que se obtiene a través del cruce de dos variables.

Correlaciones

Tabla 68. Análisis de correlaciones

		Ubicación de Empresa	Tipo de empresa	Tipo de negocio	Alcance de la empresa	Personal administrativo contratado o últimos meses	Importancia idioma inglés en el profesional	Ha contratado o profesionales graduados en la ESPE	Perfil determinado para contratar personal área administrativa	Profesionales titulados en ingeniería comercial	Percepción aspecto eficiencia	
Tamaño de la empresa	Correlación de Pearson	,265	-,517	-,145	,313	-,319	-,001	-,352	-,411	,300	,057	
	Sig. (bilateral)	,075	,000	,337	,034	,031	,992	,016	,005	,043	,743	
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46	35	
		Percepción aspecto proactividad	Formación en el área financiera	Formación en el área de marketing y comercialización	Formación en el área de procesos	Formación en el área de Gestión	Aspectos importantes para contratación experiencia	Aspectos importantes para contratación universidad que proviene	Aspectos importantes para contratación pruebas de conocimiento	Aspectos importantes para contratación Entrevista	Aspectos importantes para contratación referencias	Preferencia para contratación por universidad ESPE

Continúa...

Tamaño de la empresa	Correlación de Pearson	,012	,225	-,252	,095	-,037	,268	-,046	-,156	-,189	,101	-,112
	Sig. (bilateral)	,947	,132	,092	,530	,806	,072	,763	,302	,208	,503	,458
	N	35	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
		Percepción aspecto resolución problemas	Preferencia para contratación por universidad EPN	Preferencia para contratación por universidad PUCE	Preferencia para contratación por universidad UCE	Preferencia para contratación por universidad USFQ	Preferencia para contratación por universidad UTPL	Preferencia para contratación por universidad UDLA	Preferencia para contratación por universidad UPS	Preferencia para contratación por universidad UIDE	Preferencia para contratación por universidad UTE	Preferencia para contratación por universidad UISEK
Tamaño de la empresa	Correlación de Pearson	,088	,086	-,066	,013	-,052	-,046	,041	,028	-,010	-,156	,217
	Sig. (bilateral)	,617	,571	,664	,932	,729	,763	,785	,851	,948	,302	,147
	N	35	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46

A través del análisis de correlaciones, se establece cuáles son las variables que se encuentran más relacionadas entre sí, para de esta manera dar paso al análisis bivariado.

- **Tamaño de la empresa Vs Ubicación**

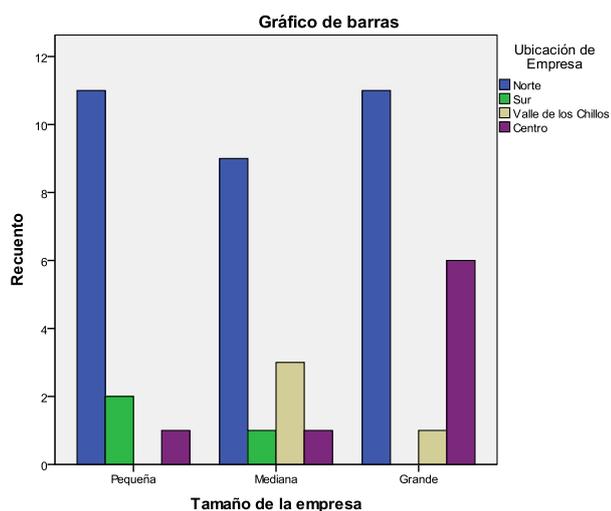
Tabla 69. Análisis variables Tamaño y ubicación

Tabla de contingencia Tamaño de la empresa * Ubicación de Empresa						
Recuento		Ubicación de Empresa				Total
		Norte	Sur	Valle de los Chillos	Centro	
Tamaño de la empresa	Pequeña	11	2	0	1	14
	Mediana	9	1	3	1	14
	Grande	11	0	1	6	18
Total		31	3	4	8	46

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,214 ^a	6	,082
Razón de verosimilitudes	12,457	6	,053
Asociación lineal por lineal	3,157	1	,076
N de casos válidos	46		

a. 9 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,91.

Gráfica 43. Análisis de variables Tamaño y ubicación



Análisis: Las empresas sin importar su tamaño principalmente se encuentran ubicadas en el norte y en segundo lugar en el centro de la ciudad.

- **Tamaño de la empresa vs Tipo de empresa**

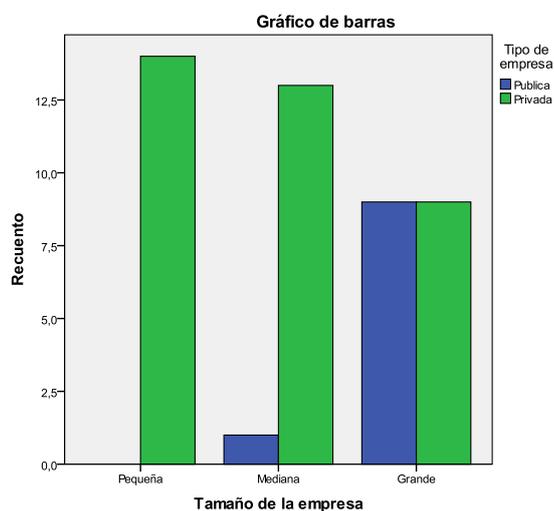
Tabla 70. Análisis variables Tamaño y Tipo de empresa

Tabla de contingencia Tamaño de la empresa * Tipo de empresa				
Recuento	Tamaño de la empresa	Tipo de empresa		Total
		Publica	Privada	
	Pequeña	0	14	14
	Mediana	1	13	14
	Grande	9	9	18
Total		10	36	46

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,092 ^a	2	,001
Razón de verosimilitudes	16,012	2	,000
Asociación lineal por lineal	12,009	1	,001
N de casos válidos	46		

a. 3 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,04.

Gráfica 44. Análisis variables Tamaño y Tipo de empresa



Análisis: En su mayoría las empresas privadas son pequeñas y medianas principalmente, mientras que las públicas en su mayoría grandes y en una pequeña proporción medianas.

- **Tamaño de la empresa vs Tipo de negocio**

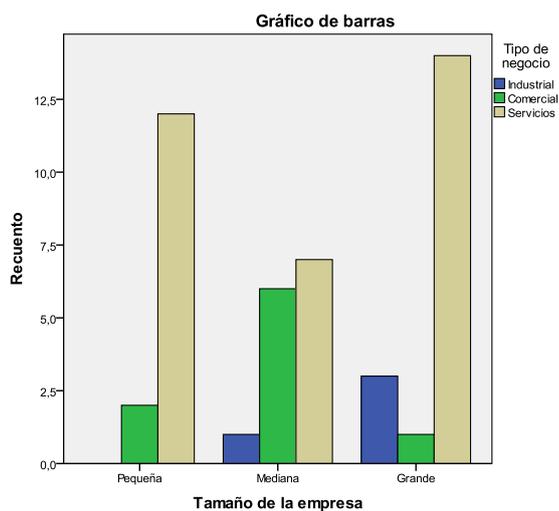
Tabla 71. Análisis variables Tamaño y tipo de negocio

Tabla de contingencia Tamaño de la empresa * Tipo de negocio					
Recuento		Tipo de negocio			Total
Tamaño de la empresa		Industrial	Comercial	Servicios	
	Pequeña	0	2	12	14
	Mediana	1	6	7	14
	Grande	3	1	14	18
Total		4	9	33	46

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,853 ^a	4	,043
Razón de verosimilitudes	10,624	4	,031
Asociación lineal por lineal	,942	1	,332
N de casos válidos	46		

a. 6 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,22.

Gráfica 45. Análisis variables Tamaño y tipo de negocio



Análisis: Las empresas de servicios son principalmente grandes y las comerciales medianas.

- **Tamaño vs Alcance**

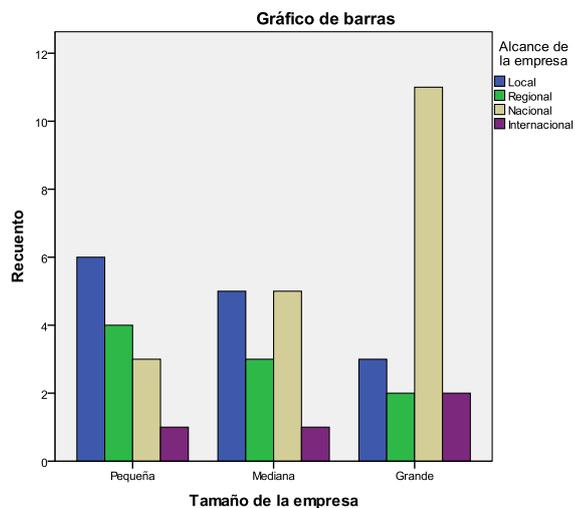
Tabla 72. Análisis variables Tamaño vs alcance

Tabla de contingencia Tamaño de la empresa * Alcance de la empresa						
Recuento		Alcance de la empresa				Total
		Local	Regional	Nacional	Internacional	
Tamaño de la empresa	Pequeña	6	4	3	1	14
	Mediana	5	3	5	1	14
	Grande	3	2	11	2	18
Total		14	9	19	4	46

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,575 ^a	6	,362
Razón de verosimilitudes	6,826	6	,337
Asociación lineal por lineal	4,419	1	,036
N de casos válidos	46		

a. 8 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
La frecuencia mínima esperada es 1,22.

Gráfica 46. Análisis variables Tamaño vs alcance



Análisis: Las empresas grandes tienen alcances nacionales y las pequeñas en su mayoría únicamente alcance local.

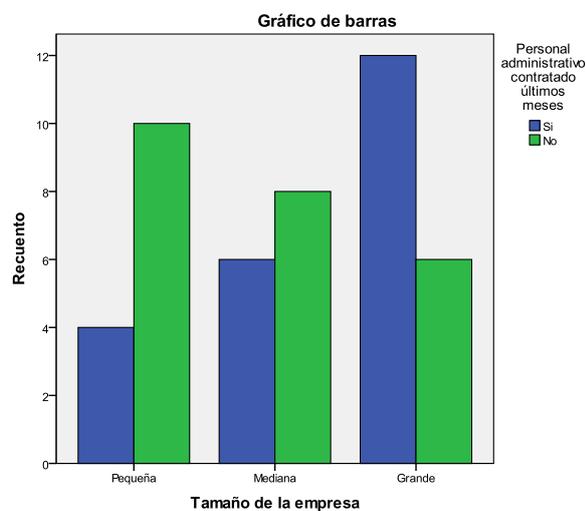
- **Tamaño de la empresa vs personal contratado**

Tabla 73. Análisis variables Tamaño vs personal contratado

Tabla de contingencia Tamaño de la empresa * Personal administrativo contratado últimos meses				
Recuento		Personal administrativo contratado últimos meses		Total
		Si	No	
Tamaño de la empresa	Pequeña	4	10	14
	Mediana	6	8	14
	Grande	12	6	18
Total		22	24	46

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,779 ^a	2	,092
Razón de verosimilitudes	4,895	2	,087
Asociación lineal por lineal	4,589	1	,032
N de casos válidos	46		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 6,70.

Gráfica 47. Análisis variables Tamaño vs personal contratado

Análisis: En general las empresas grandes son aquellas que han contratado personal administrativo en los últimos meses.

- **Tamaño de la empresa vs profesionales de la ESPE**

Tabla 74. Análisis variables Tamaño vs profesionales de la ESPE

Tabla de contingencia Tamaño de la empresa * Ha contratado profesionales graduados en la ESPE

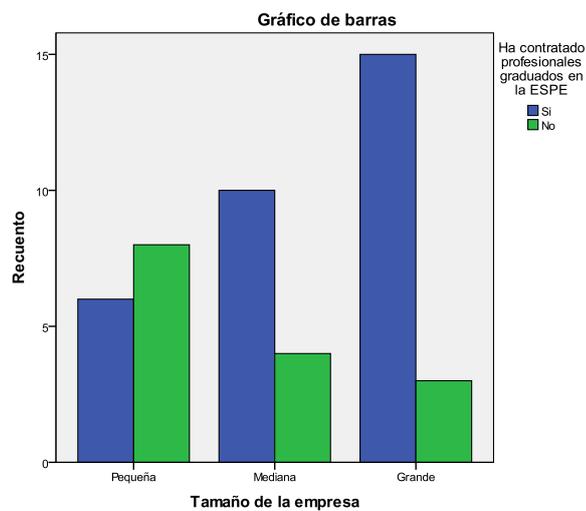
Recuento		Ha contratado profesionales graduados en la ESPE		Total
		Si	No	
Tamaño de la empresa	Pequeña	6	8	14
	Mediana	10	4	14
	Grande	15	3	18
Total		31	15	46

Continúa...

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,020 ^a	2	,049
Razón de verosimilitudes	5,993	2	,050
Asociación lineal por lineal	5,590	1	,018
N de casos válidos	46		

a. 2 casillas (33,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,57.

Gráfica 48. Análisis variables Tamaño vs personal contratado



Análisis: Las empresas grandes tienen profesionales de la ESPE contratados

- **Tamaño de la empresa vs conocimiento**

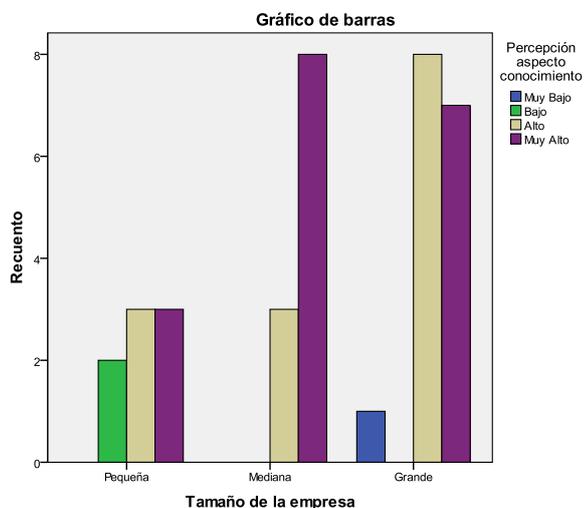
Tabla 75. Análisis variables Tamaño vs Aspecto conocimiento

Recuento		Tabla de contingencia				Total
		Percepción aspecto conocimiento				
		Muy Bajo	Bajo	Alto	Muy Alto	
Tamaño de la empresa	Pequeña	0	2	3	3	8
	Mediana	0	0	3	8	11
	Grande	1	0	8	7	16
Total		1	2	14	18	35

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,251 ^a	6	,114
Razón de verosimilitudes	9,740	6	,136
Asociación lineal por lineal	,053	1	,817
N de casos válidos	35		

a. 9 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,23.

Gráfica 49. Análisis variables Tamaño vs Aspecto conocimiento



Análisis: La mediana y gran empresa valora más al conocimiento

- **Tamaño vs eficiencia**

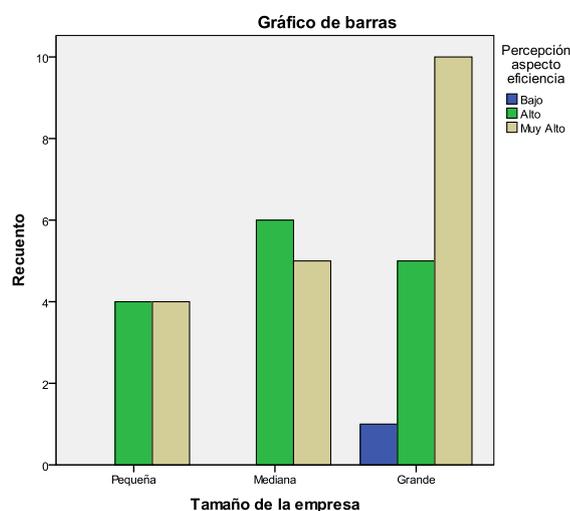
Tabla 76. Análisis variables Tamaño vs Aspecto eficiencia

Tabla de contingencia					
Recuento		Percepción aspecto eficiencia			Total
		Bajo	Alto	Muy Alto	
Tamaño de la empresa	Pequeña	0	4	4	8
	Mediana	0	6	5	11
	Grande	1	5	10	16
Total		1	15	19	35

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,520 ^a	4	,641
Razón de verosimilitudes	2,919	4	,571
Asociación lineal por lineal	,112	1	,738
N de casos válidos	35		

a. 6 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,23.

Gráfica 50. Análisis variables Tamaño vs Aspecto eficiencia



Análisis: La empresa grande el aspecto que más valora es la eficiencia, mientras que para la mediana tiene un valor alto.

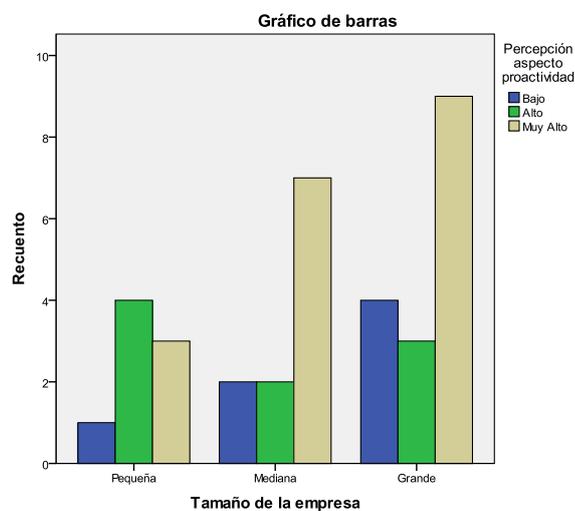
- **Tamaño vs proactividad**

Tabla 77. Análisis variables Tamaño vs Aspecto proactividad

Tabla de contingencia					
Recuento		Percepción aspecto proactividad			Total
		Bajo	Alto	Muy Alto	
Tamaño de la empresa	Pequeña	1	4	3	8
	Mediana	2	2	7	11
	Grande	4	3	9	16
Total		7	9	19	35

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,426 ^a	4	,489
Razón de verosimilitudes	3,147	4	,533
Asociación lineal por lineal	,005	1	,946
N de casos válidos	35		

a. 7 casillas (77,8%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,60.

Gráfica 51. Análisis variables Tamaño vs Aspecto proactividad

Análisis: La empresa grande y mediana considera como factores importantes la proactividad en los profesionales de ingeniería comercial.

- **Tamaño vs resolución de problemas**

Tabla 78. Análisis variables Tamaño vs Aspecto resolución de problemas

Tabla de contingencia

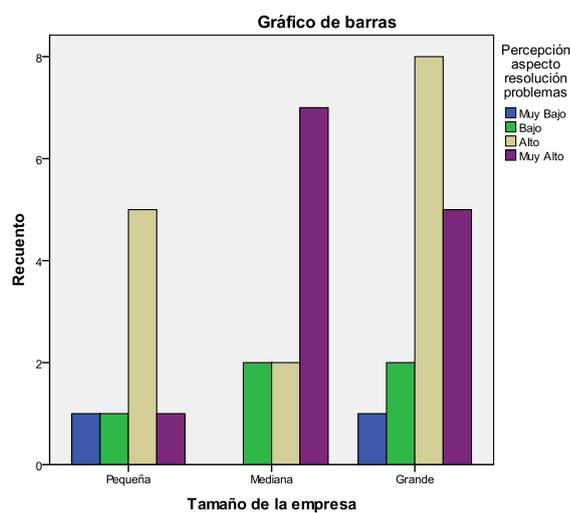
Recuento	Tamaño de la empresa	Percepción aspecto resolución problemas				Total
		Muy Bajo	Bajo	Alto	Muy Alto	
		Pequeña	1	1	5	
Mediana	0	2	2	7	11	
Grande	1	2	8	5	16	
Total		2	5	15	13	35

Continúa...

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,461 ^a	6	,280
Razón de verosimilitudes	8,350	6	,214
Asociación lineal por lineal	,261	1	,609
N de casos válidos	35		

a. 10 casillas (83,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,46.

Gráfica 52. Análisis variables Tamaño vs resolución de problemas



Análisis: La resolución de problemas es catalogada como alta en la gran empresa y pequeña, mientras que la mediana lo considerado como muy alto.

• **Tamaño vs formación área financiera**

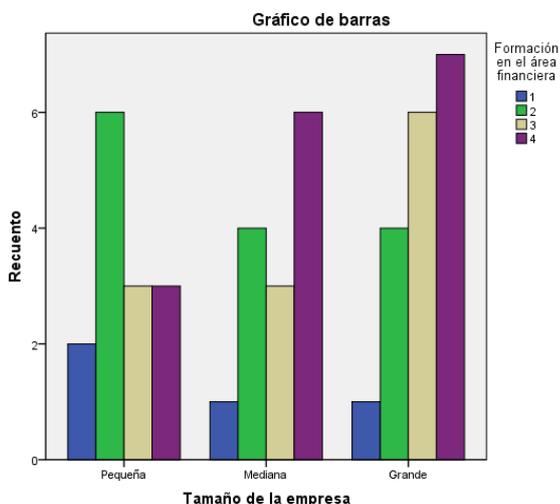
Tabla 79. Análisis variables Tamaño vs formación área financiera

Tabla de contingencia Tamaño de la empresa * Formación en el área financiera						
Recuento		Formación en el área financiera				Total
		1	2	3	4	
Tamaño de la empresa	Pequeña	2	6	3	3	14
	Mediana	1	4	3	6	14
	Grande	1	4	6	7	18
Total		4	14	12	16	46

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,533 ^a	6	,740
Razón de verosimilitudes	3,524	6	,741
Asociación lineal por lineal	2,283	1	,131
N de casos válidos	46		

a. 10 casillas (83,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,22.

Gráfica 53. Análisis variables Tamaño vs formación área financiera



Análisis: La empresa grande y mediana considera como un factor muy importante al aspecto financiero, mientras que la pequeña empresa no le da mucha importancia.

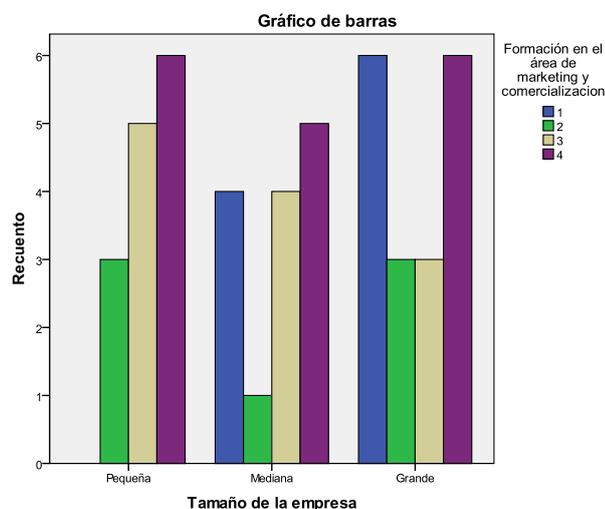
- **Tamaño vs formación área Marketing**

Tabla 80. Análisis variables Tamaño vs formación área marketing

Tabla de contingencia						
Recuento		Formación en el área de marketing y comercialización				Total
		1	2	3	4	
Tamaño de la empresa	Pequeña	0	3	5	6	14
	Mediana	4	1	4	5	14
	Grande	6	3	3	6	18
Total		10	7	12	17	46

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,781 ^a	6	,342
Razón de verosimilitudes	9,781	6	,134
Asociación lineal por lineal	2,849	1	,091
N de casos válidos	46		

a. 9 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,13.

Gráfica 54. Análisis variables Tamaño vs formación área marketing

Análisis: La pequeña empresa considera más importante que el ingeniero comercial tenga sólidos conocimientos en marketing y comercialización, mientras que en la mediana y grande es considerado como importante.

- **Tamaño vs formación área procesos**

-

Tabla 81. Análisis variables Tamaño vs formación área procesos

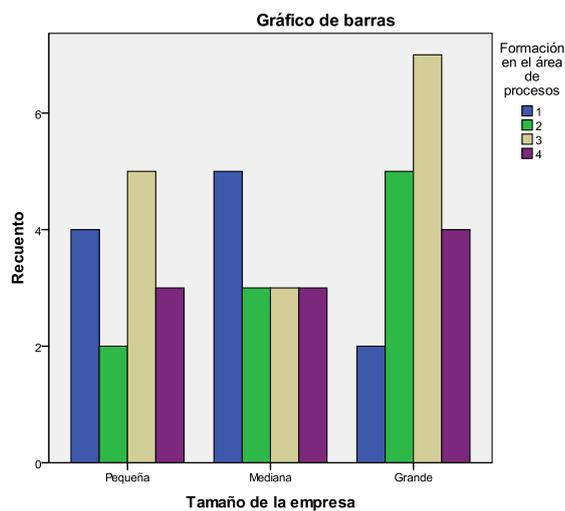
Recuento		Tabla de contingencia				Total
		Formación en el área de procesos				
		1	2	3	4	
Tamaño de la empresa	Pequeña	4	2	5	3	14
	Mediana	5	3	3	3	14
	Grande	2	5	7	4	18
Total		11	10	15	10	46

Continúa...

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,635 ^a	6	,726
CRazón de verosimilitudes	3,914	6	,688
Asociación lineal por lineal	,407	1	,523
N de casos válidos	46		

a. 11 casillas (91,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,04.

Gráfica 55. Análisis variables Tamaño vs formación área procesos



Análisis: Para la empresa grande y pequeña es considerado alto el área de procesos en los ingenieros comerciales, mientras que en la mediana no es considerado como muy importante.

• **Tamaño vs formación área gestión**

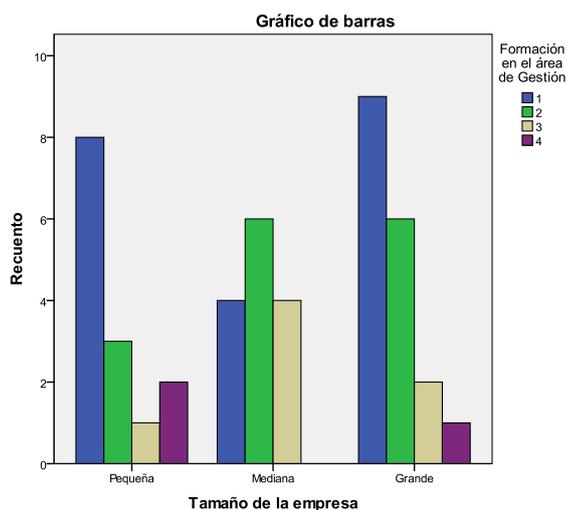
Tabla 82. Análisis variables Tamaño vs formación área gestión

Tabla de contingencia								
Recuento		Formación en el área de Gestión				Total		
		1	2	3	4			
Tamaño de la empresa	Pequeña	8	3	1	2	14		
	Mediana	4	6	4	0	14		
	Grande	9	6	2	1	18		
Total		21	15	7	3	46		

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,037 ^a	6	,317
Razón de verosimilitudes	7,589	6	,270
Asociación lineal por lineal	,063	1	,802
N de casos válidos	46		

a. 8 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,91.

Gráfica 56. Análisis variables Tamaño vs formación área gestión



Análisis: Para la gran empresa y pequeña empresa el área de gestión (RRHH) de un ingeniero comercial no es muy relevante.

- **Tamaño vs Experiencia**

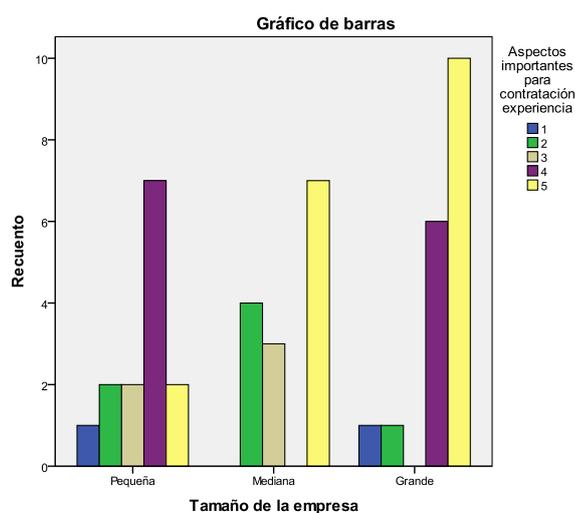
Tabla 83. Análisis variables Tamaño vs experiencia

Tabla de contingencia							
Recuento	Tamaño de la empresa	Aspectos importantes para contratación experiencia					Total
		1	2	3	4	5	
	Pequeña	1	2	2	7	2	14
	Mediana	0	4	3	0	7	14
	Grande	1	1	0	6	10	18
Total		2	7	5	13	19	46

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,294 ^a	8	,027
Razón de verosimilitudes	23,745	8	,003
Asociación lineal por lineal	3,220	1	,073
N de casos válidos	46		

a. 11 casillas (73,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,61.

Gráfica 57. Análisis variables Tamaño vs experiencia



Análisis: Para la empresa grande y mediana la experiencia es un factor de suma importancia al momento de contratar personal.

- **Tamaño vs Universidad en la que se graduó**

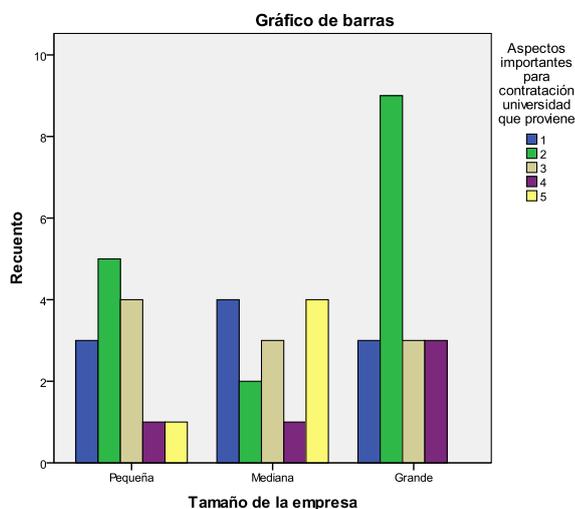
Tabla 84. Análisis variables tamaño vs Universidad en la que se graduó

Tabla de contingencia								
Recuento		Aspectos importantes para contratación universidad que proviene					Total	
		1	2	3	4	5		
Tamaño de la empresa	Pequeña	3	5	4	1	1	14	
	Mediana	4	2	3	1	4	14	
	Grande	3	9	3	3	0	18	
Total		10	16	10	5	5	46	

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,007 ^a	8	,201
Razón de verosimilitudes	12,026	8	,150
Asociación lineal por lineal	,094	1	,759
N de casos válidos	46		

a. 14 casillas (93,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,52.

Gráfica 58. Análisis variables Tamaño vs Universidad en la que se graduó



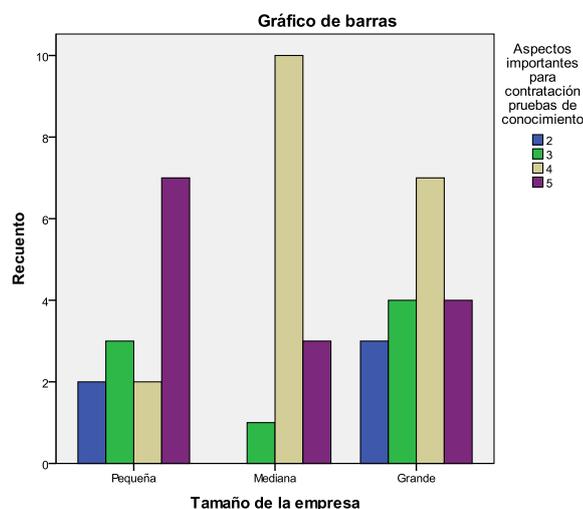
Análisis: La empresa grande no considera como un factor muy importante la universidad de la que proviene el profesional.

- **Tamaño vs prueba de conocimiento**

Tabla 85. Análisis variables tamaño vs prueba de conocimiento

Recuento		Tabla de contingencia					Total
		Aspectos importantes para contratación pruebas de conocimiento					
		2	3	4	5		
Tamaño de la empresa	Pequeña	2	3	2	7	14	
	Mediana	0	1	10	3	14	
	Grande	3	4	7	4	18	
Total		5	8	19	14	46	
Pruebas de chi-cuadrado							
		Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)			
Chi-cuadrado de Pearson		11,555 ^a	6	,073			
Razón de verosimilitudes		13,285	6	,039			
Asociación lineal por lineal		1,090	1	,296			
N de casos válidos		46					
a. 8 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,52.							

Gráfica 59. Análisis variables Tamaño vs prueba de conocimiento



Análisis: La empresa grande y mediana considera como un factor importante la prueba de conocimiento de los ingenieros comerciales.

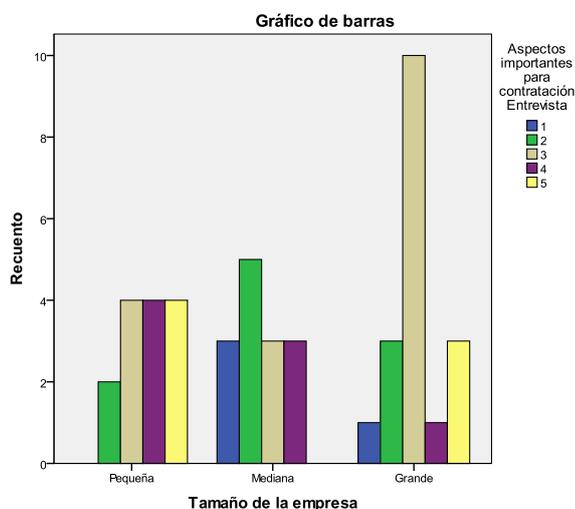
- **Tamaño vs entrevista**

Tabla 86. Análisis variables tamaño vs entrevista

Tabla de contingencia							
Recuento	Tamaño de la empresa	Aspectos importantes para contratación Entrevista					Total
		1	2	3	4	5	
	Pequeña	0	2	4	4	4	14
	Mediana	3	5	3	3	0	14
	Grande	1	3	10	1	3	18
Total		4	10	17	8	7	46

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	15,108 ^a	8	,057
Razón de verosimilitudes	17,557	8	,025
Asociación lineal por lineal	1,607	1	,205
N de casos válidos	46		

a. 12 casillas (80,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,22.

Gráfica 60. Análisis variables Tamaño vs entrevista

Análisis: Para la empresa grande la entrevista si es considerado como un factor importante al momento de contratar al personal, de igual manera que para la pequeña empresa.

- **Tamaño vs referencias**

Tabla 87. Análisis variables tamaño vs referencias

Recuento		Aspectos importantes para contratación referencias					Total
		1	2	3	4	5	
Tamaño de la empresa	Pequeña	10	3	1	0	0	14
	Mediana	7	3	4	0	0	14
	Grande	13	2	1	1	1	18
Total		30	8	6	1	1	46

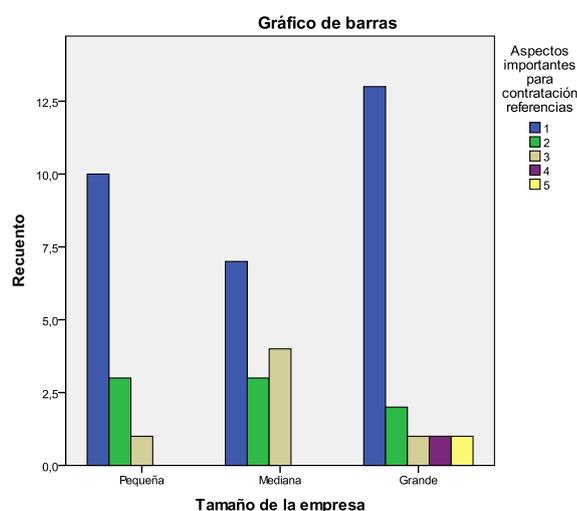
Pruebas de chi-cuadrado		
	Valor	gl
Chi-cuadrado de Pearson	8,233 ^a	8
Razón de verosimilitudes	8,580	8
Asociación lineal por lineal	,461	1
N de casos válidos	46	

Sig. asintótica (bilateral)

Chi-cuadrado de Pearson	,411
Razón de verosimilitudes	,379
Asociación lineal por lineal	,497

a. 12 casillas (80,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,30.

Gráfica 61. Análisis variables Tamaño vs referencias



Análisis: Las empresas, independientemente del tamaño al cual correspondan no le dan mucha importancia al factor de las referencias para contratar al personal.

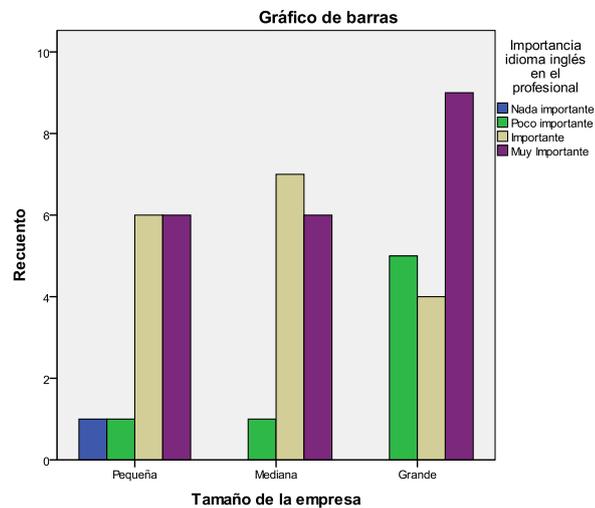
- **Tamaño vs idioma inglés**

Tabla 88. Análisis variables tamaño vs idioma inglés

Tabla de contingencia Tamaño de la empresa * Importancia idioma inglés en el profesional						
Recuento	Tamaño de la empresa	Importancia idioma inglés en el profesional				Total
		Nada importante	Poco importante	Importante	Muy Importante	
	Pequeña	1	1	6	6	14
	Mediana	0	1	7	6	14
	Grande	0	5	4	9	18
Total		1	7	17	21	46
Pruebas de chi-cuadrado						
		Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)		
	Chi-cuadrado de Pearson	7,308 ^a	6	,293		
	Razón de verosimilitudes	7,433	6	,283		
	Asociación lineal por lineal	,000	1	,992		
	N de casos válidos	46				

a. 6 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,30.

Gráfica 62. Análisis variables Tamaño vs idioma inglés



Análisis: La empresa grande es la que considera un factor muy importante al idioma inglés mientras que la pequeña y la mediana lo consideran como importante.

Análisis de entrevistas. Competencias

Las competencias que requieren los ingenieros comerciales son diversas para desenvolverse en las diferentes empresas que existen en el mercado. Sin embargo existen competencias necesarias para el correcto desenvolvimiento.

En cuanto a las competencias generales de los profesionales de ingeniería comercial los entrevistados tienen diversas percepciones sin embargo la más importante es la resolución de problemas, ya que tres de ellos están de acuerdo con esto, posteriormente el uso de tecnologías los valores universales y el liderazgo también fueron mencionados por los entrevistados.

De las competencias específicas de la ESPE los entrevistados mencionan que las más importantes son:

- **Manejar las áreas de finanzas, mercadotecnia, recursos humanos y operaciones acorde a la naturaleza de la organización**
- **Garantizar el cumplimiento de los objetivos de crecimiento, permanencia y rentabilidad en concordancia con la filosofía**

Sin embargo una de las entrevistadas menciona que el más importante es la capacidad de administrar estratégicamente toda clase de organizaciones nacionales e internacionales ya que esta agrupa a todas las demás.

De las competencias de Latinoamérica las opiniones son variadas en cuanto a los entrevistados, dos de ellos coinciden en la importancia de: Manejar, interpretar, y usar información de tipo financiero: balances, estados de resultados, cuentas., dos entrevistados más coinciden en Desarrollar un planteamiento estratégico, táctico y operativo. Que identifican y optimizan procesos de negocios de la administración, uno de los entrevistados en Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo y otro piensa que todas son importantes.

Finalmente en cuanto a las competencias adicionales tenemos varias respuestas que son las siguientes:

- Ejercer compromiso con la empresa
- *Coaching* estratégico para alcanzar la sinergia,
- Mayor experiencia, la misma que deberá ser obtenida a través de proyectos reales
- Ética profesional
- Manejo de Indicadores

- Capacidad de identificar, analizar y ejecutar.

4.7 Segmentación del mercado para el programa – carrera de Comercial

La base de segmentación es el tamaño de empresa, por este motivo podemos identificar a tres segmentos específicos que son:

- Empresa pequeña
- Empresa mediana
- Empresa grande

Dentro de estos segmentos cada uno cuenta con características específicas que son detallados a continuación:

Pequeña empresa:

- **Ubicación:** Norte
- **Tipo:** Privada
- **Alcance:** Local

La pequeña empresa no tiene profesionales de la ESPE, en cuanto a las preferencias de los profesionales de la carrera de ingeniería comercial podemos nombrar las siguientes características:

Deben tener un alto nivel de conocimiento, eficiencia y proactividad. En cuanto a las áreas de conocimiento, el orden es el siguiente, siendo el 4 la más importante:

- 1) Gestión
- 2) Financiera

3) Procesos

4) Marketing

En definitiva, el profesional contratado en la empresa pequeña debe dominar la parte de marketing y ventas además de tener fuertes conocimientos en procesos.

El orden de los factores de las empresas pequeñas para contratar a su personal es el siguiente siendo 5 el más importante y 1 el menos importante:

1) Referencias

2) Universidad de la que proviene

3) Entrevista

4) Experiencia

5) Conocimiento

El idioma inglés es un factor importante.

Mediana Empresa

La mediana empresa se caracteriza por:

- **Ubicación:** Norte
- **Tipo:** Privada
- **Alcance:** Local y Nacional

La mediana empresa considera a tres factores con carácter de muy importante los cuales son: Conocimiento, proactividad, y resolución de problemas, la eficiencia es considerada como un factor importante.

Tomando en cuenta las áreas de conocimientos, en la mediana empresa el orden es el siguiente, siendo 4 el factor más importante

1) Procesos

- 2) Gestión
- 3) –
- 4) Marketing y Financiero

En la mediana empresa existe un empate en cuanto a las áreas de conocimiento de marketing y finanzas, es decir el profesional de la rama administrativa debe ser más completo y tener amplios conocimientos del área de marketing y ventas, además de un excelente manejo del área financiera.

La mediana empresa al momento de contratar profesionales tiene el siguiente orden de preferencia de los factores a evaluar. Siendo 5 el más importante

- 1) Referencias y universidad
- 2) Entrevista
- 3) –
- 4) Prueba
- 5) Experiencia y universidad

Dentro de la mediana empresa cierto número de ellas considera a la universidad como un factor sumamente importante, mientras que otro grupo la pone en último lugar basándose en su decisión en la experiencia del profesional.

La mediana empresa considera al idioma inglés como un factor importante.

Gran Empresa:

- **Ubicación:** Norte
- **Tipo:** Privada
- **Alcance:** Local

Dentro de la gran empresa el factor más importante es la proactividad. La eficiencia, conocimiento y resolución de problemas también es considerado como importante.

En cuanto a las áreas de conocimiento el orden es el siguiente, siendo 4 la más importante

- 1) Gestión
- 2) –
- 3) Procesos
- 4) Marketing y Financiera

Para la gran empresa las áreas de conocimiento más importante son la de marketing y finanzas.

En cuanto a los factores para contratar al personal el orden es el siguiente: siendo 5 el más importante

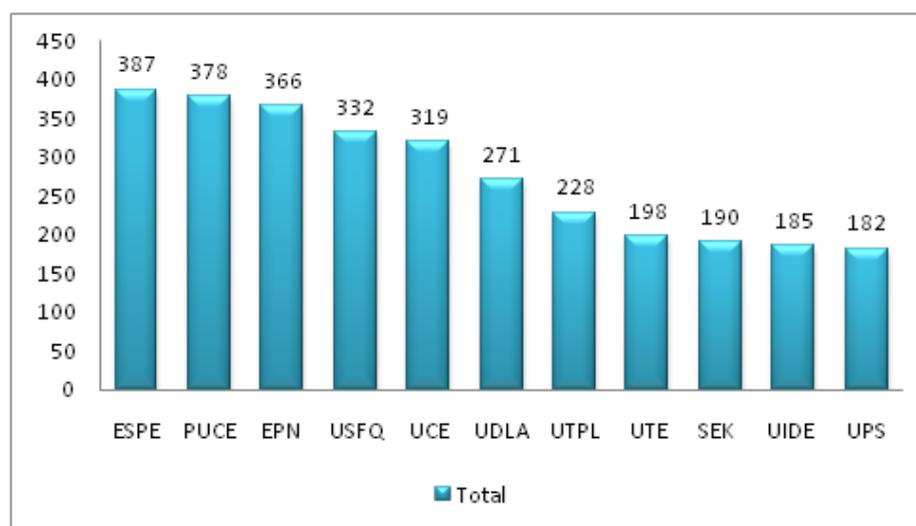
- 1) Referencias
- 2) Universidad en la que se graduó
- 3) Entrevista
- 4) Prueba de conocimientos
- 5) Experiencia

Posicionamiento

Existe una amplia oferta de universidades que otorgan el título de ingeniería comercial, sin embargo a través de las encuestas realizadas se obtuvo un ranking de las 5 mejores universidades en el área de ingeniería comercial, y que las empresas prefieren contratar a los empleados de estas universidades.

Tabla 89. Ranking universidades Ingeniería comercial

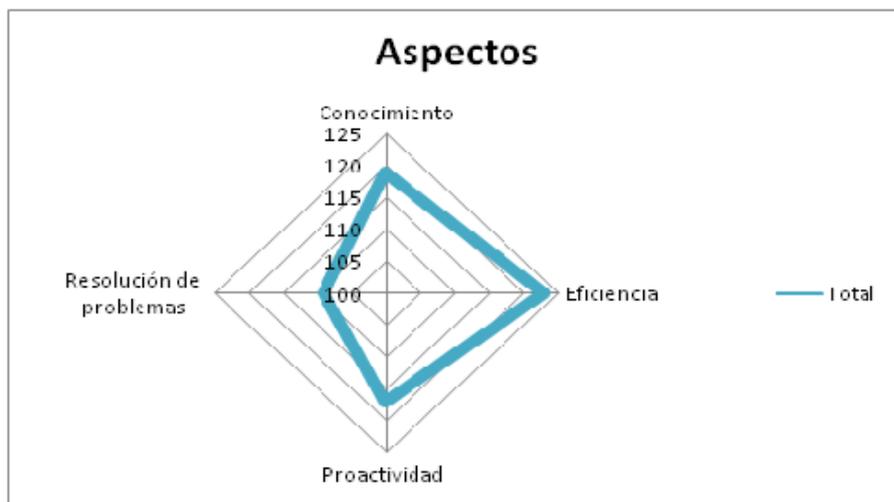
UNIVERSIDADES	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	Total
ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL EPN	8	11	11	3		3	1	4		1	4	366
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS (ESPE)	11	12	6	7	3		1		1	2	3	387
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA PUCE	12	10	7	7		1		1	2	5	1	378
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR UCE	2	3	10	4	15	2	1	3	2	1	3	319
UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ	4	4	2	15	8	5	2	1	2	1	2	332
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA UTPL		1	2	4	3	9	7	7	6	5	2	228
UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS UDLA	3		4	3	3	10	11	8	2	2		271
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA UPS			2	2	1	5	3	11	11	8	3	182
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR UIDE		3	2	1	3	5	5	4	6	2	15	185
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL UTE		2			8	1	11	3	12	4	5	198
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK	6			2	5	4	4	2	15	8		190

Gráfica 63. Posicionamiento Universidades

En cuanto a los atributos, los profesionales de la ESPE tienen áreas de conocimiento las cuales los encuestados evaluaron en función a su experiencia en las empresas y se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 90. Aspectos ponderados

Aspecto	1	2	3	4	Total
Conocimiento	1	2	14	18	119
Eficiencia	0	1	15	19	123
Proactividad	0	7	9	19	117
Resolución de problemas	2	5	15	13	109

Gráfica 64. Aspectos de la carrera

CAPÍTULO V

PROPUESTA DEL PROGRAMA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

5.1 Resumen Ejecutivo – Descriptivo de la Propuesta.

La carrera de ingeniería comercial tiene una larga trayectoria en la Universidad de las Fuerzas Armadas, ESPE, sus primeros pasos los dio en el año de 1982, cuando la universidad vio la necesidad de crear un Instituto de Administración Industrial con la finalidad de dar formación en el área administrativa al personal militar en servicio activo para la gestión administrativa, posteriormente, 4 años después, en 1986 se crea la Facultad de Ingeniería Comercial bajo la modalidad Presencial, en 1987 se empieza a dar los primeros cursos en modalidad a distancia y 12 años después, el 6 de octubre de 1999 toma el nombre de Facultad de Ciencias Administrativas, el cual hasta la actualidad es conocido Como departamento de Ciencias Administrativas Económicas y de Comercio, el cual hasta la actualidad alberga las tres carreras, Ingeniería Comercial, Finanzas e Ingeniería en mercadotecnia.

Debido a las transiciones en el sistema de educación superior, las universidades han sufrido procesos de acreditación en la cual se las ha categorizado luego de extensos procesos en los cuales se evalúa todos los parámetros establecidos por el CEAACES.

La aprobación de la nueva ley de educación superior, ha hecho que las universidades sufran cambios dentro de sus estructuras y carreras; al ver la necesidad de alinearse a los nuevos requerimientos del estado la carrera de Ingeniería comercial debe sufrir una transición y convertirse en un programa de Licenciatura en administración de empresas, que cumpla los requerimientos de la demanda actual de las diferentes empresas del sector público y privado para satisfacer sus necesidades y que además tenga un fundamento teórico y esté basado en estándares internacionales basándose de igual manera en programas de universidades con reconocimiento internacional que han alcanzado el éxito gracias a sus buenas prácticas.

Brindar al estudiante una educación integral, con todas las herramientas necesarias para afrontar los problemas actuales es el reto que tiene la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE con su nuevo programa de Licenciatura en administración de empresas. El estudiante de la carrera tendrá la capacidad de cubrir las 4 principales áreas de conocimiento que involucra la carrera de administración, que son: Finanzas, mercadotecnia, procesos y gestión, las cuales son complementadas por asignaturas de carácter básico, cultural, comunicación, que le permiten desenvolverse sin ningún problema a nivel nacional e internacional.

La Universidad de las Fuerzas Armadas cuenta con profesores de primer nivel, que gracias a su experiencia y a su constante capacitación, son capaces de transmitir los conocimientos necesarios a los alumnos, para que lo pongan en práctica en el mundo laboral, además de incentivarlos a la aplicación constante de los conocimientos teóricos en la práctica, permitirá que los alumnos tengan mayor experiencia en las diferentes empresas, crear líderes con capacidad de emprendimiento e innovación, permitirá que el profesional de la ESPE tenga una

marca diferenciadora entre los demás estudiantes y que sea proactivo y eficiente; capaz de solucionar los problemas de manera rápida y creando nuevas ideas ya que siempre se encuentra abierto al cambio.

En definitiva el nuevo administrador de la Universidad de las Fuerzas Armadas se encuentra listo para trabajar arduamente en la sociedad y generar el cambio que el Ecuador necesita para progresar.

5.2 Descripción del programa

5.2.1 Datos Generales:

Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE

Misión de la institución

Formar 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 implantar alternativas de solución a los problemas de la colectividad, para promover el desarrollo integral del Ecuador.

Visión de la institución

Líder en la gestión del conocimiento y de la tecnología en el Sistema Nacional de Educación Superior, con prestigio Internacional y referente de práctica de valores éticos, cívicos y de servicio a la sociedad.

5.2.2 Datos Generales de Carrera o Programa:

Nombre completo de la carrera o programa

Licenciatura en administración de empresas

Tipo de proyecto

Programa

Tipo de trámite (nuevo/ampliación de la vigencia/reedición/ o regularización)

Ampliación de vigencia

Títulos que otorga la carrera o programa

Licenciado en administración de empresas

Área del conocimiento de la carrera o programa

Ciencias Sociales, educación comercial y derecho

Sub-área del conocimiento de la carrera o programa

Educación comercial y administración

Nivel de formación

3er nivel

Modalidad de estudios

La modalidad de estudios será: presencial y a distancia

Número máximo de paralelos

Para la carrera de administración de empresas se contará con 3 paralelos.

Número máximo de estudiantes de primer año o su equivalente por cada paralelo

La carrera constará con 30 alumnos por cada aula como máximo.

Duración de la carrera (número de créditos y número de semestres-incluido proceso de titulación)

9 semestres incluido titulación

Fecha de resolución de aprobación del proyecto por parte del máximo órgano colegiado académico superior

12 de mayo de 2009

Número de resolución de aprobación del proyecto por parte del máximo órgano colegiado académico

Oficio N° 001531b.15. Anexo de la resolución certificada de aprobación del proyecto por parte del máximo órgano colegiado académico superior Anexo No. 01

Anexo de la resolución certificada de aprobación del proyecto por parte del máximo órgano colegiado académico superior

Anexo No. 01

Tipo de sede en que se impartirá la carrera o programa (matriz o extensión)

Sede-Matriz (Sangolquí)

Nombre de la sede matriz o extensión en la que se impartirá la carrera o programa

Campus Sangolquí

Arancel estudiante (colegiatura)

El gobierno concede a las carreras administrativas una ponderación de 0.5 dólares, lo cual en base al número de estudiantes se establece el presupuesto de cada carrera.

5.2.3 Descripción de la carrera o programa:**5.2.3.1 Objetivo general**

Formar licenciados en administración de empresas con sólidos conocimientos teóricos en las áreas de administración, finanzas, mercadotecnia, procesos y recursos humanos; capaces de solucionar los problemas del mundo actual manejando las nuevas tecnologías de la información, generando siempre un valor agregado en la organización en la que se encuentren – Líderes en el desarrollo de habilidades

gerenciales, proactivos con valores universales, alta conciencia crítica y poder en la toma de decisiones.

5.2.3.2 Objetivos específicos

- Definir los planes dentro de la organización para establecer los diferentes escenarios futuros que permitan minimizar los riesgos y maximizar las oportunidades de las organizaciones para alcanzar el éxito en la empresa.
- Coordinar las diferentes áreas de la empresa, asignando las diferentes actividades a realizarse, división de puestos y funciones, además de los recursos de la organización, para el desarrollo de la sinergia
- Dirigir los procesos dentro de la organización, la toma de decisiones, los sistemas de comunicación, motivación y liderazgo en cada uno de los departamentos de la empresa.
- Controlar que los objetivos de la organización sean alcanzados, a través de estándares de medición que permitan corregir los errores y den paso a la retroalimentación.
- Empezar su propia empresa en base a la búsqueda de nuevas y mejores oportunidades que genere fuentes de trabajo, las cuales disminuirán la tasa de desempleo.

5.2.3.3 Perfil de ingreso del estudiante

El programa va dirigido a bachilleres nacionales y extranjeros que aprueben el proceso de admisión del SNNA aprobando el examen del CES

5.2.3.4 Requisitos de ingreso del estudiante

El estudiante postulante a la carrera de licenciatura en Administración de empresas deberá:

Inscribirse en el SNNA a través del internet, para lo cual debe cumplir los siguientes requisitos:

- Ser bachiller o estar cursando el tercer año de bachillerato.
- Cédula de ciudadanía.
- Fotografía tamaño carné con fondo blanco, digital en formato JPG de hasta 100 Kb.
- Comprobante de registro: requisito para rendir el ENES
- Hoja de respuestas del ENES.
- Certificado de haber rendido el ENES, requisito para la matrícula en las IES.
- Tener una cuenta de correo electrónico activa.
- En el caso de aspirantes extranjeros el documento habilitante es el pasaporte o carnet de refugiado.
- Posteriormente debe tener la aprobación del examen de ENES y la obtención del cupo en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

5.2.3.5 Perfil de egreso (resultados del aprendizaje)

El administrador de empresas es un profesional de tercer nivel con sólidos conocimientos teóricos en el área: administrativa, de finanzas, mercadotecnia, procesos y gestión del talento humano. Es capaz de crear y dirigir todo tipo de empresas, tanto nacionales e internacionales y pertenecientes al sector público y

privado. Realiza el proceso administrativo de: Planificar, coordinar, dirigir y controlar las diferentes áreas de la empresa de una manera eficiente y proactiva. Cuenta con valores universales y es capaz de solucionar los problemas del mundo actual de una manera rápida, emplea las tecnologías de la información y tiene un pensamiento crítico y alta capacidad de toma de decisiones. Tiene un enfoque sistémico, ético y humanista, se mantiene a la vanguardia del conocimiento y una alta capacidad de liderazgo y emprendimiento.

El administrador de empresas estará en capacidad de:

- Identificar, diseñar y capitalizar oportunidades estratégicas en las organizaciones a través de la elaboración de planes específicos
- Elaborar diagnósticos en todo tipo de organización
- Diseñar proyectos, programas y planes de negocios para la optimización de las diferentes funciones
- Diseñar, implementar y dirigir procedimientos y sistemas de información para facilitar la gestión y la toma de decisiones.
- Construir escenarios para establecer tomas de decisiones
- Diseñar y evaluar las funciones de planeamiento, conducción y coordinación en todo tipo de organizaciones
- Hacer uso de las tecnologías de información para apoyar su proceso de toma de decisiones
- Liderar y generar iniciativa para el trabajo en equipo en las organizaciones empresariales.

- Administrar estratégicamente toda clase de organizaciones nacionales e internacionales
- Realizar el diseño y puesta en marcha de estructuras orgánicas, la especificación de las plantas de personal y procedimientos administrativos y de control de organismos públicos y privados
- Elaborar, Interpretar, analizar estados financieros y de resultados para la toma de decisiones en las organizaciones.
- Diseñar y conducir procesos de logística, producción, y comercialización de bienes y servicios.
- Conocer y aplicar el marco legal vigente nacional e internacional de las organizaciones.
- Implementar y administrar sistemas de gestión de calidad para orientarlos a la mejora continua.
- Diseñar estrategias de mercadotecnia para las organizaciones que aseguren el éxito de la comercialización de productos y servicios.
- Conducir la organización hacia la consecución de sus objetivos
- Trabajar en equipo, con valores universales y espíritu de liderazgo.
- Evaluar y controlar la consecución de los objetivos y de las metas de la organización.

Tabla 91. Campo ocupacional Licenciado en Administración

<u>ESCENARIOS PRINCIPALES DE TRABAJO</u>	<u>POSIBLES OCUPACIONES</u>
<p>En el sector privado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresas de los sectores: industrial, comercial y servicios, nacionales e internacionales. <p>En el sector público:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dependencias gubernamentales. • Entidades de control • Gobiernos seccionales • Empresas públicas • Entidades Autónomas <p>Organizaciones de derecho público o privado sin fines de lucro</p> <ul style="list-style-type: none"> • ONG's 	<p>Desde la perspectiva de campo profesional del Ingeniero comercial puede desempeñar los siguientes cargos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administrador de su unidad de negocio • Gerente General • Gerente de Marketing • Gerente de Producto o Marca • Investigador de Mercados • Auditor • Gerente de Ventas • Gerente de Canales • Gerencia de Servicios • Consultor de procesos

Fuente: CEAC

5.2.3.6 Requisitos de graduación

- Aprobar todos los créditos de la malla del programa
- Cumplir con las horas de pasantías establecidas
- Poseer el certificado de suficiencia en un idioma extranjero, extendido por una institución acreditada ante la SENESCYT o el Ministerio de Educación.
- Demás requisitos exigidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas.

5.2.3.7 Seguimiento de graduados

A los graduados del programa se aplicará oportunamente la encuesta realizada por la institución para conocer el estado profesional y laboral en el que se encuentra. La ESPE cuenta con un sistema de información basado en la plataforma BANNER que permite sistematizar los datos para el proceso de seguimiento.

5.2.3.8 Justificación

La globalización de la economía, la creación de nuevas empresas, el fortalecimiento de empresas ya existentes en el mercado, la alta demanda de profesionales en el ámbito administrativo y la extensa oferta académica en la carrera de administración de empresas, requiere de profesionales con competencias específicas y genéricas y que además sean superiores a lo que existe actualmente. Si bien es cierto, administración de empresas es una profesión que lleva muchos años en el mercado, pero que sin embargo gracias al mercado cambiante siempre se encuentra innovando y aquello que se aplicó 20 años atrás ya no es lo suficientemente productivo para aplicarlo en nuestros tiempos, puesto que ya son teorías obsoletas y que no aplican en la economía actual.

Todas las empresas, sea cual sea su tamaño requieren al menos de un administrador, que realice el proceso de administración que involucra: planificar, coordinar, dirigir y controlar, pero si hablamos de grandes empresas nos referimos a grandes departamentos que cuentan con profesionales altamente calificados en el

área administrativa que día a día emplean sus conocimientos técnicos, teóricos y metodológicos para la toma de decisiones que llevan a las empresas a alcanzar el éxito.

El Ecuador actualmente se encuentra en un proceso de transición, en la que busca generar un cambio dentro de su matriz productiva para generar valor en los sectores estratégicos del país, dentro de cada sector se requiere de profesionales administrativos que direccionen y establezcan objetivos alcanzables y los medios para llegar a ellos, es por esto que la carrera se alinea con la Constitución del Ecuador, la matriz productiva, la regionalización y las leyes aprobadas relacionadas con la ley de defensa del consumidor, ley de poder y control de mercado, la ley de comunicación, y las diferentes ordenanzas municipales. Esto ha incrementado la demanda de profesionales administrativos, pero que posean características superiores y que se encuentren a la vanguardia del conocimiento.

En el Ecuador, se consideraba como ingeniero comercial al profesional administrativo, pero para alinearse a las nuevas exigencias, es necesario que esto cambie y actualmente tener un enfoque a nivel de licenciatura que de acuerdo al régimen académico, artículo 8 inciso a.

Licenciaturas y afines.- Forman profesionales capaces de analizar, planificar gestionar y evaluar modelos y estrategias de intervención en los campos profesionales asociados a las ciencias básicas, sociales, de la educación, de la salud, humanidades y artes. Estos profesionales son capaces de diseñar, modelizar y generar procesos de innovación social y tecnológica. En el caso de las ciencias básicas, además, forman profesionales capaces de investigar y profundizar las mismas.

Es por este motivo que actualmente un administrador de empresas debe contar con competencias genéricas y específicas que lo diferencien de los demás; las

competencias específicas se encuentran alineadas con el artículo 27 de la Constitución Política del Estado

“Art. 27.- La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar. La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional”,

Por otro lado el Ecuador requiere de profesionales de primera línea con innegable espíritu emprendedor y alta conciencia ciudadana, capaces de desempeñar con éxito funciones profesionales en los sectores público y privado, al hablar de la alta conciencia ciudadana la carrera se alinea con el artículo 283 de la actual Constitución. Por otra parte es necesario que el profesional en el área administrativa sea un enlace entre la producción, el consumo y la satisfacción de necesidades, concordando con el artículo

337.- El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica. Las competencias de la carrera permiten a los profesionales comprender, participar y proponer nuevos sistemas de redistribución según lo planteado en la matriz productiva 2012 “Contar con nuevos esquemas de generación, distribución y redistribución de la riqueza” con la generación y desarrollo de nuevos productos orientados al mercado internacional se puede “Reducir la vulnerabilidad de la economía ecuatoriana;”

Además un administrador debe ser un constante investigador que busque solución a los problemas existentes dentro y fuera de la organización. El administrador de empresas es un buscador de oportunidades que genera empleo y mejora la economía de la sociedad.

Sobre la demanda de profesionales del área administrativa con referencia a las 46 empresas

- 31 empresas de las 46 encuestadas tienen profesionales de la ESPE.
- El aspecto más relevante en cuanto a la formación de un profesional en el área de administración es la parte financiera con un valor ponderado de 132, seguido por el área de marketing con 128
- Los empleadores al momento de escoger un profesional el aspecto que tiene un mayor peso es la prueba con un valor ponderado de 180, seguido por la experiencia con 178
- Para los empleadores el ranking de profesionales en el área de administración de empresas es:
 1. Universidad de las Fuerzas Armadas, valor ponderado: 387
 2. Pontificia Universidad Católica; valor ponderado: 378
 3. Universidad Politécnica Nacional, valor ponderado: 366
 4. Universidad San Francisco de Quito, valor ponderado: 332
 5. Universidad Central del Ecuador, valor ponderado: 319
- El 45,7% de los encuestados consideran que el idioma inglés es muy importante
- Los encuestados creen que las siguientes materias deben ser impartidas

Tabla 92. Materias para administradores

Finanzas	Marketing	Procesos	Recursos Humanos
Análisis de negocios	Ventas	Calidad	Coaching
Análisis de decisiones	PNL	Logística	
Análisis de riesgos	<i>Trademarketing</i>	Indicadores	
Proyectos		Sistemas integrados de gestión	
NIFS			

5.2.3.9 Descripción de la dependencia administrativa de la carrera o programa a la estructura interna de la universidad o escuela politécnica

La carrera de licenciatura de administración de empresas se encuentra bajo la tutela del departamento de Ciencias Económicas Administrativas y de Comercio CEAC, el cual es el encargado organizar y coordinar la ejecución de los programas de las tres carreras administrativas: Administración de Empresas, Finanzas y Mercadotecnia, para lo cual ejecuta procesos de coordinación y apoyo a la gestión de programas de pregrado; esta unidad depende del Director del departamento de Ciencias económicas administrativas y de comercio.

5.2.3.10 Proyección de matrículas de primer año y total de la carrera o programa, para una promoción o cohorte

	Matrícula de Primer Ciclo	Matrícula Total
Año 1 2014	25	25
Año 2 2015	25	25

5.2.3.11 Presupuesto anual de la carrera programa, proyectado a la duración de una promoción o cohorte:

	Descripción	Asigna do	Modific ado	Codifica do	Monto Certific ado	Comprome tido	Devenga do	Paga do	Saldo por Comprom eter	Saldo por deveng ar	Sald o por pag ar	% ej ec
2100000007	CC. Económicas y Administrativas											
5301051705 001	Telecomunicaciones	100	-100	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5302041705 003	Edición, impresión, reproducción publicaciones suscripciones fotocopiado traducción empastado enmarcación serigrafía fotografía carnetización filmación e imágenes satelitales	5000	0	5000	282,85	4717,15	4717,15	4717, 15	282,85	282,85	0	94 ,3 4
5302071705 003	Difusión información y publicidad	4000	-4000	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Continúa...

5302391705001	MEMBRECÍAS	0	1322	1322	0	0	0	0	1322	1322	0	0
5302991705002	Otros servicios generales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5303011705001	Pasajes al interior	0	4000	4000	4000	0	0	0	4000	4000	0	0
5303011705003	Pasajes al interior	4000	-4000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5303021705001	Pasajes al exterior	5000	-5000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5303031705001	Viáticos y subsistencia en el interior	0	5678	5678	40	0	0	0	5678	5678	0	0
5303031705003	Viáticos y subsistencia en el interior	7000	-7000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5303041705001	Viáticos y subsistencia en el exterior	8000	-8000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5304021705998	Edificios locales residencias y cableado estructurado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5304991705998	Otras instalaciones mantenimiento y reparaciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5305041705998	Maquinarias y equipo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5305061705001	Herramientas	0	1000	1000	0	0	0	0	1000	1000	0	0

Continúa...

5306031705001	Servicios de capacitación	80000	-80000	0	0	0						
5306061705002	HONORARIOS POR CONTRATOS CIVILES DE SERVICIOS	0	98408	98408	1454,08	96953,92	95317,12	91284,72	1454,08	3090,88	4032,4	96,86
5306061705002	HONORARIOS POR CONTRATOS CIVILES DE SERVICIOS	0	193277,8	193277,8	89001,87	99538,59	77938,59	68181,19	93739,23	115339,23	9757,4	40,32
5307031705003	Arrendamiento de equipos informáticos	2100	-2100	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5308011705001	Alimentos y bebidas	300	-300	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5308031705998	Combustibles y lubricantes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5308041705003	Materiales de Oficina	4000	4000	8000	2485,71	936,55	936,55	936,55	7063,45	7063,45	0	11,71
5308071705003	Materiales de impresión fotografía reproducción y publicaciones	7000	3000	10000	0	6372,63	6372,63	6372,63	3627,37	3627,37	0	63,73
5308071705998	Materiales de impresión fotografía reproducción y publicaciones	0	3157	3157	0	3157	3157	3157	0	0	0	100
5308121705003	Materiales Didácticos	3000	0	3000	0	0	0	0	3000	3000	0	0

Continúa...

53081317050	Repuestos y accesorios	500	0	500	425,11	71,89	71,89	71,89	428,11	428,11	0	14,38
53089917050	Otros de uso y consumo corriente	3000	-3000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
53089917059	Otros de uso y consumo corriente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
53140917050	Libros y Colecciones	0	11592	11592	0	11592	11592	11592	0	0	0	100
53140917059	Libros y Colecciones	0	19320	19320	0	19320	19320	19320	0	0	0	100
84010417059	Maquinarias y equipo (bienes de larga duración)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
99010217050	OBLIGACIONES DE EJERCICIOS ANTERIORES POR GASTOS EN BIENES Y SERVICIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	2100000007 CC ECOÓMICAS Y ADM	133000	231254,8	364254,8	97689,62	242659,73	219422,9	205633,1	121595,09	144831,89	13789,8	60,24

Descripción del plan de estudio de la carrera o programa:

5.2.3.12 Planificación curricular

Según el reglamento académico aprobado, artículo 17, literal 3 inciso a indica que se requiere de 7200 horas en un plazo de 9 períodos académicos ordinarios y que además la carrera debe contar con 54 asignaturas.

Gráfica 65. Asignaturas según nivel de formación

NIVELES DE FORMACIÓN		NÚMERO MÁXIMO DE ASIGNATURAS
TÉCNICO SUPERIOR		24
TECNOLÓGICO SUPERIOR		36
GRADO O DE TERCER NIVEL	LICENCIATURAS	54
	CIENCIAS BÁSICAS	60
	INGENIERÍAS, ARQUITECTURA, ODONTOLOGÍA Y MEDICINA VETERINARIA	60
	MEDICINA HUMANA	72

Fuente: Reglamento de régimen académico

Es necesario basarse en el artículo 28 del reglamento de régimen académico.

- 1) Fundamentos teóricos: Integra el conocimiento de los contextos, principios, lenguajes, métodos de la o las disciplinas que sustentan la profesión, estableciendo posibles integraciones de carácter multi e inter disciplinar.
- 2) Praxis profesional: Integra conocimientos teóricos-metodológicos y técnicos instrumentales de la formación profesional el incluye las prácticas pre profesionales, los sistemas de supervisión sistematización de las mismas

- 3) Epistemología y metodología de la investigación: Integra los procesos de indagación, exploración y organización del conocimiento profesional cuyo estudio está distribuido a lo largo de la carrera. Este campo genera competencias investigativas que se desarrollan en los contextos de práctica de una profesión. En este campo formativo se incluirá el trabajo de titulación.
- 4) Integración de saberes, contextos y cultura: Comprende las diversas perspectivas teóricas, culturales y de saberes que complementa la formación profesional, la educación en valores y en derechos ciudadanos, así como el estudio de la realidad socio-económica, cultural y ecológica del país y el mundo. En este campo formativo se incluirán además, los itinerarios multi profesionales, multi disciplinares, interculturales e investigativos
- 5) Comunicación y lenguajes. Comprende el desarrollo del lenguaje y de habilidades para la comunicación oral, escrita y digital, necesarios para la elaboración de discursos y narrativas académicas y científicas. Incluye, además, aquellas asignaturas, curso, o sus equivalentes orientados al dominio de la ofimática (manejo de nuevas tecnologías de la información y la comunicación) y, opcionalmente, de lenguas ancestrales

En cuanto al idioma extranjero en el artículo 30 del presente reglamento indica o siguiente:

Art 30: Aprendizaje de una lengua extranjera: ...La suficiencia de la lengua extranjera deberá ser evaluada una vez que el estudiante haya cursado y aprobado el 60% de las asignaturas de la carrera; tal prueba será habilitante para la continuación de sus estudios.

Tabla 93. Asignaturas

NOMBRE DE LA ASIGNATURA CURSO O MÓDULO	DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS MÍNIMOS
FUNDAMENTOS TEÓRICOS	
1 Matemática Básica	La matemática es el estudio de patrones en las estructuras de entes abstractos y en las relaciones entre ellas, permite al profesional tener la capacidad para la resolución de problemas y tener un pensamiento crítico, además de mejorar la agilidad mental.
2 Introducción a la contabilidad	Le permite al administrador conocer los conceptos y principios básicos de la contabilidad, reconocer cuales son: activos, pasivos y patrimonio, además de la elaboración de estados de resultados y balances generales. A través de la introducción, logra entender con claridad el funcionamiento del proceso contable.
3 Principios de administración	Permite al estudiante en administración de empresas, conocer los fundamentos básicos de la administración, sus principios y su proceso, además de su evolución a lo largo de la historia; lo cual brinda un preámbulo de cómo se debe administrar una empresa adecuadamente.
4 Microeconomía	La microeconomía realiza un estudio a los agentes económicos individuales, como: consumidor, empresa, trabajadores e inversores, permite tener un conocimiento claro del funcionamiento de la oferta y la demanda en la economía en general, lo cual permite al estudiante realizar análisis para la toma de decisiones.
5 Macroeconomía	Se encarga del estudio en general de la economía, se basa en el Estado y como es su funcionamiento, se enfoca en la situación en general de un país, lo cual permite tomar decisiones basadas en los indicadores que provienen de la macroeconomía, permite tener un conocimiento en general de lo que está sucediendo en el país

Continúa...

6	Derecho mercantil y societario	Permite conocer cuáles son el conjunto de normas que regulan a los comerciantes en el ejercicio de su profesión, a través de este se pueden amparar en los diferentes artículos y tomar decisiones acertadas para la empresa.
7	Derecho laboral	Permite conocer cuáles son las leyes que amparan a los trabajadores de las empresas y sus obligaciones, a través de esta materia, el estudiante logra conocer sus derechos y obligaciones cuando trabaja en una empresa de forma dependiente.
8	Introducción a la empresa	La empresa es una de las principales unidades económicas de un país, a través de la introducción a la empresa, el estudiante logra conocer los principios de la empresa, cuáles son sus unidades funcionales y cuál es su funcionamiento en general, para posteriormente poder conocerla a profundidad y tener la capacidad de realizar reestructuraciones
9	Fundamentos de marketing	Conocer los principios del marketing, sus conceptos más importantes y sus teorías, permite al estudiante estar preparado para la obtención de conocimientos más profundos que serán dictados posteriormente en la carrera.

PRAXIS PROFESIONAL

FINANZAS

1	Contabilidad General	Está orientada a brindar los conocimientos teóricos y prácticos, apegados a la legislación tributaria, laboral y societaria vigentes sobre el desarrollo del proceso contable en las empresas comerciales. El estudio de la asignatura permite a los estudiantes tener conocimientos sólidos para el registro contable y presentación de los estados financieros a diferentes usuarios
2	Contabilidad de Costos	Es una herramienta para la gestión administrativa y contable, permite conocer los procedimientos para los cálculos de la producción de productos y servicios y la contabilización de operaciones, permite al administrador conocer cuáles son los costos de producción para tener un mejor control sobre estos.

Continúa...

3 Matemática Financiera	La comprensión, interpretación y aplicación de los conceptos propios de las matemáticas financieras le permiten al estudiante el desarrollo de habilidades en el manejo de las herramientas financieras que le permitirán en el campo profesional proponer con argumentos sólidos alternativas de solución a las problemáticas se presenten y que tengan que ver con la toma de decisiones sobre evaluación de alternativas de inversión o de uso y aplicación de recursos financieros.
4 Administración Financiera	La administración financiera permite al estudiante en administración proporcionar herramientas necesarias para anticiparse a peligros y aprovechar oportunidades que surjan en el ámbito económico, el alumno logra realizar un análisis y planeación financiera, gerenciar el capital de trabajo, llevar a cabo un proceso de presupuesto de capital y financiación a largo plazo
5 Administración Presupuestaria	Permite al estudiante realizar y analizar presupuestos, tanto del sector público como privado, optimizando sus recursos y logrando el cumplimiento de los mismos.
6 NIFS Y NICS	Permite al administrador de empresas conocer cuales están vigentes y como afectan directamente a las empresas, además de cómo se deben aplicar y cuál es su importancia.
7 Análisis de riesgos	Es un estudio de las causas de las posibles amenazas y probables eventos no deseados y los daños y consecuencias que éstas puedan producir para que el administrador pueda estar preparado y tome decisiones adecuadas.
8 Auditoría	A través de la auditoría se puede determinar si los estados contables fueron preparados de acuerdo a las normas contables vigentes en cada país o región, esto permite tener un mejor control a través de opiniones favorables o no favorables.
9 Análisis y valoración Financiera	Permite realizar análisis de los estados contables a través de indicadores y razones financieras los cuales permiten al administrador tener suficientes herramientas para realizar la valoración necesaria y para la toma de decisiones

Continúa...

10 Estrategia y gestión financiera	La gestión financiera se refiere a todos los procesos que consisten en conseguir, mantener y utilizar dinero, sea físico (billetes y monedas) o a través de otros instrumentos, como cheques y tarjetas de crédito. La gestión financiera es la que convierte a la visión y misión en operaciones monetarias, y la estrategia la que permite establecerlas para poder alcanzar los objetivos en cuanto al dinero
11 Tributación	Se refiere al pago de impuestos, el estudiante en administración adquiere sólidos conocimientos para la declaración de impuestos, además de tener una amplia visión del sistema tributario de Ecuador y los principales impuestos que lo integran

MARKETING

1 Estadística	La estadística es una herramienta fundamental para la toma de decisiones, dentro del programa influye la inferencia estadística y la estadística descriptiva que permite al estudiante en administración manejar herramientas para la interpretación de probabilidades, variables estadísticas, recopilación de datos y análisis de datos.
2 Investigación de mercados	Es fundamental para tomar decisiones y formular estrategias acordes con la evolución de los mercados, su comportamiento, necesidades y objetivos, en el marco de un entorno cambiante y globalizado. El estudiante conoce las herramientas básicas para generar, identificar y trabajar con información, para así tener la facilidad de reducir riesgos en la continua toma de decisiones, en el entorno familiar, profesional y laboral.
3 Econometría	Permite al administrador de empresas trabajar con modelos matemáticos teóricos que relacionan una variable dependiente (o explicada) por una o más variables independientes (o explicativas).
4 Marketing	Permite al administrador conocer los fundamentos básicos de marketing, para de esta manera entender la importancia de satisfacer las necesidades de los clientes
5 Marketing Estratégico	Permite analizar sistemáticamente y permanentemente las necesidades del mercado y el desarrollo de conceptos de productos rentables.

Continúa...

6 Mezcla de marketing	El estudiante en administración conocerá la gestión de las 4p's de marketing para poder realizar un mix que permita posicionar los productos o servicios en la mente del consumidor
7 Planificación estratégica	El estudiante es capaz de anticiparse a lo que sucederá a través de la planificación a corto, mediano y largo plazo, le permite tomar decisiones acertadas.
8 Gestión de ventas	A través de la gestión de ventas el estudiante podrá determinar las necesidades y los deseos de los clientes para poder presentar el producto de una manera efectiva, además de controlar a la fuerza de ventas a través de estrategias y la organización de la fuerza de ventas.
9 Comercio internacional	Permite conocer las estrategias, reglamentos, normativas para el intercambio de bienes o servicios a través de diferentes países; el estudiante tendrá la capacidad de analizar mercados extranjeros para poder comprar o vender.

PROCESOS

1 Investigación operativa	El estudiante en administración es capaz de generar y resolver modelos matemáticos, estadísticos y algoritmos con objeto de realizar un proceso de toma de decisiones. A través de estas herramientas logra tomar decisiones más efectivas basándose en la maximización de beneficios y minimización de costos
2 Logística	La logística es el conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución. El estudiante en administración es capaz de llevar procesos de logística efectivos y dar solución a problemas de distribución, optimización
3 Administración de procesos	El estudiante es capaz de mejorar el desempeño tanto en eficiencia como en eficacia, para esto el estudiante aprende a modelar, organizar, documentar y optimizar de forma continua los diferentes procesos con secuencias lógicas y optimizando los recursos

Continúa...

- | | |
|---------------------------|--|
| 7 Técnicas de negociación | Permite que el administrador mejore sus relaciones, actualmente no se negocia únicamente con proveedores o colaboradores de la misma empresa, sino que el alcance de las negociaciones llega a otras empresas que pueden ser nacionales o extranjeras, el objetivo es que ambas partes se vean beneficiadas, el estudiante aprende todas las técnicas y estrategias que debe poseer para alcanzar negociaciones exitosas. |
|---------------------------|--|

EPISTEMOLOGÍA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

- | | |
|-----------------------------------|---|
| 1 Técnicas de estudio | Permite al estudiante en administración conocer las diferentes técnicas que se pueden aplicar para poder asimilar de una mejor manera los conocimientos impartidos durante las horas de clases, además de brindarle herramientas didácticas que le ayudan a captar más rápidamente y eficazmente los conocimientos. |
| 2 Metodología de la investigación | Todas las carreras son capaces de realizar investigaciones, para esto se debe conocer el proceso que se debe emplear para que la investigación realizada tenga éxito, además del sustento teórico que abarca realizar una investigación, el estudiante debe conocer a profundidad los métodos a emplearse al momento de realizar una investigación. |

INTEGRACIÓN DE SABERES, CONTEXTOS Y CULTURA

- | | |
|------------------------------|---|
| 1 Innovación y Emprendedores | El estudiante en administración es innovador y tiene la capacidad de plasmar sus ideas a la realidad, es por esto que se brinda la oportunidad de que los estudiantes formen microempresas o realicen proyectos de sus ideas en las aulas de clases, para posteriormente lanzarlas al mercado |
| 2 Responsabilidad social | El estudiante en administración debe tener una conciencia social, y esto involucra tener una responsabilidad social, para lo cual se elabora proyectos de vinculación con la sociedad |
| 3 Ética Empresarial | El estudiante en administración debe aprender valores, normas y principios y reflejarlos en la empresa. Debe ser capaz de crear códigos éticos que permitan a las empresas tener un mejor clima organizacional y en cuanto a los clientes brindar una atención basada en la ética y sin corrupción. |

Continúa...

4	Administración de la producción	Es importante que el estudiante sepa administrar los recursos productivos de la organización que mejore los sistemas de producción
----------	--	---

5	Administración de la calidad	El administrador debe estar consciente del mejoramiento continuo, es necesario que conozca los parámetros relacionados con la calidad y los diferentes modelos establecidos además de las teorías existentes para que se pudiera mejorar los productos o servicios.
----------	------------------------------	---

GESTIÓN

1	Administración de talento humano	Dentro de la formación del profesional es necesario que conozca el manejo adecuado del personal, los procesos de selección, reclutamiento, capacitación además de la correcta gestión del personal, los recursos, técnicos, materiales y el talento humanos de las organizaciones
----------	----------------------------------	---

2	Gestión Empresarial	Es necesario para el futuro administrador poder mejorar la productividad y competitividad de la empresa a través del talento humano
----------	---------------------	---

3	Organización y sistemas	Es necesario que el estudiante en administración sepa cómo funciona una empresa internamente y cuáles son las decisiones que se pueden tomar a niveles estructurales para mejorar el funcionamiento de la misma.
----------	-------------------------	--

4	Coaching	A pesar de ser un estilo de liderazgo es necesario que el estudiante reciba conocimientos referente al coaching, ya que a través de este se le permite el trabajo en equipo para alcanzar la sinergia y en la cual se distribuye las funciones y responsabilidades basándose en las habilidades de cada colaborador, lo cual permite que el colaborador alcance su potencial.
----------	----------	---

5	Diseño y evaluación de proyectos	El estudiante en administración puede diseñar y evaluar el éxito o el fracaso de los diferentes procesos a través de herramientas tecnológicas e indicadores que indiquen el éxito o el fracaso de los proyectos.
----------	----------------------------------	---

6	BSC	El BSC es una herramienta y un modelo de gestión basado en indicadores, es importante que el estudiante en administración conozca el manejo del proceso de la herramienta para que pueda mantener un mejor control y manejo de toda la organización basándose en indicadores.
----------	-----	---

Continúa...

4 Liderazgo	El estudiante aprende como ser un líder y llevar a cabo sus propósitos, e influir de manera positiva en el personal además de motivarlos para alcanzar los objetivos establecidos. Aprende los estilos y tipos de liderazgo y se le permite participar activamente para desarrollar su potencial de liderazgo.
5 Educación Física	El estudiante en administración debe desarrollar su capacidad física, para esto puede escoger entre las diferentes disciplinas ofertadas por la universidad que incluyen: fútbol, básquet, vóley, tenis, pin pon, atletismo, gimnasio, entre otras
6 Realidad Nacional	El estudiante en administración de empresas debe conocer lo que sucede en su país en referencia a la parte: política, legal, económica, culturas, además que debe conocer acerca de la historia del país para completar su formación integral.
7 Apreciación del Arte	Para el estudiante administrador es necesario tener una formación integral, el conocimiento de las bellas artes que incluye: música, cine, pintura, escultura y literatura lo permite desarrollarse en el medio con capacidad de apreciar las 5 áreas de las artes, además de conocer acerca de importantes exponentes, historia y obras famosas.

COMUNICACIÓN Y LENGUAJES

1 Comunicación Oral y escrita	Permite al estudiante de administración tener un correcto manejo del lenguaje y una adecuada comunicación verbal, la cual es muy importante al momento de entablar relaciones.
2 Ofimática	El uso del computador es una necesidad y el correcto uso de los paquetes informáticos que ofrecen es un requisito indispensable para los estudiantes y profesionales, por este motivo el alumno recibe formación en cuanto a: Word, Excel, Power Point, Project, Publisher y otras herramientas que permiten optimizar, automatizar y mejorar los procedimientos o tareas relacionadas con la organización.
3 Tecnologías de la información	El constante avance de la tecnología obliga a los estudiantes a capacitarse en cuanto a las tecnologías de la información para mantenerse a la vanguardia y optimizar el tiempo y espacios en las organizaciones. Las TICS son el conjunto de recursos, procedimientos y técnicas usadas en el procesamiento, almacenamiento y transmisión de información

El idioma inglés debe ser aprobado cuando el alumno cumpla el 60% de la malla curricular

5.2.3.13 Metodología de aprendizaje

Siendo la modalidad del programa Presencial y a distancia, la metodología es participativa, en equipo multi e interdisciplinario, basado en resolución de problemas, estudios de casos, así también se ha implementado el uso de la aula virtual a través de la cual el docente y los estudiantes interactúan académicamente, desarrollando competencias, conocimientos y habilidades, promoviendo la comunicación flexible e inmediata, se incentiva la discusión efectiva, a través de la cual se comparten criterios, se plantean debates para determinar estrategias y acciones de tipo gerencial.

El enfoque constructivista conecta a la realidad, no solo es espectador, sino que es un sujeto participativo e involucrado, según la asignatura se utilizan instrumentos que permiten atravesar el camino de la investigación y análisis complejo que pueden ir de lo cuantitativo a lo cualitativo, a través de instrumentos como son encuestas, entrevistas observación activa o pasiva, test.

La metodología de trabajo en aulas virtuales responderá a la aplicación de del método B-learning que combina los métodos sincrónico y asincrónico de las modalidad distancia.

El Método B-Learnig (Combinado asincrónico y sincrónico), donde la enseñanza y aprendizaje de la educación virtual se hace más efectiva. Es un método

de enseñanza flexible, porque no impone horarios. Estimula la comunicación en todo el momento e instante.

El trabajo autónomo es planificado en base a una **plataforma educativa virtual**, con material diseñado para este entorno educativo. Cada docente puede optar por realizar actividades autónomas que son monitoreadas en la plataforma, estas pueden ser:

- **Trabajo** colaborativo: Bajo un diseño de entornos de aprendizaje constructivista en el entorno virtual, en el que se comprometa a los estudiantes de administración a la elaboración del conocimiento, se pone a su consideración el trabajo colaborativo como una actividad de aprendizaje, que se puede llevar a cabo dentro de diversas estrategias de enseñanza. Es necesario indicar que la aplicación de cualquier estrategia depende de la asignatura, el estilo de aprendizaje de los estudiantes, de los recursos instrumentales y los materiales disponibles.

Los entornos virtuales permiten “el acceso a información compartida y compartir, a su vez, las herramientas de elaboración del conocimiento para ayudar a los estudiantes a elaborar de forma conjunta un conocimiento socialmente compartido. Los problemas se resuelven cuando un grupo de personas trabaja para desarrollar una concepción común del problema, de manera que sus energías puedan centrarse en su resolución.

El trabajo colaborativo consiste en definir una actividad que involucre la participación de un grupo determinado de maestrantes, para cumplir la consigna establecida.

El trabajo colaborativo es una estrategia que saca del contexto solitario al estudiante y lo invita a interactuar intercambiando no sólo conocimientos sino capacidades, trabajando en grupo en pos de una meta común. Este tipo de aprendizaje pone al estudiante ante la necesidad de comunicarse con los otros, intercambiar ideas y opiniones, poner en acción los contenidos teóricos en función de la resolución de un problema.

- **Foros académicos:** Que serán planteados por el docente y permitirán la participación activa de los maestrantes sobre la temática definida.
- **Evaluaciones en línea:** La plataforma virtual permite al docente plantear evaluaciones en línea sobre temáticas específicas que requieran un medio de evaluación de orientación cognitivista.

En cuanto a los alumnos de modalidad presencial, basándose en el reglamento para estudiantes de la ESPE artículo 60 los medios de calificación son los siguientes:

Art 60.- Medios e instrumentos de evaluación: El aprendizaje de los estudiantes se evaluará a través de pruebas, lecciones, deberes, trabajos, proyectos u otros eventos académicos, que se aplicarán en las respectivas asignaturas, según las siguientes definiciones:

- a. Pruebas, son evaluaciones escrita u orales sobre los temas estudiados;
- b. Lecciones, son evaluaciones orales o escritas que el profesor aplica para verificar el aprendizaje del estudiante sobre temas tratados en clase, deberes p consultas bibliográficas, dispuestos en forma anticipada;
- c. Deberes, son las tareas que el profesor asigna al estudiante para que las realice fuera del aula, sobre aspectos relacionados con la asignatura;
- d. Trabajos, son tareas asignadas a los estudiantes, cuyo contenido reemplaza total o parcialmente a las pruebas; y,
- e. Proyectos, son actividades orientadas a identificar, formular soluciones y resolver un problema, en las que se aplique los conocimientos obtenidos.

- f. Se considera como otros eventos académicos, la participación de los estudiantes en: seminarios, paneles periodísticos, investigaciones y trabajos de laboratorio; los cuales podrán reemplazar total o parcialmente a las pruebas.

5.2.3.14 Sistema de evaluación y promoción de los estudiantes

El reglamento de estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército en el artículo 61 señala “Característica de la evaluación y responsables”.- Todas las evaluaciones se califican sobre diez (10) puntos, la nota final de la asignatura se calcula de acuerdo a las ponderaciones establecidas por el profesor.”

La evaluación académica de cada asignatura se realizará de forma continua, sobre 20 puntos, utilizando los medios e instrumentos previstos en el Artículo 60 de este Reglamento, para lo cual los profesores, al inicio de cada período académico, presentarán al respectivo Director de Departamento, la planificación de los contenidos parciales con los objetivos a alcanzarse; y los instrumentos de evaluación, con la ponderación correspondiente.

En cuanto a la calificación mínima que deben obtener es de 14/20 según el artículo 66 del reglamento de estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército y no haber superado el 20% de inasistencia a la carga horaria según el artículo 76, en caso de que el alumno tenga un promedio igual o superior a 16/20 se tendrá una tolerancia del 5% en cuanto a asistencias.

5.2.3.15 Sistema de evaluación de profesores e investigadores

El sistema de evaluación ha sido establecido por la ESPE

Tabla 94. Sistema de evaluación

CALIFICACIÓN	EQUIVALENTE	CORRESPONDENCIA
N		
A	De 3.30 a 4.00	continúa como docente en el programa
B	De 3,00 a 3,30	continúa con condición
C	menor a 3	no continúa en el programa

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- El sistema de Educación superior ha sufrido un proceso de transición en los últimos años gracias a que el 12 de octubre del 2010 se aprobó la nueva Ley de Educación Superior (LOES) con su respectivo reglamento
- El CEEACES es el organismo encargado del proceso de acreditación, en el 21012 se realizó el proceso de acreditación de universidades en el cual algunas universidades cerraron sus puertas y la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE obtuvo la calificación A.
- Las empresas tanto públicas como privadas en los últimos años valoran más a los profesionales que poseen títulos de tercer y cuarto nivel, lo cual se ve reflejado en los salarios percibidos, dependiendo el cargo que ocupen
- Con la aprobación de la nueva ley el programa de carrera de ingeniería comercial debe ser cambiado a programa de licenciatura en Administración de empresas para alinearse con los requerimientos del Estado
- Las mejores universidades del mundo según el importante ranking ARWU se encuentran en los Estados Unidos de América, al igual que las mejores escuelas de negocios.
- Los postulantes a estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas deben pasar y aprobar el proceso de admisión del Sistema nacional de nivelación y admisión SNNA.

- Cada vez las empresas son más exigentes al momento de contratar a su personal, y cada puesto cuenta con perfiles específicos para ocupar los cargos.
- En los último meses el 52,17% de las empresas no ha contratado a personal administrativo
- Los encuestados piensan que el nivel de educación de la carrera de ingeniería comercial es bueno, ya que piensan que el nivel de conocimiento, eficiencia y pro actividad de los profesionales es muy alto y la capacidad para resolver problemas es alto.
- Para los encuestados el orden de importancia de conocimientos que deben tener los profesionales según las áreas de conocimientos es que deben tener sólida formación en el área de finanzas, seguido muy de cerca por la parte de marketing, a continuación el área de procesos y finalmente el área de gestión(talento humano)
- Las empresas al momento de contratar al personal tienen el siguiente orden de importancia de factores: Prueba, experiencia, entrevista, universidad de la que proviene y referencias. Los factores que mayor peso poseen son la prueba y la experiencia
- Para las empresas el orden de preferencia al momento de contratar a un ingeniero comercial es el siguiente: ESPE , PUCE, EPN, USFQ y UCE
- Cada vez las empresas valoran más la importancia del idioma inglés en los profesionales en ingeniería comercial
- La mediana y gran empresa tiene patrones similares al momento de contratar al personal, y los aspectos que valora dentro del profesional son similares.

6.2 Recomendaciones

- Alinear el nuevo programa de carrera Licenciatura en administración de empresas a los requerimientos del Estado, con la nueva matriz productiva.
- Deberá estar basado en las competencias requeridas a nivel mundial, usando como guía las competencias específicas del proyecto Tuning de Latinoamérica.
- Se debe exigir en la malla curricular que el estudiante al cursar el 6to semestre de la carrera haya aprobado el idioma extranjero y cuente con la suficiencia del mismo.
- Se debería vincular a las carreras con la sociedad para realizar proyectos de emprendimiento en las diferentes comunidades y parroquias cercanas a la universidad.
- Incentivar al alumno a realizar prácticas pre profesionales acorde a las competencias de la carrera para que pueda potencializar sus habilidades y adquirir conocimientos que los ponga en práctica en la vida profesional
- Hacer un mayor uso de las tecnologías de la información en las diferentes materias, que permitan al estudiante aprender a través de los diferentes programas de software existentes que le brinden mayor facilidad y variedad al momento de realizar la toma de decisiones.
- Establecer convenios con empresas del sector público y privado para que los estudiantes realicen pasantías.

6.3 Referencias Bibliográficas

CEAACES. (2010). Recuperado el 21 de JULIO de 2013, de Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.: http://www.ceaaces.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=2&Itemid=4

Ley orgánica de Educación Superior. (Octubre de 2010). *Ley orgánica de Educación Superior*.

Alipso. (12 de Abril de 2000). *Alipso*. Obtenido de <http://www.alipso.com/>

BERNAL, C. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación.

Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Gestiopolis. (23 de Marzo de 2012). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com>

Hemisferios, U. d. (2013). *Uhemisferios*. Obtenido de <http://www.uhemisferios.edu.ec/>

Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados Un enfoque práctico*. México: Pearson.

Prisma, E. (30 de Agosto de 2013). *El Prisma*. Obtenido de http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/administraciondefiniciones/

Satandford. (2013). *Universidad de Stanford*. Obtenido de <http://www.gsb.stanford.edu/>

Sek, U. (2013). *Universidad Sek*. Obtenido de <http://www.uisek.edu.ec/>

Stephen, R., & Coulter, M. (2006). *Administración*. México: Pearson.

Tuning. (2013). *Tuning América Latina*. Recuperado el 2013, de <http://www.tuningal.org/>

Vilchez, C. (4 de Abril de 2010). *América Economía*. Recuperado el 2013, de www.americaeconomia.com

ZIKMUND, W., & BABIN, B. (2009). *Investigación de mercados*. México: Cengage Learning.