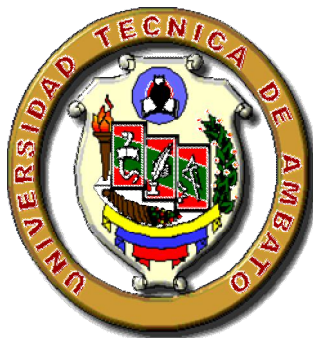


# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



## CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO MAESTRÍA EN DISEÑO CURRICULAR Y EVALUACIÓN EDUCATIVA

---

**TEMA:** “LA SATISFACCIÓN ESTUDIANTIL Y SU INCIDENCIA EN EL PERFIL DE LOS EGRESADOS DE LA CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS”.

---

Trabajo de Investigación

Previa a la obtención del Grado Académico de MAGÍSTER EN DISEÑO CURRICULAR Y EVALUACIÓN EDUCATIVA.

AUTOR: Lcdo. Mentor Leovigildo Córdova Naranjo

DIRECTOR: Ing. Mg. Luis Velásquez Medina.

Ambato – Ecuador

2013

AL CONSEJO DE POSGRADO DE LA U. T. A.

El tribunal receptor de la defensa del trabajo de investigación con el tema: “LA SATISFACCION ESTUDIANTIL Y SU INSIDENCIA EN EL PERFIL DE LOS EGRESADOS DE LA CARRERA DE MARKETING Y GESTION DE NEGOCIOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS”, presentado por el: Lcdo. Mentor Leovigildo Córdova Naranjo conformado por: Ing. Mg. Santiago Verdesoto Velástegui, Ing. Mg. Carlos Beltrán Avalos, Dr. Mg. Héctor Hurtado Puga, Miembros del Tribunal, Ing. Mg. Luis Velásquez Medina, Director del trabajo de investigación y presidido por: Ing. Mg. Juan Garcés Chávez Presidente del Tribunal y Director del CEPOS – UTA, una vez escuchada la defensa oral, el Tribunal aprueba y remite el trabajo de investigación para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

---

Ing. Mg. Juan Garcés Chávez  
**Presidente del Tribunal de Defensa**

---

Ing. Mg. Juan Garcés Chávez.  
**DIRECTOR DEL CEPOS**

---

Ing. Mg. Luis Velásquez Medina  
**Director del Trabajo de Investigación.**

---

Ing. MBA. Santiago Verdesoto Velástegui  
**Miembro del Tribunal.**

---

Ing. Mg. Carlos Beltrán Avalos  
**Miembro del Tribunal.**

---

Dr. Mg. Héctor Hurtado Puga  
**Miembro del Tribunal.**

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el trabajo de investigación con el tema: “LA SATISFACCIÓN ESTUDIANTIL Y SU INCIDENCIA EN EL PERFIL DE LOS EGRESADOS CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS”, nos corresponde exclusivamente al: Lcdo. Mentor Leovigildo Córdova Naranjo y del Ing. Mg. Luis Velásquez Medina, Director del trabajo de investigación; y el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Técnica de Ambato.

---

Lcdo. Mentor Leovigildo Córdova Naranjo  
**Autor**

---

Ing. Mg. Luis Velásquez Medina  
**Director**

## **DERECHOS DE AUTOR**

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

Cedo los derechos de mi trabajo de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta, dentro de las regulaciones de la universidad.

---

Lcdo. Mentor Leovigildo Córdova Naranjo  
C.C. 180295852-8

## **DEDICATORIA**

### **A Dios.**

Por haberme permitido superar muchos inconvenientes de salud y poder llegar a culminar mis estudios de Post Grado que fue uno de mis anhelos por alcanzar.

### **A mi hija Daniela Córdova.**

Ya que por motivos de formación profesional e restringido el tiempo que se merece mi niña querida, sin poder cumplir de mejor manera el rol de padre. Agradeciéndole la paciencia y comprensión por parte de ella con mi persona comprometiéndome a dedicarme mayor tiempo de hoy en adelante con mi preciosa hija.

### **Al Ing. Luis Velásquez Medina.**

Por ser a más de mi tutor un guía en mi formación tanto profesional como personal, ya que gracias a él he podido alcázar algunas metas que sin su apoyo incondicional no los fuera podido lograr.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

## **AGRADECIMIENTO**

Me complace de sobre manera a través de este trabajo exteriorizar mi sincero agradecimiento a la Universidad Técnica de Ambato y a sus docentes por la dedicación, apoyo y conocimientos, por las grandes enseñanzas.

Gracias a mi esposa Lcda. Natalia Karina Gutiérrez Jácome, que siempre me ha apoyado en mis decisiones personales y formación profesional, además a todos mis familiares que de una u otra manera me guiaron para alcanzar mis metas.

---

Lcdo. Mentor Leovigildo Córdova Naranjo

## ÍNDICE GENERAL

AL CONSEJO DE POSGRADO DE LA U. T. A.....	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
CAPÍTULO I.....	3
PROBLEMATIZACION.....	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2 CONTEXTUALIZACIÓN.....	3
1.3 ANÁLISIS CRÍTICO.....	6
1.4 PROGNOSIS.....	7
1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	8
1.6 PREGUNTAS DIRECTRICES.....	9
1.7 DELIMITACIÓN.....	9
1.7.1 Contenido.....	9
1.7.2 Espacial.....	9
1.7.3. Temporal.....	10
1.8 JUSTIFICACIÓN.....	10
1.9 OBJETIVOS.....	11
1.9.1. General.....	11

1.9.2. Específicos.....	11
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>13</b>
<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....</b>	<b>14</b>
<b>2.3 FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA.....</b>	<b>16</b>
<b>2.4 FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA.....</b>	<b>17</b>
<b>2.5 CATEGORÍAS .....</b>	<b>18</b>
<b>2.5.1 Categorías Fundamentales Variable Dependiente .....</b>	<b>18</b>
<b>2.5.2 Categorías Fundamentales Variable Independiente.....</b>	<b>19</b>
<b>2.5.3 Gestión Educativa.....</b>	<b>20</b>
<b>2.5.4 Mejoramiento Continuo .....</b>	<b>21</b>
<b>2.5.5 Ambiente Institucional .....</b>	<b>21</b>
<b>2.5.6 Satisfacción Estudiantil .....</b>	<b>23</b>
<b>2.5.7 Administración.....</b>	<b>23</b>
<b>2.5.8 Infraestructura.....</b>	<b>24</b>
<b>2.5.9 Aulas .....</b>	<b>25</b>
<b>2.5.10 Laboratorio .....</b>	<b>25</b>
<b>2.5.11 Biblioteca .....</b>	<b>26</b>
<b>2.5.12 Servicios .....</b>	<b>27</b>
<b>2.5.13 Docencia .....</b>	<b>28</b>
<b>2.5.14 Metodología de aprendizaje.....</b>	<b>29</b>
<b>2.5.15 Evaluación .....</b>	<b>30</b>
<b>2.5.16 Investigación.....</b>	<b>31</b>



<b>2.5.17 Vinculación .....</b>	<b>32</b>
<b>2.5.18 Currículo.....</b>	<b>33</b>
<b>2.5.19 Carrera Universitaria .....</b>	<b>34</b>
<b>2.5.20 Perfil del Egresado .....</b>	<b>35</b>
<b>2.5.21 Competencias Genéricas .....</b>	<b>38</b>
<b>2.6 HIPOTESIS .....</b>	<b>48</b>
<b>2.7 SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES.....</b>	<b>48</b>
<b>2.7.1 Unidad de observación.....</b>	<b>48</b>
<b>2.7.2 Variable independiente.....</b>	<b>48</b>
<b>2.7.3 Variable dependiente .....</b>	<b>49</b>
<b>2.7.4 Termino de enlace .....</b>	<b>49</b>
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>50</b>
<b>METODOLOGÍA.....</b>	<b>50</b>
<b>3.1. ENFOQUE.....</b>	<b>50</b>
<b>3.1.2 Cualitativo .....</b>	<b>50</b>
<b>3.1.3 Cuantitativo.....</b>	<b>51</b>
<b>3.2. MODALIDAD BÁSICA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>51</b>
<b>3.2.1 De Campo .....</b>	<b>51</b>
<b>3.2.2 Bibliográfica .....</b>	<b>52</b>
<b>3.3 NIVEL DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>52</b>
<b>3.3.1 Descriptiva .....</b>	<b>52</b>
<b>3.3.2 Correlacional.....</b>	<b>52</b>
<b>3.4 UNIVERSO O POBLACIÓN.....</b>	<b>52</b>
<b>3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....</b>	<b>54</b>

<b>CAPITULO IV .....</b>	<b>56</b>
<b>Análisis e interpretación de RESULTADOS.....</b>	<b>56</b>
<b>4.2 RESOLVER PROBLEMAS DE LA ESPECIALIDAD .....</b>	<b>58</b>
<b>4.3 AUTONOMÍA E INICIATIVA .....</b>	<b>59</b>
<b>4.4 ACTITUD POSITIVA PARA EL CAMBIO E INNOVACIÓN.....</b>	<b>60</b>
<b>4.5 HABILIDADES PROFESIONALES PRÁCTICAS.....</b>	<b>61</b>
<b>4.6 HORARIOS Y CLASES CON RESPONSABILIDAD .....</b>	<b>62</b>
<b>4.7 DOMINIO DE MÓDULOS .....</b>	<b>64</b>
<b>4.8 FIRMEZA EN LAS REGLAS.....</b>	<b>65</b>
<b>4.9 IMAGEN PERSONAL DE DOCENTES .....</b>	<b>66</b>
<b>4.10 CONOCIMIENTOS TEÓRICOS.....</b>	<b>67</b>
<b>4.11 ACTIVIDADES PRÁCTICAS.....</b>	<b>68</b>
<b>4.12 EQUILIBRIO TEORÍA Y PRÁCTICA .....</b>	<b>69</b>
<b>4.13 CUMPLIMIENTO DE LOS MÓDULOS .....</b>	<b>70</b>
<b>4.14 ENSEÑANZA DE CALIDAD .....</b>	<b>71</b>
<b>4.15 INTERES POR SU LABOR DOCENTE .....</b>	<b>73</b>
<b>4.16 ACTUALIZACION DOCENTE .....</b>	<b>74</b>
<b>4.17 CUMPLIMIENTO CON EL NIVEL DE EXIGENCIA .....</b>	<b>75</b>
<b>4.18 INCORPORACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA ENSEÑANZA.....</b>	<b>76</b>
<b>4.19 EL SISTEMA DE EVALUACIÓN DE APRENDIZAJES.....</b>	<b>77</b>
<b>4.20 PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES.....</b>	<b>78</b>
<b>4.21 INFORMACIÓN SOBRE CONVENIOS, BECAS CONVALIDACIONES Y CONFERENCIAS .....</b>	<b>79</b>
<b>4.22 EFICIENCIA EN EL PERSONAL ADMINISTRATIVO .....</b>	<b>81</b>

<b>4.23 TRATO PERSONAL ADMINISTRATIVO .....</b>	<b>82</b>
<b>4.24 RESPONSABILIDAD HORARIOS ADMINISTRATIVO.....</b>	<b>83</b>
<b>CUADRO N° 28: Responsabilidad horarios administrativo .....</b>	<b>83</b>
<b>4.25 SERVICIO ADMINISTRATIVO RESPETUOSO CON ALUMNOS Y DEMÁS PERSONAS. ....</b>	<b>84</b>
<b>CUADRO N° 29: Servicio administrativo respetuoso con alumnos y demás personas.....</b>	<b>84</b>
<b>4.26 CUMPLIMIENTO CON EL TRABAJO ENCOMENDADO .....</b>	<b>85</b>
<b>CUADRO N° 30: Cumplimiento con el trabajo encomendado .....</b>	<b>85</b>
<b>4.27 SEGURIDAD CONTRA ROBOS Y ASALTOS .....</b>	<b>86</b>
<b>CUADRO N° 31: Seguridad contra robos y asaltos .....</b>	<b>86</b>
<b>4.28 AULAS EQUIPADAS.....</b>	<b>87</b>
<b>CUADRO N° 32: Aulas equipadas.....</b>	<b>87</b>
<b>4.29 AULAS CON EQUIPAMIENTO, VENTILACION Y SUFICIENTE ESPACIO. ....</b>	<b>88</b>
<b>CUADRO N° 33: Aulas con equipamiento, ventilación y suficiente espacio.....</b>	<b>88</b>
<b>4.30 BATERIAS HIGIÉNICAS EQUIPADAS .....</b>	<b>89</b>
<b>CUADRO N° 34: Baterías higiénicas equipadas.....</b>	<b>89</b>
<b>4.31 ESPACIOS DEPORTIVOS ADECUADOS.....</b>	<b>90</b>
<b>CUADRO N° 35: Espacios deportivos adecuados. ....</b>	<b>90</b>
<b>4.32 INSTALACIONES ADECUADAS.....</b>	<b>91</b>
<b>CUADRO N° 36: Instalaciones adecuadas. ....</b>	<b>91</b>
<b>4.33 ACCESO A TODO TIPO DE PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES.....</b>	<b>92</b>
<b>CUADRO N° 37: Acceso a todo tipo de personas con capacidades especiales.....</b>	<b>92</b>

<b>4.34 MATERIAL BIBLIOGRAFICO ACTUALIZADO.....</b>	<b>94</b>
<b>CUADRO N° 38: Material bibliográfico actualizado .....</b>	<b>94</b>
<b>4.35 HORARIO DE ATENCION DE LA BIBLIOTRECA SE ADAPTA A SUS NECESIDADES.....</b>	<b>95</b>
<b>CUADRO N° 39: Horario de atención de la biblioteca se adapta a sus necesidades.....</b>	<b>95</b>
<b>4.36 TRATO DE BIBLIOTECARIOS ADECUADO.....</b>	<b>96</b>
<b>CUADRO N° 40: Trato de bibliotecarios adecuado.....</b>	<b>96</b>
<b>4.37 ATENCIÓN ADECUADA DE LA BIBLIOTECA.....</b>	<b>97</b>
<b>CUADRO N° 41: Atención adecuada de la biblioteca .....</b>	<b>97</b>
<b>4.38 REDUCCIÓN DE RUIDOS.....</b>	<b>98</b>
<b>CUADRO N° 42: Reducción de ruidos.....</b>	<b>98</b>
<b>4.39 CATÁLOGO COMPUTARIZADO ACTUALIZADO.....</b>	<b>99</b>
<b>CUADRO N° 43: Catálogo computarizado actualizado.....</b>	<b>99</b>
<b>CUADRO N° 40: CONDICIONES ADECUADAS DE PRÉSTAMOS DE LIBROS.....</b>	<b>100</b>
<b>CUADRO N° 44: Condiciones adecuadas de préstamos de libros.....</b>	<b>100</b>
<b>4.41 REVISTAS DE ESPECIALIDAD DISPONIBLES PARA ESTUDIANTES... </b>	<b>101</b>
<b>CUADRO N° 45: Revistas de especialidad disponibles para estudiantes.....</b>	<b>101</b>
<b>4.42 SUFICIENTES COMPUTADORAS .....</b>	<b>102</b>
<b>CUADRO N° 46: Suficientes computadoras .....</b>	<b>102</b>
<b>4.43 COMPUTADORAS EN BUEN ESTADO.....</b>	<b>104</b>
<b>CUADRO N° 47: Computadoras en buen estado .....</b>	<b>104</b>
<b>4.44. SOFTWARE ESPECIALIZADO .....</b>	<b>105</b>
<b>CUADRO N° 48: Software especializado.....</b>	<b>105</b>

<b>4.45 INTERNET ADECUADO.....</b>	<b>106</b>
<b>CUADRO N° 49: Internet adecuado.....</b>	<b>106</b>
<b>4.46 COMODIDAD EN LA SALA DE CÓMPUTO.....</b>	<b>107</b>
<b>CUADRO N° 50: Comodidad en la sala de cómputo .....</b>	<b>107</b>
<b>4.47 TIEMPO DE USO SUFICIENTE PARA EL COMPUTADOR.....</b>	<b>108</b>
<b>CUADRO N° 51: Tiempo de uso suficiente para el computador .....</b>	<b>108</b>
<b>4.48 CAFETERIA CON HIGIENE ADECUADA .....</b>	<b>109</b>
<b>CUADRO N° 52: Cafetería con higiene adecuada .....</b>	<b>109</b>
<b>4.49 ATENCIÓN CORDIAL EN LA CAFETERÍA.....</b>	<b>110</b>
<b>CUADRO N° 53: Atención cordial en la cafetería.....</b>	<b>110</b>
<b>4.50 CALIDAD DE LA COMIDA EN FUNCION DE LOS PRECIOS .....</b>	<b>111</b>
<b>CUADRO N° 54: Calidad de la comida en función de los precios.....</b>	<b>111</b>
<b>4.51 VARIEDAD DE MENU .....</b>	<b>112</b>
<b>CUADRO N° 55: Variedad de menú .....</b>	<b>112</b>
<b>4.52 SERIEDAD Y DEDICACION EN LOS ESTUDIOS .....</b>	<b>113</b>
<b>CUADRO N° 56: Seriedad y dedicación en los estudios.....</b>	<b>113</b>
<b>4.53 HORAS DE ESTUDIO FUERA DE CLASES .....</b>	<b>114</b>
<b>CUADRO N° 57: Horas de estudio fuera de clases .....</b>	<b>114</b>
<b>4.54 RESPETO DISCIPLINA, PUNTUALIDAD Y LA AUTO EXIGENCIA .....</b>	<b>115</b>
<b>CUADRO N° 58: Respeto disciplina, puntualidad y la auto exigencia .....</b>	<b>115</b>
<b>4.55 REPRESENTANTES ESTUDIANTILES.....</b>	<b>116</b>
<b>CUADRO N° 59: Representantes estudiantiles .....</b>	<b>116</b>
<b>4.56 DECENCIA ENTRE COMPAÑEROS.....</b>	<b>117</b>
<b>CUADRO N° 60: Decencia entre compañeros .....</b>	<b>117</b>

<b>4.57 INTERÉS POR LA LECTURA CONSTANTE</b> .....	118
<b>CUADRO N° 61: Interés por la lectura constante</b> .....	118
<b>4.2 COMPROBACIÓN DE LA HIPOTESIS</b> .....	120
<b>HIPOTESIS ESTADÍSTICA</b> .....	120
<b>4.2.1 Cuadro de Análisis</b> .....	121
<b>CUADRO N° 62: Resumen de respuestas de los estudiantes</b> .....	121
<b>CUADRO N° 63: Cuadro de Cálculos</b> .....	122
<b>4.2.2 Chi cuadrado calculado</b> .....	130
<b>4.2.3 Chi cuadrado tabular</b> .....	130
<b>4.3 Discusión</b> .....	131
<b>CAPÍTULO V</b> .....	132
<b>5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	132
<b>5.1.1 Conclusiones</b> .....	132
<b>5.1.2 Recomendaciones</b> .....	133
<b>CAPÍTULO VI</b> .....	135
<b>PROPUESTA</b> .....	135
<b>6.1 TEMA</b> .....	135
<b>6.3 ANTECEDENTES</b> .....	136
<b>6.4 JUSTIFICACIÓN</b> .....	139
<b>6.5 Objetivos de la propuesta</b> .....	140
<b>6.6 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD</b> .....	141
<b>6.7 LOCALIZACIÓN Y COBERTURA ESPACIAL</b> .....	141
<b>6.8 POBLACIÓN OBJETIVO</b> .....	142
<b>6.9 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	142

<b>6.10 MODELO OPERATIVO GENERAL .....</b>	<b>157</b>
<b>CUADRO N° 64: Modelo operativo general .....</b>	<b>157</b>
<b>6.11. ESTRUCTURA DEL PLAN DE CAPACITACIÓN.....</b>	<b>158</b>
<b>CUADRO N° 65: Plan de capacitación.....</b>	<b>158</b>
<b>6.12. CRONOGRAMA POR OBJETIVOS.....</b>	<b>161</b>
<b>CUADRO N° 66: Cronograma .....</b>	<b>161</b>
<b>6.13 PRESUPUESTO POR OBJETIVOS .....</b>	<b>162</b>
<b>CUADRO N° 67: Presupuesto .....</b>	<b>162</b>
<b>6.14 BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>163</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>167</b>

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN DISEÑO CURRICULAR Y EVALUACIÓN EDUCATIVA  
“LA SATISFACCIÓN ESTUDIANTIL Y SU INCIDENCIA EN EL PERFIL DE  
LOS EGRESADOS DE LA CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE  
NEGOCIOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS”.

Autor: Lcdo. Mentor Leovigildo Córdova Naranjo

Tutor: Ing. Mg. Luis Velásquez Medina

Fecha: 9 de julio del 2013

## **RESUMEN**

El presente estudio se enfoca en la valoración de la satisfacción estudiantil, y su incidencia en el perfil de los egresados de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, para lograr este objetivo se han tomado en cuenta diferentes elementos que repercuten en la satisfacción estudiantil, como: competencias profesionales, docentes, aspectos académicos, servicios administrativos, ambiente de estudios, biblioteca, centros de cómputo, cafetería, actitudes personales y sociales. Realizada la investigación se ha concluido que entre las mayores insatisfacciones se encuentran las falencias en pedagogía por parte de los docentes, ya que si bien se dominan los contenidos de las materias, se perciben debilidades en la metodología de enseñanza, por tal razón el proceso enseñanza-aprendizaje no alcanza la calidad pretendida.

Con el objetivo de disminuir las falencias identificadas en el proceso de investigación, se ha diseñado una propuesta que contiene doce módulos de capacitación que serán impartidos en dos semestres, con una duración de trescientas veinte horas, las mismas que ayudarán a mejorar los conocimientos metodológicos de los docentes y la satisfacción de los egresados de la carrera.

Descriptores: Satisfacción estudiantil, perfil del egresado, capacitación docente.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

GRADUATE STUDIES CENTER  
MASTERING IN CURRICULUM DESIGN AND EDUCATIVE ASSESSMENT

“LA SATISFACCIÓN ESTUDIANTIL Y SU INCIDENCIA EN EL PERFIL DE LOS EGRESADOS DE LA CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS”.

Author: Lcdo. Mentor Leovigildo Córdova Naranjo  
Tutor: Ing. Mg Luis Velázquez Medina  
Date: July 9th of 2013

### **ABSTRACT**

The present thesis research is focused in the assessment of the students' satisfaction and its incidence in the profile of the graduates of the career of Marketing and Business Management, Faculty of Administrative Sciences, to achieve this objective different facts which have repercussions in the students satisfaction were observed, such as: professional skills, teachers, academic aspects, administrative services, environment studies, library, computing center, cafeteria, personal and social attitudes. Once the investigation has been carried out it was found that among the greatest dissatisfactions are the weaknesses in pedagogy by teachers, because although they know the contents of the subjects, weaknesses are perceived in the way to impart the knowledge to students that is because the teaching-learning process does not reach the quality that is intended.

With the objective of reducing the weaknesses found in the later research process, it is presented a proposal that contains twelve modules to be taught in two semesters, lasting three hundred and twenty hours, these will help to improve the satisfaction of graduates of this career.

Descriptores: Satisfacción estudiantil, perfil del egresado, capacitación docente.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo contiene un tema de gran interés, en el proceso educativo ya que mediante una excelente formación académica, tecnológica y de servicios pretende alcanzar un buen perfil en los egresados de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Capítulo I.- Corresponde al problema que existe, es decir se identifica y se plantea el problema en cuestión de estudio, realizando un análisis de las causas y efectos del mismo, determinando el lugar donde se va a llevar a cabo la investigación, se delimita el campo de estudio justificando las razones de importancia, para el desarrollo de la investigación y se formula los objetivos a alcanzar.

Capitulo II.- Se sustenta a través del marco teórico, dentro del cual se detallan los antecedentes investigativos existentes con relación al problema planteado, las bases en que se fundamenta la investigación, el contenido teórico científico, que contribuye y sirve para el desarrollo del trabajo, y el planteamiento de una respuesta tentativa al problema, estableciendo la relación entre dos variables.

Capitulo III.-Comprende la metodología del trabajo de investigación, incluye los tipos de métodos y técnicas que se utilizaron para la recolección de datos, procesamiento y análisis de la información; la operacionalización de las variables: Satisfacción Estudiantil y Perfil de los Egresados.

Capitulo IV.-Contiene el análisis e interpretación de resultados de la encuesta realizada, se hace una explicación de las mismas, para lograr la verificación de la Satisfacción Estudiantil que incide en el Perfil de Egresados.

Capítulo V.-Luego de haber obtenido y procesado la información, se llega a determinar varias conclusiones, y se formula las recomendaciones respectivas.

Capítulo VI.-Constituye el desarrollo de la propuesta, para lo cual se diseñará un plan de capacitación continua en pedagogía para los docentes de la carrera de Marketing y gestión de Negocios.

El desarrollo de la investigación tuvo éxito gracias a la colaboración y predisposición de la comunidad educativa de la institución. De manera especial al aporte especial del director de tesis.

La propuesta planteada, para la institución es la más acertada ya que con una capacitación adecuada a los docentes mejoraría la enseñanza aprendizaje y por ende los educandos saldrán con un perfil acorde a las necesidades de la colectividad.

# **CAPÍTULO I**

## **PROBLEMATIZACION**

### **1. TEMA**

“LA SATISFACCIÓN ESTUDIANTIL Y SU INCIDENCIA EN EL PERFIL DE LOS EGRESADOS CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS”.

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.2 CONTEXTUALIZACIÓN**

Los países de América Latina y el Caribe presentan consistentemente un desempeño deficiente en las evaluaciones internacionales, los estudiantes de la región se desempeñan bastante por debajo de aquellos de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y de Asia oriental. El desempeño no sólo es débil, sino que además está declinando en relación con otros países de niveles de ingreso similares.

Ante el deficiente desempeño estudiantil, se ha descubierto la importancia de los temas sobre la comprensión de qué aprenden los estudiantes y cómo lo hacen. Qué aprenden los estudiantes y cuánto son temas de interés que van desde asegurar los derechos humanos hasta reducir la desigualdad a fin de mejorar los resultados de la vida individual, la competitividad, el crecimiento económico y los resultados del desarrollo. La evidencia de los países en desarrollo sugiere que los rendimientos del aprendizaje pueden ser aún mayores en los países en desarrollo que en los desarrollados.

La satisfacción del estudiante como un servicio, proviene del campo de la gestión, bajo la denominación de satisfacción del cliente, un alumno satisfecho con la institución universitaria confirma la calidad de la misma, son los propios alumnos los que sostienen que estarán satisfechos en la medida en que los servicios que se les ofrecen respondan a sus necesidades.

Actualmente existe un creciente interés por conocer las expectativas que tienen los estudiantes universitarios acerca de las condiciones para mejorar su proceso educativo. Las investigaciones realizadas al respecto, se agrupan en dos tipos: las que se hacen para saber qué espera el estudiante de su universidad en general y aquellas que estudian las expectativas de los estudiantes sobre el proceso de enseñanza- aprendizaje

La educación siempre ha sido considerada como el motor fundamental para el desarrollo de los pueblos, esta permite a los seres humanos acrecentar sus valores y cualidades, ayudándolo a formar su personalidad y convertirlo en una persona capaz de satisfacer sus necesidades personales, servir a su familia, a la sociedad y al Estado.

La educación superior en el Ecuador, en las últimas décadas se ha visto eminentemente descuidada en el área humana, pues las universidades en general se han preocupado principalmente por construir el conocimiento científico y por desarrollar las habilidades y destrezas relacionadas con el campo profesional; pero ha descuidado la parte más formativa del hombre: la construcción de sus valores éticos, morales y sociales, pues el hombre, con el pasar de los años, pone de manifiesto su calidad de “persona” y los valores que gobiernan su vida. Por lo tanto para que dichos valores se manifiesten, sobre todo en el ejercicio de sus profesiones, es necesario que estos sean cimentados en todos los niveles de educación sobre todo en el superior.

Es por ello que la educación superior de nuestro país tiene, pues, que hacer grandes y serios esfuerzos por investigar periódicamente los cambios en el entorno social y la necesidad de profesionales capaces de adecuar sus respuestas educativas. Debe considerarse también la implementación de mecanismos que le permitan superar sus deficiencias y obstáculos con la finalidad de proporcionar una formación humana integral a las nuevas generaciones y, así constituirse en un factor decisivo para el logro de la igualdad social y obtención de altos niveles de competitividad, tal como lo requiere la economía nacional del Ecuador en el marco de la globalización creciente.

En los últimos años las Instituciones de Educación Superior han realizado estudios de satisfacción de los estudiantes, con el propósito de conocer sus expectativas, en correspondencia con los indicadores de evaluación de los Comités para la Evaluación de la Educación Superior y de los organismos que acreditan los Programas Educativos.

La Universidad Técnica de Ambato ante las transformaciones económicas y el progreso que ha venido teniendo en las sociedades y en las instituciones, en épocas cada vez más rápidas, tomo como base fundamental la necesidad de innovar sus procesos para adecuar a las nuevas generaciones de los diferentes contextos. Es así que la Universidad toma la educación por competencias estando estrecha mente ligadas con lo social, lo económico, lo educativo, lo cultural, lo político, los avances científicos-técnicos

La Universidad Técnica de Ambato ha adoptado el diseño curricular por competencias. Se debe resaltar también que dentro de la evaluación educativa, la evaluación curricular tanto desde la teoría como la práctica, es la que menor desarrollo ha presentado.

### 1.3 ANÁLISIS CRÍTICO



La inoportuna capacitación de los maestros hace que sus clases se convierten en tradicionales siendo la causante del bajo rendimiento en los estudiantes, esto conlleva a pensar que no utilizan una metodología adecuada en la aplicación de sus clases ocasionando una alta deserción estudiantil en la facultad y disminuyendo la oferta de profesionales capacitados o a su vez obteniendo profesionales con dificultades en el campo laboral.

La insuficiente infraestructura es otro de los aspectos que influyen en el desarrollo académico de los estudiantes ya que es de gran importancia que tengan una educación en lugares adecuados y motivadores donde estén a resguardo, para que ellos puedan formar sus objetivos y ponerse metas que con el tiempo y alto nivel académico las puedan lograr y sentirse orgullosos del esfuerzo que ellos se plantearon como lecciones de vida para ser mejores cada día más.

#### **1.4 PROGNOSIS**

Cuando se produce un contexto de insatisfacción en una institución, esta reduce su productividad y rendimiento, resulta necesario y ventajoso, detectar las falencias o puntos débiles que tenga nuestra institución; y que esté proyectándolo como parte de su imagen, haciéndose así menos atractiva como oferta académica.

La satisfacción del estudiante refleja la eficiencia de los diversos aspectos que componen el día a día de su experiencia educacional. La meta de la institución debe ser que los estudiantes que cursan una carrera manifiesten su satisfacción con el rigor de los cursos, con las interacciones con su profesor y los otros estudiantes, con la justicia con que se le evalúa,



etc., así como con las instalaciones y equipamiento que apoyan dichas interacciones.

Por supuesto que en el trasfondo del tema está la cuestión de la clase de estudiante de que estamos hablando. No todos los que están matriculados en una universidad pueden ser considerados estudiantes para los efectos de la percepción que tengan sobre las exigencias institucionales y personales. En otras palabras, no es lo mismo satisfacer a un estudiante perezoso, negligente o engreído, que a otro disciplinado, laborioso y exigente.

Esta realidad nos remite a la importante cuestión de la selección de la muestra poblacional y de las técnicas para captar información válida y confiable; es decir, a la metodología de la indagación.

Ya que los docentes ejecutaran técnicas de enseñanza aprendizaje no acorde con el diseño curricular por competencias, los estudiantes realizaran sus actividades manteniendo los modelos tradicionales de aprendizaje.

## **1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo incide la insatisfacción estudiantil en el perfil de los egresados de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Administración en el periodo académico febrero-julio 2011 de la Universidad Técnica de Ambato?

## 1.6 PREGUNTAS DIRECTRICES

- ¿Qué grado de satisfacción académica existe en los egresados de la carrera de Marketing de la Universidad Técnica de Ambato?
- ¿El perfil de los egresados en la actualidad permite una adecuada satisfacción?
- ¿Qué alternativas de solución se puede aplicar para obtener la satisfacción estudiantil en la carrera de Marketing de la Universidad Técnica de Ambato?

## 1.7 DELIMITACIÓN

### 1.7.1 Contenido

**Campo:** Evaluación Institucional.

**Área:** Desempeño Estudiantil.

**Aspecto:** Satisfacción Estudiantil.

### 1.7.2 Espacial

Esta investigación se realizó en la Universidad Técnica de Ambato, facultad de Ciencia Administrativas, Campus Huachi ubicado en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, en las calles Los Chasquis entre Rio Payamino y Guayllabamba.

### **1.7.3. Temporal**

El trabajo investigativo se realizó en el período comprendido de octubre 2011 – septiembre 2012.

## **1.8 JUSTIFICACIÓN**

Actualmente, la educación por competencias es una preferencia en nuestro país, la cual se extiende a la mayoría de los centros educativos. Su presencia dentro del campo educativo requiere ser estudiada, para conocerla y comprenderla.

La institución académica no debe ser ajena a esa situación, debe asumir un liderazgo con una posición ética, moral y de responsabilidad que le permita seguir construyendo un mejor futuro; es un proceso de construcción permanente y participativo, buscando crear, mantener y mejorar las condiciones que favorezcan el desarrollo del estudiante, el mejoramiento de su nivel de vida y el de su familia, incrementando los niveles de satisfacción, eficiencia e identificación institucional.

El aprendizaje nunca se produce en aislamiento: se produce a partir del interjuego dinámico de individuos (Williams, 1999)

El diseño de los programas académicos, implican un conjunto de conocimiento y recursos que se conjuntan alrededor de objetivos para facilitar el aprendizaje. Para que la operación de un programa educativo sea exitosa, se requieren del conocimiento, esfuerzo y disposición del docente,

así como de la infraestructura y de los medios de apoyo apropiado y funcional.

La satisfacción del estudiante refleja la eficiencia de los servicios académicos. Importante saber que los estudiantes manifiesten su satisfacción con las unidades de aprendizaje, con las interacciones con su profesor y compañeros de clase, la importancia que tienen los estudios de satisfacción del estudiante, se ha visto reflejada en acciones institucionales

## **1.9 OBJETIVOS**

### **1.9.1. General**

Determinar la incidencia de la satisfacción estudiantil en el perfil de los egresados de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la facultad de Administración de la UTA.

### **1.9.2. Específicos**

- Diagnosticar la satisfacción académica de los estudiantes y su incidencia en el perfil de los egresados de la carrera de Marketing de la UTA.
- Analizar los elementos que determinan la satisfacción estudiantil y su incidencia en el perfil de los egresados de la carrera de Marketing de la UTA.

- Proponer alternativas de solución para obtener una mejor satisfacción estudiantil y mejorar el perfil de los estudiantes de la carrera de Marketing de la UTA.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Sahi Ruth Bullon Villaizan, Lima-Perú, 2007 "La Satisfacción Estudiantil con la Calidad Educativa de la Universidad", diseñar un instrumento que permita conocer el nivel de satisfacción de los estudiantes universitarios en ingeniería con respecto a la Calidad Educativa brindada por la universidad. La metodología de estudio es de tipo descriptivo, en cuanto a los resultados sobre la percepción de satisfacción en la muestra total, los estudiantes muestran una alta satisfacción, ya que se encuentran Bastante Satisfechos con la calidad educativa que brinda la universidad".

Christian Orlando Carpio Rodríguez, 2002, "Análisis Estadístico del Grado de Satisfacción del Estudiante Politécnico Frente a los Servicios que la ESPOL le ofrece: El caso de las carreras autofinanciadas", el autor concluye de la exigencia académica el 38% de alumnos investigados expresa un alto grado de satisfacción, contrariamente, el 13% manifiesta un menor grado de complacencia. Lo que refleja el grado de aceptación de los alumnos sobre la formación académica recibida en la ESPOL, es así sugiere a los directores de las unidades académicas (Institutos y Facultades), evaluar y capacitar a los profesores en metodología y técnicas pedagógicas para

facilitar el aprendizaje de los estudiantes en las diversas carreras autofinanciadas.

Uriel Ladrón de Guevara Acuña, 2009. "Medición de la Satisfacción del Cliente interno en una Empresa de Transformación", su objetivo es obtener el nivel de satisfacción del cliente interno en una empresa de transformación para conocer si la satisfacción del cliente interno influye directamente dentro de una organización y los beneficios de advertir dicho nivel de satisfacción, en dicho estudio se consideró la metodología observacional y de tipo exploratorio, la importancia de conocer el nivel de satisfacción del cliente interno, permite conocer cuál es el estado en el que se encuentra el ambiente laboral, cabe mencionar que son muchos los aspectos que pueden ser analizados pero dependerá sola y únicamente de la empresa en incluir o excluir ítems del instrumento de medición.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

La presente investigación está ligada bajo el enfoque crítico – propositivo, caracterizado por:

El problema seleccionado parte de un estudio socio económico, de la recolección de datos empíricos pretendiendo llegar a evidenciar el problema y sus consecuencias.

La fundamentación filosófica conduce a una actitud que asume el hombre para intentar explicar la realidad desde sus puntos de vistas. Viéndolo desde esta perspectiva, los profesionales de la educación deben estar conscientes de que la actividad educativa tiene carácter ideológico, político, cultural e histórico y que de su actuación creativa depende el

cumplimiento de la política educacional, de los fines y propósitos del desarrollo social y económico; es así que la producción de saberes proporciona nuevos criterios que sirven para realizar un mejor trabajo educativo, valorar las concepciones desde las diversas Ciencias de la Educación, fundamentan el proceso docente-educativo.

La calidad de la educación responde a la tarea del educador como agente socializador. Esto quiere decir que el análisis de la calidad educativa es imposible al margen de la actividad del maestro y de las investigaciones pedagógicas, que constaten la labor educacional y propongan vías para su perfeccionamiento mediante el diálogo y la participación comunitaria.

La participación es una necesidad intrínseca del hombre, porque se realiza, se encuentra a sí mismo; por tanto negársela es impedir que lo haga. No participar significa dependencia, la aceptación de valores ajenos, y en el plano educativo implica un modelo verbalista, enciclopedista y reproductivo, ajeno a lo que hoy día se demanda.

Las soluciones educativas no deben reducirse al marco de la educación superior sino acceder a la comunidad, a la familia, al mundo productivo, ya que el carácter de la universidad no sólo refleja la sociedad en que está inserta sino que constituye el centro cultural más importante de la comunidad y un potencial de transformación de la misma y de elevación de la calidad educativa, para lo cual es necesario promover un compromiso a nivel de base en lo que respecta a la responsabilidad profesional del docente.

Esto implica que los métodos de trabajo que utiliza el docente no deben divorciarse de los científicos, es decir, debemos asumir una posición científica en el trabajo por la calidad educacional, no se debe divorciar la



docencia de la investigación, ya que esto traería un retroceso en el camino del desarrollo educativo y por tanto de la calidad educacional.

La filosofía de la educación debe poner al estudiante en una posición donde le sea posible evaluar inteligentemente los fines alternativos, relacionar sus objetivos con los fines deseados, y seleccionar los métodos pedagógicos que armonicen con sus metas. Así, una de las grandes tareas de la filosofía educacional es ayudara los educadores a pensar significativamente en el proceso total de la educación y de la vida de modo que se sitúen en una mejor posición para desarrollar un programa consistente y de gran envergadura que ayudará a sus estudiantes a llegar a la meta deseada. (KNIGHT, 2002)

### **2.3 FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA**

El análisis epistemológico del proceso docente-educativo se hace necesario como consecuencia de la necesidad de su optimización, aún en aquellos países en que la actividad pedagógica ha cosechado ciertos niveles de excelencia.

La epistemología, que profundiza en los conceptos, leyes y métodos de una ciencia, se convierte en un enfoque esencial en el logro de la excelencia que se aspira. Determina los problemas pedagógicos para la caracterización epistemológica del proceso docente-educativo (enseñanza-aprendizaje) y su generalización a la ciencia pedagógica y didáctica.

El enfoque histórico-cultural de Vigostky desempeña un importante papel en el diálogo como constructor del pensamiento de la interacción social

del aprendizaje desarrollador de las potencialidades individuales, se proyecta aquí en el plano constructivo de lo social, creativo y humano.

Se trata, por tanto de configurar un nuevo tipo de sociedad a la par que un nuevo tipo de ciudadano, de fomentar una real cultura democrática desde la educación y la acción social misma y desde el nivel de las interacciones sociales básicas entre los individuos, que se corresponda progresivamente con el diseño de instituciones sociales más participativas y abiertas. (MESA, 2012)

## **2.4 FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA**

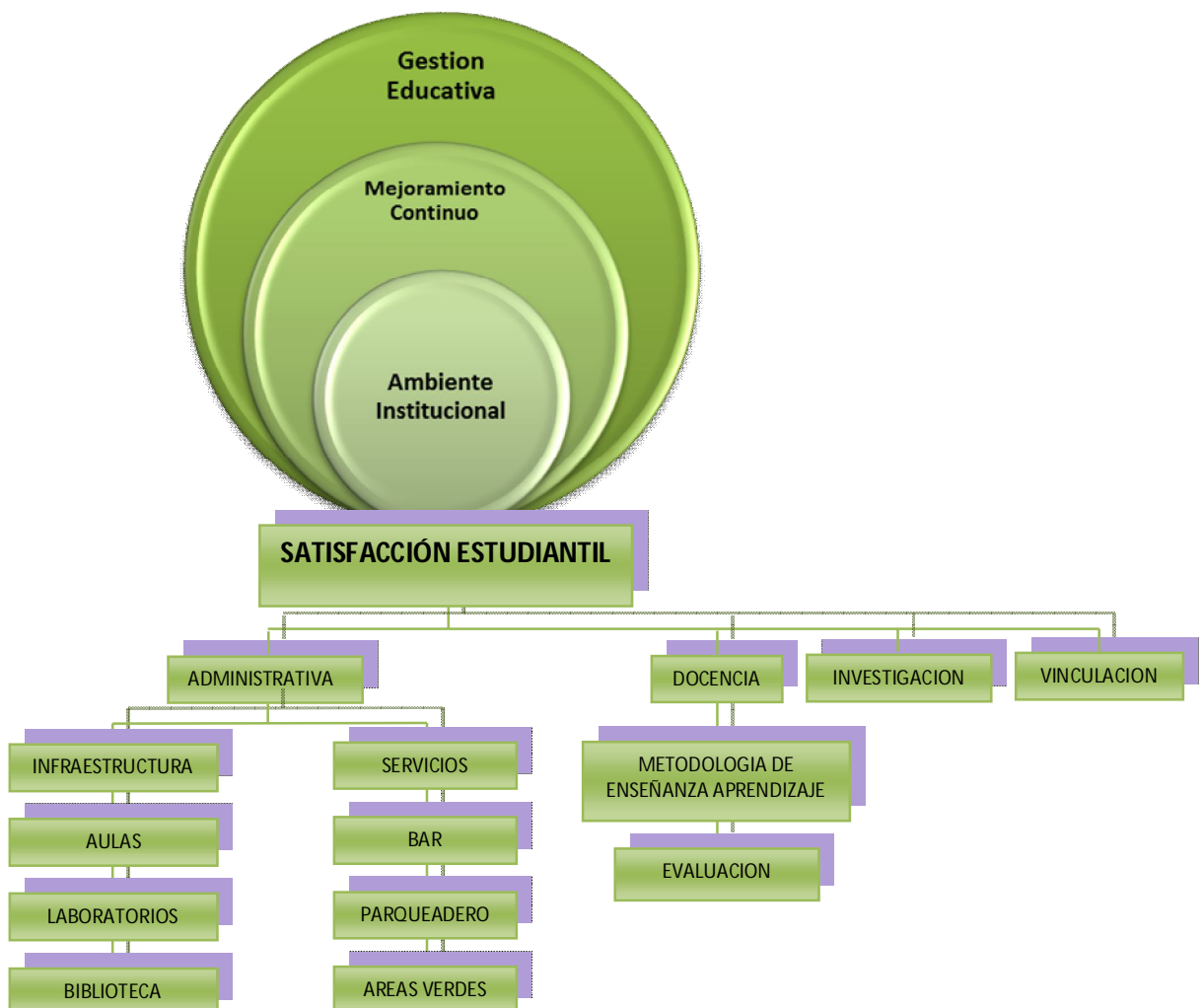
Al joven universitario se le abre un amplio panorama ante la vida en donde se encuentra constantemente tomando decisiones por sí mismo, es decir, sin alguien que le esté determinando en su quehacer. El sistema educativo tiene como meta formar personas capaces de decidir su propio destino social, los valores no existen sin el hombre, que con ellos está en disposición de dar significado a la propia existencia.

La axiología educativa, o la teoría de los valores aplicada a la educación, proporcionan a la Pedagogía los conceptos cualitativos para orientar la formación de la personalidad en torno a los valores que una sociedad dada pretende convertir en los modelos de comportamiento. Aquí también no hay unanimidad de criterios y posiciones pedagógicas, aunque teóricamente son más las concordancias que las discrepancias. Pero como la educación es un fenómeno histórico-social, los valores que se inculcan o se pretenden inculcar a las nuevas generaciones dependen de las condiciones históricas, de las fuerzas que dominan las sociedades en un momento dado, de las ideas dominantes, en suma conduce a la configuración de perfiles

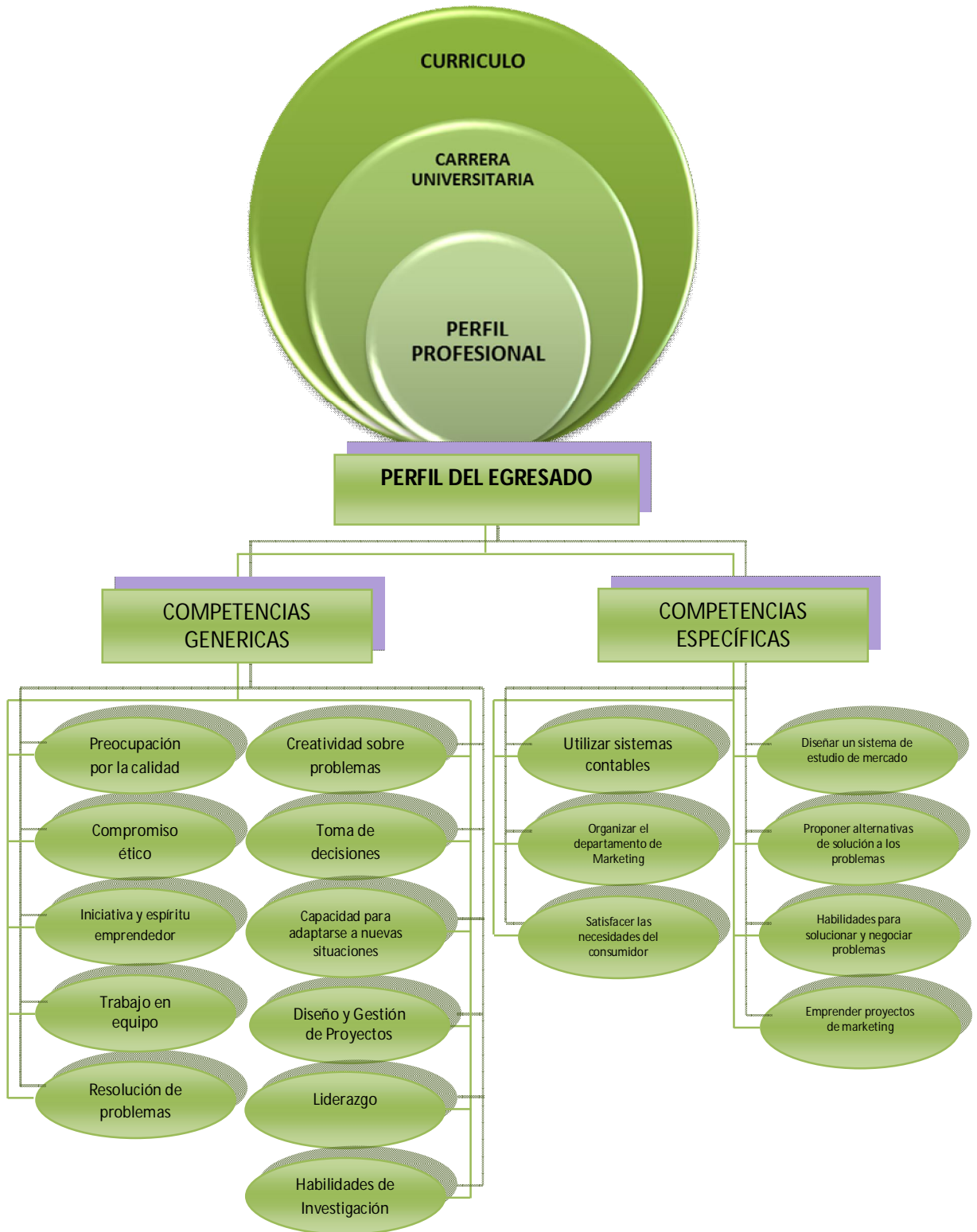
educativos que tienen que ver con los valores positivos para desarrollar aquéllos, tanto los perfiles del educador como del estudiante y, en proyección, de los profesionales que se forman. Como una visión valorativa de futuro, se conforman los ideales educativos hacia los cuales se dirige un sistema educativo dado. (BUENAS TAREAS, 2010)

## 2.5 CATEGORÍAS

### 2.5.1 Categorías Fundamentales Variable Dependiente



## 2.5.2 Categorías Fundamentales Variable Independiente



### **2.5.3 Gestión Educativa**

Desde un punto de vista más ligado a la teoría organizacional, la gestión educativa es vista como un conjunto de procesos teórico-prácticos integrados horizontal y verticalmente dentro del sistema educativo, para cumplir los mandatos sociales. La gestión educativa puede entenderse como las acciones desarrolladas por los gestores que pilotan amplios espacios organizacionales. Es un saber de síntesis capaz de ligar conocimiento y acción, ética y eficacia, política y administración en procesos que tienden al mejoramiento continuo de las prácticas educativas; a la exploración y explotación de todas las posibilidades; y a la innovación permanente como proceso sistemático. (POZNER, 2000)

La Gestión Educativa se compone de tres dimensiones: La pedagógica y didáctica, la administrativa, y la socio - humanística o comunitaria, cuyo principio base es la participación de manera colectiva, para lograr involucrar, concientizar y por lo tanto consensuar, y así alcanzar los resultados aneados y deseados. (CABALLO, 2005)

El concepto de gestión educativa se entrelaza con la idea del fortalecimiento, la integración y la retroalimentación del sistema. La gestión educativa supone la interdependencia de: a) una multidisciplinariedad de saberes pedagógicos, gerenciales y sociales; b) prácticas de aula, de dirección, de inspección, devaluación y de gobierno; c) juicios de valor integrados en las decisiones técnicas) principios útiles para la acción; múltiples actores, en múltiples espacios de acción; f) temporalidades diversas personales, grupales. (Instituto Internacional de Planeamiento de la Educación (IIPE, 2000)

#### **2.5.4 Mejoramiento Continuo**

El concepto de mejora continua se refiere al hecho de que nada puede considerarse como algo terminado o mejorado en forma definitiva. Estamos siempre en un proceso de cambio, de desarrollo y con posibilidades de mejorar. La vida no es algo estático, sino más bien un proceso dinámico en constante evolución, como parte de la naturaleza del universo. Y este criterio se aplica tanto a las personas, como a las organizaciones y sus actividades. (AGUILAR, 2010)

Da como concepto de Mejoramiento Continuo una mera extensión histórica de uno de los principios de la gerencia científica, establecida por Frederick Taylor, que afirma que todo método de trabajo es susceptible de ser mejorado. (ABELLI, 1994)

La mejora continua, si se quiere, es una filosofía que intenta optimizar y aumentar la calidad de un producto, proceso o servicio a su vez es una forma de trabajar para hacer más productivo y agradable nuestro sitio de trabajo. Además tiene la gran ventaja que lo podemos hacer en lo personal de una manera simple basándonos únicamente en el círculo de Deming o lo podemos llevar a gran escala aplicando otras metodologías ideadas para varios tipos de procesos. (ARVERSON, 2010).

#### **2.5.5 Ambiente Institucional**

Al hablar del ambiente educativo, el clima comprende el ambiente interno, el contexto, comportamiento y el enfoque estructural de la institución. A esta apreciación se suma Brunet (1999) el cual adosa el estudio de tres

variables del medio, como son: el tamaño, la estructura de la organización y la administración de los recursos humanos; (b) variables personales, referidas a la aptitud, actitudes y motivaciones del sujeto; por último, (c) variables resultantes, en la cual se consideran la satisfacción y la productividad que están influenciadas por las variables del medio y las personales. Como un sistema interdependiente y altamente dinámico. (MUJICA DE GONZALES, 20017)

El ambiente local en este sentido, es entendido como el conjunto de instituciones y agentes locales y sus interrelaciones. Se trata de un espacio abierto a la participación de instituciones públicas y privadas, que en el extremo positivo puede dar lugar a procesos de eficiencia colectiva definidos como las ventajas competitivas derivadas de economías externas y de la acción conjunta de los agentes. Así la presencia de un ambiente favorable se manifiesta en las acciones de los agentes que componen la sociedad civil, los que a partir de la cooperación, competencia y la presión mutua generan una tensión colectiva que favorece el desarrollo de estrategias innovadoras. (FERRARO, 2000)

Pérez plantea que el ambiente de trabajo o clima organizacional puede ser entendido como un fenómeno socialmente construido, que surge de las interacciones individuo-grupo-condiciones de trabajo, lo que da como resultado un significado a las experiencias individual y grupal, debido a que lo que pertenece y ocurre en la organización afecta e interactúa con todo. Los resultados organizacionales son precisamente consecuencia de estas interacciones, que se dan de manera dinámica, cambiante y cargada de afectividad. (ISABEL, 2004)

### **2.5.6 Satisfacción Estudiantil**

Satisfacción del cliente se refiere a la entrega de un producto o servicio que cumple o supera las expectativas o necesidades del cliente; y a los indicadores que determinan los niveles de satisfacción sobre el producto entregado o el servicio brindado. (THOMPSON, 2005)

Por lo tanto, la satisfacción del usuario o del consumidor, sería a partir del procesamiento cognitivo de la información, aunque también puede ser consecuencia de la experimentación de emociones durante el proceso de consumo; se podría definir como una evaluación post-consumo y/o post-uso, susceptible de cambio en cada transacción, fuente de desarrollo y cambio de las actitudes hacia el objeto de consumo y/o uso, y que es el resultado de procesos psicosociales de carácter cognitivo y afectivo. (MARTINEZ, 2001)

La satisfacción del cliente como “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”. (KOTLER, 2005)

### **2.5.7 Administración**

La Administración es una ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado. (FERNANDEZ, 2010)

La Administración es el proceso cuyo objeto es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos de un grupo social para lograr sus objetivos con la máxima productividad. (LOURDES, 1995)



La administración es "el conjunto de las funciones o procesos básicos (planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar) que, realizados convenientemente, repercuten de forma positiva en la eficacia y eficiencia de la actividad realizada en la organización" (DIEZ DE CASTRO, 2001)

### **2.5.8 Infraestructura**

La infraestructura es la base material de la sociedad que determina la estructura social, el desarrollo y cambio social. Incluye las fuerzas productivas y las relaciones de producción. De ella depende la superestructura, es decir, el conjunto de elementos de la vida social dependientes de la infraestructura. Los aspectos estructurales se refieren a la organización misma de la sociedad, las reglas que vinculan a sus miembros, y el modo de organizar la producción de bienes. (MEGESTIONO.COM, 2009)

El concepto de infraestructura no se limita a la dimensión física del término, sino que abarca un sentido mucho más amplio como por ejemplo la infraestructura institucional legal y administrativa, entendida esta como la reglamentación, incidencia, seguimiento y control real y efectivo del Estado en el desarrollo y progreso de las comunidades; no es suficiente con enfocarse en la dimensión física de la infraestructura ni en los recursos que se necesitan para desarrollarla, ya que si estas inversiones no están precedidas y acompañadas de un marco legal y administrativo eficiente y efectivo se corre el riesgo de que tales fondos se malversen, se pierdan o vayan a financiar infraestructura inadecuada o que no atiende al beneficio de la comunidad, como suele suceder en el país especialmente en aquellos municipios más pobres o paradójicamente en aquellos que cuentan con

recursos pero siguen presentando bajos índices de desarrollo. (MALAVER, 2012)

### **2.5.9 Aulas**

El aula es el espacio donde se desarrolla el proceso de enseñanza-aprendizaje formal, independientemente del nivel académico o de los conocimientos impartidos en cada uno de ellos. El aula es generalmente un salón de dimensiones variables que debe contar con espacio suficiente como para albergar a los sujetos intervinientes en el mencionado proceso: el docente y los alumnos. Este espacio consta normalmente de un área para el trabajo del educador y con un área más amplia donde trabajan los alumnos de la manera más cómoda posible a fin de obtener los mejores resultados. (DEFINICIONES ABC, 2007)

El aula abierta Anteriormente lo definía como el evento en donde los alumnos mostrarán el desarrollo de sus habilidades, mediante la presentación de sus actividades de aprendizaje realizados dentro y fuera de las aulas de la mano del docente. (ARGUIS, 2010)

### **2.5.10 Laboratorio**

Un laboratorio es un lugar físico que se encuentra especialmente equipado con diversos instrumentos y elementos de medida o equipo, en orden a satisfacer las demandas y necesidades de experimentos o investigaciones diversas, según el ámbito al cual pertenezca el laboratorio en cuestión claro está. También es muy común que las escuelas, universidades o cualquier otro reducto académico cuenten con un laboratorio en el cual se

dictarán clases prácticas u otros trabajos relacionados exclusivamente con un fin educativo. (COPIRYGHT, 2008)

El laboratorio es un lugar dotado de los medios necesarios para realizar investigaciones, experimentos, prácticas y trabajos de carácter científico, tecnológico o técnico; está equipado con instrumentos de medida o equipos con que se realizan experimentos, investigaciones o prácticas diversas, según la rama de la ciencia a la que se dedique. También puede ser un aula o dependencia de cualquier centro docente, acondicionada para el desarrollo de clases prácticas y otros trabajos relacionados con la enseñanza. (CEDEÑO, 2010)

#### **2.5.11 Biblioteca**

Por lo general suele haber una por centro o por campus. En la Biblioteca encontrarás salas de estudio y lectura, servicio de préstamo, hemeroteca, suscripciones a revistas y publicaciones electrónicas, etc. De esta manera tendrás a tu disposición la bibliografía necesaria para completar los apuntes de clase o hacer los trabajos que te vayan encargando.

El Servicio de Bibliotecas y Medios Audiovisuales es un sistema integrado a la Docencia, Investigación y Extensión de la Universidad, vinculado con su medio externo a través de acuerdos y alianzas de participación y colaboración en pro de la búsqueda e integración de colecciones y provisión de servicios y productos informacionales. Se orienta hacia la satisfacción de las necesidades y demandas de información de sus docentes, investigadores, estudiantes, autoridades universitarias y del público en general que recurre a él. (UNIVERSITARIA, 2012)

## **2.5.12 Servicios**

### **2.5.12.1. Bar**

El Bar es un lugar, ambiente o establecimiento de recreación espiritual dedicada al expendio y servicio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, así como otros productos con fines lucrativos o comerciales. (ALVAREZ, 2009)

### **2.5.12.2 Parqueadero**

El sistema de parqueaderos, es una herramienta que nos permite, controlar el ingreso y salida de vehículos en un parqueadero, es un sistema completo que presenta desde la emisión de tickets, hasta reportes con los resultados de cobros diarios mensuales, semanales, anuales.

Nos ayudará a tener un mejor control de nuestros ingresos diarios en un parqueadero, evitando así la pérdida de dinero.

Creación de clientes y tarjetas de ingreso personalizables de acuerdo a cada cliente.

Un cliente puede tener varias tarjetas de ingreso y cada tarjeta puede ser personalizable en horarios, fechas, días de ingresos. El registro de tickets es dinámico y sencillo esto brinda agilidad al momento de registrar un nuevo ingreso, con tan solo ingresar la placa, referencia, nombre de un vehículo o persona y presionando enter, tenemos ya el proceso completo. Los cobros se realizan de una manera fácil con el simple ingreso del número de ticket, ya nos refleja el valor a pagar, con desglose del IVA, y la inmediata impresión de la factura. (JC INFORM, 2006)

### **2.5.12.3 Áreas Verdes**

Consideramos como áreas verdes todos aquellos espacios ocupados por árboles, arbustos o plantas, que pueden tener diferentes usos, ya sea recreativos, ecológicos, de ornamentación, de regulación del clima, así como, de protección y recuperación del ambiente.

- Sirven de casa a plantas y animales.
- Descontaminan el aire.
- Retienen en sus hojas el polvo y las partículas que flotan en el aire.
- Son espacios naturales abiertos que le permiten al hombre un desarrollo integral. (BUENAS TAREAS.COM, 2011)

La Comisión Nacional de Medio Ambiente define área verde como los espacios urbanos, o de periferia a éstos, predominantemente ocupados con árboles, arbustos o plantas, que pueden tener diferentes usos, ya sea cumplir funciones de esparcimiento, recreación, ecológicas, ornamentación, protección, recuperación y rehabilitación del entorno. (DEL POZO, 2009)

### **2.5.13 Docencia**

La docencia ha sido y es fin y función sustantiva de cualquier universidad. De ahí que impartir educación superior sea un quehacer constitutivo del concepto y de cualquier modalidad histórica de universidad. Las sociedades que abrevan en la cultura europea han dado a la universidad la consigna de preparar profesionales, científicos y técnicos útiles, así como de formar a su propio personal académico: profesores, investigadores y técnicos. Todos ellos preparados para la generación, transmisión y difusión de conocimientos provechosos para dicha sociedad. Además que sean

individuos críticos y creativos, capaces de innovar su ejercicio profesional. (PORFIRIO, 2009)

Docencia significa enseñar según su etimología latina (del latín “docere”). La docencia por lo tanto hace referencia a la actividad de enseñar, siendo actualmente docentes aquellos que se dedican profesionalmente a ello, recibiendo una remuneración por sus servicios. (ROJAS, 2009)

La docencia es y ha sido siempre una profesión en que los educadores deben estar en continuo perfeccionamiento y enriquecimiento para sí mismos y para los seres con quienes están contribuyendo en su formación. Siempre continúan en la tarea de aprender a aprender. (COBIELLA, 2001)

#### **2.5.14 Metodología de aprendizaje**

Cuando hablamos de Metodología del Aprendizaje nos referimos a un camino, a un conjunto de pasos, a una serie de estrategias y técnicas que nos ayudan a aprovechar al máximo nuestra capacidad de aprender.

La metodología permite la evaluación de los criterios y sub-criterios a través de la ponderación de los indicadores asociados a éstos, lo que posibilita la acreditación que es obligatoria para todas las carreras. La acreditación de excelencia está diseñada para preparar a la carrera para la obtención de una acreditación internacional en el caso de que así lo deseen las autoridades de la universidad o la politécnica. La acreditación de excelencia requiere de un alto grado de planificación de los objetivos educacionales, planes curriculares, sílabos, de los resultados o logros del

aprendizaje, y especialmente de los mecanismos para evidenciarlos, de las técnicas para evaluarlos y de registros y evidencias que muestren el nivel alcanzado durante al menos un año. (CEAASES, 2011)

Método de enseñanza es el conjunto de momentos y técnicas lógicamente coordinados para dirigir el aprendizaje del alumno hacia determinados objetivos. El método es quien da sentido de unidad a todos los pasos de la enseñanza y del aprendizaje y como principal ni en lo que atañe a la presentación de la materia y a la elaboración de la misma. Métodos de Investigación. (BLAZQUEZ, 2010)

### **2.5.15 Evaluación**

La evaluación es un proceso reflexivo, sistemático y riguroso de indagación sobre la realidad, que atiende al contexto, considera globalmente las situaciones, atiende tanto a lo explícito como lo implícito y se rige por principios de validez, participación y ética.

Evaluar implica valorar y tomar decisiones que impactan directamente en la vida de los otros. En tal sentido, es una práctica que compromete una dimensión ética, no siempre tenida en cuenta y asumida como tal. Se requiere de un proceso reflexivo que asuma una posición de análisis crítico en torno a las acciones que se realizan conjuntamente con las intenciones que se persiguen. En decir, se hace necesario preguntarse qué se pretende, qué valores están involucrados, cómo se realiza, qué efectos tiene, qué papel asumen los evaluadores, etc. (Conrado, 2012)

Por su parte el autor sostiene que la evaluación es un proceso que consiste en una secuencia estructurada de eventos que involucran la

previsión, obtención, análisis e interpretación de la información necesaria, así como la formulación de juicios válidos y la toma de decisiones respecto al objeto, fenómeno o situación, para optimizarlo de acuerdo a determinados fines. (Verdugo, 2004).

Reconocen que la evaluación es: "Es un proceso que tiene como objetivo la obtención e interpretación sistemática de información válida y fiable del objeto o actividad estudiada, para contrastarla con su marco de referencia y, sobre su base formar juicios de valor que permitan la toma de decisiones encaminadas a su mejora o perfeccionamiento". (Torres & Angel, 2003)

#### **2.5.16 Investigación**

La etimología del término "investigación" nos sirve bastante bien como primera aproximación: la palabra proviene del latín *in* (en) y *vestigare* (hallar, inquirir, indagar, seguir vestigios). De ahí el uso más elemental del término en el sentido de "averiguar o describir alguna cosa". Aplicando al campo de la actividad científica, la investigación es un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico que tiene por finalidad descubrir o interpretar los hechos o fenómenos, relaciones o leyes de un determinado ámbito de la realidad. (Nadezhda, 2009)

La investigación es un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico que tiene por finalidad descubrir o interpretar los hechos y fenómenos, relaciones y leyes de un determinado ámbito de la realidad...- una búsqueda de hechos, un camino para conocer la realidad, un procedimiento para conocer verdades parciales,-o mejor-, para descubrir no falsedades parciales". (Yalenys, 2012)



“Es el estudio de los métodos, procedimientos y técnicas utilizados para obtener nuevos conocimientos, explicaciones y comprensión científica de los problemas y fenómenos planteados y, por consiguiente, que nos puedan llevar a la solución de los mismos”. (Rodríguez, 2009)

### **2.5.17 Vinculación**

Es la relación de beneficios mutuos entre la institución y su entorno, en los sectores empresariales, educativos, sociales y del medio ambiente, para fortalecer las competencias laborales y profesionales del estudiante. (ANFEI, 2009)

#### **2.5.17.1 La vinculación con la Colectividad Universitaria**

Cumple un rol de formación continua de la propia comunidad universitaria en su totalidad, de profesionales, dirigentes, empresarios y la colectividad que nos rodea.

Su rol es importante en la divulgación científica y diversidad cultural, en la transformación social y el desarrollo comunitario y en la transferencia tecnológica con visión de desarrollo.

La Universidad Técnica de Ambato, asume el compromiso y cumple con la participación en el proceso de creación social de la cultura y de la transformación de la comunidad. En la actualidad la tendencia indica la ejecución de proyectos de vinculación con la colectividad, más allá que soluciones aisladas. Generar un proceso dinámico interactivo de la Universidad con su entorno, buscando conjuntamente la solución a

problemas o necesidades de las comunidades donde desarrollemos nuestro ámbito de acción. (Naranjo, 2011)

El término vinculación se ha puesto de moda en la última década. Forma parte de la jerga de los especialistas en educación superior para aludir con un nuevo matiz a la misma dimensión que denotan los términos difusión y extensión. No obstante, el uso frecuente y restringido del término lo limita a las relaciones de las IES con industrias u otras empresas del llamado sector productivo de la sociedad. En los últimos años se han realizado múltiples cursos, talleres y otras actividades de vinculación en los que se ha manifestado esa conceptualización. (EDUCACIÓN, 2009)

### **2.5.18 Currículo**

El término currículo se refiere al conjunto de objetivos, contenidos, criterios metodológicos y de evaluación que orientan la actividad académica (enseñanza y aprendizaje) ¿cómo enseñar?, ¿cuándo enseñar? y ¿qué, cómo y cuándo evaluar? El currículo permite planificar las actividades académicas de forma general, ya que lo específico viene determinado por los planes y programas de estudio (que no son lo mismo que el currículo). Mediante la construcción curricular la institución plasma su concepción de educación. De esta manera, el currículo permite la previsión de las cosas que hemos de hacer para posibilitar la formación de los educandos. (Rafael, 2003)

“Un currículo es la acepción singular en español del latín curriculum. En plural currículum... Refiere al conjunto de competencias básicas, objetivos, contenidos, criterios metodológicos y de evaluación que los estudiantes deben alcanzar en un determinado nivel educativo. De modo general, el

currículum responde a las preguntas ¿qué enseñar?, ¿cómo enseñar?, ¿cuándo enseñar? y ¿qué, cómo y cuándo evaluar? El currículum, en el sentido educativo, es el diseño que permite planificar las actividades académicas”. (Horcas, 2009)

El currículum es un proceso sistemático que incluye un plan cuyo contenido provee una serie de actividades. Estas actividades llevan a que se ejecuten los objetivos establecidos. Los cuales deben responder a las necesidades del educando. Este documento escrito debe ser creado por expertos y profesionales de la sala de clases fundamentado con investigaciones. (Robles, 2003)

#### **2.5.19 Carrera Universitaria**

En una carrera universitaria recibes una formación excepcional, muy superior a cualquier otra cosa. Una carrera universitaria es sinónimo de inteligencia. Da cache, credibilidad y si quieres iniciar un proyecto toda la formación recibida te servirá. (Las Carreras Universitarias, 2008)

Conjunto de conocimientos, aptitudes y actitudes que se deben aportar a un puesto de trabajo para realizarlo con el grado más alto de eficacia. Conjunto de características intrínsecas del individuo que se demuestran a través de la conducta, y que están relacionados con el desempeño del trabajo. Comportamientos en los que se aplica, de forma integrada las aptitudes, los rasgos de personalidad y los conocimientos de un individuo a un puesto de trabajo.

Representación de los niveles de las distintas exigencias de una determinada actividad profesional, lo que permite observar las características

que deben presentar las personas idóneas para ocupar esa actividad. \* Conjunto de conocimientos, capacidades, habilidades, actitudes y valores que debe reunir un egresado para el ejercicio de su profesión. El perfil profesional representa los conocimientos técnicos, experiencia y características personales en la adecuación a un puesto. (Desarrollo, 2000)

## **2.5.20 Perfil del Egresado**

### **2.5.20.1 Definición de los ámbitos de actuación del profesional en Marketing**

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

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

“A Mediad de forma fiable y en poco tiempo”.

Segmentando el mercado se logra resultado exitosos en Marketing, enfocando el mercadeo al público objetivo que comprará el producto o servicio de tal manera se emplea en recursos necesarios y no exista gastos

innecesarios; esta es una de las tareas más importantes que debe considerar como ámbito de actuación del profesional en Marketing.

El perfil de egresado universitario que está demandando el mercado es cada vez más el de personas con una formación integral, flexible, con capacidad de innovar y de trabajar en diversos campos y ambientes.

Para esto, más que pura formación académica, lo que se necesita es una formación en múltiples destrezas y competencias que aseguren a los profesionales un espacio en este mercado móvil. Los empleadores más audaces ya no buscan tantas personas formadas en disciplinas específicas, sino a aquellos con destrezas, intereses y experiencias particulares. En esta perspectiva, profesionales de distintas disciplinas pueden desempeñarse en cargos para los que no necesariamente fueron formados académicamente, pero que por su trayectoria y dedicación han logrado las competencias para hacerlo. (El perfil del profesional universitario ideal, 2012)

#### **2.5.20.2 Perfil del egresado**

- 1) Utiliza y sistematiza sistemas contables y financieros para determinar los precios, en función a la naturaleza de la demanda del mercado, con ética y responsabilidad social.
- 2) Identifica, diseña y organiza el departamento marketing que oriente una eficiente gestión comercial, consecuencia de un pensamiento crítico y trabajo en equipo.
- 3) Comprende, analiza y formula los principios de la investigación de mercados vinculados con el producto y/o servicios que permitan determinar

la demanda del mercado meta y satisfacer las necesidades del consumidor como un compromiso social.

4) Diseña e implementa un sistema de información obtenido del estudio de mercado que optimice las variables del marketing mix con creatividad y rigor científico.

5) Identifica y opera el software adecuado como soporte técnico científico para proponer alternativas de solución a la problemática de gestión del marketing empresarial.

6) Habilidad para negociar y solucionar con liderazgo efectivo, problemas de empresas comerciales bajo la premisa en el que todos ganan.

7) Emprnde nuevos proyectos de marketing contrastando con la realidad del entorno con proyección sostenible y sustentable, demostrando creatividad, mediante una correcta toma de decisiones.

En este sentido se puede desempeñar en las siguientes áreas:

### **2.5.20.3 Perfil ocupacional**

- Gerente de marketing
- Gerente de producto o de marca
- Auditor de marketing
- Gerente de medios
- Investigador de mercados

- Gerente de desarrollo de productos
- Proveedor de servicios de marketing (outsourcing)
- Director de marketing estratégico
- Director de marketing directo
- Director de distribución (UTA)

### **2.5.21 Competencias Genéricas**

#### **1.- Preocupación por la calidad**

En el contexto existe la preocupación por la calidad, por ello se desarrolla desde la perspectiva de la docencia universitaria y psicosocial de la educación, a través de la adquisición del conocimiento de conceptos, valores-metas, actitudes y procedimientos que lo facilitan. Programas de refuerzo a través de la evaluación de la competencia y de clarificación de valores-metas. El desarrollo de esta competencia requiere de la contribución de las demás competencias genéricas.

#### **2.- Compromiso ético**

Contextualmente, el tratamiento y funcionamiento ético individual es un valor indiscutible para la construcción de sociedades más justas y comprometidas. La carrera de Marketing y Gestión de Negocios, fomenta actitudes y valores éticos, especialmente vinculados a un

desempeño profesional ético y al desarrollo de los valores propios de las sociedades democráticas.

### **3.- Iniciativa y espíritu emprendedor**

Los empresarios requieren que el egresado fomente el espíritu emprendedor, en la formación de los estudiantes como futuros profesionales, que combinen el potencial científico con las cualificaciones empresariales que contribuirá a aprovechar mejor los resultados de la investigación a través de “proyectos de vinculación con la comunidad” y nuevas organizaciones socio laborales en sectores basados en el conocimiento

### **4.- Trabajo en equipo**

Sigue siendo una necesidad del sector empresarial, la capacidad de trabajar y hacer que los demás trabajen, colaborando unos con otros, con la habilidad para participar activamente en la obtención de una meta común, incluso cuando la colaboración conduce a una meta que no está directamente relacionada con el interés propio. Supone facilidad para la relación interpersonal y la capacidad de comprender la repercusión de las propias acciones sobre el éxito de las acciones de los demás.

### **5.- Resolución de problemas**

Comprender las situaciones y resolver los problemas, es una necesidad del contexto empresarial, de una forma lógica y sistemática, en general que el egresado se capaz de realizar un análisis lógico,



identificando problemas, reconociendo información significativa, buscando y coordinando datos relevantes. Incluye aquí la habilidad para analizar, organizar y presentar datos financieros o estadísticos, estableciendo conexiones relevantes entre datos numéricos

## **6.- Capacidad para generar nuevas ideas creatividad**

Exigencia de la empresa de profesionales que tengan la capacidad de descubrir soluciones imaginativas de problemas relacionados con el trabajo y aporte con enfoques novedosos, más allá de las soluciones, métodos y formas clásicas de resolución; capacidad para modificar las cosas, incluso partiendo de formas o situaciones no pensadas con anterioridad, esto implica idear soluciones nuevas y diferentes ante problemas o situaciones requeridas, y capacidad para conducir a su grupo en función de la correcta comprensión de los escenarios cambiantes de las políticas de la organización.

## **7.- Toma de decisiones**

El entorno demanda de egresados con capacidad para establecer y aplicar procedimientos para el seguimiento y la regulación de procesos y políticas internos y/o externos, que ayudan a la toma de decisiones comerciales; poseer capacidad de comprender la esencia de los aspectos complejos para transformarlos en soluciones prácticas y operativas para una certera decisión

## **8.- Capacidad para adaptarse a nuevas situaciones**

El egresado de la carrera, será capaz de adaptarse a los cambios, modificando si fuera necesaria su propia conducta para alcanzar

determinados objetivos cuando surgen dificultades, nueva información o cambios del medio, ya sean del entorno exterior, de la propia organización, del cliente o de los requerimientos del trabajo en sí.

## **9.- Diseño y Gestión de Proyectos**

El novel profesional tendrá aptitudes y capacidades para gestionar proyectos de marketing, sostenibles y orientados a la resolución de problemas del mercado, incorporar nuevos conceptos vinculados a la gestión del marketing e indagar las nuevas tendencias de los proyectos de marketing, los sectores en los que se desarrollan, sus actividades complementarias y sus nuevos ámbitos de desarrollo. Descubrir y proponer proyectos innovadores que aborden problemas o temas actuales.

## **10.- Liderazgo**

El egresado tendrá la habilidad de apoyar a los colaboradores para fomentar sus capacidades, iniciando actividades de desarrollo relacionadas con los puestos de trabajo actuales o futuros. Dirigir y aconsejar a los miembros de su equipo en el desempeño de su trabajo.

Aprovechar la diversidad de los miembros del equipo. Fijar claramente objetivos de desempeño con responsabilidad. Compartir consecuencias de los resultados con los involucrados. Cuidar que las personas tengan una buena integración en el equipo de trabajo. Habilidad para el seguimiento de objetivos y la capacidad de dar feedback, integrando las opiniones de los otros.

## 11.- Habilidades de Investigación

Exigencias del contexto regional, apuntan a profesionales especialistas, competentes para diseñar y ejecutar investigaciones comerciales relevantes y rigurosas en la empresa; generen una actitud favorable hacia la investigación de mercados; con capacidades y habilidades para la investigación comercial y social, y la dirección de marketing, tanto de empresas como de organizaciones no lucrativas, especialistas con capacidad para la dirección de los procesos de innovación en las organizaciones.

**Cuadro N° 1: Competencias genéricas**

<b>INVESTIGACIÓN</b> <b>Metodología</b> <b>Diseño de Proyectos</b> <b>Desarrollo de Proyectos</b>	Liderar procesos de investigación científica y tecnológica, con el fin de satisfacer las necesidades socioeconómicas del contexto que permitan elevar la calidad de vida, de acuerdo con los lineamientos internacionales.
<b>NTIC'S I - II</b>	Utilizar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTICS) en actividades académicas y de la profesión, así como en la elaboración de documentos, presentaciones con imágenes, diversas operaciones de cálculos matemáticos e investigación, y la optimización del tiempo en la obtención de soluciones, considerando los requerimientos del contexto y la optimización del tiempo en la obtención de soluciones.
<b>COMUNICACIÓN VERBAL Y NO VERBAL</b> <b>(Lenguaje y comunicación)</b>	Generar comunicación verbal y no verbal para optimizar las interacciones e interrelaciones en procesos académicos y profesionales de acuerdo con las normas de la Real Academia de la Lengua, según principios ético-sociales.
<b>SALUD INTEGRAL Y CALIDAD DE VIDA</b>	Promover un estado de salud integral para alcanzar calidad de vida según los estándares de salud internacionales.
<b>ACTUACIÓN SEGÚN PROYECTO ÉTICO DE VIDA</b>	Actuar con base en un proyecto ético de vida, para asegurar la autorrealización personal, bienestar social y éxito profesional protegiendo el ambiente, acorde con metas, valores y normas legales y sociales.
<b>PENSAMIENTO COMPLEJO</b>	Aplicar el pensamiento complejo en el contexto individual y colectivo con el fin de gestionar el talento humano, circunscrito en el aprender a desaprender, aprender a aprender y aprender a reaprender.
<b>TRABAJO EN EQUIPO</b>	Impulsar la interacción coordinada aprovechando las potencialidades de la diversidad de los actores sociales, para lograr visión compartida que promueva la identidad, el compromiso, y el cambio permanente de los equipos formales e informales, que asuman la incertidumbre y su responsabilidad social; mediante el desarrollo de sus actitudes individuales y colectivas.

<b>GESTIÓN DE PROYECTOS</b>	Gestionar proyectos multipropósitos con responsabilidad social para solucionar los problemas críticos del contexto, involucrando la participación ciudadana para crear y promover procesos de transformación de la comunidad hacia niveles de desarrollo sustentable y sostenido.
<b>TÉCNICAS DE ESTUDIO</b>	Son un conjunto de acciones, estrategias, recursos, medios que utiliza y realiza el estudiante para comprender, memorizar conceptos y contenidos de las diferentes asignaturas, los mismos sirven para conseguir mejores resultados en su rendimiento académico
<b>REALIDAD NACIONAL, DESDE LA PERSPECTIVA DE LA PROFESION DE MEDICO</b>	Comprender y valorar la diversidad y la multiculturalidad del Ecuador. A criterio de la carrera. Se analizarán los escenarios: Real y Tendencial; para promover un escenario óptimo alternativo en los ámbitos científico, tecnológico y cultural inherentes a cada una de las carreras
<b>SUFICIENCIA EN EL IDIOMA INGLÉS CON ACREDITACIÓN INTERNA DE LA UTA</b>	Utilizar el idioma inglés para comunicarse con suficiencia en la vida cotidiana y en práctica profesional. (Se alcanzará luego de aprobar en el departamento de idiomas, tres niveles de un idioma extranjero).
<b>CULTURA FÍSICA</b>	Cada estudiante aprobara un ciclo semestral en el departamento de Cultura físicas

**Fuente:** Universidad Técnica de Ambato

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova Naranjo (2.012)

### 2.5.22.1 Competencias Específicas

- Gestionar los servicios de seguros en las empresas para crear condiciones de valor agregado a los servicios de la empresa para prevenir riesgos y desastres.
- Aplicar técnicas de venta que permitan el intercambio de productos y servicios por unidades monetarias entre vendedor y cliente.
- Identificar las necesidades humanas, deseos, demandas ofertas a través de procesos de investigación y el logro de objetivos de gestión empresarial.
- Administrar la mezcla de Marketing para obtener un eficiente manejo del producto, precio, plaza y promoción en función de las características del mercado.

- Administrar fundamentos técnicos del Marketing para tener conocimiento global de los principios leyes, teoremas de la Mercadotecnia.
- Analizar y aplicar la publicidad y promoción para lograr los objetivos del mercado de la empresa.
- Caracterizar el comercio exterior desde la perspectiva de la exportación de productos de elaboración nacional, en función del entorno internacional.
- Programar información financiera con el fin de estimar resultados futuros aplicando herramientas estadísticas.
- Utilizar la información financiera por parte de la gerencia para sustentar la toma de decisiones utilizando técnicas gerenciales modernas.
- Utilizar normas, metodología y procedimientos adecuados para la consolidación de la información financiera.

#### **2.5.22.2 Competencias Específicas**

**1.-** Utilizar y sistematizar sistemas contables y financieros para determinar los precios, en función a la naturaleza de la demanda del mercado, con ética y responsabilidad social. Estando capacitado a:

- Elabora estados financieros.
- Interpreta los resultados contables de las empresas comerciales.
- Organiza la información contable para toma de decisiones.
- Estructura presupuestos.

- Evalúa la información contable con criterios comerciales.
- Gestión de ventas.
- Presupuesto de ventas.
- Asesoramiento en ventas.
- Manejo de precios

**2.-** Identificar, diseñar y organizar el departamento marketing que oriente una eficiente gestión comercial, consecuencia de un pensamiento crítico y trabajo en equipo.

Permitiendo desarrollar.

- Habilidades directivas, de planeación organización y control. Integración y desarrollo de trabajo en equipos multidisciplinarios y colaborativos.
- Planificación, diseño y ejecución de soluciones comerciales.
- Políticas y estrategias para mejorar el entorno económico, político y social de la actualidad nacional.

**3.-** Comprender, analizar y formular los principios de la investigación de mercados vinculados con el producto y/o servicios que permitan determinar la demanda del mercado meta y satisfacer las necesidades del consumidor como un compromiso social.

- Desarrollo de estudios de mercado a través de la aplicación del método científico.

- Desarrollo de técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa de marketing.
- Gestión de información de lo que acontece en materia de mercadotecnia en los mercados locales, nacionales e internacionales.
- Gestión de marketing.
- Estrategias de marketing.
- Orientación de servicio al cliente.
- Logística comercial.
- Promoción, comunicación y publicidad de productos.
- Posicionamiento de marca,
- Investigación de mercados.
- Técnicas de investigación de mercados.
- Relaciones públicas

**4.-** Diseñar e implementar un sistema de información obtenido del estudio de mercado que optimice las variables del marketing mix con creatividad y rigor científico.

- Comunicación comercial.
- Promoción y publicidad de productos.
- Posicionamiento de marca.
- Comercialización de productos.
- Distribución de productos

**5.-** Identificar y operar el software adecuado como soporte técnico científico para proponer alternativas de solución a la problemática de gestión del marketing empresarial.

- Identificación e implementación de innovación tecnológica a los procesos organizacionales, de comunicación y de comercialización.
- Comercialización de intangibles y seguros.
- Manejo de software estadístico (modelos lineales y mixtos).

**6.-** Habilidad para negociar y solucionar con liderazgo efectivo, problemas de empresas comerciales bajo la premisa en el que todos ganan.

Permitiéndoles realizar.

- Negociaciones tanto a nivel nacional e internacional.
- Establece precios de los productos comercializados en el exterior.
- Investiga las diferentes condiciones del mercado en que opera la competencia para la toma de decisiones.
- Diseña estrategias de mercado.
- Detecta y estudia las amenazas y oportunidades que mundial presentan.
- Reconoce desacuerdos y conflictos que afecten al desempeño laboral y personal.
- Emplea técnicas para manejar o negociar los conflictos.
- Diseña una propuesta de negociación.



**7.-** Empezar nuevos proyectos de marketing contrastando con la realidad del entorno con proyección sostenible y sustentable, demostrando creatividad, mediante una correcta toma de decisiones.

- Comprende y aplica las distintas fases del proceso de un emprendimiento innovador.
- Aplica conocimientos de marketing y comunicación en el desarrollo de un proyecto de emprendimiento innovador.
- Aplica conceptos legales y financieros en el desarrollo de un proyecto innovador.
- Trabaja efectivamente en equipos multidisciplinarios para el desarrollo de innovaciones.
- Habilidades para trabajar en su propio proyecto o negocio.

## **2.6 HIPOTESIS**

La satisfacción estudiantil incide favorablemente en el perfil de los egresados de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios del periodo académico de febrero a julio 2011 de la Facultad de Ciencias Administrativas.

## **2.7 SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES**

### **2.7.1 Unidad de observación.**

Estudiantes.

### **2.7.2 Variable independiente.**

La Satisfacción Estudiantil.

### **2.7.3 Variable dependiente**

Perfil de los Egresados.

### **2.7.4 Termino de enlace**

Incidencia.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. ENFOQUE**

Con relación al enfoque de la investigación predomina lo cualitativo y cuantitativo.

##### **3.1.2 Cualitativo**

Cualitativo su propósito es describir la realidad tal como la experimentan los correspondientes investiga el por qué y el cómo se tomó una decisión, requiere un profundo entendimiento del comportamiento humano.

Basándose específicamente en una problemática educativa que se relaciona con la capacidad que tienen los docentes para impartir los conocimientos correctamente y de forma dinámica; los mismos que influirá en el desarrollo del aprendizaje de cada educando.

### **3.1.3 Cuantitativo**

La metodología cuantitativa es aquella que permite examinar los datos de manera científica o de manera más específicamente en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística, busca las causas y la explicación de los hechos que se relacionan con el aprendizaje de los estudiantes y el modelo con el que se imparte a demás esta orientados a buscar mejoras.

## **3.2. MODALIDAD BÁSICA DE INVESTIGACIÓN**

### **3.2.1 De Campo**

El presente trabajo de investigación se realizó mediante la investigación de campo.

Porque de esta manera se tiene la facilidad de realizar una observación directa, la misma que permite detectar lo que ocurre en el área a investigar; permitiendo conseguir información confiable, mediante una relación continúa con los aspectos de observación. Con lo dicho anteriormente, resulta viable identificar las causas que dan origen al problema y como consecuencia los efectos que éstas producen, suministrando información detallada, la misma que se fortaleció a través de la aplicación de encuestas a los estudiantes del seminario de graduación de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas.

### **3.2.2 Bibliográfica**

Porque para la elaboración del marco teórico se acudió al estudio de documentos, tales como; libros, documentos legales, tesis, perfiles, internet, con la finalidad de incrementar el conocimiento acerca del problema de investigación y además realizo la respectiva comparación de criterios con los distintos autores acerca del tema planteado.

## **3.3 NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

### **3.3.1 Descriptiva**

Porque permite narrar las características más importantes del problema, las causas que lo originaron y como se ha ido desarrollando dentro de la institución, es así llegar a las causas y efectos de cada variable, la misma que mejorará la calidad de educación.

### **3.3.2 Correlacional**

Busca determinar el grado de relación existente entre las variables. Este tipo de estudio descriptivo tiene como finalidad determinar la relación o asociación no causal existente entre dos variables.

## **3.4 UNIVERSO O POBLACIÓN**

**Población.-** Para el presente trabajo de investigación, se consideró como población a la totalidad de estudiantes de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios, lo cual se sintetiza en el siguiente cuadro.

**Muestra.-** No se considera necesario el cálculo de la muestra, ya que por seguridad de la investigación se trabajara con el 100% de la población y es factible realizar las respectivas encuestas, y brindara resultados más confiables con bajos índices de error.

**Cuadro N° 2: Población a investigar**

<b>PERSONAL INVESTIGATIVO</b>	<b>N°</b>
Estudiantes	30
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>

**Fuente:** Información de campo.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2.012).

### 3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

**Cuadro N° 3: Variable - Satisfacción Estudiantil**

CONCEPTO	CATEGORIA	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA E INSTRUMENTO
La satisfacción estudiantil es un elemento clave en la valoración de la calidad de la educación que considera los recursos tales como: docencia, infraestructura, servicios, entre otros.	Satisfacción  Recursos	Académica Investigación Vinculación  Docencia Infraestructura Servicios	Respecto a los docentes en qué medida te encuentras satisfecho en relación a los conocimientos cognitivos?  Con qué frecuencia la carrera realiza proyectos de investigación?  Cada que tiempo has participado en proyectos de vinculación en la carrera?  La metodología que utilizan los docentes es adecuada?  La infraestructura está acorde a las necesidades de sus alumnos?  Los servicios que ofrece la carrera están en óptimas condiciones?	* Técnica Encuesta  * Instrumento Cuestionario

**Fuente:** Análisis del problema

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

**Cuadro N° 4: Variable - Perfil del egresado.**

CONCEPTO	CATEGORIA	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Conjunto de competencias que posee el egresado al finalizar la carrera.	Competencias	Competencias genéricas.  Competencias específicas	La carrera se preocupa por la calidad educativa?  Han promulgado realizar trabajos en equipo para elaborar un proyecto?  Con que frecuencia la carrera apoya a proyectos de emprendimiento?  Desarrolla técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas de Marketing?  Los estudiantes están preparados para implementar estrategias de Marketing?  Realiza proyectos de Marketing utilizando su creatividad?	* Técnica Encuesta  * Instrumento Cuestionario

**Fuente:** Análisis del problema

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).



## **CAPITULO IV**

### **Análisis e interpretación de RESULTADOS**

Las encuestas se aplicaron a los egresados de la carrera de “Marketing y Gestión de Negocios” de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato periodo Febrero - Julio 2011 (Seminario de Graduación), las preguntas aplicadas han sido diseñadas con el fin de determinar la incidencia de la satisfacción estudiantil en el perfil de los egresado de dicho periodo.

#### 4.1 TRABAJO EN EQUIPO

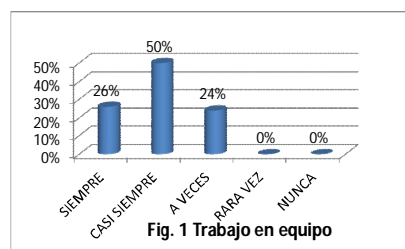
**CUADRO N° 5: Trabajo en equipo**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	8	0,26	26%
CASI SIEMPRE	15	0,50	50%
A VECES	7	0,24	24%
RARA VEZ	0	0,00	0%
NUNCA	0	0,00	0%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>1,00</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Tras la aplicación de la encuesta a los egresados del periodo académico Febrero – Julio 2011 de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas se encuentra que el mayor porcentaje (50%) de los encuestados manifiestan casi siempre trabajan en equipo, y siempre un 26%, además un 24% manifiesta que a veces trabajan en equipo con el plan de estudios que siguieron en la carrera, y con las demandas de profesionales en las diferentes fuentes de trabajo, como se aprecia en el cuadro 1 y figura 1.



**Fig. 1 Trabajo en equipo**

**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

De los resultados encontrados se desprende que el plan de estudios que siguieron los egresados del periodo académico y carrera mencionados en su mayoría casi siempre realizaron trabajos en equipo, corroborando lo manifestado por Malpica (1996), quien indica "la expresión concreta de los recursos que pone en juego el individuo cuando lleva a cabo una actividad, y que pone el énfasis en el uso o manejo que el sujeto debe hacer de lo que sabe, no del conocimiento aislado, en condiciones en las que el desempeño sea relevante" Desde esta perspectiva, lo importante no es la posesión de determinados conocimientos, sino el uso que se haga de ellos.

#### 4.2 RESOLVER PROBLEMAS DE LA ESPECIALIDAD

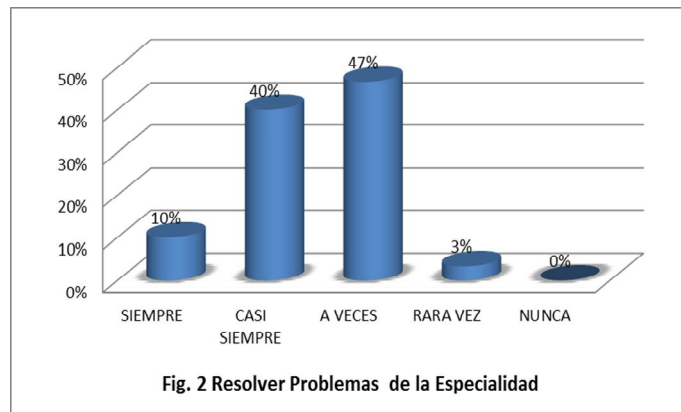
**CUADRO N° 6. Resolver problemas de la especialidad**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	0,10	10%
CASI SIEMPRE	12	0,40	40%
A VECES	14	0,47	47%
RARA VEZ	1	0,03	3%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

El 47% de los investigados considera que a veces se resuelven los problemas que tiene la especialidad de Marketing gracias a la preparación de las habilidades, el 40% manifiesta que es casi siempre, siempre en un 10%, y rara vez 3%, como se muestra en el cuadro 2 y figura 2.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Resolver problemas de la especialidad, en base a un buen perfil profesional que permite un desempeño más adecuado en el ejercicio de su profesión, como manifiestan Altamirano Topacio y Estrada Katia (2008), es la habilidad de articular a todos los actores institucionales para realizar procesos de transformación que tienen como finalidad, mejorar, fortalecer, y desarrollar capacidades para lograr objetivos.

### 4.3 AUTONOMÍA E INICIATIVA

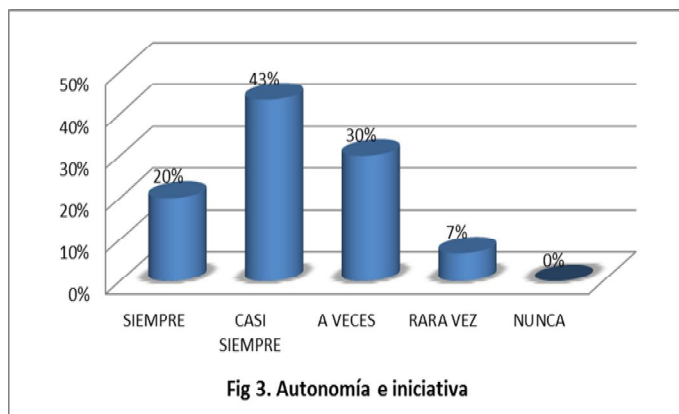
**CUADRO N° 7: Autonomía e iniciativa**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	6	0,20	20%
CASI SIEMPRE	13	0,43	43%
A VECES	9	0,30	30%
RARA VEZ	2	0,07	7%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

De los egresados de la Carrera de Marketing y Gestión de negocios el 43% de los investigados manifiesta que casi siempre existe autonomía e

iniciativa, el 30% de los egresados comentan que es a veces, mientras que el 20% corroboran que siempre y, el 7% que rara vez.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Según el equipo de orientación educativa y psicopedagogía, 2008 la autonomía e iniciativa “es la habilidad de las personas están relacionadas con creatividad, la innovación” y de acuerdo a las encuestas realizadas se observa que en la facultad a incentivado la autonomía e iniciativa de los estudiantes por lo que se promulga el emprendimiento de cada uno de ellos.

#### 4.4 ACTITUD POSITIVA PARA EL CAMBIO E INNOVACIÓN

**CUADRO N° 8: Actitud positiva para el cambio e innovación**

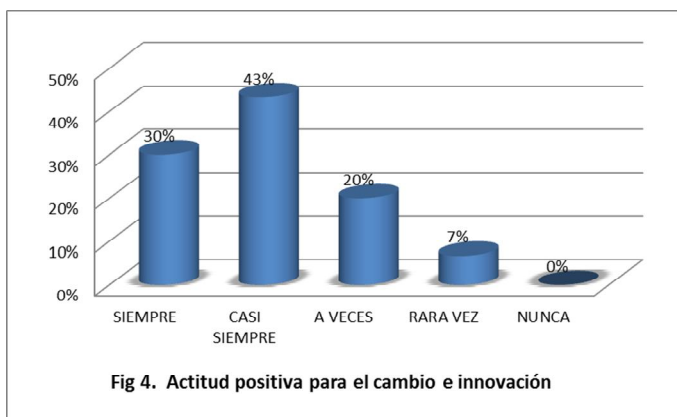
ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	9	0,30	30%
CASI SIEMPRE	13	0,43	43%
A VECES	6	0,20	20%
RARA VEZ	2	0,07	7%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

El 43% de los encuestados manifiestan que casi siempre existe actitud positiva para con el cambio y la innovación, mientras que el 30%

están siempre preparados para el cambio, el 20% a veces y por último el 7% rara vez.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Basado en el cuadro 4 nos damos cuenta que la actitud positiva para el cambio e innovación en los estudiantes de la facultad en su mayoría están predispuestos a realizarlo y como manifiesta Droba (2012) una actitud positiva es una disposición mental del individuo a actuar a favor o en contra de un objeto definido.

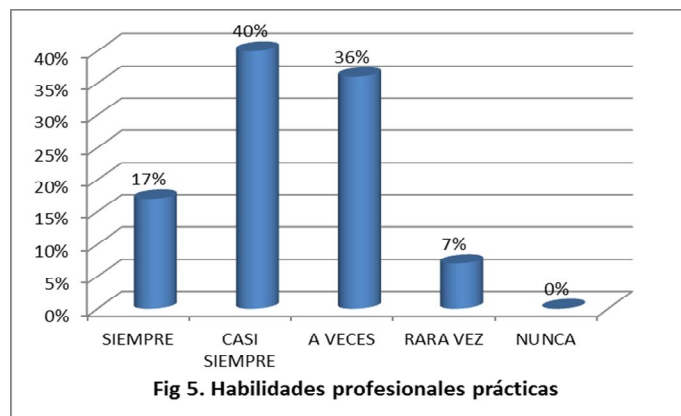
#### 4.5 HABILIDADES PROFESIONALES PRÁCTICAS

**CUADRO N° 9: Habilidades profesionales prácticas**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	5	0,17	17%
CASI SIEMPRE	12	0,40	40%
A VECES	11	0,36	36%
RARA VEZ	2	0,07	7%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012)

Como se aprecia en el cuadro 5 y figura 5, el 40% de los investigados consideran estar casi siempre satisfechos con las prácticas de habilidades profesionales; el 36% a veces; seguido de un 17% que manifiesta que siempre; y con un menor porcentaje que es el 7% que rara vez.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Nos damos cuenta que en su gran mayoría los estudiantes realizan las prácticas profesionales, por lo que nos demuestra que la carrera cumple con los requerimientos que emanan los diferentes reglamentos dentro de una institución educativa.

#### 4.6 HORARIOS Y CLASES CON RESPONSABILIDAD

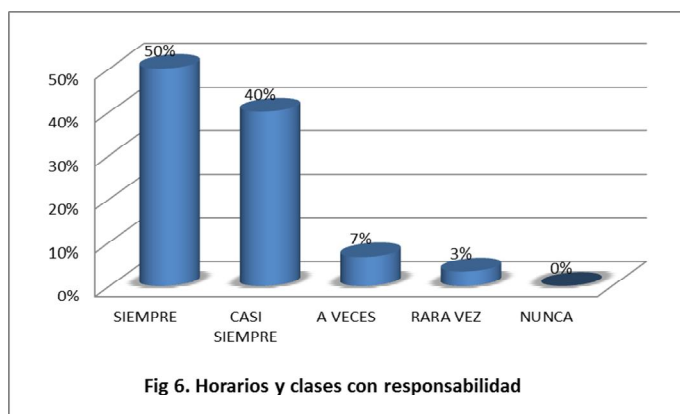
**CUADRO N° 10: Horarios y clases con responsabilidad**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	15	0,50	50%
CASI SIEMPRE	12	0,40	40%
A VECES	2	0,07	7%
RARA VEZ	1	0,03	3%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Del total de encuestados el 50% manifiestan estar siempre satisfechos, con los horarios y con la responsabilidad de los docentes en clases; el 40% casi siempre, mientras que un 7% a veces; y en un 3% rara vez están satisfechos con la responsabilidad de los educadores.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

La responsabilidad de horarios y cumplimiento de clases en las aulas es de suma importancia para el buen desenvolvimiento de la enseñanza aprendizaje, por lo que vemos en el cuadro anterior que se cumple en su mayor porcentaje con dicha exigencia. Como manifiesta Chalemorvan que la responsabilidad es el “compromiso del docente con respecto a garantizar un buen academicismo a la institución donde presta sus servicios.



#### 4.7 DOMINIO DE MÓDULOS

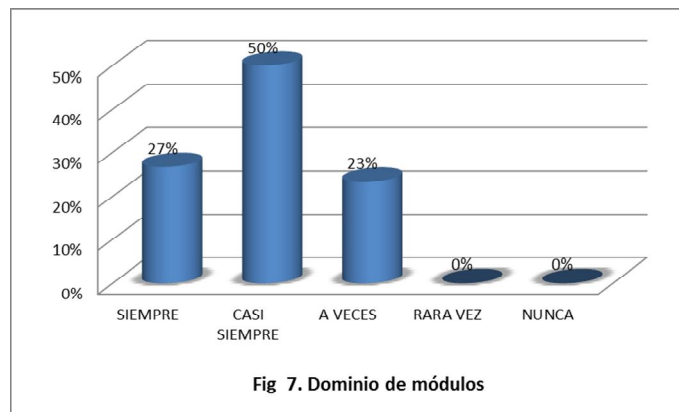
**CUADRO N° 11: Dominio de módulos**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	8	0,27	27%
CASI SIEMPRE	15	0,50	50%
A VECES	7	0,23	23%
RARA VEZ	0	0,00	0%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

El cuadro 7 y el gráfico 7 presentan los resultados sobre el dominio de módulos, resaltando que el 50% de los encuestados están casi siempre satisfechos con los conocimientos de los docentes con respecto a sus módulos; mientras que un 27% siempre y un 23% a veces.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Según la investigación del dominio de módulos los encuestados están casi siempre satisfechos con los conocimientos y por ende en el dominio de los módulos impartidos por los docentes, a pesar que en un porcentaje considerable a veces están satisfechos ya que se considera que hay falencia en alguno de ellos.

#### 4.8 FIRMEZA EN LAS REGLAS

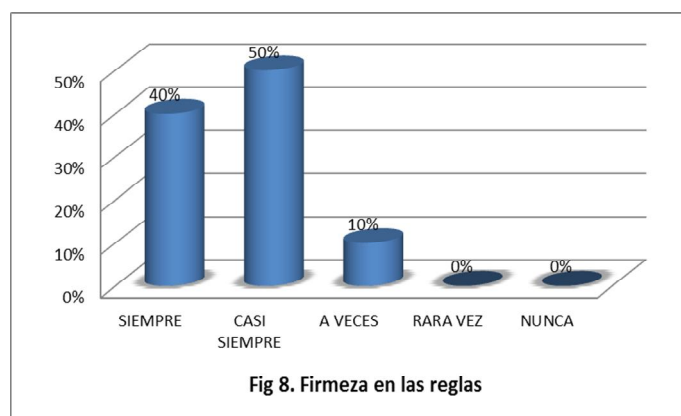
**CUADRO N° 12: Firmeza en las reglas**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	12	0,40	40%
CASI SIEMPRE	15	0,50	50%
A VECES	3	0,10	10%
RARA VEZ	0	0,00	0%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Se puede observar en el cuadro 8 y figura 8 que el 50% de los investigados están casi siempre satisfechos con la firmeza de las reglas impartidas dentro del aula por parte de los señores docentes, mientras un 40% casi siempre y un 10% a veces poco.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

En la investigación realizada se manifiesta estar casi siempre satisfechos con las reglas implantadas por los docentes dentro de su clase sin dejar a un lado que existe malestar por algunos estudiantes por que no se cumple a cabalidad y firmeza con lo estipulado por los catedráticos.

#### 4.9 IMAGEN PERSONAL DE DOCENTES

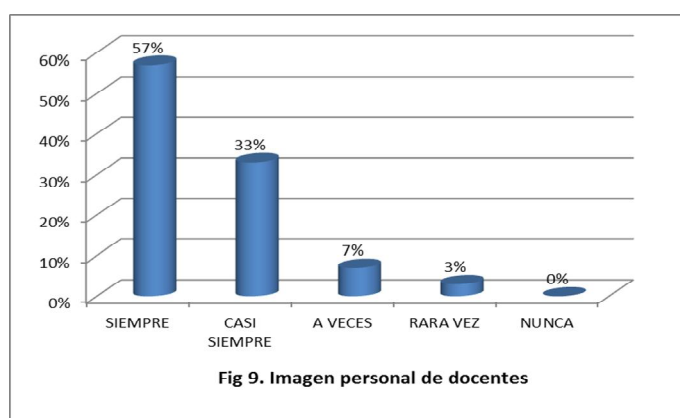
**CUADRO N° 13: Imagen personal de docentes**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	17	0,57	57%
CASI SIEMPRE	10	0,33	33%
A VECES	2	0,07	7%
RARA VEZ	1	0,03	3%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Según el cuadro 9 y figura 9, el 57% de los encuestados se encuentra siempre satisfechos con la imagen personal de docente, mientras que un 33% casi siempre, un 7% a veces y un 3% rara vez.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

En la investigación realizada se manifiesta que un alto porcentaje de encuestados están conformes con la imagen presentada por los docentes al acudir a sus labores académicas a pesar que existe inconformidad por parte de un grupo de estudiantes con la imagen presentada por los catedráticos.

#### 4.10 CONOCIMIENTOS TEÓRICOS

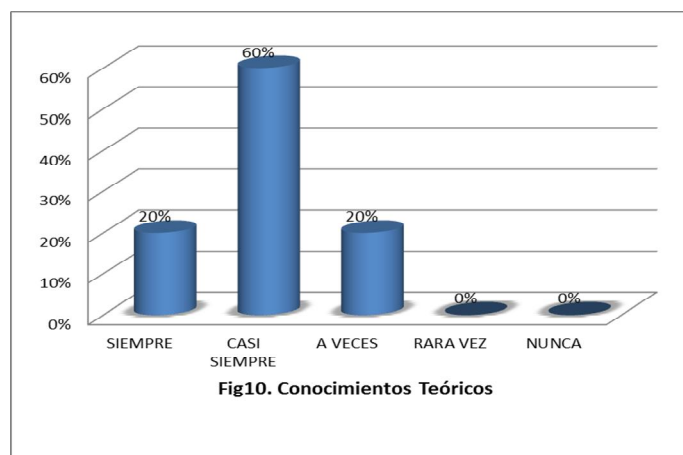
**CUADRO N° 14: Conocimientos teóricos**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	6	0,20	20%
CASI SIEMPRE	18	0,60	60%
A VECES	6	0,20	20%
RARA VEZ	0	0,00	0%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

El 60% de los encuestados están casi siempre satisfechos con los conocimientos teóricos impartidos por los docentes; en cambio un 20% están siempre satisfechos y con un porcentaje similar el restante 20% a veces.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

El conocimiento teórico se ha visto entre a veces satisfecho a siempre satisfecho entre los encuestados ya que no ha existido un total desempeño en los conocimientos por parte de los docentes para un excelente desenvolvimiento de la vida estudiantil para Miklos, 1997. En consecuencia, esta perspectiva promueve la combinación de momentos de aprendizaje académico con situaciones de la realidad profesional; este proceso se

denomina formación en alternancia e implica integrar la capacitación en ámbitos reales con la formación en las aulas.

#### 4.11 ACTIVIDADES PRÁCTICAS

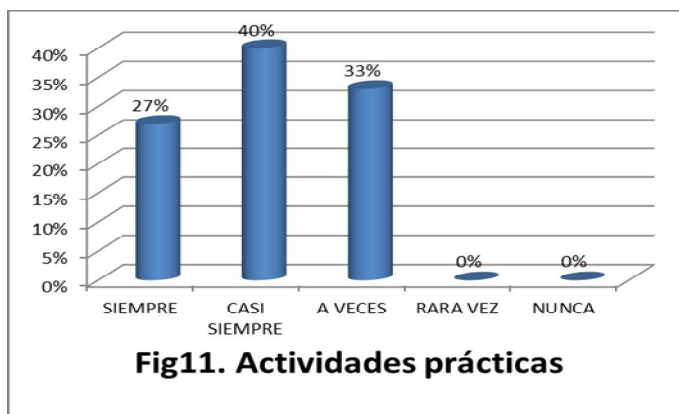
**CUADRO N° 15: Actividades prácticas**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	8	0,27	27%
CASI SIEMPRE	12	0,40	40%
A VECES	10	0,33	33%
RARA VEZ	0	0,00	0%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

El 40% comentan estar casi siempre satisfecho con las actividades prácticas (seminarios, congresos, vinculación, coloquios, etc.), el 33% está a veces satisfecho, el 27% siempre satisfechos, información reportada en el cuadro 11 y figura 11.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Las actividades prácticas que cumplieron los egresados no fueron suficientes, razón por la cual se encuentran a veces satisfechos con las

mismas, lo que demuestra que los docentes de la carrera Marketing y Gestión de Negocios no planifican en un número adecuado así como también deberes y otras actividades acordes con los módulos y con los contenidos de los mismos, permitiendo también un cierto facilismo en la formación de los profesionales.

#### 4.12 EQUILIBRIO TEORÍA Y PRÁCTICA

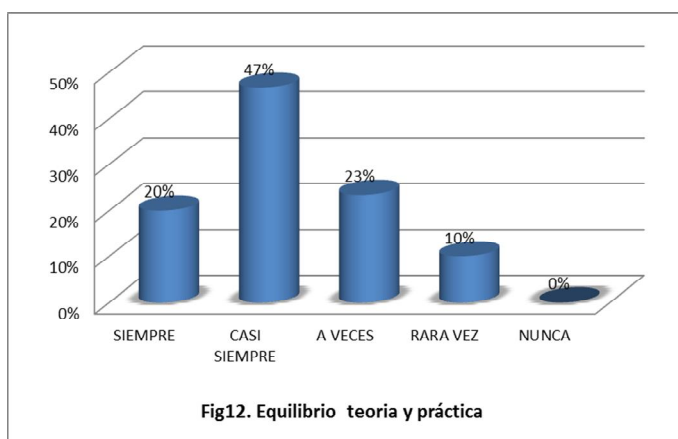
**CUADRO N° 16: Equilibrio teoría y práctica**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	6	0,20	20%
CASI SIEMPRE	14	0,47	47%
A VECES	7	0,23	23%
RARA VEZ	3	0,10	10%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Del total de encuestados el 47% manifiestan estar casi siempre satisfechos con la combinación teoría práctica, en cambio en un 23% a veces, un 20% siempre y un 10% rara vez.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Con referencias al equilibrio teoría práctica de acuerdo al cuadro 12 Fig.12 nos damos cuenta que no hay una desarrollo académico en la cual combine los dos por lo que los estudiantes obtienen un perfil de salida no acorde a las necesidades de la colectividad.

#### 4.13 CUMPLIMIENTO DE LOS MÓDULOS

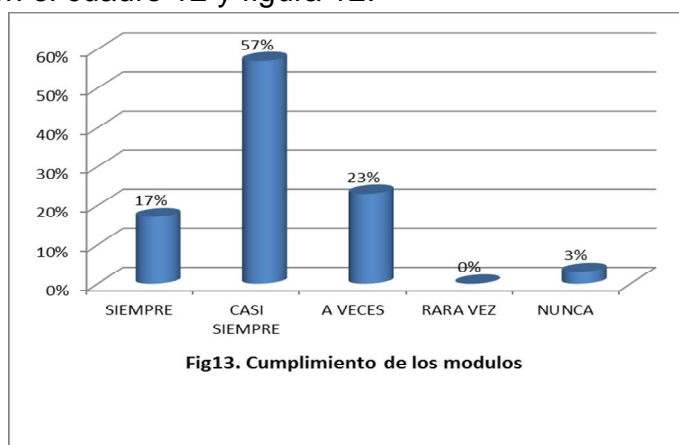
**CUADRO N° 17: Cumplimiento de los módulos**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	5	0,17	17%
CASI SIEMPRE	17	0,57	57%
A VECES	7	0,23	23%
RARA VEZ	0	0,00	0%
NUNCA	1	0,03	3%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Del total de encuestados el 57% manifiestan estar casi siempre están satisfechos con el desarrollo y cumplimiento del contenido de los módulos, por otra parte el 23% está a veces satisfecho, el 17% se encuentra siempre y el 3% restante nunca están satisfechos, como se puede apreciar en el cuadro 12 y figura 12.



**Fig13. Cumplimiento de los modulos**

**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Con referencias al desarrollo y cumplimiento de los módulos impartidos en la carrera de Marketing y Gestión de Negocios los egresados se encuentran casi siempre, debido a que la planificación micro curricular no se cumplió estrictamente por lo que su desarrollo no fue normal existiendo muchas interrupciones en la actividad académica. Los contenidos tampoco satisficieron las expectativas de los egresados, ya que en la mayoría de módulos los contenidos no estuvieron acordes con los adelantos científicos y tecnológicos que continuamente se presenta en el conocimiento del quehacer en el Marketing, además que existe repitencia de contenidos en algunos módulos.

#### 4.14 ENSEÑANZA DE CALIDAD

**CUADRO N° 18: Enseñanza de calidad**

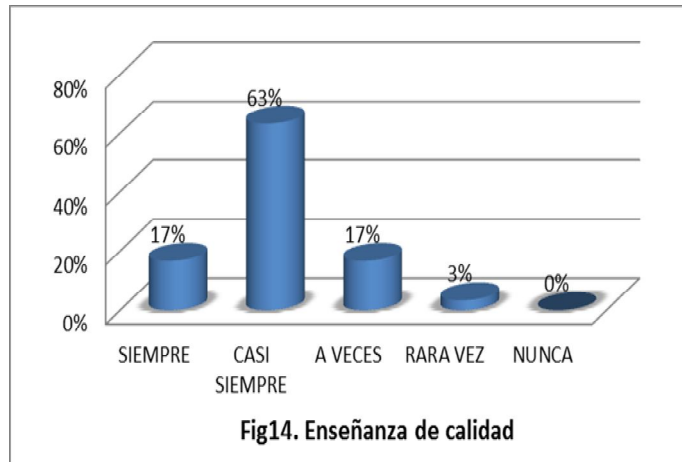
ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	5	0,17	17%
CASI SIEMPRE	19	0,63	63%
A VECES	5	0,17	17%
RARA VEZ	1	0,03	3%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

El 63% de los encuestados comentan estar casi siempre satisfechos con el trabajo realizado con un enseñanza de calidad por los docentes, el 17% están a veces y con el mismo porcentaje siempre satisfechos, mientras que un 3% están rara vez satisfechos información que se puede encontrar en el cuadro 14 y figura 14.





**Fuente:** Encuesta a estudiantes.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Según el reporte de los investigados el trabajo que realizan los docentes no llega a una total satisfacción, debido a que existen falencias académicas especialmente en las metodologías y técnicas de enseñanza aprendizaje, en los métodos de evaluación y en aspectos de vinculación de los docentes con experiencias directas del campo del Marketing . Esto conduce a que no se cumpla con lo manifestado por Marzano et al. (1993 citado en Cano, 1998), quienes mencionan que la valoración y evaluación de la satisfacción respecto al proceso y resultado educativo, están contenidas en las motivaciones, percepciones y actitudes de los estudiantes, que también están en relación con sus propias experiencias, expectativas y necesidades personales.

#### 4.15 INTERES POR SU LABOR DOCENTE

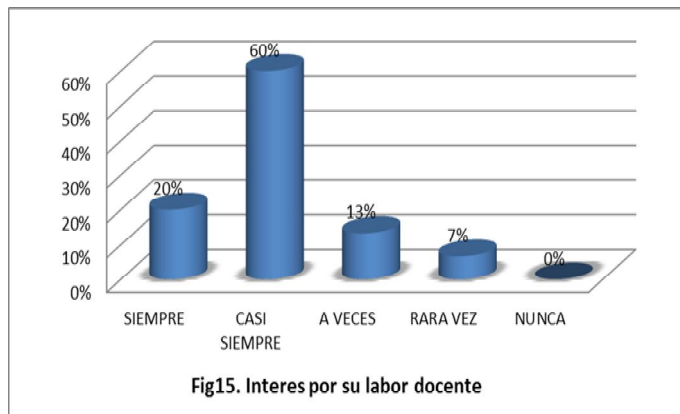
**CUADRO N° 19: Interés por su labor docente**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	6	0,20	20%
CASI SIEMPRE	18	0,60	60%
A VECES	4	0,13	13%
RARA VEZ	2	0,07	7%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Según lo que se puede apreciar en el cuadro 15 y figura 15, el 60% están casi siempre satisfechos por el interés que pone el docente por su labor, un 20% siempre, el 13% a veces y un 7% rara vez el docente pone interés x su labor.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Los resultados alcanzados demuestran que el interés por la labor docente en la carrera de Marketing y Gestión de Negocios se encuentra en un nivel de casi siempre satisfecho lo que demuestra que los profesores de la carrera se preocupan por su labor dentro del área académica.

#### 4.16 ACTUALIZACION DOCENTE

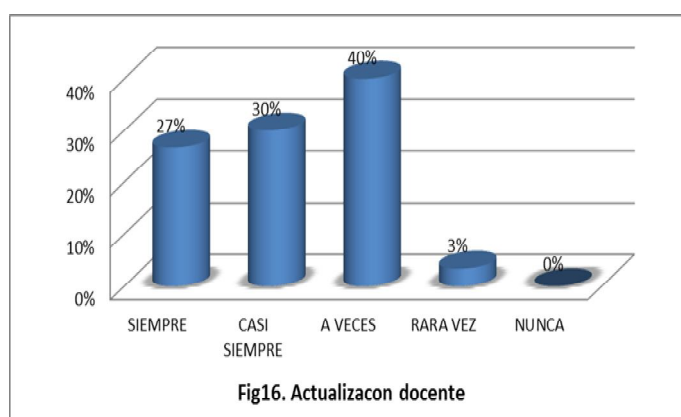
**CUADRO N° 20: Actualización docente**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	8	0,27	27%
CASI SIEMPRE	9	0,30	30%
A VECES	12	0,40	40%
RARA VEZ	1	0,03	3%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Según lo que se puede apreciar en el cuadro 16 y figura 16, el 40% están a veces satisfechos por el interés que pone el docente en la actualización de conocimientos dentro de su área en que labora , un 30% casi siempre, el 27% siempre y un 3% rara vez el docente pone interés por prepararse o actualizarse.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Los resultados alcanzados demuestran que apenas un porcentaje menor a la mitad del total de docentes se preocupan por seguir cursos de

actualización, por tal razón los conocimientos pudieran estar no acordes a la realidad para poder ejercer en la práctica profesional.

#### 4.17 CUMPLIMIENTO CON EL NIVEL DE EXIGENCIA

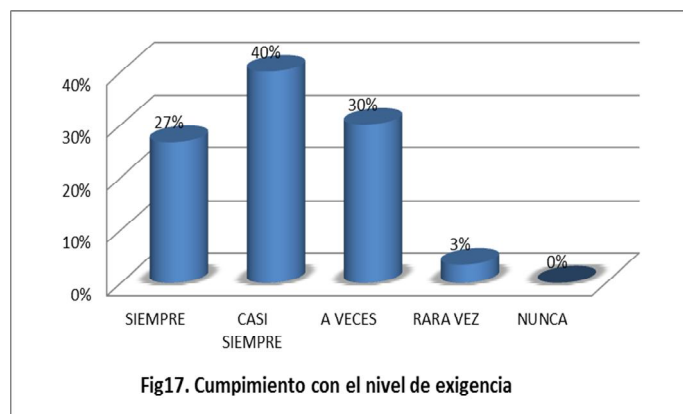
**CUADRO N° 21: Cumplimiento con el nivel de exigencia**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	8	0,27	27%
CASI SIEMPRE	12	0,40	40%
A VECES	9	0,30	30%
RARA VEZ	1	0,03	3%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

El 40% de los investigados están casi siempre satisfechos con el nivel de exigencia académica que se dio en el transcurso de la carrera, el 30% se encuentran a veces, el 27% manifiestan estar siempre satisfechos y el 3% restante rara vez satisfecho. (Cuadro 1.7 y figura 17).



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

La exigencia académica que se ha dado en los estudiante de la carrera de Marketing Y gestión de Negocios ha sido a veces a siempre satisfecho ya que cumple con el conjunto de procedimientos y obligaciones a seguir tanto por educadores como alumnos, establecida por la institución educativa, con el fin de mejorar la calidad de la enseñanza y los resultados académicos. Por las cuales se reconoce a un profesionista como capaz para desempeñarse con alto nivel de autonomía y compromiso social para el logro de mejor calidad de vida (Borunda, et al, 2002).

#### 4.18 INCORPORACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA ENSEÑANZA

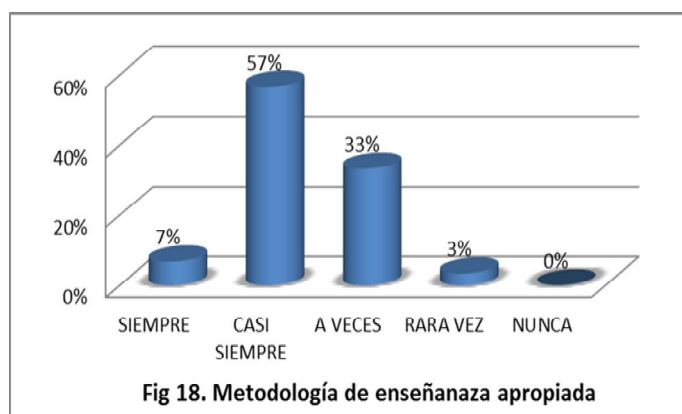
**CUADRO N° 22: Metodología de enseñanza apropiada**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	2	0,07	7%
CASI SIEMPRE	17	0,57	57%
A VECES	10	0,33	33%
RARA VEZ	1	0,03	3%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Los puntajes representados en la gráfica y el cuadro demuestran que el 57% de los encuestados están casi siempre satisfechos con la metodología de enseñanza aprendizaje impartida por los docentes, mientras que el 33% manifiestan estar a veces Satisfechos, el 7% siempre satisfechos y el 3% restantes rara vez satisfechos.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Lo reportado por los investigados en lo referente a la metodología utilizada por los docentes al impartir sus conocimientos, se encuentran en los parámetros de a veces y casi siempre satisfechos en vista de que los docentes utilizan una metodología apropiada para impartir sus conocimientos.

#### 4.19 EL SISTEMA DE EVALUACIÓN DE APRENDIZAJES

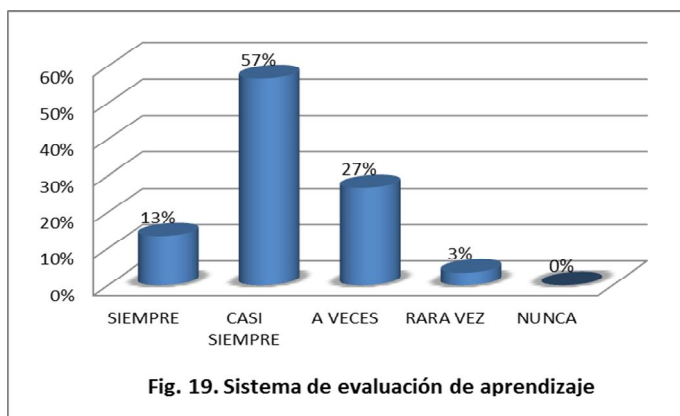
**CUADRO N° 23: Sistema de evaluación de aprendizaje**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	4	0,13	13%
CASI SIEMPRE	17	0,57	57%
A VECES	8	0,27	27%
RARA VEZ	1	0,03	3%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

En lo que respecta al Sistema de evaluación de aprendizajes el 57% de los estudiantes encuestados comentan estar casi siempre satisfechos,

el 27% a veces satisfechos, el 13% siempre satisfechos y el 3% restante rara vez satisfechos.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdoba.

Los resultados alcanzados con respecto al Sistema de Evaluación conducen a establecer que no están siempre satisfechos los egresados debido a que el sistema de evaluación mantiene tendencias tradicionalistas primando sobre todo el examen y sin utilizar otros instrumentos de evaluación que permitan detectar las competencias desarrolladas por los egresados.

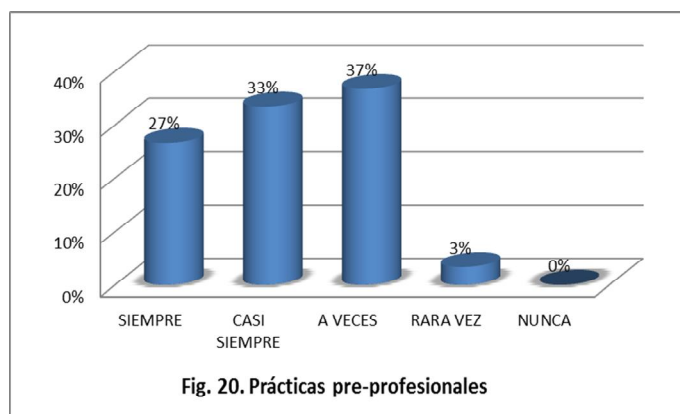
#### 4.20 PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES

**CUADRO N° 24: Prácticas pre-profesionales**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	8	0,27	27%
CASI SIEMPRE	10	0,33	33%
A VECES	11	0,37	37%
RARA VEZ	1	0,03	3%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdoba (2012).

Luego de aplicada la encuesta, se encuentra que el 37% de estudiantes a veces han realizado prácticas pre-profesionales, el 33% casi siempre, el 27% siempre y un 3% rara vez han realizado prácticas relacionadas con su profesión.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

El comportamiento de los encuestados en lo que respecta a la practicas pre-profesionales es de a veces satisfecho ya que se ha dado cuenta que no se ha realizado prácticas en las empresas del sector relacionadas con su profesión

#### 4.21 INFORMACIÓN SOBRE CONVENIOS, BECAS CONVALIDACIONES Y CONFERENCIAS

**CUADRO N° 25: Información sobre convenios, becas convalidaciones y conferencias**

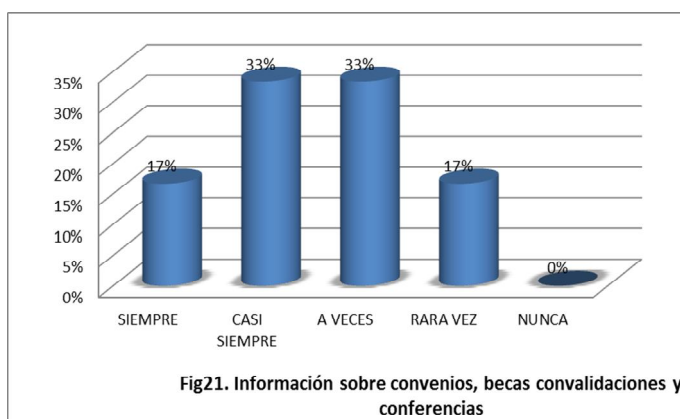
ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	5	0,17	17%
CASI SIEMPRE	10	0,33	33%
A VECES	10	0,33	33%
RARA VEZ	5	0,17	17%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%



**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Sobre la información de convenios, becas, convalidaciones y conferencias según el cuadro 21 y figura 21 se encuentra que el 33 y 33% están casi siempre y a veces satisfechos, en un 17% están siempre y el restante 17% rara vez están satisfechos con los convenios establecidos de la facultad con otras instituciones.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

De acuerdo a la investigación realizada, se da cuenta que los estudiantes no se encuentran satisfechos con los convenios establecidos con relación a las becas, convalidaciones y conferencias dando nos a notar que debemos mejorar en este aspecto.

#### 4.22 EFICIENCIA EN EL PERSONAL ADMINISTRATIVO

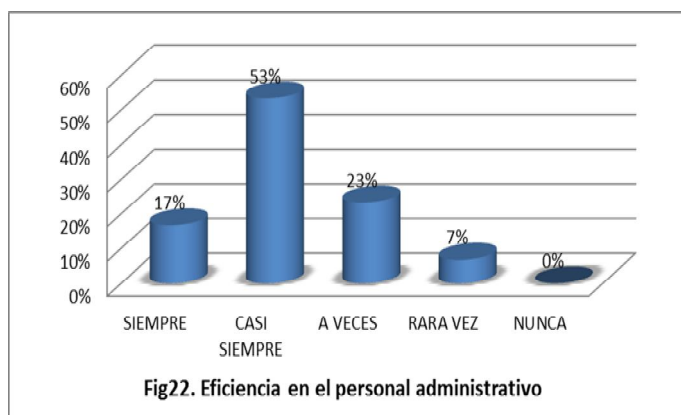
**CUADRO N° 26: Eficiencia en el personal administrativo**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	5	0,17	17%
CASI SIEMPRE	16	0,53	53%
A VECES	7	0,23	23%
RARA VEZ	2	0,07	7%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

La distribución del porcentaje con respecto a la eficiencia en el personal administrativo se observa el cuadro y figura 22, en donde el 53% están casi siempre satisfechos, 23% a veces, el 17% siempre y el 7% rara vez están satisfechos con la eficiencia del personal administrativo.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Los resultados alcanzados demuestran que los estudiantes se encuentran con un porcentaje mayor a la mitad casi siempre satisfechos con la eficiencia en el personal administrativo por lo que quiere decir q están conformes con el servicio prestado por los funcionarios si dejar de

lado q existe en un porcentaje considerable inconformidad con los servicios prestados.

#### 4.23 TRATO PERSONAL ADMINISTRATIVO

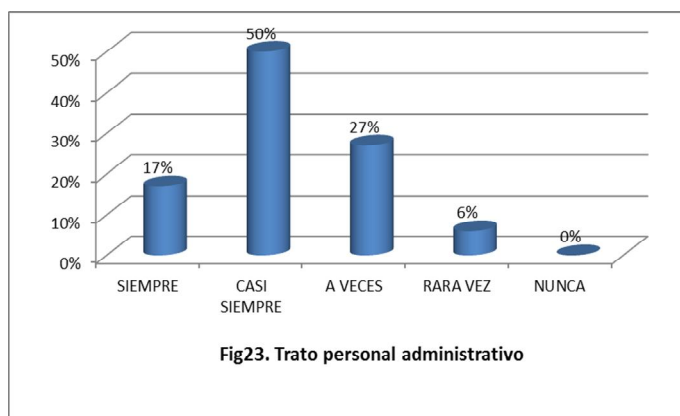
**CUADRO N° 27: Trato personal administrativo**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	5	0,17	17%
CASI SIEMPRE	15	0,50	50%
A VECES	8	0,27	27%
RARA VEZ	2	0,06	6%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Con respecto al trato del personal administrativo se observa en el cuadro y figura 23 que la mitad de los entrevistados esto es el 50%, están casi siempre satisfechos con el trato del personal administrativo, en cambio un 27% a veces, el 17% siempre y un 6% rara vez están satisfechos con el trato del personal.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Con respecto al trato del personal administrativo según el cuadro 23 y figura 23, nos damos cuenta que el cincuenta por ciento de los

encuestados están conformes con el servicio prestado por el personal sin embargo la mitad restante no están conformes con el comportamiento por parte del personal administrativo, por tal razón es recomendable sugerir se cambie el comportamiento de los mismos.

#### 4.24 RESPONSABILIDAD HORARIOS ADMINISTRATIVO

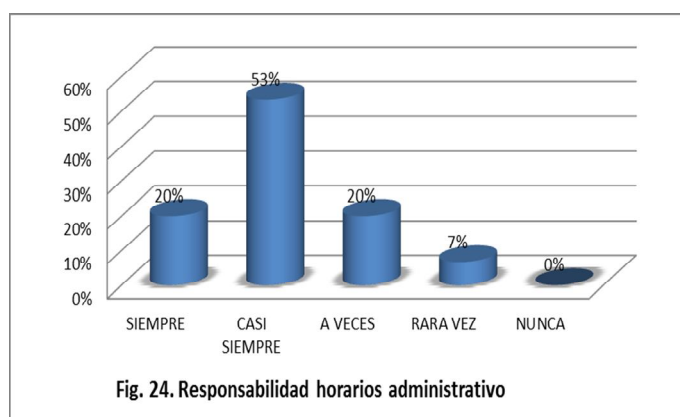
**CUADRO N° 28: Responsabilidad horarios administrativo**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	6	0,20	20%
CASI SIEMPRE	16	0,53	53%
A VECES	6	0,20	20%
RARA VEZ	2	0,07	7%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Del total de encuestados el 53% manifiestan estar casi siempre *satisfechos*, con la responsabilidad de los horarios administrativos; el 20% a veces, mientras que el mismo 20% siempre; y en un 7% rara vez están satisfechos con la responsabilidad de los horarios administrativos.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

La responsabilidad de horarios administrativos nos damos cuenta según el cuadro y figura 24 que los estudiantes están en un rango de casi siempre satisfechos y siempre satisfechos por tal razón se entiende que están conformes con los horarios de trabajo de las diferentes oficinas de la carrera.

#### 4.25 SERVICIO ADMINISTRATIVO RESPETUOSO CON ALUMNOS Y DEMÁS PERSONAS.

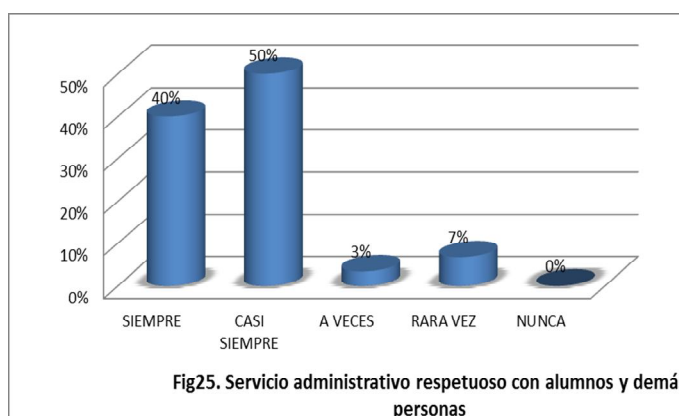
**CUADRO N° 29: Servicio administrativo respetuoso con alumnos y demás personas.**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	12	0,40	40%
CASI SIEMPRE	15	0,50	50%
A VECES	1	0,03	3%
RARA VEZ	2	0,07	7%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Del servicio administrativo respetuoso con alumnos y demás personas el 50% se sienten casi siempre satisfechos, el 40% siempre satisfecho, el 7% rara vez satisfecho y el 3% restante a veces satisfechos.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

El servicio administrativo respetuoso con alumnos y demás personas para los egresados está en la categoría de casi siempre satisfechos debido a que el personal de servicio administrativo es adecuado de acuerdo a la investigación realizada y presentada en el cuadro y figura 25.

#### 4.26 CUMPLIMIENTO CON EL TRABAJO ENCOMENDADO

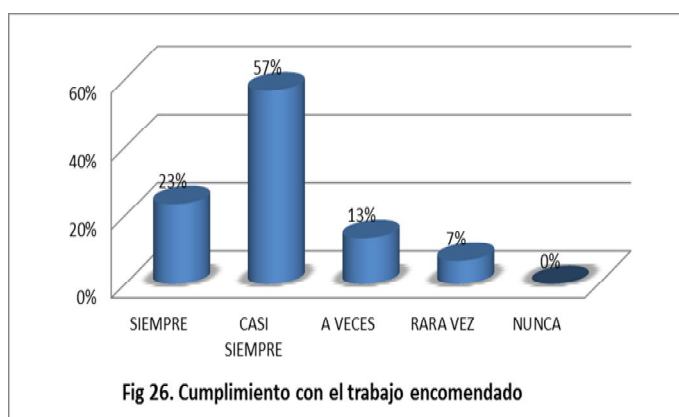
**CUADRO N° 30: Cumplimiento con el trabajo encomendado**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	7	0,23	23%
CASI SIEMPRE	17	0,57	57%
A VECES	4	0,13	13%
RARA VEZ	2	0,07	7%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Según el cuadro y figura 26 el 57% manifiestan estar casi siempre satisfechos, el 23% siempre satisfecho, el 13% a veces satisfecho y el 7% restante rara vez satisfecho con el cumplimiento del trabajo encomendado al personal del servicio administrativo.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

En lo referente al cumplimiento con el trabajo encomendado al personal administrativo para el estudio, los investigados se sienten casi siempre satisfechos, por lo que a veces no cumplen con el trabajo encomendado a los servidores administrativos.

#### 4.27 SEGURIDAD CONTRA ROBOS Y ASALTOS

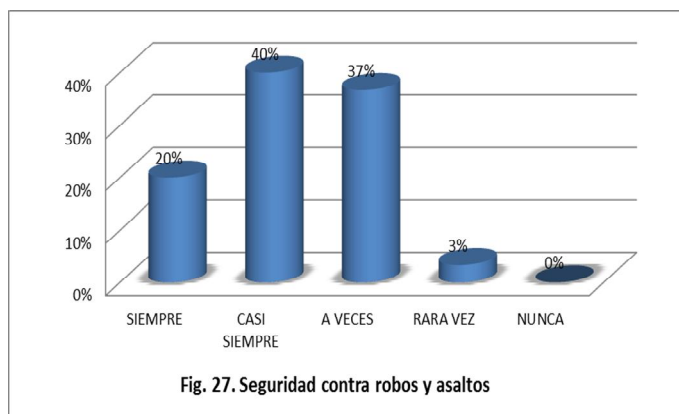
**CUADRO N° 31: Seguridad contra robos y asaltos**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	6	0,20	20%
CASI SIEMPRE	12	0,40	40%
A VECES	11	0,37	37%
RARA VEZ	1	0,03	3%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

De los encuestados el 40% manifiestan estar casi siempre satisfechos con la seguridad contra robos y asaltos, el 37% a veces, siempre un 20%, y un 3% rara vez satisfechos según el cuadro y figura 27.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

De acuerdo a la investigación realizada se saca la conclusión que los egresados no se en cuentan satisfechos con la seguridad en contra de robos y asaltos, ya que está en el margen de entre a veces y casi siempre satisfechos, por tal razón no hay una seguridad total y confianza en dejar los vehículos y pertenecías dentro del campus académico.

#### 4.28 AULAS EQUIPADAS

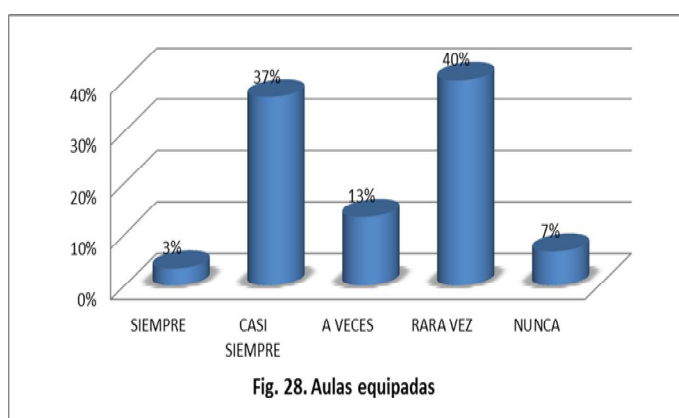
**CUADRO N° 32: Aulas equipadas**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	1	0,03	3%
CASI SIEMPRE	11	0,37	37%
A VECES	4	0,13	13%
RARA VEZ	12	0,40	40%
NUNCA	2	0,07	7%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

De acuerdo al cuadro de aulas equipadas en el cuadro y figura 28 se aprecia que el 40% están rara vez satisfechos, el 37% casi siempre satisfechos, 13% a veces, 7% nunca y 3% siempre satisfechos.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.



Existe según los encuestados una alta inconformidad con el equipamiento de las aulas por lo que el mayor porcentaje manifiestan que rara vez están satisfechos con el equipamiento con que cuentan las instalaciones de la carrera.

#### 4.29 AULAS CON EQUIPAMIENTO, VENTILACION Y SUFICIENTE ESPACIO.

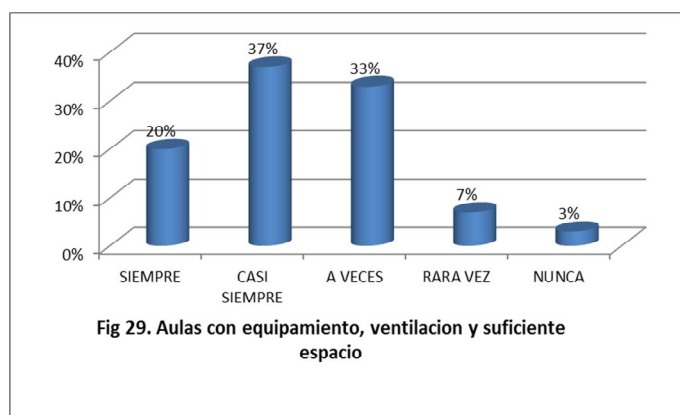
**CUADRO N° 33: Aulas con equipamiento, ventilación y suficiente espacio.**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	6	0,20	20%
CASI SIEMPRE	11	0,37	37%
A VECES	10	0,33	33%
RARA VEZ	2	0,07	7%
NUNCA	1	0,03	3%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

La satisfacción sobre el equipamiento de las aulas, ventilación y suficiente espacio, según los investigados el 37% están casi siempre satisfechos, el 33% a veces satisfecho, el 20% siempre, un 7% rara vez y apenas un escaso 3% nunca han estado satisfechos.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Según los encuestados en lo que tiene relación con el equipamiento, ventilación y suficiente espacio de las mismas nos damos cuenta que no cumplen con lo requerido, ya que en su gran mayoría no constan con los servicios antes mencionados.

#### 4.30 BATERIAS HIGIÉNICAS EQUIPADAS

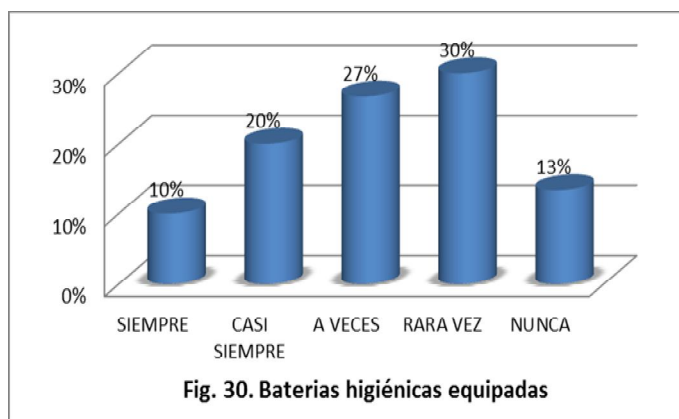
**CUADRO N° 34: Baterías higiénicas equipadas**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	0,10	10%
CASI SIEMPRE	6	0,20	20%
A VECES	8	0,27	27%
RARA VEZ	9	0,30	30%
NUNCA	4	0,13	13%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

En lo referente a baterías higiénicas equipadas, se tiene que el porcentaje mayor de los investigados con el 30% están rara vez satisfechos a veces

satisfechos con un 27% en cambio con un 20% están casi siempre satisfechos, el 13% nunca y el 10% siempre satisfechos.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Los resultados alcanzados con referencia a las baterías higiénicas equipadas demuestra que rara vez se encuentran satisfechos por parte de los egresados, ya que no cuentan con lo necesario en las baterías higiénicas ya sea con papel un jabón etc.

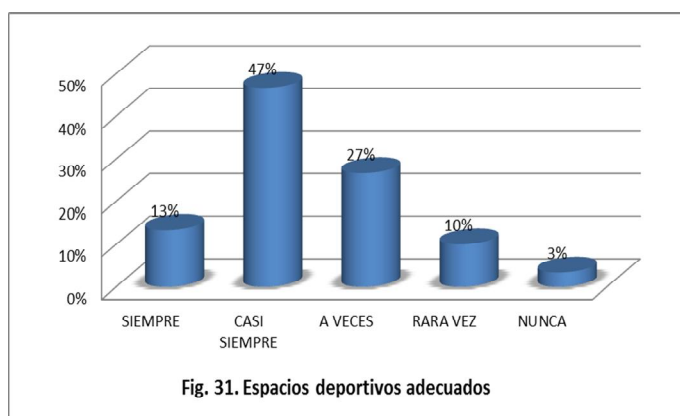
#### 4.31 ESPACIOS DEPORTIVOS ADECUADOS.

**CUADRO N° 35: Espacios deportivos adecuados.**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	4	0,13	13%
CASI SIEMPRE	14	0,47	47%
A VECES	8	0,27	27%
RARA VEZ	3	0,10	10%
NUNCA	1	0,03	3%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Según el cuadro y figura 31 el 47% de los encuestados están casi siempre satisfechos con los espacios deportivos adecuados; un 27% a veces; siempre el 13%; el 10% rara vez y un 3% nunca están satisfechos.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Relacionado con los espacios físicos deportivos adecuados casi la mitad de encuestados manifiestan que casi siempre están satisfechos con los espacios deportivos ya que los mismos cuentan con lo necesario para la práctica del deporte de los estudiantes de la carrera y por ende de la colectividad.

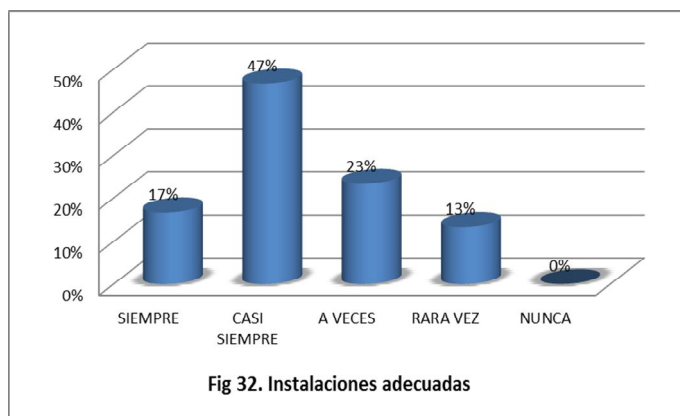
#### 4.32 INSTALACIONES ADECUADAS.

**CUADRO N° 36: Instalaciones adecuadas.**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	5	0,17	17%
CASI SIEMPRE	14	0,47	47%
A VECES	7	0,23	23%
RARA VEZ	4	0,13	13%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

El 47% de los investigados según el cuadro y figura 32 manifiestan estar casi siempre satisfechos con las instalaciones adecuadas; el 23% a veces; el 17% siempre y un 13% rara vez.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

En la carrera de Marketing y Gestión de Negocios, según las encuestas realizadas la mayoría de estudiantes están en el rango de casi siempre y siempre satisfechos con las instalaciones que cuenta motivo por el cual se sienten conformes con la infraestructura brindada.

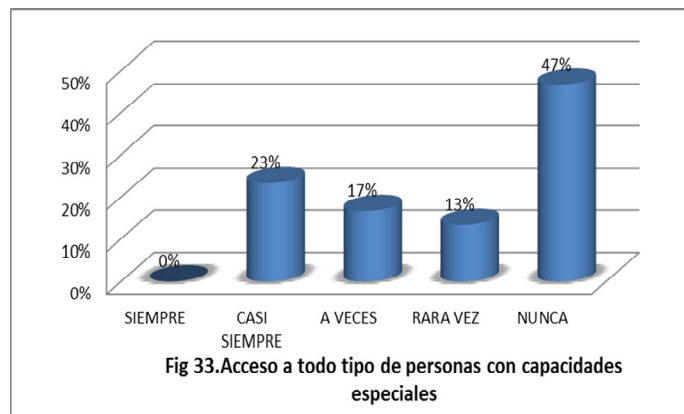
#### 4.33 ACCESO A TODO TIPO DE PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES.

**CUADRO N° 37: Acceso a todo tipo de personas con capacidades especiales.**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	0	0,00	0%
CASI SIEMPRE	7	0,23	23%
A VECES	5	0,17	17%
RARA VEZ	4	0,13	13%
NUNCA	14	0,47	47%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

En lo concerniente al acceso a todo tipo de personas con capacidades especiales según el cuadro y figura 33 el 47% nunca están satisfechos; un 23% casi siempre; el 17% a veces y un 13% rara vez están satisfechos con el ingreso a la carrera para personas con capacidades especiales.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Según la investigación realizada nos damos cuenta que en su gran mayoría están inconformes con el acceso a las instalaciones de la carrera para las personas con capacidades especiales ya que no cuentan con ascensores para los pisos altos en tal virtud dificulta el ingreso con comodidad de los mismos.

#### 4.34 MATERIAL BIBLIOGRAFICO ACTUALIZADO

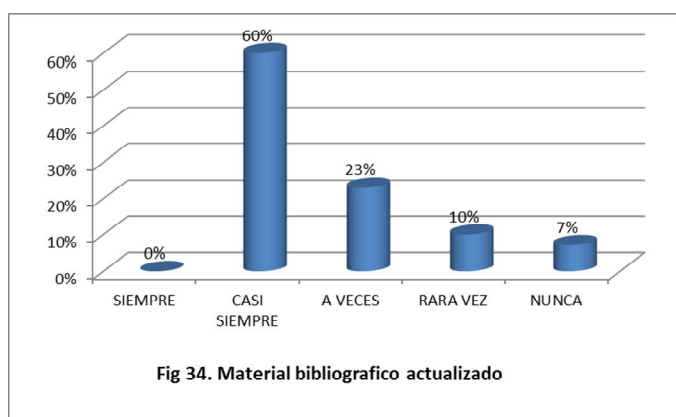
**CUADRO N° 38: Material bibliográfico actualizado**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	0	0,00	0%
CASI SIEMPRE	18	0,60	60%
A VECES	7	0,23	23%
RARA VEZ	3	0,10	10%
NUNCA	2	0,07	7%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

En lo relacionado con el material bibliográfico actualizado según el cuadro y figura 34, el 63% casi siempre está satisfecho; el 23% a veces satisfecho; en cambio un 10% rara vez y un 3% nunca está satisfecho.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Según la investigación realizada nos damos cuenta que en la biblioteca de la carrera no se encuentra material bibliográfico actual, razón por la cual los estudiantes se encuentran inconformes cuando se acercan a consultar y encuentran libros no acordes a la realidad.

#### 4.35 HORARIO DE ATENCION DE LA BIBLIOTRECA SE ADAPTA A SUS NECESIDADES.

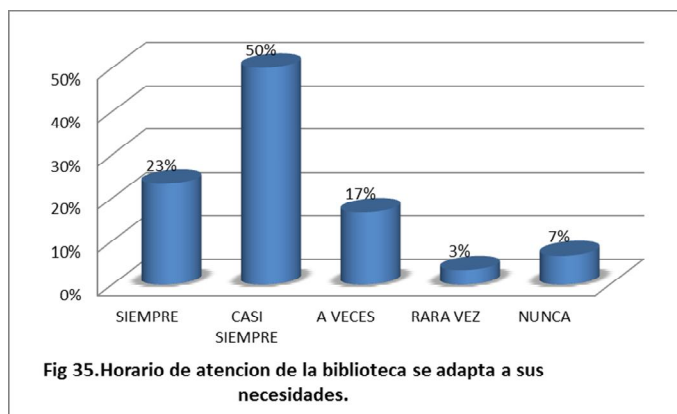
**CUADRO N° 39: Horario de atención de la biblioteca se adapta a sus necesidades.**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	7	0,23	23%
CASI SIEMPRE	15	0,50	50%
A VECES	5	0,17	17%
RARA VEZ	1	0,03	3%
NUNCA	2	0,07	7%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Mediante la información que se obtiene en el cuadro y figura 35, el 50% casi siempre están satisfechos con el horario de atención de la biblioteca y se adapta a sus necesidades; el 23% siempre; el 17% a veces; el 7% nunca y el 3% rara vez están satisfechos con el horario de la biblioteca.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Según los investigados nos manifiestan que están en un rango de casi siempre y siempre satisfechos con el horario de atención de la



biblioteca, ya que la misma tiene un horario muy completo cubriendo las jornadas matutinas, vespertinas y nocturnas.

#### 4.36 TRATO DE BIBLIOTECARIOS ADECUADO.

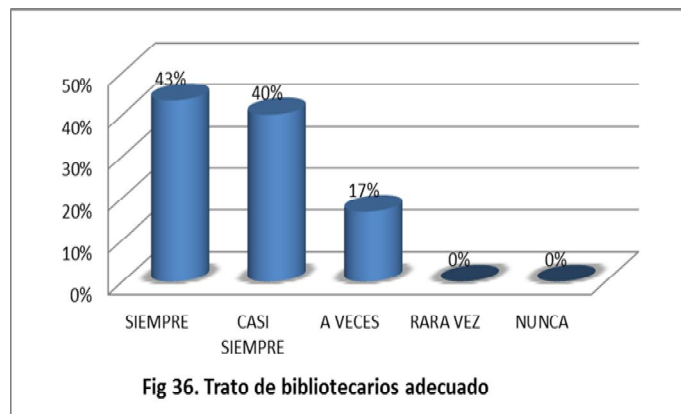
**CUADRO N° 40: Trato de bibliotecarios adecuado.**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	13	0,43	43%
CASI SIEMPRE	12	0,40	40%
A VECES	5	0,17	17%
RARA VEZ	0	0,00	0%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

El 43% de los encuestados expresan estar siempre satisfechos respecto al trato de los bibliotecarios/as, un 40% están casi siempre satisfechos y, un 17% están rara vez satisfechos.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Existe un alto número de encuestados que se encuentran siempre y casi siempre satisfechos con el trato brindado por los bibliotecarios, lo cual

refleja que se encuentran recibiendo un buen servicio por parte de biblioteca en la facultad, en consecuencia los estudiantes tienen confianza para frecuentar esta instancia educativa, lo cual es positivo para lograr satisfacción en los estudiantes de la carrera.

#### 4.37 ATENCIÓN ADECUADA DE LA BIBLIOTECA

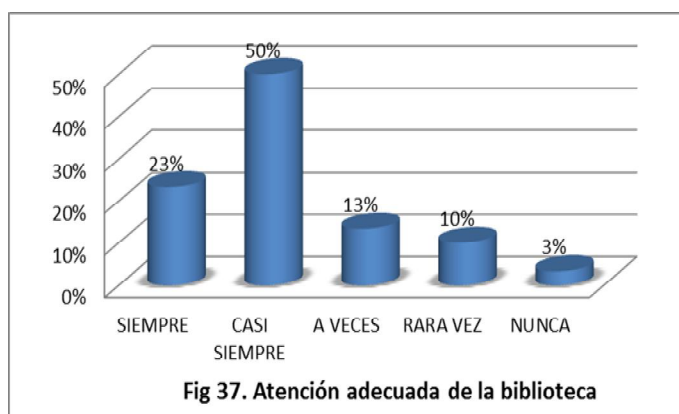
**CUADRO N° 41: Atención adecuada de la biblioteca**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	7	0,23	23%
CASI SIEMPRE	15	0,50	50%
A VECES	4	0,13	13%
RARA VEZ	3	0,10	10%
NUNCA	1	0,03	3%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

De acuerdo al cuadro anterior 50% de los encuestados expresan que casi siempre están satisfechos con la atención en la biblioteca, lo que se fortalece con un el 23% que expresa que siempre están satisfechos, complementando esto un 13% expresa que a veces se encuentran satisfechos con la atención en la Biblioteca.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

El alto porcentaje de satisfacción expresado en las encuestas, permite notar que el personal que labora en la biblioteca se encuentra adecuadamente preparado y tiene las habilidades para atender adecuadamente a los estudiantes.

#### 4.38 REDUCCIÓN DE RUIDOS

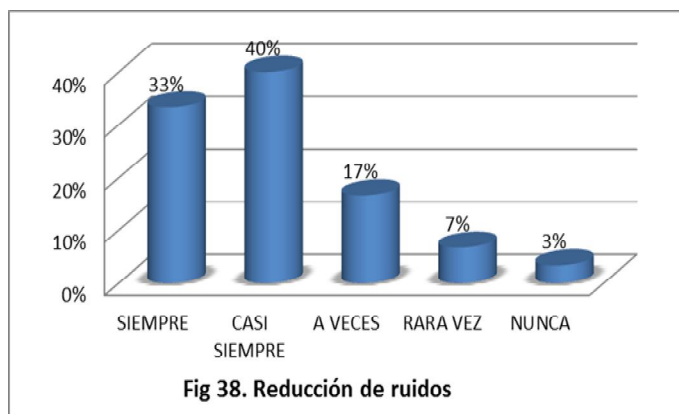
**CUADRO N° 42: Reducción de ruidos**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	10	0,33	33%
CASI SIEMPRE	12	0,40	40%
A VECES	5	0,17	17%
RARA VEZ	2	0,07	7%
NUNCA	1	0,03	3%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Un 40% de encuestados opinan que la reducción de ruidos es satisfactorio casi siempre, y un 33% aprecia que siempre es satisfactoria la reducción de ruido, y un 17% que solo a veces es satisfactoria, en suma un 10% de los encuestados creen que rara vez y nunca es satisfactoria la reducción de ruido.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Es así que se percibe que los encuestados en su mayoría se sienten bastante satisfechos por la reducción de ruidos que provienen de la actividad que tiene la ciudad de Ambato entorno a la Facultad, lo cual permite su buen desenvolvimiento y concentración en las actividades académicas.

#### 4.39 CATÁLOGO COMPUTARIZADO ACTUALIZADO

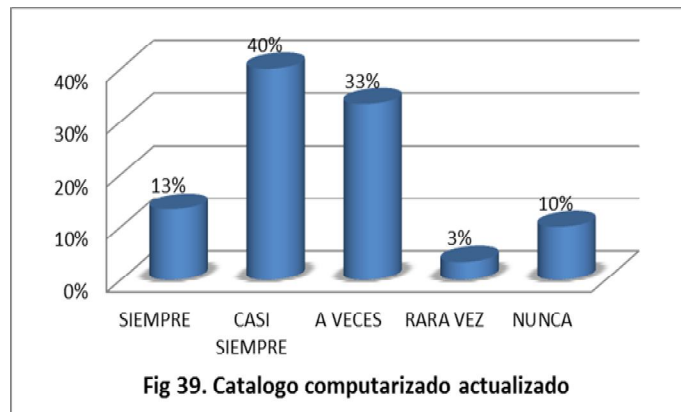
**CUADRO N° 43: Catálogo computarizado actualizado**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	4	0,13	13%
CASI SIEMPRE	12	0,40	40%
A VECES	10	0,33	33%
RARA VEZ	1	0,03	3%
NUNCA	3	0,10	10%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Al evaluar las respuestas a la pregunta 39, respecto a la actualización del catálogo computarizado un 40% se encuentra satisfecho casi siempre, seguid de un 33% a veces y un 13% que siempre se encuentra satisfecho.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

La gráfica demuestra un buen porcentaje de estudiantes se encuentra moderadamente satisfecho con la actualización de la información del catálogo computarizado, es decir que se deben tomar en cuenta acciones para realizar este trabajo y su socialización.

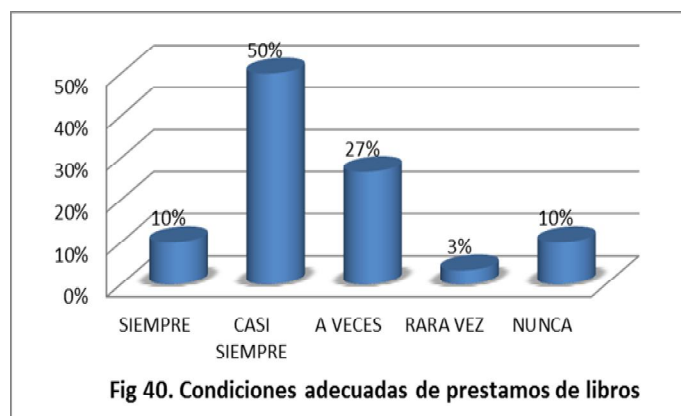
#### CUADRO N° 40: CONDICIONES ADECUADAS DE PRÉSTAMOS DE LIBROS

#### CUADRO N° 44: Condiciones adecuadas de préstamos de libros

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	0,10	10%
CASI SIEMPRE	15	0,50	50%
A VECES	8	0,27	27%
RARA VEZ	1	0,03	3%
NUNCA	3	0,10	10%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

En lo que respecta a las condiciones de los préstamos de los libros un 50% se encuentra satisfecho de las mismas, seguido de un 27% que se siente satisfecho a veces y un 10% siempre.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Se ve necesario realizar unos pequeños ajustes a las condiciones de préstamo de libros, para dar una mayor facilidad para que los estudiantes puedan acceder a las consultas de manera apropiada y bajo sus necesidades, sin embargo con estos no existe mayor problema respecto a las mismas.

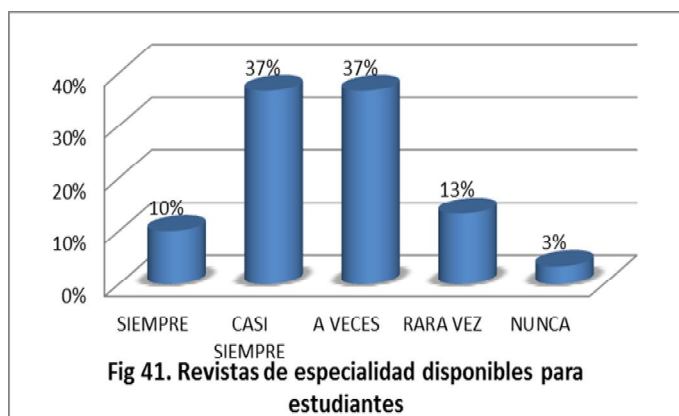
#### 4.41 REVISTAS DE ESPECIALIDAD DISPONIBLES PARA ESTUDIANTES

**CUADRO N° 45: Revistas de especialidad disponibles para estudiantes**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	0,10	10%
CASI SIEMPRE	11	0,37	37%
A VECES	11	0,37	37%
RARA VEZ	4	0,13	13%
NUNCA	1	0,03	3%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Los resultados obtenidos de las encuestas respecto a disponibilidad de revistas de especialidad para estudiantes llega a un 37% en que casi siempre se encuentran satisfechos con un igual porcentaje cuya percepción es que a veces se siente satisfecho, y un 10% que se encuentran altamente satisfechos.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Dentro de esto se debería buscar mecanismos para lograr que exista mayor disponibilidad de revistas de especialidad en la carrera y que estas a su vez estén al alcance de los estudiantes.

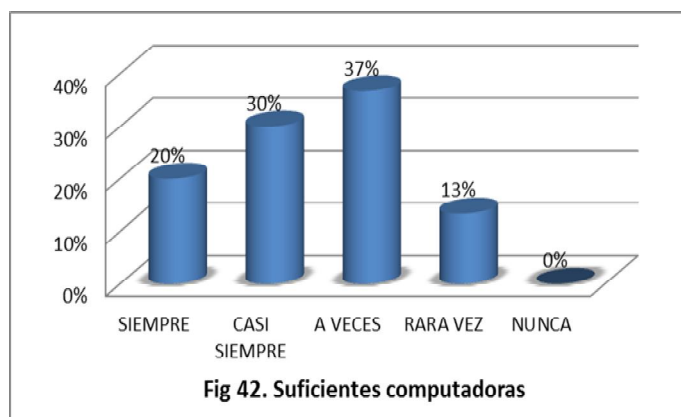
#### 4.42 SUFICIENTES COMPUTADORAS

**CUADRO N° 46: Suficientes computadoras**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	6	0,20	20%
CASI SIEMPRE	9	0,30	30%
A VECES	11	0,37	37%
RARA VEZ	4	0,13	13%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.  
**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

De acuerdo a los datos mostrados en la tabla anterior un 37% de los encuestados expresan que solo a veces se encuentran satisfechos con el número de computadoras de la biblioteca a su disposición, un 30% seguido de un 20% se encuentran casi siempre y siempre satisfechos de la disponibilidad de computadoras respectivamente.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

En este caso se deberán poner en consideración de las autoridades la posibilidad del aumento del número de computadoras disponibles en la facultad para incrementar la satisfacción y necesidad de los estudiantes de la facultad.



#### 4.43 COMPUTADORAS EN BUEN ESTADO

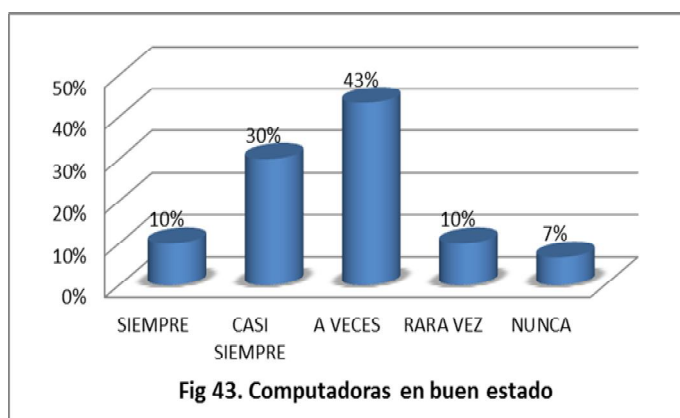
CUADRO N° 47: Computadoras en buen estado

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	0,10	10%
CASI SIEMPRE	9	0,30	30%
A VECES	13	0,43	43%
RARA VEZ	3	0,10	10%
NUNCA	2	0,07	7%
TOTAL	30	1,00	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Lcdo. Mentor Córdova (2012).

En lo que refiere al estado de las computadoras disponibles para los estudiantes se expresa en un 43% que a veces se encuentran en buen estado, un 30% casi siempre y un 10% que siempre se encuentran en buen estado las computadoras.



Fuente: Encuesta a estudiantes.

Elaborado por: Lcdo. Mentor Córdova.

Estos resultados ponen en consideración que existen falencias respecto al estado de los computadores de la facultad y que se encuentran a disposición de los estudiantes.

#### 4.44. SOFTWARE ESPECIALIZADO

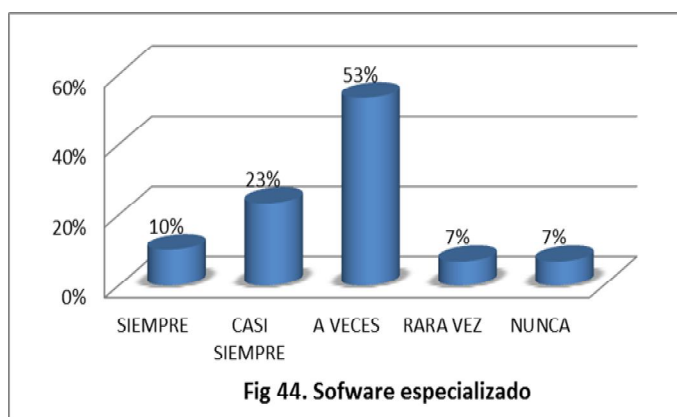
**CUADRO N° 48: Software especializado**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	0,10	10%
CASI SIEMPRE	7	0,23	23%
A VECES	16	0,53	53%
RARA VEZ	2	0,07	7%
NUNCA	2	0,07	7%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

El cuadro y la gráfica anterior muestran que un 53% de los entrevistados sienten que no existe un software especializado en las computadoras que se encuentran disponibles para su uso, seguido de un 23% que opina que casi siempre existe satisfacción respecto al software instalado, y un 10% piensa que siempre existe satisfacción respecto al software de las computadoras.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Estos datos muestran que existe la necesidad de instalar software/s especializado/s para apoyar el proceso de aprendizaje de los estudiantes y

de esta manera fortalecer los conocimientos teóricos que se adquieren en clase.

#### 4.45 INTERNET ADECUADO

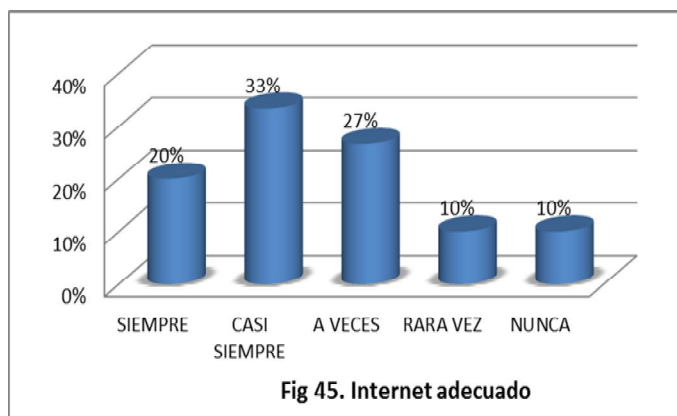
**CUADRO N° 49: Internet adecuado**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	6	0,20	20%
CASI SIEMPRE	10	0,33	33%
A VECES	8	0,27	27%
RARA VEZ	3	0,10	10%
NUNCA	3	0,10	10%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

El 33% de las personas encuestadas consideran que casi siempre existe satisfacción respecto al servicio de internet, un 27% percibe que a veces, y un 20% que siempre existe satisfacción respecto a este servicio.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Esta puede ser una percepción consecuencia de los ítems anteriores, sin embargo se debería realizar un sondeo más profundo e

identificar el porqué de esta percepción, ya que existen diferentes factores a los que se pueden hacer referencia.

#### 4.46 COMODIDAD EN LA SALA DE CÓMPUTO

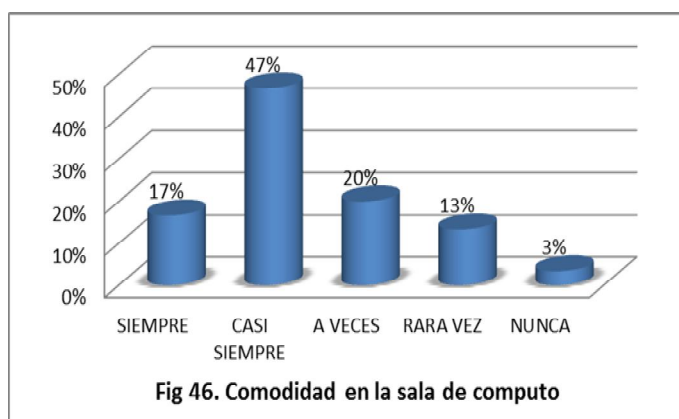
**CUADRO N° 50: Comodidad en la sala de cómputo**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	5	0,17	17%
CASI SIEMPRE	14	0,47	47%
A VECES	6	0,20	20%
RARA VEZ	4	0,13	13%
NUNCA	1	0,03	3%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.-

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

El cuadro y la gráfica anteriores muestran que un 47% de estudiantes perciben que casi siempre existe comodidad en la sala de cómputo, el segundo porcentaje alto es un 20% que piensa que solo a veces y un 17% que siempre es satisfactoria la comodidad en la sala de cómputo.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Los datos en su mayoría son aceptables, ya que la percepción de comodidad por lo general se asocia con lo físico, de acuerdo a esto es posible una revisión del inmobiliario de la biblioteca y la sala de cómputo, además de su distribución para el acceso a los estudiantes.

#### 4.47 TIEMPO DE USO SUFICIENTE PARA EL COMPUTADOR

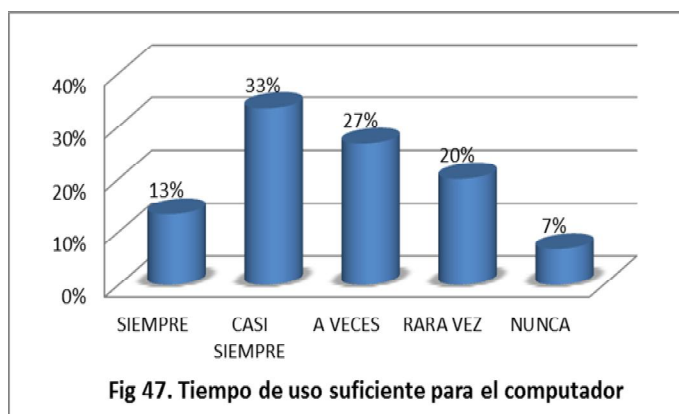
**CUADRO N° 51: Tiempo de uso suficiente para el computador**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	4	0,13	13%
CASI SIEMPRE	10	0,33	33%
A VECES	8	0,27	27%
RARA VEZ	6	0,20	20%
NUNCA	2	0,07	7%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

En lo referente al tiempo que un/a estudiante puede usar un computador, en un 33% se percibe que casi siempre es satisfactorio, un 27% a veces, y un 20% que rara vez es satisfactorio.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Estos datos dejan notar que existe una insatisfacción con respecto este tema, la distribución de los datos es variado y se inclina más al lado negativo, por tanto es necesario realizar ajustes en el tema del tiempo de uso de los computadores del centro de cómputo.

#### 4.48 CAFETERIA CON HIGIENE ADECUADA

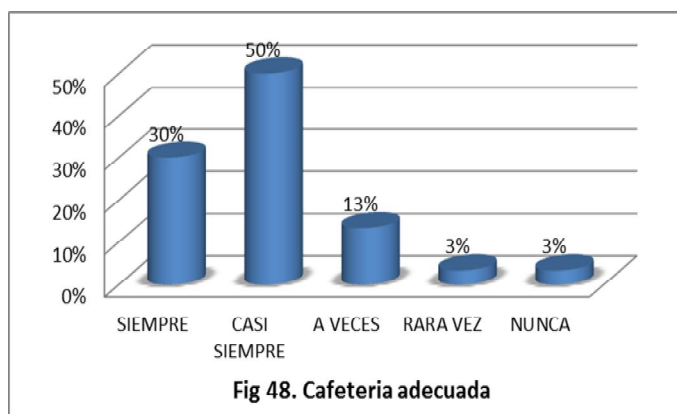
**CUADRO N° 52: Cafetería con higiene adecuada**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	9	0,30	30%
CASI SIEMPRE	15	0,50	50%
A VECES	4	0,13	13%
RARA VEZ	1	0,03	3%
NUNCA	1	0,03	3%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

En lo referente a la cafetería y su equipamiento en general un 50% de encuestados, opina que casi siempre es satisfactorio, y un 30% indica que siempre es satisfactorio lo referente a la cafetería, solamente un 13% cree que solo a veces es satisfactoria la adecuación de la cafetería.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Respecto a este ítem, se observa que su aceptación es bastante amplia y aceptable, ya que sobre el 50% de estudiantes se encuentran en un rango de casi siempre a siempre satisfechos con el servicio que presta la cafetería.

#### 4.49 ATENCIÓN CORDIAL EN LA CAFETERÍA

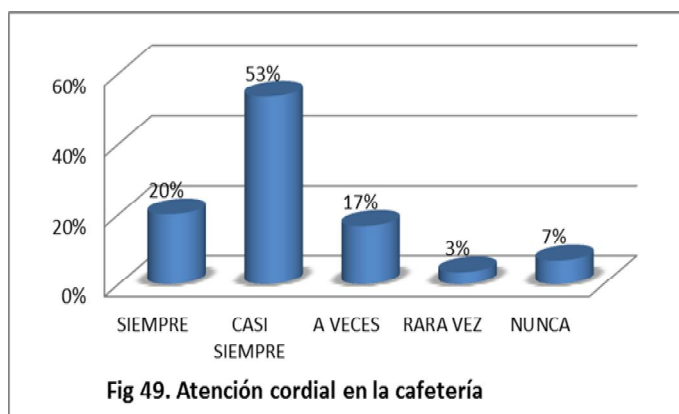
**CUADRO N° 53: Atención cordial en la cafetería**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	6	0,20	20%
CASI SIEMPRE	16	0,53	53%
A VECES	5	0,17	17%
RARA VEZ	1	0,03	3%
NUNCA	2	0,07	7%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

La atención en la cafetería se califica de la siguiente manera, un 53% cree que casi siempre es satisfactoria, un 20% de encuestados percibe que siempre es satisfactoria y un 17% que a veces es satisfactoria la atención en la cafetería.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Esta información coordina con la información obtenida en ítems anteriores, que en general expresa que existe una buena atención en la cafetería, uno de los puntos importantes para estas respuestas es que el personal de la cafetería se encuentra bien capacitado y en un ambiente agradable.

#### 4.50 CALIDAD DE LA COMIDA EN FUNCION DE LOS PRECIOS

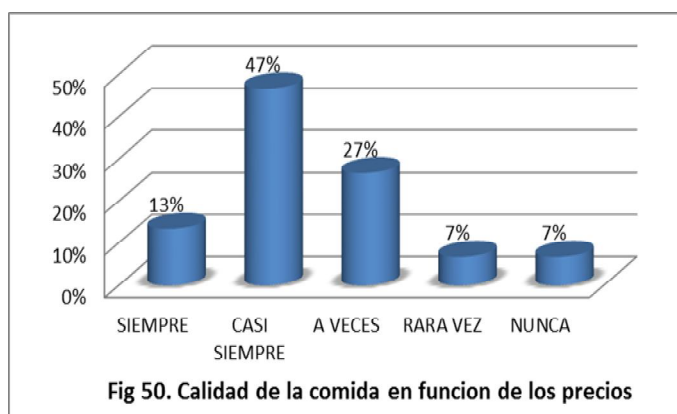
**CUADRO N° 54: Calidad de la comida en función de los precios**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	4	0,13	13%
CASI SIEMPRE	14	0,47	47%
A VECES	8	0,27	27%
RARA VEZ	2	0,07	7%
NUNCA	2	0,07	7%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Respecto a la comodidad en función de los precios de la cafetería un 47% de estudiantes considera que casi siempre es satisfactoria, un 27% cree que a veces y, un 13% que siempre es satisfactoria la comodidad respecto a los precios.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.



En esta pregunta se presenta una satisfacción regular, en contraste con el resto de respuestas a las preguntas acerca de la cafetería, lo que puede ser consecuencia de los precios de los productos que se expenden en la misma.

#### 4.51 VARIEDAD DE MENU

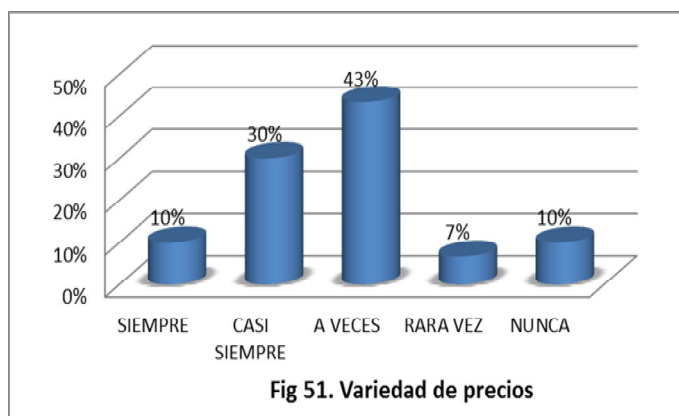
**CUADRO N° 55: Variedad de menú**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	0,10	10%
CASI SIEMPRE	9	0,30	30%
A VECES	13	0,43	43%
RARA VEZ	2	0,07	7%
NUNCA	3	0,10	10%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Respecto a la variedad de precios que ofrece la cafetería un 43% de personas expresa que es a veces satisfactorio, seguido por un 30% es a veces y un 10% que opinan que la satisfacción es siempre.



**Fig 51. Variedad de precios**

**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Es decir que los estudiantes no se encuentran totalmente satisfechos por la variedad de precios, para esto se debería realizar un sondeo de las preferencias de productos que los estudiantes desean adquirir, con lo cual se obtendrá también una variedad más amplia en los precios.

#### 4.52 SERIEDAD Y DEDICACION EN LOS ESTUDIOS

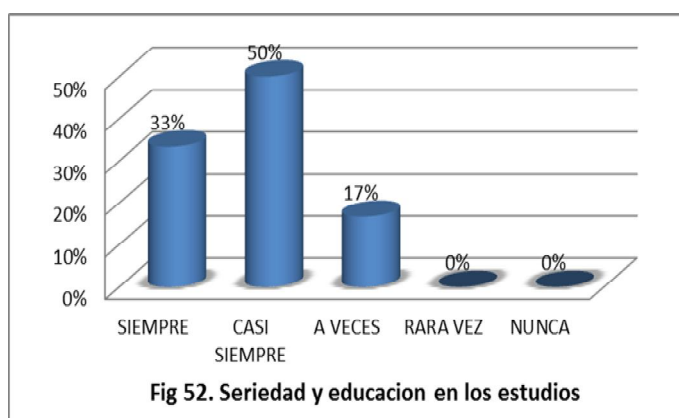
**CUADRO N° 56: Seriedad y dedicación en los estudios**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	10	0,33	33%
CASI SIEMPRE	15	0,50	50%
A VECES	5	0,17	17%
RARA VEZ	0	0,00	0%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

El cuadro y la figura anteriores, muestran que un 50% de los encuestados aprecian casi siempre un ambiente de serenidad y educación en los estudios, un 33% percibe esto siempre y un 17% a veces.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

En general se percibe un ambiente de aceptación respecto a la serenidad y educación en los estudios, lo cual permite una mayor confianza para el aprovechamiento del proceso de aprendizaje en la carrera.

#### 4.53 HORAS DE ESTUDIO FUERA DE CLASES

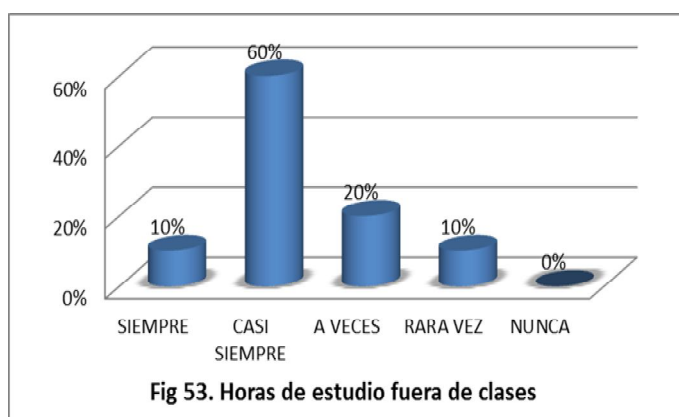
**CUADRO N° 57: Horas de estudio fuera de clases**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	0,10	10%
CASI SIEMPRE	18	0,60	60%
A VECES	6	0,20	20%
RARA VEZ	3	0,10	10%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Respecto a las horas de estudio extra curricular un 60% de los estudiantes pronuncia que casi siempre existe satisfacción en las horas de estudio fuera de clases, seguido de un 20% a veces y un 10% siempre sienten satisfacción en las horas de estudio fuera de clases.



**Fig 53. Horas de estudio fuera de clases**

**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Estos datos manifiestan que existe una preocupación continua de los estudiantes para mantener paralelamente una autoformación paralela a las clases formales dentro de la institución de educación superior.

#### 4.54 RESPETO DISCIPLINA, PUNTUALIDAD Y LA AUTO EXIGENCIA

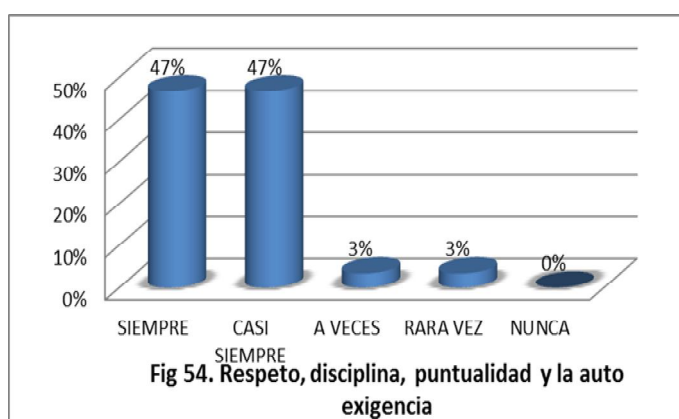
**CUADRO N° 58:.. Respeto disciplina, puntualidad y la auto exigencia**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	14	0,47	47%
CASI SIEMPRE	14	0,47	47%
A VECES	1	0,03	3%
RARA VEZ	1	0,03	3%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

En cuanto al respeto, disciplina, puntualidad y la auto-exigencia los estudiantes encuestados opinan con un porcentaje igual de 47% para cada uno que siempre y casi siempre lo existe.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Es muy claro de acuerdo a las respuestas obtenidas que en lo que refiere a respeto, disciplina, puntualidad y auto-exigencia existe una

percepción que estas son características bien cimentadas dentro de la institución y específicamente en la carrera objeto de estudio.

#### 4.55 REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

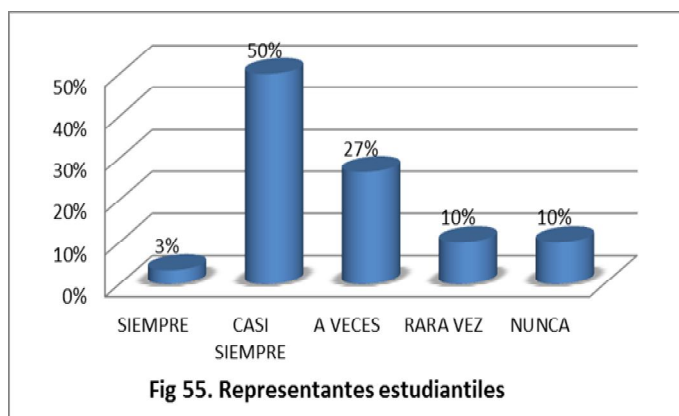
**CUADRO N° 59: Representantes estudiantiles**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	1	0,03	3%
CASI SIEMPRE	15	0,50	50%
A VECES	8	0,27	27%
RARA VEZ	3	0,10	10%
NUNCA	3	0,10	10%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

El 50% de los estudiantes encuestados manifiestan que casi siempre existe satisfacción con respecto a los representantes estudiantiles sus gestiones y actividades, seguidamente un 27% expresa que a veces se encuentran satisfechos de ellos, y un 3% indica que siempre se encuentran satisfechos.



**Fig 55. Representantes estudiantiles**

**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

La mitad de los estudiantes encuestados indican que se encuentran satisfechos por las acciones de sus representantes, un grupo significativo indica también no tener una satisfacción total con ellos, y en conjunto la percepción de ellos es positiva.

#### 4.56 DECENCIA ENTRE COMPAÑEROS

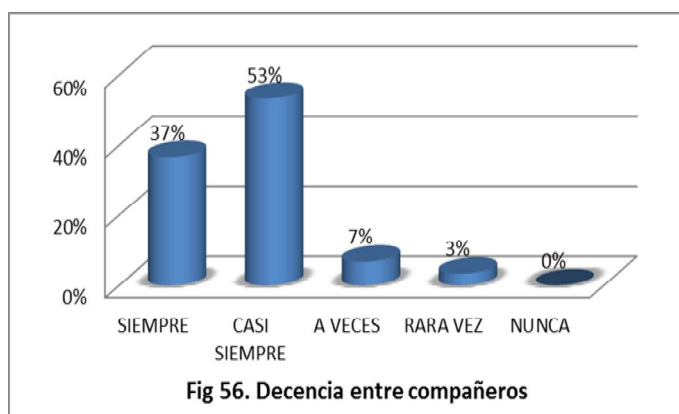
**CUADRO N° 60: Decencia entre compañeros**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	11	0,37	37%
CASI SIEMPRE	16	0,53	53%
A VECES	2	0,07	7%
RARA VEZ	1	0,03	3%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

Respecto a la decencia entre compañeros un 53% de personas dicen que casi siempre existe satisfacción seguido por un 37% con una percepción de que siempre está presente la decencia y un seguidos por un mínimo porcentaje de estudiantes que creen que rara vez o nunca ha existe la decencia entre compañeros.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Un muy alto porcentaje de estudiantes perciben que la decencia entre compañeros se encuentra constantemente en los grupos de clases en la carrera de Marketing.

#### 4.57 INTERÉS POR LA LECTURA CONSTANTE

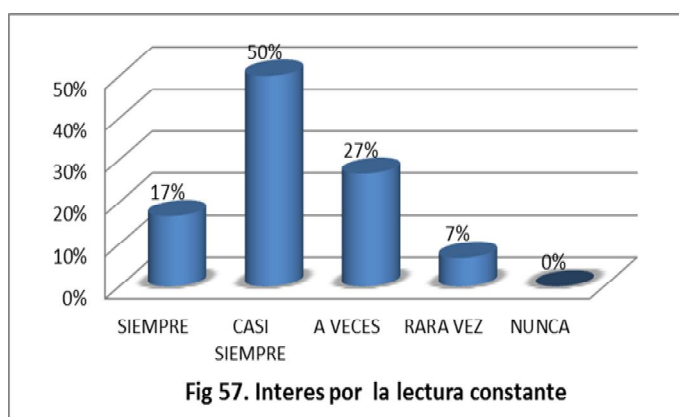
**CUADRO N° 61: Interés por la lectura constante**

ESCALA	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SIEMPRE	5	0,17	17%
CASI SIEMPRE	15	0,50	50%
A VECES	8	0,27	27%
RARA VEZ	2	0,07	7%
NUNCA	0	0,00	0%
TOTAL	30	1,00	100%

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

En lo referente al interés por la lectura constante un 50% de los encuestados expresa que casi siempre existe una satisfacción al realizarla, un 27% dice a veces y un 17% siempre sienten satisfacción por leer constantemente.



**Fuente:** Encuesta a estudiantes.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova.

Al menos un 50% de los estudiantes se sienten satisfechos por la lectura constante, de igual manera otro buen porcentaje han demostrado interés y preocupación por aprender a través de la lectura, esto demuestra que existe una conciencia de aprendizaje y auto formación por parte de los futuros profesionales.



## 4.2 COMPROBACIÓN DE LA HIPOTESIS

Se ha comprobado la hipótesis: La satisfacción estudiantil incide en el perfil de los egresados del periodo académico febrero - julio del 2011 de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas

$$X = \frac{(O-E)^2}{E}$$

### HIPOTESIS ESTADÍSTICA

Ho: La satisfacción estudiantil no incide en el perfil de los egresados del periodo académico febrero - julio del 2011 de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas

H1: La satisfacción estudiantil si incide en el perfil de los egresados del periodo académico febrero - julio del 2011 de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas.

#### 4.2.1 Cuadro de Análisis

**CUADRO N° 62: Resumen de respuestas de los estudiantes**

PREGUNTA	ESCALA					TOTAL
	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	RARA VEZ	NUNCA	
TRABAJO EN EQUIPO	8	15	7	0	0	30
RESOLVER PROBLEMAS DE LA ESPECIALIDAD	3	12	14	1	0	30
AUTONOMÍA E INICIATIVA	6	13	9	2	0	30
ACTITUD POSITIVA PARA EL CAMBIO E INNOVACIÓN	9	13	6	2	0	30
HABILIDADES PROFESIONALES PRÁCTICAS	5	12	11	2	0	30
HORARIOS Y CLASES CON RESPONSABILIDAD	15	12	2	1	0	30
DOMINIO DE MÓDULOS	8	15	7	0	0	30
FIRMEZA EN LAS REGLAS	12	15	3	0	0	30
IMAGEN PERSONAL DE DOCENTES	17	10	2	1	0	30
CONOCIMIENTOS TEÓRICOS	6	18	6	0	0	30
ACTIVIDADES PRÁCTICAS	8	12	10	0	0	30
EQUILIBRIO TEORÍA Y PRÁCTICA	6	14	7	3	0	30
CUMPLIMIENTO DE LOS MÓDULOS	5	17	7	0	1	30
ENSEÑANZA DE CALIDAD	5	19	5	1	0	30
INTERES POR SU LABOR DOCENTE	6	18	4	2	0	30
ACTUALIZACION DOCENTE	8	9	12	1	0	30
CUMPLIMIENTO CON EL NIVEL DE EXIGENCIA	8	12	9	1	0	30
INCORPORACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA ENSEÑANZA	2	17	10	1	0	30
SISTEMA DE EVALUACIÓN DE APRENDIZAJES	4	17	8	1	0	30
PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES	8	10	11	1	0	30
CONVENIOS, BECAS CONVALIDACIONES Y CONFERENCIAS	5	10	10	5	0	30
EFICIENCIA EN EL PERSONAL ADMINISTRATIVO	5	16	7	2	0	30
TRATO PERSONAL ADMINISTRATIVO	5	15	8	2	0	30
RESPONSABILIDAD HORARIOS ADMINISTRATIVO	6	16	6	2	0	30
SERVICIO ADMINISTRATIVO RESPETUOSO CON ALUMNOS Y DEMÁS PERSONAS	12	15	1	2	0	30
CUMPLIMIENTO CON EL TRABAJO ENCOMENDADO	7	17	4	2	0	30
SEGURIDAD CONTRA ROBOS Y ASALTOS	6	12	11	1	0	30
AULAS EQUIPADAS	1	11	4	12	2	30
AULAS CON EQUIPAMIENTO, VENTILACION Y SUFICIENTE ESPACIO	6	11	10	2	1	30
BATERIAS HIGIÉNICAS EQUIPADAS	3	6	8	9	4	30
ESPACIOS DEPORTIVOS ADECUADOS	4	14	8	3	1	30
INSTALACIONES ADECUADAS	5	14	7	4	0	30

ACCESO A TODO TIPO DE PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES	7	5	4	14	0	30
MATERIAL BIBLIOGRAFICO ACTUALIZADO	19	7	3	1	0	30
ATENCIÓN ADECUADA A SUS NECESIDADES	7	15	5	1	2	30
TRATO DE BIBLIOTECARIOS ADECUADO	13	12	5	0	0	30
ATENCIÓN ADECUADA DE LA BIBLIOTECA	7	15	4	3	1	30
REDUCCIÓN DE RUIDOS	10	12	5	2	1	30
CATÁLOGO COMPUTARIZADO ACTUALIZADO	4	12	10	1	3	30
CONDICIONES ADECUADAS DE PRÉSTAMOS DE LIBROS	3	15	8	1	3	30
REVISTAS DE ESPECIALIDAD DISPONIBLES PARA ESTUDIANTES	3	11	11	4	1	30
SUFICIENTES COMPUTADORAS	6	9	11	4	0	30
COMPUTADORAS EN BUEN ESTADO	3	9	13	3	2	30
SOFTWARE ESPECIALIZADO	3	7	16	2	2	30
INTERNET ADECUADO	6	10	8	3	3	30
COMODIDAD EN LA SALA DE COMPUTO	5	14	6	4	1	30
TIEMPO DE USO SUFICIENTE PARA EL COMPUTADOR	4	10	8	6	2	30
CAFETERIA ADECUADA	9	15	4	1	1	30
ATENCIÓN CORDIAL EN LA CAFETERÍA	6	16	5	1	2	30
CALIDAD DE LA COMIDA EN FUNCION DE LOS PRECIOS	4	14	8	2	2	30
VARIEDAD DE PRECIOS	3	9	13	2	3	30
SERIEDAD Y EDUCACIÓN EN LOS ESTUDIOS	10	15	5	0	0	30
HORAS DE ESTUDIO FUERA DE CLASES	3	18	6	3	0	30
RESPECTO DISCIPLINA, PUNTUALIDAD Y LA AUTO EXIGENCIA	14	14	1	1	0	30
REPRESENTANTES ESTUDIANTILES	1	15	8	3	3	30
DECENCIA ENTRE COMPAÑEROS	11	16	2	1	0	30
INTERÉS POR LA LECTURA CONSTANTE	5	15	8	2	0	30
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>747</b>	<b>411</b>	<b>131</b>	<b>41</b>	<b>1710</b>

**CUADRO N° 63: Cuadro de Cálculos**

O	E	O-E	(O-E) <sup>2</sup>	(O-E) <sup>2</sup> /E
8	6	2	4	0,66
15	13	2	4	0,30
7	7	0	0	0,00
0	2	-2	4	2,00
0	1	-1	1	1,00
3	6	-3	9	1,50
12	13	-1	1	0,07
14	7	7	49	7,00

1	2	-1	1	0,50
0	1	-1	1	1,00
6	6	0	0	0,00
13	13	0	0	0,00
9	7	2	4	0,57
2	2	0	0	0,00
0	1	-1	1	1,00
9	6	3	9	1,50
13	13	0	0	0,00
6	7	-1	1	0,14
2	2	0	0	0,00
0	1	-1	1	1,00
5	6	-1	1	0,16
12	13	-1	1	0,07
11	7	4	16	2,28
2	2	0	0	0,00
0	1	-1	1	1,00
15	6	9	81	13,50
12	13	-1	1	0,07
2	7	-5	25	3,57
1	2	-1	1	0,50
0	1	-1	1	1,00
8	6	2	4	0,66
15	13	2	4	0,30
7	7	0	0	0,00
0	2	-2	4	2,00
0	1	-1	1	1,00
12	6	6	36	6,00
15	13	2	4	0,30
3	7	-4	16	2,28
0	2	-2	4	2,00
0	1	-1	1	1,00
17	6	11	121	20,16
10	13	-3	9	0,69
2	7	-5	25	3,57
1	2	-1	1	0,50
0	1	-1	1	1,00
6	6	0	0	0,00

18	13	5	25	1,92
6	7	-1	1	0,14
0	2	-2	4	2,00
0	1	-1	1	1,00
8	6	2	4	0,66
12	13	-1	1	0,07
10	7	3	9	1,28
0	2	-2	4	2,00
0	1	-1	1	1,00
6	6	0	0	0,00
14	13	1	1	0,07
7	7	0	0	0,00
3	2	1	1	0,50
0	1	-1	1	1,00
5	6	-1	1	0,16
17	13	4	16	1,23
7	7	0	0	0,00
0	2	-2	4	2,00
1	1	0	0	0,00
5	6	-1	1	0,16
19	13	6	36	2,76
5	7	-2	4	0,57
1	2	-1	1	0,50
0	1	-1	1	1,00
6	6	0	0	0,00
18	13	5	25	1,92
4	7	-3	9	1,28
2	2	0	0	0,00
0	1	-1	1	1,00
8	6	2	4	0,66
9	13	-4	16	1,23
12	7	5	25	3,57
1	2	-1	1	0,50
0	1	-1	1	1,00
8	6	2	4	0,66
12	13	-1	1	0,07
9	7	2	4	0,57
1	2	-1	1	0,50

0	1	-1	1	1,00
2	6	-4	16	2,66
17	13	4	16	1,23
10	7	3	9	1,28
1	2	-1	1	0,50
0	1	-1	1	1,00
4	6	-2	4	0,66
17	13	4	16	1,23
8	7	1	1	0,14
1	2	-1	1	0,50
0	1	-1	1	1,00
8	6	2	4	0,66
10	13	-3	9	0,69
11	7	4	16	2,28
1	2	-1	1	0,50
0	1	-1	1	1,00
5	6	-1	1	0,16
10	13	-3	9	0,69
10	7	3	9	1,28
5	2	3	9	4,50
0	1	-1	1	1,00
5	6	-1	1	0,16
16	13	3	9	0,69
7	7	0	0	0,00
2	2	0	0	0,00
0	1	-1	1	1,00
5	6	-1	1	0,16
15	13	2	4	0,30
8	7	1	1	0,14
2	2	0	0	0,00
0	1	-1	1	1,00
6	6	0	0	0,00
16	13	3	9	0,69
6	7	-1	1	0,14
2	2	0	0	0,00
0	1	-1	1	1,00
12	6	6	36	6,00
15	13	2	4	0,30

1	7	-6	36	5,14
2	2	0	0	0,00
0	1	-1	1	1,00
7	6	1	1	0,16
17	13	4	16	1,23
4	7	-3	9	1,28
2	2	0	0	0,00
0	1	-1	1	1,00
6	6	0	0	0,00
12	13	-1	1	0,07
11	7	4	16	2,28
1	2	-1	1	0,50
0	1	-1	1	1,00
1	6	-5	25	4,16
11	13	-2	4	0,30
4	7	-3	9	1,28
12	2	10	100	50,00
2	1	1	1	1,00
6	6	0	0	0,00
11	13	-2	4	0,30
10	7	3	9	1,28
2	2	0	0	0,00
1	1	0	0	0,00
3	6	-3	9	1,50
6	13	-7	49	3,76
8	7	1	0	0,00
9	2	7	49	24,50
4	1	3	9	9,00
4	6	-2	4	0,66
14	13	1	1	0,07
8	7	1	1	0,14
3	2	1	1	0,50
1	1	0	0	0,00
5	6	-1	1	0,17
14	13	1	1	0,08
7	7	0	0	0,00
4	2	2	4	2,00
0	1	-1	1	1,00

7	6	-1	1	0,17
5	13	-8	64	4,92
4	7	-3	9	1,29
14	2	12	144	72,00
0	1	-1	1	1,00
19	6	13	169	28,17
7	13	-6	36	2,77
3	7	-4	16	2,29
1	2	-1	1	0,50
0	1	-1	1	1,00
7	6	1	1	0,17
15	13	2	4	0,31
5	7	-2	4	0,57
1	2	-1	1	0,50
2	1	1	1	1,00
13	6	7	49	8,17
12	13	-1	1	0,08
5	7	-2	4	0,57
0	2	-2	4	2,00
0	1	-1	1	1,00
7	6	1	1	0,17
15	13	2	4	0,31
4	7	-3	9	1,29
3	2	1	1	0,50
1	1	0	0	0,00
10	6	4	16	2,67
12	13	-1	1	0,08
5	7	-2	4	0,57
2	2	0	0	0,00
1	1	0	0	0,00
4	6	-2	4	0,67
12	13	-1	1	0,08
10	7	3	9	1,29
1	2	-1	1	0,50
3	1	2	4	4,00
3	6	-3	9	1,50
15	13	2	4	0,31
8	7	1	1	0,14



1	2	-1	1	0,50
3	1	2	4	4,00
3	6	-3	9	1,50
11	13	-2	4	0,31
11	7	4	16	2,29
4	2	2	4	2,00
1	1	0	0	0,00
6	6	0	0	0,00
9	13	-4	16	1,23
11	7	4	16	2,29
4	2	2	4	2,00
0	1	-1	1	1,00
3	6	-3	9	1,50
9	13	-4	16	1,23
13	7	6	36	5,14
3	2	1	1	0,50
2	1	1	1	1,00
3	6	-3	9	1,50
7	13	-6	36	2,77
16	7	9	81	11,57
2	2	0	0	0,00
2	1	1	1	1,00
6	6	0	0	0,00
10	13	-3	9	0,69
8	7	1	1	0,14
3	2	1	1	0,50
3	1	2	4	4,00
5	6	-1	1	0,17
14	13	1	1	0,08
6	7	-1	1	0,14
4	2	2	4	2,00
1	1	0	0	0,00
4	6	-2	4	0,67
10	13	-3	9	0,69
8	7	1	1	0,14
6	2	4	16	8,00
2	1	1	1	1,00
9	6	3	9	1,50

15	13	2	4	0,31
4	7	-3	9	1,29
1	2	-1	1	0,50
1	1	0	0	0,00
6	6	0	0	0,00
16	13	3	9	0,69
5	7	-2	4	0,57
1	2	-1	1	0,50
2	1	1	1	1,00
4	6	-2	4	0,67
14	13	1	1	0,08
8	7	1	1	0,14
2	2	0	0	0,00
2	1	1	1	1,00
3	6	-3	9	1,50
9	13	-4	16	1,23
13	7	6	36	5,14
2	2	0	0	0,00
3	1	2	4	4,00
10	6	4	16	2,67
15	13	2	4	0,31
5	7	-2	4	0,57
0	2	-2	4	2,00
0	1	-1	1	1,00
3	6	-3	9	1,50
18	13	5	25	1,92
6	7	-1	1	0,14
3	2	1	1	0,50
0	1	-1	1	1,00
14	6	8	64	10,67
14	13	1	1	0,08
1	7	-6	36	5,14
1	2	-1	1	0,50
0	1	-1	1	1,00
1	6	-5	25	4,17
15	13	2	4	0,31
8	7	1	1	0,14
3	2	1	1	0,50

3	1	2	4	4,00
11	6	5	25	4,17
16	13	3	9	0,69
2	7	-5	25	3,57
1	2	-1	1	0,50
0	1	-1	1	1,00
5	6	-1	1	0,17
15	13	2	4	0,31
8	7	1	1	0,14
2	2	0	0	0,00
0	1	-1	1	1,00
				<b>539,57</b>

#### 4.2.2 Chi cuadrado calculado

539.57

#### 4.2.3 Chi cuadrado tabular

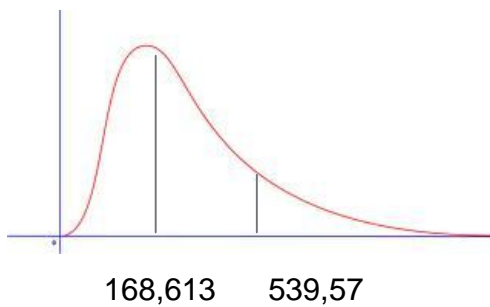
$$gl = (c-1) (F-1)$$

$$gl = (5-1) (57-1)$$

$$gl = 224$$

$$MS = 95\%$$

$$MS = 168,613$$



Se rechaza la Ho y se acepta la hipótesis alterna que expresa: La satisfacción estudiantil si incide en el perfil de los egresados del periodo académico febrero - julio del 2011 de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas.

#### **4.3 Discusión.**

Los resultados reflejan diferentes debilidades, las mismas que no se encuentran bien acentuadas, una de las temáticas que se avizoran importantes para el mejoramiento de la calidad en la educación y por tanto la satisfacción de los estudiantes es en relación a la formación de los docentes, independiente de la dedicación académica, edad, años de docencia, o área de enseñanza.

En base a la evaluación realizada, los distintos medios de capacitación diseñados para el personal docente de instituciones, se realiza la propuesta de realizar un diseño curricular para capacitación docente, las mismas que permitan fortalecer el trabajo y la experiencia de los docentes, así también a potenciar la capacidad de previsión de necesidades de capacitación de los docentes con el fin de mejorar las prácticas pedagógicas, garantizando el mejoramiento continuo de la educación en la carrera de Marketing y Gestión de Negocios.

Los presentes resultados presentan la oportunidad de plantear como una conclusión de esta investigación, la necesidad de la implementación de un plan de capacitación, continua, la misma que sea evaluada y actualizada de manera continua para lograr mayor eficacia en el apoyo del mejoramiento de la satisfacción estudiantil en la carrera.

## **CAPÍTULO V**

### **5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1.1 Conclusiones**

- Relacionado a la planta docente se ha observado que existen falencias a la formación pedagógica y dominio de los módulos que son objeto de estudio, por parte de los docentes, ya que los mismos conocen su cátedra pero existen debilidades en el manejo de herramientas de enseñanza – aprendizaje; por tal razón no se desarrolla en su totalidad una educación d calidad, además no se cumple con un nivel de exigencia acorde al nivel de universidad a la que pertenece la carrera. En lo relacionado a horarios, reglas, principios y procedimientos de los docentes en un alto porcentaje existe inconformidad.
- Analizados los datos obtenidos en la investigación de campo, se concluye que en lo relacionado con las competencias profesionales no se cumple a cabalidad con el trabajo en equipo, no se resuelven problemas relacionados con la especialidad, limitando a los estudiantes desarrollar su autonomía e iniciativa lo cual restringe el

desarrollo de una actitud positiva e innovadora para poder desarrollarse en su vida profesional.

- Referente al aspecto administrativo y servicios de la carreras se concluye que no existe conformidad en su totalidad en lo relacionado a eficiencia, trato y respeto de los horarios por parte del personal, la biblioteca de la carrera no cumple con las expectativas de los estudiantes, ya que no tiene el equipamiento necesario, servicio de internet adecuado, y material bibliográfico actualizado para el desenvolvimiento de cada uno de los estudiantes.
- En lo relacionado al ambiente de la carrera que incluye seguridad, equipamiento e iluminación de aulas y baterías higiénicas, acceso para personas con capacidades especiales y el servicio de cafetería se encuentran con una insatisfacción mayoritaria ya que se califica en un rango de satisfacción de Rara Vez a Casi Siempre.

### **5.1.2 Recomendaciones**

- En base al estudio realizado y conociendo como una de las mayores debilidades la formación pedagógica de los docentes de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios se recomienda diseñar un *Plan de Capacitación Continua en Pedagogía* el mismo que ayudará a mejorar las condiciones de enseñanza – aprendizaje dentro del ambiente educativo.
- En el Plan de Capacitación Continua a diseñarse se debe incluir tópicos que se relacionen con el mejoramiento del liderazgo, trabajo en equipo, y resolución de problemas relacionados con la especialidad.

- Como otra de las debilidades identificadas en el presente estudio se encuentra lo relacionado con la infraestructura y equipamiento, en el que constan los accesos para personas con capacidades especiales, hardware y software, mejoramiento en material bibliográfico de la biblioteca, entre otros; para lo cual se recomienda la realización de estudios específicos con la intervención de profesionales especializados en los temas, para la correcta evaluación y ejecución de los trabajos requeridos.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1 TEMA**

“PLAN DE CAPACITACIÓN CONTINUA EN PEDAGOGIA PARA LOS DOCENTES DE LA CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”

#### **6.2 DATOS INFORMATIVOS**

**Institución:** Universidad Técnica de Ambato, carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la facultad de Ciencias Administrativas.

**Cantón:** Ambato.

**Sostenimiento:** Estatal.



<b>Responsable:</b>	Méntor Córdova N.
<b>Beneficiarios:</b>	Docentes y estudiantes de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas.
<b>Costo aproximado:</b>	\$ 18236,40

### **6.3 ANTECEDENTES**

El mejoramiento de la calidad educativa, tomado como el proceso que lleva al sobresaliente desempeño profesional, así como la reestructuración del “aula” en el sentido de brindar un ambiente propicio para un aprovechamiento educativo superior de calidad, es un tema que se encuentra en auge desde hace mucho tiempo; la demanda de profesionales con conocimientos fiables y aplicables a las necesidades del ámbito laboral es un proceso de constante actualización, la localización de los puntos críticos para lograr este mejoramiento merece de un análisis específicamente de campo, es decir con los educandos, dentro de este procedimiento la Educación Inclusiva se prevé de vital importancia y para su desempeño la optimización de los servicios/recursos materiales y humanos, así como también la redefinición del currículum, la formación del profesorado, entre otros, son aspectos básicos a trabajar si se desea progresar con el objetivo de construir una educación progresiva hacia la calidad.

La nueva realidad profesional y consecuentemente de la educación, merece de una formación interna progresiva tanto en el entorno educativo como en el de los docentes, uno de las tareas primordiales es también el cambio de visión de los educandos, con un enfoque holístico y de exigencia

a las instituciones educativas, además de la concienciación administrativa de las mismas, los diseños curriculares y la implementación de renovadas metodologías de enseñanza en las aulas, estas necesidades demandan nuevos desafíos en el profesorado que son quienes trabajan en forma directa con los futuros profesionales.

Paralelamente se debe tener en cuenta la gran diversidad de culturas que convergen en los centros educativos buscando una formación profesional, es así que el equipo docente necesita de nuevos conocimientos, habilidades y una formación actualizada continua, coordinando un cambio de actitud sincera y un empoderamiento de los valores educativos inclusivos y sus métodos de aplicación.

Este análisis desemboca en continuos procesos de capacitación, y al mismo tiempo una práctica educativa aplicativa de los conocimientos adquiridos, a estas se suman las experiencias que deben ser compartidas para un fortalecimiento operativo de la enseñanza como parte de una realimentación que permita el desarrollo de habilidades y destrezas reales, este es una forma de promover procesos de investigación-acción como mecanismos de conocimiento.

De esta manera, al pretender originar el desarrollo de la profesionalización de calidad, mejorando el desempeño docente y estructurando ambientes educativos de calidad es necesario la participación e investigación activa de los implicados, en un trabajo colectivo de resolución de problemas sobre las buenas prácticas en la educación superior, teniendo como consecuencia un grupo de colaboradores comprometidos en la evolución positiva de la educación.

Así se presentan las conclusiones del estudio preliminar que mencionan que:

Relacionado a la planta docente se ha observado que existen falencias a la formación pedagógica y dominio de los módulos que son objeto de estudio, por parte de los docentes, ya que los mismos conocen su cátedra pero existen debilidades en el manejo de herramientas de enseñanza – aprendizaje; por tal razón no se desarrolla en su totalidad una educación de calidad, además no se cumple con un nivel de exigencia acorde al nivel de universidad a la que pertenece la carrera. En lo relacionado a horarios, reglas, principios y procedimientos de los docentes en un alto porcentaje existe inconformidad.

Analizados los datos obtenidos en la investigación de campo, se concluye que en lo relacionado con las competencias profesionales no se cumple a cabalidad con el trabajo en equipo, no se resuelven problemas relacionados con la especialidad, limitando a los estudiantes desarrollar su autonomía e iniciativa lo cual restringe el desarrollo de una actitud positiva e innovadora para poder desarrollarse en su vida profesional.

Referente al aspecto administrativo y servicios de la carreras se concluye que no existe conformidad en su totalidad en lo relacionado a eficiencia, trato y respeto de los horarios por parte del personal, la biblioteca de la carrera no cumple con las expectativas de los estudiantes, ya que no tiene el equipamiento necesario, servicio de internet adecuado, y material bibliográfico actualizado para el desenvolvimiento de cada uno de los estudiantes.

En lo relacionado al ambiente de la carrera que incluye seguridad, equipamiento e iluminación de aulas y baterías higiénicas, acceso para personas con capacidades especiales y el servicio de cafetería se encuentran con una insatisfacción mayoritaria ya que se califica en un rango de satisfacción de Rara Vez a Casi Siempre.

## **6.4 JUSTIFICACIÓN**

La Constitución en su Art. 350 expresa: El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

Se han determinado diferentes problemáticas que afectan a la calidad educativa superior, como deficiencias en el sistema educativo, el entorno (aulas e infraestructura), los materiales y equipos utilizados (tecnologías educativas), metodologías del proceso enseñanza – aprendizaje, experiencia y formación de los educadores, inversión, entre otras; de una u otra manera se ha tratado de salvar todas estas dificultades en ocasiones con éxito y en otras no, sin embargo el intento de mejoramiento es continuo, y una de las estrategias que no se ha tomado en cuenta es la inclusión de las bases de acuerdo a los requerimientos y necesidades de las mismas, el diseño de la presente propuesta se encuentra íntimamente relacionado a esta estrategia, ya que se ha tomado como punto inicial las falencias y requerimientos vistos desde el punto de los educandos con sus diferentes perspectivas y temáticas, aportando con la aplicación de una metodología activa para el mejoramiento de la satisfacción estudiantil de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas.

La evaluación de la calidad del desempeño profesional docente y administrativo, y la aplicación de acciones que permitan subsanar las falencias detectadas deben ser constantes, e implementadas como fase primordial en los centros educativos Superiores, la intervención sobre estos

aspectos se hace indispensable, razones que justifican el diseño de la presente propuesta.

## **6.5 Objetivos de la propuesta**

### **6.5.1 Objetivo general**

Diseñar un plan de capacitación continua en pedagogía para los docentes de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

### **1.5.2 Objetivos Específicos.**

- Analizar los contenidos de capacitación continua en pedagogía para los docentes de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios.
- Seleccionar los contenidos de capacitación continua en necesarios para la elaboración de un plan de mejoramiento en los procesos enseñanza-aprendizaje.
- Diseñar el Plan de Capacitación Continua en Pedagogía con las temáticas generales de los contenidos de los módulos a impartirse.

## **6.6 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

La obtención de datos en la fase anterior de la presente propuesta responde a un proceso de investigación de campo minuciosamente estructurada y ejecutada, el análisis posterior de los datos muestran las fortalezas y debilidades que al momento, en el nivel político y legal el actual interés y apoyo para el mejoramiento de la calidad de la educación en el país por parte del Gobierno Nacional se presenta como una de las oportunidades para que la presente propuesta sea factible.

A nivel Social los aspectos que influyen directamente es la participación de alumnos y docentes para la ejecución de la propuesta, como se ha mostrado existe un alto interés en el tema planteado, desde otro punto de vista la posición de mejoramiento de la universidad y la mantención de su acreditación con calificación A.

En el aspecto económico la propuesta se ejecutará con el apoyo del presupuesto que posee la facultad.

## **6.7 LOCALIZACIÓN Y COBERTURA ESPACIAL**

La presente propuesta se aplicará en la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

## **6.8 POBLACIÓN OBJETIVO**

La población objetivo de la presente propuesta está compuesta por: 78 docentes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

## **6.9 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **6.9.1 LA FORMACIÓN DOCENTE HOY: LOS PROBLEMAS**

#### **6.9.1.1 El Informe del PREAL**

-“El futuro está en juego” (1998)- luego de repasar los datos y problemas más acuciantes que daban cuenta de la crítica situación de los sistemas educativos de América Latina, proponía cuatro medidas principales para mejorar los indicadores educativos, la calidad y equidad en la región. Una de estas medidas consistía en “fortalecer la profesión docente mediante incrementos de sueldos, una «reforma de los sistemas de capacitación» y mayor responsabilidad de los profesores ante las comunidades que sirven”.

El segundo Informe del PREAL -Quedándonos atrás (2001)-, no más optimista que el anterior, al revisar los logros obtenidos en relación con las medidas propuestas, concluía que:

“En promedio, los maestros latinoamericanos no se preparan adecuadamente para su función. Tienen menos horas de formación profesional que sus contrapartes de los países desarrollados y la capacitación que reciben suele ser de mala calidad”.

Estas afirmaciones contrastan con la creciente importancia dada por los gobiernos de la región al tema docente. A pesar de los esfuerzos y de las inversiones realizadas en la materia, los resultados distan de ser los esperados.

Ya es un lugar común hablar del “bajo impacto” que tiene la capacitación de los docentes en la transformación y mejoramiento de las prácticas de enseñanza.

Estudios ya clásicos como los de Zeichner (1981), Terhart (1987), Contreras (1987) y otros un poco más recientes como el de Bullough (2000) han demostrado casi sin excepción que el contacto de los maestros recién recibidos con la práctica escolar lleva a la adaptación de los novatos a las estructuras y rutinas escolares vigentes. Estos autores muestran cómo, frente a la fuerza de la socialización profesional que ejercen las escuelas y a las malas condiciones laborales, la formación inicialmente recibida termina siendo una “empresa de bajo impacto”, con débiles consecuencias sobre la configuración de las prácticas de enseñanza. Por ello es necesario realizar una revisión crítica de los modelos y dispositivos de la formación docente.

En el análisis que sigue mencionaremos los problemas de la formación docente que se refieren a la primera etapa, comúnmente denominada formación de grado o inicial, que se recibe en las Instituciones Superiores, Escuelas Normales o en las Universidades de Pedagogía<sup>4</sup> y las dificultades que presenta la formación continua o en servicio. Agruparemos los problemas en relación con las siguientes dimensiones de la formación:

- La organización institucional y la regulación de la formación.
- Los aspectos curriculares.
- Los modelos y enfoques de la formación.



- Los formadores, los profesores de la formación docente.

### **6.9.1.2 Los aspectos curriculares**

Al consultar a los estudiantes y maestros noveles acerca de las dificultades que enfrentan durante las primeras prácticas o en sus primeros años de ejercicio, surge un dato contundente: el currículum de la formación de maestros suele ser demasiado teórico y fragmentado en diversas materias (Aguerrondo y Vezub, 2003). Al alumno es a quien le cabe la responsabilidad de armar el rompecabezas de lo que será su futuro objeto de trabajo: la enseñanza de determinados contenidos y materias escolares en contextos particulares.

Cuando el maestro recién recibido se enfrenta a la clase siente que carece de herramientas prácticas, nadie le ha explicado por ejemplo cómo lograr el control del aula, ni cómo hacer para capturar la atención de los alumnos y trabajar además con los más rezagados.

A pesar de los recientes cambios curriculares, el contenido disciplinar se da en forma separada, aislado de la didáctica de la asignatura. En los planes en los cuales ambos contenidos se hallan reunidos bajo una misma materia o espacio curricular, suele suceder que el docente a cargo no tiene el perfil adecuado para poder cubrir ambas dimensiones del objeto de conocimiento: la lógica disciplinar y la lógica didáctica propia de la enseñanza.

Uno de los problemas que se reitera tanto en la bibliografía como en las biografías docentes, es la distancia que se produce entre la formación recibida y la realidad educativa:

“Resulta clave en la reflexión sobre la formación docente tener presente que se trata de una instancia de formación laboral: se está formando gente que realizará un determinado trabajo. Las características de ese trabajo y sus contextos de realización deberían constituir elementos clave a la hora de diseñar procesos formadores” (Diker y Terigi, 1997, 65).

Sin embargo, una recorrida por las instituciones muestra que este principio, por lo general, está lejos de cumplirse.

Por otra parte el currículum de la formación focaliza en exceso sobre las denominadas materias técnico – profesionales y las disciplinas psicológicas que fundamentan el acto de enseñar, en detrimento de una formación social y cultural más amplia que posibilite a los futuros docentes sumergirse en los problemas sociales y educativos contemporáneos. De este modo, la problemática escolar se reduce a una cuestión técnica o moral. Es necesario ampliar el currículum de la formación hacia otras áreas que renueven la mirada sobre lo escolar y permitan imaginar y construir nuevas estrategias de intervención.

Los nuevos planes de estudio casi no asignan horas de clase a la formación cultural general, sin fines directos de enseñanza. Un estudio reciente que incluyó el análisis de documentos curriculares de las distintas provincias de la Argentina muestra la vigencia de la clasificación tradicional del conocimiento en el currículum de la formación docente: en las carreras para docentes de nivel primario o Enseñanza General Básica predomina la formación técnico profesional; mientras que en los profesorados para nivel medio o enseñanza secundaria predomina la formación en la disciplina que se va a enseñar.

Las prácticas de formación presentan una escasa reflexión acerca del sentido de la enseñanza en los contextos actuales, en el marco de la

reconfiguración del trabajo y de la identidad de los docentes y de las nuevas condiciones socio-culturales que producen la subjetividad de los alumnos.

Paralelamente se aumentan las exigencias de la sociedad a los docentes, se les pide que asuman nuevas y más responsabilidades (Esteve, 2006) y se cuestiona al profesor que sólo se dedica a la transmisión de conocimientos, produciéndose una ampliación de su tarea a nuevos ámbitos. Esto genera una sobrecarga de tareas y responsabilidades en contextos en los cuales el docente está lejos de dominar y controlar (Vezub, 2005, a). Dada la complejidad del trabajo docente en los actuales escenarios de la escolaridad, las necesidades de formación profesional no se agotan en la disponibilidad de unos conocimientos disciplinares actualizados, ni en el manejo de una serie de procedimientos didácticos necesarios para efectuar la enseñanza.

No obstante los egresados tampoco se sienten bien preparados en los aspectos instrumentales de la tarea. En una investigación que hemos realizado sobre una encuesta nacional a 807 maestros noveles de Uruguay (Aguerrondo y Vezub, 2003) el 46% consideró que habían sido insuficientemente tratadas durante su formación las cuestiones pedagógicas y didácticas, y el 69% opinó que su preparación inicial sobre estrategias para trabajar en contextos socioculturales diversos fue insuficiente.

La formación suele abordar situaciones de clase e instituciones “tipo”, generalmente escuelas urbanas que atienden a una población más o menos homogénea y con bajo nivel de conflictividad social. No se abordan los métodos de enseñanza en contextos adversos, con población escolar heterogénea, afectada por la pobreza y por graves problemas sociales.

La cultura colaborativa entre los docentes, el trabajo en equipo y el diseño de proyectos institucionales ha comenzado a ser estimulado e incluso exigido

por las administraciones educativas. Pero paradójicamente las instituciones formadoras aún no la han incorporado de forma sistemática a su currículum y recibe insuficiente atención durante las prácticas de formación en los institutos. A pesar de que esta competencia es uno de los factores que pueden mejorar el trabajo pedagógico y que permiten modificar las rutinas de enseñanza y las experiencias escolares de los alumnos.

### **6.9.1.3 Los modelos y enfoques de la formación**

Los modelos y enfoques de la formación siguen basados en paradigmas epistemológicos tradicionales, propios de la modernidad y no de la nueva sociedad de la información y el conocimiento. No se transmiten herramientas ni marcos conceptuales que posibiliten trabajar con la incertidumbre, con conocimientos que cambian de manera acelerada y en contextos cada vez más diversos y difíciles.

La relación entre formación docente y práctica educativa ha sido generalmente pensada desde un modelo causa – efecto. En este esquema la formación es un mecanismo externo que actúa por fuera de la práctica y la práctica es estigmatizada y desvalorizada. A pesar que la mayoría de los nuevos currículum han colocado -o afirman colocar- a la práctica como eje vertebrador, las actividades y estrategias vigentes en la mayoría de los institutos son las tradicionales: énfasis en la exposición oral del profesor, en los métodos frontales de enseñanza, en la explicación teórica de las formas ideales o innovadoras de dar clase con escasa vivencia de un modelo institucional y de una propuesta de aprendizaje diferentes.

La formación suele ser abstracta y se realiza a partir de ideales y principios generales que se espera orienten la acción futura de los enseñantes.

El profesor novato se encuentra con que tiene más claro lo que no quiere hacer en clase, que lo que va a hacer cuando no haga eso que como alumno, ha decidido no repetir (Esteve, 2005). La didáctica crítica y el rechazo al tecnicismo que por varias décadas dominó los modelos de formación de los docentes, condujeron al extremo opuesto: nadie se ocupa de la formación del “practicum”.

Sin embargo, durante sus primeras experiencias en la práctica los docentes se enfrentan a diversas situaciones y problemas. Para resolverlos acuden tanto a sus saberes teóricos como a sus incipientes competencias prácticas, que intentan articular en función de las demandas y características del contexto escolar en que trabajan. Los maestros noveles deben construir su “conocimiento de oficio”. Éste surge de la interacción entre los saberes teóricos y la experiencia directa en el ambiente escolar con los alumnos, no está por tanto separado de la teoría, es un conocimiento transformado por, y en, la acción práctica (Angulo Rasco, 1999). La reflexión es el procedimiento básico capaz de generar, producir y transformar este conocimiento de oficio a partir de la adopción de ciertos criterios de valoración.

Debido a su escasa experiencia práctica, los docentes principiantes dependen de los modelos formalmente adquiridos en su formación para comprender, analizar situaciones de la práctica y enfrentarse a ellas, o bien de sus primeras matrices de aprendizaje. La posibilidad que tienen de reconocer los componentes que interactúan en una situación educativa dada, depende en parte de que dichos elementos les hayan sido presentados previamente durante su formación (Vezub, 2002). De allí la importancia que tiene la reflexión y el análisis de la práctica durante la formación inicial.

**<http://www.ugr.es/~recfpro/rev111ART2.pdf>**

#### **6.9.1.4 Atravesamientos, ¿articulaciones?, encuentros y desencuentros entre la teoría y la práctica**

Si considera la tradición aristotélica tomista sumada al origen del modelo universitario argentino se puede observar en las aulas universitarias un universo discursivo donde se ha propiciado- muchas veces sin proponérselo- una escisión entre la teoría y la práctica. Hay un teórico y hay un práctico, instaurando modalidades de trabajo y de intervención -de docentes y de alumnos - bien diferenciadas. En las clases teóricas, por ejemplo, se usa como estrategia de enseñanza privilegiada la exposición, y a través de ella se proponen intervenciones didácticas diferentes. En muchos casos, son los estudiantes del profesorado quienes demandan el uso de la exposición también en las clases de los llamados prácticos. Se habla de articulación entre teoría y la práctica, expresión que lejos de mostrar una vinculación denota universos diferenciados porque la articulación alude a dos partes que se unen de algún modo.

Éstas y otras cuestiones constituyen la arena donde algunos docentes han procurado generar en los ámbitos universitarios nuevas propuestas de enseñanza asumiendo el desafío y el margen de incertidumbre que esto implica. Se trata de una preocupación que excede los intereses aislados y que se manifiesta, por ejemplo el interés creciente por parte de algunas instituciones de educación superior en ofrecer cursos, seminarios, talleres, es decir de propuestas donde se trabaje particularmente la enseñanza y la evaluación. En algunos casos, se trata de espacios formativos estructurados como cursos intensivos que resultan de las sugerencias emanadas de la evaluación realizada por la Coneau para acreditar la o las carreras, en otros, surgen de las inquietudes de los actores involucrados, preocupados por el tema o bien de la necesidad de acreditar espacios de formación pedagógica

por parte de los profesionales. De dónde emane la necesidad no es sin consecuencias, pero cualquier sea ella puede convertirse en una oportunidad de aprendizaje y de revisión de prácticas docentes.

Se trata de concebir los espacios formativos desde la noción de practicum, como señala Schön “un prácticum es una situación pensada y dispuesta para la tarea de aprender una práctica. En un contexto que se aproxima al mundo de la práctica, los estudiantes “aprenden haciendo”, con las restricciones propias de aquello que pretender “ser como” pero que no lo es (se trata de aproximarse al trabajo propio del espacio de inserción real con las limitaciones propias de una aproximación). Aprender haciéndose cargo de proyectos que simulan y simplifican la práctica, o llevan a cabo relativamente libre de las presiones, las distracciones y los riesgos que se dan el mundo real al que, no obstante, el practicum hace referencia. De este modo, se sitúa en una posición intermedia entre el mundo de la práctica, el mundo de la vida ordinaria, y el mundo esotérico de la Universidad” (Schön, 1997)

Shön.D. (1997), La formación de profesionales reflexivos,, Barcelona: Paidós/ Mec.

## **6.9.2 Estrategias de formación docente en la universidad.**

### **6.9.2.1 Exigencias y alternativas**

La importancia de entender la formación docente como un proceso educativo permanente, dirigido a la mejora profesional, sustentado en las necesidades de los docentes y en el que la participación y la reflexión sobre el desempeño resultan herramientas esenciales en el proceso de desarrollo profesional, es destacado por Sánchez (2001) cuando al referirse al desarrollo profesional lo caracteriza como “un proceso continuo, basado en la mejora profesional y

apoyado en las necesidades prácticas de los docentes, que se desarrolla mediante la participación y que constituye un proceso de construcción profesional mediante el cual los docentes desarrollan estrategias cognitivas y metacognitivas que le permiten valorar su trabajo profesional”.

Desde la concepción que sustentamos concebimos las estrategias de formación docente como acciones educativas en el ejercicio de la profesión dirigidas a potenciar el desarrollo profesional del docente, es decir a lograr su autodeterminación en el desempeño profesional.

#### **6.9.2.2 Exigencias en el diseño de estrategias de formación docente**

Además de partir de estudios sobre las necesidades del profesorado, el diseño de estrategias de formación docente en la universidad dirigidas a potenciar el desarrollo profesional del profesorado, debe tener en cuenta las siguientes exigencias:

- **Tributar a la formación integral del profesorado**

Si tenemos en cuenta que el desarrollo profesional implica el desarrollo del docente como persona en el ejercicio de la profesión, las estrategias de formación docente deben atender a la formación integral del profesorado, es decir, no sólo propiciar la construcción de conocimientos y habilidades para la docencia sino también de la motivación profesional y de los valores asociados a un desempeño profesional ético y responsable, pero sobre todo debe propiciar el desarrollo de la autovaloración del profesorado acerca de su desempeño.



- **Vincular la teoría y la práctica profesional**

Independientemente de las modalidades que pueda asumir una estrategia de formación docente: conferencias-coloquios, talleres, cursos, grupos de innovación, en todos los casos debe tenerse en cuenta la unidad de la teoría y la práctica profesional en la medida que se propicie la reflexión y el debate en torno a la necesidad y posibilidades de aplicar los conocimientos pedagógicos a la solución de los problemas de la práctica educativa que presenta el profesorado en el trabajo cotidiano de aula.

- **Ser flexibles y contextualizadas**

Las estrategias de formación docente deben adecuarse no sólo a las necesidades sino también a las posibilidades del profesorado y a las exigencias del contexto del ejercicio de la profesión. Para ello resultan valiosas las ofertas de diferentes modalidades formativas que abarquen desde modalidades más puntuales como las conferencias-coloquios hasta modalidades que comprenden el trabajo continuo de un grupo de profesores tales como los grupos de innovación.

- **Propiciar la reflexión del profesorado y el compromiso con la calidad de su desempeño en ambientes de diálogo**

Las estrategias de formación docente independientemente de las modalidades formativas que adopten, deben diseñarse de manera que propicien la reflexión crítica del profesorado en torno a su desempeño profesional en un ambiente de diálogo que posibilite al coordinador del programa ejercer su función orientadora del desarrollo profesional y al profesorado asumir una postura activa y comprometida en la evaluación de

su desempeño profesional y en la búsqueda de alternativas para la mejora y el cambio. Revista Iberoamericana de Educación, 2007.

### **6.9.3 Marco legislativo**

**6.9.3.1** El marco normativo de la educación superior ecuatoriana lo integran:

- a) Las disposiciones de la Constitución aprobada en el 2008;
- b) La Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) aprobada el 12 de octubre del 2010.
- c) El Reglamento General de la LOES (que aún no ha sido promulgado por parte del Ejecutivo)
- d) Los reglamentos generales que debe aprobar el Consejo de Educación Superior.
- e) La normativa, documentación técnica, código de ética y reglamentos que debe aprobar el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Educación Superior (Este Consejo está en proceso de integración y en consecuencia todavía no genera ninguna normativa)
- f) Los estatutos y reglamentos de cada una de las universidades.

Además, para asuntos específicos se consideran los acuerdos y convenios internacionales para las instituciones de educación superior que operan en el Ecuador bajo estos acuerdos y convenios y que reciben recursos del Estado ecuatoriano; y, el modus vivendi celebrado entre el Gobierno del Ecuador y la

santa Sede se aplica para las universidades establecidas según dicho acuerdo.

### **6.9.3.1 La constitución de Ecuador**

#### **Sección quinta**

##### **Educación**

**Art. 26.-** La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

**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.

**Art. 28.-** La educación responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos. Se garantizará el acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna y la obligatoriedad en el nivel inicial, básico y bachillerato o su equivalente.

Es derecho de toda persona y comunidad interactuar entre culturas y participar en una sociedad que aprende. El Estado promoverá el diálogo intercultural en sus múltiples dimensiones...

## **Sección sexta**

### **Personas con discapacidad**

El Artículo 47, literal 7 expresa: Una educación que desarrolle sus potencialidades y habilidades para su integración y participación en igualdad de condiciones. Se garantizará su educación dentro de la educación regular. Los planteles regulares incorporarán trato diferenciado y los de atención especial la educación especializada. Los establecimientos educativos cumplirán normas de accesibilidad para personas con discapacidad e implementarán un sistema de becas que responda a las condiciones económicas de este grupo.

## **Sección primera**

### **Educación**

**Art. 349.-** El Estado garantizará al personal docente, en todos los niveles y modalidades, estabilidad, actualización, formación continua y mejoramiento pedagógico y académico; una remuneración justa, de acuerdo a la profesionalización, desempeño y méritos académicos. La ley regulará la

carrera docente y el escalafón; establecerá un sistema nacional de evaluación del desempeño y la política salarial en todos los niveles. Se establecerán políticas de promoción, movilidad y alternancia docente. (Constitución de Ecuador, 2008)

## 6.10 MODELO OPERATIVO GENERAL

**CUADRO N° 64: Modelo operativo general**

OBJETIVOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	RECURSOS
Analizar los contenidos de capacitación continua en pedagogía para los docentes de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios.	Investigación Bibliográfica de procesos de mejoramiento de calidad educativa y capacitación.	Director de Carrera Investigador	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudio preliminar</li> <li>• Bibliografía</li> <li>• Humanos</li> </ul>
	Identificación de las debilidades de cada uno de los docentes en el área de pedagogía.		
	Selección de temas específicos relacionados con los tópicos de capacitación.		
	Selección de capacitadores con el perfil adecuado para cada uno de los temas a impartirse.		
Seleccionar los contenidos de capacitación continua en necesarios para la elaboración de un plan de mejoramiento en los procesos enseñanza-aprendizaje.	Clasificación de información de acuerdo a los requerimientos de necesarios para fortalecer las debilidades educativas localizadas, en el área pedagógica.	Director de Carrera Investigador Capacitador	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resumen Estudio preliminar.</li> <li>• Mallas curriculares.</li> <li>• Computadora.</li> <li>• Humanos</li> </ul>
	Estructuración de los módulos requeridos.		
	Análisis y aprobación de la planificación, los módulos y metodologías.		
Diseñar el Plan de Capacitación Continua en Pedagogía con las temáticas generales de los contenidos de los módulos a impartirse.	Análisis de tipos de evaluaciones acorde al requerimiento.	Director de Carrera Investigador Capacitador	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Humanos</li> <li>• Proyector</li> <li>• Marcadores</li> <li>• Folletos</li> <li>• Computadora</li> <li>• Papelógrafos</li> <li>• Láminas</li> </ul>
	Selección del tipo de evaluación que se adecue a la capacitación.		

**Fuente:** Análisis y planificación.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

## 6.11. ESTRUCTURA DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

**CUADRO N° 65: Plan de capacitación**

ACCION FORMATIVA	OBJETIVOS	ESPERADOS	COLECTIVO	DURACIÓN (Horas)	PRESUPUESTO	RESPONSABLE
<b>Pedagogía</b>	Fortalecer el manejo de los métodos de enseñanza universitaria.	Dominio en el manejo de metodologías pedagógicas.	Docentes de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios.	30	900	Coordinador Capacitador
<b>Modelos pedagógicos</b>	Lograr una correcta dirección educativa.	Mejor desempeño y manejo de modelos pedagógicos.	Docentes de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios.	30	900	Coordinador Capacitador
<b>Modelo conductual</b>	Identificar las ventajas y desventajas del modelo tradicional.	Sólidos conocimientos del modelo de educación tradicional.	Docentes de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios.	20	600	Coordinador Capacitador
<b>Modelo cognitivo – constructivista</b>	Identificar las fortalezas de dicho modelo pedagógico.	Implementación de del modelo constructivista en la institución.	Docentes de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios.	20	600	Coordinador Capacitador
<b>Principales modelos que influyen en el proceso de los aprendizajes</b>	Distinguir entre los diferentes modelos pedagógicos.	Conocimiento y manejo de los diferentes modelos de los procesos enseñanza-aprendizaje.	Docentes de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios.	20	600	Coordinador Capacitador
<b>Trastornos de Aprendizaje</b>	Evitar dificultades educativas relacionadas con los problemas de aprendizaje de los estudiantes.	Solución de problemas de aprendizaje en los estudiantes.	Docentes de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios.	20	900	Coordinador Capacitador

<b>Aprendizaje en Acción</b>	Incrementar la capacidad de aprendizaje en los estudiantes.	Dominio de herramientas de aprendizaje activo en el desarrollo de la labor docente.	Docentes de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios.	20	600	Coordinador Capacitador
<b>Metodologías activas para la enseñanza</b>	Analizar las estrategias y metodologías de aprendizaje basado en problemas.	Trabajos elaborados en base al ABP.	Docentes de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios.	20	600	Coordinador Capacitador
<b>Liderazgo pedagógico</b>	Capacitar a los docentes en temáticas de liderazgo pedagógico.	Desarrollo de las capacidades pedagógicas del docente.	Docentes de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios.	20	600	Coordinador Capacitador
<b>Didáctica</b>	Identificar y familiarizar al docente con las normas para dirigir el proceso de enseñanza-aprendizaje hacia los objetivos educativos.	Dominio de la forma de enseñanza universitaria.	Docentes de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios.	40	1.200	Coordinador Capacitador
<b>Aprendizaje</b>	Conseguir el cumplimiento de las actividades establecidas en el aprendizaje.	Aprovechar los conocimientos sobre las situaciones como, la adquisición de experiencias, habilidades y destrezas para desarrollar nuevas oportunidades.	Docentes de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios.	30	900	Coordinador Capacitador
<b>Currículo</b>	Retroalimentar al docente sobre los objetivos, contenidos,	Sólidos conocimientos con el fin de	Docentes de la carrera de Marketing y Gestión de	50	1.500	Coordinador Capacitador



	<p>criterios metodológicos y técnicas de evaluación que orientan la actividad académica (enseñanza y aprendizaje)</p>	<p>impartir contenidos metodológicos y técnicas en la actividad académica universitaria.</p>	<p>Negocios.</p>			
--	---	--	------------------	--	--	--

**Fuente:** Análisis y planificación.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

## 6.12. CRONOGRAMA POR OBJETIVOS

**CUADRO N° 66: Cronograma**

OBJETIVOS	TIEMPO																																						
	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7				MES 8										
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4							
Fortalecer el manejo de los métodos de enseñanza universitaria.	■	■	■																																				
Lograr una correcta dirección educativa.				■	■	■																																	
Identificar las ventajas y desventajas del modelo tradicional.							■	■																															
Identificar las fortalezas de dicho modelo pedagógico.									■	■																													
Distinguir entre los diferentes modelos pedagógicos.											■	■																											
Evitar dificultades educativas relacionadas con los problemas de aprendizaje de los estudiantes.												■	■																										
Incrementar la capacidad de aprendizaje en los estudiantes.													■	■																									
Analizar las estrategias y metodologías de aprendizaje basado en problemas.														■	■																								
Capacitar a los docentes en temáticas de liderazgo pedagógico.															■	■																							
Identificar y familiarizar al docente con las normas para dirigir el proceso de enseñanza-aprendizaje hacia los objetivos educativos.																■	■	■	■																				
Conseguir el cumplimiento de las actividades establecidas en el aprendizaje.																			■	■	■	■																	
Retroalimentar al docente sobre los objetivos, contenidos, criterios metodológicos y técnicas de evaluación que orientan la actividad académica (enseñanza y aprendizaje)																						■	■	■	■														

**Fuente:** Análisis y planificación.

**Elaborado por:** Lcdo. Mentor Córdova (2012).

### 6.13 PRESUPUESTO POR OBJETIVOS

CUADRO N° 67: Presupuesto

DESCRIPCIÓN	Costo Unitario (\$)	Cantidad	Costo Total (\$)
<b>ADMINISTRATIVOS</b>			
Coordinador	600	8 (Meses)	4.800
Secretaria/o	318	8 (Meses)	2.544
<b>OPERATIVOS</b>			
Capacitadores	30	320 (Horas)	9.600
<b>MATERIALES</b>			
Folletos (Módulos)	5	78	390
Papelógrafos	0,2	50	10
Marcadores	0,50	48	24
<b>Imprevistos</b>		5% del total	868,4
<b>TOTAL</b>			<b>18236,40</b>

Fuente: Análisis y planificación.

Elaborado por: Lcdo. Mentor Córdova (2012).

## 6.14 BIBLIOGRAFÍA

- Las Carreras Universitarias. (2008). *Revista Digital*.
- BUENAS TAREAS.COM. (JUNIO de 2011). Recuperado el 09 de JUNIO de 2013, de <http://www.buenastareas.com>
- El perfil del profesional universitario ideal. (08 de Abril de 2012). *Ecuador Universitario.com*.
- ABELLI, D. (1994). *LA GERENCIA MODERNA*.
- AGUILAR, J. (2010). *La mejora continua*. Oaxaca, México.
- ALVAREZ, C. (2009). *TIPOS DE BARES*.
- ANFEI. (2009). Organo Informativo Oficial De Facultades y ESCUELAS. *Asociacion Nacional de Facultades y escuelas*.
- ARGUIS, R. (2010). *AULAS FELICES*. ZARAGOSA.
- ARVERSON, P. (2010). *DEFINICION DE MEJORA CONTINUA*.
- BLAZQUEZ, A. (2010). Metodos,técnicas,sistemas de enseñanza en inglés . *Innovacion y Experiencias Educativas*.
- BUENAS TAREAS. (NOVIEMBRE de 2010). *La Axiología De La Educación*. Recuperado el 3 de JUNIO de 2013, de La Axiología De La Educación.
- CABALLO, E. (OCTUBRE de 2005). *LA GESTION EDUCATIVA. PREVIOUS POSTS*.
- CEAASES. (2011). *Modelo General Para la Evaluacion de Carreras con Fines de Acreditación*. Quito.
- CEDEÑO, E. (2010). *MANUAL PRACTICO DE LABORATORIO*.

- COBIELLA, N. (2001). *HERRAMIENTAS Y DESAFIO PARA EL DOCENTE*. ESPAÑA.
- Conrado, R. M. (2012). *La evaluación de los procesos de coordinación*. VENEZUELA.
- COPIRYGHT. (2008). Recuperado el 09 de JUNIO de 2013, de <http://definicion.de/laboratorio/>
- DEFINICIONES ABC. (2007). DEFINICION DE AULA. *DEFINICIONES ABC*.
- DEL POZO, S. (2009). DEFINICION DE AREAS VERDES. *arboriculturaurbana*.
- Desarrollo, c. U. (2000). *LAS NUEVAS DEMANDAS*. Santiago de Chile: Alfabetas Artes Gráficas Carmen.
- DESARROLLO-CINDA, C. I. (2000). *LAS NUEVAS DEMANDAS DEL DESEMPEÑO PROFESIONAL*. Santiago de Chile: Alfabetas Artes Gráficas Carmen.
- DIEZ DE CASTRO, E. (2001). *ADMINISTRACION Y DIRECCION*. HILL INTERAMERICANA.
- EDUCACIÓN, M. D. (2009). La educación ante la inclusión del alumnado con necesidades específicas de apoyo/. *Revista Educación*.
- FERNANDEZ, J. A. (24 de OCTUBRE de 2010). *BUENAS TAREAS*. Recuperado el 6 de JUNIO de 2013, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Jose>
- FERRARO, C. (2000). *ENTORNO INSTITUCIONAL* . BUENOS AIRES.
- Horcas, M. (mayo de 2009). *El currículo ,ente abierto*. Recuperado el 7 de julio de 2013, de [jmariohv@yahoo.es](mailto:jmariohv@yahoo.es)

- IPE (INSTITUTO INTERNACIONAL DE PLANEAMIENTO DE LA EDUCACION). (2000). *GESTION EDUCATIVA ESTRATEGICA*. BUENOS AIRES: Paginar.net.
- ISABEL, P. D. (2004). ANALISIS, ORGANIZACIONAL EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS. *ENCUENTRO EDUCACIONAL*, 11.
- JC INFORM. (2006). *Sistema de Parquederos*. Bogota.
- KNIGHT, G. (2002). *FILOSOFIA Y EDUCACION*. BOGOTA: GRUPOM OP.
- KOTLER, P. (2005). *Fundamentos de Marketing, Dirección de Mercadotecnia*,. 6ta. EDICION.
- LOURDES, M. G. (1995). *FUNDAMNETOS DE LA ADMINISTRACION*. MEXICO TRILLAS: 5ta EDICION.
- MALAVER, F. (22 de FEBRERO de 2012). DIMENSIONES DEL CONCEPTO INFRAESTRUCTURA. *ESTRATEGIAS FUTURO*.
- MARTINEZ, T. (2001). CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCION DEL CLIENTE. Por lo tanto, la satisfacción del usuario o del consumidor.
- MEGESTIONO.COM. (5 de JUNIO de 2009). INFRAESTRUCTURA, PRODUCCION, LOGISTICA. *MEGESTIONO.COM*.
- MESA, T. (2012). *ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE EN LA EDUCACION SUPERIOR*. Recuperado el 3 de JULIO de 2013, de MONOGRAFIAS .COM: <http://www.monografias.com>
- MUJICA DE GONZALES, M. (20017). GESTIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL: UNA ACCIÓN DESEABLE EN LA. *Laurus*, 294.

- Nadezhda, G. (septiembre de 2009). *Que es la Investigación*. Recuperado el 07 de julio de 2013, de [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- Naranjo, L. (2011). *La Universidad Técnica de Ambato, asume el compromiso y cumple con la participación en el proceso* . Ambato.
- PORFIRIO, M. (2009). LA DOCENCIA EN FORMA DE INVESTIGACION. *OTEC EDUCREA*.
- POZNER, P. (2000). *Gestión Educativa Estratégica. Competencias para la profesionalización de la gestión educativa*. IIPE. Buenos Aires: Módulo 2:.
- Rafael, F. (2003). *Los propósitos de la educación*. Lima: Ed. Videocinco Peñaloza Ramella.
- Rodriguez, C. (2009). *La investigación*.
- ROJAS, A. (2009). *EDUCACION Y DOCENCIA*.
- THOMPSON, I. (2005). La Satisfacción del Cliente. *Promonegocios.net*.
- Torres, P., & Angel, S. (2003). Metodología de la evaluación institucional. En MINED. Cuba: Programa Ramal N°4.
- UNIVERSITARIA, B. (2012). *Biblioteca Universitaria de Granada*. ESPANA.
- Verdugo, M. (2004). Evaluación Educativa. *Seguimos conversando*.
- Williams, M. &. (1999). Psicología de los profesores. *WIKILIBROS*.
- WILLIAN, M. Y. (1999). Psicología para profesores de idiomas: Enfoque del. *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada*.
- Yalenys, C. B. (2012). *LAS INVESTIGACIONES SOCIALES. RASGOS ESENCIALES* . [eumed.net](http://eumed.net).

## ANEXOS

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



### CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

### MAESTRÍA EN DISEÑO CURRICULAR Y EVALUACIÓN EDUCATIVA

Egresados de la carrera "Marketing y Gestión de Negocios" de la Facultad de Ciencias Administrativas periodo Octubre 2011 – Septiembre 2012 (Seminario de Graduación)

#### OBJETIVO:

Determinar la incidencia de la satisfacción estudiantil en el perfil de los egresados de la carrera de "Marketing y gestión de Negocios" de la Facultad de Ciencias Administrativas de la U.T.A periodo Octubre 2011-Septiembre 2012.

#### INDICACIONES:

Le agradecemos por colaborar con la evaluación, marque con una "X" la opción que mejor recoja su valoración.

<b>COMPETENCIAS PROFESIONALES:</b>	<b>SIEMPRE</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>A VECES</b>	<b>RARA VEZ</b>	<b>NUNCA</b>
<b>La Facultad de Ciencias Administrativas te satisface en la preparación de estas habilidades?</b>					
1.-A trabajar en equipo					
2.-A resolver problemas y casos de la especialidad					
3.-A actuar con autonomía e iniciativa					
4.-A tener actitud positiva ante el cambio e innovación.					
5.-A dominar habilidades profesionales practicas					

<b>PLANTA DOCENTE: Mencione en qué medida te encuentras satisfecho</b>	<b>SIEMPRE</b>	<b>CASI</b>	<b>A</b>	<b>RARA</b>	<b>NUNCA</b>
--	----------------	-------------	----------	-------------	--------------



<b>con:</b>		<b>SIEMPRE</b>	<b>VECES</b>	<b>VEZ</b>	
6.- Su responsabilidad respetan los horarios; no faltan a clase sin aviso, etc.					
7.-Dominan los módulos de los cursos que dictan					
8.-Su firmeza para que los alumnos respeten las reglas					
9.-La imagen personal de los docentes es adecuada.					

<b>ASPECTOS ACADÉMICOS: Indica en qué medida te encuentras satisfecho</b>	<b>SIEMPRE</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>A VECES</b>	<b>RARA VEZ</b>	<b>NUNCA</b>
10.- Los conocimientos teóricos adquiridos han facilitado una buena base para la formación permanente					
11.- Las actividades prácticas desarrolladas en los estudiantes reflejan la realidad de los principios y procedimientos usados en la profesión.					
12.- Los conocimientos adquiridos tienen un adecuado equilibrio entre la teoría y la práctica					
13.- Desarrollan y cumplen el contenido de los módulos					
14.- La enseñanza que imparte es de calidad					
15.- Los profesionales demuestran interés por su labor docente.					
16.- Los docentes se actualizan permanente mente.					
17.- Cumplen con un nivel de exigencia académica.					
18.- La metodología de enseñanza es apropiada					
19.- Utilizan un sistema de evaluación de aprendizaje.					
20.- Realizan prácticas pre-profesionales					
21.- La Facultad informa sobre convenios, becas, convalidaciones, conferencias, etc.					

<b>SERVICIO ADMINISTRATIVO</b>	<b>SIEMPRE</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>A VECES</b>	<b>RARA VEZ</b>	<b>NUNCA</b>
22.- Hay eficiencia en el personal administrativo					
23.- El trato del personal administrativo es bueno					
24.- Su responsabilidad: respeta los horarios no faltan.					
25.- Son respetuosos con los estudiantes y demás personas.					

26.-Cumple3n con el trabajo encomendado					
---	--	--	--	--	--

<b>AMBIENTE DE LA UNIVERSIDAD</b>	<b>SIEMPRE</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>A VECES</b>	<b>RARA VEZ</b>	<b>NUNCA</b>
27.- Existe seguridad contra robos y asaltos					
28.- Las aulas tiene el respectivo equipamiento (TV, retroproyector, multimedia, pizarras, cortinas)					
29.- Las aulas tiene iluminación, ventilación suficiente espacio.					
30.- Las baterías higiénicas están equipadas.					
31.- Los espacios deportivos son adecuados para las actividades.					
32.- Las instalaciones en general son adecuadas					
33.- Cumplen con todos los requerimientos para el acceso a todo tipo de personas capacidades especiales.					

<b>BIBLIOTECA</b>	<b>SIEMPRE</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>A VECES</b>	<b>RARA VEZ</b>	<b>NUNCA</b>
34.- El material bibliográfico es actualizado.					
35.- El horario de atención se adapta a las necesidades.					
36.- El trato que brindan los bibliotecarios es adecuado.					
37.- Esta de acuerdo con la rapidez de la atención.					
38.- Las medidas para la reducción de ruidos son buenas.					
39.- El catalogo computarizado es actualizado.					
40.- Las condiciones de préstamos es adecuado					
41.- La disponibilidad de revistas de la especialidad está acorde a las necesidades de los estudiantes.					

<b>CENTROS DE COMPUTO</b>	<b>SIEMPRE</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>A VECES</b>	<b>RARA VEZ</b>	<b>NUNCA</b>
42.- Existe suficiente número de computadoras					
43.- La velocidad y confiabilidad de la computadoras es buena (No se cuelgan ni se malogran a menudo).					
44.- la disponibilidad del software especializado es suficiente.					

45.- Velocidad de internet es adecuada.					
46.- La sala de cómputo brinda las comodidades necesarias.					
47.- El tiempo para el uso de una computadora es suficiente.					

<b>CAFETERIA</b>	<b>SIEMPRE</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>A VECES</b>	<b>RARA VEZ</b>	<b>NUNCA</b>
48.- Higiene					
49.- Atención (Cordialidad, rapidez)					
50.- Valor nutritivo y calidad de la comida en función de los precios.					
51.- Variedad de platos, productos y precios.					

<b>ACTITUDES PERSONALES Y SOCIALES (auto percepción)</b>	<b>SIEMPRE</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>A VECES</b>	<b>RARA VEZ</b>	<b>NUNCA</b>
52.- La seriedad y dedicación con que tomas tus estudios.					
53.- El número de horas que estudias fuera de clase.					
54.- El respeto que muestras por: la puntualidad, la disciplina en clase, la auto exigencia.					
55.- Los representantes estudiantiles como voceros de tus inquietudes.					
56.- La decencia que muestran tú y tus compañeros					
57.- Tu interés por la lectura constante y organizada.					