



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero en  
Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “LAS PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES Y LA RELACIÓN  
CON EL NIVEL DE INSERCIÓN EN EL MERCADO LABORAL DE  
LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE MARKETING Y  
GESTIÓN DE NEGOCIOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS, UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.”**

**AUTOR: LUIS ÁNGEL SALAZAR LÓPEZ**

**TUTOR: Dr. MBA. WALTER JIMÉNEZ S.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Agosto 2014**



## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

Dr. MBA. Walter Jiménez S.

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del Proyecto “Las prácticas pre profesionales y la relación con el nivel de inserción en el mercado laboral de los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato.” presentado por Luis Ángel Salazar López para optar por el título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, CERTIFICO, que dicho proyecto de tesis ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el reglamento de títulos y grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, Julio 30 2014

Dr. MBA. Walter Jiménez S

**TUTOR**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Luis Ángel Salazar López, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto de tesis, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

---

Luis Ángel Salazar López

C.I. 092702231-9

**Autor**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos Profesores Calificadores, aprueban el presente Trabajo de Investigación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f) \_\_\_\_\_

Dra. M. Sc. Zoila López M.

f) \_\_\_\_\_

Ing. MBA. Fernando Silva O.

Ambato, agosto 2014

## **DERECHOS DE AUTOR**

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

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

---

Luis Ángel Salazar López  
C.I. 092702231-9

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco al Doctor Walter Jiménez por sus enseñanzas, incondicional apoyo, tiempo y dedicación que dio en la tutoría de mi investigación.

A cada uno de los docentes y autoridades de mi Facultad de Ciencias Administrativas por los conocimientos transmitidos a lo largo de mi vida universitaria que han hecho de mí un profesional de excelencia.

Finalmente a cada una de las personas que estuvieron siempre a mi lado apoyándome durante la elaboración de este proyecto.

## **DEDICATORIA**

Esta meta realizada se la dedico a Dios, que me permitió culminarla, junto al apoyo incondicional que me ha dado mi esposa Marcela y mi hija María Emilia que supieron entender el poco tiempo que les brindaba por motivos de mis estudios; mi madre Norma, mi padre Ángel que a pesar de la distancia me han guiado con amor y apoyado en las decisiones que he tomado en cada etapa de mi vida; me orgullece también ser el ejemplo para mis hermanos Andrés Miguel y Jennifer Bernarda sin olvidar a mi abuela Laura que con su sencillez y madurez supo confiar en mí.

Luis Ángel Salazar L.

## ÍNDICE GENERAL

|  |      |
|--|------|
| PORTADA.....   | i    |
| APROBACIÓN DEL TUTOR .....                           | ii   |
| DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....                    | iii  |
| APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO..... | iv   |
| DERECHOS DE AUTOR .....                              | v    |
| AGRADECIMIENTO .....                                 | vi   |
| DEDICATORIA.....                                     | vii  |
| ÍNDICE GENERAL .....                                 | viii |
| ÍNDICE DE CUADROS .....                              | xiii |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS .....                             | xiv  |
| ÍNDICE DE TABLAS .....                               | xv   |
| RESUMEN EJECUTIVO .....                              | xvi  |
| INTRODUCCIÓN.....                                    | 1    |
| CAPITULO I.....                                      | 3    |
| 1. EL PROBLEMA.....                                  | 3    |
| 1.1. TEMA.....                                       | 3    |
| 1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....                | 3    |
| 1.2.1 Contextualización .....                        | 3    |
| 1.2.2. Análisis Crítico .....                        | 5    |
| 1.2.3. Prognosis .....                               | 5    |
| 1.2.4. Formulación del Problema.....                 | 6    |
| 1.2.5. Interrogantes .....                           | 6    |
| 1.2.6. Delimitación .....                            | 6    |
| 1.3. JUSTIFICACIÓN.....                              | 7    |
| 1.4. OBJETIVOS .....                                 | 8    |
| 1.4.1. Objetivo General.....                         | 8    |



|  |    |
|--|----|
| 1.4.2.    Objetivos Específicos .....                                    | 9  |
| CAPITULO II .....  | 10 |
| 2.    MARCO TEORICO.....   | 10 |
| 2.1.    ANTECEDENTES .....   | 10 |
| 2.2.    FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....                                   | 13 |
| 2.3.    FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....                                       | 14 |
| 2.4.    CATEGORÍAS FUNDAMENTALES .....                                   | 16 |
| 2.4.1.    Prácticas Pre Profesionales .....                              | 19 |
| 2.4.2.    Mercado Laboral.....   | 22 |
| 2.5.    HIPÓTESIS.....   | 30 |
| 2.6.    VARIABLES .....  | 31 |
| CAPÍTULO III .....   | 32 |
| 3.    METODOLOGÍA .....  | 32 |
| 3.1.    ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN .....                                | 32 |
| 3.2.    MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN .....                                 | 32 |
| 3.3.    TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....                                     | 33 |
| 3.4.    POBLACIÓN Y MUESTRA .....  | 33 |
| 3.5.    OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....                         | 36 |
| 3.5.1.    Variable Independiente – Las Practicas Pre profesionales ..... | 36 |
| 3.5.2.    Variable Dependiente – Inserción en el mercado laboral. ....   | 38 |
| 3.6.    TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....                                    | 41 |
| 3.7.    PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN .....                      | 41 |
| 3.8.    PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN .....                    | 43 |
| CAPÍTULO IV .....  | 44 |
| 4.    ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....                  | 44 |
| 4.1.    CLIENTE EXTERNO:.....  | 44 |
| 4.2.    VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....                                | 65 |
| 4.2.1.    Nivel de Significación .....                                   | 66 |
| 4.2.2.    Zona de Aceptación o Rechazo.....                              | 66 |
| 4.3.    GRADOS DE LIBERTAD Y NIVEL DE SIGNIFICACIÓN .....                | 67 |

|                  |  |    |
|------------------|--|----|
| 4.3.1.           | Nivel de Significación .....                               | 67 |
| 4.3.2.           | Cálculo del $X^2$ .....                                    | 69 |
| 4.3.3.           | Decisión:.....   | 71 |
| CAPÍTULO V ..... |  | 72 |
| 5.               | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....                       | 72 |
| 5.1.             | CONCLUSIONES.....  | 72 |
| 5.2.             | RECOMENDACIONES.....                                       | 73 |
| CAPÍTULO VI..... |  | 75 |
| 6.               | LA PROPUESTA.....  | 75 |
| 6.1.             | DATOS INFORMATIVOS.....                                    | 75 |
| 6.2.             | ANTECEDENTES.....  | 76 |
| 6.3.             | JUSTIFICACIÓN.....   | 77 |
| 6.3.1            | Misión de la Facultad de Ciencias Administrativas.....     | 77 |
| 6.3.2            | Visión de la Facultad de Ciencias Administrativas.....     | 78 |
| 6.4              | OBJETIVOS.....   | 78 |
| 6.4.1            | Objetivo General.....                                      | 78 |
| 6.4.2.           | Objetivos Específicos.....                                 | 78 |
| 6.5.             | ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.....                              | 78 |
| 6.5.1.           | Aspecto Tecnológico.....                                   | 78 |
| 6.5.2.           | Aspecto Organizacional .....                               | 79 |
| 6.5.3.           | Aspecto Económico - Financiero .....                       | 79 |
| 6.6.             | FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....                                | 79 |
| 6.6.1.           | Cartera de Empleo Estudiantil.....                         | 79 |
| 6.6.2.           | La Economía Laboral como Disciplina.....                   | 80 |
| 6.6.3.           | Proceso de Gestión del Talento Humano.....                 | 81 |
| 6.6.4.           | Modelo de desarrollo de Talento Humano.....                | 81 |
| 6.6.4.1.         | Beneficios del Modelo de desarrollo de Talento Humano..... | 81 |
| 6.7.             | DEPARTAMENTO DE LA CARTERA DE EMPLEO ESTUDIANTIL.....      | 82 |
| 6.7.1.           | Etapas filosóficas.....                                    | 82 |
| 6.7.1.1.         | Misión institucional.....                                  | 82 |

|            |   |     |
|------------|---|-----|
| 6.7.1.2.   | Visión institucional.....   | 82  |
| 6.7.1.3.   | Principios institucionales. ....  | 82  |
| 6.7.1.4.   | Políticas institucionales.....  | 83  |
| 6.7.2.     | Etapa analítica.....  | 84  |
| 6.7.2.1.   | Análisis del micro entorno (cadena de valor de Michael Porter) Facultad de Ciencias Administrativas. .... | 84  |
| 6.7.2.1.1. | Actividades Primarias. ....   | 84  |
| 6.7.2.1.2. | Actividades de apoyo.....   | 86  |
| 6.7.2.2.   | Análisis del micro entorno (cadena de valor de Michael Porter) Cartera de Empleo Estudiantil. ....        | 87  |
| 6.7.2.2.1. | Actividades primarias. ....   | 87  |
| 6.7.2.2.2. | Actividades de apoyo.....   | 89  |
| 6.7.2.3.   | Análisis del Macro entorno (Político, Económico, Social, Tecnológico y Ecológico). ....                   | 90  |
| 6.7.2.3.1. | Político.....   | 90  |
| 6.7.2.3.2. | Económico. ....   | 91  |
| 6.7.2.3.3. | Social. ....  | 91  |
| 6.7.2.3.4. | Tecnológico.....  | 92  |
| 6.7.2.3.5. | Ecológico. ....   | 92  |
| 6.7.2.4.   | Matriz de evaluación de factores externos. ....   | 93  |
| 6.7.2.5.   | Matriz de evaluación de factores internos (Facultad de Ciencias Administrativas). ....                    | 95  |
| 6.7.2.6.   | Matriz de evaluación de factores internos (Cartera de Empleo Estudiantil). .                              | 97  |
| 6.7.2.7.   | Establecimiento de estrategias FO, FA, DO, DA. ....   | 100 |
| 6.7.3.     | Etapa operativa. ....   | 102 |
| 6.7.3.1.   | Plan de acción - poa (plan operativo anual: objetivos, estrategias, acciones). 102                        |     |
| 6.7.3.2.   | Indicadores de gestión. ....  | 109 |
| 6.7.4.     | Etapa de acción y control. ....   | 110 |
| 6.7.4.1.   | Personal necesario. ....  | 110 |
| 6.7.4.2.   | Organización estructural. ....  | 110 |

|            |   |     |
|------------|---|-----|
| 6.7.4.2.1. | Organigrama estructural. ....   | 110 |
| 6.7.4.2.2. | Organigrama funcional. ....   | 111 |
| 6.7.4.2.3. | Organigrama posicional. ....  | 112 |
| 6.8.       | MANUAL DE FUNCIONES DE LA UNIDAD DE CARTERA DE EMPLEO ESTUDIANTIL. ....             | 113 |
| 6.9.       | MANUAL DE PROCESOS DE LA UNIDAD DE CARTERA DE EMPLEO ESTUDIANTIL. ....              | 119 |
| 6.10.      | MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA DE LA UNIDAD DE CARTERA DE EMPLEO ESTUDIANTIL. .... | 130 |
| 6.10.1.    | La marca. ....  | 130 |
| 6.10.2.    | Construcción y aplicación. ....   | 131 |
| 6.10.3.    | El color. ....  | 133 |
| 6.10.4.    | Tipografía. ....  | 134 |
| 6.10.5.    | Usos incorrectos. ....  | 134 |
| 6.10.6.    | Papelería. ....   | 135 |
| 6.10.7.    | Terminología. ....  | 136 |
| 6.10.7.1.  | Identidad corporativa. ....   | 136 |
| 6.10.7.2.  | Manual de identidad corporativa. ....   | 136 |
| 6.10.7.3.  | Logotipo o marca. ....  | 136 |
| 6.10.7.4.  | Símbolo o anagrama. ....  | 136 |
| 6.10.7.5.  | Tipografía corporativa. ....  | 136 |
| 6.11.      | ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA. ....  | 136 |
| 6.11.1.    | Presupuesto. ....   | 138 |
| 6.11.2.    | Cronograma. ....  | 140 |
| 6.12.      | PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN Y MONITOREO. ....  | 141 |
|            | BIBLIOGRAFÍA. ....  | 142 |
|            | ANEXOS. ....  | 145 |

## ÍNDICE DE CUADROS

|   |     |
|---|-----|
| Cuadro 1 Practicas Pre profesionales .....                  | 36  |
| Cuadro 2 Inserción en el mercado laboral.....               | 38  |
| Cuadro 3 Recolección de Información .....                   | 41  |
| Cuadro 4 Procesamiento de Información.....                  | 43  |
| Cuadro 5 Establecimiento de estrategias FO, FA, DO, DA..... | 100 |
| Cuadro 6 Plan de acción .....                               | 102 |
| Cuadro 7 Indicadores de gestión. ....                       | 109 |
| Cuadro 8 Cronograma .....                                   | 140 |
| Cuadro 9 previsión de la evaluación y monitoreo .....       | 141 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|   |    |
|---|----|
| Gráfico 1 Género .....  | 45 |
| Gráfico 2 Edad .....  | 46 |
| Gráfico 3 Semestre .....  | 47 |
| Gráfico 4 Situación Laboral .....                                       | 48 |
| Gráfico 5 Conocimientos Científicos .....                               | 49 |
| Gráfico 6 Destrezas y Habilidades Profesionales .....                   | 50 |
| Gráfico 7 Herramientas Administrativas .....                            | 51 |
| Gráfico 8 Conocimientos Prácticos .....                                 | 52 |
| Gráfico 9 Expectativas Empresariales .....                              | 53 |
| Gráfico 10 Principios y Valores .....                                   | 54 |
| Gráfico 11 Conocimientos Complementarios .....                          | 56 |
| Gráfico 12 Satisfacción del Servicio .....                              | 57 |
| Gráfico 13 Competencias Actitudinales .....                             | 58 |
| Gráfico 14 Competencias Aptitudinales .....                             | 59 |
| Gráfico 15 Aprendizaje por Competencias .....                           | 61 |
| Gráfico 16 Las Prácticas Pre Profesionales y la Situación Laboral ..... | 62 |
| Gráfico 17 Cartera de Empleo Estudiantil .....                          | 63 |
| Gráfico 18 Zona de Aceptación y Rechazo .....                           | 70 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 1 Población .....   | 34  |
| Tabla 2 Género .....  | 44  |
| Tabla 3 Edad .....  | 45  |
| Tabla 4 Semestre .....  | 47  |
| Tabla 5 Situación Laboral .....   | 48  |
| Tabla 6 Conocimientos Científicos .....   | 49  |
| Tabla 7 Destrezas y Habilidades Profesionales .....   | 50  |
| Tabla 8 Herramientas Administrativas .....  | 51  |
| Tabla 9 Conocimientos Prácticos .....   | 52  |
| Tabla 10 Expectativas Empresariales .....   | 53  |
| Tabla 11 Principios y Valores .....   | 54  |
| Tabla 12 Conocimientos Complementarios .....  | 55  |
| Tabla 13 Satisfacción del Servicio .....  | 57  |
| Tabla 14 Competencias Actitudinales .....   | 58  |
| Tabla 15 Competencias Aptitudinales .....   | 59  |
| Tabla 16 Aprendizaje por Competencias .....   | 60  |
| Tabla 17 Las Prácticas Pre Profesionales y la Situación Laboral .....                               | 62  |
| Tabla 18 Cartera de Empleo Estudiantil .....  | 63  |
| Tabla 19 Datos para Calcular $X^2$ .....  | 67  |
| Tabla 20 Datos para Calcular $X^2$ .....  | 68  |
| Tabla 21 Cálculo del $X^2$ .....  | 69  |
| Tabla 22 Matriz de evaluación de factores externos .....  | 93  |
| Tabla 23 Matriz de evaluación de factores internos (Facultad de Ciencias Administrativas).<br>..... | 95  |
| Tabla 24 Matriz de evaluación de factores internos (Cartera de Empleo Estudiantil). .....           | 97  |
| Tabla 25 Presupuesto .....  | 138 |
| Tabla 26 Presupuesto de gastos .....  | 139 |

## RESUMEN EJECUTIVO

La idea del presente trabajo de investigación se dio debido a los procesos de la educación superior y la participación en el mercado laboral de los estudiantes, si se definía o no la relación entre la teoría y la práctica, determinando si dentro del sistema económico productivo los ingenieros en mercadotecnia son o no son valorados en las actividades laborales siendo este un limitante del desarrollo profesional.

Sometiendo todos los esfuerzos posibles para lograr que los sectores socio productivos de la zona central del país estén conscientes de los beneficios que lleva tener un profesional de mercadotecnia en sus empresas tanto pública como privada, no obstante de la misma forma tratar de que la teoría y la práctica se unifiquen con el fin de llegar a que los estudiantes sean profesionales capaces de tomar decisiones en cualquier situación laboral.

Se ha llegado al conjugar las teorías que se ha investigado y sabiendo que la teoría no es suficiente para el desarrollo profesional de los estudiantes, se determina según el ceaces que las instituciones de educación superior son responsables de crear los distintos mecanismos que ayuden a la comunidad universitaria en su inserción laboral, de tal manera que el desarrollo del país sea constante y pegado a la realidad nacional territorial.

Por consiguiente se propone crear la unidad de cartera de empleo estudiantil capaz de ayudar a que los estudiantes y el mercado laboral satisfagan sus necesidades ofreciendo profesionales de éxito.

De esta manera concluimos que los estudiantes no deberían ser muy técnicos sino más bien mantener un equilibrio de la teoría y la práctica en sus actividades laborales y estos solo se lograra teniendo un adecuado proceso de prácticas pre profesionales o a su vez estudiantes que se encuentren en una vida laboral activa.

**Palabras claves:** Prácticas Pre profesionales, Mercado Laboral, Universidad Técnica de Ambato, Marketing



## INTRODUCCIÓN

Las prácticas pre profesionales para los estudiantes de las instituciones educativas de tercer nivel son consideradas un mecanismo clave para la interacción de los distintos conocimientos teóricos con la practica laboral, por lo tanto se demuestra que la práctica profesional deberá ser una conjugación de distintos temas académicos encaminados a la realidad empresarial.

Las distintas autoridades de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato están conscientes de las necesidades de los estudiantes en cuanto a la inserción laboral tomando los distintos mecanismos que promuevan talento humano capaz de dar respuestas agiles a los diferentes temas de las áreas específicas de las organizaciones.

Por tal motivo la presente investigación está estructurada en seis capítulos que se los describe a continuación:

En su primer capítulo se encuentra el problema existente, es decir se identifica y se plantea el problema en estudio, realizando un análisis de las causas y efecto 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 y por último se formula los objetivos a alcanzar.

En el segundo capítulo se sustenta a través de marco teórico, en el cual se describe los antecedentes investigados existentes con relación al problema planteado, las bases en que se fundamenta la investigación, el contenido teórico científico y el planteamiento de una respuesta al problema estableciendo la relación entre las dos variables.

El tercer capítulo comprende la metodología del trabajo; incluye los tipos, métodos y técnicas de investigación que se utilizaron para la correlación, procesamiento y análisis de la información, además se determina la muestra y a través de la operacionalización de las

variables se determina las interrogantes del cuestionario que se aplicara en el trabajo de campo

El cuarto capítulo se trata del detalle del análisis y la interpretación de las encuestas realizadas, donde se tabula cada una de las preguntas mediante cuadros estadísticos y en tablas de frecuencia para su mejor interpretación y por ultimo utilizando métodos estadísticos con el fin de llegar a la comprobación de la hipótesis.

En el quinto capítulo se desarrolla las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron luego de haber realizado el estudio respectivo.

Y en el último capítulo se encuentra planteada la propuesta para la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato la cual es la creación de la Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil con sus respectivos análisis de factibilidad y los diferentes procesos para la implementación de igual manera con sus gestiones administrativas, funciones, procesos y la identidad corporativa, sabiendo que de esta forma se lograra el constante crecimiento de los estudiantes y la institución.

## **CAPITULO I**

### **1. EL PROBLEMA**

#### **1.1. TEMA**

Las prácticas pre profesionales y la relación con el nivel de inserción en el mercado laboral de los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato.

#### **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **1.2.1 Contextualización**

Según (UCLA, 2011) se denominan prácticas pre profesionales Comprenden un conjunto de actividades de carácter teórico – práctico, realizadas por el estudiante en un ente público, privado o no gubernamental, a fin de aplicar y complementar los conocimientos en su campo específico de trabajo, colaborar en la solución de problemas y adquirir experiencias laborales..

En el **Ecuador** según el Art. 353 de la Constitución de la República del Ecuador establece que: "el sistema de educación superior se regirá por: un organismo público de planificación, regulación y coordinación interna del sistema y de la relación entre sus distintos actores con la Función Ejecutiva; Un organismo público técnico de acreditación y aseguramiento de la calidad de instituciones, carreras y programas, que no podrá conformarse por representantes de las instituciones objeto de regulación “ (CES, 2008).

En la **Universidad Técnica de Ambato** según la Ley Orgánica de Educación Superior Art. 87.Requisitos previos a la obtención del título.

Como requisito previo a la obtención del título, los y las estudiantes deberán acreditar servicios a la comunidad mediante prácticas o pasantías pre profesionales debidamente monitoreadas. En los campos de su especialidad, de conformidad con los lineamientos generales definidos por el Consejo de Educación Superior.

Dichas actividades se realizarán en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas e instituciones públicas y privadas relacionadas con la respectiva especialidad (LOES, 2010).

En la **Carrera de Marketing y Gestión de Negocios** según el instructivo las practicas pre profesionales (FCA)

DE LOS ESTUDIANTES:

2.1 Cumplir obligatoriamente con la actividad de Prácticas Pre profesionales, previo a ser declarados legalmente Egresados de la Carrera respectiva.

2.2 Cumplir un mínimo de 300 horas de actividad de Prácticas Pre profesionales.

2.3 Para realizar las Prácticas pre profesionales deberá presentar al Coordinador de Carrera una solicitud con derecho de todo trámite y la Carta de Compromiso firmada por el representante de la Institución donde va a realizar las prácticas.

2.4 Podrán realizar las Prácticas pre profesionales los estudiantes matriculados desde el séptimo hasta el décimo semestre.

2.5 Presentar un Informe Técnico para su aprobación, al final de la realización de las Prácticas pre profesionales, con el siguiente formato

### **1.2.2. Análisis Crítico**

El problema del desarrollo de las prácticas pre profesionales de los estudiantes de la carrera de marketing y gestión de negocios se da por la limitada información que se presenta en las pocas fuentes existentes, escasa información en las páginas web lo que amerita el desconocimiento de las empresas en el sector que sin tener el comprometimiento de las mismas por motivo de los altos niveles de fuga de información, deficientes convenios institucionales a esto acompaña las limitadas empresas con departamentos de marketing por el desconocimiento de los beneficios de la materia además con el conocimiento de la falta de innovación departamental de las industrias.

Las consecuencias de todo esto son las limitadas competencias de los estudiantes, altos niveles de desempleo, poco desarrollo de la teoría a la práctica, Estudiantes con baja autoestima , una Imagen negativa de la Carrera seguirse manteniendo el problema de las practicas pre profesionales te mantendrá los altos niveles de desempleo de los estudiantes debido a las limitadas competencias por no tener un desarrollo de las habilidades de manera teórica practica por medio de las empresas destacando la unidad cognoscitiva de las cátedras dictadas en clases acompañado de una autoestima baja, dará como resultado la imagen negativa de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios, además se tendrá como resultado un delimitado nivel de inserción laboral que será un efecto devastador, por los estudiantes que no confiaran en su institución de Marketing y Gestión de Negocios, por lo tanto como un efecto más representativo es la delimita inserción laboral.

### **1.2.3. Prognosis**

De seguirse manteniendo el problema de las practicas pre profesionales te mantendrá los altos niveles de desempleo de los estudiantes debido a las limitadas competencias por no tener un desarrollo de las habilidades de manera teórica practica por medio de las empresas destacando la unidad cognoscitiva de las cátedras dictadas en clases acompañado de una autoestima baja, dará como resultado la imagen negativa de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios, además se tendrá como resultado un delimitado nivel de inserción laboral que será un efecto devastador, por los estudiantes que no confiaran en su institución.

#### **1.2.4. Formulación del Problema**

¿Cómo las prácticas pre profesional influyen con el nivel de inserción en el mercado laboral de los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato?

#### **1.2.5. Interrogantes**

¿Qué tan importantes son las prácticas pre profesionales en los estudiantes universitarios?

¿Qué grado de inserción laboral tienen los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato?

¿Será necesario proponer el diseño de una alternativa de la solución del problema investigado?

#### **1.2.6. Delimitación**

##### **Por Contenido**

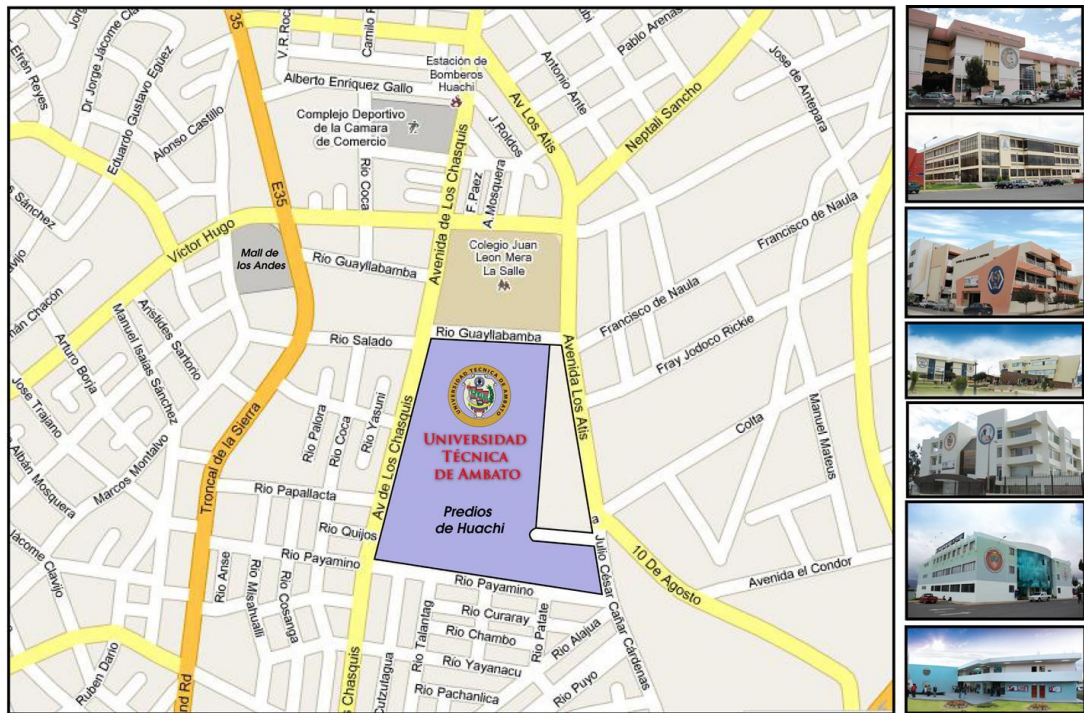
**Campo:** Administración

**Área:** Inserción Laboral de estudiantes de la carrera de Marketing

**Aspecto:** Prácticas pre profesionales

##### **Delimitación Espacial**

La presente investigación se realizará en la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato ubicada en la avenida los Chasquis entre las calles Rio Guayllabamba y Rio Payamino en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.



**Ciudadela Universitaria - Predios de Huachi**

**Delimitación Temporal**

Se realizará la presente investigación en el período del mes de septiembre del año 2013 al mes de febrero del año 2014.

**Unidades de Observación**

La investigación será aplicada a estudiantes y autoridades académicas.

**1.3. JUSTIFICACIÓN**

Las prácticas pre profesionales son fundamentales por el proceso que posibilita al estudiante a delimitar su orientación profesional acorde a su formación académica, poner en práctica los métodos investigativos y tener una oportunidad de trabajo.

En la actualidad la demanda de las empresas y la competitividad entre los estudiantes se vuelve cada vez más agresiva en el mercado laboral siendo de esta manera la forma de obtener un espacio en la vida profesional, para poder conseguirlo son necesarios los conocimientos teóricos y prácticos de las necesidades que las empresas desean satisfacer, de esta manera tener profesionales que puedan tomar decisiones en base a las destrezas y

habilidades aprendidas en las practicas pre profesionales que se realizan en empresas legalmente constituidas.

Las universidades como responsables de instruir conocimientos por medio de las cátedra dictadas a lo largo de los periodos académicos, también son responsables de aspectos legales a cumplir por la ley orgánica de educación superior del Ecuador en relación a las practicas pre profesionales, cuantos y como los estudiantes se desenvuelven en la vida laboral, esto dará la como resultado la imagen de la universidad con el número de profesionales que están dentro de las empresas de las distintas industrias.

Por lo tanto las practicas pre profesionales son importantes para los estudiantes y las universidades, por tal razón es prescindible proponer estrategias de parte de las universidades con el fin de mejorar las competencia teórica práctica de los estudiantes.

La manera más factible de generar que los estudiantes conozcan y generen ideas en las empresas es fomentando un sistema de apoyo entre las instituciones educativas, estudiantes e industrias para que se comprometan a explotar el conocimiento, habilidades y destrezas de los estudiantes.

Los beneficiados de este proyecto serán los estudiantes por la conjugación de los conocimientos empíricos y científicos que los harán más competentes, las universidades por forjar la credibilidad de la sociedad y las industrias para saber que los futuros profesionales serán capaces de ejercer funciones empresariales.

De tal manera promover las exigencias de las prácticas pre profesionales es el método más congruente de conseguir un puestos en el mercado laboral para los estudiantes, como las unidades educativas son regidas por lo legal y emotivo con el fin de sentirse comprometidos con los estuantes para su superación a lo largo de la vida profesional.

## **1.4. OBJETIVOS**

### **1.4.1. Objetivo General**

Determinar de qué manera las practicas pre profesional se relacionan con el nivel de inserción en el mercado laboral de los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato.



#### **1.4.2. Objetivos Específicos**

1. Diagnosticar qué tan importantes son las prácticas pre profesionales en los estudiantes universitarios.
2. Analizar el grado de inserción laboral tienen los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato.
3. Proponer el diseño de un modelo de gestión que permita dar solución a la problemática identificada.

## **CAPITULO II**

### **2. MARCO TEORICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES**

Propuesta metodológica para la práctica pre profesional en la asignatura de práctica forense ministerial de la licenciatura en derecho de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Área académica de Ciencias de la Educación (Soni, 2004).

Objetivos:

- Analizar la teoría para fundamentar la propuesta metodológica que sustente la relación entre la teoría y la práctica.
- Diagnosticar la situación actual de la práctica pre profesional de la asignatura de práctica forense ministerial de la licenciatura en derecho del instituto de ciencias sociales y humanidades de la UAEH.
- Validar la propuesta metodológica curricular para la realización de la práctica pre profesional para la asignatura de práctica forense ministerial de la licenciatura en derecho del instituto de ciencias sociales y humanidades de la UAEH

Conclusiones:

- Incorporar elementos de índole pedagógicos en el programa de estudios de la asignatura de práctica forense ministerial para que, permitan al docente fortalecer el vínculo teoría-práctica.
- La elaboración de la metodología para la práctica pre profesional en escenario real, de la asignatura de práctica forense ministerial en quinto semestre de la licenciatura de derecho, para orientar el seguimiento sistemático en la formación a profundidad de las competencias de la profesión.
- Los maestros de la asignatura de práctica forense ministerial deban trasladarse con los alumnos a las diferentes instituciones jurídicas para que sean los conductores del proceso de aprendizaje y en situ dar retroalimentación al proceso y desarrollo de habilidades de acuerdo al perfil de egreso universitario.

Información asimétrica en el mercado laboral: efectos del salario de eficiencia y el desempleo sobre la industria manufacturera, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Economía (Peña, 2011).

Objetivos:

General:

- Esta investigación presenta como objetivo general analizar el mercado laboral de la industria manufacturera, a través de la teoría de los salarios de eficiencia. Como explica este marco teórico, dado a las asimetrías de información entre la firma y el trabajador, existen mayores niveles salariales y de desempleo, que desencadenan en mayores niveles de producción. El estudio pretende determinar si existe esta relación para la rama manufacturera del Ecuador.

Específicos:

- Establecer si incrementos en el salario de eficiencia incurren en aumentos en el nivel de producción de la industria manufacturera.
- Establecer si incrementos en la tasa de desempleo incurren en aumentos en el nivel de producción de la industria manufacturera.

Conclusiones:

Al realizar pruebas de exclusión de los distintos factores de producción, se determinó que la variable de la tasa de desempleo podría no incluirse en la aproximación translogarítmica de la función de producción. Pero, debido a que se debía analizar los efectos de esta variable sobre la producción en este estudio, al incorporar el nivel de desempleo en el proceso productivo, se obtuvo una elasticidad positiva. Aunque mayores niveles de desempleo incidirían en un incremento en la producción, la persistencia de la desocupación en el mercado laboral de la industria manufacturera no sería una consecuencia de la información asimétrica en esta actividad.

Por el contrario, la elasticidad de producto del empleo presentó valores negativos para el modelo de Solow y el modelo Shapiro y Stiglitz. Para este último modelo, ante el aumento de 1% en la fuerza laboral de la industria manufacturera, el producto disminuyó en 0,43%, manteniendo el resto de insumos fijos. Esto permite interpretar que la industria manufacturera no tiene la capacidad para contratar más trabajadores. Una de las problemáticas de la economía ecuatoriana radica en que esta no tiene la capacidad para generar empleo, lo que se traduce en tasas de subempleo, informalidad y migración altas. Según los resultados encontrados en este estudio, la industria manufacturera no estaría excluida de esta aseveración.

Incrementos en las tasa de desempleo de la industria manufacturera, como resultado del salario de eficiencia y la información asimétrica, resulta en un aumento del nivel de producción de los trabajadores de la industria.

Factores determinantes para la inserción y distintas formas de participación en el mercado laboral Gallego, Universidad de Coruña, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (Sello, 2010).

Objetivos:

- Nuestro primer objetivo es el estudio del mercado de trabajo en general. En segundo lugar nos interesa conocer cuáles son los factores por los cuales una persona intenta acceder al mercado de trabajo, y por tanto, realiza el paso de la inactividad a la actividad.

Conclusiones:

- La finalidad de este último capítulo es efectuar una valoración del objeto de estudio de esta tesis doctoral. De este modo podremos determinar, por un lado, si hemos logrado los objetivos planteados al inicio de este trabajo, y por otro lado, cuáles son las aportaciones de esta tesis al estudio del mercado laboral.
- Todos nuestros resultados y conclusiones van a referirse a esta Comunidad, aunque en muchas ocasiones podrían generalizarse a un ámbito mayor.
- Creemos que los resultados aquí obtenidos apenas se modifican en un entorno temporal no muy lejano y siempre que el ciclo económico sea estable. En este sentido, también nos hemos referido en distintos momentos a épocas de crisis como la que estamos sufriendo, y hemos contemplado de qué manera repercute ésta en determinados parámetros del ámbito laboral.

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

El presente proyecto de investigación se identifica con el paradigma crítico propositivo.

En la actualidad el entorno ha sufrido diferentes cambios de manera constante, la importancia del proceso de mejora continua en el nivel educativo es una forma de anticiparse a los cambios que puedan ocurrir; el uso de esta herramienta nos permite plantear estrategias, las mismas que ayudarán al crecimiento de la carrera en el mercado laboral. Para desarrollar una apropiada investigación es imprescindible involucrarse con los hechos y acontecimientos que vive la empresa día a día, además todos los colaboradores de la organización deben mantenerse alerta a las posibles dificultades, procurando anticiparse a las demandas del cliente.

Los factores primordiales para que una carrera consiga consolidarse en el mercado laboral, son los principios y valores que proyectan cada uno de los miembros de una entidad, puesto que los estudiantes deben ser tratados con mucho respeto, honestidad, responsabilidad, amabilidad, cortesía y demás valores.

Es importante establecer que las variaciones a las que está sujeta la investigación serán únicamente para mejorar poco a poco lo antes investigado, y poder interpretar de manera más precisa los resultados que se obtendrán, por esta razón se utilizará el método dialéctico.

### **2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

La ejecución de la presente investigación se fundamenta en la Ley Orgánica de Educación Superior

Consejo De Educación Superior, Resolución No. RPC-S0-04-NQ019-2012

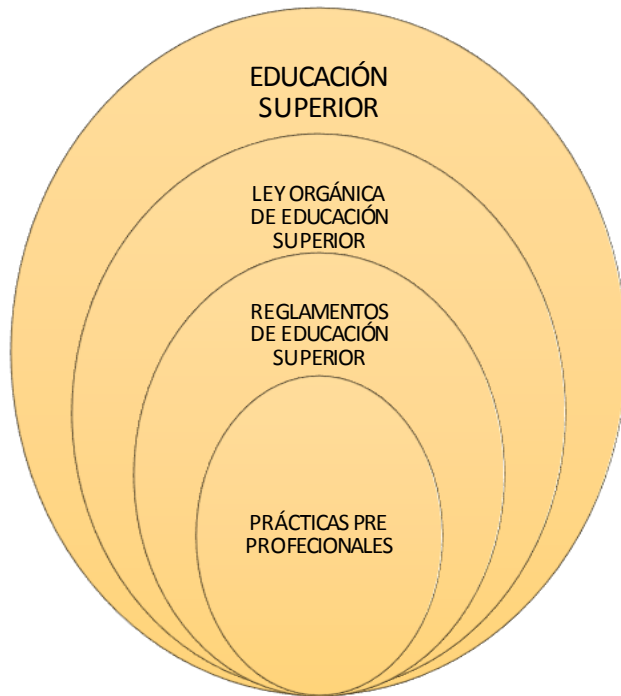
Considerando:

- El Art. 353 de la Constitución de la República del Ecuador establece que: "el sistema de educación superior se regirá por: un organismo público de planificación, regulación y coordinación interna del sistema y de la relación entre sus distintos actores con la Función Ejecutiva; Un organismo público técnico de acreditación y aseguramiento de la calidad de instituciones, carreras y programas, que no podrá conformarse por representantes de las instituciones objeto de regulación"
- La Ley Orgánica de Educación Superior establece en su Art. 87 inciso primero que: "como requisito previa a la obtención del título profesional, los y las estudiantes deberán acreditar servicios a la comunidad mediante prácticas o pasantías pre profesionales, debidamente monitoreadas, en los campos de especialidad, de conformidad con los lineamientos generales definidos por el Consejo de Educación Superior".
- El Código Orgánico de la Función Judicial en la Décima Primera Disposición Transitoria, en el primer párrafo establece que: "el Consejo de la judicatura dictara, en coordinación con el Consejo de Educación Superior, el reglamento para regular y evaluar las practicas pre profesionales obligatorias para las y los estudiantes que estén cursando los dos últimos años de estudio de tercer nivel de derecho o ciencias jurídicas, y para las y los egresados en esta carrera, en el plazo de 90 días, contados desde la entrada en vigencia de esta reforma ... "

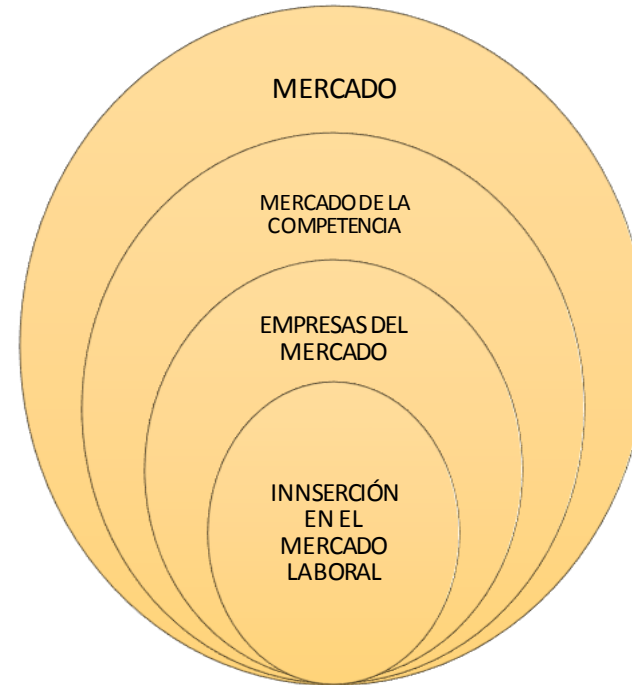
Resuelve:

- Art. 1.- Remitir al Consejo de la Judicatura, el proyecto de "Reglamento para Practicas pre profesionales para las egresadas y los egresados de las Facultades de jurisprudencia, Derecho y Ciencias jurídicas"; elaborado conforme lo señalado la Disposición Transitoria Decima Primera del Código Orgánico de la Función Judicial.
- Art. 2.- Solicitar al Consejo de la Judicatura, mantener un trabajo coordinado con este organismo, pues en forma posterior a la entrada en vigencia del "Reglamento para Practicas pre Profesionales para las egresadas y los egresados. De las Facultades de jurisprudencia, Derecho y Ciencias jurídicas", el Consejo de Educación Superior, en usa de sus atribuciones legales, emitirá normativas en materia de educación superior, que pudieran perfeccionar su contenido y viabilizar su efectiva aplicación.

## 2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

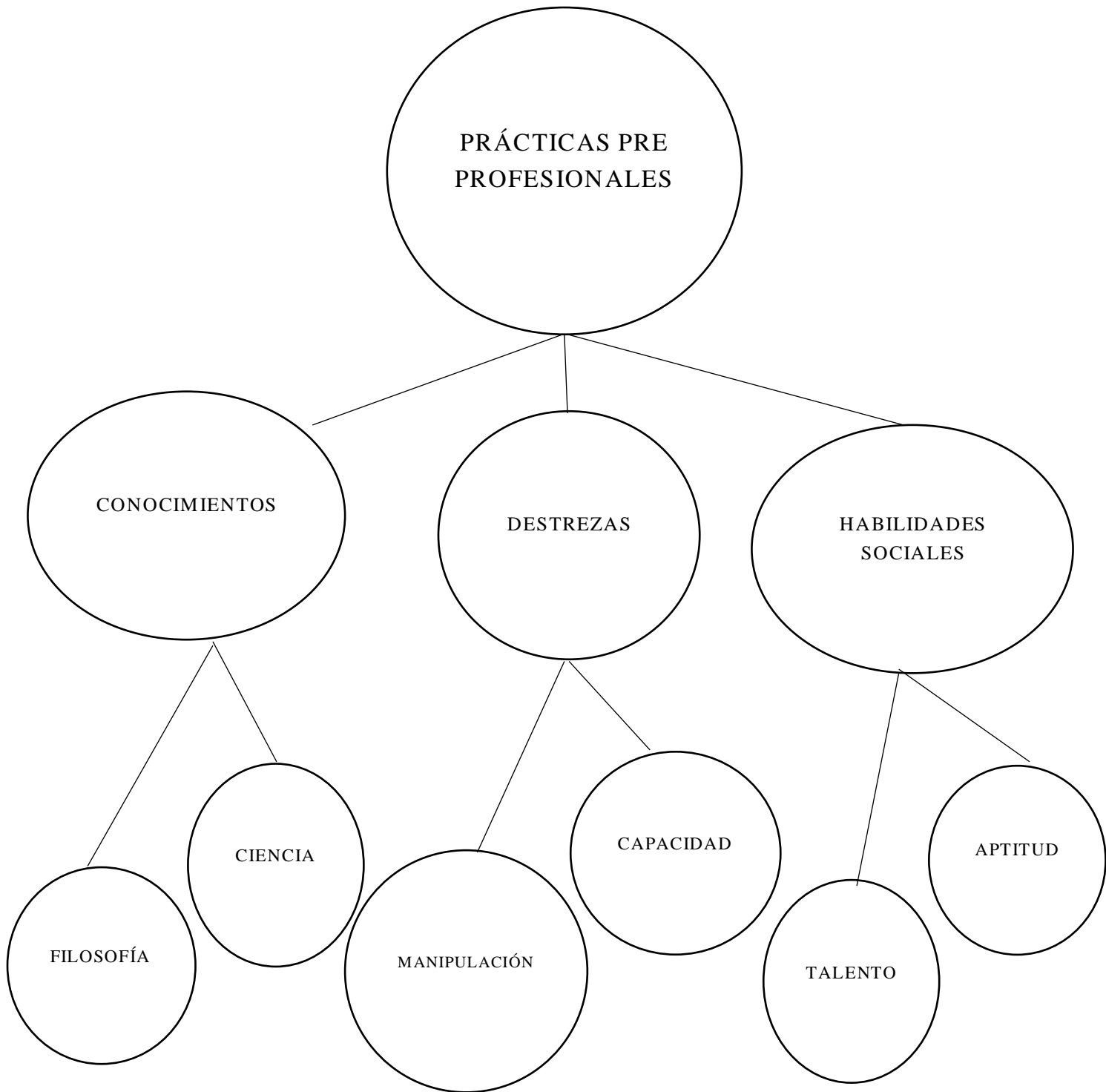


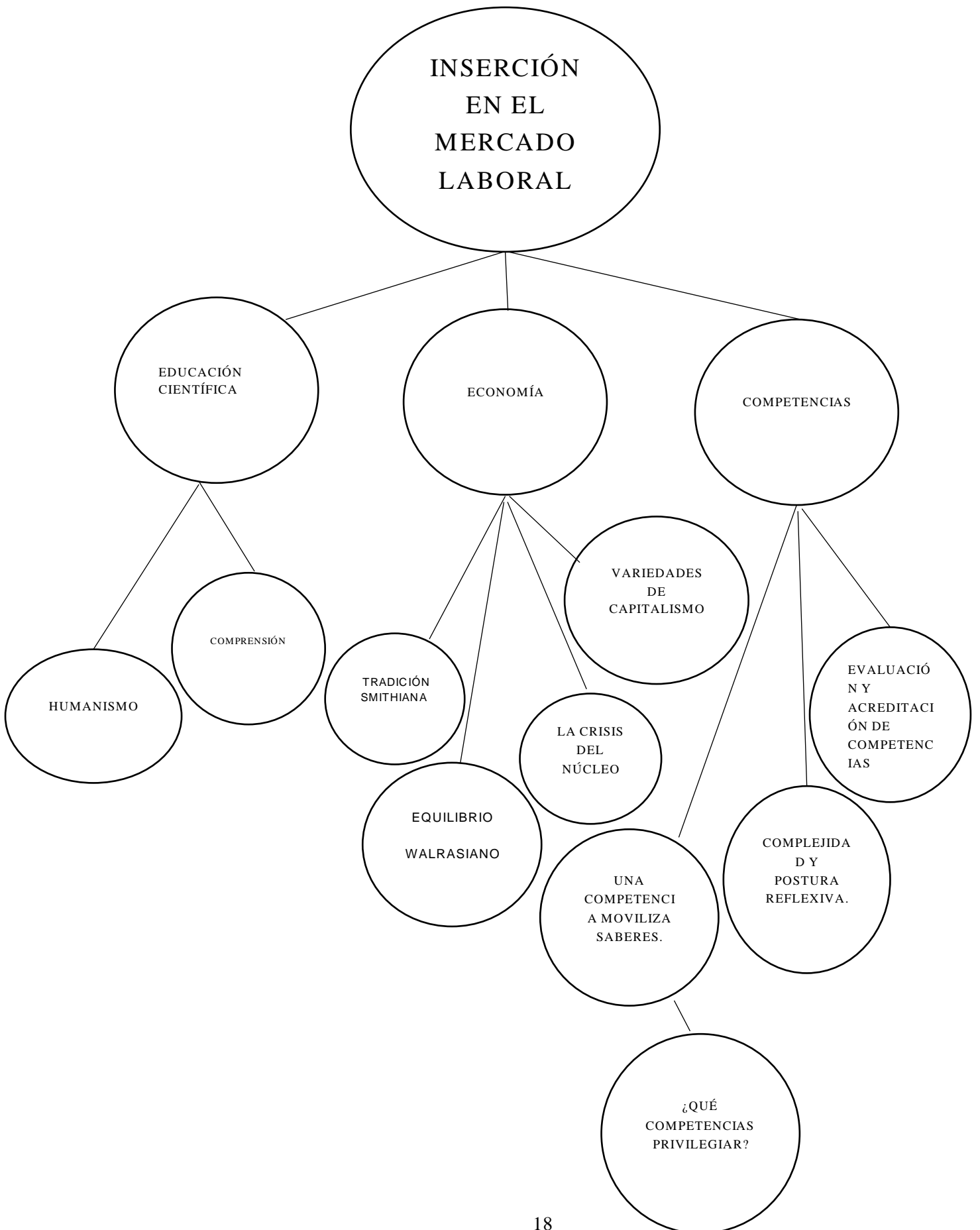
X= Práctica pre profesionales



Y= Inserción en el mercado laboral







### **2.4.1. Prácticas Pre Profesionales**

#### **Educación:**

Se presenta como una herramienta cultural que sirve para formar a las personas para que puedan contribuir y dominar y a mejorar el progreso material y espiritual del individuo y la sociedad (Tourriñan, 2002)

#### **Prácticas pre profesional:**

Según se denominan prácticas pre profesionales Comprenden un conjunto de actividades de carácter teórico – práctico, realizadas por el estudiante en un ente público, privado o no gubernamental, a fin de aplicar y complementar los conocimientos en su campo específico de trabajo, colaborar en la solución de problemas y adquirir experiencias laborales. (UCLA, 2011).

#### **Conocimiento:**

Es el resultados de procesos en los que interviene de manera decisiva la mente humana, pero es igualmente claro que a los resultados que se llegan son esencialmente públicos propiedad de todos y lógicamente independientes de los procesos internos con ellos asociados. (Tomasini, 2001)

- **Filosofía:** Es una observación común la de que el verdadero conocimiento de las cosas solo se logra con la experiencia del su frecuente trato cuando hemos llegado a adquirir con ellas una cierta connaturalidad, por la que efectiva y propiamente se realiza su personal asimilación. (Millan, 1955)
- **Ciencia:** Es la aplicación de las leyes naturales del entendimiento humano al desarrollo de cada entendimiento o razón individual: o de otro modo, es el estudio del orden en el que se han de comunicar los conocimientos, fundado en las leyes de la razón. (Hostos, 1991)

#### **Destrezas:**

Una acción determinada, en general asociado a la fuerza física o a los trabajos manuales. Puede complementarse, pero a su vez se diferencian, con el concepto de “aptitud” puesto que esta última palabra, tiende a referir a destacadas condiciones

actitudinales e intelectuales de una persona, mientras que la destreza refiere a habilidades físicas, tal como serían los trabajos de manufactura.

Una persona puede ser reconocida por poseer una o más destrezas, aunque siempre se destacará por alguna en particular. Por ejemplo, un niño puede destacarse por su destreza para jugar al fútbol, mientras que otro joven puede ser reconocido por su destreza en labores de tallado de madera. La destreza no sólo es el manejo de alguna parte del cuerpo para realizar una actividad, sino también la coordinación cerebro-cuerpo, y el correcto manejo de herramientas para desarrollar la actividad. (Martín Peris, 2004)

- **Capacidad:** es el poder de la aptitud de hacer una cosa. Es una actividad que se ejerce. Por lo tanto la capacidad se demuestra cuando se aplica sobre los contenidos los conocimientos antes aprendidos. (Roegiers, 2000)
- **Manipulación:** Término que proviene del latín manipulus y que refiere, en su sentido técnico, a la acción de operar con las manos o con cualquier instrumento una cosa o un objeto. Podemos encontrar la utilización de este concepto en múltiples disciplinas, tanto en las ciencias naturales para referirse a la modificación de algún componente intencional con ciertos fines biológicos, o en las ciencias sociales, con la intervención de ciertos mecanismos hábiles e influyentes para lograr determinados objetivos de conducta en una sociedad.

Este término también suele utilizarse con gran frecuencia para denominar a las personas manejadoras de su entorno: generalmente un manipulador no respeta las decisiones ajenas y toma atajos para lograr sus cometidos. Mediante la ridiculización, la culpa o la mentira, puede tejer una serie de acontecimientos que lo posicionen en un lugar de superioridad y de control de la situación para salir victorioso frente a los demás. (Varela, 1999)

### **Habilidades Sociales:**

El estudio de las habilidades de interacción social (HHSS) ha cobrado auge en las últimas décadas (Ballester & Gil LLario, 2002; Gil & León Rubio, 1998; Monjas Casares, 2000). Se han generado numerosas investigaciones y sobre la base de dichos resultados, se han diseñado variados programas de intervención para aumentar la

competencia social o las habilidades sociales, que son algunas de las denominaciones con las que se las identifica.

El interés por el tema se vincula al hecho indiscutible de que los sujetos pasan gran parte de su tiempo con otros, en interacción. Esta necesidad de vínculos interpersonales se asocia al hecho de que las relaciones sociales positivas son una de las mayores fuentes de satisfacción y bienestar personal. Tal como señalan Ballester & Gil Llarrio

Las habilidades sociales en la adolescencia temprana: perspectivas desde la Psicología Positiva (2002), la competencia social proporciona sentimientos de autoeficacia que constituye un ingrediente fundamental de la autoestima. Ser reconocido y aceptado por otro produce un impacto favorable en la autoestima, y ello refuerza la satisfacción vital. (González)

- **Talento:** En el sentido más práctico, el talento es un recurso escaso localizado en las personas que cuentan con la capacidad de obtener resultados que den valor a la empresa en un determinado entorno, ya que cuentan con un conjunto de aptitudes o destrezas sobresalientes respecto de un grupo para realizar una tarea determinada de forma exitosa.

Otros autores dan una definición matemática de lo que es talento, presentando una fórmula como suma capital intelectual, más el emocional; aportando ambos en su conjunto, un valor añadido a la organización (Coronado Castillo, 2009).

- **Aptitud:** Está más relacionado con la mayor o la menor facilidad que tenemos para rendir en las diferentes habilidades y se la presupone una componente genética. Por lo tanto en contraposición con la definición de habilidad, se puede acotar el concepto aptitud con las palabras claves equivalentes:

- Favorece el rendimiento de diferentes habilidades.
- Es una característica personal diferenciada.
- Se la presupone una componente genética.
- Se adapta mediante entrenamiento.

Por lo tanto, la aptitud puede incidir en el aprendizaje/rendimiento de múltiples habilidades. Para cada actividad humana es posible identificar las aptitudes que favorecen su competencia en esa actividad (inteligencia, carácter, fuerza, resistencia, etc.) (Riera, 2005).

## **2.4.2. Mercado Laboral**

### **Mercado**

Según la A.M.A lugar o área donde se desenvuelven los compradores y vendedores y también el conjunto de posibles compradores y vendedores de productos y servicios (Ribas, 1982).

### **Mercado de la competencia**

Es la parte del mercado total que denomina la competencia (Ribas, 1982).

### **Mercado Laboral**

Generalmente, los estudios de mercado de trabajo relacionados con la educación se orientan hacia la elaboración de un perfil profesional basado en las exigencias mínimas planteadas a los profesionales para su ejercicio en una realidad específica, ya que en casi todos los casos se considera que la educación es la clave para mantener o recuperar el progreso económico y la competitividad.

En este sentido, los países desarrollados no pueden competir con los países en desarrollo en lo que respecta a los salarios sin proceder a una drástica degradación de los ingresos y las condiciones de trabajo. Dado que lo anterior no es posible, se sostiene que los países desarrollados deben tratar de lograr una productividad mucho mayor, que corresponda a las remuneraciones elevadas que tienen los trabajadores y al mismo tiempo se aseguren precios y productos competitivos, pero esa estrategia requiere una mayor inversión tecnológica, la modernización de las estructuras organizativas y una concentración en los productos que requieren una fuerza de trabajo flexible y altamente capacitada, por lo que un elemento esencial para lograr lo anterior es el diseño de una estrategia educativa de apoyo tanto en el sistema escolar como en la formación en el trabajo a cargo de las empresas (Rios, 2006).

### **Educación científica:**

En los últimos años se viene reclamando insistentemente una educación científica con una orientación más humanista –véase, por ejemplo, una reciente y extensa revisión de la investigación sobre este tema en Aikenhead (2003b) –, basada en la necesidad de

desarrollar una comprensión pública de la ciencia y la tecnología que permita la aproximación entre las dos culturas –la de “ciencias” y la de “letras”. Esta comprensión de la ciencia por la ciudadanía tiene principalmente el propósito de que las personas puedan participar democráticamente en la evaluación y la toma de decisiones sobre asuntos de interés social relacionados con la ciencia y la tecnología (Díaz, 2004).

- **Humanismo:** La mejor definición del humanismo, por clara y contundente, es la célebre frase de Pico della Mirandola según la cual el hombre es el “magnum miraculum”.

Estamos ante un ser que se compara y se contrasta así mismo con todos los demás que conoce y se descubre, a la vez, inferior en algunos aspectos e inmensamente superior en aquellos que estima más importante. Es un ser que cuya existencia lo sorprende y lo deslumbra y que puede definirse a sí mismo como la corona de la creación (Giusti, 2000).

**Comprensión:** el conocimiento -en los niveles filosóficos, técnico y sociológico- con el propósito de mostrar que la negación y la subversión del ser actual de las comunicaciones sociales, y su racionalidad y justicia futuras, pasan por la posibilidad previa de fundar una teoría crítica de las comunicaciones (Pasquali, 1990).

### **Economía:**

El hombre se sitúa científicamente frente a la actividad económica y trata de estructurar un conjunto de proyecciones objetivas referente a lo económico. Construye la ciencia de la economía con la finalidad de resolver racionalmente los problemas económicos. Por eso, la economía apareció en sus principios hace dos siglos, con la economía política es decir, la economía debe resolver los temas económicos que surgen como consecuencia de la política (Lindon, 1998).

Según (Lozano, 1999) En general hay dos formas de entender las economías de mercado. La primera es a través del modelo mecanicista del equilibrio general walrasiano, y la segunda es el modelo de interacción social que rescata la tradición smithiana. Las diferencias entre ambas perspectivas son claras. En el modelo walrasiano el problema central es la asignación eficiente de recursos para satisfacer necesidades.

La satisfacción de estas necesidades se entiende como el logro de un fin que debe ser alcanzado por todo individuo. Este fin es la optimalidad paretiana. El mecanismo que sirve como medio para que todos los individuos lleguen a él es el sistema de precios. En este sentido el mercado se entiende como un medio que garantiza la coordinación de las actividades individuales para la realización de ese fin, el mecanismo de precios ofrece la información necesaria para el beneficio de toda la sociedad. A la larga el problema económico se reduce a un asunto de disponibilidad de información para el cálculo de todos los individuos.

De otro lado, el proceso de interacción social requiere de un contexto de reglamentación para que los agentes logren los fines que ellos mismos establecen. En este sentido el mercado no es un medio para alcanzar ningún fin particular sino un contexto de organización que media para la consecución de fines disímiles auto determinados por los individuos. Los intercambios expresan la realización voluntaria de estos fines, para la cual se requiere de una reglamentación legal y política, y también de un sustento ético central que garantice la cooperación. Pero en este caso no hay un objetivo básico impuesto en el análisis que justifique la coordinación informativa del mercado, como en el modelo walrasiano. El mercado se entiende como un sistema institucionalizado de intercambio de derechos de propiedad.

- **La crisis del núcleo:** La elección teórica realizada entre los años treinta y cuarenta definió a la economía como la ciencia de la asignación y generó una bifurcación en el pensamiento económico tradicional entre sistemas teóricos y el mundo real que estos sistemas supuestamente debían representar. Pero esta no fue la única consecuencia de esta elección. La obsesión con la formalización walrasiana tuvo un impacto muy fuerte en la profesión, ya que la importancia del “rigor” matemático constituyó el criterio de validación teórica más importante, dejando a un lado la discusión acerca de su utilidad social o la posibilidad de validar empíricamente sus principales conclusiones.

Teniendo en cuenta lo anterior, cuando hablamos de la crisis del núcleo de la teoría económica estamos haciendo referencia a, en primer lugar, las dificultades por las que ha atravesado la teoría del equilibrio general (TEG), tanto para mostrar su utilidad como para demostrar su coherencia teórica. No se trata solamente de reconocer las dificultades formales por las que ha atravesado el



programa para mostrar la existencia, unicidad y estabilidad del equilibrio sino de reconocer la inutilidad del modelo de competencia perfecta. Algunos problemas de coherencia han surgido ante la imposibilidad de fundar las proposiciones de la teoría en los supuestos básicos planteados como punto de partida.

Parte de esta incoherencia puede entenderse por la exclusión de toda institucionalidad en su punto de partida, al considerar una sociedad de individuos aislados como supuesto básico de todas las proposiciones tradicionales (Lozano, 1999).

- **Equilibrio Walrasiano:** El modelo determina simultáneamente las cantidades y precio de equilibrio en cada uno de los mercados. Para conseguirlos el analista necesita los tipos de datos: (1) dotación de factores productivos (trabajo, tierra y capital), (2) tecnología, (3) preferencia de los individuos. A partir de estos datos se genera funciones de oferta y demanda en donde sale un vector de precios capaz de asegurar el pleno empleo de todos los factores y la venta de todos los bienes producidos con esos factores. Para ilustrar el funcionamiento del modelo. Walras imagina un subastador que va cantando precios. En vista de los resultados esta ira cambiando las propuestas hasta que desaparezcan los excesos de oferta y demanda y se consiga el vaciamiento de todos los mercados incluido claro está el mercado de trabajo (Roca, 1996).
- **Tradición Smithiana:** Al empezar el siglo XIX, las opiniones y doctrinas de Adam Smith habían arrasado en la opinión europea, aunque apenas se habían encarnado en las instituciones políticas. Incluso en Francia, como se verá en el segundo tomo de esta serie, la aproximación al valor de la escasez-utilidad subjetiva pre-smithiana, así como el énfasis en el empresario en el mercado, continuaron siendo prominentes, pero solo bajo el disfraz de una proclamada devoción por Adam Smith como fundador de la teoría económica y la política de libre mercado. En manos de James Mill y Ricardo en Inglaterra, de J.B. Say en Francia y a lo largo de todo el continente, Adam Smith sería tratado como la encarnación de la nueva disciplina de la “economía política”.  
Había ventajas, pero probablemente mayores desventajas en este dominio smithiano del pensamiento económico después de la década de 1790. Por un lado, significaba al menos un moderado aprecio de cualquier devoción por la

libertad de comercio en el interior y el exterior. Más claramente, significaba una buena comprensión y una férrea aceptación de las virtudes del ahorro y la inversión y un rechazo a aceptar las preocupaciones pre-keynesianas acerca del “atesormiento” o el infraconsumo. Además, esta aceptación a lo que Schumpeter llama la opinión de Turgot-Smith del ahorro y la inversión también significaba una oposición decidida a planes fuertemente inflacionistas de expansión del dinero y del crédito.

Por otro lado, hubo costes funestos para el pensamiento económico en esta invasión smithiana. Incluso en el frente monetario, Smith había ido contra sus colegas del siglo XVIII al adoptar aspectos cruciales de la doctrina inflacionista de John Law, en particular alabando la expansión del crédito bancario y el dinero dentro de un marco de patrón metálico. De esta forma, Smith abrió el camino a posteriores justificaciones del Banco de Inglaterra y su generación de expansión del crédito (Rothbard, 2012).

- **Varietades de capitalismo:** La discusión sobre el cambio institucional muestra la diversidad de trayectorias institucionales que hay en el capitalismo. Como lo ha reconocido North, realmente es muy poco lo que se sabe sobre la eficiencia institucional, al menos para proponer opciones de política. Sin embargo, lo que sí es indudable es que no existe un diseño institucional ideal que tenga mayor eficiencia que cualquier otra configuración histórica. Las instituciones son una mezcla de reglas formales, informales, y sus grados de cumplimiento; su encajonamiento determina el desempeño económico a lo largo del tiempo. La variedad histórica en cuanto a valores, tradiciones, normas sociales y sistemas de cumplimiento determina diversas trayectorias institucionales. Esta es una de las razones por las cuales no es posible concebir un diseño institucional privilegiado en términos de eficiencia institucional. El hecho de que existan trayectorias variadas hacia la riqueza en el mundo anglosajón, Europa continental y Asia es una muestra de ello. Además, como lo ha señalado Bhaskar, el éxito de un cambio institucional debe ser evaluado teniendo en cuenta la postura ideológica y los objetivos de quien promueve la política. Sólo así es posible mostrar con claridad su grado de éxito y a quién perjudica o beneficia su realización. En este

sentido puede entenderse por qué North (1994) considera que los procesos de privatización no son la panacea para los países pobres.

Hay algunas concepciones que se han difundido por el mundo que llegan a afirmar que el modelo que se ha de seguir es el angloamericano (por la flexibilidad de sus mercados, la mayoría de firmas son grandes corporaciones y su control está dirigido por los accionistas). También se sugiere, en el mismo sentido, que la globalización conducirá a una convergencia unificadora del capitalismo, en la cual todos los países homogenizarán tecnologías, valores, servicios, productos y formas de organización hacia un solo tipo de capitalismo. Es importante señalar que no hay ningún sustento teórico ni histórico para estas afirmaciones. La teoría walrasiana supone que el “mecanismo de mercado” es la única institución que integra a los individuos, luego ignora otros mecanismos de coordinación como las organizaciones y las redes sociales. Las ideas de Hayek *ECONOMÍA INSTITUCIONAL Y CIENCIA ECONÓMICA* 117 sugieren un poco más de especificidad al diferenciar el gobierno de la sociedad y reconocer la importancia de las organizaciones para sostener las reglas de juego que le dan sentido al intercambio. Sin embargo, se queda corto al negarles a las organizaciones un poder discrecional para explicar los cambios institucionales (racionalismo constructivista). Los institucionalistas reconocen la existencia de tres tipos de coordinación de las actividades sociales que explican diversos resultados en la asignación de recursos. La base de esta proposición rompe con la idea de individuos independientes de la TEG y con su carácter estático institucional.

En efecto, cuando se reconoce que el mercado no es el integrador de la sociedad sino que está inmerso en un complejo institucional es fácil identificar en el comportamiento de los agentes la base para entender las fronteras entre estas instituciones: mercados, jerarquías y redes (Lozano, 1999).

### **Competencias:**

La noción de competencia es una recién llegada al vocabulario de los psicólogos del trabajo y, más en general, de los gestores de recursos humanos. Hablamos corrientemente de aptitudes, intereses y rasgos de personalidad para presentar parámetros según los cuales los individuos difieren unos de otros. Pero, cada vez con

mayor frecuencia, las exigencias de un puesto a cubrir vienen definidas por los superiores en términos de competencias. Y por otra parte, la noción de competencia parece reemplazar la palabra dimensiones para definir las características que uno supone describir con ayuda de un assessment center (centro de evaluación). Por consiguiente, es importante precisar el estatuto respectivo de los diferentes conceptos, así como las relaciones que pueden existir entre ellos (Lévy-Leboyer, 1997).

- **Evaluación y acreditación de las competencias:** la evidencia de la importancia de las competencias en la evaluación de la experiencia profesional ha estimulado reflexiones y actividades que se inscriben en la evolución actual de la gestión de los recursos humanos. Más concretamente, análisis, ideas y diligencias nuevas se han orientado hacia diversos temas de reflexión que conciernen a la definición de una nueva categoría de características individuales, las competencias, a la imagen que cada uno construye de sus competencias, a la posibilidad de identificarlas objetivamente y desarrollarlas, así como a su importancia en las estrategias personales y de la empresas (Lévy-Leboyer, 1997).

**Complejidad y postura reflexiva:** Nadie puede retirarse y confinarse en un campo de alta especialización. Se trata, de alguna forma, de asumir la complejidad del oficio, es decir, renunciar a un dominio total, a un dominio construido definitivamente, a un dominio fundado en saberes sin fallo alguno.

Para desarrollar una actitud reflexiva en los enseñantes no basta con que los formadores la adopten intuitivamente para su propio trabajo. Es imprescindible que conecten esta intuición con un análisis del oficio de enseñante, de los restos de profesionalización y la función de la formación inicial y permanente en la evolución del sistema educativo (Perrenoud, 2001).

**Una competencia moviliza saberes:** Podemos concebir la competencia como una capacidad de movilizar todo tipo de recursos cognitivos, entre los que se encuentran informaciones y saberes: saberes personales y privados, saberes públicos y compartidos; saberes establecidos, saberes profesionales, saberes de sentido común; saberes procedentes de la experiencia, saberes procedentes de un intercambio o de compartir saberes adquiridos en formación; saberes de acción, apenas formalizados y saberes teóricos, basados en la investigación.

En todos estos casos, si el individuo no es capaz de invertir sus saberes de la mejor forma de relacionarlos con las situaciones, de trasponerlos y de enriquecerlos, jamás le serán de gran ayuda para actuar. Esta movilización debe hacerse a menudo ante la urgencia de una situación, ya que el practicante no tiene tiempo de consultar en un manual, y también en la incertidumbre, a falta de datos completos o completamente fiables (Perrenoud, 2001).

**¿Qué competencias privilegiar?:** Si se piensa que la formación de competencias no es un proceso diáfano y que ella enfatiza una parte de la escolarización básica, queda decidir cuáles de ellas debería desarrollarse prioritariamente. Nadie pretende que todo el saber deba ser aprendido en la escuela. Una buena parte de los saberes humanos son adquiridos por otras vías. ¿Por qué no sería posible también en el caso de las competencias? Decir que pertenece a la escuela el desarrollar competencias no supone confiarle el monopolio.

¿Cuáles deben privilegiarse? Aquellas que movilizan fuertemente los saberes escolares y disciplinares tradicionales, dirán aquellos que quieren que nada cambie, excepto las apariencias. Si los programas prevén el estudio de la ley de Ohm, ellos propondrán añadir un verbo de acción (“saber utilizar a ciencia cierta la ley de Ohm”) para definir una competencia. Para ir más allá de ese escenario confuso es indispensable explorar las relaciones entre competencias y programas educativos actuales.

Una parte de los saberes disciplinares enseñados en la escuela fuera de todo contexto de acción serán sin duda, a fin de cuentas, movilizados sin las supuestas competencias para hacerlo. O más exactamente, estos saberes servirán de base a fundamentaciones precisas formuladas en el cuadro de ciertas formaciones profesionales. El piloto ampliará sus conocimientos geográficos y tecnológicos, el enfermero sus conocimientos biológicos, el técnico sus conocimientos físicos, el auxiliar de laboratorio sus conocimientos de química, el guía sus conocimientos de historia, el administrador sus conocimientos comerciales, etc. Así mismo, profesores e investigadores desarrollarán los conocimientos de la disciplina que han elegido enseñar o desarrollar. Las lenguas y las matemáticas serán útiles en numerosos oficios. Se puede decir pues, que las competencias son un horizonte, de modo relevante ante todo, para aquellos que orientándose hacia oficios científicos y técnicos, se servirán de las lenguas en su profesión o harán investigaciones.

Muy bien. Pero fuera de estos usos profesionales limitados a una o dos disciplinas básicas, las matemáticas y las lenguas, ¿para qué servirán los otros conocimientos acumulados durante la escolarización, si tales enseñantes no han aprendido a utilizarlos en la resolución de problemas?

Se puede responder que la escuela es un lugar donde todos acumulan conocimientos de los que algunos tendrán necesidad más tarde, en función de su orientación. Para ser una buena medida, se evoca la cultura general de la que nadie debe ser excluido y la necesidad de dar a cada uno la posibilidad de llegar a ser ingeniero, médico, o historiador. En el nombre de esta “apertura”, se condena al mayor número a adquirir sin límites saberes “por si acaso”.

En sí mismo, esto no sería dramático, aunque esta acumulación de saberes se pague en años de vida pasados sobre los pupitres de una escuela. Lo verdaderamente dramático es que no se pueda tener el tiempo de aprender a utilizarlos, incluso cuando se tenga atroz necesidad de ellos más tarde, en la vida cotidiana, familiar, asociativa, política. También los que hayan estudiado la biología en la escuela obligatoria quedaran de igual modo expuestos a la transmisión del SIDA. Los que hayan estudiado la física sin ir más allá de la escuela no comprenderán nunca las tecnologías que les rodean. Los que hayan estudiado geografía se afligirán ante la lectura de un mapa o en situarse en Afganistán; los que hayan aprendido geometría no sabrán más por ello dibujar un mejor plano de escala; los que hayan pasado horas aprendiendo lenguas serán incapaces de indicar el camino a un turista extranjero.

En la acumulación de saberes no se aprovecha más que aquellos que hayan tenido el privilegio de profundizarlos durante extensos estudios o una formación profesional, de contextualizar algunos de entre ellos y de utilizarlos tanto en la resolución de problemas como en la toma de decisiones. Es por esta fatalidad que el enfoque por competencias se pone en cuestión, en el nombre de los intereses del número (más elevado) (Perrenoud, 2001).

## **2.5. HIPÓTESIS**

Un adecuado manejo de las prácticas pre profesionales mejorará el nivel de inserción laboral de los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato.

## **2.6. VARIABLES**

- Practicas pre profesionales
- Mercado Laboral

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

Mediante técnicas cualitativas pudimos evaluar las estrategias de la empresa, las mismas que se orientaron a la comprensión del problema objeto de estudio que es el inadecuado seguimiento de las Practicas Pre profesionales en la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato. De la ciudad de Ambato, el mismo que generó un bajo nivel de inserción en el mercado laboral de los estudiantes; para la solución del mismo se aplicó las características del enfoque cualitativo.

Su perspectiva fue desde adentro formando parte del problema, involucrándose con el mismo y por último se buscó analizar el proceso para estudiar todos los elementos que lo constituyen.

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

Dentro de la sustención metodológica de la presente investigación se recurrió a las siguientes modalidades para la recopilación de la información:

##### **Bibliográfica o Documental**

Se acudió a la lectura y estudio de documentos científicos publicados como son: libros, revistas, tesis de grado y publicaciones en internet; los mismos que sirvieron de soporte a la investigación.

##### **De Campo**

Permitió realizar observaciones en situaciones de la realidad de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios como por ejemplo mediante las encuestas que se realizaron los



estudiantes, con lo que se pudo recolectar la información necesaria y suficiente para conocer el problema de estudio.

### **Técnicas de Investigación**

La encuesta que se aplicó a la muestra obtenida de la población fue con el fin de conocer las expectativas y necesidades de los mismos, que viene a ser nuestros clientes.

### **3.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

Para la ejecución del presente proyecto se aplicó los siguientes niveles de investigación.

#### **Investigación Exploratoria**

Permitió a través de la contextualización, el planteamiento del problema, la determinación de variables, la formulación de la hipótesis de trabajo y la selección de la metodología adecuada para la investigación, la propuesta y también familiarizó la realidad de la organización.

#### **Investigación Descriptiva**

Esta investigación sirvió en el análisis crítico y ayudó al momento de detallar, identificar y describir el problema de estudio, permitiendo describirlo en una circunstancia determinada.

#### **Investigación Correlacional**

Orientó a medir el grado de relación entre las variables, es decir el grado de incidencia que tienen las estrategias de la organización, para lo cual se aplicó una estadística inferencial utilizando la técnica del chi cuadrado que permitió la comprobación de la hipótesis.

### **3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **Población**

Para determinar la muestra de la población u objeto e investigación se consideró a los estudiantes del séptimo a decimo semestre que para el periodo agosto 2013 febrero 2014 el número de estudiantes fueron 333.

**Tabla 1 Población**

| <b>POBLACION</b>          | <b>CANTIDAD</b> |
|---------------------------|-----------------|
| Estudiantes de la carrera | 333             |
| <b>TOTAL</b>              | <b>333</b>      |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Investigación de campo

**Muestra**

$$n = \frac{m}{e^2 (m-1) + 1}$$

**Descripción:**

**n** = Tamaño de la muestra requerido.

**e** = error máximo admisible 5%.

**m** = Tamaño de la población.

$$n = \frac{333}{(0.05)^2(333-1)+1}$$

$$n = \frac{333}{0.0025 (333)+1}$$

$$n = \frac{333}{1,8325}$$

n = 181.72 que esto es igual a 182 estudiantes/

En la encuesta que se realizará a los 182 estudiantes se utilizará el muestreo aleatorio o probabilístico, porque se dispone de registros de cada uno de los clientes, el mismo que contiene datos de cada uno de ellos; mismos que se tomará al azar para obtener resultados neutrales.

### 3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

**HIPÓTESIS:** Un adecuado manejo de las prácticas pre profesionales mejorará el nivel de inserción laboral de los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato.

#### 3.5.1. Variable Independiente – Las Practicas Pre profesionales

Cuadro 1 Practicas Pre profesionales

| CONCEPTO   | CATEGORÍAS   | INDICADORES   | ITEMS   | TÉCNICA E INSTRUMENTOS   |
|--|--|---|---|--|
| Actividades orientadas a la aplicación de conocimientos y al desarrollo de destrezas y habilidades específicas de la respectiva profesión. La adjudicación de los créditos correspondientes es obligatoria para la obtención del título. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teórico</li> <li>• Practico</li> </ul> | ¿Considera Ud. como estudiante de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato que los conocimientos científicos impartidos en las cátedras son? | E  |
|  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Destrezas</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidades</li> </ul>   | ¿En qué nivel considera que han sido fortalecidas las destrezas y habilidades profesionales a lo largo de su vida académica? |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Destrezas manuales</li> </ul> |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Destrezas manuales</li> </ul>  | ¿Ud. como estudiante de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios cree que cuenta con conocimiento suficiente            |
|  |  |   |   | U  |
|  |  |   |   | E  |
|  |  |   |   | S  |
|  |  |   |   | T  |
|  |  |   |   | A  |

|  |   |  |  |   |
|--|---|--|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Habilidades</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Teóricas</li> <li>Práctica</li> </ul> | <p>para el manejo de herramientas administrativas impartidas a lo largo carrera?</p> <p>¿Se siente conforme con los conocimientos prácticos aprendidos en cada uno de los niveles de la carrera?</p> <p>¿Cree Ud. que la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios cumple con las expectativas empresariales del sector en cuanto a los conocimientos impartidos en cada uno de los módulos?</p> <p>¿Consideraría que los docentes de la carrera fortalecen el desarrollo de principios y valores en los estudiantes?</p> | <p>C</p> <p>U</p> <p>E</p> <p>S</p> <p>T</p> <p>I</p> <p>O</p> <p>N</p> <p>A</p> <p>R</p> <p>I</p> <p>O</p> |
|--|---|--|--|---|

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López.

**Fuente:** Investigación de campo.



|   |  |   |   |   |
|---|--|---|---|---|
| <p>competitividad.</p> <p>En este sentido, los países desarrollados no pueden competir con los países en desarrollo en lo que respecta a los salarios sin proceder a una drástica degradación de los ingresos y las condiciones de trabajo. Dado que lo anterior no es posible, se sostiene que los países desarrollados deben tratar de lograr una productividad mucho mayor, que corresponda a las remuneraciones elevadas que tienen los trabajadores y al mismo tiempo se aseguren precios y productos competitivos, pero esa estrategia requiere una mayor inversión tecnológica, la</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencias</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saber ser</li> <li>• Saber hacer</li> <li>• Resolución de problemas</li> </ul> | <p>encuentra sus competencias aptitudinales adquiridas?</p> <p>¿Cuáles de los aprendizajes fundamentales en el modelo educativo por competencia, es el que más usted más ha desarrollado en la universidad?</p> <p>¿De qué forma las practicas pre profesionales le ha permitido el manejo de situaciones laborales en las organizaciones?</p> <p>¿En qué nivel consideraría que se encuentra sus competencias aptitudinales aprendidas en la universidad?</p> <p>¿Cree Ud. Que las competencias obtenidas en la carrera de marketing y</p> | <p>C</p> <p>U</p> <p>E</p> <p>S</p> <p>T</p> <p>I</p> <p>O</p> <p>N</p> <p>A</p> <p>R</p> <p>I</p> <p>O</p> |
|---|--|---|---|---|

|   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
| <p>modernización de las estructuras organizativas y una concentración en los productos que requieren una fuerza de trabajo flexible y altamente capacitada, por lo que un elemento esencial para lograr lo anterior es el diseño de una estrategia educativa de apoyo tanto en el sistema escolar como en la formación en el trabajo a cargo de las empresas.</p> |  |  | <p>gestión de negocios le ha ayudado a la resolución de problemas laborales en su empleo?<br/>         ¿Estaría de acuerdo con la creación de una cartera de empleo estudiantil en la carrera?</p> |  |
|---|--|--|--|--|

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Investigación de campo.



### 3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

La presente investigación se encontró respaldada por dos técnicas importantes como la investigación documental y la investigación de campo, ya que la recolección de información se realizó de libros, tesis de grado e internet que están en relación con el tema de investigación que se refiere a las practicas pre profesionales y el nivel de inserción en el mercado laboral de los estudiantes de la Carrera de marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato.

### 3.7. PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

**Cuadro 3** Recolección de Información

| PREGUNTAS                  | EXPLICACIÓN  |
|----------------------------|--|
| ¿Para qué?                 | Conocer la realidad del tema investigado y así determinar las necesidades de los Estudiantes.  |
| ¿A qué personas o sujetos? | A los estudiantes de la institución.   |
| ¿Sobre qué aspectos?       | Indicadores (Operacionalización de variables).<br>Las prácticas pre profesionales y la inserción en el mercado laboral de los estudiantes en la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, |
| ¿Quién?                    | La persona encargada de recolectar la información (Investigador).  |
| ¿Cuándo?                   | La recolección de la información será constante, se inicia desde la búsqueda del problema objeto de estudio, hasta la culminación del proceso investigativo.   |

|  |   |
|--|---|
| ¿Lugar de recolección de la información? | En la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato. |
| ¿Cuántas veces?                          | Las veces necesarias.   |
| ¿Qué técnica de recolección?             | Encuesta.   |
| ¿Con qué?                                | Se elaborará un cuestionario.   |
| ¿En qué situación?                       | Instantes en que los estudiantes se encuentran en clases.   |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López.

**Fuente:** Investigación de Campo

### 3.8. PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Cuadro 4 Procesamiento de Información

| TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN   | INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN   |
|---|--|
| 1. Información secundaria <ul style="list-style-type: none"><li>• Lectura científica</li><li>• Internet</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Libros de Practicas Pre profesional Competencias Educativas y Mercado Laboral.</li><li>• Páginas web</li></ul> |
| 2. Información primaria <ul style="list-style-type: none"><li>• Encuesta</li></ul>                                | <ul style="list-style-type: none"><li>• Cuestionario</li></ul>   |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López.

**Fuente:** Investigación de Campo

Una vez aplicada las encuestas se procederá de la siguiente manera:

**Revisión y codificación de la información:** Después de un análisis de la información obtenida se procedió a su respectiva codificación, que comprende en señalar un número para cada una de las categorías incluidas en las preguntas que se realizó a través de la encuesta, el cual nos ayudó al momento de tabular los datos.

**Tabulación de la información:** Permitió conocer el comportamiento repetitivo del fenómeno objeto de estudio, determinando la frecuencia y su impacto en las variables.

**Análisis de datos:** Este dependió del grado de complejidad de la hipótesis y del cuidado con el que se elaboró a la investigación.

## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 4.1. CLIENTE EXTERNO:

##### PREGUNTA1.1

Genero

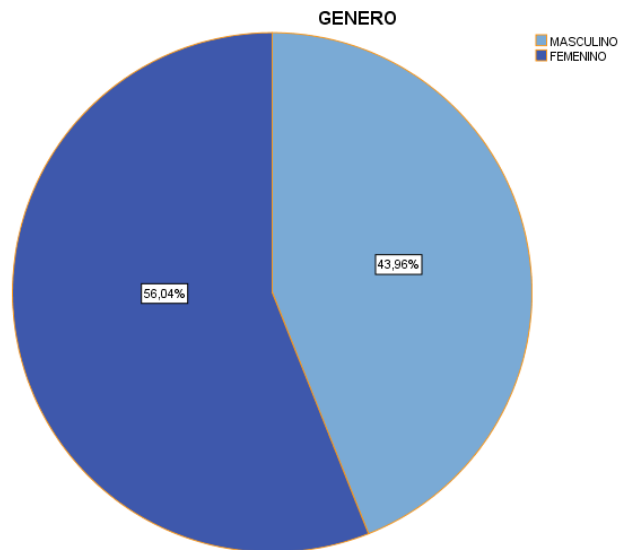
Tabla 2 Género

| GENERO           |            |            |                      |                         |
|------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
|                  | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
| MASCULINO        | 80         | 44,0       | 44,0                 | 44,0                    |
| Válidos FEMENINO | 102        | 56,0       | 56,0                 | 100,0                   |
| Total            | 182        | 100,0      | 100,0                |                         |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Gráfico 1 Género**



**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Análisis:**

De 182 estudiantes encuestados el 56,04% son de género femenino mientras que el 43,96% son de género masculino.

**Interpretación:**

Con este resultado podemos denotar que en la carrera de marketing y gestión de negocios hay un número mayor de mujeres en relación a hombres.

**PREGUNTA 1.2**

Edad

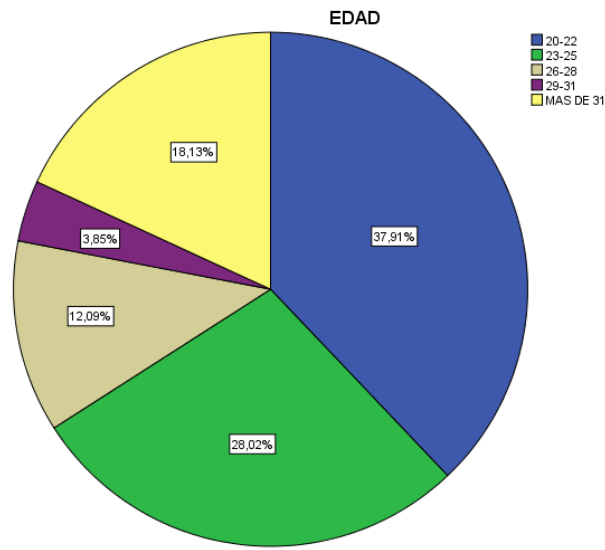
**Tabla 3 Edad**

| EDAD      |            |            |                   |                      |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| 20-22     | 69         | 37,9       | 37,9              | 37,9                 |
| 23-25     | 51         | 28,0       | 28,0              | 65,9                 |
| 26-28     | 22         | 12,1       | 12,1              | 78,0                 |
| 29-31     | 7          | 3,8        | 3,8               | 81,9                 |
| MAS DE 31 | 33         | 18,1       | 18,1              | 100,0                |
| Total     | 182        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Gráfico 2 Edad**



**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Análisis:**

De 182 estudiantes encuestados el 37,91% se encuentran en la edad de 20 a 22 años, además teniendo en cuenta el 28,02% son de 23 a 25 años y por ultimo un porcentaje bajo del 3,85% de entre 29 a 31 años.

**Interpretación:**

Con estos resultados podemos denotar que en su mayoría los estudiantes tienen una edad considerada entre 20 a 22 años seguido de 23 a 25 años y con un número muy bajo de entre los 29 a 31 años.

### PREGUNTA 1.3

#### SEMESTRE

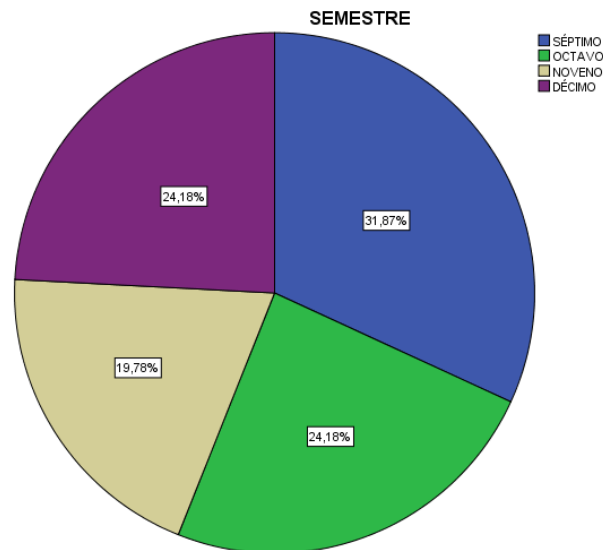
Tabla 4 Semestre

| SEMESTRE       |            |            |                   |                      |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|                | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| SÉPTIMO        | 58         | 31,9       | 31,9              | 31,9                 |
| OCTAVO         | 44         | 24,2       | 24,2              | 56,0                 |
| Válidos NOVENO | 36         | 19,8       | 19,8              | 75,8                 |
| DÉCIMO         | 44         | 24,2       | 24,2              | 100,0                |
| Total          | 182        | 100,0      | 100,0             |                      |

Elaborado por: Luis Ángel Salazar López

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

Gráfico 3 Semestre



Elaborado por: Luis Ángel Salazar López

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

#### Análisis:

De 182 estudiantes encuestados el 31,87% son de séptimo semestre, 24,18% de octavo y decimo y 19,76% de noveno.

#### Interpretación:

Con este resultado se puede conocer que hay un mayor número de estudiantes en séptimo semestre mientras que en noveno disminuye la cantidad.

#### PREGUNTA 1.4

#### SITUACIÓN LABORAL

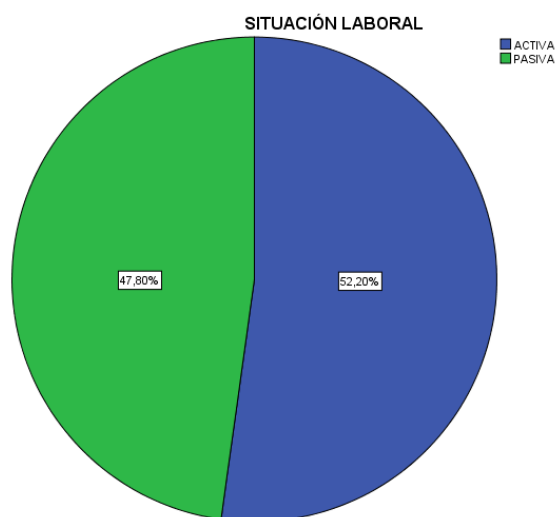
Tabla 5 Situación Laboral

| SITUACIÓN LABORAL |            |            |                   |                      |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|                   | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos           | ACTIVA     | 95         | 52,2              | 52,2                 |
|                   | PASIVA     | 87         | 47,8              | 100,0                |
|                   | Total      | 182        | 100,0             | 100,0                |

Elaborado por: Luis Ángel Salazar López

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios

Gráfico 4 Situación Laboral



Elaborado por: Luis Ángel Salazar López

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

#### Análisis:

De 182 estudiantes encuestados respondieron que su situación laboral es activa en un 52,20% y el 47,80% pasiva.

#### Interpretación:

Con los resultados obtenidos no damos cuenta que los estudiantes de la carrera de Marketing y gestión de negocios en su mayoría trabajan.



## PREGUNTA 2.1

¿Considera Ud. como estudiante de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato que los conocimientos científicos impartidos en las cátedras son?

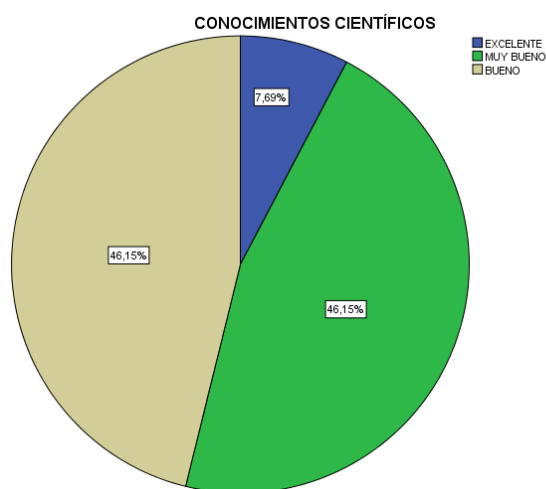
**Tabla 6 Conocimientos Científicos**

| CONOCIMIENTOS CIENTÍFICOS |            |            |                   |                      |
|---------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|                           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos                   | EXCELENTE  | 14         | 7,7               | 7,7                  |
|                           | MUY BUENO  | 84         | 46,2              | 53,8                 |
|                           | BUENO      | 84         | 46,2              | 100,0                |
| Total                     | 182        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Gráfico 5 Conocimientos Científicos**



**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

### **Análisis:**

De 182 estudiantes encuestados respondieron, 46,15% excelente, 46,15% muy bueno y 7,69% bueno

### **Interpretación:**

Con los resultados obtenidos podemos interpretar que los conocimientos científicos impartidos en las cátedras están en un nivel medio ya que considerando que no todo los estudiantes se sienten conformes.

**PREGUNTA 2.2**

¿En qué nivel considera que han sido fortalecidas las destrezas y habilidades profesionales a lo largo de su vida académica?

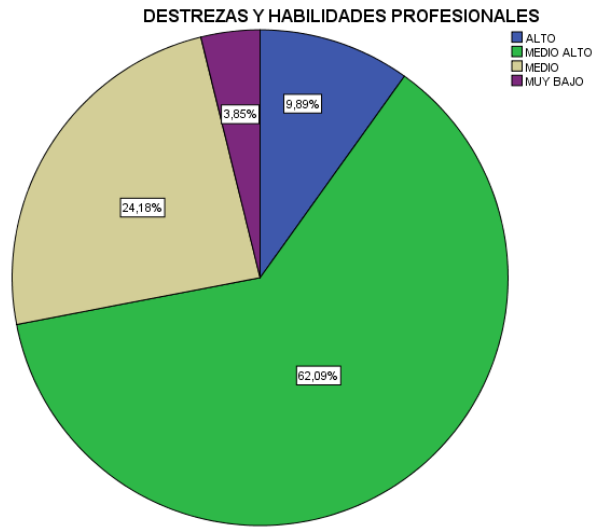
**Tabla 7** Destrezas y Habilidades Profesionales

| DESTREZAS Y HABILIDADES PROFESIONALES |            |            |                   |                      |
|---------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|                                       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| ALTO                                  | 18         | 9,9        | 9,9               | 9,9                  |
| MEDIO ALTO                            | 113        | 62,1       | 62,1              | 72,0                 |
| Válidos MEDIO                         | 44         | 24,2       | 24,2              | 96,2                 |
| MUY BAJO                              | 7          | 3,8        | 3,8               | 100,0                |
| Total                                 | 182        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Gráfico 6** Destrezas y Habilidades Profesionales



**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Análisis:**

De 182 estudiantes encuestados respondieron, 62,09% medio alto, 24,18% medio y 3,85% muy bajo.

**Interpretación:**

Con este resultado se puede conocer que en la mayoría de los estudiantes se sientes acordes con las destrezas y habilidades profesionales que han obtenido en su vida académica pero no podemos dejar de lado que todavía no se llega un nivel óptimo ya que debemos mejorar

de manera continua para lograr que los estudiantes sean competitivos y eliminar los resultados inconformes de los estudiantes.

### PREGUNTA 2.3

¿Ud. como estudiante de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios cree que cuenta con conocimiento suficiente para el manejo de herramientas administrativas impartidas a lo largo carrera?

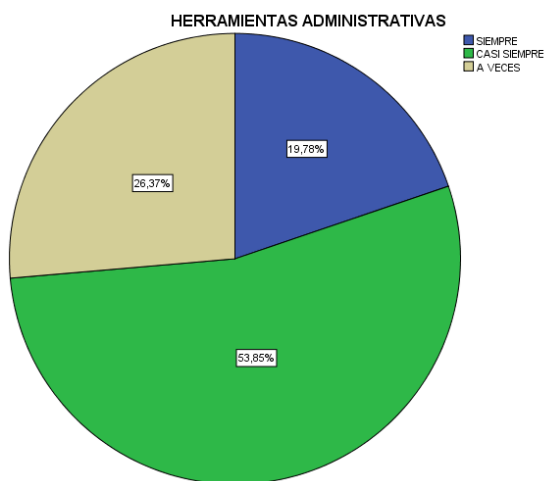
**Tabla 8** Herramientas Administrativas

| HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS |              |            |                   |                      |
|------------------------------|--------------|------------|-------------------|----------------------|
|                              | Frecuencia   | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos                      | SIEMPRE      | 36         | 19,8              | 19,8                 |
|                              | CASI SIEMPRE | 98         | 53,8              | 73,6                 |
|                              | A VECES      | 48         | 26,4              | 100,0                |
| Total                        | 182          | 100,0      | 100,0             |                      |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Gráfico 7** Herramientas Administrativas



**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

### Análisis:

De los 182 estudiantes encuestados respondieron, 53,85% casi siempre, 26,37% a veces y 18,78% siempre.

**Interpretación:**

Con los resultados obtenidos podemos decir la enseñanza y el manejo de las herramientas administrativas en la carrera son deficientes, por lo tanto, deberíamos tomar correctivos para que los estudiantes capten de mejor manera dicha enseñanza.

**PREGUNTA 2.4**

¿Se siente conforme con los conocimientos prácticos aprendidos en cada uno de los niveles de la carrera?

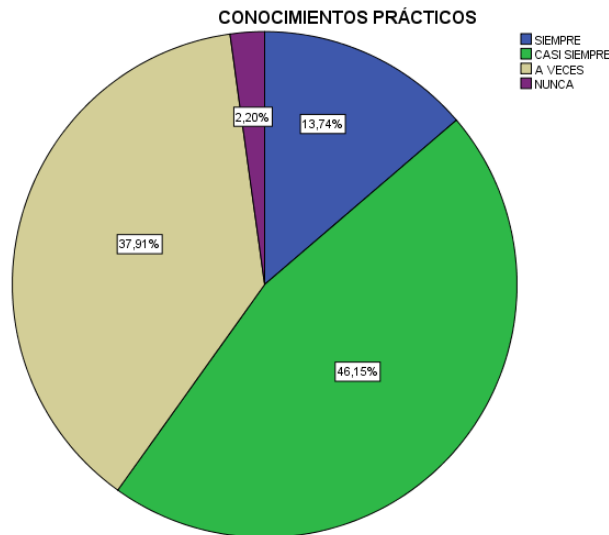
**Tabla 9** Conocimientos Prácticos

| CONOCIMIENTOS PRÁCTICOS |            |            |                   |                      |
|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|                         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| SIEMPRE                 | 25         | 13,7       | 13,7              | 13,7                 |
| CASI SIEMPRE            | 84         | 46,2       | 46,2              | 59,9                 |
| Válidos A VECES         | 69         | 37,9       | 37,9              | 97,8                 |
| NUNCA                   | 4          | 2,2        | 2,2               | 100,0                |
| Total                   | 182        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Gráfico 8** Conocimientos Prácticos



**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Análisis:**

De los 182 estudiantes encuestados respondieron, 46,15% casi siempre, 37,91% a veces, 13,74% siempre y 2,21% nunca.

**Interpretación:**

Con este resultado podemos decir que los niveles de los estudiantes en relación a los conocimientos prácticos no llegan a cumplir con sus necesidades ya son instrumentos valiosos para la vida laboral, deberíamos tomar en cuenta que hay que interrelacionar la teoría con la practica en todo momento del proceso de enseñanza.

**PREGUNTA 2.5**

¿Cree Ud. que la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios cumple con las expectativas empresariales del sector en cuanto a los conocimientos impartidos en cada uno de los módulos?

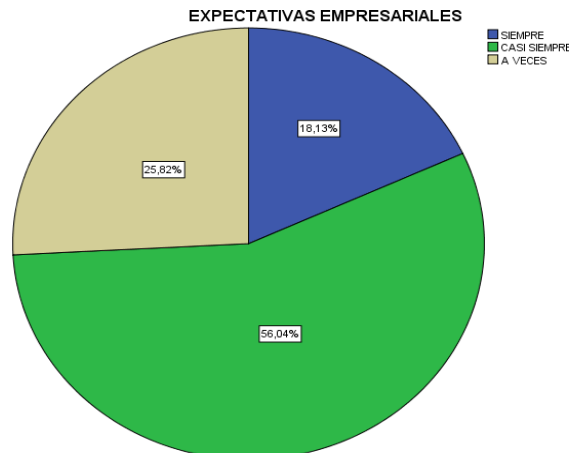
**Tabla 10 Expectativas Empresariales**

| EXPECTATIVAS EMPRESARIALES |              |            |                   |                      |
|----------------------------|--------------|------------|-------------------|----------------------|
|                            | Frecuencia   | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos                    | SIEMPRE      | 33         | 18,1              | 18,1                 |
|                            | CASI SIEMPRE | 102        | 56,0              | 74,2                 |
|                            | A VECES      | 47         | 25,8              | 100,0                |
|                            | Total        | 182        | 100,0             | 100,0                |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Gráfico 9 Expectativas Empresariales**



**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Análisis:**

De los 182 estudiantes encuestados respondieron, 56,04% casi siempre, 25,82% a veces y 18,13% siempre.

**Interpretación:**

Con el resultado obtenido sabemos que las expectativas empresariales con las cuales los estudiantes esperaban son de carácter medio ya que no llega al 100% de satisfacción, pero debemos tomar correctivos para acoplarnos al mercado laboral y sus exigencias.

**PREGUNTA 2.6**

¿Consideraría que los docentes de la carrera fortalecen el desarrollo de principios y valores en los estudiantes?

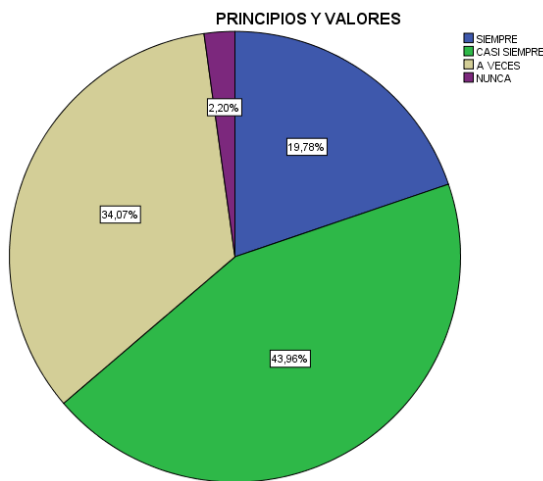
**Tabla 11 Principios y Valores**

| PRINCIPIOS Y VALORES |            |            |                   |                      |
|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|                      | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| SIEMPRE              | 36         | 19,8       | 19,8              | 19,8                 |
| CASI SIEMPRE         | 80         | 44,0       | 44,0              | 63,7                 |
| Válidos A VECES      | 62         | 34,1       | 34,1              | 97,8                 |
| NUNCA                | 4          | 2,2        | 2,2               | 100,0                |
| Total                | 182        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Gráfico 10 Principios y Valores**



**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Análisis:**

De los 182 estudiantes encuestados respondieron, 43,96% casi siempre, 34,07% a veces, 19,78% siempre y 2,20% nunca.

**Interpretación:**

Con el resultado obtenido podemos notar que los valores y principios no son impartidos en su totalidad sabiendo que es importante para los estudiantes contar con ellos, se debería tomar correctivos para llegar a un nivel óptimo y fortalecer la difusión de los principios y valores que son importantes para la vida laboral.

**PREGUNTA 2.7**

¿Si usted tuviera que pagar para poder acceder a conocimientos complementarios de educación continua lo haría?

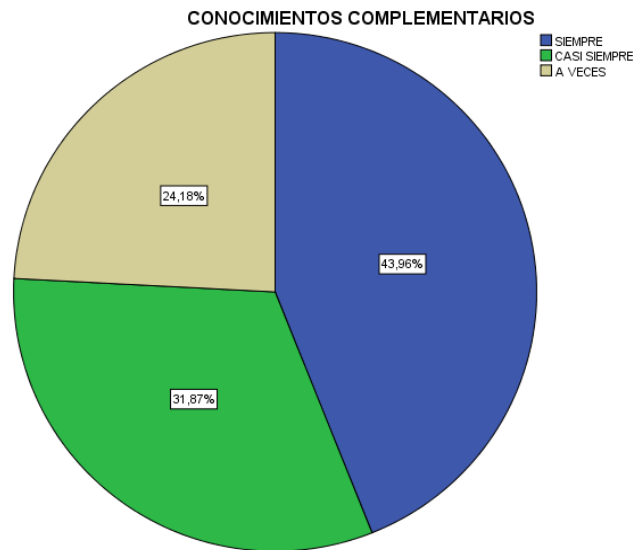
**Tabla 12 Conocimientos Complementarios**

| <b>CONOCIMIENTOS COMPLEMENTARIOS</b> |            |            |                   |                      |
|--------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|                                      | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| SIEMPRE                              | 80         | 44,0       | 44,0              | 44,0                 |
| CASI SIEMPRE                         | 58         | 31,9       | 31,9              | 75,8                 |
| A VECES                              | 44         | 24,2       | 24,2              | 100,0                |
| Total                                | 182        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Gráfico 11 Conocimientos Complementarios**



**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Análisis:**

De 182 estudiantes encuestados respondieron, 43,96%, 31,87% casi siempre y 24,18% a veces.

**Interpretación:**

Con el resultado obtenido sabemos que los estudiantes en su gran mayoría estaría dispuesto a pagar para adquirir conocimientos complementarios que les ayudaría fortalecer sus competencias para la vida profesional, es por eso que se debería tomar en cuenta que los estudiantes no deben conformarse con los conocimientos universitarios.

**PREGUNTA 2.8**

¿Desearía Ud. Que la carrera realice encuestas de satisfacción del servicio para saber la eficiencia con la cual se están desarrollando los procesos de formación académica?



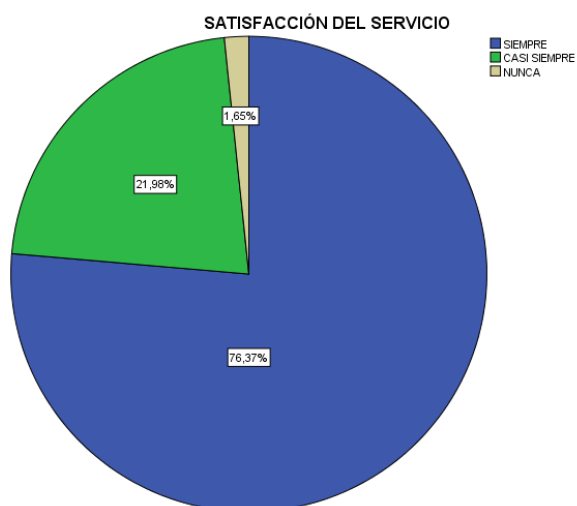
**Tabla 13 Satisfacción del Servicio**

| SATISFACCIÓN DEL SERVICIO |              |            |                   |                      |
|---------------------------|--------------|------------|-------------------|----------------------|
|                           | Frecuencia   | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos                   | SIEMPRE      | 139        | 76,4              | 76,4                 |
|                           | CASI SIEMPRE | 40         | 22,0              | 98,4                 |
|                           | NUNCA        | 3          | 1,6               | 100,0                |
|                           | Total        | 182        | 100,0             | 100,0                |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Gráfico 12 Satisfacción del Servicio**



**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Análisis:**

De 182 estudiantes encuestados respondieron, 76,37% siempre, 21,98% casi siempre, 1,65% nunca.

**Interpretación:**

Con el resultado obtenido podemos notar que los estudiantes desean ser encuestados para determinar la satisfacción del servicio adquirido, ya que eso denota la importancia de adquirir, tratar e interpretar la información de la satisfacción del servicio brindado por parte de la carrera.

## PREGUNTA 2.9

¿En qué nivel han sido fortalecidas sus competencias actitudinales a lo largo de su formación universitaria?

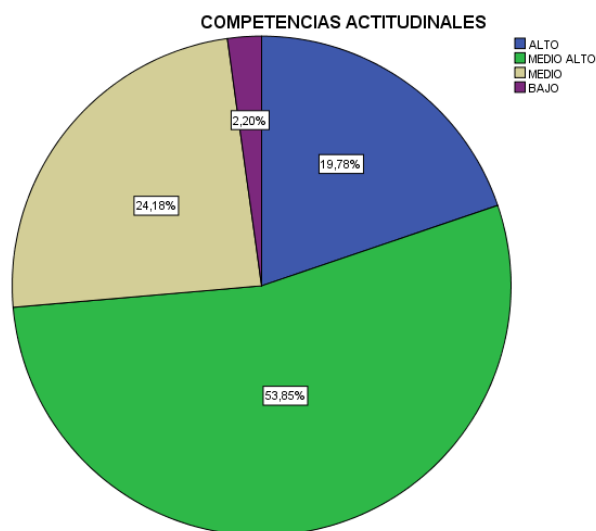
**Tabla 14 Competencias Actitudinales**

| COMPETENCIAS ACTITUDINALES |            |            |                   |                      |
|----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|                            | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| ALTO                       | 36         | 19,8       | 19,8              | 19,8                 |
| MEDIO ALTO                 | 98         | 53,8       | 53,8              | 73,6                 |
| Válidos MEDIO              | 44         | 24,2       | 24,2              | 97,8                 |
| BAJO                       | 4          | 2,2        | 2,2               | 100,0                |
| Total                      | 182        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Gráfico 13 Competencias Actitudinales**



**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

### **Análisis:**

De 182 estudiantes encuestados respondieron, 53,85% medio alto, 24,18% medio, 19,78% alto y 2,20% bajo.

### **Interpretación:**

De los resultados obtenidos pudimos conocer que las competencias actitudinales han sido fortalecidos en un nivel adecuado pero no optimo ya que existe estudiantes que no se sienten conformes y se debería tomarse correctivos para mejorar la actitud de ellos.

### PEREGUNTA 2.10

¿Cómo se calificaría Ud. que se encuentra sus competencias aptitudinales adquiridas?

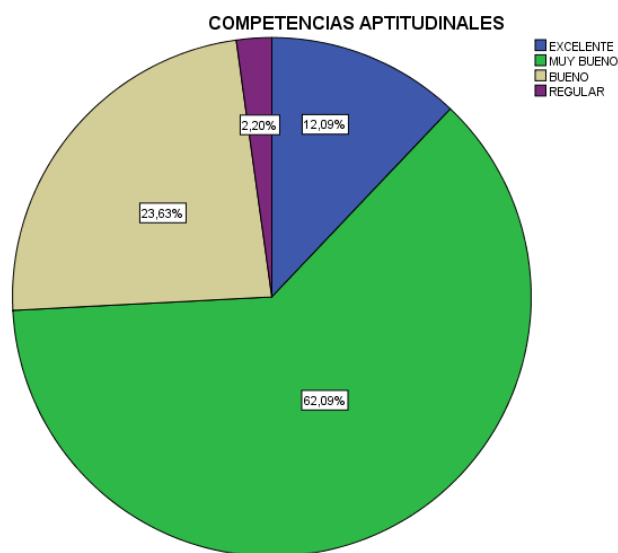
**Tabla 15 Competencias Aptitudinales**

| COMPETENCIAS APTITUDINALES |            |            |                   |                      |
|----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|                            | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| EXCELENTE                  | 22         | 12,1       | 12,1              | 12,1                 |
| MUY BUENO                  | 113        | 62,1       | 62,1              | 74,2                 |
| Válidos BUENO              | 43         | 23,6       | 23,6              | 97,8                 |
| REGULAR                    | 4          | 2,2        | 2,2               | 100,0                |
| Total                      | 182        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Gráfico 14 Competencias Aptitudinales**



**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Análisis:**

De 182 estudiantes encuestados respondieron, 62,09% muy bueno, 23,63% bueno, 12,09% excelente y 2,20% regular.

**Interpretación:**

De los resultados obtenidos podemos interpretar que en su mayoría falta un poco de enseñanza de las competencias aptitudinales de igual manera no se llega a un nivel óptimo y en ciertos casos es regular, por lo que se debe estar pendiente y encaminar a las aptitudes de los estudiantes para su desenvolvimiento en el mercado laboral.

**PREGUNTA 2.11**

¿Cuáles de los aprendizajes fundamentales en el modelo educativo por competencia, es el que más usted más ha desarrollado en la universidad?

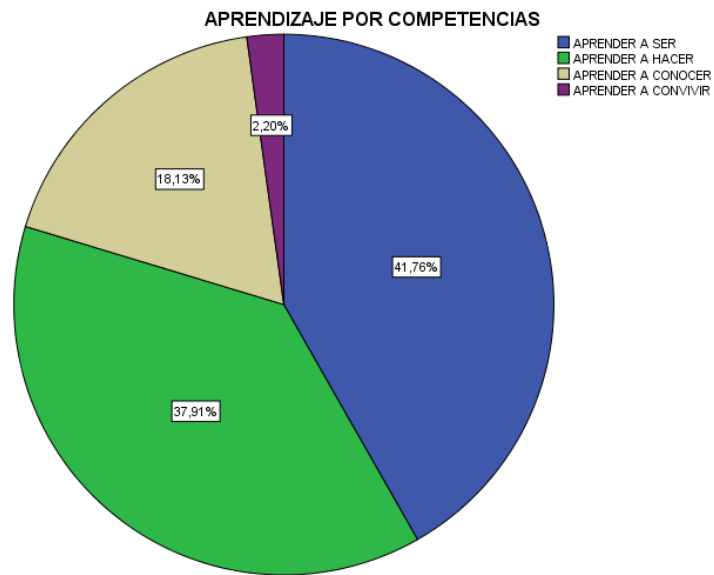
**Tabla 16 Aprendizaje por Competencias**

| APRENDIZAJE POR COMPETENCIAS |            |            |                   |                      |
|------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|                              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|                              | 76         | 41,8       | 41,8              | 41,8                 |
|                              | 69         | 37,9       | 37,9              | 79,7                 |
| Válidos                      | 33         | 18,1       | 18,1              | 97,8                 |
|                              | 4          | 2,2        | 2,2               | 100,0                |
| Total                        | 182        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Gráfico 15 Aprendizaje por Competencias**



**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Análisis:**

De 182 estudiantes encuestados respondieron, 41,76% aprender a ser, 37,91% aprender a hacer, 18,13% aprender a conocer y 2,20% aprender a convivir.

**Interpretación:**

Con este resultado podemos notar que en la carrera de los aprendizajes fundamentales en el modelo educativo por competencias se transmite más el aprender a ser, sabiendo que de estos pilares de la educación toda son importantes y se debería asimilar aquellos, por lo tanto no está demás generar un compromiso del modelo educativo por competencias en su totalidad.

**PREGUNTA 2.12**

¿De qué forma las prácticas pre profesionales le ha permitido el manejo de situaciones laborales en las organizaciones?

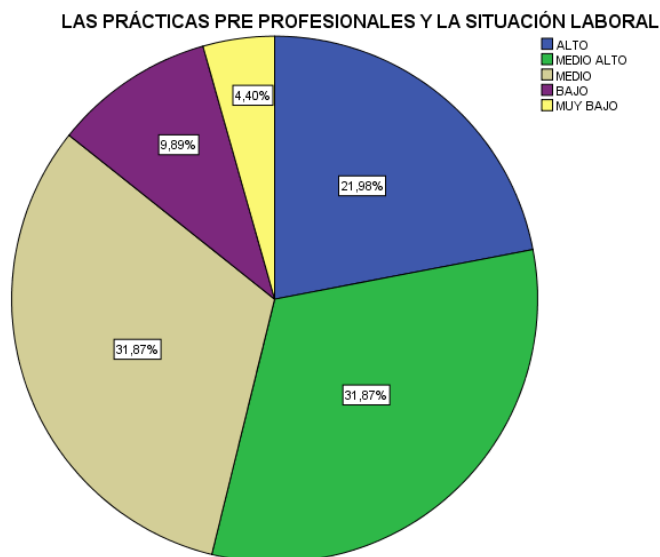
**Tabla 17 Las Prácticas Pre Profesionales y la Situación Laboral**

| LAS PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES Y LA SITUACIÓN LABORAL |            |            |                   |                      |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  |            |            |                   |                      |
| ALTO   | 40         | 22,0       | 22,0              | 22,0                 |
| MEDIO ALTO   | 58         | 31,9       | 31,9              | 53,8                 |
| MEDIO  | 58         | 31,9       | 31,9              | 85,7                 |
| BAJO   | 18         | 9,9        | 9,9               | 95,6                 |
| MUY BAJO   | 8          | 4,4        | 4,4               | 100,0                |
| Total  | 182        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Gráfico 16 Las Prácticas Pre Profesionales y la Situación Laboral**



**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Análisis:**

De 182 estudiantes encuestados respondieron, 31,87% medio alto, 31,87% medio, 21,98% alto, 9,89% bajo y 4,40% bajo.

**Interpretación:**

El mayor porcentaje de la muestra encuestada manifiesta que en el manejo de situaciones laborales su respuesta es mínima en relación a las prácticas pre profesionales, lo que

significa la poca practicidad de teorías y herramientas administrativas aprendidas a lo largo de su formación universitaria.

**PREGUNTA 2.13**

¿Estaría de acuerdo con la creación de una cartera de empleo estudiantil en la carrera?

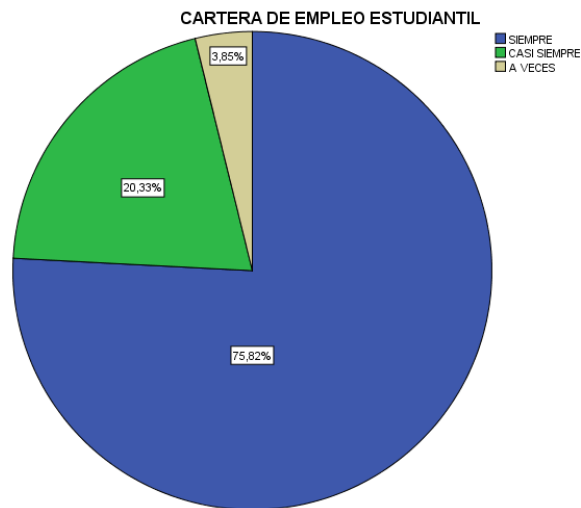
**Tabla 18 Cartera de Empleo Estudiantil**

| CARTERA DE EMPLEO ESTUDIANTIL |              |            |                   |                      |
|-------------------------------|--------------|------------|-------------------|----------------------|
|                               | Frecuencia   | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos                       | SIEMPRE      | 138        | 75,8              | 75,8                 |
|                               | CASI SIEMPRE | 37         | 20,3              | 96,2                 |
|                               | A VECES      | 7          | 3,8               | 100,0                |
|                               | Total        | 182        | 100,0             | 100,0                |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Gráfico 17 Cartera de Empleo Estudiantil**



**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**Análisis:**

De 182 estudiantes encuestados respondieron, 75,82% siempre, 20,33% casi siempre y el 3,85% a veces.

**Interpretación:**

El mayor porcentaje de la muestra encuestada manifiesta que está de acuerdo con la implementación de una cartera de empleo estudiantil que ayude y fortalezca en el manejo de las destrezas y habilidades teórico- prácticas.



## 4.2. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

La hipótesis a verificarse es la siguiente:

Una vez establecido el problema e identificando las variables que componen la hipótesis planteada, materia de la presente investigación, se procederá a verificarla con la utilización de una herramienta estadística para probar la hipótesis.

La hipótesis a verificarse es la siguiente las prácticas pre profesionales mejorará el nivel de inserción laboral de los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato.

Las variables que intervienen en la hipótesis son las Practicas Pre profesionales y la inserción en el mercado laboral de los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato.

### **Método Estadístico**

Para comparar la hipótesis se utilizará el método estadístico de distribución CHI-CUADRADO

#### **a) Planteamiento de la Hipótesis**

El modelo lógico aplicado en el planteamiento de la hipótesis para que sea probado por el método estadístico se establece así:

**H<sub>0</sub>:** Hipótesis nula.- Afirmación o enunciado tentativo que se realiza acerca del valor de un parámetro provisional. Por lo general es una afirmación de que el parámetro de la población tiene un valor específico.

**H<sub>i</sub>:** Hipótesis alternativa o de investigación.- Afirmación o enunciado que se aceptará si los datos muestrales proporcionan amplia evidencia de que la hipótesis nula es falsa y se la designa por H<sub>i</sub>.

Para el presente estudio:

**H<sub>0</sub>**= Las prácticas pre profesionales NO mejorará el nivel de inserción laboral de los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato.

**H<sub>1</sub>**= Las prácticas pre profesionales SI mejorará el nivel de inserción laboral de los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato.

#### **b) Determinación del Nivel de Significación o de Riesgo**

El valor de riesgo que se corre por rechazar algo que es verdadero en este trabajo de investigación es del 5%.

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

#### **Prueba del CHI-CUADRADO**

Donde:

**X<sup>2</sup>**= CHI-CUADRADO

$\Sigma$ = Sumatoria

**O**= Datos observados

**E**= Datos esperados

##### **4.2.1. Nivel de Significación**

La presente investigación tendrá un nivel de confianza del 0.95 (95%), por tanto un nivel de riesgo del 0.05 (5%).

$\alpha$ = 0.05

##### **4.2.2. Zona de Aceptación o Rechazo**

Para calcular la zona de aceptación o rechazo, se necesita calcular los grados de libertad.

**gl= (c-1) (f-1)**

Donde:

gl= Grados de libertad

c= Columnas de la tabla

f= Filas de la tabla

### 4.3. GRADOS DE LIBERTAD Y NIVEL DE SIGNIFICACIÓN

gl= (c-1) (f-1)

gl= (5-1) (5-1)

gl=(3) (3)

gl= 8//

#### 4.3.1. Nivel de Significación

$\alpha = 0.05$

Tabla 19 Datos para Calcular  $X^2$

#### VALORES REALES

| POBLACION -<br>CLIENTES EXTERNOS -<br>INTERNOS            | ALTERNATIVAS     |                                |                   |                         |                      | TOTAL      |
|---|------------------|--------------------------------|-------------------|-------------------------|----------------------|------------|
|   | Siempre<br>/Alto | Casi<br>Siempre<br>/Medio Alto | A veces<br>/Medio | Nunca<br>/Medio<br>Bajo | Indiferente<br>/Bajo |            |
| CI- PRACTICAS<br>PREPROFESIONALES/MERCA<br>DO LABORAL-2.4 | 25               | 84                             | 69                | 4                       | 0                    | 182        |
| CI-PRACTICAS<br>PREPROFESIONALES -2.5                     | 22               | 102                            | 47                | 11                      | 0                    | 182        |
| CI- MERCADO LABORAL-2.12                                  | 40               | 58                             | 58                | 18                      | 8                    | 182        |
| <b>TOTAL</b>  | <b>87</b>        | <b>244</b>                     | <b>174</b>        | <b>33</b>               | <b>8</b>             | <b>546</b> |

Elaborado por: Luis Ángel Salazar López

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato.

Tabla 20 Datos para Calcular  $\chi^2$

**FRECUENCIA ESPERADA**

| POBLACION  | ALTERNATIVAS  |                          |                |                   |                   |
|--|---------------|--------------------------|----------------|-------------------|-------------------|
|  | Siempre /Alto | Casi Siempre /Medio Alto | A veces /Medio | Nunca /Medio Bajo | Indiferente /Bajo |
| CI- PRACTICAS PREPROFESIONALES/MERCADO LABORAL-2.4 | 29,0          | 81,3                     | 58,0           | 11,0              | 2,7               |
| CI-PRACTICAS PREPROFESIONALES -2.5                 | 29,0          | 81,3                     | 58,0           | 11,0              | 2,7               |
| CI- MERCADO LABORAL-2.12                           | 29,0          | 81,3                     | 58,0           | 11,0              | 2,7               |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

### 4.3.2. Cálculo del X<sup>2</sup>

Tabla 21 Cálculo del X<sup>2</sup>

|  | O                                | E    | O - E | (O - E) <sup>2</sup> | (O - E) <sup>2</sup> |
|--|----------------------------------|------|-------|----------------------|----------------------|
|  |                                  |      |       |                      | E                    |
|  | $X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$ |      |       |                      |                      |
| CI- PRACTICAS<br>PREPROFESIONALES/MERCADO<br>LABORAL-2.4 -Siempre      | 25                               | 29,0 | -4,0  | 16,00                | 0,55                 |
| CI- PRACTICAS<br>PREPROFESIONALES/MERCADO<br>LABORAL-2.4 -Casi siempre | 84                               | 81,3 | 2,7   | 7,11                 | 0,09                 |
| CI- PRACTICAS<br>PREPROFESIONALES/MERCADO<br>LABORAL-2.4 -A veces      | 69                               | 58,0 | 11,0  | 121,00               | 2,09                 |
| CI- PRACTICAS<br>PREPROFESIONALES/MERCADO<br>LABORAL-2.4 -Nunca        | 4                                | 11,0 | -7,0  | 49,00                | 4,45                 |
| CI- PRACTICAS<br>PREPROFESIONALES/MERCADO<br>LABORAL-2.4 -Indiferente  | 0                                | 2,7  | -2,7  | 7,11                 | 2,67                 |
| CI- MERCADO LABORAL/-2.5 -<br>Siempre                                  | 22                               | 29,0 | -7,0  | 49,00                | 1,69                 |
| CI-MERCADO LABORAL-2.5 -<br>Casi siempre                               | 102                              | 81,3 | 20,7  | 427,11               | 5,25                 |
| CI- /MERCADO LABORAL-2.5 -A<br>veces                                   | 47                               | 58,0 | -11,0 | 121,00               | 2,09                 |
| CI- MERCADO LABORAL-2.5 -<br>Nunca                                     | 11                               | 11,0 | 0,0   | 0,00                 | 0,00                 |
| CI- MERCADO LABORAL-2.5 -<br>Indiferente                               | 0                                | 2,7  | -2,7  | 7,11                 | 2,67                 |
| CI- PRACTICAS<br>PREPROFESIONALES/-2..12 -Alto                         | 40                               | 29,0 | 11,0  | 121,00               | 4,17                 |

|  |    |      |       |        |       |
|--|----|------|-------|--------|-------|
| CI- PRACTICAS<br>PREPROFESIONALES/-2..12 -<br>Medio Alto | 58 | 81,3 | -23,3 | 544,44 | 6,69  |
| CI- PRACTICAS<br>PREPROFESIONALES/-2..12 –<br>Medio      | 58 | 58,0 | 0,0   | 0,00   | 0,00  |
| CI- PRACTICAS<br>PREPROFESIONALES/-2..12 -<br>Medio bajo | 18 | 11,0 | 7,0   | 49,00  | 4,45  |
| CI- PRACTICAS<br>PREPROFESIONALES/-2..12 -Bajo           | 8  | 2,7  | 5,3   | 28,44  | 10,67 |

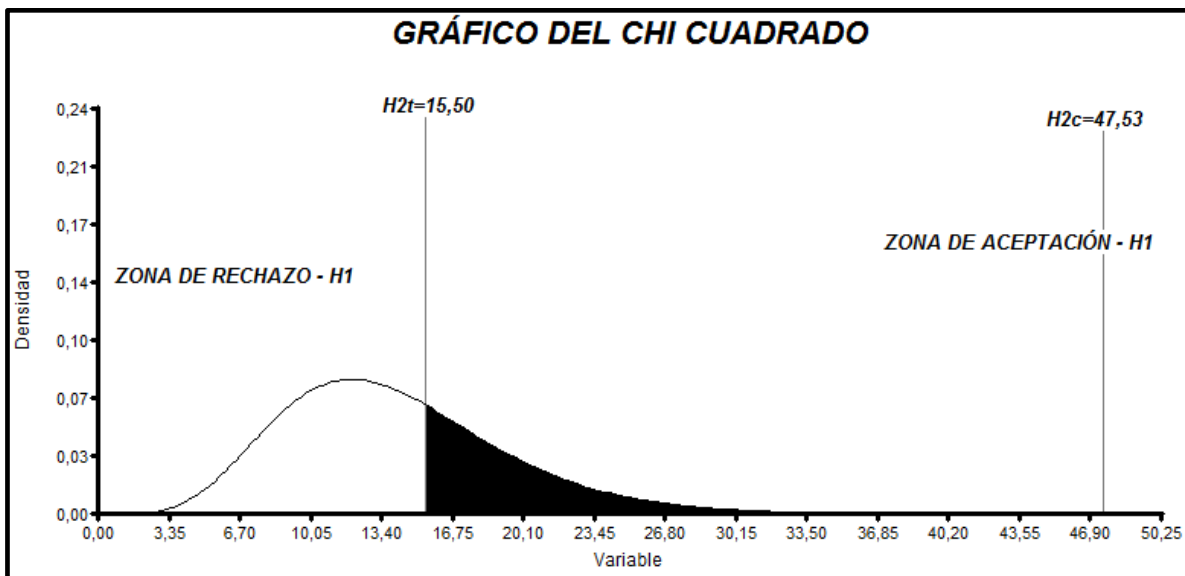
**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato

**CHI CUADRADO calculado: 47,53**

**CHI CUADRADO tabulado: 15,5073**

**Gráfico 18** Zona de Aceptación y Rechazo



**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Encuesta aplicada a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato.

#### **4.3.3. Decisión:**

El CHI CUADRADO CALCULADO debe ser mayor que el CHI CUADRADO TABULADO para rechazar la hipótesis nula.

En este caso se rechaza la hipótesis nula y nos quedamos con la hipótesis alternativa o de investigación que es:

**H<sub>i</sub>**= Las prácticas pre profesionales SI mejorará el nivel de inserción laboral de los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato.

## **CAPÍTULO V**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. CONCLUSIONES**

Considerando que las prácticas pre profesionales son muy importantes, por el desenvolvimiento de los estudiantes en el ámbito empresarial y nos ayuda a realizar trabajo relacionados con el practicismo que mezclado con los conocimientos técnicos nos darán resultados de profesionales eficientes en su entorno, definición a ser concluida luego de la investigación de campo realizada:

1. En base a la investigación de campo efectuada en la carrera puede decirse que el nivel de inserción laboral de los estudiantes de Marketing y Gestión de Negocios es deficiente lo que no permite un movimiento correcto y fluido de los estudiantes en la vida empresarial.
2. La Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato se encuentra niveles bajo en cuanto a la enseñanza de los aprendizajes teórico-prácticos lo cual es una forma idónea de poder comprender la vida laboral simplificando para que sirva las herramientas administrativas aprendidas a lo largo de la universidad.
3. Según los datos de la investigación de campo se determinó que los niveles de inserción laboral de los estudiantes se encuentran en un estado medio siendo este un resultado que no es satisfactorio para los estudiantes y autoridades de la Carrera de



Marketing y Gestión de Negocios, lo que se convierte preocupante ya que ha pasado un periodo considerable de estudio y no se puede desarrollar las capacidades cognoscitivas si no se tiene experiencia laboral.

4. Los estudiantes no se sienten en la capacidad óptima para desenvolverse en el ámbito laboral debido ya que los conocimientos prácticos aprendidos en la Carrera son deficientes y no tenemos un correcto conjunto de equilibrio del desarrollo de destrezas y habilidades en la experiencia profesional, además que las expectativas empresariales de la población encuestada no arrojan resultados favorables por no brindan la seguridad para adquirir retos empresariales.
5. Los docentes no encuentran a las prácticas Pre profesionales como un mecanismo clave para el ingreso a la vida laboral, por lo tanto se encuentra en la necesidad de mejorar las competencias y el comprometimiento del sector empresarial para formar líderes y estudiantes competitivos en el mercado.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

1. Se opta por la creación una guía de orientación de cómo se debe manejar los conocimientos teóricos-prácticos conjugados en la vida empresarial el cual nos dará como resultado estudiantes competentes y profesionales excelentes para el desarrollo óptimo de las actividades.
2. Emplearemos un sistema evaluador que nos ayude a identificar cuáles son las competencias que requieren las organizaciones privadas o públicas en cuanto a sus necesidades y preferencias de contratación del personal, determinando de esa manera conferencias giras de observación, foros, entre otros los cuales ayuden a los estudiantes a conocer y estar de acuerdo con las competencias adquiridas en la universidad.
3. Fomentaremos convenios de los que ya existen con empresas del sector con el fin de que los estudiantes que realicen las practicas pre profesionales lo hagan en las áreas específicas en las cuales ellos estén formándose, con la supervisión constante del docente encargado del seguimiento de los estudiantes practicantes.

4. Brindaremos ayuda a los estudiantes a que realicen las practicas pre profesionales en las empresas que están en convenio con la carrera para que los estudiantes se desenvuelvan en una ambiente laboral agradable.
5. Ejecutaremos un seguimiento constante de los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios para saber con grado de efectividad están realizando las actividades teóricas-practicas, designando la responsabilidad de guía para las prácticas pre profesionales que facilite la evaluación del desempeño laboral.
6. Crearemos una cartera de empleo estudiantil para los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas que les ayude con su inserción en el mercado laboral, disminuyendo de esta manera el índice de desempleo de nuestros estudiantes y que las empresas aprecien los perfiles que ofrece la carrera.

## **CAPÍTULO VI.**

### **6. LA PROPUESTA.**

#### **6.1. DATOS INFORMATIVOS.**

**Tema:** Diseño de la unidad de cartera de empleo estudiantil de la carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato.

**Institución Ejecutora:** Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato.

**Beneficiarios:** Estudiantes.

**Ubicación:** Av. Los Chasquis entre Río Guayabamba y Río Payamino.

**Provincia:** Tungurahua.

**Cantón:** Ambato.

**Tiempo Estimado para la Ejecución:** 8 meses.

**Costo de la Propuesta:** \$28.447,39 USD.

## **6.2. ANTECEDENTES.**

Conscientes de que otras instituciones educativas, entre otras con un alto prestigio y exitosas en el mercado de profesionales han contado con una Cartera de Empleo Estudiantil de esta manera obteniendo buenos resultados en cuanto a la ayuda de sus docentes en lo que se refiere a mejorar los niveles de inserción en el mercado laboral ofertando estudiantes capaces de resolver problemas técnicos, es un gran ejemplo una de las universidades elite de la sociedad Ecuatoriana como la ESPOL ,obteniendo una gran cantidad de estudiantes que se encuentra en una situación laboral activa e instruyéndose de la práctica en la vida laboral real.

Los estudiantes en tiempos anteriores de las facultades de ciencias sociales y administrativas de las distintas universidades han esperado graduarse para salir a trabajar y eso da como resultado profesionales sin experiencias laboral ,sabiendo que arroja pocas probabilidades de conseguir un empleo que en varias veces son difíciles de conseguir por la competencia de profesionales en el mercado laboral con experiencia, ya que las empresas necesitan talento humano que estén totalmente capacitados en la toma de decisiones reales que se lo adquiere solo con la practica en la vida laboral.

Lo expuesto ha llevado las instituciones educativas de nivel superior a investigar el sector empresarial con el fin de determinar el comportamiento de las necesidades requeridas en el mercado laboral para fomentar vínculos estrechos con las organizaciones privada y pública. En base a los resultados y requerimientos de la comunidad estudiantil se ha determinado la creación de Carteras de Empleo Estudiantil dentro de las facultades mencionadas, que por consiguiente es un mecanismo que ayuda a mejorar el nivel de inserción laboral para que los estudiantes graduados e incluso los que están cursando los distintos niveles de estudio superior no solo puedan conseguir una fuente de ingreso si no también una oportunidad relevante para una exitosa vida empresarial.

### **6.3. JUSTIFICACIÓN.**

Según la Ley Orgánica de Educación Superior Art. 87. Requisitos previos a la obtención del título.

Como requisito previo a la obtención del título, los y las estudiantes deberán acreditar servicios a la comunidad mediante prácticas o pasantías pre profesionales debidamente monitoreadas. En los campos de su especialidad, de conformidad con los lineamientos generales definidos por el Consejo de Educación Superior.

Dichas actividades se realizarán en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas e instituciones públicas y privadas relacionadas con la respectiva especialidad

Por lo antes mencionado podemos apreciar que la principal Universidad del centro del país como es la Universidad Técnica de Ambato y una de sus Facultades emblemáticas de Ciencias Administrativas especificando la Carrera de marketing y gestión de Negocios no cuentan con un mecanismo que ayude a mejorar los índices de inserción laboral de los estudiantes, sabiendo también de la gran demanda de los bachilleres por esta carrera se ha visto en la necesidad de crear una Cartera de Empleo Estudiantil dentro de sus predios para apoyar a los estudiantes a conseguir fuentes de ingreso y por consiguiente de esta manera solucionar los problemas del sector empresarial.

Por cuanto se pretende destacar la importancia de todas aquellas actividades identificables, intangibles, que son el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar a los estudiantes una oportunidad de ser competitivos en el mercado.

Se puede decir que el desarrollo del proceso educativo en la teoría y la práctica se llevara a cabo en aquellos estudiantes que solo con la experiencia profesional sabrán tomar decisiones reales en el ámbito administrativo.

#### **6.3.1 Misión de la Facultad de Ciencias Administrativas.**

Formar profesionales en ciencias administrativas, líderes y competitivos, promotores de la transformación productiva y empresarial, desde un enfoque integral y sustentable, comprometidos con el desarrollo del país y la región.

### **6.3.2 Visión de la Facultad de Ciencias Administrativas.**

La Facultad de Ciencias Administrativas al 2020 será conocida a nivel nacional e internacional por la producción de conocimiento, liderazgo en la gestión, capacidad innovadora, dinamismo emprendedor, vinculada con las nuevas exigencias del mercado, la sociedad y el estado.

## **6.4 OBJETIVOS.**

### **6.4.1 Objetivo General.**

- Diseñar la unidad de la Cartera de Empleo Estudiantil de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato.

### **6.4.2. Objetivos Específicos.**

- Diagnosticar las necesidades de la cartera de empleo estudiantil considerando la factibilidad social, económica y legal de la misma.
- Desarrollar los objetivos y funciones de la cartera de empleo estudiantil en base a las actividades, estructura orgánica y responsabilidades en cada uno de los cargos que se propongan.
- Evaluar el modelo de gestión estratégica para el manejo de la cartera de empleo estudiantil que satisfaga las necesidades de los estudiantes y las empresas de la zona centro del país.

## **6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.**

El desarrollo del presente trabajo de investigación se pudo realizar de manera exitosa gracias a la absoluta colaboración de cada uno de los miembros de la comunidad universitaria de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, gracias por su valiosa colaboración que fue en el momento deseado obteniendo la información adecuada y con una gran predisposición de apoyo constante.

### **6.5.1. Aspecto Tecnológico.**

Los mecanismos y materiales tecnológicos con los que cuenta la Facultad de ciencias administrativas son adecuadas para la creación y la preservación de la Cartera de Empleo Estudiantil.

### **6.5.2. Aspecto Organizacional.**

La Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato cuenta con los recursos materiales, infraestructura, el talento humano, entre otros que permitirán la creación de la Cartera de Empleo Estudiantil, sabiendo que se cuenta con el total apoyo de la gestión administrativa y operativa para el cumplimiento de los objetivos de la propuesta.

### **6.5.3. Aspecto Económico - Financiero..**

La organización cuenta con el suficiente recurso económico y financiero para impulsar el desarrollo de la propuesta, la misma que es oportuna ya que soluciona las necesidades del estudiantado en una gran parte, otorgando de esta manera un servicio indispensable que debería brindar las instituciones educativas.

## **6.6. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.**

### **6.6.1. Cartera de Empleo Estudiantil.**

Todo servicio de empleo universitario debe presentar una especial atención en la labor específica de orientación. El objetivo fundamental debe ser proporcionar todo tipo de información relevante y actualizada sobre aquellos aspectos de índole académica o laboral que ayuden a la capacitación profesional del universitario y faciliten su acceso al mercado laboral.

En este apartado, adquiere especial importancia la labor desarrollada por los técnicos de orientación a través de la realización de entrevistas personales. Ayudar al universitario en la definición de sus objetivos profesionales y asesorarle sobre cómo llegar a ellos, es que se demandan, los distintos sistemas de acceso a las empresas, en especial, los sistemas de selección on-line con los que las Universidades deberán competir.

Analizar la oferta y la demanda de empleo éntrelos alumnos y los titulados de la Universidad y las empresas e instituciones colaboradoras, adecuando los ´perfiles

presentados por ambas partes, es la principal labor que se desarrollara desde el área de la actuación. Para ello, este servicio ofrece a las empresas el adecuado soporte técnico y logístico necesario para poder acometer un proceso de selección con éxito (Ministerio de Educación, 2001).

### **6.6.2. La Economía Laboral como Disciplina.**

#### **Trabajo.**

Trabajo es toda actividad humana, libre, lícita, ya sea material o intelectual, permanente o transitoria, que una persona natural ejecuta conscientemente al servicio de otra natural o jurídica, y cualquiera que sea su finalidad, siempre que se efectúe en ejecución de un contrato de trabajo (Gómez Escobar, 2007).

#### **Empleo.**

Se dice en la definición que empleo de personal, es una parte de administración de personal, en cuanto es uno de los capítulos que componen esta ciencia. Sobre el valor de ciencia de administración de personal ya ha sido tratado el tema de otra ocasión por lo que nos remitimos a lo dicho.

Empleo de personal se dedica a estudiar las leyes que rigen la toma de personal, entendiéndose por la ley la regla y norma constante e invariable de las cosas nacidas de la causa primera o de sus propias cualidades y condiciones.

O sea que se trata de una disciplina cuyo nombre es empleo de personal, parte de una ciencia denominada administración de personal que estudia las leyes y las técnicas, que convienen a la toma del personal, acepción esta que se analizó en el párrafo anterior.

A todo lo cual cabría agregar que todo ello se canaliza en algo concreto, práctico, aplicándose a una empresa y momentos dados. Con lo que se complementa el concepto dado: empleo de personal es la parte de administración de personal que estudia las leyes que rigen la toma de personal y las técnicas más convenientes para ello y las pone en práctica (Maristany, 1973).

#### **Importancia Cuantitativa.**



La senda justificación de la economía laboral es cuantitativa. Los trabajadores reciben alrededor de tres cuartas partes de la renta nacional en forma de sueldos y salarios.

Paradójicamente, en las economías capitalistas de todo el mundo, la mayor parte de la renta nacional ¡no consiste en la renta capitalista (beneficios, alquileres, intereses), sino en salarios! La principal fuente de ingresos para la inmensa mayoría de los hogares proviene de los servicios de trabajo. Cuantitativamente, el trabajo es el recurso económico más importante (Macpherson, 2003).

### **6.6.3. Proceso de Gestión del Talento Humano.**

Es precisamente el de analizar como el departamento de recurso humano, mediante la gestión estratégica del capital humano de la empresa, puede colaborar en la creación y mantenimiento de la ventaja competitiva de la misma. En primer lugar ofreceremos una visión global de cómo y bajo qué condiciones la planificación estratégica, que guía todo este proceso de gestión, puede favorecer el éxito empresarial (ventaja competitiva) (Álvarez, 2003).

### **6.6.4. Modelo de desarrollo de Talento Humano.**

Según (Chiavenato, 2009) El desarrollo del talento humano se constituye en una verdadera revolución en la manera de desarrollar el conocimiento, las habilidades, y actitudes de las personas al interior de las organizaciones.

Cuando una empresa cuenta con un Modelo de Desarrollo, lo que ha construido es un verdadero mapa de ruta del comportamiento de sus miembros que llevara al éxito la institución.

#### **6.6.4.1. Beneficios del Modelo de desarrollo de Talento Humano.**

##### **a) Para la institución**

- Mejorar los procesos académicos
- Mejoramiento en la atención al estudiante
- Aumento en la eficiencia de resultados
- Mejoramiento en la imagen de la institución
- Mejoramiento en la relación entre la institución y los colaboradores
- Aumento de la eficiencia académica

- Cambio de actitudes y comportamiento de las personas
- Aumento de la eficiencia individual y grupal de los colaboradores de la institución
- Mejoramiento del espíritu de equipo y cooperación

**b) Para el estudiante**

- Aumento de conocimientos personales
- Mejoramiento de la calidad de vida en el trabajo
- Aumento de la motivación del personal
- Mejores relaciones entre el personal y la institución
- Aumento de la eficacia personal

**6.7. DEPARTAMENTO DE LA CARTERA DE EMPLEO ESTUDIANTIL.**

**6.7.1. Etapa filosófica.**

**6.7.1.1.Misión institucional.**

La misión de la cartera de empleo estudiantil de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas es la satisfacción de los requerimientos y expectativas en soluciones laborales a los problemas técnicos en administración y mercadotecnia de las empresas de la zona centro del país.

**6.7.1.2.Visión institucional.**

Desarrollarnos en el mediano plazo como un departamento representativo de cartera de empleo estudiantil, proveedor de talento humano idóneo con capacidad para satisfacer las necesidades de las organizaciones públicas y privadas en el ámbito laboral, aportando de esa manera con el incremento en el nivel de la inserción laboral de los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas.

**6.7.1.3.Principios institucionales.**

**Participación.-** Fomentando y promocionando el ejercicio de los derechos a la participación, garantizando las mismas posibilidades en el acceso, permanencia y movilidad y orientando a responder las necesidades y expectativas de la sociedad y de los estamentos de la facultad.

**Integralidad.-** Articulado al sistema de Educación Superior así como a la planificación nacional y local, al régimen de desarrollo, a la prospectiva de desarrollo científico, humanístico y tecnológico mundial, y al plan de Desarrollo de la Universidad Técnica de Ambato.

**Corresponsabilidad.-** Promoviendo y practicando una responsabilidad compartida, de compromiso individual y colectiva con una exigencia moral y ética, donde se prioricen los intereses colectivos sobre los individuales.

**Honestidad y transparencia.-** Comportándose de manera correcta y actuando con rectitud bajo principios éticos y legales en la administración de los recursos públicos.

**Respeto.-** Reconociendo derechos y virtudes con dignidad, y otorgando a cada quien su valor, convirtiéndose en una condición de equidad y justicia.

**Calidad.-** Alto desempeño con visión de conjunto y de perspectiva en la dirección de equipos de trabajo a fin de armonizar y conducir hacia el éxito.

**Liderazgo.-** Sustentada en la búsqueda constante y sistemática de la excelencia, pertinencia, producción óptima, transmisión del conocimiento y desarrollo del pensamiento mediante la autocrítica, la crítica externa y el mejoramiento continuo.

**Efectividad.-** Expresada en procesos eficientes y eficaces, orientada al cumplimiento de metas y objetivos a fin de obtener resultados satisfactorios que contribuyan al bienestar y desarrollo de los estamentos de la facultad.

**Innovación.-** Creando nuevos proyectos a partir de un ejercicio de creatividad basado en un proceso de reflexión estratégica y alineado a la política institucional.

**Emprendimiento.-** Creando y fomentando el espíritu, conducta y capacidad emprendedora orientada a la generación de empresas y emprendimientos innovadores, factibles, rentables, sostenibles y con alto potencial de crecimiento.

#### **6.7.1.4. Políticas institucionales.**

- Promover y fomentar la institucionalidad de la facultad, mediante los procesos de gestión pública integrales, incluyentes, participativos, innovadores y transparentes

que permitan satisfacer las necesidades y aspiraciones institucionales y de la sociedad.

- Promover y fomentar la calidad académica en la formación profesional, en base a la capacitación y especialización de los docentes.
- Promover y fomentar la investigación científica y tecnológica en el ámbito de las ciencias administrativas.
- Promover y fomentar el espíritu y capacidad emprendedora universitaria mediante procesos innovadores y dinámicos.
- Promover y fomentar la vinculación con la colectividad considerando las necesidades y demandas actuales y futuras.

### **6.7.2. Etapa analítica.**

#### **6.7.2.1. Análisis del micro entorno (cadena de valor de Michael Porter) Facultad de Ciencias Administrativas.**

##### **6.7.2.1.1. Actividades Primarias.**

###### **Logística interna.**

###### **Fortalezas.**

- Infraestructura adecuada para el correcto desenvolvimiento del personal administrativo.
- Laboratorios con máquinas excelentes en relación a las demás facultades.
- Se cuenta con servicio de internet gratuito.
- Personal administrativo comprometido con sus labores.

###### **Debilidades.**

- Pocos libros de las materias de especialización en las áreas de administración.
- Limitados insumos en la utilización de los procesos administrativos.

###### **Operaciones.**

###### **Fortalezas.**

- Planta docente en su mayoría con título de cuarto nivel.

- Docentes con conocimiento en el manejo de herramientas pedagógicas.
- Trascendencia de la institución.

#### **Debilidades.**

- Pocos materiales didácticos.
- Desactualización de la malla curricular limita la enseñanza teoría y práctica.

#### **Logística externa.**

#### **Fortalezas.**

- Contamos con una acreditación de entidades estatales.
- Número considerable de nuestros egresados y profesionales en el mercado laboral.
- Se cuenta con un amplio historial de trabajo académico desde hace muchos años.

#### **Debilidades.**

- Practica laboral mínima.
- No hay planes de comunicación institucional para con la sociedad.

#### **Mercadotecnia y ventas.**

#### **Fortalezas.**

- El canal de distribución es directo siendo este el adecuado y solicitado por nuestros clientes.
- Credibilidad de nuestra institución.
- Amplio conocimiento y referencia de la población sobre nuestra institución.

#### **Debilidades.**

- Desconocimiento de nuestro target al ser un servicio nuevo.

#### **Servicio.**

#### **Fortalezas.**

- Seguimiento constante de nuestros estudiantes.

- Trabajo constante en vinculación con la sociedad.

**Debilidades.**

- Limitados convenios institucionales.

**6.7.2.1.2. Actividades de apoyo.**

**Infraestructura.**

**Fortalezas.**

- Reuniones de las autoridades constantes que sirven para tomar correctivos ágiles.
- Autoridades con una alta convicción de ayuda para los estudiantes.
- Inexistencia de problemas legales dentro de la facultad.
- Seguimiento constante de la malla curricular para el cumplimiento de las necesidades del sector empresarial.

**Debilidades.**

- Reciente implementación por la gestión estratégica de la unidad de la cartera de empleo estudiantil.
- El presupuesto de la institución deberá ser determinado para otra unidad lo que causa limitaciones.

**Administración del talento humano.**

**Fortalezas.**

- Personal capacitado dentro de la institución.
- Adecuado ambiente laboral.
- Se cuenta con los estatutos y reglamentos para constantes capacitaciones del talento humano.
- Capacitaciones pagadas por la institución dentro del marco legal.

**Debilidades.**

- Mínima experiencia del manejo de una cartera de empleo.

## **Desarrollo tecnológico.**

### **Fortalezas.**

- Planes institucionales para la integración digital de servicios complementarios

### **Debilidades.**

- Limitadas capacitaciones en el manejo de nuevas tecnologías pedagógicas.

## **Abastecimiento.**

### **Fortalezas.**

- Utilización del portal de compras públicas para un abastecimiento lícito.

### **Debilidades.**

Trámites innecesarios para el abastecimiento de insumos en las unidades administrativas.

## **6.7.2.2. Análisis del micro entorno (cadena de valor de Michael Porter) Cartera de Empelo Estudiantil.**

### **6.7.2.2.1. Actividades primarias.**

#### **Logística interna.**

### **Fortalezas.**

- Personal administrativo capaz de gestionar la unidad.
- Disponibilidad de insumos para la gestión administrativa.
- Autoridades comprometidas con la inserción laboral de los estudiantes

### **Debilidades.**

- Desactualización de los equipos informáticos para la labor administrativa.
- Servicio de internet deficiente.

### **Operaciones.**

### **Fortalezas.**

- Se cuenta con los procesos académicos acordes.

- Reglamentos que ayudan a la vinculación con la sociedad.
- Competitividad en la gestión académica en la zona centro del país.
- Convenios interinstitucionales con el sector empresarial.

#### **Debilidades.**

- Procesos tardíos en la gestión administrativa debido a la burocracia existente.
- Nuevos en el proceso de crear la cartera de empleo estudiantil.
- Nuevos servicios de la institución que trataremos de cumplir con las expectativas de las empresas.
- Limitadas empresas con áreas específicas de marketing.

#### **Logística externa.**

##### **Fortalezas.**

- Motivación de los estudiantes en estas nuevas decisiones.
- Asesoría constante de los docentes para con los estudiantes.

##### **Debilidades.**

- Estudiantes con limitados conocimientos técnicos y prácticos.
- Limitado tiempo de la supervisión de estudiantes.

#### **Mercadotecnia y ventas.**

##### **Fortalezas.**

- Conocimiento en herramientas comerciales.
- Credibilidad de nuestra institución.
- Amplio conocimiento y referencia de la población sobre nuestra institución.

##### **Debilidades.**

- Desconocimiento de la nueva cartera de empleo estudiantil por parte del sector empresarial.
- Presupuesto no determinado.



**Servicio.**

**Fortalezas.**

- Seguimiento constante de nuestros estudiantes.

**Debilidades.**

- Nuevos en el servicio.

**6.7.2.2.2. Actividades de apoyo.**

**Infraestructura.**

**Fortalezas.**

- Sitios acordes para la creación de la unidad.
- Liquidez de la universidad para estos proyectos.
- Fuerte imagen de credibilidad institucional en el mercado meta.

**Debilidades.**

- Rigidez en los procesos administrativos.
- Burocracia en la institución.

**Administración del talento humano.**

**Fortalezas.**

- Personal capacitado dentro de la institución.
- Adecuado ambiente laboral.
- Se cuenta con los estatutos y reglamentos para constantes capacitaciones del talento humano.
- Capacitaciones pagadas por la institución dentro del marco legal.

**Debilidades.**

- Nuevos dentro del manejo de una cartera de empleo.
- Resistencia al cambio.

## **Desarrollo tecnológico.**

### **Fortalezas.**

- Adecuado sistema de administración de datos.

### **Debilidades.**

- Capacitaciones nulas de las nuevas tecnologías dentro de la facultad.

## **Abastecimiento.**

### **Fortalezas.**

- Adquisición de insumos según inventario.
- Red de proveedores identificados.
- Capacidad y conocimiento en la compra de insumos.

### **Debilidades.**

- Limitado número de insumos para los procesos de la gestión administrativas.

## **6.7.2.3. Análisis del Macro entorno (Político, Económico, Social, Tecnológico y Ecológico).**

### **6.7.2.3.1. Político.**

#### **Oportunidades.**

- Según la Ley Orgánica de Educación Superior artículo 107 Principio de Pertinencia hace referencia a la colaboración de la tendencia del mercado ocupacional.
- Según la constitución de la república del Ecuador en la segunda sección del trabajo artículo 35 dice el trabajo es un derecho y deber social.
- Según el estatuto de la Universidad Técnica de Ambato artículo 8 de los Objetivos acota la formación y especialización de profesionales que atiendan las necesidades socioeconómicas del Ecuador.
- Según el ceaaces del modelo para la evaluación de las carreras presenciales y semi-presenciales de las universidades y escuelas politécnicas del Ecuador en la parte del

ambiente institucional hace referencia a los diferentes mecanismos de las instituciones que apoyen a los estudiantes a la inserción laboral.

- La meritocracia en el país se desarrolla.

#### **Amenazas.**

- Cambios constantes en las disposiciones y artículos de la Ley Orgánica de Educación Superior.
- Deficientes políticas de inserción laboral de las organizaciones públicas y privadas con los estudiantes.

#### **6.7.2.3.2. Económico.**

##### **Oportunidades.**

- Según la Ley Orgánica de Educación Superior capítulo 2 normas para la garantía de la calidad art. 98.- planificación y ejecución de la autoevaluación. La planificación y ejecución de la autoevaluación estará a cargo de cada una de las instituciones de educación superior, en el presupuesto que las instituciones del sistema de educación superior, aprueben se hará constar una partida adecuada para la realización del proceso de autoevaluación.
- Según el estatuto de la Universidad Técnica de Ambato capítulo 4. de la dirección financiera art. 123. De la Misión hace referencia a la autogestión para las necesidades de la creación de programas y unidades administrativas de manera autónoma.

#### **Amenazas.**

- Para poder funcionar como una unidad administrativa debemos constar en el nuevo presupuesto de la universidad.
- Prioridades en otras actividades académicas de la universidad.

#### **6.7.2.3.3. Social.**

##### **Oportunidad.**

- Según el INEC los niveles de subempleo en el país son de 44,78% en el año 2013 siendo este un nivel alto.

- La provincia de Tungurahua cuenta un alto nivel de emprendimiento en el sector empresarial.

**Amenazas.**

- Competencia con más experiencia.
- La tendencia del gobierno y la sociedad a la generación de carreras técnicas en referencia a las carreras de carácter social.
- Falta de aplicabilidad de las empresas en gestión del talento humano en las instituciones privadas y públicas.
- Empresas de la zona centro del país cuentan con convenios interinstitucionales entre las demás universidades y escuelas politécnicas competidoras en ciencias administrativas.

**6.7.2.3.4. Tecnológico.**

**Oportunidades.**

- El desarrollo de nuevas tecnologías de información y comunicación comercial.
- Mayor agilidad en los procesos administrativos y resulta en dar respuestas ágiles.

**Amenazas.**

- Limitados equipos tecnológicos en el país, ya que no producimos tecnología y dependemos de otros países.
- Costos altos en tecnologías de punta.

**6.7.2.3.5. Ecológico.**

**Oportunidades.**

- Manejo de medios electrónicos para la comunicación comercial de la cartera de empleo, esto disminuye la utilización de papel.

**Amenazas.**

- La utilización de papel con el fin de cumplir con los trámites burocráticos correspondientes.

#### 6.7.2.4. Matriz de evaluación de factores externos.

Tabla 22 Matriz de evaluación de factores externos.

| Factores determinantes para el éxito   | Peso | Calificación | Peso Ponderado |
|--|------|--------------|----------------|
| <b>OPORTUNIDADES</b>   |      |              |                |
| Según el ceaces del modelo para la evaluación de las carreras presenciales y semi-presenciales de las universidades y escuelas politécnicas del Ecuador en la parte del ambiente institucional hace referencia a los diferentes mecanismos de las instituciones que apoyen a los estudiantes a la inserción laboral. | 0,11 | 4            | 0,44           |
| Según la Ley Orgánica de Educación Superior artículo 107 Principio de Pertinencia hace referencia a la colaboración de la tendencia del mercado ocupacional.   | 0,09 | 3            | 0,27           |
| Según la Ley Orgánica de Educación Superior.-La planificación y ejecución de la autoevaluación estará a cargo de cada una de las instituciones se hará constar una partida presupuestaria adecuada para la realización del proceso de autoevaluación.  | 0,07 | 2            | 0,14           |
| Según el estatuto de la Universidad Técnica de Ambato capítulo 4. de la dirección financiera art. 123. De la Misión hace referencia a la autogestión para las necesidades de la creación de programas y unidades administrativas de manera autónoma.   | 0,07 | 2            | 0,14           |
| Según el INEC los niveles de subempleo en el país son de 44,78% en el año 2013 siendo este un nivel alto.  | 0,05 | 2            | 0,1            |
| La provincia de Tungurahua cuenta un alto nivel de emprendimiento en el sector empresarial.  | 0,04 | 2            | 0,08           |
| El desarrollo de nuevas tecnologías de información y comunicación comercial.   | 0,04 | 1            | 0,04           |
| Manejo de medios electrónicos para la comunicación comercial de la cartera de empleo, esto disminuye la utilización de papel.  | 0,03 | 1            | 0,03           |
|  | 0,5  |              | 1,24           |

| AMENAZAS  |          |   |             |
|---|----------|---|-------------|
| Cambios constantes en las disposiciones y artículos de la Ley Orgánica de Educación Superior.   | 0,09     | 4 | 0,36        |
| Deficientes políticas de inserción laboral de las organizaciones públicas y privadas con los estudiantes.   | 0,09     | 4 | 0,36        |
| Para poder funcionar como una unidad administrativa debemos constar en el nuevo presupuesto de la universidad.  | 0,07     | 3 | 0,21        |
| Prioridades en otras actividades académicas de la universidad.  | 0,06     | 2 | 0,12        |
| Falta de aplicabilidad de las empresas en gestión del talento humano en las instituciones privadas y públicas.  | 0,06     | 2 | 0,12        |
| Empresas de la zona centro del país cuentan con convenios interinstitucionales entre las demás universidades y escuelas politécnicas competidoras en ciencias administrativas | 0,05     | 1 | 0,05        |
| Limitados equipos tecnológicos en el país, ya que no producimos tecnología y dependemos de otros países.  | 0,05     | 1 | 0,05        |
| Costos altos en tecnologías de punta.   | 0,03     | 1 | 0,03        |
|   | 0,5      |   | 1,3         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>1</b> |   | <b>2,54</b> |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López.

**Fuente:** Investigación de Campo

### **Conclusión.**

Con este resultado se identifica que las oportunidades se encuentran por sobre las amenazas esto se debe a que la factibilidad y prioridad de que los estudiantes integren el mercado laboral tal como pide los entes reguladores y desean las instituciones de educación superior.

Se calculó el promedio de 2,5 tomando el valor más alto de la calificación y el valor más bajo, el cual se tomó como referencia para la conclusión.

**6.7.2.5. Matriz de evaluación de factores internos (Facultad de Ciencias Administrativas).**

**Tabla 23 Matriz de evaluación de factores internos (Facultad de Ciencias Administrativas).**

| <b>Factores críticos para el éxito</b>   | <b>Peso</b> | <b>Calificación</b> | <b>Peso Ponderado</b> |
|--|-------------|---------------------|-----------------------|
| <b>FORTALEZAS</b>  |             |                     |                       |
| <b>Infraestructura adecuada para el correcto desenvolvimiento del personal administrativo.</b> | 0,1         | 4                   | 0,4                   |
| <b>Planta docente en su mayoría con título de cuarto nivel.</b>                                | 0,1         | 4                   | 0,4                   |
| <b>Docentes con conocimiento en el manejo de herramientas pedagógicas.</b>                     | 0,05        | 3                   | 0,15                  |
| <b>Trascendencia de la institución.</b>  | 0,07        | 2                   | 0,14                  |
| <b>Número considerable de nuestros egresados y profesionales en el mercado laboral.</b>        | 0,05        | 1                   | 0,05                  |
| <b>Credibilidad de nuestra institución.</b>  | 0,05        | 1                   | 0,05                  |
| <b>Seguimiento constante de nuestros estudiantes.</b>  | 0,04        | 1                   | 0,04                  |
| <b>Trabajo constante en vinculación con la sociedad</b>  | 0,04        | 1                   | 0,04                  |
|  | 0,5         |                     | 1,27                  |
|  |             |                     |                       |

| <b>DEBILIDADES</b>   |          |   |             |
|--|----------|---|-------------|
| <b>Pocos libros de las materias de especialización en las áreas de administración</b>                      | 0,08     | 4 | 0,32        |
| <b>Desactualización de la malla curricular limita la enseñanza teoría y práctica</b>                       | 0,08     | 3 | 0,24        |
| <b>No hay planes de comunicación institucional para con la sociedad</b>                                    | 0,07     | 3 | 0,21        |
| <b>El presupuesto de la institución deberá ser determinado para otra unidad lo que causa limitaciones.</b> | 0,06     | 3 | 0,18        |
| <b>Desconocimiento de nuestro target al ser un servicio nuevo.</b>   | 0,06     | 3 | 0,18        |
| <b>Limitadas capacitaciones en el manejo de nuevas tecnologías pedagógicas.</b>                            | 0,06     | 2 | 0,12        |
| <b>Trámites innecesarios para el abastecimiento de insumos en las unidades administrativas.</b>            | 0,05     | 1 | 0,05        |
| <b>Desconocimiento de nuestro target al ser un servicio nuevo.</b>   | 0,04     | 1 | 0,04        |
|  | 0,5      |   | 1,34        |
| <b>TOTAL</b>   | <b>1</b> |   | <b>2,61</b> |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López.

**Fuente:** Investigación de Campo

### **Conclusión.**

Sabemos con el resultado obtenido las fortalezas están sobre las debilidades por que la trascendencia de la institución es considerable de la población y la infraestructura es la mejor dentro de las demás facultades similares de las instituciones de educación superior de la zona central del país.

Se calculó el promedio de 2,5 tomando el valor más alto de la calificación y el valor más bajo, el cual se tomó como referencia para la conclusión.



### 6.7.2.6. Matriz de evaluación de factores internos (Cartera de Empleo Estudiantil).

Tabla 24 Matriz de evaluación de factores internos (Cartera de Empleo Estudiantil).

| <b>Matriz de Evaluación de Factores Internos</b>                             |             |                     |                       |
|--|-------------|---------------------|-----------------------|
| <b>Factores críticos para el éxito</b>                                       | <b>Peso</b> | <b>Calificación</b> | <b>Peso Ponderado</b> |
| <b>FORTALEZAS</b>  |             |                     |                       |
| <b>Autoridades comprometidas con la inserción laboral de los estudiantes</b> | 0,1         | 4                   | 0,4                   |
| <b>Reglamentos que ayudan a la vinculación con la sociedad.</b>              | 0,1         | 4                   | 0,4                   |
| <b>Convenios interinstitucionales con el sector empresarial</b>              | 0,07        | 3                   | 0,21                  |
| <b>Competitividad en la gestión académica en la zona centro del país.</b>    | 0,06        | 2                   | 0,12                  |
| <b>Asesoría constante de los docentes para con los estudiantes.</b>          | 0,06        | 2                   | 0,12                  |
| <b>Conocimiento en herramientas comerciales.</b>                             | 0,04        | 1                   | 0,04                  |
| <b>Sitios acordes para la creación de la unidad.</b>                         | 0,04        | 1                   | 0,04                  |
| <b>Capacidad y conocimiento en la compra de insumos.</b>                     | 0,03        | 1                   | 0,03                  |
|  | 0,5         |                     | 1,36                  |

| <b>DEBILIDADES</b>   |          |   |      |
|--|----------|---|------|
| <b>Limitadas empresas con áreas específicas de marketing.</b>                                      | 0,0<br>8 | 3 | 0,24 |
| <b>Estudiantes con limitados conocimientos técnicos y prácticos.</b>                               | 0,0<br>8 | 3 | 0,24 |
| <b>Procesos tardíos en la gestión administrativa debido a la burocracia existente.</b>             | 0,0<br>7 | 3 | 0,21 |
| <b>Desactualización de los equipos informáticos para la labor administrativa.</b>                  | 0,0<br>6 | 3 | 0,18 |
| <b>Desconocimiento de la nueva cartera de empleo estudiantil por parte del sector empresarial.</b> | 0,0<br>6 | 2 | 0,12 |
| <b>Presupuesto no determinado.</b>   | 0,0<br>6 | 2 | 0,12 |
| <b>Capacitaciones nulas de las nuevas tecnologías dentro de la facultad.</b>                       | 0,0<br>5 | 1 | 0,05 |
| <b>Limitado número de insumos para los procesos de la gestión administrativas.</b>                 | 0,0<br>4 | 1 | 0,04 |
|  | 0,5      |   | 1,2  |
| <b>TOTAL</b>   | 1        |   | 2,56 |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López.

**Fuente:** Investigación de Campo

### **Conclusión.**

El resultado obtenido nos indica que las fortalezas se encuentran sobre las debilidades, se denota el interés de las autoridades por el tema de inserción laboral adjunto con la capacidad de la planta administrativa, docente y operaria con vastos conocimientos.

Se calculó el promedio de 2,5 tomando el valor más alto de la calificación y el valor más bajo, el cual se tomó como referencia para la conclusión.



### 6.7.2.7. Establecimiento de estrategias FO, FA, DO, DA.

Cuadro 5 Establecimiento de estrategias FO, FA, DO, DA.

|  | OPORTUNIDADES  | AMENAZAS  |
|--|--|---|
|  | Según el ceaces del modelo para la evaluación de las carreras presenciales y semi-presenciales de las universidades y escuelas politécnicas del Ecuador en la parte del ambiente institucional hace referencia a los diferentes mecanismos de las instituciones que apoyen a los estudiantes a la inserción laboral. | Cambios constantes en las disposiciones y artículos de la Ley Orgánica de Educación Superior.   |
|  | Según la Ley Orgánica de Educación Superior artículo 107 Principio de Pertinencia hace referencia a la colaboración de la tendencia del mercado ocupacional.   | Deficientes políticas de inserción laboral de las organizaciones públicas y privadas con los estudiantes.   |
|  | Según el INEC los niveles de subempleo en el país son de 44,78% en el año 2013 siendo este un nivel alto.  | Empresas de la zona centro del país cuentan con convenios interinstitucionales entre las demás universidades y escuelas politécnicas competidoras en ciencias administrativas |
| <b>FORTALEZAS</b>  | <b>FO</b>  | <b>FA</b>   |
| Reglamentos que ayudan a la vinculación con la sociedad.           | F1-O1.Crear procesos de mejora continua en las autoevaluaciones con el fin de cumplir con las disposiciones de los entes reguladores de la educación superior  | F1.A1.Realizar un estudio situacional para de tomar medidas y respuestas ágiles en el corto y mediano plazo con el fin antepoernos a cambios en el ámbito político.           |
| Convenios interinstitucionales con el sector empresarial           | F2.O2.Indicar e incentivar a los gerentes de las empresas de la zona centro del país la capacidad, eficiencia y eficacia del talento humano de la institución promoviendo visitas institucionales entre las organizaciones.  | F2.A2.Implementar un sistema evaluador del cumplimiento óptimo de los convenios, siendo este una herramienta que medirá el desempeño de nuestros estudiantes.                 |
| Competitividad en la gestión académica en la zona centro del país. | F3.O3.Demostrar a nuestro mercado meta la importancia de los profesionales en las áreas específicas mediante foros, conferencias, entre otros y de esta forma suprimir el subempleo.   | F3.A3. Crear un sistema de planificación comercial eficiente que llegue a nuestra sociedad la trascendencia de la institución y su responsabilidad para con nuestro país.     |
|  |  |   |

| DEBILIDADES   | DO   | DA  |
|---|--|---|
| Estudiantes con limitados conocimientos técnicos y prácticos.                   | D1.O1.Implementar la unidad administrativa de la cartera de empleo estudiantil con el propósito de mejorar los niveles de inserción laboral de los estudiantes.                            | D1.A1.Crear reglamentos y convenios con los entes reguladores de la educación superior que nos permita estar acorde con el ámbito político.             |
| Procesos tardíos en la gestión administrativa debido a la burocracia existente. | D2.O2.Incentivar a los colaboradores de la unidad la importancia de agilizar los procesos de la cartera de empleo estudiantil por motivos de acreditación.                                 | D2.A2.Difundir a las empresas públicas y privadas del nuevo servicio de cartera de empleo estudiantil de estudiantes en marketing y gestión de negocios |
| Limitadas empresas con áreas específicas de marketing.                          | D3.O3.Informar mediante conferencias a los empresarios que el perfil de ingeniería en Marketing y Gestión de Negocios está acorde con las distintas ramas de las ciencias administrativas. | D3.A3.Realizar un estudio minucioso de las empresas que cuentan con departamentos de Marketing y proponer convenios específicos con estas.              |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López.

### 6.7.3. Etapa operativa.

#### 6.7.3.1. Plan de acción - poa (plan operativo anual: objetivos, estrategias, acciones).

Cuadro 6 Plan de acción

| OBJETIVO   | ESTRATEGIAS   | TACTICAS OPERACIONALES   | ACTIVIDAD  | RESPONSABLE           | TIEMPO           | INDICADORES  |
|--|---|--|--|-----------------------|------------------|--|
| Diagnosticar las necesidades de la cartera de empleo estudiantil considerando la factibilidad social, económica y legal de la misma. | <p>-Implementar la unidad de Cartera de Empleo Estudiantil con el propósito de mejorar los niveles de inserción laboral de los estudiantes.</p> <p>-Realizar un estudio situacional para tomar medidas y dar respuestas ágiles en el corto y mediano plazo con el fin de anteponernos a cambios organizacionales de la universidad.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Identificación de las necesidades e importancia de crear una Cartera de Empleo Estudiantil.</li> <li>Analizaremos la factibilidad social, económica y legal de la creación de la Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil.</li> <li>Determinaremos los objetivos y funciones de la Cartera de Empleo Estudiantil.</li> <li>Crearemos las actividades de la Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil.</li> <li>Propondremos los organigramas Estructural, funcional y posicional de la Cartera de Empleo Estudiantil</li> <li>Elaboraremos el perfil de los cargos de la unidad</li> <li>Realizaremos la etapa filosófica de la unidad.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Indagar y determinar en los distintos documentos legales la factibilidad que establezca la creación de la Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil.</li> <li>Crear, determinar, evaluar y concluir la encuesta que se realizara a los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios que se encuentren legalmente matriculados en el séptimo hasta décimo nivel</li> </ul> | Director del proyecto | Dos veces al año | (número de estudiantes trabajando/ número de estudiantes de la carrera)* 100 |

|  |  |   |   |  |  |  |
|--|--|---|---|--|--|--|
|  | <p>-Realizar un estudio minucioso de las empresas que cuentan con departamentos de Marketing y proponer convenios específicos con estas.</p> <p>-Socializar la unidad de la cartera de empleo estudiantil acotando el perfil de ingeniería en Marketing y Gestión de Negocios está acorde con las distintas ramas de las</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinaremos el espacio laboral que ocupan actualmente los estudiantes y egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas.</li> <li>• Definiremos el recurso material</li> <li>• Presentaremos el presupuesto general de la creación y comunicación de la unidad</li> <li>• Se presentara el proyecto al Consejo de Vinculación con la sociedad.</li> <li>• Enviaremos el proyecto al Honorable Consejo Universitario.</li> <li>• Aprobación del documento de la Cartera de Empleo Estudiantil.</li> </ul> | <p>según lo que dispone el instructivo de prácticas pre profesionales de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar antecedentes que se dieron en otras instituciones de educación superior, los mismos que serán una fuente importante de investigación considerando los resultados para vincularlos con nuestra propuesta.</li> <li>• Desarrollar campañas informativas a nuestro mercado meta sobre las necesidades y la capacidad de apoyo de los ingenieros en</li> </ul> |  |  |  |
|--|--|---|---|--|--|--|

|  |  |   |  |                       |                  |   |
|--|--|---|--|-----------------------|------------------|---|
|  | ciencias administrativas.  |   | marketing y gestión de negocios en cada una de las organizaciones de la zona centro del país, por medio de foros, talleres, conferencias, casas abiertas, entre otros, para los empresarios y directores del sector empresarial público y privado.   |                       |                  |   |
| Desarrollar los objetivos y funciones de la cartera de empleo estudiantil en base a las actividades, estructura orgánica y responsabilidades en cada uno de los cargos que se propongan. | -.Incentivar a los colaboradores de la unidad la importancia de agilizar los procesos de la cartera de empleo estudiantil por motivos de acreditación. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar de manera ágil la información del estudiante.</li> <li>• Dar un seguimiento contante al docente.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un vínculo estrecho entre la unidad de Cartera de Empleo Estudiantil y la unidad encargada de los procesos de acreditación de la educación superior nacional</li> <li>• Informarnos constantemente sobre las disposiciones que dictaminen los diferentes organismos reguladores de la educación superior en el país.</li> </ul> | Director del proyecto | Dos veces al año | <p>(Clientes satisfechos/total de clientes) *100</p> <p>(número de empresas con convenios *100/número de empresas existentes en la zona central del país)-100</p> |
|  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener conocimiento del sector</li> </ul>   |  |                       |                  |   |



|  |   |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|
|  | <p>-Indicar e incentivar a los gerentes de las empresas de la zona centro del país la capacidad, eficiencia y eficacia del talento humano de la institución promoviendo visitas institucionales entre las organizaciones.</p> <p>-Crear reglamentos y convenios con los entes reguladores de la educación superior que nos permita estar acorde con el ámbito político.</p> <p>-Difundir a las empresas públicas y privadas del nuevo servicio de cartera de empleo estudiantil de estudiantes en marketing y</p> | <p>empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar los convenios actuales.</li> <li>• Seleccionar un medio de comunicación para realizar una estrategia publicitaria.</li> <li>• Estudiar e identificar los artículos pertinentes de ley para su accesible creación y difusión comercial.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enviar oficios de parte de la máxima autoridad de la Facultad promoviendo el nuevo servicio de la Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil.</li> <li>• Enviar a los distintos gerentes y directores de las organizaciones invitaciones para discutir los beneficios del convenio.</li> <li>• Sacar análisis y conclusiones.</li> <li>• Planificar los tiempos y mecanismos de la comunicación.</li> <li>• Buscar más convenios de los ya existentes en toda la zona central del país.</li> </ul> |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|

|  |  |  |   |                       |                  |  |
|--|--|--|---|-----------------------|------------------|--|
|  | gestión de negocios  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar la partida presupuestaria para la comunicación comercial de la unidad.</li> <li>• Asesorar a las empresas.</li> </ul>  |                       |                  |  |
| <p>Evaluar el modelo de gestión estratégica para el manejo de la cartera de empleo estudiantil que satisfaga las necesidades de los estudiantes y las empresas de la zona centro del país.</p> | <p>-Crear procesos de mejora continua en las autoevaluaciones con el fin de cumplir con las disposiciones de los entes reguladores de la educación superior</p> <p>-Implementar un sistema de evaluación del cumplimiento óptimo de los convenios, siendo este una herramienta que medirá el desempeño de nuestros estudiantes y la gestión de</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar constante mente la gestión.</li> <li>• Manejar rápidas respuestas en la entrega del talento humano.</li> <li>• Anticiparnos a los cambios del macro entorno.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recolección de información de las partes beneficiadas utilizando distintas técnicas de investigación para una mayor agilidad de los procesos identificando y priorizando la satisfacción del cliente.</li> <li>• Manejo de la eficiencia administrativa.</li> <li>• Realizar proyectos de necesidades empresariales y perfiles profesionales del entorno laboral en el país</li> <li>• Crear y los diferentes</li> </ul> | Director del proyecto | Dos veces al año | <p>(número estudiantes beneficiarios del periodo 1/ número estudiantes beneficiarios del periodo 2)*100</p> <p>(Estudiantes satisfechos/total de estudiantes) *100</p> |

|  |  |   |   |  |  |  |
|--|--|---|---|--|--|--|
|  | <p>la unidad.</p> <p>-Demostrar a nuestro mercado meta la importancia de los profesionales en las áreas específicas mediante foros, conferencias, entre otros y de esta forma suprimir el subempleo.</p> <p>-Crear un sistema de planificación comercial</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transformar las amenazas en oportunidades.</li> <li>• Sesiones para calificar la mejora continua semanal.</li> </ul> | <p>sistemas de la eficiente entrega de talento humano a cada una de las organizaciones que así lo necesiten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar constantemente los procesos y exponerlos a cada uno de los miembros que intervienen en este servicio institucional.</li> <li>• Supervisar constantemente a los estudiantes sobre sus actividades y presentar las distintas observaciones de parte de los responsables para determinar los correctivos necesarios.</li> <li>• Reuniones periódicas con los responsables.</li> </ul> |  |  |  |
|--|--|---|---|--|--|--|

|  |  |  |   |  |  |  |
|--|--|--|---|--|--|--|
|  | eficiente que llegue a nuestra sociedad la trascendencia de la institución y su responsabilidad para con nuestro país. |  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Presentar informes a las autoridades.</li></ul> |  |  |  |
|--|--|--|---|--|--|--|

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López.

### 6.7.3.2.Indicadores de gestión.

Cuadro 7 Indicadores de gestión.

| OBJETIVO  | INDICADORES  |
|---|--|
| Identificar el número de estudiantes beneficiados del nuevo servicio que se está otorgando.         | (número de estudiantes trabajando/ número de estudiantes de la carrera)* 100                           |
| Constatar el nivel de satisfacción del sector empresarial.  | (Clientes satisfechos/total de clientes) *100  |
| Obtener los niveles de crecimiento constante de la cartera de empelo estudiantil.                   | (número estudiantes beneficiarios del periodo 1/ número estudiantes beneficiarios del periodo 2)* 100  |
| Mantener la mejora continua de los niveles académicos, administrativos y operativos de la facultad. | (Estudiantes satisfechos/total de estudiantes) *100  |
| Identificar la participación en el mercado empresarial.   | (número de empresas con convenios *100/número de empresas existentes en la zona central del país)- 100 |

Elaborado por: **Luis Ángel Salazar López.**

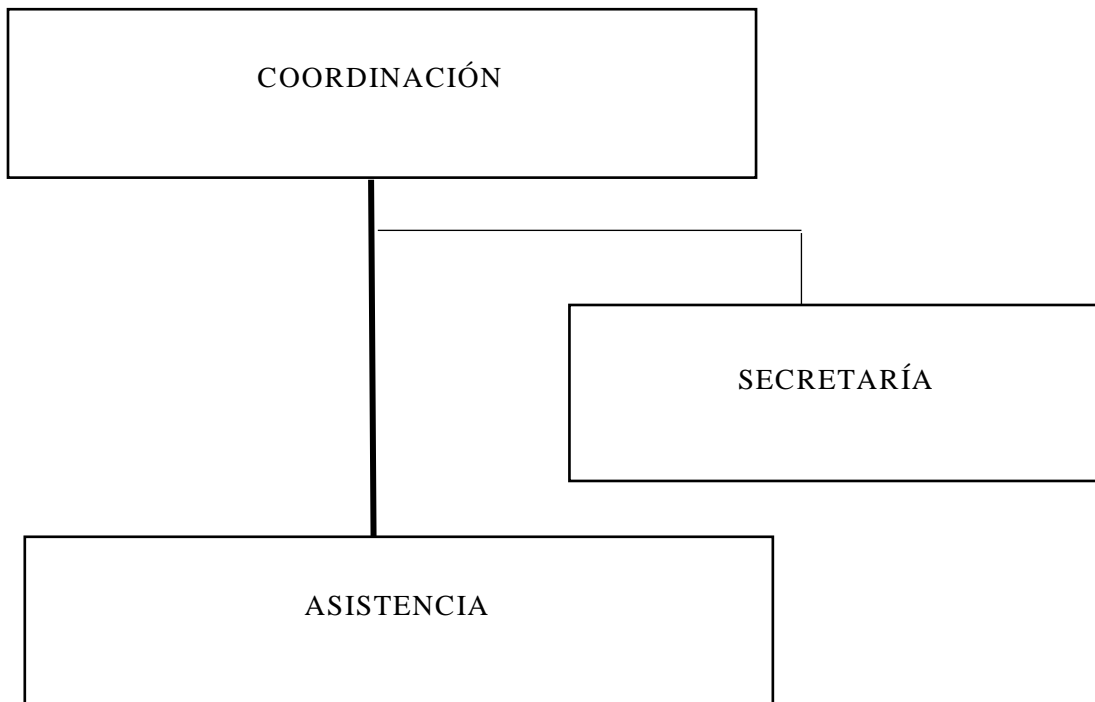
#### 6.7.4. Etapa de acción y control.



##### 6.7.4.1. Personal necesario.

- 1 Coordinador de la Unidad.
- 1 Secretaria(o).
- 1 Asistente.

##### 6.7.4.2. Organización estructural.

###### 6.7.4.2.1. Organigrama estructural.



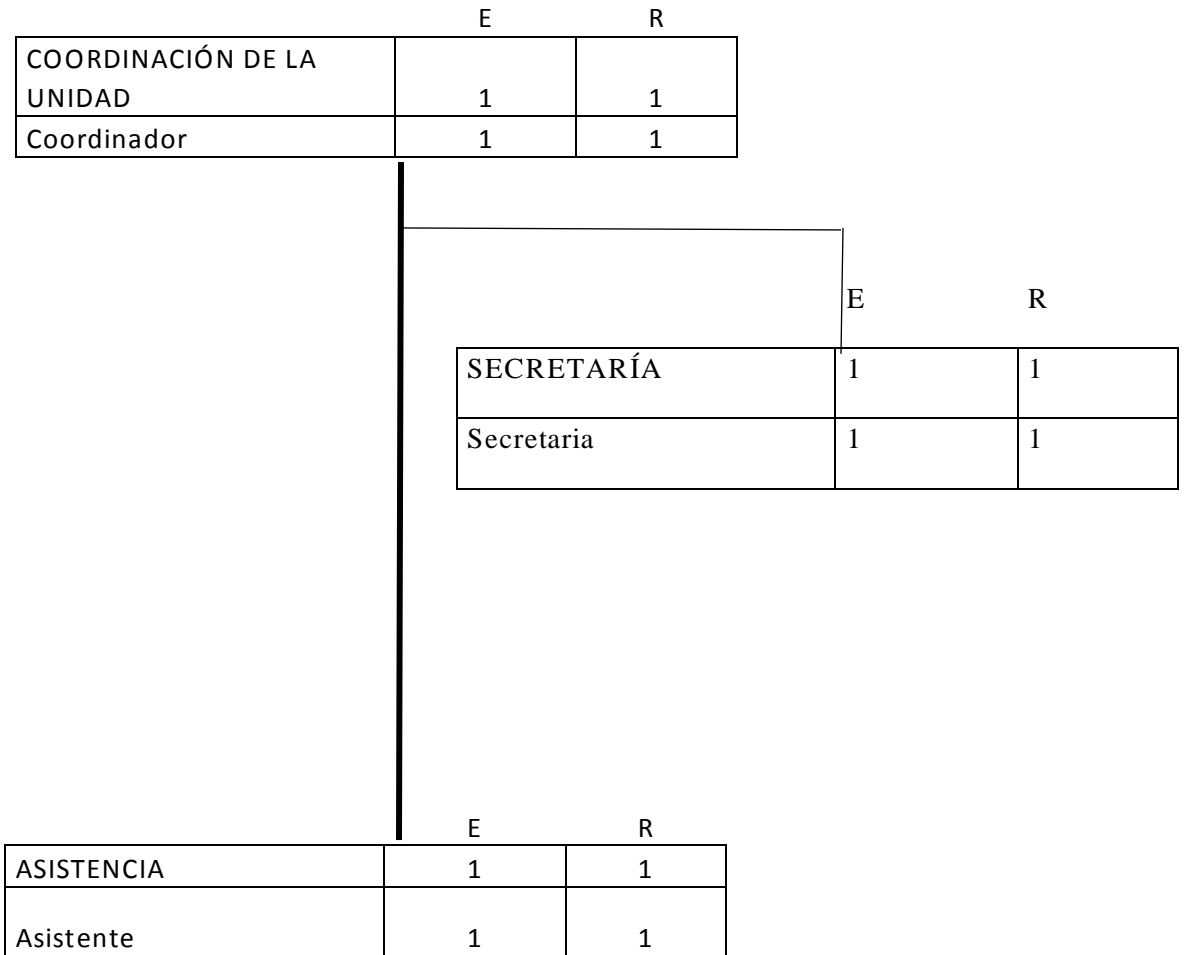
| LINEA   | SIGNIFICADO   | ELABORADO POR:           | APROBADO POR: | FECHA      |
|---|---|--------------------------|---------------|------------|
|  | Auxiliar o de apoyo/operativo                                 | Salazar López Luis Ángel |               | 20/05/2014 |
|  | Autoridad, responsabilidad y subordinación entre trabajadores |                          |               |            |



### 6.7.4.2.2. Organigrama funcional.



| LINEA | SIGNIFICADO   | ELABORADO POR:           | APROBADO POR: | FECHA      |
|-------|---|--------------------------|---------------|------------|
|       | Auxiliar o de apoyo/operativo                                 | Salazar López Luis Ángel |               | 20/05/2014 |
|       | Autoridad, responsabilidad y subordinación entre trabajadores |                          |               |            |

**6.7.4.2.3. Organigrama posicional.**



| LINEA   | SIGNIFICADO   | ELABORADO POR:           | APROBADO POR: | FECHA      |
|---|---|--------------------------|---------------|------------|
|  | Auxiliar o de apoyo/operativo                                 | Salazar López Luis Ángel |               | 20/05/2014 |
|  | Autoridad, responsabilidad y subordinación entre trabajadores |                          |               |            |



**6.8. MANUAL DE FUNCIONES DE LA UNIDAD DE CARTERA DE EMPLEO ESTUDIANTIL.**

|   |  |
|---|--|
|  <p><b>UTA</b><br/>CARRERA DE EMPLEO ESTUDIANTIL</p> | <p><b>Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil de Marketing y Gestión de Negocios</b></p> |
|   | <p><b>Manual Especifico Coordinador</b></p>  |

|                    |                             |           |          |
|--------------------|-----------------------------|-----------|----------|
| <b>Fecha</b>       | <b>12 de junio del 2014</b> |           |          |
| <b>Página</b>      | <b>1</b>                    | <b>De</b> | <b>6</b> |
| <b>Sustituye a</b> |                             |           |          |
| <b>Página</b>      |                             | <b>De</b> |          |
| <b>De fecha</b>    |                             |           |          |

| <b>Manual de funciones</b>   |  |          |
|--|--|----------|
| <b>Identificación y relaciones</b>   |  |          |
| <b>A. Identificaciones</b>   |  |          |
| 1. <b>Nombre del puesto.</b>   | Coordinador de la unidad de cartera de empleo estudiantil. |          |
| 2. <b>Número de plazas</b>   | 1 plaza.   |          |
| 3. <b>Clave.</b>   | Ffaceecoo001.  |          |
| 4. <b>Ubicación.</b>   | Operativa  |          |
| 5. <b>Tipo de contratación.</b>  | Contrato mínimo a un año.                                  |          |
| 6. <b>Ámbito de la operación.</b>  | Operativa  |          |
| <b>B. Relaciones de autoridad.</b>   |  |          |
| 7. <b>Jefe inmediato.</b>  | Coordinador de vinculación con la sociedad.                |          |
| 8. <b>Subordinados directos.</b>   | Secretaria y asistente.                                    |          |
| 9. <b>Dependencia funcional.</b>   | Operativa  |          |
| <b>Propósito del puesto.</b>   |  |          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Manejo de la cartera de empleo estudiantil de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios.</li> </ul>                           |  |          |
| <b>Funciones generales.</b>  |  |          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Planificar, organizar, dirigir y controlar los procesos de gestión administrativa de la cartera de empleo estudiantil.</li> </ul> |  |          |
| Elaboró<br>Luis Ángel Salazar López  | Revisó   | Autorizó |

|              |                             |
|--------------|-----------------------------|
| <b>Fecha</b> | <b>12 de junio del 2014</b> |
|--------------|-----------------------------|

|   |   |
|---|---|
|  | <b>Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil de Marketing y Gestión de Negocios</b> |
|   | <b>Manual Especifico Coordinador</b>  |

|                    |                             |           |          |
|--------------------|-----------------------------|-----------|----------|
| <b>Fecha</b>       | <b>12 de junio del 2014</b> |           |          |
| <b>Página</b>      | <b>2</b>                    | <b>De</b> | <b>6</b> |
| <b>Sustituye a</b> |                             |           |          |
| <b>Página</b>      |                             | <b>De</b> |          |
| <b>De fecha</b>    |                             |           |          |

### Manual de funciones

**Funciones específicas.**

- Controlar el personal.
- Crear el manual de funciones.
- Firmar los procesos de reclutamiento.
- Presentar los informes a las autoridades.
- Aprobar las listas de los estudiantes reclutados.
- Convocar a reuniones de área.
- Distribuir los reclutados a las empresas.
- Firmar los nuevos convenios interinstitucionales.
- Controlar al personal de la unidad.
- Presentar informes de necesidades en insumos y suministros.

**Comunicación.**

1. **Ascendente** (Coordinador de vinculación con la sociedad.)
2. **Horizontal** (Prácticas Pre profesionales)
3. **Descendente** (secretaría y asistente).

**Especificaciones del puesto**

**1. Conocimientos.**

- Docente con título de cuarto nivel en Ciencias Administrativas.

**2. Experiencia**

- Mínimo 2 años de experiencia.

**3. Iniciativa.**

- Liderazgo.
- Trabajo en equipo.
- Comunicación.
- Puntualidad.

**4. Personalidad.**

- Ser carismático y extrovertido además de contar con facilidad de expresión que ayudara mucho en la comunicación con los colaboradores a controlar.

Elaboró

Luis Ángel Salazar López

Revisó

Autorizó

|   |  |
|---|--|
| <br><b>UTA</b>                           | Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil de |
| <br><b>UTA</b>                           | Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil de |
| <br><b>MGH</b>                           | Marketing y Gestión de Negocios            |
| <br><b>CARTERA DE EMPLEO ESTUDIANTIL</b> | Manual Especifico Secretaria               |

|             |   |    |   |
|-------------|---|----|---|
| Página      | 3 | De | 6 |
| Sustituye a |   |    |   |
| Página      |   | De |   |
| De fecha    |   |    |   |

### Manual de funciones

#### Identificación y relaciones

##### A. Identificaciones

1. **Nombre del puesto.**  
Secretaria de la unidad de cartera de empleo estudiantil.
2. **Número de plazas**  
1 plaza.
3. **Clave.**  
Fcacesec002.
4. **Ubicación.**  
Apoyo
5. **Tipo de contratación.**  
Contrato mínimo a un año.
6. **Ámbito de la operación.**  
Apoyo

##### B. Relaciones de autoridad.

7. **Jefe inmediato.**  
Coordinador de la unidad de cartera de empleo estudiantil.
8. **Subordinados directos.**  
No
9. **Dependencia funcional.**  
Apoyo

##### Propósito del puesto.

- Apoyar a los colaboradores en los procesos de la unidad de cartera de empleo estudiantil.

##### Funciones generales.

- Apoyar, integrar, recopilar, archivar y desarrollar la información correspondiente de la unidad de cartera de empleo estudiantil.

|                                     |        |          |
|-------------------------------------|--------|----------|
| Elaboró<br>Luis Ángel Salazar López | Revisó | Autorizó |
|-------------------------------------|--------|----------|

**Manual Especifico  
Secretaria**

|                    |                             |           |          |
|--------------------|-----------------------------|-----------|----------|
| <b>Fecha</b>       | <b>12 de junio del 2014</b> |           |          |
| <b>Página</b>      | <b>4</b>                    | <b>De</b> | <b>6</b> |
| <b>Sustituye a</b> |                             |           |          |
| <b>Página</b>      |                             | <b>De</b> |          |
| <b>De fecha</b>    |                             |           |          |

**Manual de funciones**

**Funciones específicas.**

- Realizar reportes, oficios, solicitudes y demás documentos de la cartera de empleo estudiantil.
- Realizar los cálculos de las calificaciones de los estudiantes.
- Archivar los documentos.
- Modificar los textos de los documentos.
- Elaborar informes periódicos.

**Comunicación.**

- 1. Ascendente** (Coordinador de la cartera de empleo estudiantil.)
- 2. Horizontal** (Áreas de apoyo se las dependencias)

**Especificaciones del puesto**

**1. Conocimientos.**

- Título de tercer nivel.

**2. Experiencia**

- Mínimo 1 año de experiencia.

**3. Iniciativa.**

- Responsabilidad.
- Respeto.
- Comunicación.
- Puntualidad.

**4. Personalidad.**

- Ser comunicativa, que sepa llevar relaciones interpersonales, además de meticulosa en las actividades que lo realice.

Elaboró  
Luis Ángel Salazar López

Revisó

Autorizó

|   |  |
|---|--|
|  | Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil de |
|  | Marketing y Gestión de Negocios            |
|  | Marketing y Gestión de Negocios            |
|  | Manual Especifico Asistente                |

|             |                      |    |   |
|-------------|----------------------|----|---|
| Fecha       | 12 de junio del 2014 |    |   |
| Página      | 5                    | De | 6 |
| Sustituye a |                      |    |   |
| Página      |                      | De |   |
| De fecha    |                      |    |   |

|   |  |          |
|---|--|----------|
| <b>Manual de funciones</b>  |  |          |
| <b>Identificación y relaciones</b>  |  |          |
| <b>A. Identificaciones</b>  |  |          |
| 1. Nombre del puesto.   | Asistente de la unidad de cartera de empleo estudiantil. |          |
| 2. Número de plazas   | 1 plaza.   |          |
| 3. Clave.   | Ffaceeasi003.  |          |
| 4. Ubicación.   | Operativo  |          |
| 5. Tipo de contratación.  | Contrato mínimo a un año.                                |          |
| 6. Ámbito de la operación.  | Operativo  |          |
| <b>B. Relaciones de autoridad.</b>  |  |          |
| 7. Jefe inmediato.  | Coordinador de la cartera de empleo estudiantil.         |          |
| 8. Subordinados directos.   | No   |          |
| 9. Dependencia funcional.   | Operativo  |          |
| <b>Propósito del puesto.</b>  |  |          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Asesorar al coordinador acerca de los procesos de la cartera de empleo estudiantil.</li> </ul>   |  |          |
| <b>Funciones generales.</b>   |  |          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Organizar, operar, informar y proponer acerca de los procesos de la gestión administrativa de la cartera de empleo estudiantil.</li> </ul> |  |          |
| Elaboró<br>Luis Ángel Salazar López   | Revisó   | Autorizó |

**Manual Especifico  
Asistente**

|                    |                             |           |          |
|--------------------|-----------------------------|-----------|----------|
| <b>Fecha</b>       | <b>12 de junio del 2014</b> |           |          |
| <b>Página</b>      | <b>6</b>                    | <b>De</b> | <b>6</b> |
| <b>Sustituye a</b> |                             |           |          |
| <b>Página</b>      |                             | <b>De</b> |          |
| <b>De fecha</b>    |                             |           |          |

**Manual de funciones**

**Funciones específicas.**

- Colaborar en las funciones del coordinador de la unidad.
- Participa en la elaboración de informes.
- Concreta y busca convenios.
- Verifica y evalúa los promedios y recomendaciones de los estudiantes.
- Analizar las hojas de vida de los estudiantes.
- Realizar el seguimiento de los estudiantes en las diferentes empresas.
- Prestar su asesoramiento a los estudiantes que lo necesiten.

**Comunicación.**

- 1. Ascendente** (Coordinador de la cartera de empleo estudiantil.)

**Especificaciones del puesto**

**5. Conocimientos.**

- Docente con título de cuarto nivel en Ciencias Administrativas.

**6. Experiencia**

- Mínimo 1 año de experiencia.

**7. Iniciativa.**

- Colaborar.
- Trabajo en equipo.
- Comunicación.
- Puntualidad.

**8. Personalidad.**

- Ser una persona capaz y honesta de llevar a cabo procesos de interés comunitarios.

Elaboró  
Luis Ángel Salazar López

Revisó

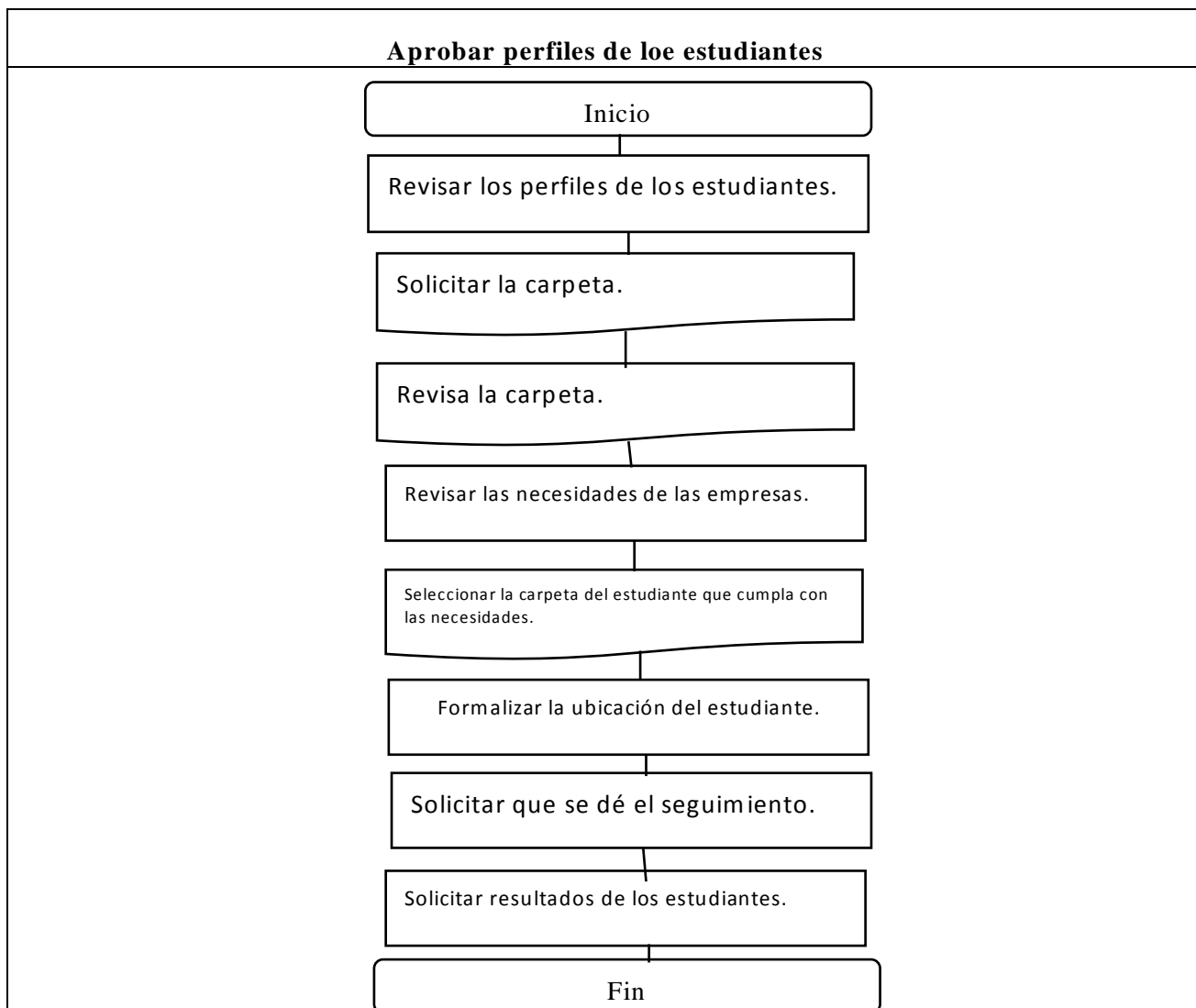
Autorizó



|   |   |
|---|---|
|  | <b>Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil de Marketing y Gestión de Negocios</b> |
|   | <b>Manual de Procesos Coordinador</b>   |

|                    |                             |           |           |
|--------------------|-----------------------------|-----------|-----------|
| <b>Fecha</b>       | <b>12 de junio del 2014</b> |           |           |
| <b>Página</b>      | <b>2</b>                    | <b>De</b> | <b>10</b> |
| <b>Sustituye a</b> |                             |           |           |
| <b>Página</b>      |                             | <b>De</b> |           |
| <b>De fecha</b>    |                             |           |           |

|                                     |        |          |
|-------------------------------------|--------|----------|
| Elaboró<br>Luis Ángel Salazar López | Revisó | Autorizó |
|-------------------------------------|--------|----------|





|   |   |
|---|---|
|  <p><b>UTA</b></p> <p><b>CARTERA DE EMPLEO ESTUDIANTIL</b></p> | <b>Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil de Marketing y Gestión de Negocios</b> |
|   | <b>Manual de Procesos Coordinador</b>   |

|                    |                             |           |           |
|--------------------|-----------------------------|-----------|-----------|
| <b>Fecha</b>       | <b>12 de junio del 2014</b> |           |           |
| <b>Página</b>      | <b>3</b>                    | <b>De</b> | <b>10</b> |
| <b>Sustituye a</b> |                             |           |           |
| <b>Página</b>      |                             | <b>De</b> |           |
| <b>De fecha</b>    |                             |           |           |

|  |
|--|
|  |
|--|

|                                     |        |          |
|-------------------------------------|--------|----------|
| Elaboró<br>Luis Ángel Salazar López | Revisó | Autorizó |
|-------------------------------------|--------|----------|

|  |
|--|
| <b>Presentar informes de gestión ante el Honorable Concejo Directivo</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicita documentos de los estudiantes beneficiarios</li> <li>• Regresa el documento y pide el informe.</li> <li>• Solicita un oficio a secretaria.</li> <li>• Firma el coordinador.</li> <li>• Dispone a secretaria que entregue el documento al Honorable Concejo Directivo.</li> <li>• Regresa el documento de recomendaciones.</li> <li>• Revisa el coordinador.</li> <li>• Toma correctivo y mejoras.</li> </ul> |



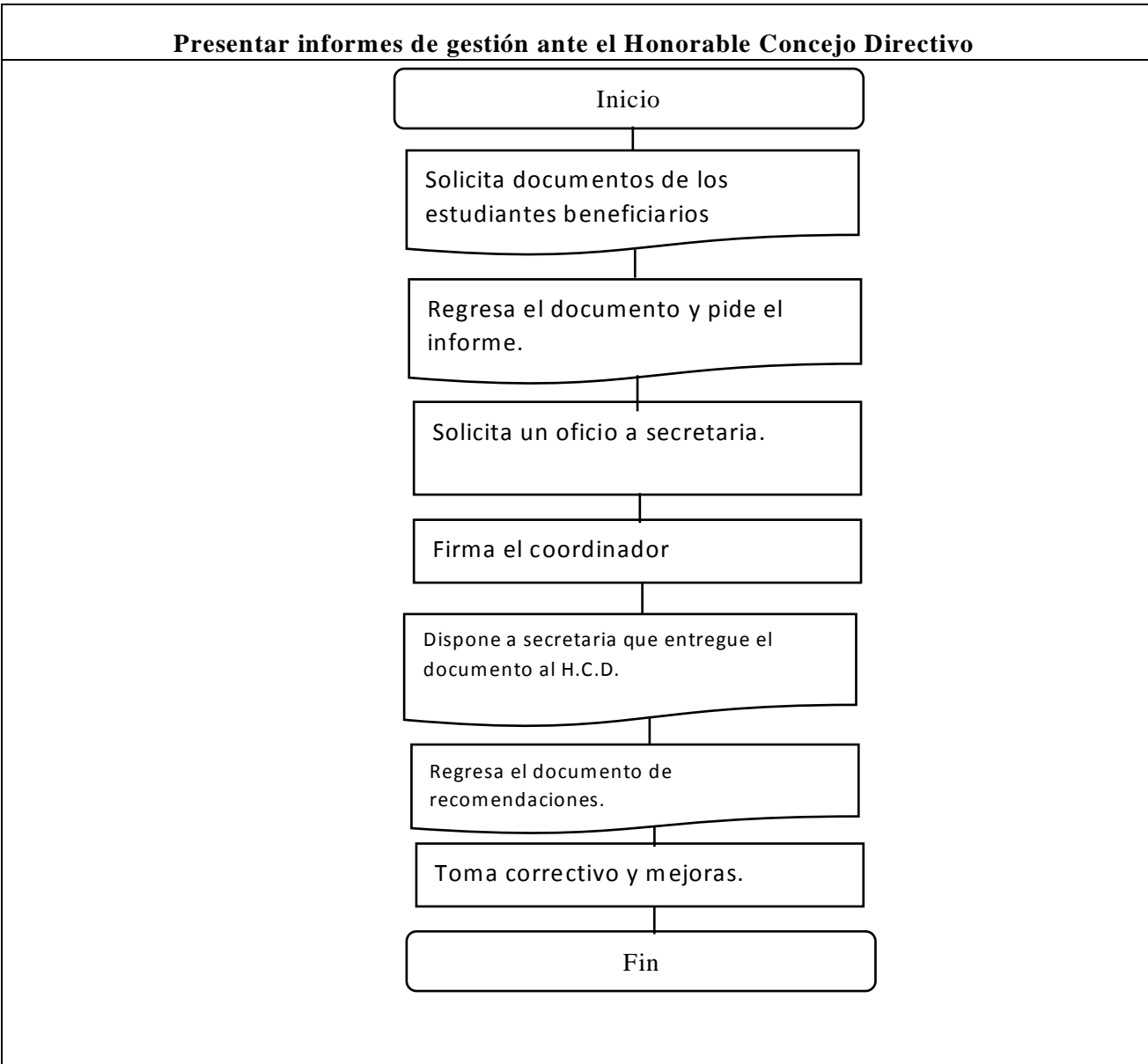
|                                     |        |          |
|-------------------------------------|--------|----------|
| Elaboró<br>Luis Ángel Salazar López | Revisó | Autorizó |
|-------------------------------------|--------|----------|



**Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil de Marketing y Gestión de Negocios**

**Manual de Procesos Coordinador**

|                    |                             |           |           |
|--------------------|-----------------------------|-----------|-----------|
| <b>Fecha</b>       | <b>12 de junio del 2014</b> |           |           |
| <b>Página</b>      | <b>4</b>                    | <b>De</b> | <b>10</b> |
| <b>Sustituye a</b> |                             |           |           |
| <b>Página</b>      |                             | <b>De</b> |           |
| <b>De fecha</b>    |                             |           |           |



Elaboró  
Luis Ángel Salazar López

Revisó

Autorizó

|   |   |
|---|---|
|  <p><b>UTA</b></p> <p><b>CARTERA DE EMPLEO ESTUDIANTIL</b></p> | <b>Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil de Marketing y Gestión de Negocios</b> |
|   | <b>Manual de Procesos Secretaria</b>  |

|                    |                             |           |           |
|--------------------|-----------------------------|-----------|-----------|
| <b>Fecha</b>       | <b>12 de junio del 2014</b> |           |           |
| <b>Página</b>      | <b>5</b>                    | <b>De</b> | <b>10</b> |
| <b>Sustituye a</b> |                             |           |           |
| <b>Página</b>      |                             | <b>De</b> |           |
| <b>De fecha</b>    |                             |           |           |

|   |        |          |
|---|--------|----------|
| <b>Apertura de perfiles estudiantiles.</b>  |        |          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitar documentos de la secretaria de carrera.</li> <li>• Recibir los documentos.</li> <li>• Prepara la documentación.</li> <li>• Analizar los documentos para su aprobación.</li> <li>• Clasificar los documentos en carpetas.</li> <li>• Solicitar la firma del coordinador.</li> <li>• Archivar los documentos.</li> </ul> |        |          |
| Elaboró<br>Luis Ángel Salazar López   | Revisó | Autorizó |

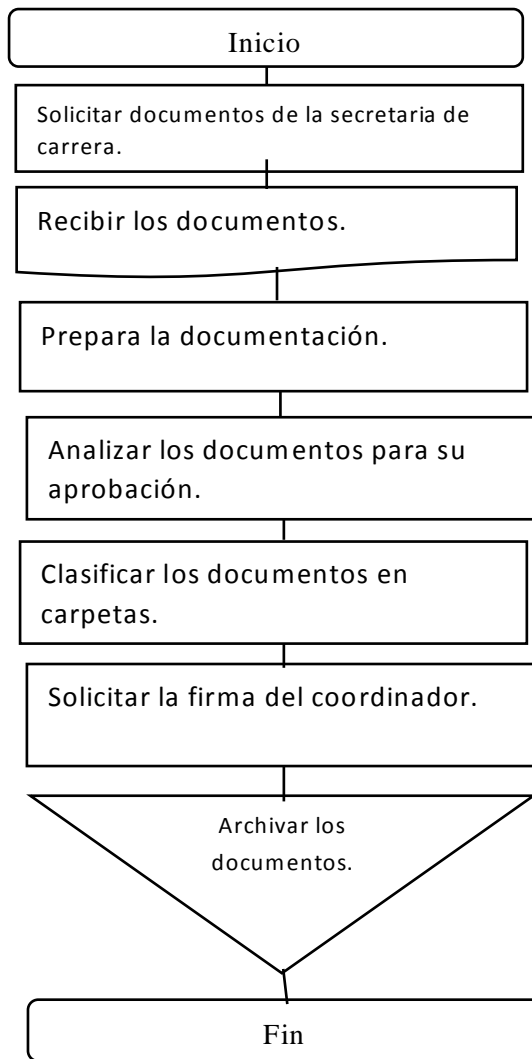


Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil de Marketing y Gestión de Negocios

Manual de Procesos Secretaria

|             |                      |    |    |
|-------------|----------------------|----|----|
| Fecha       | 12 de junio del 2014 |    |    |
| Página      | 6                    | De | 10 |
| Sustituye a |                      |    |    |
| Página      |                      | De |    |
| De fecha    |                      |    |    |

**Apertura de perfiles estudiantiles.**



Elaboró  
Luis Ángel Salazar López

Revisó

Autorizó



**UTA**  
CARTERA DE EMPLEO ESTUDIANTIL

Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil de Marketing y Gestión de Negocios

Manual de Procesos Secretaria

|                    |                             |           |           |
|--------------------|-----------------------------|-----------|-----------|
| <b>Fecha</b>       | <b>12 de junio del 2014</b> |           |           |
| <b>Página</b>      | <b>7</b>                    | <b>De</b> | <b>10</b> |
| <b>Sustituye a</b> |                             |           |           |
| <b>Página</b>      |                             | <b>De</b> |           |
| <b>De fecha</b>    |                             |           |           |

| <b>Redactar y despachar oficios y circulares</b>   |        |          |
|--|--------|----------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Receptar las solicitudes.</li> <li>• Redactar respuesta con copia.</li> <li>• Revisar oficio y/o circulante que este bien redactado.</li> <li>• Archivar copia.</li> <li>• Solicitar la firma del coordinador.</li> <li>• Controlar respuesta de solicitudes con una hoja de control.</li> <li>• Entregar el oficio al estudiante.</li> </ul> |        |          |
| Elaboró<br>Luis Ángel Salazar López  | Revisó | Autorizó |

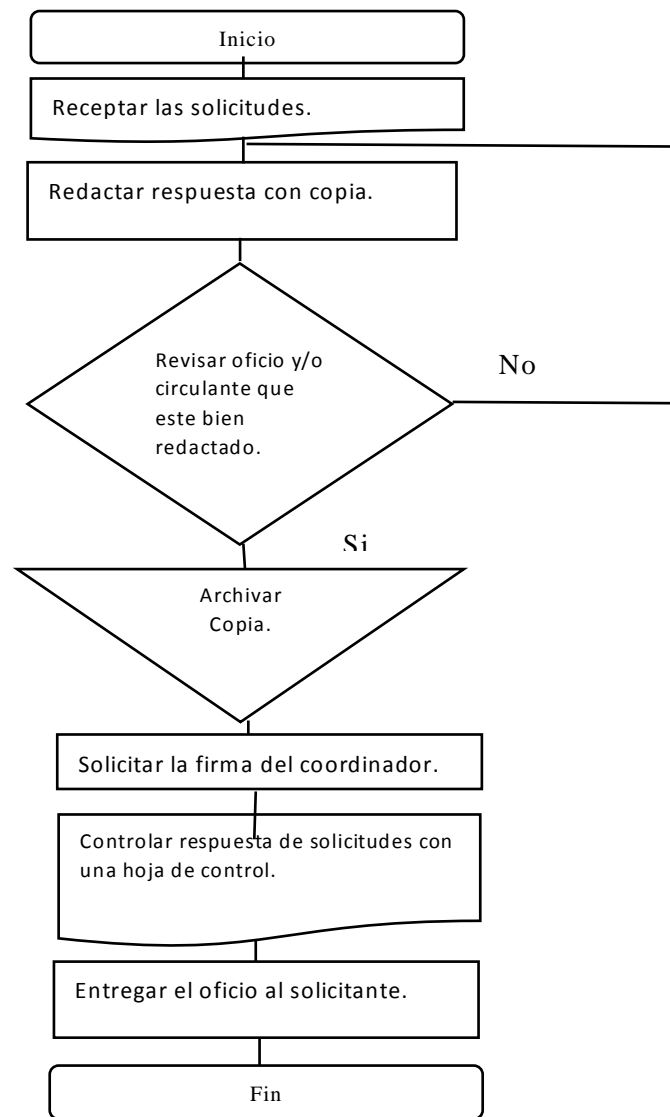


Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil de Marketing y Gestión de Negocios

Manual de Procesos Secretaría

|                    |                             |           |           |
|--------------------|-----------------------------|-----------|-----------|
| <b>Fecha</b>       | <b>12 de junio del 2014</b> |           |           |
| <b>Página</b>      | <b>8</b>                    | <b>De</b> | <b>10</b> |
| <b>Sustituye a</b> |                             |           |           |
| <b>Página</b>      |                             | <b>De</b> |           |
| <b>De fecha</b>    |                             |           |           |

### Redactar y despachar oficios y circulares



Elaboró  
Luis Ángel Salazar López

Revisó

Autorizó

|   |   |
|---|---|
|  <p><b>UTA</b></p> <p><b>CARTERA DE EMPLEO ESTUDIANTIL</b></p> | <b>Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil de Marketing y Gestión de Negocios</b> |
|   | <b>Manual de Procesos Asistente</b>   |

|                    |          |           |           |
|--------------------|----------|-----------|-----------|
| <b>Página</b>      | <b>9</b> | <b>De</b> | <b>10</b> |
| <b>Sustituye a</b> |          |           |           |
| <b>Página</b>      |          | <b>De</b> |           |
| <b>De fecha</b>    |          |           |           |

| <b>Control de los estudiantes</b>  |        |          |
|--|--------|----------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un cronograma semanal de visitas.</li> <li>• Selecciona aleatoriamente las empresas.</li> <li>• Presenta el cronograma al coordinador.</li> <li>• Llega a las empresas.</li> <li>• Pide la opinión de los responsables de la empresa.</li> <li>• Firma el documento de control.</li> <li>• Presenta el documento de control al coordinador.</li> <li>• Toma correctivos y recomendaciones.</li> </ul> |        |          |
| Elaboró<br>Luis Ángel Salazar López  | Revisó | Autorizó |

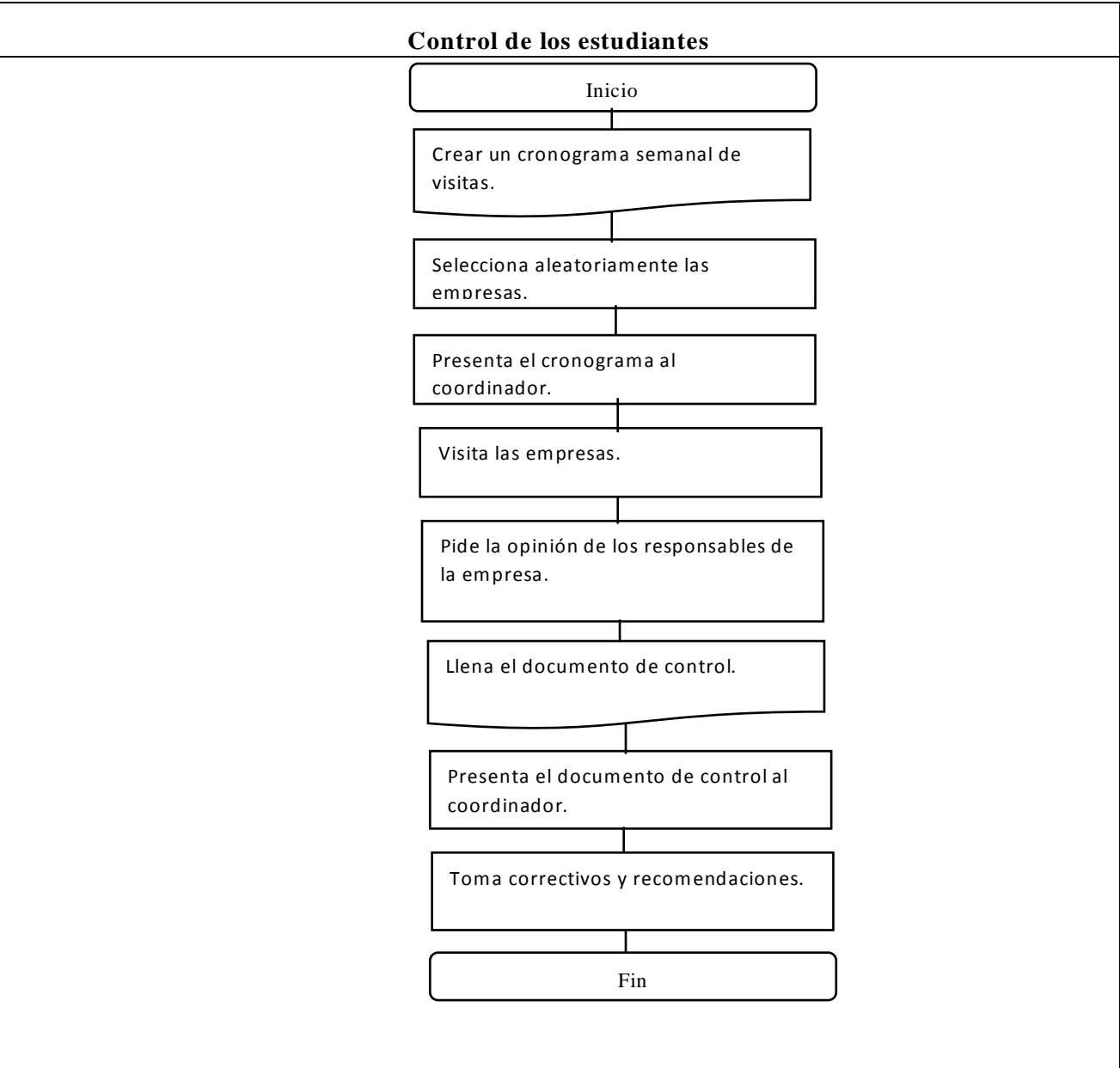




Unidad de Cartera de Empleo Estudiantil de Marketing y Gestión de Negocios

Manual de Procesos Asistente

|             |                      |    |    |
|-------------|----------------------|----|----|
| Fecha       | 12 de junio del 2014 |    |    |
| Página      | 10                   | De | 10 |
| Sustituye a |                      |    |    |
| Página      |                      | De |    |
| De fecha    |                      |    |    |



Elaboró  
Luis Ángel Salazar López

Revisó

Autorizó

## **6.10. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA DE LA UNIDAD DE CARTERA DE EMPLEO ESTUDIANTIL.**

### **6.10.1. La marca.**

La cartera de empleo estudiantil de marketing y gestión de negocios es una unidad encargada de la inserción laboral de los estudiantes comprometidos con la profesionalización de cada uno de nuestros dicentes.

Se ha creado para la unidad una identidad corporativa que resalta los valores institucionales establecidos.



### **6.10.2. Construcción y aplicación.**

La marca de la cartera de empleo estudiantil es la unión de las letras iniciales de su mismo nombre, además de la forma geométrica del sello de la universidad siendo este un vínculo con una institución de trascendencia en la sociedad.

Las letras son gruesas y curvas demostrando de esa manera la sobriedad de la marca que demuestra la firmeza y el compromiso de nuestra unidad.

La marca está formada por el símbolo de nuestra unidad se ha creado con el fin de simplificar la imagen y que nuestros clientes externos pueda reconocernos de manera rápida, con eso fomentamos la distinción de nuestro servicio para con el sector empresarial.

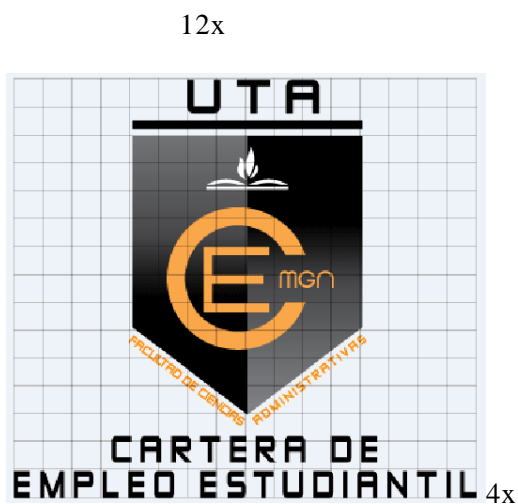
#### **Marca**



#### **Símbolo**



**Modulación.**-La marca deberá inscribirse en una base modulas de 12x4 y x establecerá la unidad de medida.



**Tamaño mínimo de reproducción.**- Se ha determinado un tamaño mínimo de 15 mm de largo y de 18mm para serigrafía.

Para reproducción en pantalla se aconseja un tamaño mínimo de 100 pixeles de largo.

### Marca.



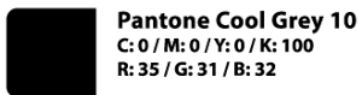
### Símbolo.



### 6.10.3. El color.

El color se define como la imagen y contraste de la percepción de valores corporativos además como la imagen que se quiere dar en base a colores predominantes que se ha utilizado para la cartera de empleo estudiantil.

La mezcla de colores es sobria predominando el color negro con tonos grises el cual deduce seriedad y elegancia, el color naranja es conocido como el color de las escuelas de administración en todo el mundo y el blanco el cual demuestra la transparencia y honestidad de nuestra unidad.



### Aplicaciones cromáticas.



SOBRE NEGRO



SOBRE PANTONE 1805



NEGRO SOBRE BLANCO



BLANCO SOBRE NEGRO



SOBRE BLANCO



SOBRE PANTONE COOL GRAY 4



SOBRE ENTORNO FOTOGRÁFICO CLARO



SOBRE ENTORNO FOTOGRÁFICO OSCURO

#### 6.10.4. Tipografía.

La tipografía escogida para la marca y símbolo de la cartera de empleo estudiantil es Neumatic Medium y Zero Twos los cuales fueron escogidos por sus formas curvas y rectas que le dan simetría exacta para lo que se requiere, dando de esta manera una imagen seria y moderna la cual está ligada para nuestros segmentos de mercado.

**AZ** Neumatic Medium  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**AZ** ZERO TWOS  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

#### 6.10.5. Usos incorrectos.

Se recomienda total cuidado al utilizar de manera incorrecta la imagen de la cartera de empleo estudiantil.



Cambios en la distribución de los elementos



Cambios en los colores



Distorsión en su proporción horizontal.



Distorsión en su proporción vertical



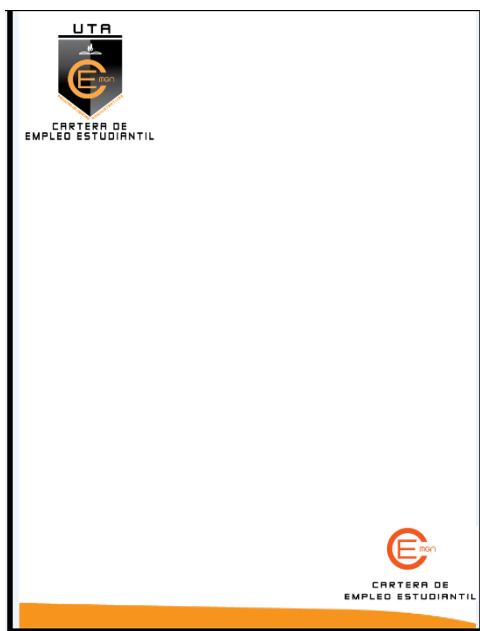
Cambios en la tipografía



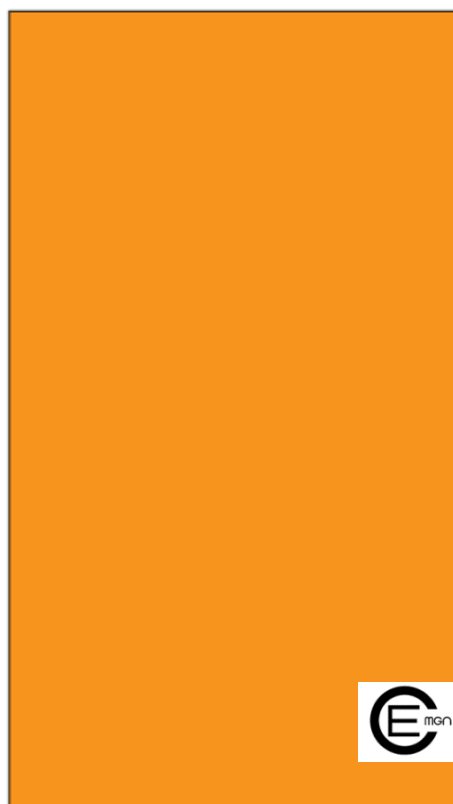
Eliminación de elementos del logotipo

### 6.10.6. Papelería.

Hoja



Tarjetas y agendas.



### **6.10.7. Terminología.**

#### **6.10.7.1. Identidad corporativa.**

Es la percepción que determina los clientes externos e internos conjugando las características específicas y personales de una identidad, por lo que se trata de demostrar su servicio, valores y trabajo de cada uno de los colaboradores que estarán siempre gustosos de trabajar arduamente por el cometido de la unidad administrativa.

#### **6.10.7.2. Manual de identidad corporativa.**

Es el documento donde se plasma de manera técnica la creación, los usos y aplicaciones de la identidad corporativa.

#### **6.10.7.3. Logotipo o marca.**

Es la unión de distintos elementos que constituyen una identidad compuesta por el logotipo, los colores y el símbolo.

#### **6.10.7.4. Símbolo o anagrama.**

Es la simplificación de la identidad corporativa que ayudara u a un reconocimiento más ágil de nuestros clientes.

#### **6.10.7.5. Tipografía corporativa.**

Es el tipo de letra que se utiliza para la creación del logotipo y el símbolo que nos ayudara a dar una forma simétrica y de características únicas con el fin de llegar a la distinción institucional.

### **6.11. ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA.**

Para la ejecución del presente trabajo de investigación se requerirá de los siguientes recursos:

#### **RECURSOS HUMANOS.**

- 1 Coordinador de la Unidad.
- 1 Secretaria(o).
- 1 Asistente.

#### **RECURSOS FÍSICOS.**



Las actividades de evaluación se desarrollaran en un ambiente adecuado con todas las comodidades y seguridad del caso proporcionado por la institución.

#### **RECURSOS MATERIALES.**

- Computador.
- Proyector.
- Esferos.
- Cuadernos.
- Impresiones.
- Resma de Papel Bond.
- Resaltadores.

#### **FINANCIAMIENTO.**

El monto de inversión de esta propuesta, se financiará con recursos de la institución dispuestos para fines específicos.

### 6.11.1. Presupuesto.

Tabla 25 Presupuesto

| <b>Inversiones en activos fijos</b> |                 |                       |                    |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| <b>Descripción</b>                  | <b>Cantidad</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Valor total</b> |
| <b>Equipos de oficina</b>           |                 |                       |                    |
| <b>Teléfono LP</b>                  | 2               | \$ 120,00             | \$ 240,00          |
|                                     |                 |                       |                    |
| <b>Total equipos de oficina</b>     |                 |                       | \$ 240,00          |
| <b>Equipos de computación</b>       |                 |                       |                    |
| <b>Computadoras</b>                 | 3               | \$ 1.000,00           | \$ 3.000,00        |
| <b>Impresora multifunción</b>       | 1               | \$ 450,00             | \$ 450,00          |
|                                     |                 |                       |                    |
| <b>Total equipos de computación</b> |                 |                       | \$ 3.450,00        |
| <b>Muebles y enseres</b>            |                 |                       |                    |
| <b>Escritorio</b>                   | 3               | \$ 400,00             | \$ 1.200,00        |
| <b>Silla</b>                        | 8               | \$ 56,00              | \$ 448,00          |
| <b>Archivador</b>                   | 2               | \$ 280,00             | \$ 560,00          |
|                                     |                 |                       |                    |
| <b>Total muebles y enseres</b>      |                 |                       | \$ 2.208,00        |
|                                     |                 |                       |                    |
| <b>Total activos fijos</b>          |                 |                       | \$ 5.898,00        |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Administración de bienes de la Facultad de Ciencias Administrativas

**Tabla 26 Presupuesto de gastos**

| <b>Presupuesto de gastos</b> |                          |
|------------------------------|--------------------------|
| <b>Sueldos</b>               | <b>Periodo 2014-2015</b> |
| <b>Coordinador</b>           | \$ 7.200,00              |
| <b>Asistente</b>             | \$ 7.200,00              |
| <b>Secretaria(o)</b>         | \$ 6.960,00              |
| Total sueldos                | \$ 21.360,00             |
| Publicidad                   |                          |
| <b>Carteles</b>              | \$ 100,00                |
| <b>Tarjetas</b>              | \$ 100,00                |
| <b>Banners</b>               | \$ 600,00                |
| Total publicidad             | \$ 800,00                |
| Suministros de oficina       |                          |
| <b>Papelera</b>              | \$ 34,00                 |
| <b>Grapadora</b>             | \$ 5,45                  |
| <b>Perforadora</b>           | \$ 4,33                  |
| <b>Esferos</b>               | \$ 1,00                  |
| <b>Lápices</b>               | \$ 1,40                  |
| <b>Folders</b>               | \$ 20,00                 |
| <b>Saca grapas</b>           | \$ 0,56                  |
| <b>Grapas</b>                | \$ 0,63                  |
| <b>Sellos</b>                | \$ 15,00                 |
| <b>Tinta</b>                 | \$ 1,83                  |
| <b>Borradores</b>            | \$ 0,40                  |
| <b>Marcadores</b>            | \$ 1,59                  |
| <b>Resmas de hojas</b>       | \$ 3,20                  |
| Total suministros de oficina | \$ 89,39                 |
| Gastos varios                |                          |
| <b>Imprevistos</b>           | \$ 300,00                |
| Total gastos varios          | \$ 300,00                |
|                              |                          |
| <b>Total gastos</b>          | <b>\$ 22.549,39</b>      |

**Elaborado por:** Luis Ángel Salazar López

**Fuente:** Administración de bienes de la Facultad de Ciencias Administrativas

### 6.11.2. Cronograma.

Cuadro 8 Cronograma

| NOMBRE DE LA TAREA   | DURACIÓN | COMIENZO | FIN      | RESPONSABLE                                   |
|--|----------|----------|----------|---|
| <b>Estudiar cada entorno de la institución.</b>  | 1 mes    | 01/05/14 | 01/06/14 | Directivos                                    |
| <b>Establecimiento de estrategias.</b>   | 1 mes    | 02/06/14 | 02/07/14 | Jefe Operativo                                |
| <b>Implementar la unidad.</b><br>Primera etapa   | 2 mes    | 03/07/14 | 03/09/14 | Decanato<br>CIVCO<br>Coordinación de carrera. |
| <b>Implementar la unidad.</b><br>Aprobación del proyecto                                     | 2 mes    | 04/09/14 | 04/11/1  | Honorable consejo universitario               |
| <b>Implementar la unidad.</b><br>Gestión de reclutamiento, evaluación y entrega del servicio | 1 mes    | 05/11/14 | 05/12/14 | Coordinador<br>Asistente<br>Autoridades       |
| <b>Implementar la unidad.</b><br>Evaluación de resultados                                    | 1 mes    | 06/01/15 | 06/02/15 | Coordinador<br>Asistente                      |

Elaborado por: Luis Ángel Salazar López

## 6.12. PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN Y MONITOREO.

Cuadro 9 previsión de la evaluación y monitoreo

| PREGUNTAS BÁSICAS           | EXPLICACIÓN   |
|-----------------------------|---|
| ¿Quiénes solicitan evaluar? | Investigador<br>Facultad de Ciencias Administrativas.   |
| ¿Por qué evaluar?           | Porque hay que controlar la efectividad de la propuesta.  |
| ¿Para qué evaluar?          | Para verificar los objetivos de la propuesta.   |
| ¿Qué evaluar?               | Cada una de las actividades de la propuesta y resultados obtenidos.   |
| ¿Quién evalúa?              | El investigador.  |
| ¿Cuándo evaluar?            | Permanentemente.  |
| ¿Cómo evaluar?              | Mediante encuestas e indicadores. <ul style="list-style-type: none"><li>• número de estudiantes trabajando/ número de estudiantes de la carrera)* 100.</li><li>• (Clientes satisfechos/total de clientes) *100</li><li>• (número de empresas con convenios *100/número de empresas existentes en la zona central del país)-100</li><li>• (número estudiantes beneficiarios del periodo 1/ número estudiantes beneficiarios del periodo 2)*100</li><li>• (Estudiantes satisfechos/total de estudiantes) *100</li></ul> |
| ¿Con qué evaluar?           | Fichas, cuestionarios.  |
| ¿En dónde evaluar?          | Lugar de trabajo y la institución.  |

Elaborado por: Luis Ángel Salazar López

## BIBLIOGRAFÍA

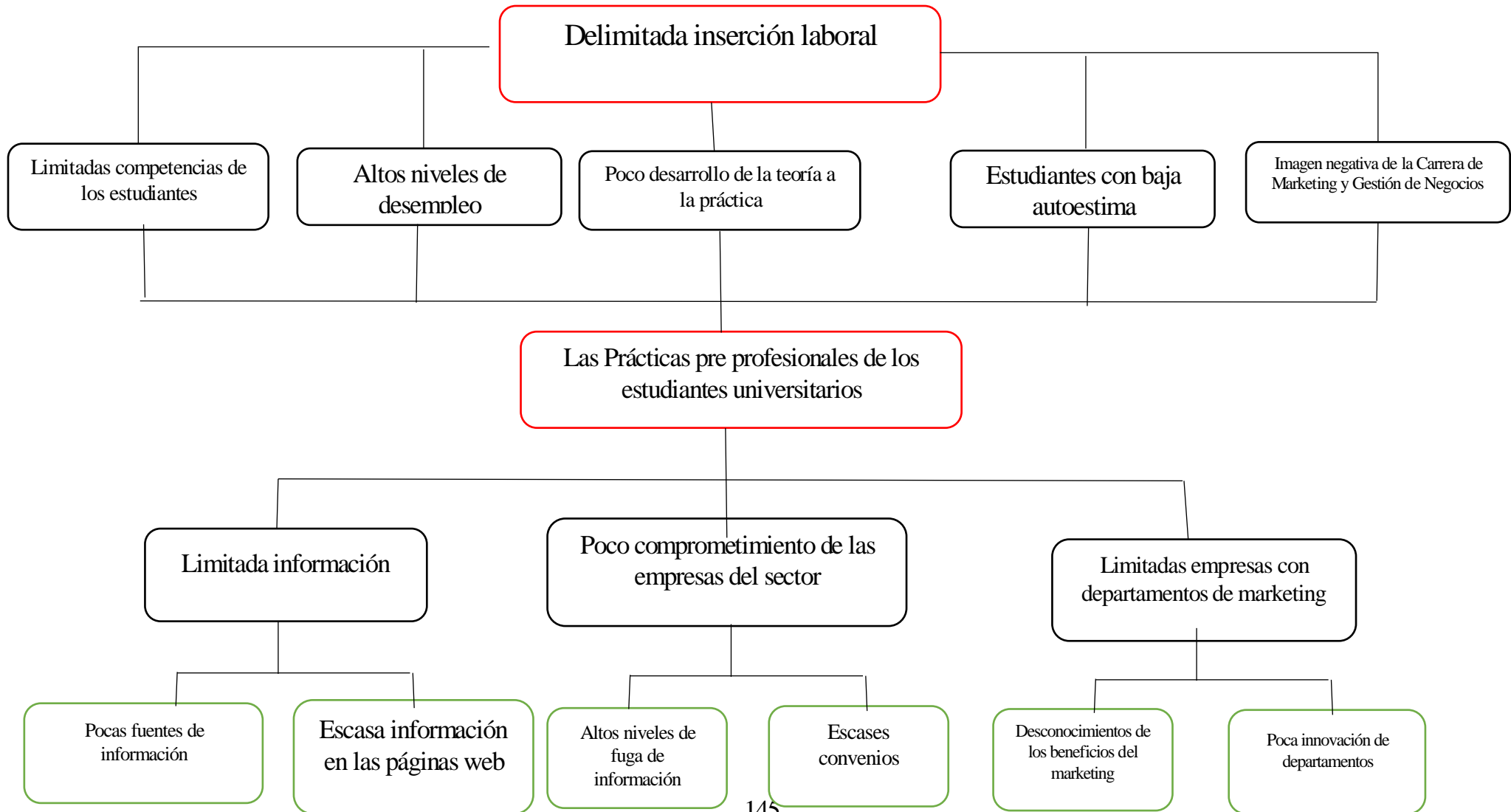
- Álvarez, J. L. (2003). *Lo que se aprende en los mejores MBA*. Barcelona: Gestión 2000.
- CES. (2008). *www.ces.gob.ec*. Obtenido de *www.ces.gob.ec*: *www.ces.gob.ec/gaceta-oficial/download/file?fid=231.1119*
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Coronado Castillo, S. (2009). *Nuevas tendencias en la retención y mejora del talento profesional y directivo*. España: Fundación EOI.
- Díaz, J. A. (2004). *Reflexiones sobre las finalidades de la enseñanza de las ciencias de la educación científica para la ciudadanía*. Huelva: Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias.
- FCA. (s.f.). *fcadm.uta.edu.ec*. Obtenido de *fcadm.uta.edu.ec*:  
*http://fcadm.uta.edu.ec/blog/?cat=10*
- Giusti, M. (2000). *La filosofía del siglo xx: balance y perspectiva*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica de Perú.
- Gómez Escobar, S. (2007). *Legislación Laboral, Teoría y Práctica*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- González, E. N. (s.f.). Las habilidades sociales en la adolescencia temprana: perspectivas desde la Psicología Positiva. *Tacuman*, 20.
- Hostos, E. M. (1991). *Ciencia de la Pedagogía (Nociones Ehistoria)*. Puerto Rico: Universidad de Puerto Rico.
- Lévy-Leboyer, C. (1997). *Gestión de las competencias*. Barcelona: Gestión 2000 S.A.
- Lindon, J. (1998). *Conceptos de la economía*. Valencia: Servicio de publicaciones Camino Vera.
- LOES. (12 de Octubre de 2010). *http://www.ces.gob.ec*. Obtenido de *http://www.ces.gob.ec*: *http://www.ces.gob.ec/descargas/ley-organica-de-educacion-superior*
- Lozano, J. (1999). Economía Institucional y Ciencia Económica. *Revista Económica Institucional*, 30.
- Macpherson, M. B. (2003). *Economía Laboral*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Maristany, J. (1973). *Empleo y Desarrollo de Personal*. Buenos Aires: Ediciones Contabilidad Moderna.

- Martín Peris, E. (2004). Las actividades de aprendizaje en los manuales de español como lengua extranjera. *REDINED*, 519 .
- Millan, A. P. (1955). *Fundamentos de la Filosofía*. Madrid: RIALP .
- Ministerio de Educación, C. y. (2001). *En Torno al Trabajo Universitario. Reflexiones y Datos*. España: EGESA.
- Pasquali, A. (1990). *Comprender la comunicación*. Venezuela: Monte Ávila Editores.
- Peña, F. A. (2011). Información Asimétrica en el mercado laboral: efectos del salario de eficiencia y el desempleo sobre la industria manufacturera. *Facultad de Economía*. Quito, Pichincha, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Perrenoud, P. (2001). *Desarrollar la práctica reflexiva en el oficio de enseñar*. Paris: GRAÓ.
- Prometeo. (25 de julio de 2000). *prometeo.us.es*. Obtenido de [prometeo.us.es](http://prometeo.us.es/recursos/la_orientacion/pag2.htm): [http://prometeo.us.es/recursos/la\\_orientacion/pag2.htm](http://prometeo.us.es/recursos/la_orientacion/pag2.htm)
- Ribas, R. (1982). *Investigación de Mercados*. Zaragoza: DISTRESA S.A.
- Riera, J. R. (2005). *Habilidades en el Deporte*. España: INDE Publicaciones .
- Rios, L. E. (2006). *Formación Profesional y Mercado Laboral*. México: UNAM Centro Universitarios de Investigaciones Bibliotecológicas.
- Roca, J. (1996). *El desempleo en España: Tres ensayos críticos*. España: Universidad Castilla la Mancha.
- Roegiers, X. (2000). Saberes, Capacidades y Competencias en la escuela. *BIEF*, 119.
- Rothbard, M. (2012 de Abril de 2012). *Intituto Moises Hispano*. Obtenido de [www.miseshispano.org](http://www.miseshispano.org): <http://www.miseshispano.org/2012/04/la-conquista-smithiana-del-pensamiento-economico/>
- Sellero, M. C. (2010). Factores determinantes para la inserción y distintas formas de participación en el mercado laboral gallego. *Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*. Coruña, España: Universidad de Coruña.
- Soni, L. E. (2004). Propuesta metodológica para la práctica preprofesional en la asignatura de practica forence monisterial de la lincenciatura en derecho de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. *Area académica de Ciencias de la Educación*. Hidalgo, Pachuca Soto, México: <http://www.uaeh.edu.mx/docencia/Tesis/icshu/maestria/documentos/Propuesta%20dmetodologica%20para%20la%20practica.pdf>.

- Tomasini, A. B. (2001). *Teoría del Conocimiento Clásica y Epistemología Wittgensteiniana*. México: Plaza y Valdez.
- Tourriñan, J. (2002). *Educación y futuro*. Campostela: Revista de educación.
- UCLA. (2011). <http://www.ucla.edu>. Obtenido de <http://www.ucla.edu>:  
<http://www.ucla.edu/ve/dac/practica/concepto.htm>
- Varela, F. (1999). *Los fenómenos de la Vida*. New York: Envisioning Knowledge.



## ANEXOS





contemplados en el Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación Superior. Estos cursos no constituyen educación continua, salvo que sean tomados por profesores de una institución de educación superior distinta a la que los imparta.

### CAPÍTULO III PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES Y PASANTÍAS

**Artículo 88.- Prácticas pre profesionales.-** Son actividades de aprendizaje orientadas a la aplicación de conocimientos y al desarrollo de destrezas y habilidades específicas que un estudiante debe adquirir para un adecuado desempeño en su futura profesión. Estas prácticas deberán ser de investigación-acción y se realizarán en el entorno institucional, empresarial o comunitario, público o privado, adecuado para el fortalecimiento del aprendizaje. Las prácticas pre profesionales o pasantías son parte fundamental del currículo conforme se regula en el presente Reglamento.

Cada carrera asignará, al menos, 400 horas para prácticas pre profesionales, que podrán ser distribuidas a lo largo de la carrera, dependiendo del nivel formativo, tipo de carrera y normativa existente. El contenido, desarrollo y cumplimiento de las prácticas pre profesionales serán registrados en el portafolio académico.

## **2. DE LOS ESTUDIANTES:**

2.1 Cumplir obligatoriamente con la actividad de Prácticas Preprofesionales, previo a ser declarados legalmente Egresados de la Carrera respectiva.

2.2 Cumplir un mínimo de 300 horas de actividad de Prácticas Preprofesionales

2.3 Para realizar las Prácticas Preprofesionales deberá presentar al Coordinador de Carrera una solicitud con derecho de yodo trámite y la Carta de Compromiso firmada por el representante de la Institución donde va a realizar las prácticas.

2.4 Podrán realizar las Prácticas preprofesionales los estudiantes matriculados desde el séptimo hasta el décimo semestre.

2.5 Presentar un Informe Técnico para su aprobación, al final de la realización de las Prácticas Preprofesionales, con el siguiente formato:

2.5.1 Introducción

2.5.2 Objetivos

2.5.3 Descripción sustentada de las actividades desarrolladas

2.5.4 Conclusiones y Recomendaciones

2.5.5 Anexos

## CUESTIONARIO

**Objetivo:** Determinar de qué manera las practicas pre profesional se relacionan con el nivel de inserción en el mercado laboral de los estudiantes de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato.

**Instrucciones:** Con el fin de conocer las oportunidades de los estudiantes en el mercado laboral solicitamos su colaboración para el llenado de la siguiente encuesta marcando con una “X” la respuesta de su elección, en preguntas con respuestas de múltiples opciones pueden ser marcadas más de una opción, cabe recalcar que la información obtenida será con fines de realizar el proyecto previo a la obtención del título de ingeniería.

De antemano muchas gracias por su ayuda.

### 1. Información General:

1.1. **Género:** Masculino ( ) Femenino ( )

1.2. **Edad:** 20-22 ( ) 23-25 ( ) 26-28 ( ) 29-31 ( ) más de 31 ( )

1.3. **Semestre:** Séptimo ( ) Octavo ( ) Noveno ( )

1.4. **Situación laboral:** Activa ( ) Pasiva ( )

### 2. Información Específica:

2.1. ¿Considera Ud. como estudiante de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica de Ambato que los conocimientos científicos impartidos en las cátedras son?

Excelente  Muy bueno  Bueno  Regular  Malo

2.2. ¿En qué nivel considera que han sido fortalecidas las destrezas y habilidades profesionales a lo largo de su vida académica?

Alto  Medio alto  Medio  Medio Bajo  Bajo

2.3. ¿Ud. como estudiante de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios cree que cuenta con conocimiento suficiente para el manejo de herramientas administrativas impartidas a lo largo carrera?

Siempre       Casi siempre       A veces       Nunca       Indiferente

2.4. ¿Se siente conforme con los conocimientos prácticos aprendidos en cada uno de los niveles de la carrera?

Siempre       Casi siempre       A veces       Nunca       Indiferente

2.5. ¿Cree Ud. que la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios cumple con las expectativas empresariales del sector en cuanto a los conocimientos impartidos en cada uno de los módulos?

Siempre       Casi siempre       A veces       Nunca       Indiferente

2.6. ¿Consideraría que los docentes de la carrera fortalecen el desarrollo de principios y valores en los estudiantes?

Siempre       Casi siempre       A veces       Nunca       Indiferente

2.7. ¿Si usted tuviera que pagar para poder acceder a conocimientos complementarios de educación continua lo haría?

Siempre       Casi siempre       A veces       Nunca       Indiferente

2.8. ¿Desearía Ud. Que la carrera realice encuestas de satisfacción del servicio para saber la eficiencia con la cual se están desarrollando los procesos de formación académica?

Siempre       Casi siempre       A veces       Nunca       Indiferente

2.9. ¿En qué nivel han sido fortalecidas sus competencias actitudinales a lo largo de su formación universitaria?

Alto  Medio alto  Medio  Medio Bajo  Bajo

2.10. ¿Cómo se calificaría Ud. que se encuentra sus competencias aptitudinales adquiridas?

Excelente  Muy bueno  Bueno  Regular  Malo

2.11. ¿Cuáles de los aprendizajes fundamentales en el modelo educativo por competencia, es el que más usted más ha desarrollado en la universidad?

Aprender a ser  Aprender a hacer  Aprender a conocer  Aprender a convivir

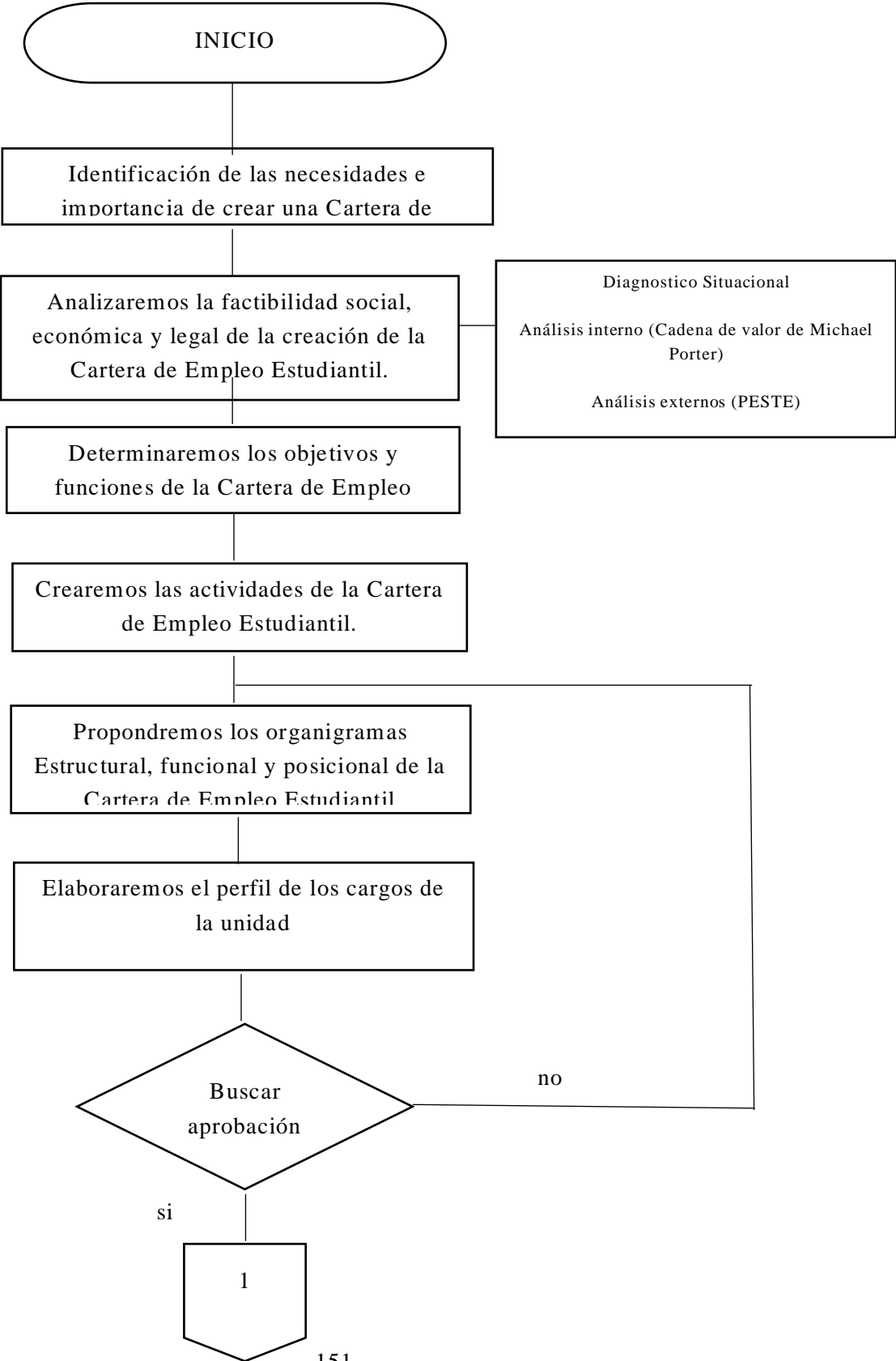
2.12. ¿De qué forma las practicas pre profesionales le ha permitido el manejo de situaciones laborales en las organizaciones?

Alto  Medio alto  Medio  Medio Bajo  Bajo

2.13. ¿Estaría de acuerdo con la creación de una cartera de empleo estudiantil en la carrera?

Siempre  Casi siempre  A veces  Nunca  Indiferente

Diagrama de flujo del proyecto de la Cartera de Empleo Estudiantil



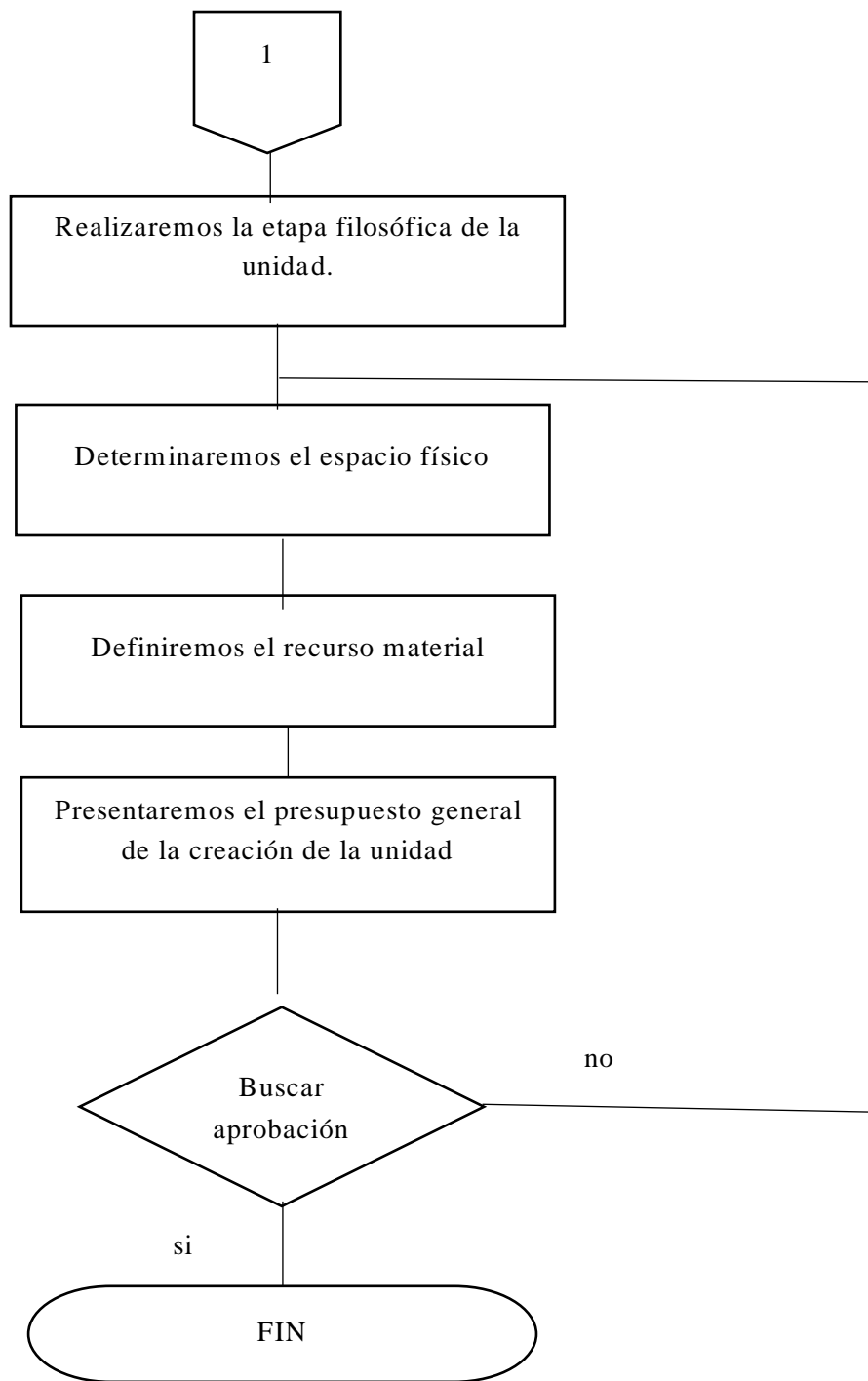




Diagrama de flujo para Presentar el proyecto en el Honorable Consejo Universitario

