



UNIDAD DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS

INFORME DE RESULTADOS DEL PROCESO DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS II-2018

**Facultad de Marketing y
Comunicación**

**Elaborado por:
Mgtr. Johanna Navarro Espinosa**

Diciembre 2018

Tabla de contenido

PROCESO DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS	3
1. ANTECEDENTES.....	3
2. METODOLOGÍA	3-4
3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	5
3.1. Facultad de Marketing y Comunicación	7
3.1.1. Información Sociodemográfica	8
3.1.2. Situación profesional	9
3.1.3. Aspectos académicos.....	15
3.1.4. Niveles de satisfacción	22
3.1.5. Preferencias de estudios	24
4. CONCLUSIONES	26

PROCESO DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS

1. ANTECEDENTES

Los procesos de seguimiento a graduados cada vez más se están fortaleciendo, de acuerdo a los requerimientos de calidad que se exigen en la Educación Superior, y supone la información obtenida de estos estudios como un insumo de importancia alta, para el mejoramiento de la calidad de los programas y carreras, ofertados por las Instituciones de Educación Superior.

En la Ley Orgánica de Educación Superior, indica en su Art. 142.- Sistema de seguimiento a graduados. - Todas las instituciones del sistema de educación superior, público y particular, deberán instrumentar un sistema de seguimiento a sus graduados y sus resultados serán remitidos para conocimiento del Consejo de Evaluación. Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior; Por cuanto se considera como parte de las funciones de la Unidad de Seguimiento a Graduados (USG), instrumentar actividades planificadas para tal fin, acorde a lo estipulado en el Reglamento de Bienestar Estudiantil, Admisiones y Graduados, así como en el Plan Operativo Anual (POA2018).

2. METODOLOGÍA

La unidad de seguimiento a graduados utiliza los medios de comunicación y Tecnologías de Información (TICS) disponibles para sistematizar y dinamizar el proceso, como son página web, Correo electrónico, Comunicación telefónica (Fija o Celular) y Redes Sociales, cumpliendo las siguientes actividades:

- Promover de manera permanente a través de redes sociales o medios de comunicación, la actualización de datos de los graduados.
- Gestionar que todos los graduados de la Universidad ECOTEC, completen la encuesta de seguimiento a graduados, disponible en el sitio web.
- Realizar un seguimiento periódico a los graduados con la finalidad de actualizar la información relacionada con su actividad laboral.
- Fomentar la participación de los graduados en los eventos, conferencias y diferentes actividades institucionales.

- Informar a los graduados de los convenios interinstitucionales que mantiene la Universidad ECOTEC, así como de los servicios disponibles como la Banca laboral para los graduados que no se encuentren laboralmente activos.

La encuesta utilizada como método de recolección de datos, la misma que se actualizo con la finalidad de abarcar más aspectos que permitan conocer la trayectoria profesional del graduado, analizar sus competencias adquiridas, su percepción acerca de la Universidad, recursos, docentes y calidad de educación, así como preferencias de estudios de postgrado. La encuesta está ubicada en el sitio web de la Universidad ECOTEC: **<http://alumni.ecotec.edu.ec/encuesta>**.

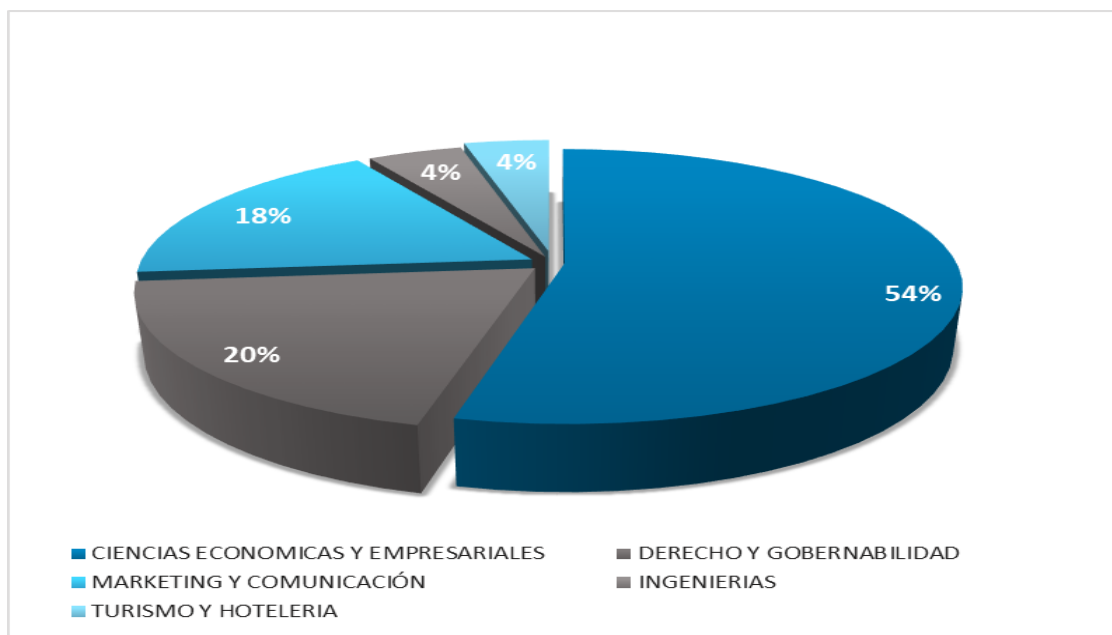
Una vez culminado el periodo de gestión, la información es procesada y analizada a través de la herramienta informática de la Universidad ECOTEC, implementando estadística descriptiva básica para la elaboración de informes. Esta información está alojada en repositorios desde la cual pueden acceder las autoridades, decanos, encargados etc. y en el sitio web para la comunidad en general. La herramienta permite procesar la información para obtener los informes y estadísticas necesarias para optimizar y mejorar la oferta académica, actualizar o reformar si las autoridades lo estiman pertinente, para garantizar que los futuros graduados de la Universidad ECOTEC, cuenten con las competencias básicas y profesionales requeridas por el mercado laboral, e indispensables para elevar las oportunidades laborales de nuestros graduados.

El análisis de los informes y estadísticas de los resultados del proceso de seguimiento a graduados es entregado a las autoridades de la Universidad ECOTEC: Rectorado, Vicerrectorado Académico, así como a Contraloría Académica y la Dirección de Planificación Institucional; y posterior a su aprobación son publicados en el sitio web de la Universidad ECOTEC.

3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el mes de diciembre del año 2018, la Universidad ECOTEC graduó a 101 profesionales pertenecientes a las distintas facultades y carreras ofertadas por la institución, como se aprecia en el gráfico No.1:

Gráfico No. 1. Cantidad de graduados.



Las facultades y carreras que incorporaron mayor cantidad de graduados se encuentran, la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales con sus carreras: Negocios Internacionales (46%) y Gestión Empresarial con (24%).

Tabla 1. Detalle por carreras

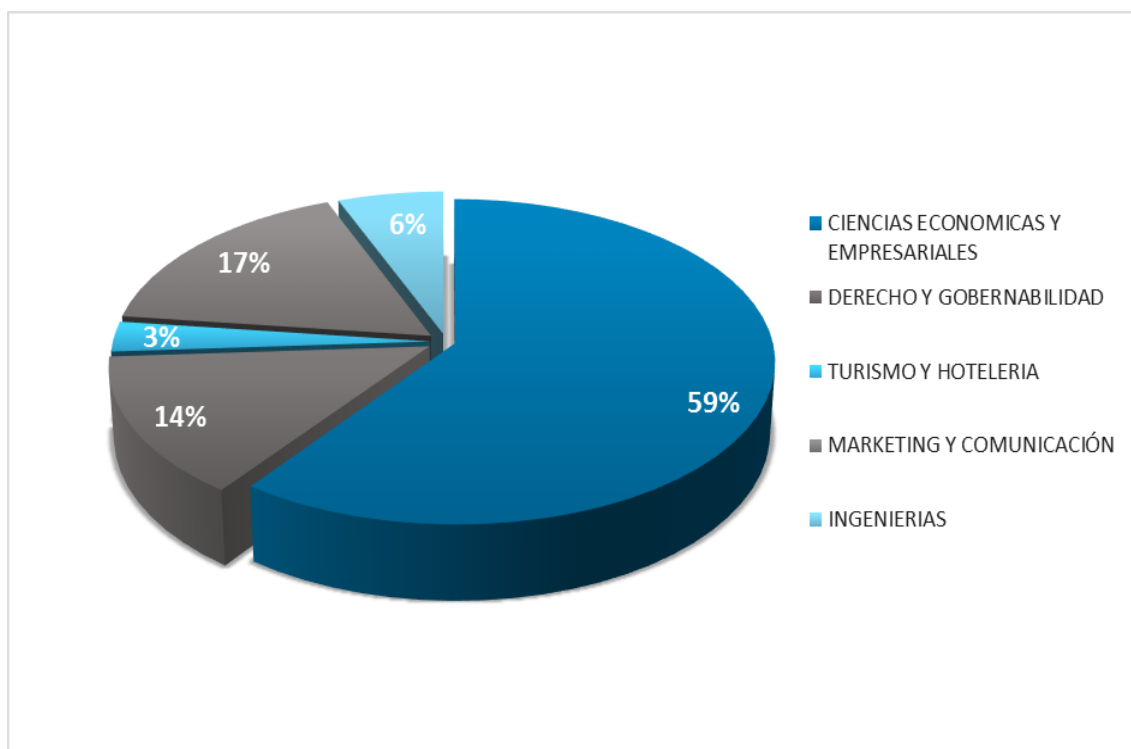
Facultad/Carreras	Cant.	%
CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES	60	59%
NEGOCIOS INTERNACIONALES	17	17%
ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS	4	4%
ADMINISTRACION DE VENTAS	2	2%
ECONOMIA EMPRESARIAL	4	4%
GESTION DE EMPRESAS	4	4%
GESTION EMPRESARIAL	26	26%
GESTION FINANCIERA	3	3%
MARKETING Y COMUNICACIÓN	17	17%
MARKETING	15	15%
RELACIONES PUBLICAS ()	2	2%

DERECHO Y GOBERNABILIDAD	15	15%
DERECHOS HUMANOS Y CIENCIAS PENALES	6	6%
LEGISLACION DE RECURSOS NATURALES Y MEDIO AMBIENTE	1	1%
LEGISLACION EMPRESARIAL Y TRIBUTARIA	8	8%
INGENIERIAS	6	6%
ADMINISTRACIÓN DE REDES	1	1%
SISTEMAS	5	5%
TURISMO Y HOTELERIA	3	3%
OPERACIÓN TURISTICA	1	1%
HOTELERIA	2	2%
Total general	101	100%

Fuente: USG

Una vez concluido el proceso de encuesta de salida a los graduados, donde se persigue identificar la información socio- demográfica, así como, valorar los niveles de satisfacción relacionados con servicios, recursos de las carreras, docentes, adquisición de las competencias generales y profesionales de la carrera etc. De 101 graduados encuestados 100 completaron la encuesta, logrando un **99%** de efectividad en el proceso.

Gráfico No. 2. Cantidad de graduados encuestados



Fuente: USG

3.1. Facultad de Marketing y Comunicación

La facultad de Marketing y comunicación, es la segunda facultad en relación a la cantidad de graduados. En el proceso actual, esta facultad representa el **17%** con 17 graduados, de los cuales el **100%** (17) fueron encuestados.

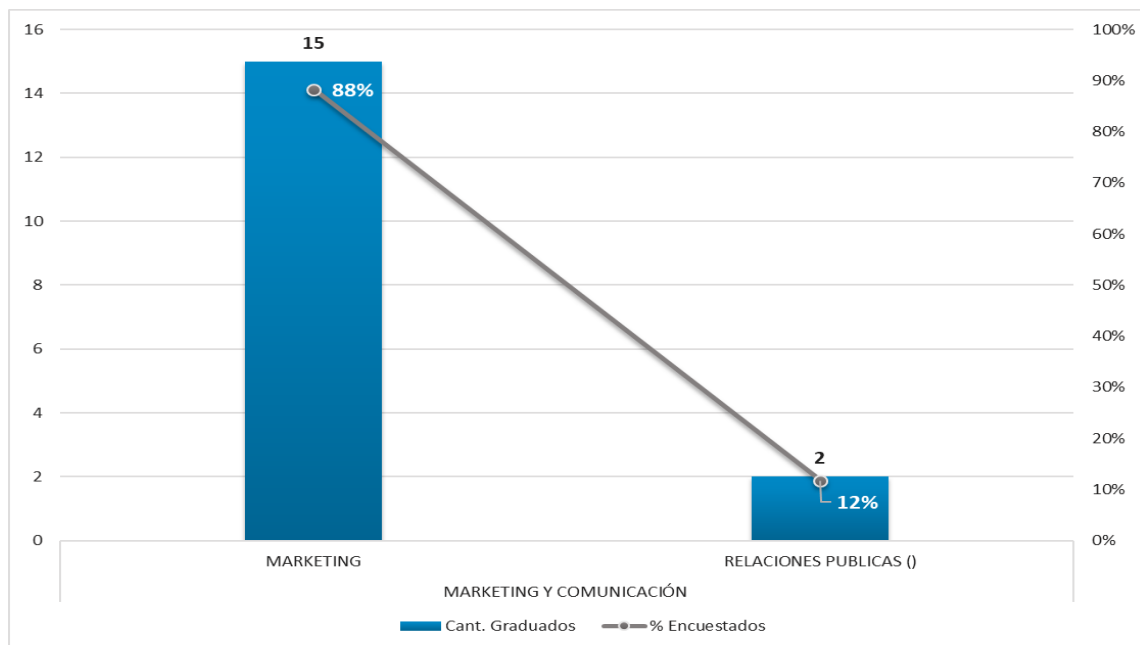
Las carreras que forman parte de esta facultad son:

- Marketing
- Relaciones Públicas
- Publicidad
- Comunicación Empresarial

Tabla 2. Detalle de graduados encuestados

Facultad	Cant. Graduados	% Encuestados
MARKETING Y COMUNICACIÓN	17	100%
MARKETING	15	88%
RELACIONES PUBLICAS ()	2	12%
Total general	17	100%

Gráfico No. 3. Cantidad de graduados vs graduados encuestados



3.1.1. Información Sociodemográfica

Los graduados de las carreras de la Marketing y Comunicación, pertenecen en mayor porcentaje al género femenino 47%(9) y masculino 47%(8) de acuerdo con la información del Atrium (ver gráfico No. 4). En cuanto al estado civil, se puede observar que el 94% (6) son solteros y el 6%(1) unión libre (ver gráfico No. 5).

Gráfico No. 4. Sexo de los graduados de las carreras de Marketing

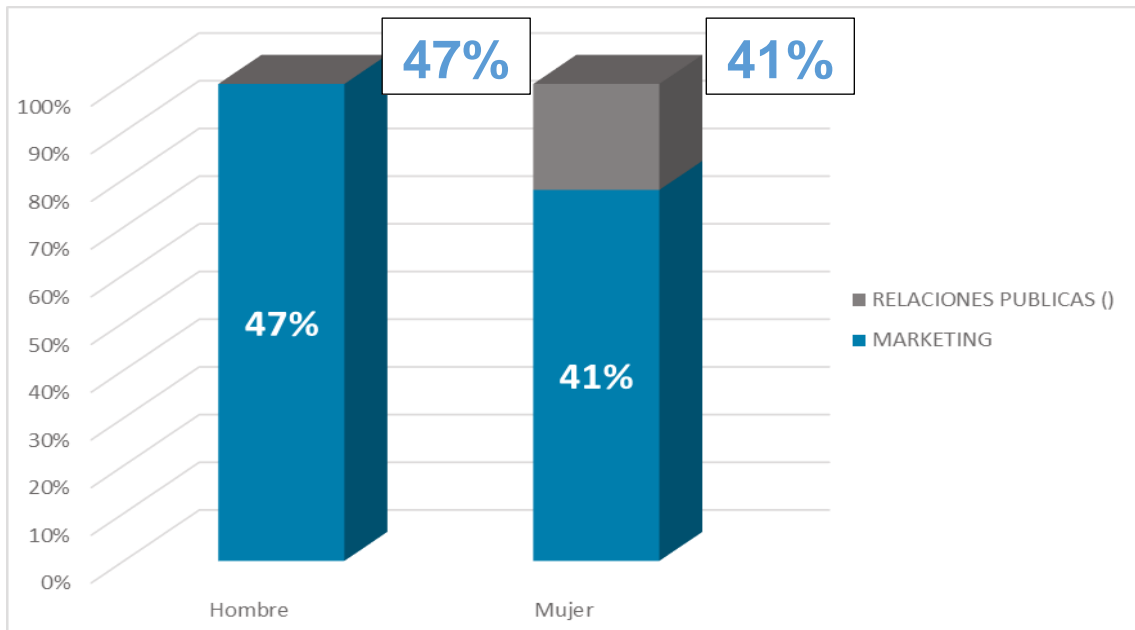
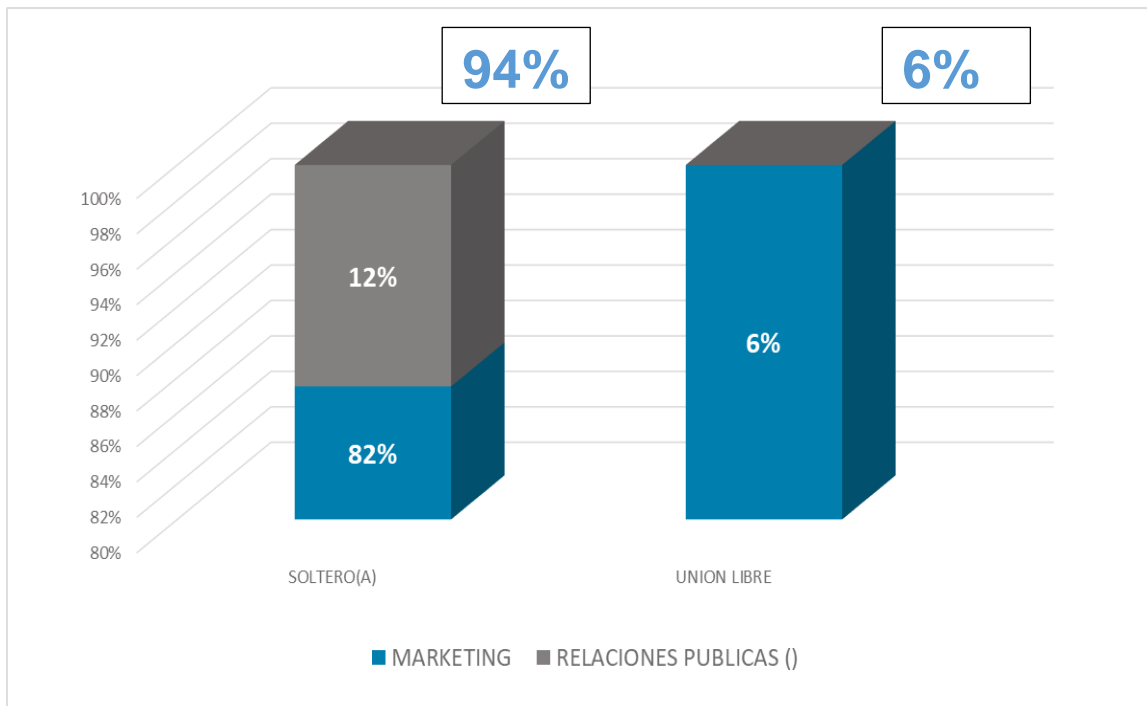


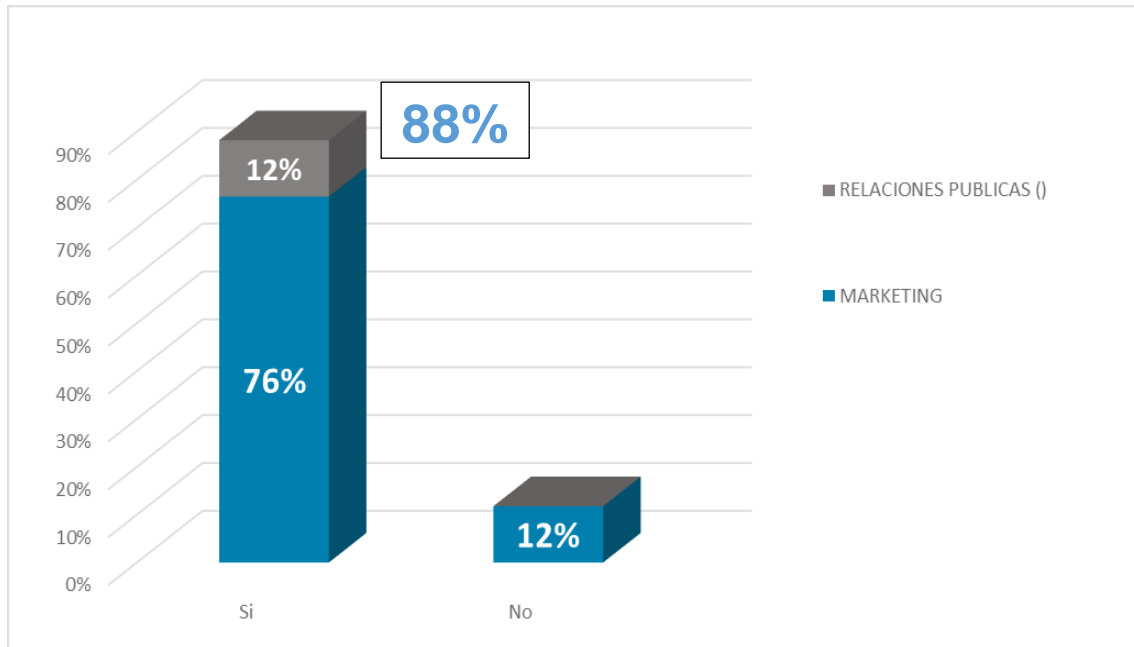
Gráfico No. 5. Estado Civil



3.1.2. Situación profesional

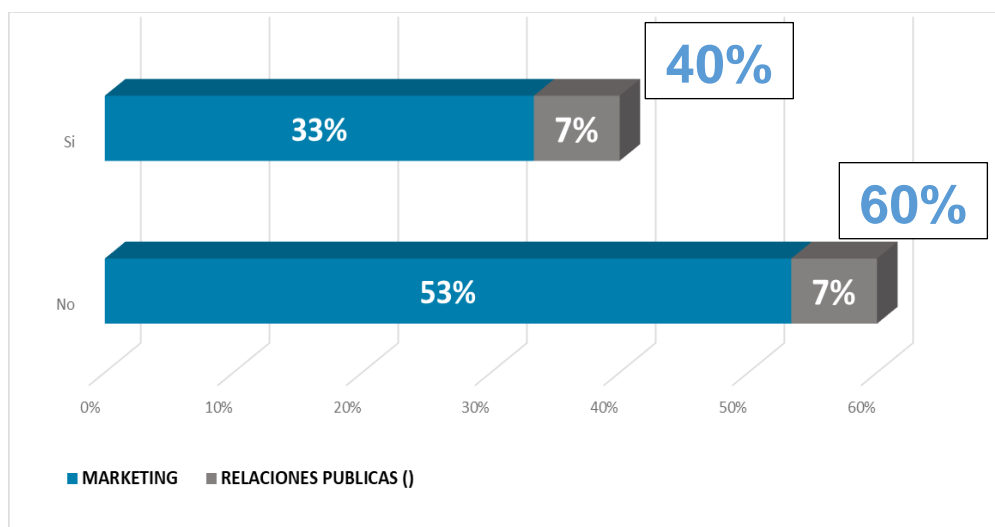
De la cantidad de graduados encuestados, se percibe que el **88%** (15) de los graduados se encuentra laboralmente activo.

Gráfico No. 6. Cantidad de graduados que trabajan



De la cantidad de graduados que fueron encuestados y se encuentran laboralmente activos (10), el 40% (6) trabajan en áreas relacionadas directamente con su carrera, mientras que el 60% (9) en áreas no relacionadas (gráfico No. 6). El porcentaje de graduados laboralmente activos, se obtiene al momento de la graduación, lo que implica que lo han adquirido en el transcurso de su carrera o poco antes de incorporarse.

Gráfico No. 7. Graduados que trabajan en su especialidad



El rango salarial de los graduados de la facultad de Marketing y Comunicación es variado, el 60% (9) devengan un salario entre \$500 y \$1000 dólares, el 20% (3) un salario entre SBU* y \$500 el 7% (3) un salario entre \$ 1001 a \$ 2501 dólares, respectivamente (gráfico No. 7). En relación a la antigüedad laboral el 32% (5) de los graduados se mantiene vinculado entre uno o dos años, con el 13(2) % de dos a 5 años, el 20%(3) menos de seis meses (ver gráfico No. 9).

Gráfico No. 8. Rango salarial

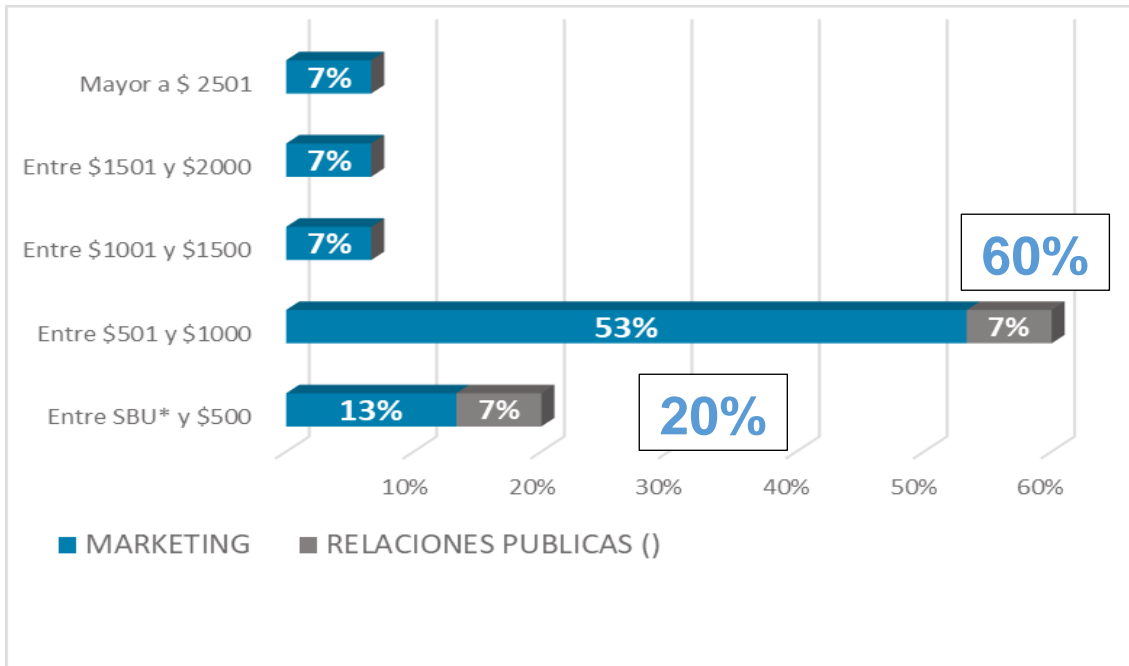
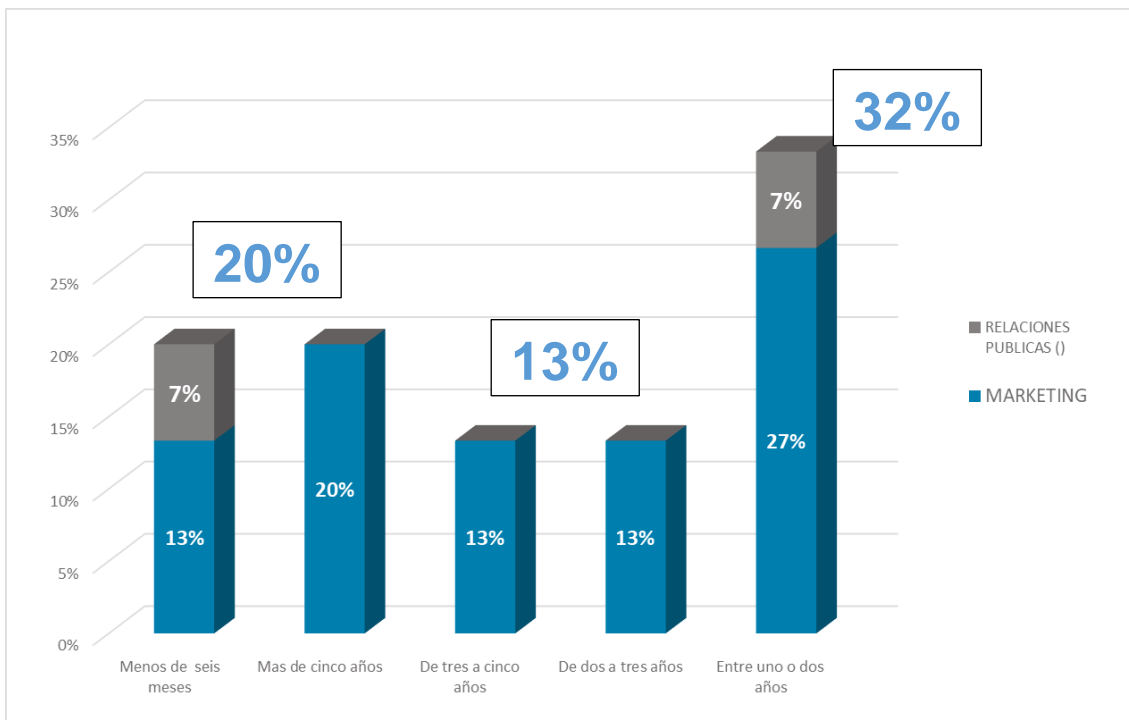
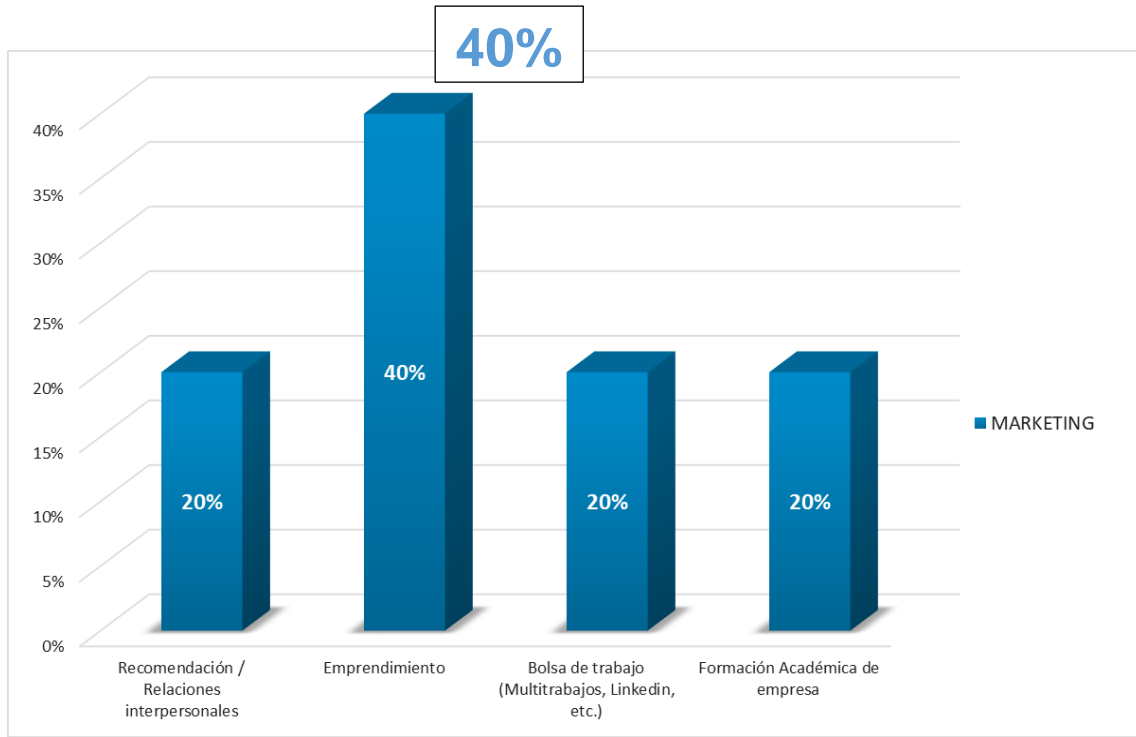


Gráfico No. 9. Antigüedad laboral



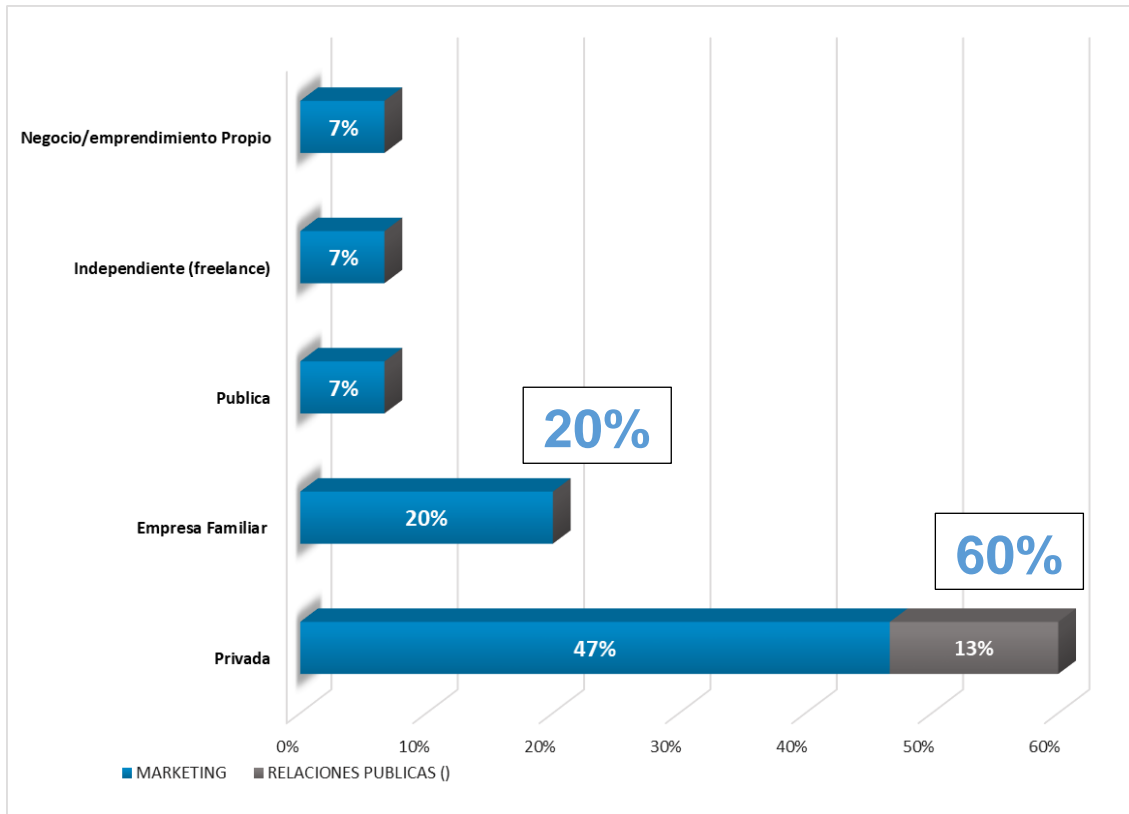
Entre los medios de inserción laboral se destaca la opción de emprendimiento con el 40%(2) y con 20% cada una Recomendaciones, Bolsa de trabajo, Formación académicas en empresas.

Gráfico No. 10. Medios de inserción laboral (MKT)



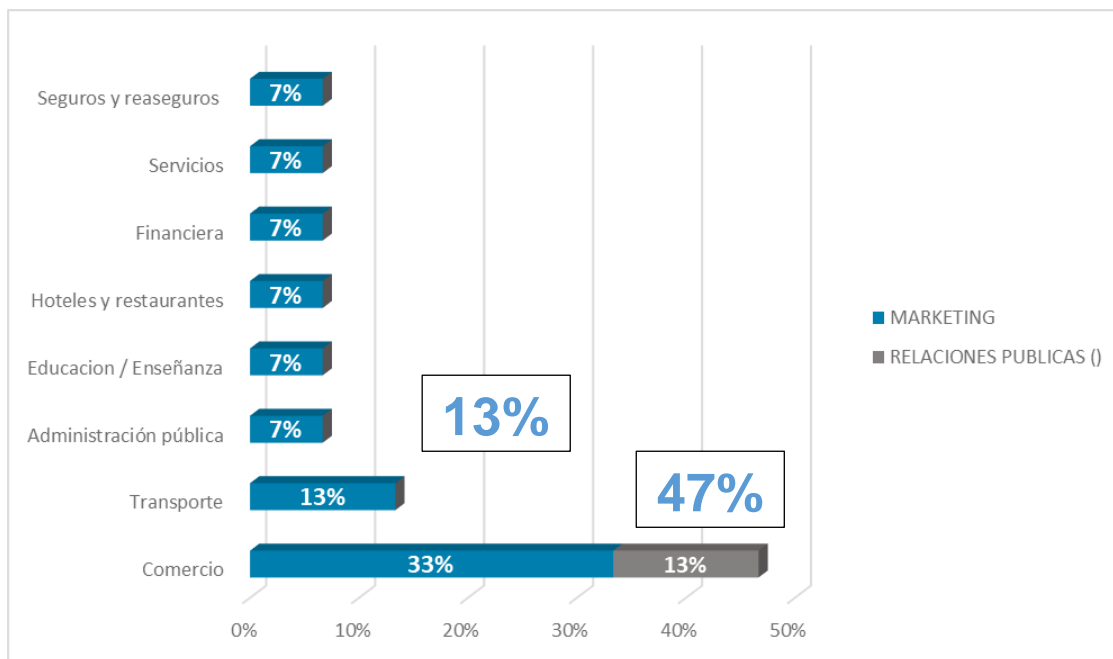
En cuanto a los sectores donde se encuentra vinculados los graduados de esta facultad, predomina el **sector privado 60%** (9) de los graduados, seguido por empresas **familiares 20% (3)** y 7% (1) en **sector público y emprendimientos, e independiente** respectivamente.

Gráfico No. 11. Tipo de empresa donde laboran los graduados



De acuerdo, a la “Clasificación Nacional de Actividades Económicas CIIU Revisión 4.0, que tiene su respaldo y sustento técnico, en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Actividades Económicas CIIU Revisión 4.0”, preparada por Naciones Unidas; que permite homogenizar las actividades económicas de las empresas ecuatorianas. En este contexto, las empresas donde trabajan los graduados en referencia, en mayor porcentaje se relaciona con actividades de **comercio 47%** (7), **Transporte 13%**(1) y otras como **Administración pública y agencias de publicidad, financiera, transporte.**

Gráfico No. 12. Actividad empresarial



Se consultó a los graduados acerca de los criterios de selección de profesionales en la empresa donde laboran, buscando identificar aquellos criterios con mayor relevancia tomados en consideración en los procesos de selección de personal. Entre los criterios más destacados se encuentran el poseer la competencia de **manejo de tecnología, creatividad e iniciativa, preparación teórica, Estabilidad emocional 60% (9)**, seguido por **experiencia profesional y relaciones internacionales 53%(8)** (ver gráfico No. 13). Entre los criterios que indican ser considerados en menor proporción están la titulación 40% (6) y la universidad de donde proviene 33% (5), y esto se evidencia en los promedios presentados en la gráfica No. 14.

Tabla 3. Criterios de selección de personal

Criterios de Selección de personal	Frecuencias										
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	TOTAL
Preparación Teórica	9	60%	3	20%	2	13%	1	7%			15
Manejo de la tecnología	9	60%	4	27%	1	7%			1	7%	15
Creatividad e iniciativa	9	60%	3	20%	3	20%					15
Estabilidad Emocional	9	60%	4	27%	2	13%					15
Experiencia Profesional	8	53%	4	27%	2	13%			1	7%	15
Titulación	6	40%	5	33%	3	20%			1	7%	15
Relaciones interpersonales	8	53%	3	20%	4	27%					15
Universidad de la que proviene	5	33%	4	27%	5	33%			1	7%	15

Gráfico No. 13. Criterios de selección de personal

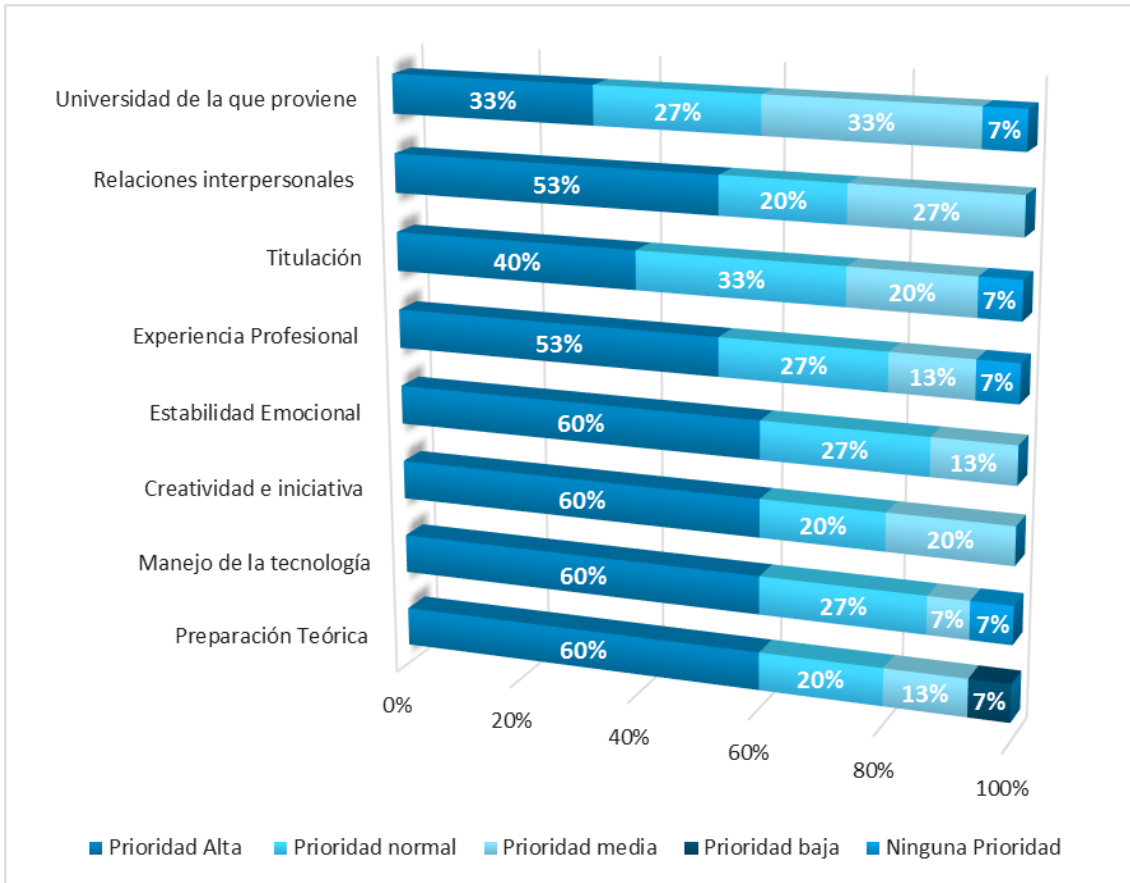
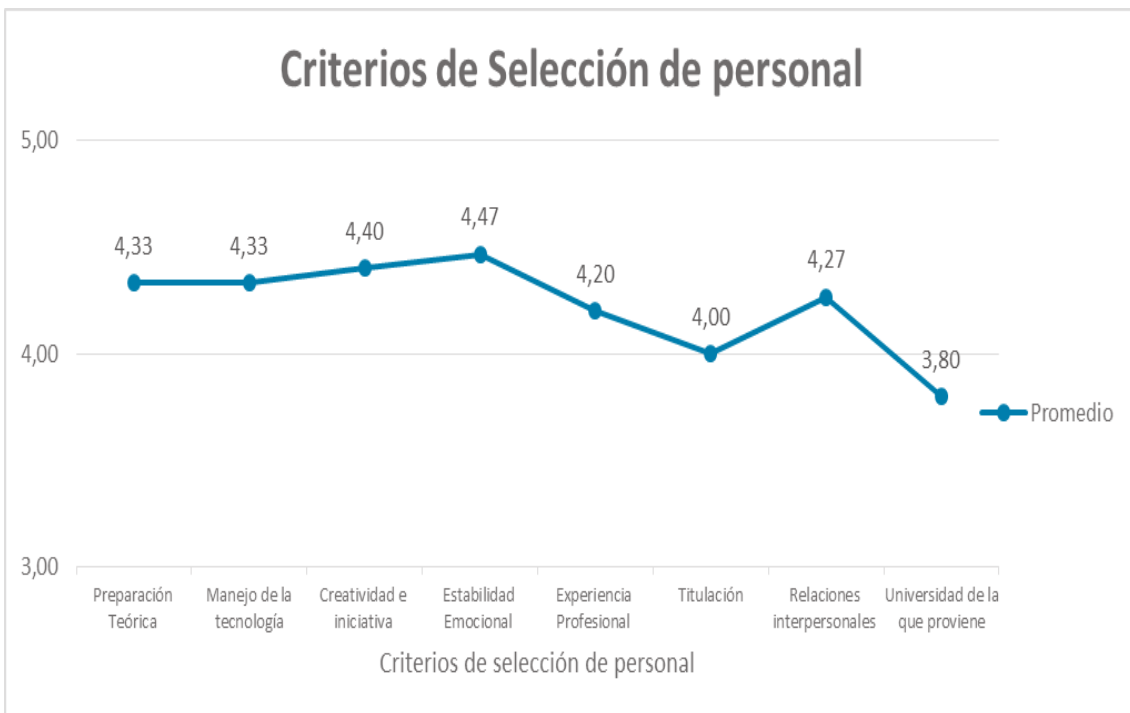


Gráfico No. 14. Promedio de los criterios de selección de personal



3.1.3. Aspectos académicos

Los graduados han de evaluar en un periodo determinado y de acuerdo con parámetros establecidos, la eficiencia profesional en función de la formación recibida, componentes de su plan de estudios, adquisición de las competencias transversales y profesionales, que responden en la aceptación en el mercado laboral y la correspondencia entre las áreas de especialización y las necesidades del país (Aldana , Mòralez Gònzalez, Aldana Reyes , Sabogal Camargo, & Ospina Alfonso, 2008)

El plan de estudios de las carreras de la Universidad ECOTEC, compuesto por unidades curriculares: Básica, Profesional y Titulación, permite que los graduados en el transcurso de su carrera, adquieran y desarrollen competencias transversales y profesionales a través de diversos componentes que se detallan en la siguiente tabla y que fueron evaluados por los graduados de la facultad, considerando la siguiente escala de valoración:

5	4	3	2	1
Muy satisfecho	Satisfecho	Medio satisfecho	Poco satisfecho	Insatisfecho

Como parte de los procesos sustantivos en las instituciones de Educación superior encontramos la Academia, la Investigación y la Vinculación. Esto se evidencia en la respuesta de los graduados en su satisfacción con las materias que integran su plan de estudios: **enseñanza a través de talleres 47%(8) seguido de asignaturas transversales asignaturas del campo principal de la especialidad, métodos científicos, orientación hacia la investigación, proyectos de vinculación con la comunidad con 41% (7)**. Así, como otros aspectos en los que se encuentran satisfechos y se evidencia en el promedio general (ver gráfico No. 17).

Tabla 4. Contenidos del plan de estudios

Indicadores del plan de estudios	Frecuencias										TOTAL
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	
Contenido de las asignaturas transversales	6	35%	6	35%	4	24%	1	6%			17
Contenido de las asignaturas en el campo principal de la especialidad	7	41%	5	29%	5	29%					17
Métodos científicos	7	41%	3	18%	7	41%					17
Orientación a los estudiantes hacia la investigación	7	41%			10	59%					17
Orientación a los estudiantes hacia el emprendimiento	6	35%			11	65%					17
Enseñanza practica en laboratorios y/o salidas de campo	6	35%			9	53%	2	12%			17
Enseñanza a través de talleres	8	47%			8	47%	1	6%			17
Enseñanza práctica a través de proyectos de vinculación con la comunidad	7	41%			9	53%	1	6%			17
Enseñanza práctica en empresas (prácticas preprofesionales)	6	35%			9	53%	2	12%			17

Gráfico No. 15. Contenido de plan de estudio

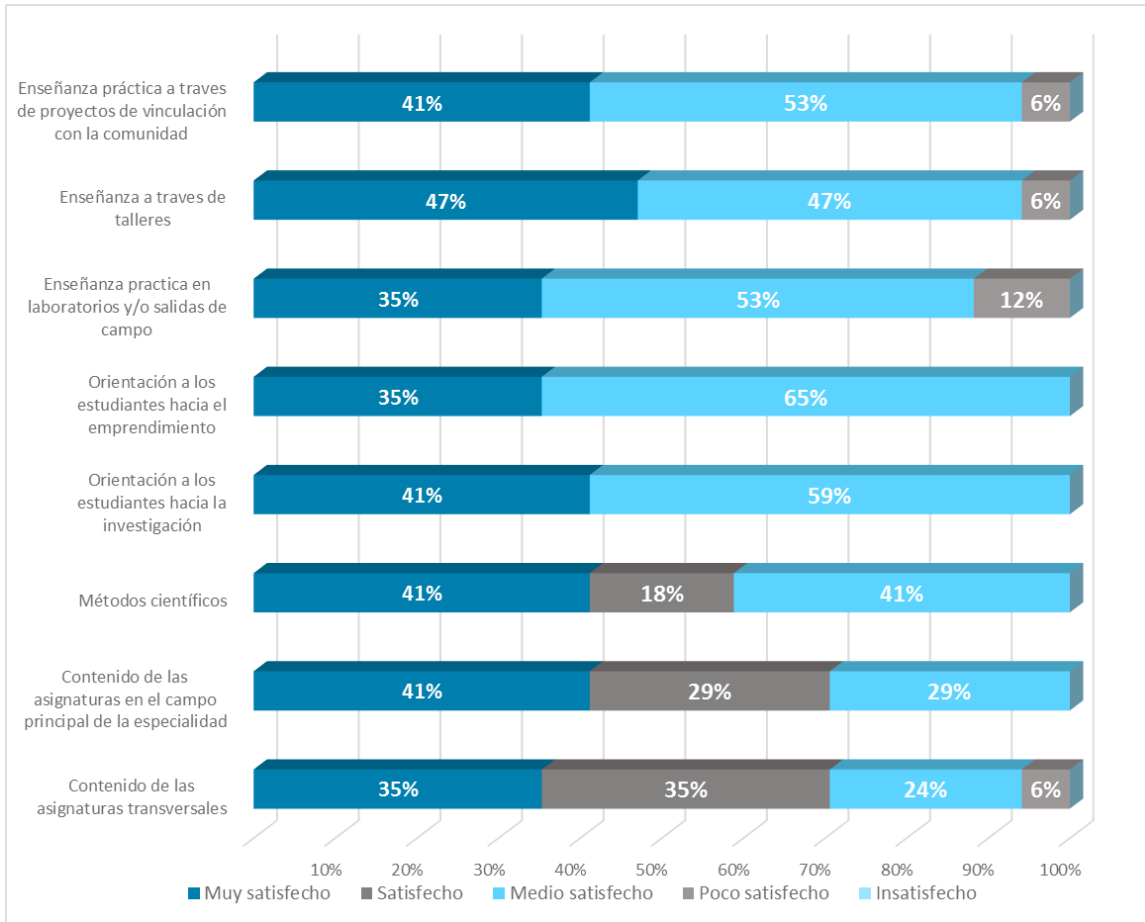


Gráfico No. 16. Promedio de la satisfacción del plan de estudios



Existen diversas áreas que son exigidas en el ámbito laboral, donde se requiere profesionales con esas competencias desarrolladas como el caso de la comunicación oral y escrita, el trabajo en equipo, informática o manejo de tecnología. El 47%(8) de los graduados de la facultad evaluada manifiesta poseer mayores dificultades en *la gestión*, el 12%(2) con investigación, y se evidencia en el promedio general más alto (4.36) de todas las áreas evaluadas.

Gráfico No. 17. Áreas con mayores dificultades

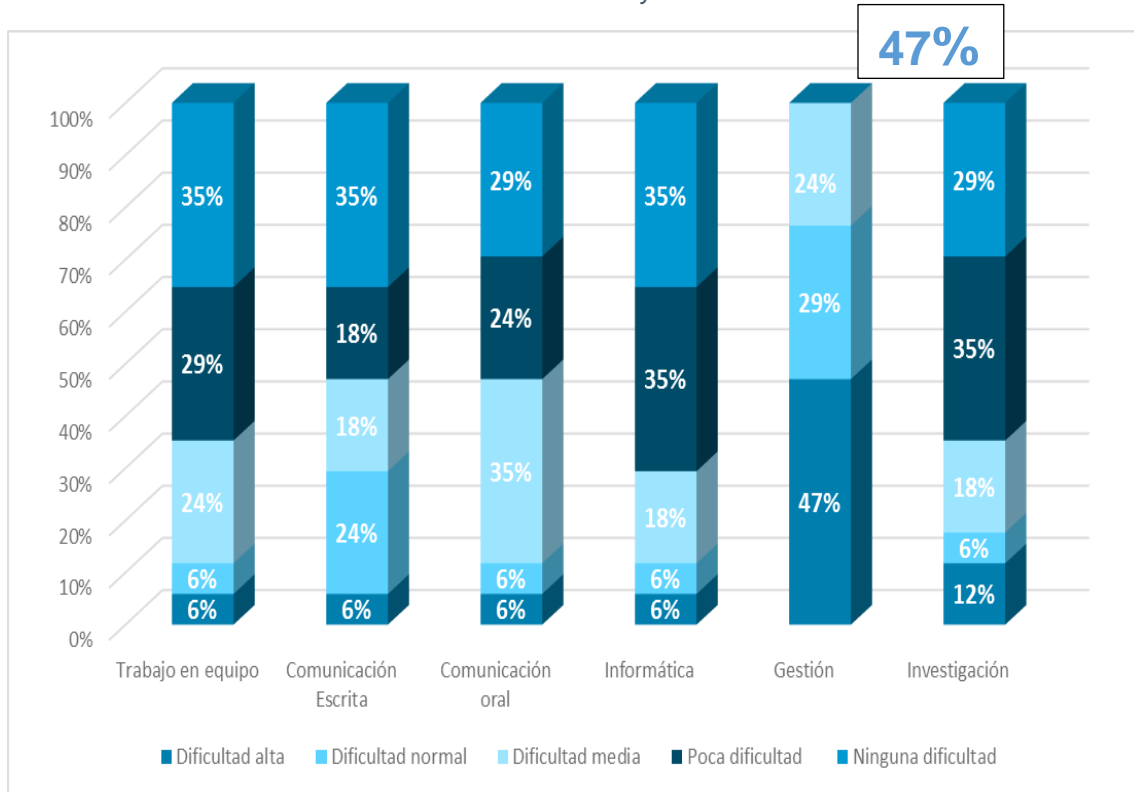
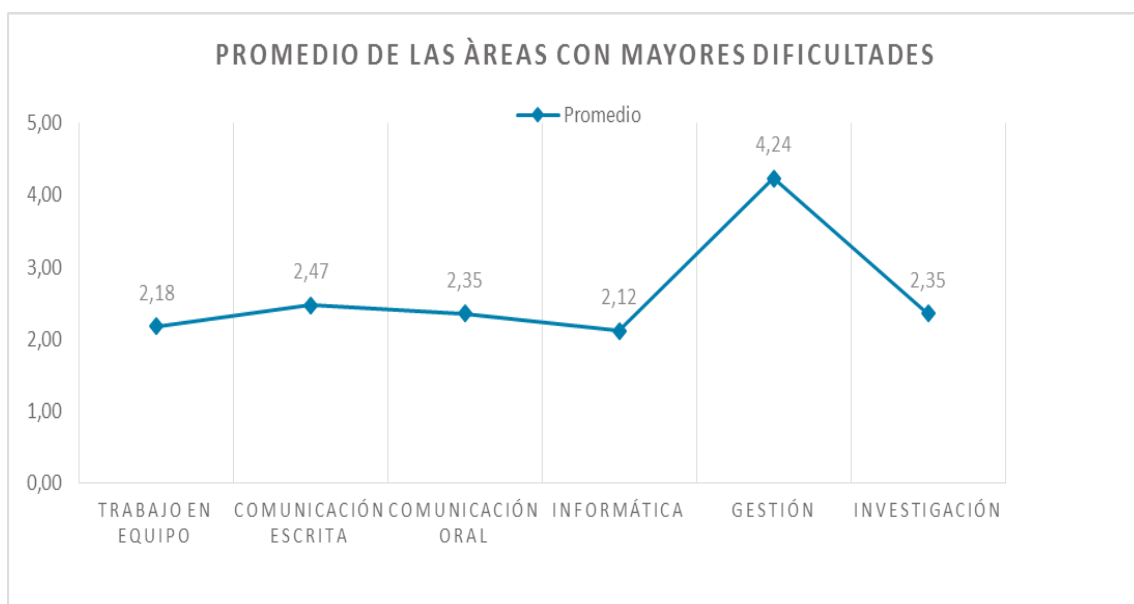
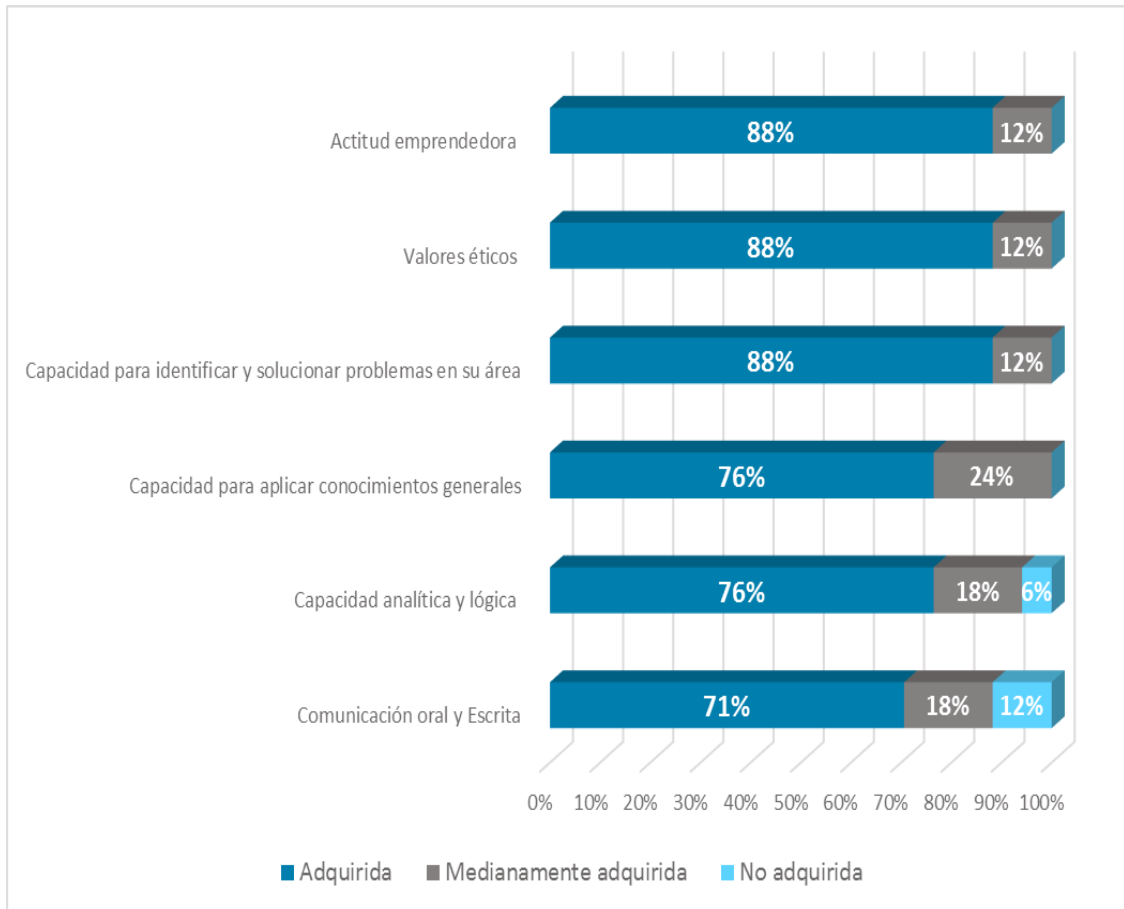


Gráfico No. 18. Promedio general de las áreas evaluadas



La definición de **competencia** hace referencia a las aptitudes que posee un individuo, es decir las capacidades, las habilidades y la destreza con las que cuenta el mismo para realizar una actividad determinada o para tratar un tema específico de la mejor manera posible. Existen diversos contextos cuando se habla de competencias, pero en el presente informe se hace referencia a las competencias transversales (generales) y profesionales que deben adquirir los graduados de cada una de las carreras donde los graduados dijeron haber adquirido en un 88%(15) valores éticos, actitud emprendedora la capacidad para identificar y solucionar problemas en su área.

Gráfico No. 19. Competencias generales



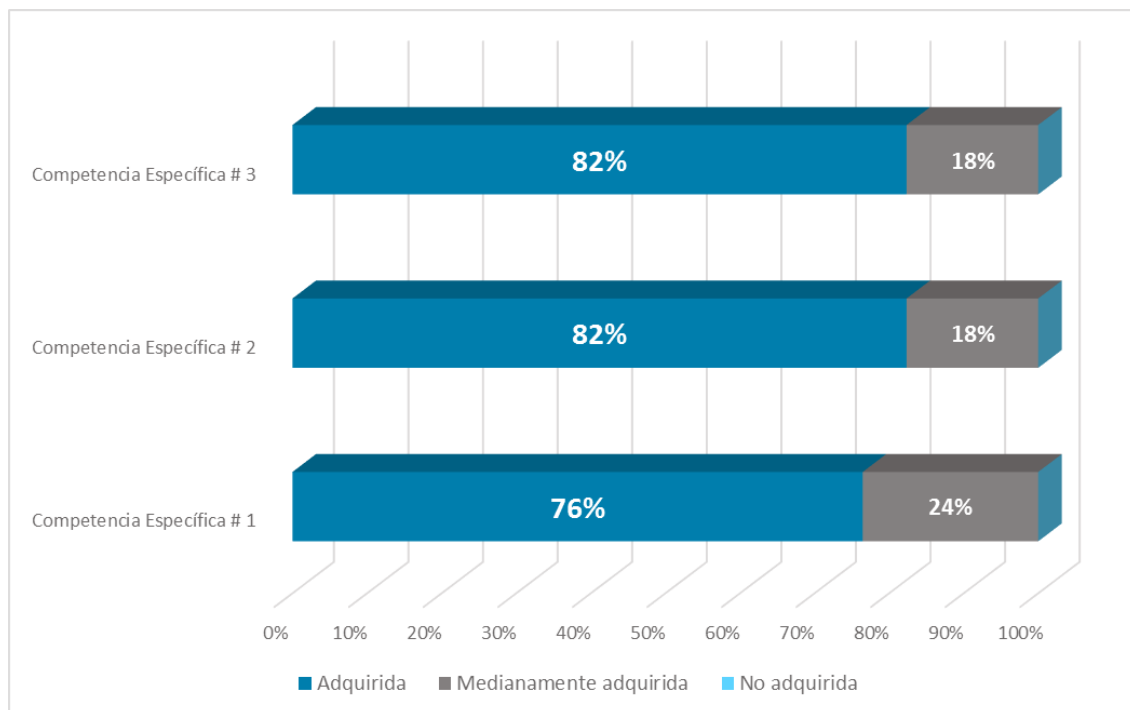
Las competencias profesionales, están acordes a los perfiles de egreso de cada carrera (Ver tabla No. 5), por lo que, para efectos de tabulación se ha agrupado las respuestas en Competencias específicas # 1, # 2 y # 3.

Tabla 5. Competencias profesionales de las carreras de Marketing y Comunicación

MARKETING Y COMUNICACIÓN				
Carrera	Comunicación empresarial	Marketing	Publicidad	Relaciones Públicas
Competencia Específica # 1	Establece diagnósticos, diseña estrategias correctas y ejecuta las acciones convenientes con una visión global, potenciando sus habilidades comunicativas.	Analiza las condiciones del mercado, mediante técnicas de investigación pertinentes y explora escenarios posibles del marketing.	Planea y realiza proyectos para medios interactivos por medio de la observación, análisis, interpretación y evaluación de la información publicitaria y propagandas.	Planifica, implementa y evalúa acciones para optimizar las relaciones de organizaciones públicas y privadas con sus diferentes públicos.
Competencia Específica # 2	Gestiona la imagen corporativa de la empresa o marca que representa en comunidades virtuales y redes sociales.	Diseña las estrategias de productos, precios, promoción y plaza.	Conocimiento y dominio global de las funciones publicitarias como la planificación, asesoramiento y estrategias de producción dirigidas a la completa satisfacción del servicio al cliente.	Organiza eventos especiales y acciones comunitarias que potencien positivamente la imagen de la organización que representa.
Competencia Específica # 3	Profesional capacitado y competente capaz de diseñar productos comunicativos, analizar y evaluar las necesidades de comunicación de una organización.	Maneja asertivo el marketing en la planificación de medios y campañas publicitarias.	Toma decisiones acerca del contenido, producción, difusión y efectos de la comunicación realizada	Desempeña con eficacia en situaciones de crisis concretas, vinculadas al campo global de la gestión institucional e imagen pública de las organizaciones.

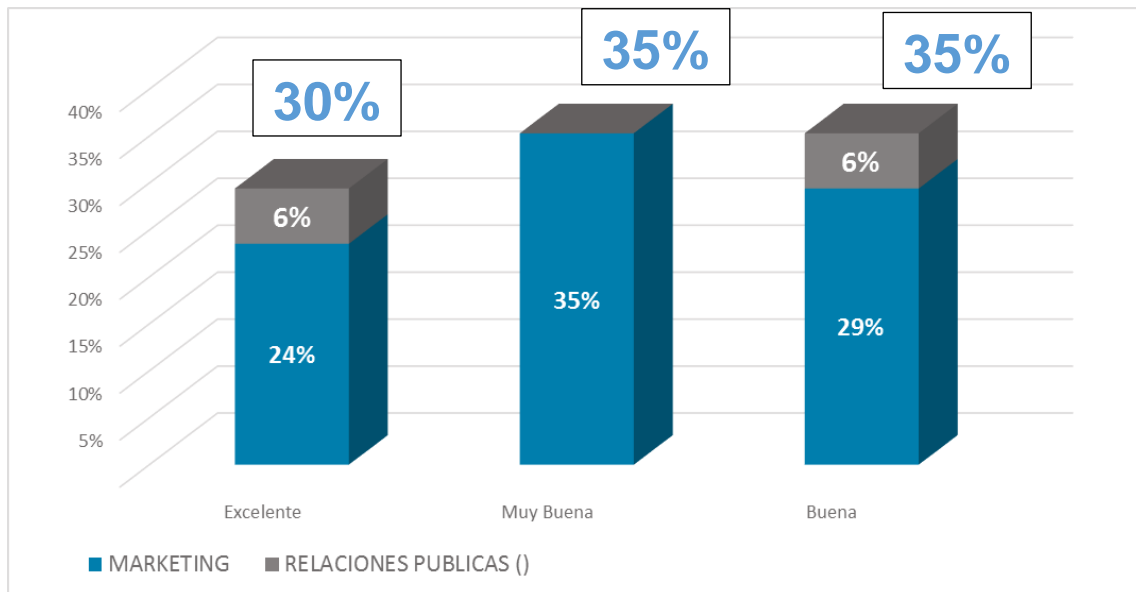
En los resultados se observa, que las competencias profesionales han sido **adquiridas** por los graduados en porcentaje mayor al 70%, lo que les ayudará a desempeñarse y encontrarse en concordancia con las exigencias en el ámbito laboral.

Gráfico No. 20. Competencias profesionales



Los graduados evaluaron la formación recibida en el transcurso de sus estudios como **Excelente 30%, Muy buena 35% y buena 35%**.

Gráfico No. 21. Calificación de la formación recibida



Los docentes son parte fundamental en el proceso de enseñanza – Aprendizaje de toda institución. Por lo cual, se evaluó algunos aspectos relacionados con los docentes, encontrando alto niveles de satisfacción en la forma de evaluación 53%, Se evidencia también en los porcentajes generales que sobrepasan los 4 puntos, lo cual nos da indicio de la calidad docente (ver gráfico No. 24).

Gráfico No. 22. Satisfacción relacionada con los docentes

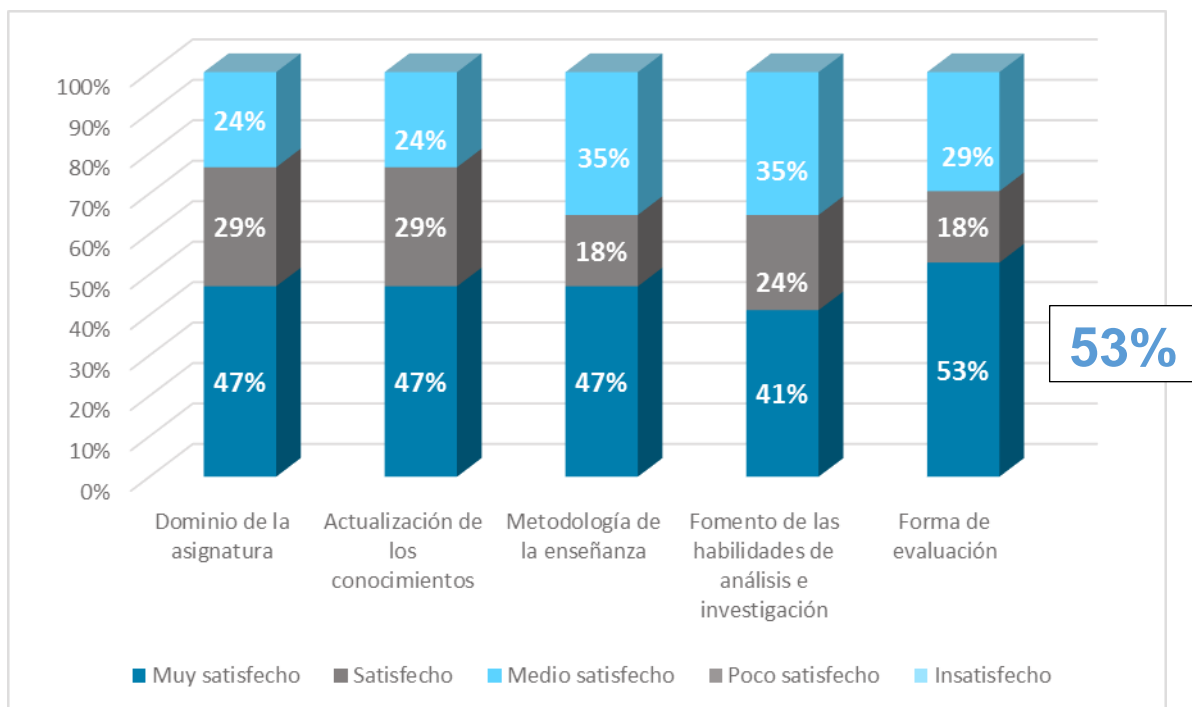


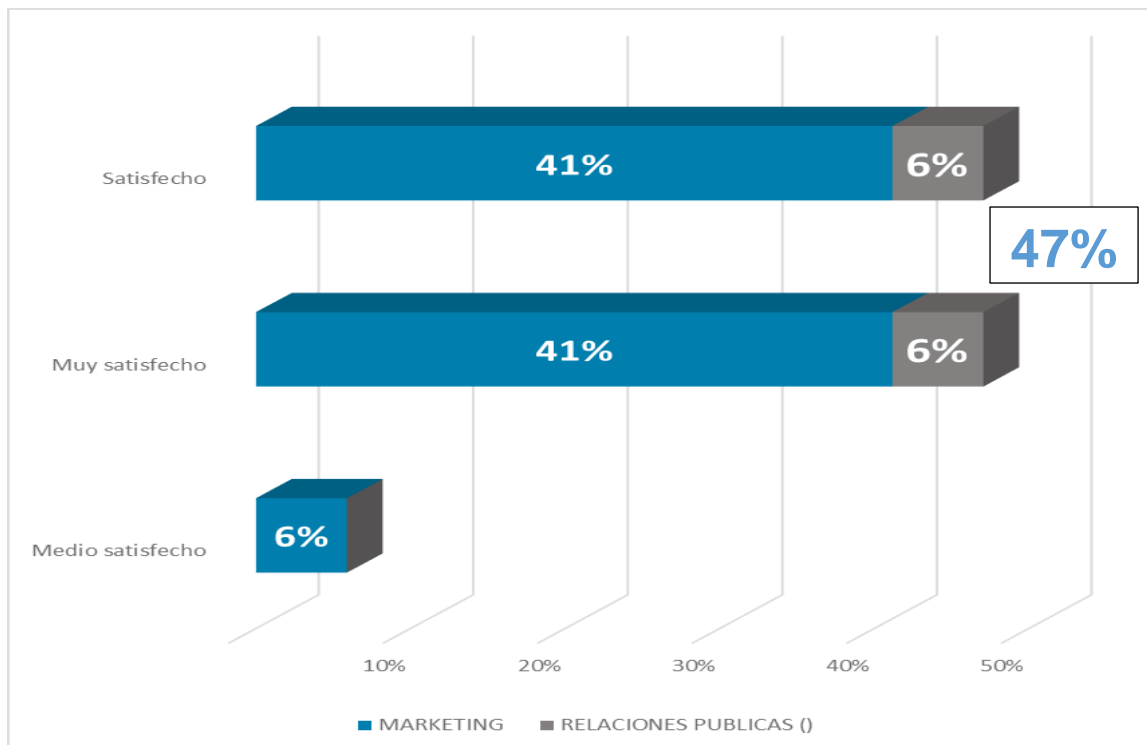
Gráfico No. 23. Promedio de la satisfacción de los graduados relacionado con los docentes



3.1.4. Niveles de satisfacción

En su desempeño como graduado expresan sentirse muy satisfechos 47% (8) y satisfechos un 47% (8) y un 6% medio satisfecho.

Gráfico No. 24. Satisfacción como graduado



Es importante conocer el nivel de satisfacción de los graduados hacia los servicios y recursos con los que cuenta la carrera. Se puede observar que los niveles de satisfacción son muy altos en los criterios de servicios 53%(9) seguido de **talento humano e Infraestructura** con 41% (7) cada uno. Sin embargo, el ambiente tecnológico aun presenta valoraciones diversas, y se evidencia en el promedio general obtenido 2,06 (ver gráfico No. 26).

Gráfico No. 25. Satisfacción de los graduados relacionada con los recursos de la carrera

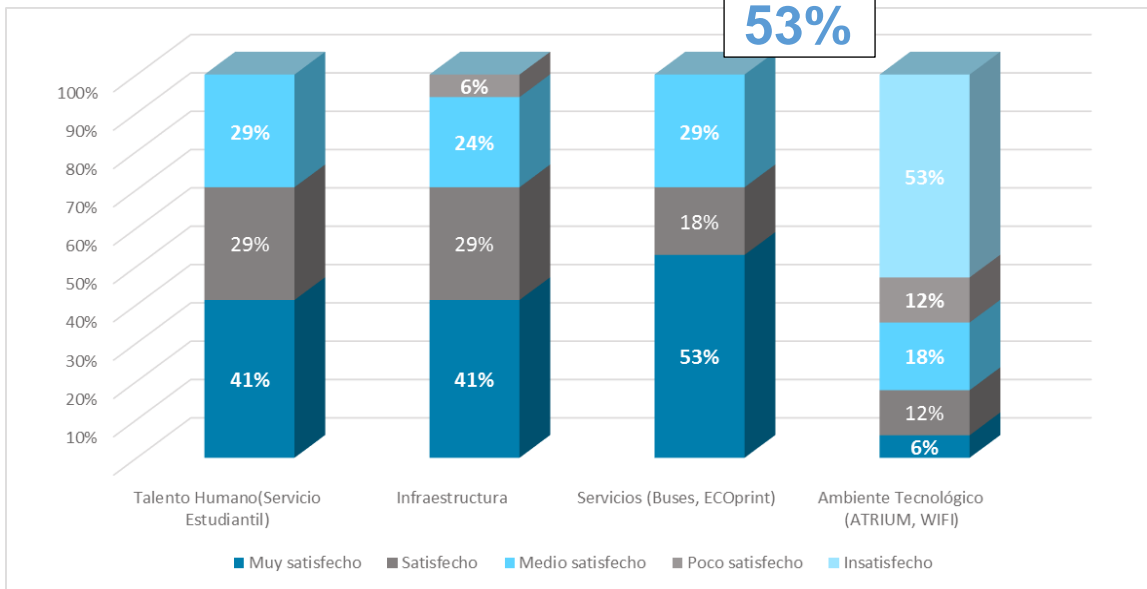
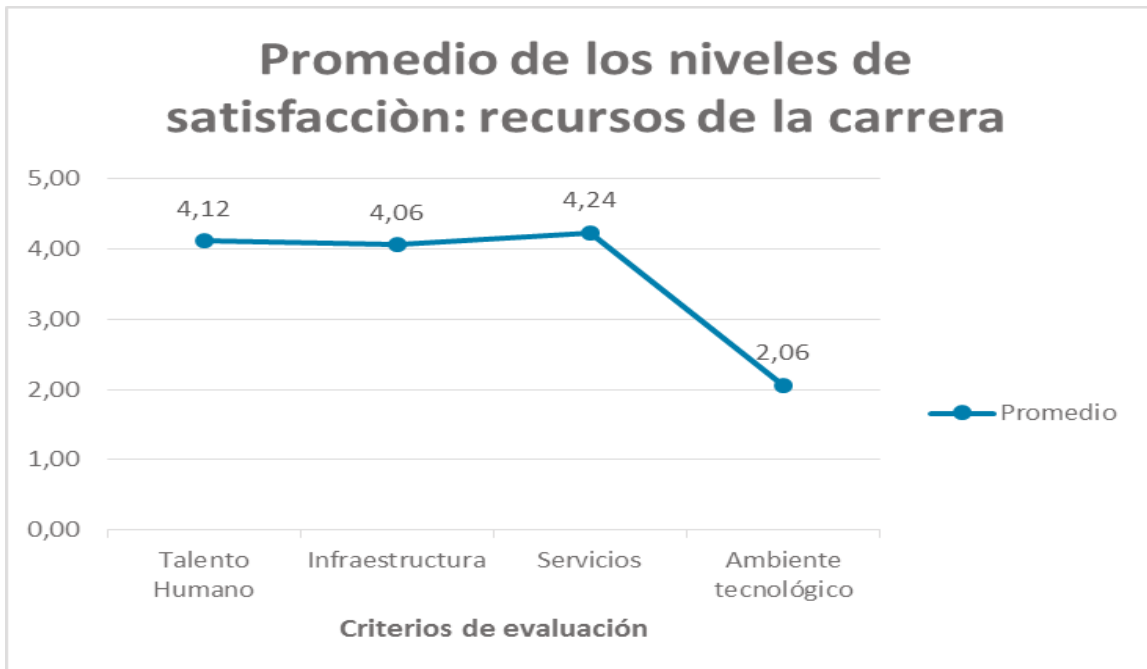


Gráfico No. 26. Promedio de la satisfacción de los graduados relacionada con los recursos de la carrera



3.1.5. Preferencias de estudios

De la cantidad de graduados, el 94 %(16) aún no ha iniciado estudios de maestrías. También expresaron las áreas en las que quisieran especializarse, entre la más destacada se encuentran: Comunicación Interna y Externa de las organizaciones y Marketing (Detalle de respuestas en la tabla No. 6)

Gráfico No. 27. Cantidad de graduados con estudios de postgrado

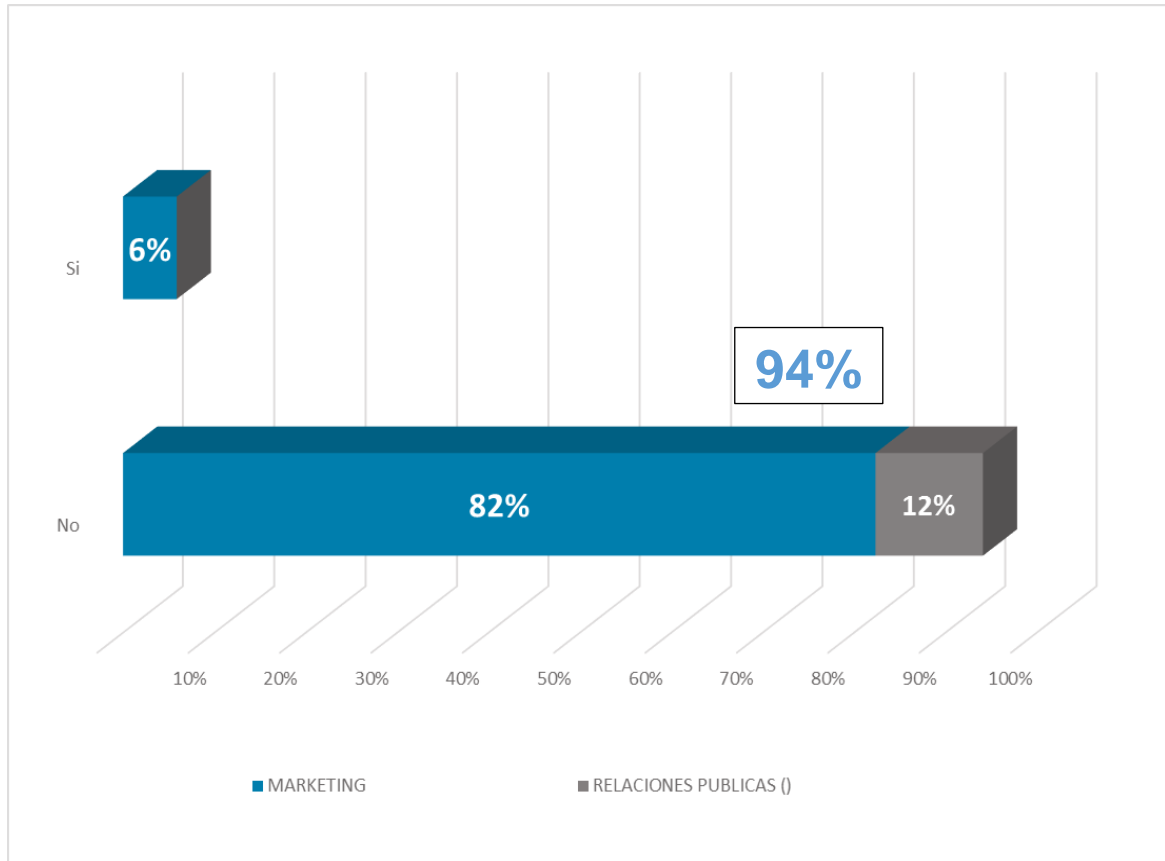


Tabla 6. Temas para maestrías

Temas para Maestrías

MBA

Marketing Digital

Neuromarketing

Marketing Publicidad Redes sociales

Marketing Deportivo

Marketing Estratégico Marketing financiero

Marketing me interesa mucho el ámbito digital

Finanzas, Mercadotecnia y Economía

Diseño de espacio comercial y retail

Tabla 7. Temas para cursos

Temas para Cursos
Marketing Digital
SEGUROS
PUBLICIDAD EN SOCIAL MEDIA PARA EMPRENDIMIENTOS O RESTAURANTES
Ámbito Digital
Publicidad
ESL para profesionales
manejo de contenido marketing digital
Neuromarketing
Visual merchandising Escaparatismo Neuromarketing
Neuromarketing, story telling, marketing digital, psicología del consumidor
Administración de empresas

4. CONCLUSIONES

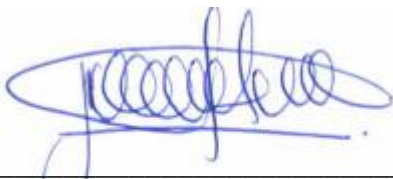
La facultad de Marketing y Comunicación graduó a 17 profesionales, los cuales fueron encuestados el 100 (17).

En cuanto a la situación profesional se puede observar que el 88% (15) de los graduados se encuentran laboralmente activos. El sector privado 60% y empresas familiares 20% es donde se encuentran concentrados los graduados de esta facultad. Los contenidos del plan de estudios es un factor esencial, ya que permite que los estudiantes en el transcurso de su carrera, adquieran las competencias profesionales necesarias para una adecuada inserción laboral. Y es por ello que los graduados se encuentran muy satisfechos con los componentes que lo conforman: enseñanza a través de talleres 47%(8) seguido de asignaturas transversales asignaturas del campo principal de la especialidad, métodos científicos, orientación hacia la investigación, proyectos de vinculación con la comunidad con 41% (7).

La valoración de las competencias generales necesarias en el ámbito profesional, los graduados manifiestan haberlas adquiridas, así como las competencias profesionales relacionados con su área de estudio.

Los niveles de satisfacción relacionados con los docentes, recursos con los que cuenta cada carrera y servicios generales de la institución, obtienen la mayor ponderación (muy bueno), que posee total concordancia con las actividades que realiza la institución en busca de incrementar la calidad académica.

Elaborado por:



Ing. Johanna Navarro, Mgrt
Coordinadora de la Unidad de Seguimiento a graduados