

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas



**"COMERCIALIZACIÓN Y PLANEACIÓN
ESTRATÉGICA DE LAS MAESTRIAS COMO VALOR
AGREGADO PARA EL PROFESIONAL
ECUATORIANO"**

**"Estudio realizado para la ESPOL departamento de
Postgrados del ICHE"**

Previa a la obtención del Título de:

**MAGISTER EN MARKETING Y COMERCIO
INTERNACIONAL**

Presentado por:

**HEIDI MALENA BRAVO RENDÓN
ROSA YOLANDA RAMON GONZÁLEZ**

GUAYAQUIL-ECUADOR

2008

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
JUSTIFICACION DEL TEMA	3

CAPITULOS:

1.- ANTECEDENTES E INICIO DE LA EDUCACIÓN DE POSTGRADOS

1.1 Postgrado, ciencia, tecnología y sociedad	4
La educación mas alta	
El postgrado en el mundo	
Los modelos dominantes de postgrado	
1.2 Los inicios y sus antecedentes	13
1.3 Políticas nacionales del Postgrado	15
1.4 Sistema Nacional de Postgrados	20

2.- LOS ESTUDIOS DE POSTGRADO EN LA ESPOL- ICHE

2.1 Fines y estructura organizativa nacional e institucional	28
2.2 Tipología de estudios, programas o cursos	30
2.3 Requisitos de ingreso y egreso	32

3.- ANÁLISIS SITUACIONAL

3.1 ANÁLISIS MACROENTORNO	
3.1.1 Condiciones Económicas Actuales	34
3.1.2 Regulaciones Gubernamentales	39
3.2 ANÁLISIS MICROENTORNO	
3.2.1 Clientes	40
3.2.2 Proveedores	40
3.2.3 Competencia	41
3.2.4 Análisis de la competencia	42

4.- INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1 Definición de Objetivos	51
4.2 Segmentación del Mercado	55
4.3 Diseño de la investigación (Encuesta)	57
4.4 Ejecución de la Investigación	59
4.5 Tabulación de Resultados	60
4.6 Análisis de Resultados	70

5.- PLAN ESTRATÉGICO Y DE COMERCIALIZACIÓN

5.1 Análisis FODA72

5.2 Matriz BCG75

5.3 Matriz Ansoff.- Oportunidades Producto- Mercado76

5.4 Planteamientos de Estrategias78

5.5 Marketing MIX79

 Consumidor Satisfecho

 Costo

 Conveniencia (Canales de Distribución)

 Comunicación (Promoción y Publicidad)

6.- ANÁLISIS FINANCIERO Y PRESUPUESTO DE MERCADEO

6.1 Presupuesto de Mercadeo86

6.2 Análisis Financiero87

6.2.1 Flujo de Caja Incremental

6.2.2 Análisis del Valor Actual Neto91

6.2.3 Tasa Interna de Retorno93

7.- SÍNTESIS Y CONCLUSIONES

8.- BIBLIOGRAFÍA

9.- ANEXOS

- a) Cuadros estadísticos
- b) Documentos

AGRADECIMIENTO

**Ing. Luís Miranda Director de /
Tesis, y a nuestros vocales, al
Econ. Giovanny Bastidas y al
Ing. Víctor Hugo González, por
su ayuda para la realización de
este trabajo.**

DEDICATORIA

A Dios ente de bondad y conocimiento

A nuestros queridos Padres, que gracias a su apoyo constante y su sacrificio, nos han ayudado a culminar con éxito una etapa más de nuestra vida académica profesional.

Heidi y Yolanda

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



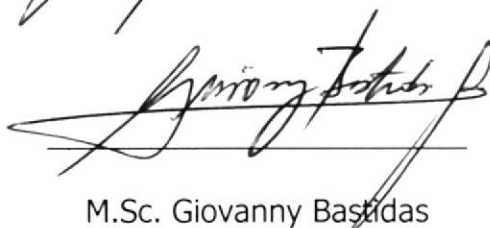
Ing. Oscar Mendoza

DECANO DEL ICHE



Ing. Luis Miranda

DIRECTOR DE TESIS



M.Sc. Giovanni Bastidas

Vocal Principal



M.Sc. Víctor Hugo González

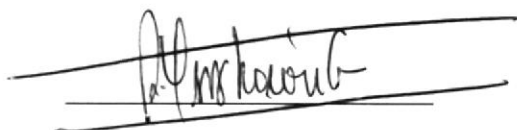
M.Sc. Víctor Hugo González

Vocal Principal

DECLARACION EXPRESA

"La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral."

(Reglamento de Graduación de la ESPOL)

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Y. Ramón G.', is written over two horizontal lines.

Lcda. Yolanda Ramón G.

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Heidi Bravo Rendón', is written over two horizontal lines.

Econ. Heidi Bravo Rendón

INTRODUCCIÓN

La educación de postgrado es el nivel educacional más nuevo y está dirigido a elevar el nivel académico, el mismo que va adquiriendo cada vez mayor importancia por sus vínculos con la creación intelectual (científica, técnica y humanística), hecho que lo convierte en instrumento estratégico para el desarrollo social y humano. Esto explica el interés creciente por su estudio y por encontrar las mejores vías para su utilización y desarrollo.

Debido a la competencia laboral de los últimos años, el profesional ecuatoriano, se ha visto con la necesidad de mejorar su nivel de educación, lo cual lo ha llevado a tomar clases de Post-grado, como son las Maestrías, ya sean estas on-line (Internet), presenciales, semi-presenciales, dentro del país o fuera de el.

El ser humano y la sociedad en general necesitan resolver problemas cada vez más complejos. Problemas para los cuales se requieren nuevos, o cada vez mayores, conocimientos, habilidades, técnicas y tecnologías. Una de las formas más eficaces de enfrentar esta situación es desarrollando procesos educativos (formales y no formales) cada vez más avanzados. La educación de postgrado es la modalidad formal (sistemática, supervisada, altamente exigente y otorgadora de títulos académicos) de esa educación más alta.

Este estudio tiene básicamente una finalidad descriptiva, informativa y estratégica para la comercialización de postgrados en la universidad ESPOL, específicamente para el departamento de Postgrados del ICHE. Y ante una realidad tan efervescente como la de nuestro país, y la de América Latina en

general, se ha considerado conveniente recoger, también, en forma sintética o referencial, algunas reflexiones obtenidas gracias a la ayuda de la comunidad académica de postgrados y su crítica de la educación en su nivel más alto. Porque la educación avanzada no puede seguir siendo solamente preocupación de académicos, ni negocio lucrativo para un pequeño sector, sino que debe ser producto de políticas nacionales de ciencia, tecnología y cultura, en general, en las cuales la pertinencia social sea el criterio fundamental para su evaluación y asignación de recursos.

PLANTEAMIENTO DEL CONTENIDO

En la actualidad el problema principal de los profesionales ecuatorianos y las empresas que los requieren es la falta de ejecutivos de alto nivel con pensamientos críticos, mas proactivos y con mayor conocimiento de otras ciencias adicional a la de su profesión y respectiva especialización, es decir con mayor visión, además de ser entendidos en otros campos empresariales.

Por este y otros inconvenientes que se presentan el en día a día del ambiente laboral-empresarial, este estudio ayudara a tener una visión mas clara de cuan aceptado y necesario es continuar una educación de cuarto nivel y adquirir nuevos conocimientos, que vuelvan a los profesionales ecuatorianos mas aptos para competir con personal extranjero, los mismos que injustamente muchas veces tienen mayores oportunidades laborales en el país.

JUSTIFICACION DEL TEMA

Con esta investigación se despejará varias interrogantes que tienen los profesionales ecuatorianos, adicional se espera que sirva de guía para los mismos que se encuentran dudosos si tomar o no este tipo de educación.

Las preguntas mas frecuentes que todos los profesionales o estudiantes universitarios se hacen son: Qué institución educativa puede ser la idónea para seguir clases de post-grado? ¿es justificante tanta inversión?, ¿Debería tomar las clases aquí o fuera del país?

Un dato adicional para comprender la importancia general del postgrado es el hecho de que más de un tercio de la investigación publicable hoy en el mundo que anualmente es de unos 600.000 trabajos-- es producida por estudiantes y profesores de postgrado.

Se considera que este estudio será un gran aporte para las instituciones universitarias, específicamente dirigido y estudiado el caso de los postgrados en la ESPOL –ICHE; de igual forma servirá para todo aquel que desee tener un panorama acerca de realidad profesional-laboral del país y específicamente de la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO Nº 1

1.- ANTECEDENTES E INICIO DE LA EDUCACIÓN DE POSTGRADOS

1.1 POSTGRADO, CIENCIA, TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD

La educación más alta

Que entendemos por la educación de Postgrado? Hoy se entiende por postgrado como el proceso sistemático de aprendizaje y creación intelectual que es realizado en una institución especializada por quienes ya poseen una licenciatura o título profesional universitario o grado equivalente.

Mediante esta clase de estudios lo que se quiere lograr es:

- Creación Intelectual (Científica, tecnológica, Humanística)
- Formación de Expertos (Con formación científica y teórica)
- Acción Social o de servicio a la comunidad o país

Aunque tiene sus antecedentes en la antigüedad, se puede afirmar que ella nace y se formaliza en Alemania cuando en 1808 el filólogo y estadista Alejandro de Humboldt (1767-1835) funda la Universidad de Berlín y en ella se establece el Doctorado en Filosofía (el famoso y ya anacrónico Ph.D.) como el título académico más alto que otorga la universidad. Allí se norma que el título doctoral dejará de ser honorífico (como era lo habitual en la universidades medievales), para convertirse en un título ganado con base en trabajo intelectual

de uno o varios años. Desde esta fecha se extiende la idea de que el doctorado, como competencia de las universidades, sólo podrá obtenerse mediante la aprobación de un conjunto de seminarios o cursos y el examen público de una disertación o tesis producto de una investigación científica individual llevada a cabo bajo supervisión de un profesor o tutor de reconocido prestigio (Rashdall, 1936).

Desde luego, este sector educativo el más nuevo y relevante en una sociedad avanzada tiene sus antecedentes en los títulos equivalentes de Maestro, Doctor o Profesor que otorgaban algunas universidades medievales a los graduados universitarios como reconocimiento a su capacidad docente o profesional o aprobaban un examen público de una tesis, la cual generalmente no era más que un ejercicio retórico de discusión, ante un jurado, de un tema filosófico o religioso poco trascendente (Hastings, 1923).

Esta actividad en su expresión formal nace, pues, en Europa, y lo hace como consecuencia de la Revolución Industrial, del naciente desarrollo científico y técnico producido por esa revolución, y de la emergencia de la burguesía como clase política en el poder, a lo cual se agrega que puede considerarse también como una reacción contra el dominio clerical existente en las universidades.

Esto último explica las dificultades que confrontó la Universidad berlinesa para calificar su nuevo Doctorado como de Ciencias (como era la aspiración de su creador) y tuvo que conformarse con denominarlo de Filosofía, lo cual ya constituía un cambio conceptual bastante radical.

El Doctorado en Filosofía se adoptó, pues, para contraponerlo al de Teología y es sólo en el siglo XX cuando en un buen número de países se da otro salto conceptual y a dicho grado se le llama abiertamente Doctorado en Ciencias. Una evolución (religión-filosofía-ciencia) que refleja claramente los cambios de lo que García Bacca (1981) ha llamado la "atmósfera cultural" de los tiempos.

Durante los siglos XIX y comienzos del XX, el doctorado alemán, centrado en la actividad investigativa individual y en la libertad académica (de enseñar y de aprender), define la universidad científica, o moderna, y convierte a Alemania en el centro intelectual de los países adelantados de la época. Por eso los modelos germanos de universidad y de doctorado, reflejo de los intereses del naciente capitalismo industrial, aunque contrapuesto al modelo francés: esencialmente docente, profesionalista y autoritario, muy pronto es copiado o adaptado en Rusia dominada por zares que admiraban la ilustración francesa y la filosofía alemana y luego por Estados Unidos e Inglaterra. Francia, por su parte, inicia los estudios de postgrado con la creación, a mediados del siglo XIX, de las Altas Escuelas, las cuales adoptaron como su función esencial la formación no ya de los profesionales clásicos (médicos, sacerdotes y abogados) o los docentes para la educación superior, responsabilidad asignada a las universidades, sino los administradores y altos funcionarios de las empresas públicas y privadas.

En el proceso descrito se conforman, basados en la matriz germana, los que hemos denominado los modelos dominantes de postgrado, esto es, los que han predominado en Estados Unidos, la Unión Soviética, Alemania, Inglaterra y Francia (Morles, 1981), los cuales se fueron imponiendo a escala mundial.

El postgrado en el mundo

Durante el siglo XX la educación de postgrado se extendió a todos los continentes; y hoy, en los umbrales de la revolución científico-tecnológica cuando en lugar de medicina, derecho o ingeniería se habla de informática, robótica o biotecnología y en los comienzos del tercer milenio, ella se va convirtiendo, cada vez más, en instrumento necesario e imprescindible para el desarrollo humano, individual y de las colectividades. Y ello es así porque el postgrado es la institución social que mejor integra, o debe o puede integrar, la educación de alto nivel con la creación intelectual (científica, técnica y humanística) y con el sistema económico de un país. Idea que, lamentablemente, pocos gobernantes y autoridades educacionales de los países en desarrollo han comprendido.

Por otra parte, conviene precisar que educación del más alto rango, integral y de punta, el proceso que hemos denominado "educación avanzada" (Morles, 1985) ha habido siempre y en todas las sociedades, incluyendo las primitivas, pero, desde luego, solamente para beneficio de un sector muy restringido de la sociedad. En efecto, nadie puede negar, por ejemplo, la profundidad de la educación, formal o no formal, vivida por los grandes aventureros y cazadores de todas las épocas o por los filósofos, arquitectos y artistas de la antigüedad.

Pero la educación de postgrado formal (institucional, sistemática y otorgadora de títulos académicos), la que aquí nos interesa describir es la que toma como ideas básicas las que en Alemania originaron la universidad científica; modelo cuya expansión ha tenido su mayor auge desde la segunda mitad del siglo XX y

acerca de la cual se tiene una idea sobre su volumen e importancia actual conociendo que para comienzos del siglo XXI, en todo el mundo, más de seis (6) millones de profesionales participan en programas de estudio de más de un año de duración en instituciones educacionales y científicas de diversa naturaleza. De esa cantidad, un 33% corresponde a Estados Unidos, país que tiene menos del 5% de la población mundial, mientras que América Latina, con una población mayor, cuenta apenas con un 5% de los estudiantes de postgrado.

El 80% de la actividad post-gradual total se realiza en los diez países más industrializados del planeta y un 20% apenas en los 190 restantes. Lo anterior significa que en la actualidad y cada año más de un millón de profesionales obtiene en el mundo un segundo y más alto título de educación superior, de los cuales medio millón egresa de instituciones norteamericanas, donde; dato interesante: 14% de los títulos que se otorgan son recibidos por profesionales extranjeros (15% de los cuales se quedan en ese país); lo cual constituye un nuevo indicador de la alta dependencia y de la brecha tecnológica creciente entre la nación del Norte y el resto del mundo.

Un dato adicional para comprender la importancia general del postgrado es el hecho de que más de un tercio de la investigación publicable hoy en el mundo (que anualmente es de unos 600.000 trabajos) es producida por estudiantes y profesores de postgrado. Lamentablemente, una alta proporción de ella es obra intelectual poco relevante, por causa, como hemos mantenido en otro lugar (Morles, 1988), de una concepción estrecha del postgrado y de su pedagogía, así como por la carencia de políticas estatales sobre la materia. El postgrado ha ido creciendo en todo el mundo de manera espontánea y sólo en décadas

recientes es cuando en Europa y Norteamérica (Blume, 1987) los Estados tratan de definir políticas sobre el asunto.

Como hemos dicho, la expansión de este nivel educativo ha estado vinculada estrechamente con las exigencias científicas y técnicas de los procesos modernos de industrialización y su evolución de dos siglos ha sido no solamente cuantitativa sino también cualitativa. En efecto, el postgrado ha vivido procesos de cambio relacionados con tres aspectos: a) **diversificación disciplinaria** (al dejar de ser privilegio solamente de áreas tradicionales como teología, medicina y derecho); b) **estratificación interna** (al incluir diversos niveles de estudio: especialización, maestría, doctorado y postdoctorado); y, c) **diversificación pedagógica** (al utilizar variadas estrategias, o sea, estudios escolarizados, sistemas a distancia, programas individualizados, etc.), aun cuando predomina la idea de que la didáctica esencial de este nivel educativo es el entrenamiento mediante **seminarios** y la práctica de la **investigación científica** individual en un ambiente de libertad académica.

A lo anterior se agrega que en los países del Sur o Tercer Mundo hay poca conciencia sobre el hecho de que sin educación de postgrado no es posible resolver problemas relevantes concretos, como son la competitividad industrial, el desarrollo científico-tecnológico, la cobertura y calidad de la educación o la reforma de la educación superior. Sin educación de postgrado desarrollada no es posible vida digna en un mundo cada vez más pequeño y globalizado.

Los modelos dominantes de post-grado

Posiblemente el hallazgo más importante logrado hasta ahora en la investigación sobre la actividad de postgrado es la identificación de los que hemos llamado los cinco modelos dominantes de postgrado y la constatación de que las demás experiencias son simples copias, variaciones o mezclas de tales patrones (Morles, 1991). Esto permite vincular esta actividad con los problemas de colonialismo y dependencia económico-política que dominan la historia contemporánea y, desde el punto de vista metodológico, simplifica el estudio y comparación de sistemas particulares de este sector educativo.

Los rasgos más distintivos de los sistemas dominantes son:

- a) **Del Sistema Alemán:** la existencia de dos grados avanzados prelativos (Doctorado y Habilitación); carencia de reglamentación nacional; poca escolarización, y alta vinculación del postgrado con la investigación científica y con el pre-grado.
- b) **Del Sistema Norteamericano** (hoy en expansión): dos grados no prelativos posteriores al Bachelor (primer nivel de la educación superior estadounidense): la Maestría y el Doctorado; inexistencia de reglamentación nacional, pero control de calidad mediante sistemas de acreditación (institucional y de programas) organizados por asociaciones o colegios profesionales; planes de estudio bastante escolarizados ejecutados por escuelas para graduados y énfasis en la formación especializada.
- c) **Del Sistema Francés:** reglamentación nacional bastante detallada; tres niveles prelativos (diploma de estudios profundos, doctorado y habilitación); postgrado muy vinculado a centros de investigación, y exigencia de que las tesis

sean demostración no solamente de conocimiento especializado sino también de cultura científica general.

d) **Del Sistema Británico**: gran autonomía institucional en los aspectos académicos; gran variedad de estructuras académicas con predominio de tres niveles no prelativos (cursos avanzados, maestría y doctorado); formación altamente especializada con base en trabajo escolarizado; y gran autoridad del tutor en la definición del plan de estudio de los candidatos.

e) **Del Sistema Ruso o Soviético** (en decadencia a causa del desplome del socialismo europeo): sistema centralizado dirigido solamente a la formación de investigadores; dos niveles prelativos (Candidatura, equivalente al PhD, y Doctorado en ciencias, o superior); combinación del aprendizaje especializado con formación filosófica y política, y exigencia de que las tesis doctorales demuestren dominio teórico y resuelvan problemas prácticos.

La expansión del postgrado está vinculada con las exigencias científicas y técnicas de los procesos modernos de industrialización y su evolución en el presente siglo ha sido no solamente cuantitativa sino que también ha significado: a) su diversificación disciplinaria (al dejar de ser privilegio de áreas tradicionales como teología, medicina y derecho); b) su estratificación por niveles, al incluir diversos grados de estudio (especialización, maestría, doctorado y post-doctorado); y, c) la diversificación de sus estrategias pedagógicas (estudios escolarizados, sistemas a distancia, programas individualizados, etc.), manteniendo la idea de que la didáctica esencial de este nivel educativo es el entrenamiento mediante seminarios y la práctica de la investigación científica individual en un ambiente de libertad académica.

La educación de postgrado nace y tiene a la universidad como su ambiente} natural, pero progresivamente está rebasando a esta institución al ser tomada también como instrumento clave por grandes empresas, colegios profesionales y otras instituciones.

Por otra parte, la existencia de este nivel educativo ha implicado conjunto de dificultades y contradicciones que conviene mencionar brevemente: **a)** Inexistencia a nivel internacional de consenso sobre una definición y objetivos de la educación de postgrado; **b)** Existencia de una gran heterogeneidad terminológica sobre este hecho; **c)** Discordancia general entre los objetivos más comúnmente expresados (formación de especialistas e investigadores) y los productos que se obtienen (docentes, gerentes y obras que no se publican); y, **d)** Generación de un conjunto de "efectos perversos" difíciles de combatir, como son: la proletarización de los intelectuales, la devaluación de los títulos académicos, la mercantilización de los altos estudios, el uso apócrifo de los grados académicos, la conversión de los títulos académicos en títulos nobiliarios, y el hecho de que para muchos países pobres ella no es más que un mecanismo para la "fuga" de sus mejores cerebros hacia los países dominantes, donde el comercio de esclavos, que antes se hacía para explotar la fuerza física, hoy se hace para explotar la capacidad intelectual.

Por último, conviene destacar que a nivel internacional tres son las tendencias principales en relación con los estudios de postgrado: **(a)** un acelerado crecimiento, como consecuencia de las exigencias de sociedades cada vez más complejas, con economías cada vez más dependientes de la tecnología, la información y el trabajo intelectual; **(b)** el hecho de que la actividad de

postgrado está siendo objetivo y acción de instituciones distintas a las universidades; y, **(c)** el hecho de que esta actividad es cada vez más preocupación estatal.

En relación con todo esto, ¿cuál es la situación en el Ecuador? Especialmente en Guayaquil que será la ciudad de estudio? Describir tal relación es el objeto de las siguientes páginas.

1.2 LOS INICIOS Y SUS ANTECEDENTES

En el contexto mundial la gestión en las Universidades está cambiando, particularmente en las Instituciones públicas. Los referentes de sus acciones tanto el conocimiento científico disciplinar, social, institucional y laboral no son estáticos, por el contrario son sumamente dinámicos. El marco en el cual sus administradores toman sus decisiones está transformándose, en tanto varíen el control que ejercen sobre ellas los gobiernos y el mercado.

Los nuevos roles que se le asignan a la Universidad en la actualidad, son los degenerar y difundir el conocimiento, formadora del potencial humano y promotora del desarrollo humano sostenible. (UNESCO, 1998). Los desafíos provenientes de la economía internacional y del rápido crecimiento y cambio en los ámbitos de la ciencia y la tecnología, orientados a la competitividad sólo pueden encontrar una respuesta adecuada mediante la contribución de la Educación Superior, Tunnermann (1996).

Una de las estrategias para mejorar la calidad de las actividades universitarias es fortalecer e impulsar la consolidación de los sistemas de postgrado: Estos aparecen tardíamente con relación al mundo desarrollado en la Universidad latinoamericana, sin embargo a la fecha existe una explosión cuantitativa no aparejada siempre de los mecanismos necesarios de aseguramiento de su calidad, ni de los estímulos suficientes para garantizarla. (MINISTERIO DE EDUCACION Y CULTURA DE ARGENTINA (1998).

En el Ecuador ocurre una situación similar por lo que es necesario establecer Políticas y estrategias orientadas a salvaguardar y mejorar la calidad de estos procesos, caso contrario los postgrados terminarán cumpliendo funciones que no le son propias ni útiles a nuestra sociedad.

El propósito del presente documento es aportar los temas de la Calidad del postgrado en el Ecuador, y sobre ¿cómo establecer mecanismos de gestión, aseguramiento y mejoramiento de esa calidad?, que creemos son los temas importantes de tomar en cuenta.

1.3 POLITICAS NACIONALES DEL POST-GRADO

La maestría y la especialización están diseñadas básicamente para la profesionalización del participante, es decir, para volverlo más experto en términos profesionales, mientras que el doctorado es visto como el proceso de formación postgraduada que proporciona un conocimiento profundo y amplio en el campo del saber, madurez científica, capacidad de innovación, creatividad para solucionar problemas científicos de manera independiente y capacidad para hacer aportes originales al conocimiento.

El concepto propuesto por el CONUEP, (1999), en el Artículo 2 de su Reglamento de Postgrado; es el siguiente: Se entiende por estudios de postgrado los programas académicos de cuarto nivel que realizan las universidades y escuelas politécnicas con estudiantes que disponen del título universitario de fin de carrera en tercer nivel.

Tienen por objeto el desarrollo de la ciencia y la tecnología las artes y las humanidades.

En el Artículo 7 del mismo Reglamento, se cita lo siguiente: Los objetivos específicos del postgrado, son los siguientes:

- a)** la creación, desarrollo y aplicación del conocimiento científico, tecnológico y técnico, orientado a la satisfacción de las necesidades básicas de la sociedad ecuatoriana.
- b)** El fomento de la investigación científica y tecnológica en las universidades y escuelas politécnicas.

c) La preparación de recursos humanos de la más alta calificación científica, académica y profesional, básicamente a través de la investigación. Comparando ambos conceptos resalta que el componente esencial del nivel de postgrado es la investigación, más aún a nivel universal es reconocido el rol preponderante de este nivel de estudios en la generación de una base de ciencia y tecnología que soporte los planes de desarrollo de las diferentes naciones del orbe.

Resulta una verdad insoslayable que vía estudios de postgrado y vía investigación, la Universidad es la Institución llamada a provocar que la ciencia y la técnica trabajen privilegiando el desarrollo social por encima del lucro económico.

El desarrollo tecnológico, la innovación y las aplicaciones técnicas son variables fundamentales para la armonización de las políticas sociales, económicas y ambientales, lo cual realza en sumo grado la importancia de la investigación.

Sin embargo cuando uno revisa las Políticas Nacionales de Ciencia y Tecnología, difundidas en el año 2005, como paso previo a la implementación del Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación según reza la presentación del documento mencionado (2005), no se observa claramente cual es el rol asignado al postgrado ni el nivel de participación de las entidades de educación superior.

En términos generales la investigación e innovación científica y tecnológica en el Ecuador, posee una débil institucionalización, los organismos encargados como la SENACYT que depende de la vicepresidencia de la república y el desaparecido FUNDACYT que era una ONG, basaron sus actividades casi siempre en la gestión

y administración de fondos nacionales e internacionales para financiar actividades de investigación y de capacitación de recursos humanos.

No existen resultados visibles que avalen la existencia de una adecuada articulación entre estas instituciones, y las universidades, a pesar de que el CONESUP formaba parte de un Concejo Consultor de la FUNDACYT y de su Junta Directiva, así como la SENACYT integra al CONESUP y al CONEA.

El otro elemento descriptor de la poca articulación del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología, es la existencia en los últimos diez años, de por lo menos tres fondos concursables para investigación, con tres formas diferentes de presentación, de administración y con objetivos y prioridades distintas, el PROMSA con fondos BID y BM, específico para el área agrícola, que sin embargo fue el único que auspició el desarrollo de postgrados (cabría verificar su sostenibilidad), fondos FUNDACYT crédito BID, con un componente de capacitación, y recursos propios del CONESUP.

Adicionalmente surgieron los fondos CEREPS, que originaron la política de Ciencia y Tecnología lanzada en el año 2005, que finalmente propició la desaparición de la FUNDACYT, pero que solo se circunscribe al uso de los fondos.

Para la discusión, reparto y asignación de fondos CEREPS, participaron el CONESUP, INIAP, SENACYT y la CEEA, pero tampoco se articuló una política que relacione la investigación y el postgrado en el Ecuador, o que intente establecer

un plan de Ciencia y Tecnología a largo plazo sobre la base de un modelo de desarrollo social del país, al cual sustente la formación postgraduada del país.

En conclusión queda muy claro, que no se ha realizado el ejercicio de integrar a los actores sociales involucrados en la discusión participativa de mecanismos y estrategias de desarrollo científico y tecnológico, cuya aplicación coadyuve a superar la crisis social generalizada que atraviesa nuestro país, lo que puede originar dos situaciones, la primera que sigamos creyendo que es más conveniente importar ciencia y tecnología y no desarrollarla en el país, y la segunda que no le demos la importancia debida a la formación postgraduada como eje central de la generación de una base científica y tecnológica del país.

Lamentablemente en el Ecuador y en muchos otros países del mundo, los impactos de la globalización lejos de generar mejoras, lo que han propiciado es la acumulación de capital y la exclusión social, deterioro de los recursos naturales, altos niveles de pobreza, analfabetismo, desempleo, corrupción política, abstencionismo político, intervención de organismos e instituciones económicas y financieras internacionales en la vida económica de los países, etc. Una de las formas de combatir estos efectos negativos, es estableciendo acciones que promuevan el desarrollo Humano Sostenible, considerando la interacción de los aspectos económicos, sociales, ambientales y tecnológicos, uno de cuyos aspectos fundamentales ser á preservar la Institucionalidad de la Sociedad, es decir promoviendo y adaptando las Instituciones para que estas sean sostenibles.

En la llamada sociedad del conocimiento, la técnica es una variable fundamental para la armonización de las políticas sociales, económicas y ambientales. Cabe

preguntarse si es posible poner coto a la marcada tendencia actual, de que el progreso técnico se refleje en un crecimiento económico sin empleo y sin desarrollo social.

Una de las Instituciones claves es La Universidad, misma que además de tener responsabilidades culturales, docentes e investigadoras, también tiene una indeclinable responsabilidad social y por lo tanto resulta imprescindible y urgente garantizar su sostenibilidad.

Es importante iniciar estas acciones involucrando a la educación superior para que lidere un debate nacional a la búsqueda de nuevos paradigmas de desarrollo, a partir de los siguientes elementos: la superación del economicismo, la necesidad de una axiología universal, las relaciones entre los aspectos económico, ecológico y social, la reglamentación democrática de las economías, la redefinición de la función del Estado, las nuevas formas de asociación entre los actores sociales, la ciencia y la técnica al servicio del desarrollo social.

Es indispensable precisar un proyecto nacional movilizador, fundado en una axiología explícita que tenga en cuenta el pasado pero se oriente hacia el futuro. Ese proyecto tiene accesoriamente la función sumamente importante de criterio de evaluación de las políticas propuestas y las trayectorias seguidas. En este proyecto es vital la participación de las Instituciones de Educación Superior, no se trata de reproducir una vez más los errores de la planificación que ponen en práctica las economías dirigidas, sino por el contrario, de iniciar una planificación flexible, basada en el diálogo contextual y contractual, aprendiendo de los fracasos pasados.

1.4 SISTEMA NACIONAL DE POSTGRADOS EN EL ECUADOR

Con respecto a la Educación Superior del Ecuador, Bucaram, J.(2001), manifiesta que lamentablemente no se puede hablar de la existencia de un sistema de Educación Superior, históricamente lo que ha existido es un conjunto de Instituciones de Educación Superior, públicas y privadas, en las que sus instancias de dirección y gobierno no siempre se han guiado con criterios de responsabilidad social , ética profesional, responsabilidad institucional y científica, para justificar su rol como puente de enlace entre el estado y los sectores productivos y sociales , y así armonizar las aplicaciones de la ciencia y la tecnología en la búsqueda de dar respuesta a la demanda de soluciones a las diversas problemáticas que aquejan a nuestra sociedad.

En lo académico, el problema de la masificación, no fue afrontada con seriedad, generando con ello la formación de profesionales con bajos niveles de conocimiento, y carentes de entrenamiento y práctica lo cual limita su capacidad en el ejercicio profesional.

En cuanto a la gestión y administración de las instituciones, el norte ha sido la falta de planificación a corto, mediano y largo plazo, el denominador común ha sido la improvisación, y la solución de problemas del día a día generando con ello una situación burocrática insostenible.

Durante mucho tiempo no existió en la Universidad ecuatoriana un liderazgo visionario, que permitiera por ejemplo: incursionar en el área de postgrado durante los años setenta, época en la cual el país sacrificó sus abundantes recursos importando tecnología, y capacitando recursos humanos en el exterior

en áreas no prioritarias, ni concebidas en una política nacional de Ciencia y Tecnología que fuera la base de un proyecto de desarrollo nacional.

La pregunta que surge de esta reflexión: es, ¿Porqué en esa época en la cual se contó con suficiencia de recursos financieros y económicos, no se desarrolló y/o fortaleció un programa de estudios masivos de postgrado al interior del país, como existe ahora?, lo cual pudo ser más conveniente para el país, primero porque hubiera sido más fácil, dado que eran pocas universidades, segundo por que se contaba con los recursos económicos, y, tercero porque los rendimientos hubieran sido de mejor calidad , por cuanto hubieran sido estudios contextualizados a nuestra realidad y los participantes no hubieran sufrido presiones de orden familiar y psicosociales propias de estar en otro país, evidentemente la respuesta es una sola faltó visión por parte de quienes hacían dirigencia en aquella época.

La situación se agrava porque no ha existido el control y supervisión adecuadas a los estamentos docentes y administrativos, situación que en muchos de los casos llega al extremo de que el propio empleado desconozca cuales son sus responsabilidades. En muchas instituciones, la carencia de un liderazgo responsable, con mística y capacidad de trabajo, han generado el fortalecimiento de los intereses personales y de grupo, originando con ello variadas formas de corrupción, como el clientelismo político para mantener espacios de poder, convirtiendo a las Facultades y dependencias administrativas en territorios semi-feudales, desvirtuando el concepto de autonomía universitaria y cogobierno.

No existe un inventario del patrimonio nacional universitario, lo cual impide de inicio conocer en qué han sido utilizados los recursos asignados por el estado a través de su presupuesto, no solo a las entidades públicas, sino a aquellas privadas que son cofinanciadas por el estado. No se puede vía presupuesto del estado financiar el gasto corriente y descuidar la inversión patrimonial.

De otra parte ha existido una falta total de coordinación entre instituciones, que ha trascendido a los organismos de representación y coordinación nacional como el CONESUP y el CONEA.

En la época actual y desde el advenimiento del modelo neoliberal, la crisis global de la Educación Superior ecuatoriana tiende a agravarse, a causa de factores tales como: la proliferación de Universidades privadas en donde priman el afán de lucro por encima de la responsabilidad social, factor determinante para que la autonomía universitaria empiece a ser cuestionada; asimismo otro factor gravitante es la irresponsabilidad con la que se administran muchas instituciones de educación superior públicas, lo cual deriva incluso en hechos de violencia conocidos por todos, originando cuestionamientos muy serios por parte de la sociedad.

El *laissez faire* impuesto por el modelo económico imperante y las agencias multinacionales de desarrollo, han traído consigo, la imposición en la Constitución y en la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), de acciones burocratizadoras, privatizadoras y centralistas.

En el año de 1994, el estudio denominado Universidad Ecuatoriana, Misión para el siglo XXI, en su documento de Conclusiones y Propuestas, estableció lo siguiente: "Es fundamental que se establezcan en el Ecuador las regulaciones

necesarias sobre los niveles de la Educación Superior; las posibilidades de transición entre ellos; los grados, títulos y diplomas que correspondan a cada nivel". MEC-CONUEP (1994).

Diferenciación vertical en la Educación Superior:

La diferenciación vertical de la Educación Superior debería contemplar tres niveles fundamentales:

- Programas de formación para ocupaciones de carácter operativo e instrumental en un determinado campo técnico (carreras técnicas cortas de 2 o 3 años de estudios postsecundarios)
- Programas de pregrado que preparan para el desempeño profesional o para una disciplina determinada, de naturaleza tecnológica o científica, (Ingenierías, Medicina, etc), o en las áreas de las humanidades, la filosofía y el arte (culminan en título profesional: licenciatura en la denominación internacional predominante);
- Programas de postgrado: y de especialización, si su propósito es el
- perfeccionamiento en la misma profesión o disciplina o áreas afines y sigue al nivel de pre-grado; de maestría, doctorado o post-doctorado: si tiene a la investigación como propósito fundamental de su actividad.

Postgrado: objetivo prioritario:

A su vez, el establecimiento del nivel de postgrado debe convertirse, en el período de la presente década, en objetivo prioritario tanto de la educación superior como de las políticas de ciencia y tecnología. La formación de científicos y tecnólogos, la preparación de investigadores y el sustancial mejoramiento cualitativo de la docencia universitaria, son cuestiones centrales para el

desarrollo nacional, por las implicaciones que tienen en los campos de la transferencia e innovación tecnológica, el conocimiento social, la elaboración de propuestas significativas de desarrollo nacional y regional.

De ahí que sea necesario contar con regulaciones adecuadas que, entre otros aspectos, normen la acreditación de programas de postgrado como condición para el apoyo financiero estatal o que faciliten y orienten la obtención de fondos provenientes de la cooperación internacional. MEC-CONUEP (1994).

En otro apartado del mismo documento se señala que al año 1994, existían en el Ecuador 69 Programas de Postgrado, particularmente de especialistas, destacándose en ellas el área de medicina, con énfasis en salud pública.

Comparando esta cifra con el estudio realizado por Rodríguez, Nelson (2003), en el cual se contabilizan a Noviembre del año 2003 en el Ecuador, 861 Programas de Postgrado, ejecutados o en ejecución, se establece la gran dinámica del crecimiento de estos programas en el país, y a criterio del mismo autor se resalta el carácter episódico de los programas y sus estrategias dominadas por el corto plazo y la lógica del mercado.

En adición el estímulo a la participación privada en la educación superior incluido el postgrado, no ha traído aparejado un mejoramiento de la calidad, más aún, mucho se debate aún dentro del mismo Banco Mundial, sobre la participación de la empresa privada en los ámbitos de educación superior en Latinoamérica, puesto que no existen señales claras para poder distinguir entre el afán de lucro y la responsabilidad social de haber asumido un servicio público de interés colectivo como la educación, esta situación también se reproduce en el Ecuador.

En otras palabras este crecimiento cuantitativo, no ha sido acompañado de la aplicación de políticas y estrategias de gestión de calidad de los programas de postgrado, o de articulación de los postgrados en una política nacional de Ciencia y Tecnología, con lo cual las estrategias propuestas por el estudio MEC-CONUEP, no generaron los resultados esperados.

Es urgente promover la integración del postgrado con el desarrollo científico, económico y social, vinculando la universidad a los sectores productivo y empresarial y haciéndolo en forma coherente con las políticas nacionales de desarrollo educativo del país.

Sin embargo, para lograr que la Universidad ecuatoriana pueda asumir eficazmente su papel institucional ante la sociedad y, a la vez, formar los investigadores, los docentes, los profesionales, los eruditos, los empresarios, o los funcionarios que la sociedad futura requiere, con la vocación de servicio, y sobre todo, con la visión global y a largo plazo propia de los líderes, es urgente introducir un buen número de reformas en cada Universidad, para poder afrontar las tendencias y cambios del entorno.

Si bien es cierto las Instituciones de Educación Superior han ganado espacios de autonomía institucional en su manejo administrativo y financiero, también deberán estar más atentas a las demandas externas de la Institución, y adecuar permanentemente sus estructuras a estos cambios.

La Universidad ecuatoriana deberá redefinir su misión orientándola a contribuir al desarrollo sostenible y al mejoramiento de la calidad de vida al conjunto de la sociedad ecuatoriana, a través de formar profesionales altamente calificados, participativos, innovadores, críticos y socialmente responsables, para lo cual deberán transformarse en espacios abiertos para la formación profesional, laboral y el aprendizaje permanente, así como en el centro de generación del conocimiento y de la investigación de los problemas que aquejan a nuestra sociedad.

Deberá de igual manera generar, promover y difundir los conocimientos obtenidos por medio de la investigación científica y tecnológica, asimismo deberá promover la protección y consolidación de los valores de la sociedad y aportar al desarrollo integral y mejoramiento cultural de los recursos humanos en todos sus niveles.

Para lograr lo expuesto deberán producirse cambios orientados a nuestro criterio en muchas de sus actividades, ya sea en el pre-grado o en el postgrado, entre las que destacan:

- Adecuar las estructuras curriculares a las necesidades particulares de nuestro entorno, sin por ello descuidar el avance científico y tecnológico internacional.
- Promover la adopción de modelos pedagógicos que estimulen la creatividad y la innovación, en los cuales el alumno se convierte en el principal protagonista del proceso enseñanza-aprendizaje.
- Eliminar los dogmatismos y las posiciones de torre de marfil de algunas instituciones.

- Conformar redes académicas e investigativas, fortaleciendo los programas de comunicación e intercambio de información con otras instituciones nacionales y extranjeras.
- Fortalecer programas de defensa de nuestra identidad cultural, la adopción y consolidación de valores éticos.
- Mejorar las capacidades de gestión y financiamiento, como ejercicio pleno de autonomía, a través de una administración transparente, eficaz y eficiente.
- Incrementar la colaboración con los sectores públicos y privados, particularmente en el área de investigación, para contribuir efectivamente a la solución de los problemas más importantes de la sociedad.
- Estimular los enfoques multidisciplinarios y de género.
- Fortalecer los servicios a la comunidad, particularmente los que se orienten a erradicar la pobreza, la intolerancia, la violencia, el analfabetismo, el hambre y las enfermedades.
- Afianzar vinculaciones efectivas con todos los agentes sociales.
- Establecer y operativizar herramientas de cooperación internacional, como mecanismo idóneo para cumplir los objetivos de internacionalización.
- Garantizar e impulsar las condiciones necesarias para el ejercicio de la libertad académica y el respeto a la autonomía universitaria.

CAPÍTULO Nº 2

2.- LOS ESTUDIOS DE POSTGRADO EN LA ESPOL- ICHE

2.1 FINES Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA INSTITUCIONAL

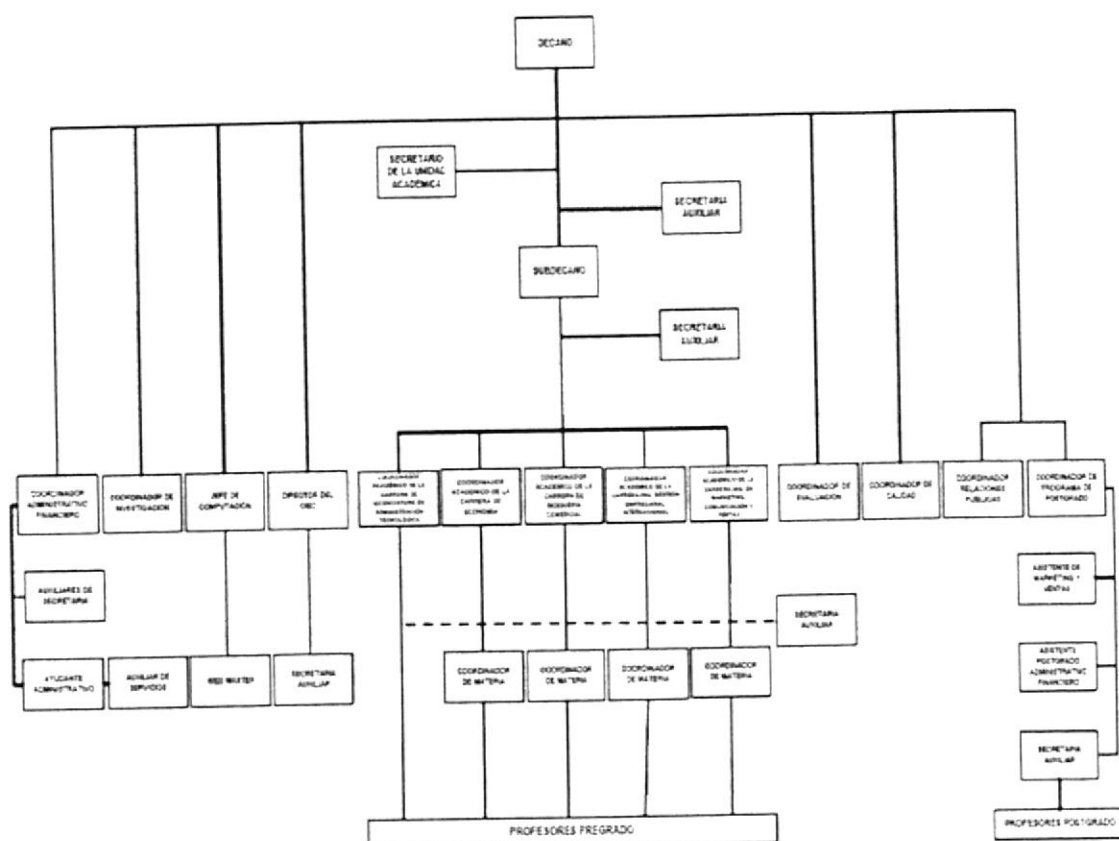
Objetivos Generales

Contribuir a la mejora de la calidad de la educación, en el contexto de las actuales transformaciones en las organizaciones, hacia la sociedad de la información y el conocimiento, analizando las últimas tendencias, herramientas y técnicas más avanzadas. Diseñando estrategias y tácticas de éxito con respuestas de eficiencia y calidad que garanticen la permanencia de las empresas en entornos altamente competitivos.

Estructura

El Departamento de Postgrados de la Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas cuenta con una estructura consolidada y reconocida en la Escuela Superior Politécnica del Litoral - ESPOL. Los programas de postgrado tienen excelencia y pertinencia social, están evaluados y acreditados y con alto impacto regional y nacional.

Los profesionales que imparten los programas son de reconocido prestigio académico y profesional, contándose con ambientes y tecnologías de primer nivel que garantizan la más alta calidad en la formación permanente del recurso humano.



Lugar de Desarrollo

Los maestrantes cuentan con aulas plenamente equipadas con y herramientas tecnológicas como lo es el Internet inalámbrico (wireless), simuladores y softwares de administración y de negocios. De igual manera cuentan con el servicio personalizado brindado por el personal de logística y coordinación del ICHE.

Las clases son impartidas en el Auditorium de la Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas (ICHE).

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) Campus Gustavo Galindo V. Km. 30.5 vía Perimetral.

Financiamiento.

- Mediante el Crédito del IECE
- Convenio mediante carta de compromiso de pago de la empresa o institución a la que pertenece el postulante.
- 15 % de Cuota inicial y el saldo en pagos mensuales.
- Propuesta de pago presentada por el aspirante al Coordinador de Postgrado.
- Al contado con el 5% de descuento

2.2 TIPOLOGÍA DE ESTUDIOS, PROGRAMAS O CURSOS

Metodología

La metodología usada por el Departamento de Postgrados del ICHE es básicamente partir del análisis de casos y talleres, habrá una constante interacción entre profesores y participantes, a fin de que los criterios aprendidos en clases se apliquen en la práctica profesional.

Para esclarecer y ampliar los conceptos tratados, habrá además consultas y asesoramiento online.

Programas o Cursos impartidos

- Maestría Ejecutiva en Economía y Dirección de Empresas

Objetivo: Proporcionar una formación superior tanto teórica como práctica en Economía y Administración Empresarial. Proveer herramientas analíticas y prácticas necesarias para resolver problemas concretos de la organización y de la empresa. Encontrar soluciones y desarrollar estrategias apropiadas.

Tiempo de Duración: 20 Meses

Título Ofrecido : Magíster en Economía y Dirección de Empresas

Horario de Clases :

Lunes a jueves	18h00-22h00
Viernes	13h00-22h00
Sábado	08h30-13h30 14h30-18h30
Domingo	08h30-12h30

- Maestría en Marketing y Comercio Internacional

Objetivo: Formar ejecutivos de alto nivel con un pensamiento crítico, que les permita analizar las últimas tendencias y más avanzadas técnicas en el mundo del marketing, a fin de diseñar y desarrollar estrategias y tácticas de éxito para la comercialización de productos y servicios en entornos altamente competitivos, así como impulsar negocios con enfoque internacional.

Tiempo de Duración: 16 Meses

Título Ofrecido : Magíster en Marketing y Comercio Internacional

Horario de Clases :

Lunes a jueves	18h00-22h00
Viernes	13h00-22h00
Sábado	08h30-13h30 14h30-18h30
Domingo	08h30-13h30 14h30-18h30

- Maestría en Docencia e Investigación

Objetivo: Dar a conocer desde el punto de vista científico los aspectos relacionados con la administración educativa: planificación estratégica, comportamiento organizacional, interacción, dirección, control y previsión; con el fin de dar mayor eficiencia y flexibilidad a las instituciones educativas.

Tiempo de Duración: 960 horas

Título Ofrecido : Magíster en Docencia e Investigación Educativa

Horario de Clases :

Jueves a viernes	18h00-22h00
Sábado	09h00-12h30 14h30-18h00

2.3 REQUISITOS DE INGRESO Y EGRESO

Requisitos de Admisión:

- Título Universitario de tercer nivel, reconocido por el CONESUP.
- Hoja de vida.
- Solicitud de Admisión.
- Cedula de identidad.
- Certificado de Votación.
- Libreta Militar.
- 2 fotografías tamaño pasaporte.
- Plan de financiamiento.
- Aprobar Test de Admisión.
- Entrevista con el Coordinador de Postgrado.

Requisitos de Aprobación y Egreso:

- Haber aprobado las materias con una calificación mínima de sesenta puntos sobre cien.
- La asistencia a clases es obligatoria y será controlada por el asistente de Logística del Departamento de Postgrado. El 25% de horas de inasistencia

por materia, equivalen a que automáticamente reprueba, aunque en los exámenes y ejercicios en clase haya obtenido la nota suficiente).

- Tesis de grado, sustentación mínimo 8 puntos sobre 10 para aprobar

CAPÍTULO N° 3

3.- ANÁLISIS SITUACIONAL

3.1 ANÁLISIS MACROENTORNO

3.1.1 CONDICIONES ECONÓMICAS ACTUALES

ECUADOR, país latinoamericano, el más pequeño de la región andina y con una población aproximada de 13 millones de habitantes, y la tasa de crecimiento anual es de 1,4%; uno de cada cuatro ecuatorianos tiene entre 15 y 29 años de edad. Concluyó el siglo XX con una crisis sin precedentes. Luego de un prolongado período de estancamiento desde 1980 hasta 1998, en el cual la economía apenas creció a un 0,3% de promedio anual, al año 1999 se le recordará por registrar la mayor caída del PIB. Este declinó en -6,3% medido en sucres constantes, y medido en dólares en -28%: de 23.255 millones en 1998 pasó a 16.674 millones de dólares en 1999. El PIB por habitante se redujo en casi -30%, al desplomarse de 2.035 a 1.429 dólares.

En general, la perspectiva macroeconómica a corto plazo de Ecuador es positiva. Sin embargo, pese que las condiciones externas son favorables, aún persisten ciertas inquietudes acerca de la debilidad del marco fiscal global luego de los recientes cambios políticos e institucionales y la falta de avances en la puesta en marcha de reformas estructurales necesarias para abordar las vulnerabilidades económicas. La generación de empleos es una preocupación central: entre 2001

y 2004 el desempleo juvenil aumentó de 14,8% a 21,6% de la fuerza laboral total.

La pobreza y la desigualdad continúan siendo una gran preocupación para Ecuador. Conforme al estudio de pobreza de Ecuador realizado por el Banco Mundial, la pobreza aumentó de 40% en 1990 a 45% en 2001, básicamente como consecuencia de la crisis de 1999. Después de 2001, la estabilización macroeconómica revirtió la tendencia al alza y entre 2001 y 2004, la tasa general de pobreza de ingresos disminuyó cerca de 20%. En Ecuador también existe una impresionante desigualdad: el 10% más rico de la población obtiene tres veces más ingresos que el 50% más pobre y 60 veces más que el 10% más pobre.

La alta dependencia del país de las exportaciones de petróleo, que en promedio dieron cuenta del 35% del PIB entre 1997 y 2001, aumenta la vulnerabilidad de la economía a impactos externos, entre ellos la caída de los precios de los productos básicos. Debido al alza de los precios del petróleo en los mercados internacionales Ecuador ha disfrutado de abundantes ingresos fiscales en los últimos años. Sin embargo, la economía seguirá vulnerable a menos que se tomen medidas significativas para mejorar el clima para los negocios y generar más empleos. Las reservas de petróleo existentes se agotarán dentro de 25 años y el país necesita proteger los actuales recursos para asegurar el bienestar de las futuras generaciones.

En el siglo XXI, se está compitiendo menos con ventaja comparativa y más con ventaja competitiva. Atrás está quedando el crecimiento de las economías de los países con riqueza heredada a través de recursos naturales y más énfasis se

está poniendo en crecer con la riqueza proporcionada por el conocimiento. Así mismo se está reconociendo que para incrementar el nivel de vida de los ciudadanos es necesario crear un entorno que estimule hacer negocios.

GUAYAQUIL, puerto principal del Ecuador con gran perspectiva de crecimiento, esta tratando de recuperar su sitio histórico, como la ciudad económica más importante del Ecuador que tuvo desde fines del siglo XVIII, hasta hace tres o cuatro décadas, cuando comenzó a perder importancia; volviéndose Quito y otras ciudades centros económicos y de cultura. Crisis del sistema financiero de 1995-1999, los estragos del fenómeno del Niño, entre otros acontecimientos fueron los últimos factores que perjudicaron la fortaleza económica de nuestra ciudad. La excelente administración municipal actual, el desarrollo urbanístico de nuestra ciudad por iniciativa del sector privado y la creación de nuevos centros de estudios superiores, entre otros importantes esfuerzos, han comenzado a cambiar el rumbo equivocado que llevaba Guayaquil; abriendo así oportunidades de negocios y mercado para empresas nacionales y extranjeras.

El capital humano es básico para hacer crecer la economía; son los seres humanos quienes crean bienes y servicios, manejan máquinas y transportan carga; sin ellos no puede haber actividad económica. Este capital es muy escaso en Guayaquil, por el desinterés de nuestros gobiernos en la educación y por la falta de un pensum de estudios que esté de acuerdo a los tiempos. La educación fiscal es pésima y la privada puede mejorar. Guayaquil requiere que su juventud tenga acceso a las carreras del siglo XXI que será eminentemente técnico; donde el estudio del genoma humano, biotecnología, robótica, biología

molecular, entre otras ciencias modernas, serán las que moverán al mundo del mañana.

Siendo Guayaquil la ciudad principal de estudio para esta investigación de estudios de postgrados, consideramos que será de gran relevancia su posicionamiento como ciudad cosmopolita.

Recientemente La ESPOL y el IDE fueron incluidos por primera vez en la lista de las mejores escuelas de negocio de América Latina, publicada por la prestigiosa revista América Economía. Este es un plus para los postgrados del ICHE-ESPOL.

PROBLEMÁTICA SOCIAL: Migración

Fuga de Cerebros

La emigración de elementos capaces y preparados, se denomina fuga de cerebros o fuga de "capital humano". Este fenómeno es característico de los llamados países subdesarrollados, ya que estas personas salen de sus países de origen en busca de oportunidades que no pueden tener en su país. Esto, en determinadas circunstancias, contribuye a retrasar aún más el proceso de desarrollo socioeconómico en esos países.

Las Naciones Unidas estimaban que hacia mediados del 2002, un promedio de 200 mil profesionales se han marchado de Ecuador para buscar mejores condiciones de vida en países como España, Estados Unidos, Italia, y en menor

grado Chile y Colombia. Esta cifra seguiría aumentando, lo que puede deducirse al analizar las características de los ecuatorianos que han emigrado a partir de 1998 (y que lo siguen haciendo), pues se trata, en su mayoría, de fuerza laboral joven y relativamente calificada.

Es interesante mencionar que en el caso de la emigración rural, se mantendría la característica de juventud pero no de calificación. Así por ejemplo, se calcula que aproximadamente 82% de los emigrantes de los cantones rurales de la provincia de Loja fluctúan entre los 18 y 37 años, es decir son adultos jóvenes. No obstante, tan sólo un 7% de estos últimos tiene estudios superiores. Se debe resaltar que estos emigrantes pertenecen a zonas rurales (en este caso de la provincia de Loja), en donde el nivel de estudios es bajo en general.

Por otro lado, al analizar a los emigrantes de la ciudad de Quito (emigración típicamente urbana), el porcentaje de jóvenes calificados aumenta, aunque en esta ciudad el porcentaje aproximado de jóvenes adultos (18 a 37 años) es menor al calculado en los cantones de la provincia de Loja, ubicándose en 60% del total. El nivel de educación sube notablemente calculándose que del total de emigrantes quiteños, el 30% tiene formación superior (20% si se considera solamente a los jóvenes adultos).

Debe considerarse que, debido a la falta de fe en el país, la intención de muchos emigrantes de no regresar implicaría la pérdida definitiva de un alto porcentaje de profesionales jóvenes capacitados.

3.1.2 REGULACIONES GUBERNAMENTALES

Todos los gobiernos desarrollan políticas públicas que es un conjunto de leyes y reglamentos necesarios para proteger a las empresas, consumidores y los intereses de la sociedad contra un comportamiento comercial irrestricto.

En el caso de la educación superior, las instituciones que la rigen son la SENACYT, la misma que integra al CONESUP y al CONEA.

La Constitución Política, considerando a la educación superior como un área estratégica del país, que requiere de una normatividad jurídica adecuada y flexible para formar recursos humanos alta mente calificados; dispuso la **Ley de Educación Superior**¹ como ley oficial de Universidades y Escuelas Politécnicas.

3.2 ANÁLISIS MICROENTORNO

3.2.1 CLIENTES

Los clientes para los Postgrados en el ICHE-ESPOL son los graduados de las diferentes carreras y áreas de estudio, es decir profesionales que deseen o requieran obtener un título de 4to. Nivel, e incrementar sus conocimientos administrativos y pensamiento crítico.

El financiamiento de este tipo de educación superior puede ser mediante recursos propios, patrocinados por su empresa parcial o completamente o también a través de becas estudiantiles.

¹ Ley de Educación Superior (Ley No. 16. RO/ 77 de 15 de Mayo del 2000) en los anexos.

Los principales clientes potenciales son todos los graduados de las diferentes Universidades del Ecuador con título de 3er. Nivel reconocido por el CONESUP y también los graduados en el extranjero.

3.2.2 PROVEEDORES

Los más importantes proveedores de recursos (Personal Docente) son las Universidades nacionales y extranjeras. Los Postgrados de la ESPOL-ICHE cuentan con un personal docente excelentísimo, todos con Ph.D, Ph.Sc y Maestrías internacionales. Con hojas de impresionantes y reconocidos a nivel mundial.

Destacándose una gran parte de ellos como profesores activos de Postgrados en la ESIC (Business & Marketing School de España) y en la ESPOL también, los mismos que son al mismo tiempo consultores, asesores y directivos empresariales.

Entre los cuales podemos mencionar:

- | | |
|---------------------------------|--|
| -José Maria Juan Jiménez, Ph D. | -Agustín Fernández López-Quezada Ph D. |
| -Vidal Fernández, Ph D. | -Diego Gómez Cáceres, Ph D. |
| -Giseña Bravo López, Ph D. | -Maritza Cáceres Mesa, Ph D. |
| -Silvia Vázquez Cedeño, Ph D. | -Santiago León, Ph D |

Entre muchos otros reconocidos catedráticos y respetados profesionales.

3.2.3 COMPETENCIA

Los Postgrados del ICHE por ser una facultad perteneciente a la ESPOL, universidad con una prestigiosa reputación nacional e internacional, se encuentran bien respaldados y altamente valorados en calidad educativa e institucional.

Entonces, la competencia para dichos postrados serían sus similares impartidos por otras universidades nacionales o extranjeras. Para este estudio se enfocara principalmente en la competencia directa por zona geográfica, es decir, la Provincia del Guayas.

Las modalidades de los distintos postgrados pueden ser presénciales y a distancia, ambas categorías se consideran competencia para este producto.

Enunciaremos las universidades que ofrecen postgrados dentro de la provincia del Guayas.

ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO
ESCUELA POLITECNICA JAVERIANA DEL ECUADOR
ESCUELA POLITECNICA NACIONAL
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
UNIVERSIDAD CASA GRANDE
UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
UNIVERSIDAD DEL PACIFICO ESCUELA DE NEGOCIOS
UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI
UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA
UNIVERSIDAD REGIONAL AUTONOMA DE LOS ANDES
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL (UTEG)

3.2.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Características de los Competidores

Este análisis tomara para efectos prácticos únicamente 3 universidades de la ciudad de Guayaquil, las mismas que tienen gran reconocimiento y están despuntando con sus programas de postgrados, y enfocándose en las **Maestrías Administrativas y de Negocios** para así adaptarlas y que sean comparables con las del ICHE-ESPOL.

Como los principales competidores debido a sus similares programas de cuarto nivel y ubicación son:

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Los programas de Maestría que brinda la UCSG proporcionan las siguientes ventajas:

- Tiene como objetivo básico: generación de nuevos negocios, combinando innovación, oportunidad y base tecnológica.
- Es un programa global con 27 materias, enfocadas a finanzas, entorno económico, Desarrollo humano y Administración tecnológica y Gestión de Marketing.
- Tiene Organización modular que permite tomar los cursos a discreción del postulante. Apoyo tutorial
- Puede optar la segunda mención
- Cuenta con un Horario flexible:
 - Modalidad Regular: Lunes a jueves 19h00 a 22h00.
 - Modalidad Ejecutiva: Horario intensivo 2 veces al mes (cada 15 días), Sábados y Domingos: 9h00-17h00.
- Valor de la inversión integral: Inscripción, colegiatura, material didáctico, asignación de casillero electrónico, pertenencia a una comunidad virtual de la Universidad, proyectos conjuntos con la Universidad.

- Profesores nacionales y extranjeros con amplia experiencia profesional y conocimiento de la realidad local.
- Para inscribirse en el programa, el participante debe realizar un pago de inscripción antes del inicio de clases. El saldo se financia a través de varias modalidades.
- Este valor incluye: Colegiatura, material académico, textos, uso de laboratorios de cómputo, talleres y conferencias especializadas, tutoría de trabajo de titulación, servicio de refrigerios y alimentación en los días de clases intensivas.
- La Universidad pone a disposición varias fuentes de financiamiento para que usted ingrese al Programa de Maestría:

INVERSION Y FINANCIAMIENTO

OPCION 1

- **CONVENIO UNIVERSIDAD CATOLICA- IECE:** Otorga al participante una línea de financiamiento de US\$6000 para estudios en instituciones nacionales y hasta \$8000 en el extranjero, con periodo de gracia de 26 meses y una de 7.7% tasa anual, la más baja del mercado. El trámite de su préstamo lo gestionamos directamente. Actualmente un 25% de nuestros participantes se han beneficiado con el crédito de Postgrado del IECE.

OPCION 2

- **CREDITO DIRECTO UNIVERSIDAD CATOLICA:** Ofrecemos un plan de financiamiento durante los 24 meses del programa, con cuotas convenientes.
- **CREDITO BANCARIO:** Usted también puede acceder a las líneas de crédito de postgrado ofrecidos por el BANCO DE GUAYAQUIL, BANCO BOLIVARIANO y PRODUBANCO.

Tipos de Maestrías:

- * Maestría en Administración de Empresas con Mención en Sistemas de Información Gerencial o Mención en Gestión de Mercadotecnia
- * Maestría en Educación Superior
- * Maestría en Ciencias con Mención en Economía y Gestión Empresarial
- * Maestría en Gobernabilidad y Gerencia Política
- * Maestría en Legislación Tributaria
- * Maestría en Pensamiento Estratégico y Prospectiva para la Educación Superior

MODALIDAD DE LAS MAESTRIAS

La Maestría en Administración de Empresas se desarrollará en 2 modalidades: Regular y Ejecutiva. Ambas se desarrollan en 26 meses. Las clases presenciales tienen una duración de 22 meses y la preparación de la tesis final de titulación tiene una duración de 4 meses.

El programa Regular se dictará semanalmente, de lunes a jueves en horarios de 19h00 a 22h00. Esta modalidad requiere una asistencia semanal a las clases presenciales y se complementa con investigación y los trabajos en talleres en clases y análisis de casos.

El programa Ejecutivo se dicta en horarios intensivos de Sábados y Domingos cada 15 días, de 9h00 a 17h00.

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

La universidad de Guayaquil cuenta con una extensa gama de maestrías para toda área de interés y especialización en las diferentes ramas académicas, pero aquí se enunciará únicamente las relacionadas con las áreas Administrativas, Económicas y de comercio.

Tipos de Maestrías:

Ciencias Administrativas

-Administración de Empresas	Maestría	18 meses
-----------------------------	----------	----------

Ciencias Económicas

-Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior	Maestría	2 años
--	----------	--------

-Economía con Mención en Finanzas y Proyectos Corporativos	Maestría	2 años
-Economía con Mención en Proyecto de Desarrollo Local	Maestría	2 años
-Negocios Electrónicos	Diplomado Superior	10 meses
<i>Ciencias Internacionales y Diplomacia</i>		
-Ciencias Internacionales	Maestría	2 años
-Negociación y Comercio Internacional	Maestría	2 años

Horarios y Duración

Para la facultad de economía la mayoría de sus postgrados son de jueves a domingo, 2 veces a la semana en horarios diferentes y duran 18 meses.

jueves 17h00 - 22h00

viernes 17h00 - 22h00

sábados y domingos 8h00 - 12h00 y 13h00 - 17h00

UNIVERSIDAD DEL PACIFICO ESCUELA DE NEGOCIOS

La Escuela de Postgrado y Emprendedores ofrece sus programas organizados en Módulos, independientes entre sí y articulados académicamente, lo que permite al participante cumplir con la carga académica señalada para cada uno de ellos, seleccionando las áreas de su interés y las de su especialización, administrando la articulación académica del programa con su experiencia y estudios previos.

Información General

- Los participantes en el Diplomado o en los Módulos, podrán transferir su crédito al programa de Maestría, cumpliendo con los requisitos señalados.
- En los casos de los profesores visitantes, los horarios serán concentrados durante una semana, 8 horas diarias de martes a sábado.
- Las lecturas recomendadas tienen el carácter obligatorio, son parte de la discusión en clase y forman parte de su nota de participación en clase.
- Los trabajos en grupo son obligatorios y afectan a la nota.
- El Programa se registrará por las Normas Académicas de la Universidad Del Pacífico y su sistema de auto evaluación y acreditación.
- Las clases contarán con un máximo de 30 participantes.
- El idioma inglés es requerido pero no indispensable. Para las clases dictadas por los profesores de habla inglesa se contarán con servicio de traducción simultánea

Tipos de Maestrías:

- **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA**

Estructura:

Módulo general: proporciona los fundamentos necesarios para la formación en Administración de Negocios, y el aprovechamiento integral de los módulos posteriores

Módulo interdisciplinario: brinda conocimientos avanzados en las distintas áreas del quehacer empresarial en el marco de la internacionalización económica, incluyendo estudios sobre: administración de la calidad, investigación de mercado, desarrollo organizacional, negocios internacionales, toma de decisiones integrales, entre otros.

Módulo de especialización (mencionado en Título): permite enfocar y profundizar el estudio en una de las siguientes áreas: Marketing, Negocios Internacionales, y Finanzas.

Convenios de doble titulación:

Máster en Administración de Negocios MBA por la Universidad del Pacífico, y su equivalente en el exterior por:

Universidad ESC-Rennes, Francia.

Universidad SUP-DE-CO Montpellier, Francia.

Universidad de Lyon, en Francia.

(Al cursar la mitad de los créditos en dichas Universidades, en Inglés o Francés, sin costo académico adicional para los maestrantes).

Universidad Pforzheim, Alemania

(Al cursar la mitad de los créditos en dichas Universidades, en Inglés o Francés, sin costo académico adicional para los maestrantes).

Horarios

Cursos Nacionales (Horario Nocturno Ejecutivo)

jueves 18h30 - 22h00

viernes 18h30 - 22h00

sábado 09h00 - 13h00 y 14h00 - 18h00

Cursos Intensivos Internacionales:

Los Cursos Internacionales duran una semana y se dictan trimestralmente de martes a sábado de 09h00 -13h00 y de 14h00 - 18h00 en forma rotativa en Quito, Guayaquil y Cuenca.

- MÁSTER EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

Especializaciones: Dirección en Congresos, Parques Temáticos y Oferta complementaria. Dirección de Hoteles y Restaurantes. Duración: 24 meses

Estructura:

Módulo general: proporciona los fundamentos necesarios para la formación en Administración de Negocios, y el aprovechamiento integral de los módulos posteriores.

Módulo interdisciplinario: brinda conocimientos avanzados en las distintas áreas del quehacer empresarial en el marco de la internacionalización económica, incluyendo estudios sobre: administración de la calidad, investigación de

mercado, desarrollo organizacional, negocios internacionales, toma de decisiones integrales, entre otros.

Módulo de especialización (mencionado en Título): permite enfocar y profundizar el estudio en una de las siguientes áreas: Marketing, Negocios Internacionales, Finanzas y Recursos Humanos.

Horario

Las clases se dictan de la siguiente manera, dos fines de semana seguidos y uno de descanso, de jueves a sábado en el siguiente esquema:

Jueves	18h30 - 22h00
Viernes	18h30 - 22h00
Sábado	09h00 - 13h00 y 14h00 - 18h00

- MASTER EN DERECHO EMPRESARIAL

La finalidad de este programa de postgrado es satisfacer una gran inquietud y demanda de profesionales que desean prepararse de mejor manera para enfrentar las exigencias, que con el carácter de ineludibles e incontrastables, presenta la globalización, mucho más en un país que carece de moneda propia y que está sujeto al valor de una moneda dura, sin que ésta tenga, por el momento, todas las características que necesita para defenderse y garantizar su presencia y con ella el desarrollo armónico del país.

Se genera también, de una intercomunicación, con diferentes sectores profesionales, que han planteado a la Universidad Del Pacífico, tomar el reto de preparar profesionales de cuarto nivel de formación en educación superior, en las áreas del Derecho Internacional y Negocios de manera conjunta, conociendo que esta Institución tiene una gran experiencia en la formación de profesionales en la administración de negocios con presencia de profesores extranjeros y vista la red académica internacional a la que pertenece.

Horario

Las clases se dictan durante dos, de las cuatro semanas de cada mes, de jueves a sábado, en el siguiente esquema:

Jueves:	18h00 - 22h00.
Viernes:	18h00 - 22h00.
Sábado:	09h00 - 13h00 y 14h00 - 18h00.

MATRIZ COMPARATIVA DE COMPETIDORES

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA				
Postgrados Administrativos y de Negocios (Univ. de Guayaquil)				
	ESPOL-ICHE	Univ. de Guayaquil	Univ. Católica	Univ. del Pacífico
Costos				
Altos	.		.	
Medios				.
Bajos		.		
Horarios Flexibles				
Sab y Dom (intensivo), c/15días			.	
Jueves-Viernes y Sábado		.		.
1semana (7días) 1vez al mes 1pm	.			
Variedad de Maestrías				
Más de 5 tipos de postgrados		.	.	
De 3 a 5 tipos de postgrados				.
De 1 a 3 tipos de postgrados	.			
Prestigio de la Institución				
Excelente reconocimiento	.		.	
Buen reconocimiento		.		
Normal reconocimiento				.
Distancia del centro de Guail				
Larga	.			
Mediana				.
Corta		.	.	

Elaborado por las autoras

Programas de postgrados similares a los que ofrece la ESPOL-ICHE, se los puede encontrar fácilmente en las universidades que estamos tomando como muestra;

estas son competencia directa, ya que el contenido académico y duración son casi iguales, con pequeñas variantes como lo son horarios, precios y el acondicionamiento de las aulas y atención personalizada a cada alumno, que es en lo que se quiere distinguir la ESPOL.

Finalmente, lo más obvio que muestra este análisis comparativo de la Competencia, es que en el mercado de los postgrados, los profesionales tienen múltiples opciones para elegir, tanto en precios, horarios y hasta distancia. La ESPOL tiene una gran ventaja sobre las demás ya que tiene gran reconocimiento por su legado académico y los excelentes profesionales que se gradúan año a año y demuestran su capacidad en el mercado laboral.

Esta es una de las características que más pesa a la hora de elegir que postgrado tomar, pero no debe ser la única inclinación de beneficio, es por esto que deben continuar con ese mismo prestigio y cada promoción de másters graduados de la ESPOL deben rendir en el campo profesional y demostrar sus conocimientos adquiridos.

CAPÍTULO Nº 4

4.- INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1 DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

Los objetivos se han dividido en generales y específicos:

Como objetivos generales está determinar las necesidades, exigencias y expectativas de educación continua que tienen los ejecutivos y nuevos profesionales, así como conocer el mercado actual de las instituciones de Educación de 4to nivel ofrecidos para los habitantes de Guayaquil.

Los objetivos específicos son:

Generales:

- Ilustrar mediante este estudio conclusiones sobre los postgrados en el Ecuador, su viabilidad (costo/ beneficio) y su aporte como valor agregado al profesional del país.
- Determinar la ubicación y del número de consumidores (profesionales ecuatorianos) así como el estudio de sus necesidades.
- Valorar del tamaño del mercado mediante el desarrollo de una investigación de mercados.

Específicos:

- Establecer que clase de estructura de precios y calidad de educación ofrecida es la preferida por el sector de los profesionales consumidores de educación continua y de cuarto nivel.
- Crear campañas publicitarias sobre las maestrías dictadas por el ICHE para poder acceder a una de ellas y que las personas conozcan mas sobre estas.
- Prescribir que clase de material publicitario influyó más en las relaciones comerciales para tomar un postgrado en los diferentes centros educativos.

METODOLOGÍA

La metodología que se aplicará para la elaboración de este proyecto consistirá en una investigación de mercado tanto exploratoria como descriptiva.

En la investigación exploratoria se utilizaran datos y estadísticos así como entrevistas a expertos como catedráticos y el personal de Postgrados de diferentes universidades, esto permitirá reunir información para definir el problema.

La investigación descriptiva consistirá en una encuesta a los clientes potenciales (profesionales y estudiantes egresados).

Utilizando las herramientas aprendidas durante la maestría, diseñaremos estrategias que permitan determinar el mejor método de comercialización y de

planeación estratégica de los postgrados, para que por medio de la implementación de los mismos, se pueda mejorar el posicionamiento de mercado y la rentabilidad de este producto.

Para Obtener información a través de encuestas se siguieron una serie de pasos, que se presentan a continuación:

- Elaboración de preguntas, en su mayor parte fueron de opciones múltiples para facilitar las respuestas de los encuestados.
- Preparación de las encuestas que se realizaron a los clientes potenciales (ejecutivos profesionales, estudiantes registrados como graduados o egresados).
- Plan de encuestas: Se diseñó un plan de trabajo para facilitar la realización de las encuestas.
- Equipo de encuestadores: Los encuestadores lo conformaron los integrantes de este proyecto.
- Trabajo de campo: Se hizo la encuesta a una muestra previamente definida (base de datos de empresas y estudiantes graduados registrados en la CONESUP)
- Cierre de la etapa de las encuestas: Dicha etapa tuvo una duración de dos semanas.
- Tabulación de la información
- Análisis de la información obtenida.

Se aplicó la siguiente fórmula para la obtención de la muestra a realizar.

$$n = \frac{z^2 p * q * N}{e^2 (N-1) + z^2 * p * q}$$

En donde:

N = Número de profesionales registrados en la CONESUP (302.596 personas)

n = muestra representativa

p = hipótesis de la proporción de la población que posee las características o rasgo distinto del universo (cuando se desconoce esa proporción se plantea la hipótesis de $p = 50\%$) = 0.5

q = 1-p

z² ≈ 4 --> desviación estándar (para un intervalo de 95% es 1.96)

e = nivel de error mínimo aceptado – 0.05

El tipo de investigación es de carácter experimental de campo y de proyecto factible.

Con el procedimiento estadístico antes mencionado se obtiene **384** encuestas enfocadas a los profesionales provenientes de las diferentes Universidades nacionales o con sedes en la ciudad de Guayaquil y demás estudiantes egresados de las diferentes universidades de la ciudad.

4.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación de mercado empieza con una investigación de Marketing. Antes de poder segmentar el mercado, hace falta comprender las preferencias, motivaciones, intenciones de compra del cliente (profesionales) y verificar los perfiles de mercado más convenientes.

Para el mercado de consumo, se usarán variables geográficas, demográficas, socioeconómicas y otras referentes el uso del producto, al estilo de vida, a los hábitos de compra y al empleo de los medios.

Para segmentar el mercado, hace falta comprender las preferencias, motivaciones y verificar los perfiles de mercado que los profesionales elijan; el cual lo detallamos a continuación.

Geográficas	
Región	Ecuador: Guayaquil
Tamaño de la zona	Entre 300.000 -350.000 personas
Densidad	Urbana , suburbana, rural
Clima	tropical, meridional
Demográficas	
Edad	Entre 22 – 50 años
Nacionalidad	Ecuatoriana, doble nacionalidad, etc
Sexo	Masculino, femenino
Socio-Económicas	
Ingreso	Mas de \$600
Ocupación	Profesionista, oficinista, Estudiantes de Educ. Superior
Educación	Tercer Nivel y superiores
Raza	hispanica (mestizo),Blanca, negra, asiática

Nivel Socioeconómico	Clase media, media-alta y alta
Estado civil y cargo familiar	Jóvenes y adultos; solteros, casados, sin hijos, con hijos.
Psicográficas	
Estilo de vida	Acomodada, con ideales de superación personal y laboral
Personalidad	Independiente, juiciosa, líder, ambiciosa, Planificador, seguro de si mismo
Conductual	
Beneficios	Calidad, economía, comodidad, agilidad.
Status-de usuario	Potencial
Etapas de preparación	Con conocimiento informado; interesado, con intención de comprar
Actitud hacia el servicio	Entusiasta, positiva.

Datos para el estudio de mercado tomados de la página oficial del **CONESUP**²:

GRADUADOS DE LAS UNIVERSIDADES Y ESCUELAS POLITÉCNICAS

INSTITUCION UNIVERSITARIA	TERCER NIVEL
ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO	8993
ESCUELA POLITECNICA JAVERIANA DEL ECUADOR	2722
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL	6576
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR	19481
UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR	2622
UNIVERSIDAD ALFREDO PEREZ GUERRERO	53
UNIVERSIDAD CASA GRANDE	365
UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL	12691
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR	52328
UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA DEL ECUADOR	2083
UNIVERSIDAD CRISTIANA LATINOAMERICANA	143
UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURISTICAS	115
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	104433
UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS	1361

² CONESUP: Consejo Nacional de Educación Superior del Ecuador

UNIVERSIDAD DEL PACIFICO ESCUELA DE NEGOCIOS				418
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR				1513
UNIVERSIDAD JEFFERSON				2
UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL				24392
UNIVERSIDAD METROPOLITANA				166
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA				21125
UNIVERSIDAD PARTICULAR DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO				1993
UNIVERSIDAD PARTICULAR INTERNACIONAL SEK				1193
UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA				3404
UNIVERSIDAD REGIONAL AUTONOMA DE LOS ANDES				4882
UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE				4705
UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA				21036
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA AMERICA				1248
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL				198
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA INDOAMERICA				2355
TOTAL				302.596

4.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN (ENCUESTA)

Para obtener los datos para el Plan de Mercado para los Postgrados del ICHE-ESPOL, ha sido necesario basarse en los requerimientos de la investigación según los objetivos planteados. Se realizó encuestas a empleados de empresas profesionales quienes son los que hemos determinado como clientes potenciales; la encuesta, contenía preguntas de opciones múltiples que son las que son más fáciles y rápidas para contestar.

La encuesta esta realizada exclusivamente a:

- Profesionales
- Estudiantes cursando su último nivel superior

Las preguntas realizadas en las encuestas, fueron abiertas y cerradas, se tomaron muestras de varios estudiantes de las universidades de la ciudad de Guayaquil (Estudiantes egresados de tercer nivel), así mismo a los profesionales en sus lugares de trabajo (302.596 personas según la CONESUP).

Debido a que la población estimada es de 302.596 personas, se escoge un margen de error de 0.05 en un intervalo de confianza de 1.95, el cual lo específico dentro del análisis de datos ya que algunas encuestas no serán contestadas en un 100% real es por eso que se especifica un margen de error, llegando así a obtener una muestra de **384 personas** elegidas mediante un muestreo aleatorio.

Obtención de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

N= 302.596 ³

$$E = 0.05$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50 \cdot 302.596}{((0.05)^2 (302.596 - 1)) + ((1.96)^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50)}$$

³ Datos obtenidos de la pag. web del CONESUP a Marzo del 2006.

$$n = \frac{290613.1984}{757.4479}$$

n= 383,674

Como a las personas no se la mide por decimales se redondea a su mayor inmediato, obteniendo una muestra final de **384** personas.

El diseño de la encuesta se encuentra en el ANEXO 1

4.4 EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La recolección de información se la realizó vía telefónica, vía correo electrónico y mediante la técnica face to face.

La investigación esta basada principalmente en encuestas las cuales fueron hechas en universidades, empresas, y a través de e-mail.

Posterior a esta recopilación de información, se procedió a la tabulación y análisis de datos para obtener así una estimación del interés existente en los post-gradados que existen en la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ICHE), además de obtener una apreciación de los futuros estudiantes de post-gradados y actuales estudiantes de la maestría.

Con este sondeo se podrá tener una idea más clara de lo que el consumidor esta buscando y saldrá a la luz en los puntos flacos de los Postgrados del ICHE, donde es necesario hacer mejoras.

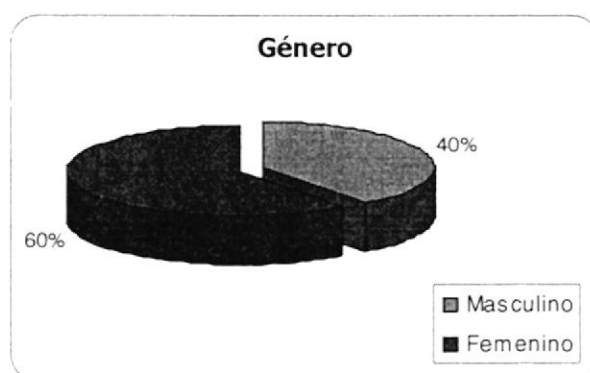
4.5 TABULACIÓN DE RESULTADOS

Los datos de las 384 encuestas realizadas a los profesionales de las diferentes universidades, fueron tabulados en el programa EXCEL y SPSS. El resultado arrojado por el programa fue estudiado posteriormente, y es lo que ayudó a tener una perspectiva más clara de la aceptación que tendría las maestrías que se dictan en la ESPOL- ICHE, así como de la situación del mercado y la aceptación del mismo.

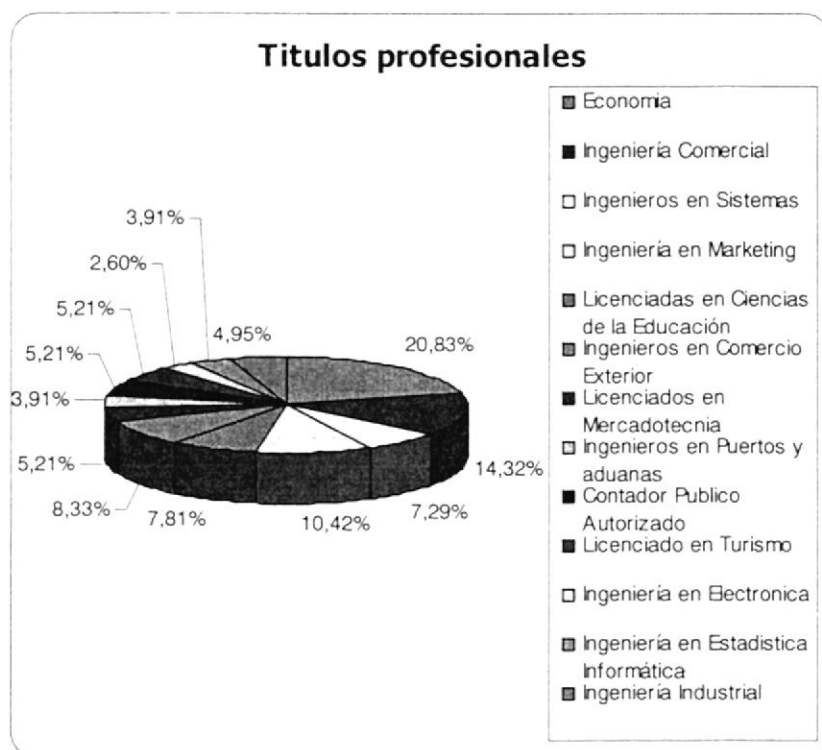
Posterior del análisis y la tabulación respectiva de las preguntas de la Encuesta, se obtuvieron los siguientes resultados:

Encuesta:**Preguntas Demográficas**

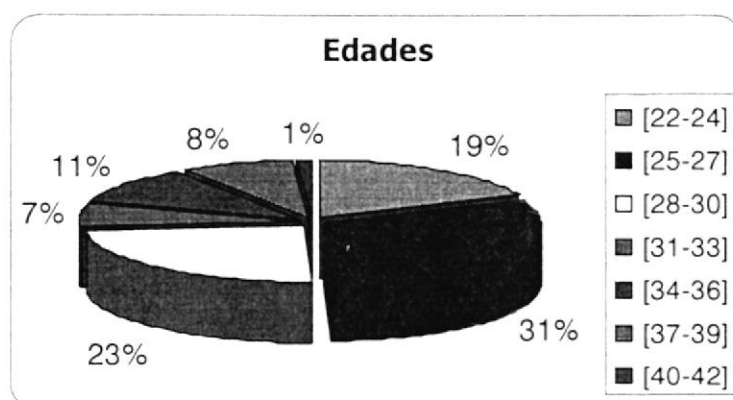
- La siguiente tabulación de datos nos representa el 40% de nuestra muestra que esta representada por el género masculino, mientras que el **60% es femenino**.



- Esta grafica nos permite determinar los diferentes títulos profesionales motivos de nuestra investigación de mercado, obteniendo como dato representativo que el **20.83%** que son **Economistas** desean obtener una maestría.

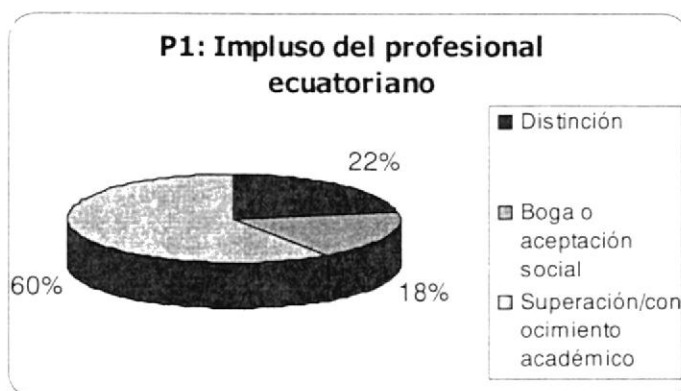


- Las edades más representativas están entre los **25 y 27** años de edad lo cual representa un **31%** de nuestra muestra



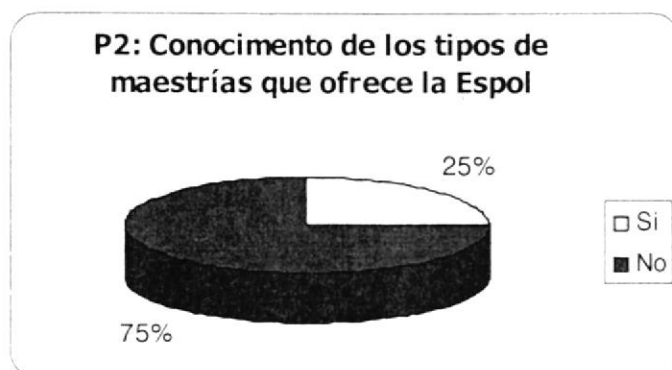
Preguntas Psicográficas y Conductuales

1.- ¿Que opina usted que impulsa al profesional Ecuatoriano cursar una maestría?



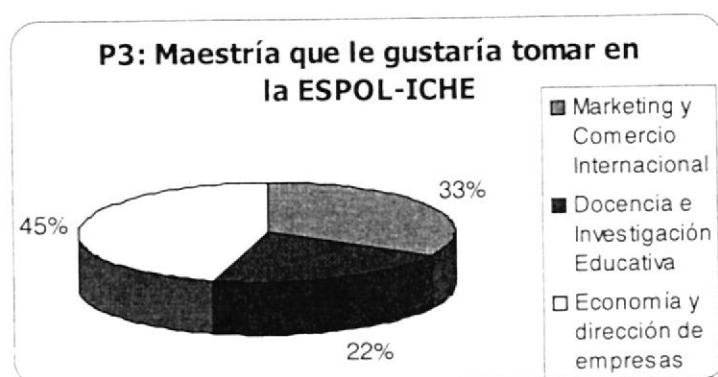
Permite determinar el motivo por el cual el profesional ecuatoriano optaría elegir una maestría obteniendo como resultado representativo el 60% lo haría por una superación en conocimientos académicos.

2.- ¿Sabia Usted que la ESPOL especialmente el ICHE ofrece 3 tipos de maestrías, para sus alumnos y profesionales de otras universidades?



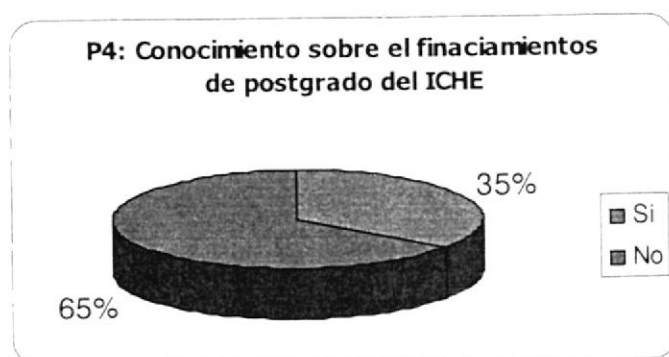
Un 75% de profesionales no tiene conocimiento acerca de las maestrías que brinda la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ICHE)

3.- Cual de los siguientes programas de maestrías que ofrece la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ICHE) usted tomaría:



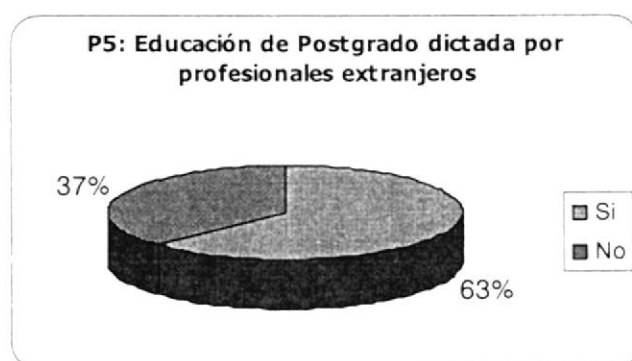
El 45% de profesionales desea cursar una Maestría en la ESPOL (ICHE) sobre **Economía y Dirección de empresas.**

4.- ¿UD. Tiene conocimiento que en el ICHE puede realizar estudios de postgrado mediante financiamiento? ¿Conoce los planes a disposición?



Un alto número de profesionales de la muestra tiene **desconocimiento** acerca de los financiamientos que brinda el ICHE con un **65%**.

5.- ¿Usted cree que la educación de 4to. Nivel tiene que ser dictada por profesionales extranjeros?



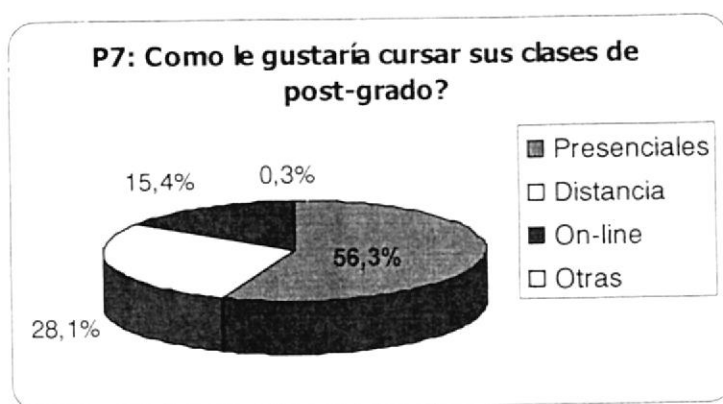
Los profesionales consideran que las clases deben ser dictadas por profesionales extranjeros con un 63% de mayoría.

6.- En qué tipo de universidad tomaría sus clases de post-grado?



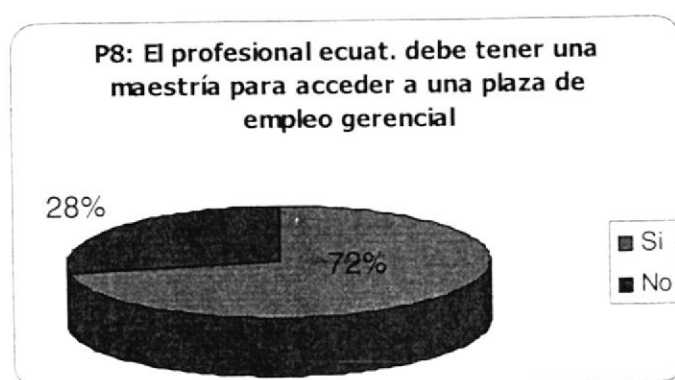
Un **65%** de los profesionales desean tomar clases de post-grado en el extranjero.

7.- Como le gustaría cursar sus clases de post-grado?



Un **56%** prefiere que las clases sean dictadas de forma presencial.

8.- ¿Cree Ud. que el profesional ecuatoriano debe tener una maestría para poder acceder a una plaza de empleo de nivel gerencial?



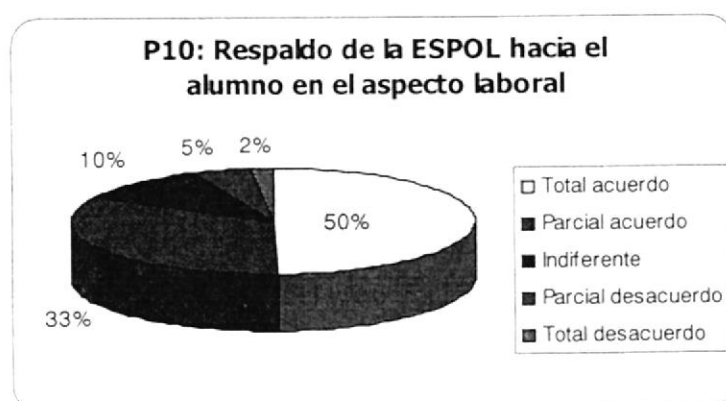
El profesional ecuatoriano piensa que para obtener un empleo gerencial debe cursar una maestría, el cual representa el **72%** de nuestra muestra.

9.- ¿Usted sabía que la ESPOL- ICHE cuenta con convenios con universidades del extranjero con doble titulación?



El **73%** de los profesionales ecuatorianos **desconoce** sobre convenio alguno que la ESPOL tenga con universidades del extranjero.

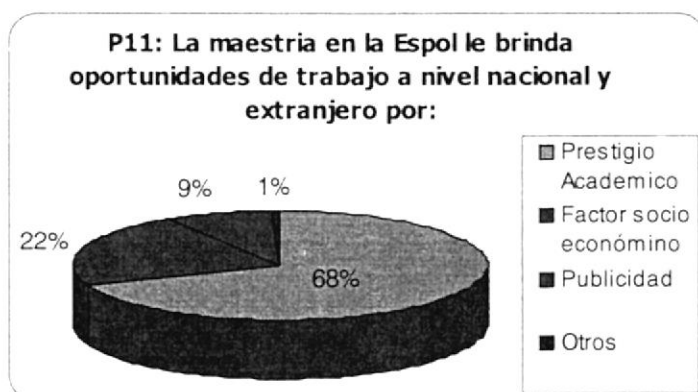
10.- El respaldo que da la ESPOL como alumno, y próximo a tomar una maestría en el aspecto laboral cubre sus expectativas? En que nivel?



El respaldo de la ESPOL hacia el alumno en el aspecto laboral por parte de los profesionales ecuatorianos esta considerado con un **50%** de aceptación

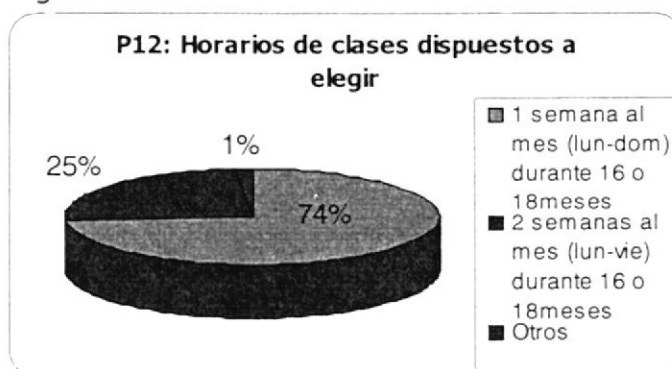
en el mercado es decir que ser estudiante de la ESPOL en las empresas tiene un porcentaje de preferencia.

11.- Cree Ud que al elegir una maestría en la ESPOL-ICHE, le dará a nivel nacional e internacional, mayores oportunidades de trabajo por:



Los profesionales encuestados consideran que las maestrías que brinda la ESPOL dan oportunidades laborales a nivel nacional y extranjero por el **prestigio académico** con un **68%** de la muestra representativa.

12.- De ser su elección: Clases Presenciales. Que horarios de clases estaría dispuesto(a) a elegir?



Los profesionales encuestados que eligieron Clases Presénciales manifiestan con un 74%, que prefieren tomar las clases en un horario de 1 semana al mes (lunes -domingo) durante 16 o 18 meses (48hrs por materia).

4.6 ANÁLISIS DE RESULTADOS

En conclusión, la investigación de mercado muestra que no existe un conocimiento apropiado sobre las maestrías que ofrece la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ICHE), ya que dentro de los 384 profesionales que pertenecen a la muestra manifestaron desconocimiento total acerca de dichas maestrías, inclusive en sus planes de financiamiento y, convenios con universidades del extranjero.

Muestra además que las maestrías actuales no son tan conocidas, ya que una buena parte de los encuestados dijeron no haber escuchado sobre las mismas; esto corrobora uno de los problemas existentes, que es la falta de publicidad y promoción del servicio de clases de post-gradados, por lo que hay que aplicar un plan de mercadeo agresivo para dar a conocerla en el mercado de profesionales.

El resultado mas importante, es la determinación preliminar de la demanda Potencial del mercado total, la misma que esta basada en la formula de ponderación de factores; y tomo como factores relevantes los siguientes: que **68%** de los profesionales encuestados están interesadas en cursar maestrías de la ESPOL por tener Prestigio Académico, también en que el **56.3%** prefiere las clases presénciales y tan solo un **35%** quiere hacer una maestría en universidades nacionales.

$$Q = n \cdot p \cdot q ; \quad B_i = F_1 y_i + F_2 r_i + F_3 p_i + F_4 d_i = 0,531$$

$$Q = 302.596 \cdot 0,531 = 160678,476 \text{ profesionales potencialmente interesados en hacer una maestría en una universidad nacional.}$$

Los resultados de la encuesta se pueden observar en el ANEXO 2.

CAPÍTULO Nº 5

5.- PLAN ESTRATÉGICO Y DE COMERCIALIZACIÓN

5.1 ANÁLISIS FODA

El FODA se basa en dos tipos de análisis:

Análisis interno, en el que se tienen en cuenta las fortalezas y debilidades de la empresa, tomando como referencia, normalmente, las características destacadas de las empresas competidoras.

Análisis externo, en el que se tienen en cuenta las amenazas y oportunidades. Se hace referencia a todos aquellos aspectos provenientes del entorno externo.

Fortalezas

- El producto se encuentra bien posicionado; los postgrados del ICHE tienen gran prestigio y aceptación debido a la alta calidad académica de la institución principal (ESPOL).
- Los Profesores que imparten los programas, son de reconocido prestigio académico y profesional.
- Las Técnicas pedagógicas y de estudio son reconocidas, similares a las aplicadas en las mejores universidades del mundo, garantizando así un correcto aprendizaje y aplicación de los conocimientos.
- Aulas plenamente acondicionadas para un mejor ambiente de estudios.

- Alianzas con instituciones de educación superior de España como lo es el ESIC

Oportunidades

- Incrementar oferta creando mayor variedad de postgrados con doble titulación gracias a acuerdos o alianzas internacionales con más universidades extranjeras.
- Modalidad Online o a distancia.
- Posibilidad de incrementar el tamaño del nicho del mercado; debido a que son relativamente pocas las universidades con la reputación de la ESPOL que estén dictando maestrías.
- Comunicación de tecnología de punta, donde las barreras de distancia y tiempo es cada vez menor, se considera una gran oportunidad de vender el producto en mayor cantidad y a mas destinos geográficos.

Debilidades

- Campus principal y aulas donde se dictan las clases se encuentran alejado del centro de la ciudad.
- Horarios de clases poco favorables ni flexibles para profesionales con trabajos de tiempo completo.
- Poca variedad de Maestrías
- Alto costo. Existen en el mercado local maestrías dictadas en otras universidades a menor valor, igualmente reconocidas por el CONESUP.

Amenazas

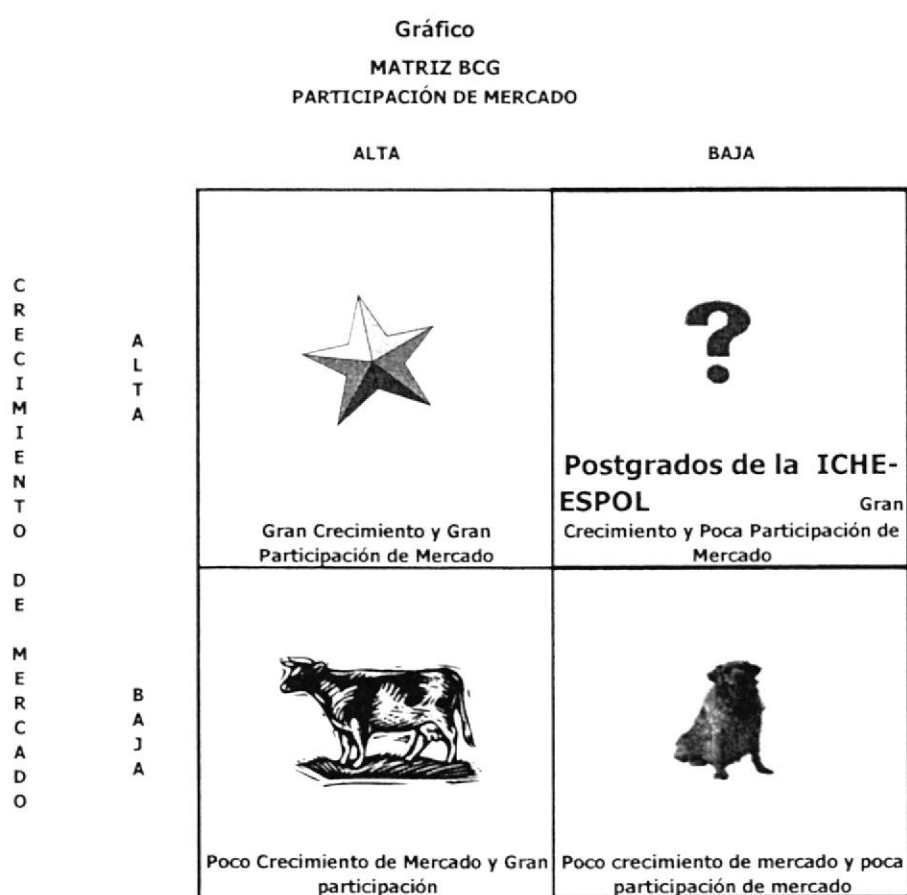
- Economía nacional inestable y disminución de ingresos per-capita que puede influir en el consumidor y por ende dejar la ecuación de 4to nivel en un segundo plano o simplemente desistir de continuar su ecuación superior.
- Tipo de cambio. Debido a que la alianza mas fuerte es con el ESIC (España) pues el tipo de cambio puede encarecer el costo de los postgrados porque esta relacionado con los sueldos de los profesores extranjeros.
- Crecimiento acelerado de competencia con similares propuestas de Postgrados con Doble Titulación.

Del análisis **FODA** surgen las recomendaciones **CAME**:

- **C**orregir las **D**ebilidades.
- **A**frontar las **A**menazas.
- **M**antener las **F**ortalezas.
- **E**xplotar las **O**portunidades.

5.2 MATRIZ CRECIMIENTO-PARTICIPACIÓN - BCG (Boston Consulting Group)

En la matriz BCG se pueden identificar cuatro grupos de productos mercados muy diferentes en términos de objetivos estratégicos prioritarios y en términos de necesidades financieras precisas.

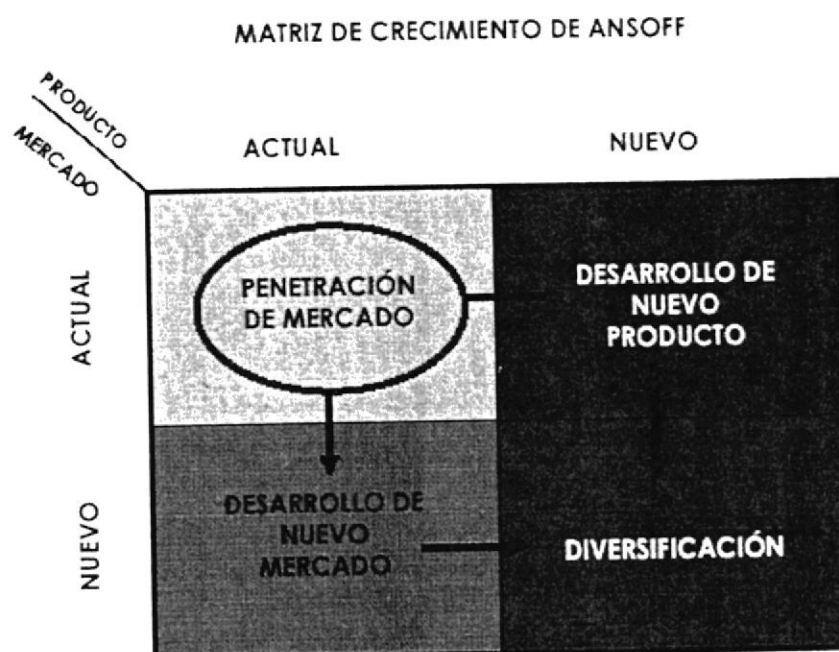


Fuente: Kotler Philip. Dirección de Marketing.

En este caso los Postgrados del ICHE son clasificados como un producto **INTERROGANTE**, ya que tiene baja participación de mercado por ser

relativamente nuevos en el mercado educativo de educación de 4to nivel, pero con una prospectiva de alto crecimiento de mercado.

5.3 MATRIZ ANSOFF.- OPORTUNIDADES PRODUCTO- MERCADO



Debido a que los Postgrados del ICHE son un producto actual en un mercado actual, se encasilla en el 1er cuadrante (Penetración de Mercado), ya que es un producto relativamente nuevo en el mercado de la educación de 4to nivel en el Ecuador, especialmente para la ciudad de Guayaquil.

El primer cuadrante hace referencia a los productos o servicios que el ICHE-ESPOL comercializa en su mercado actual (Guayaquil). La recomendación en

este cuadrante es penetrar el mercado, entendido como alcanzar la cuota de mercado suficiente como para que la empresa se sienta consolidada en el mismo.

Los productos encasillados en este cuadrante se caracteriza por su nivel de seguridad o bajo nivel de riesgo e incertidumbre, ya que las decisiones se toman sobre productos conocidos y controlados por la empresa, orientados a mercados igualmente conocidos y controlados.

Una vez que la empresa alcanza el nivel de consolidación puede plantearse dar el salto hacia el desarrollo de un nuevo producto, o de un nuevo mercado.

Pero para los postgrados de ICHE se recomienda una penetración en el mercado propio. Consiste en el aumento de la participación en los mercados en los que opera y con el mismo formato comercial, pudiendo existir tres caminos para desarrollar esta estrategia:

- 1.- Que los clientes actuales consuman más; este primer punto es nulo, debido a que les poco probable que los profesionales que recién hayan cursado una maestría decidan tomar otra enseguida.
- 2.- Atraer clientes de los competidores
- 3.- Atraer a clientes potenciales que no consumen en la actualidad en este formato comercial (Educación de 4to. Nivel).

Esta estrategia puede desarrollarse a través de un crecimiento interno (se propone poner mas oficinas de información y registro en campus las Peñas y virtuales en la pagina web); o a través de un crecimiento externo (se propone una alianza con el ESPAE).

5.5 MARKETING MIX

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Incrementar las utilidades del Departamento de Postgrados del ICHE en por lo menos un 25%.
- Diseñar una campaña de mercadeo y planeamiento estratégico para lograr un mayor posicionamiento de los postgrados del ICHE y por medio de estas herramientas aprovechar la oportunidad de ingresos perdidos al no haber difundido sus servicios adecuadamente.
- Medir la rentabilidad que genera impulsar la comercialización de la Hostería para el sector turístico.

5.5.1 CONSUMIDOR SATISFECHO (Servicio)

El plan de mercadeo a implementar en el Departamento de Postgrados del ICHE – ESPOL busca extender su participación en el mercado y obtener así mayores ingresos, y eso solo se lograra incrementando en número inscripciones de maestrantes.

Características del Servicio:

- Alto valor educativo e intelectual; ya que posee instructores de basta experiencia docente.
- El maestrante recibirá material de apoyo como carpetas, CDs, copias de los casos y todo lo necesario para un correcto desempeño de las clases.
- La ESPOL –ICHE cuenta con el auditorio de clases, adecuado con Internet inalámbrico, dispositivo OnFocus e interruptores eléctricos para las portátiles, y laboratorios de computación equipados para realizar ejercicios en red.
- Opción de doble titulación internacional en el ESIC (Madrid-España)
- Descuentos para estudiantes graduados de la ESPOL.
- El servicio de logística que ofrece Postgrados del ICHE, es eficiente debido a su atención personalizada a los maestrantes
- Ofrece también el servicio de coffee –break con bocadillos livianos y lunch ejecutivo los días de jornada larga de clases.

5.5.2 COSTO

La estrategia comercial seleccionada para poder cumplir con el objetivo fijado es la de Penetración del Mercado, la cual consiste en fijar los precios de los Postgrados a un nivel relativamente mayor o similar a nuestros competidores, asegurando siempre una educación de Calidad, con los estándares mas altos, manteniendo así la reputación súper valorada de la ESPOL; y la finalidad es

maximizar el número de alumnos en las diferentes Maestrías que ofrece el ICHE-ESPOL.

AL ser un servicio de un costo elevado, se presume que el profesional (cliente) para adquirirlo, ahorra por un periodo de tiempo relativo a sus ingresos y gastos, o también se financia sus estudios de postgrado mediante crédito educativo o de consumo.

El costo de las maestrías del ICHE se encuentra por encima de la media nacional de estudios de postgrados, esto se da principalmente por los profesores extranjeros y la doble titulación. Como ejemplo citaremos a las maestrías de la Universidad estatal de Guayaquil, las mismas que si bien es cierto son mas económicas, no cuentan con los recursos tecnológicos, ni aulas equipadas para un mayor confort y aprendizaje de los alumnos y en lo que respecta al coffe break brindado a los maestrantes, este, es más modesto también.

Comparando estos y muchos beneficios adicionales que cuenta la ESPOL, es que se considera que el monto cobrado es un valor justo y alcanzable para los profesionales de cargo medio-alto, y sobre todo lo que se busca al mantener este precio es que el producto sea de alta calidad y con beneficios de una enseñanza personalizada.

5.5.3 CONVENIENCIA (Plaza y Canales de distribución)

Tanto los clientes actuales como los potenciales pueden llegar a cursar un Postgrado del ICHE –ESPOL a través de:

- Eventos organizados por instituciones educativas, empresas, como ferias de capacitación y estudios.
- Además los profesionales interesados pueden llegar a través de Internet.

Pagina web oficial de la ESPOL, mediante links o directo con la dirección:

(<http://www.iche.espol.edu.ec/icheweb/postgrados.htm>)

Para implementar la estrategia comercial que le permita al Dpto. de Postgrados del ICHE aumentar sus ventas (numero de maestrantes) anualmente, así como su participación de mercado se utilizarán los siguientes métodos:

1. Vía Web: En la página Web de la ESPOL, se creara un link más directo donde se implementará la opción de suscribirse previamente a cualquiera de las maestrías ofrecidas, para facilitar el proceso de compra.
2. Puntos de Venta: Se mantendrá el punto de venta actual; que son las oficinas de Postgrado dentro de la facultad ICHE, dejando así abierta la

posibilidad de que el cliente que desee acercarse al mismo, pueda adquirir algún postgrado, sin que esto signifique que la estrategia de distribución se vaya a realizar principalmente mediante este método.

5.5.4 COMUNICACIÓN

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

La promoción que se utilizará es la publicidad escrita, que es la mas efectiva para el nicho de mercado meta al cual esta dirigido el producto; y también mediante cartas de presentación a empresas con numeroso personal administrativo, promocionando los postgrados del ICHE-ESPOL como alternativa de capacitación de su personal. Esta estrategia tendría mucho éxito ya que actualmente, la promoción que se ha venido desarrollando es mediante prensa y trípticos informativos distribuidos en ferias educativas.

Para la publicidad y promoción, el Dpto. de Postgrados de la ICHE usará principalmente los siguientes medios de comunicación:

Periódicos. Comprenden el segmento de mercado más grande en lo que respecta a datos de publicidad (29%). Tiene muchas ventajas este medio porque

ofrece una cobertura muy extensa del mercado a nivel local, porque casi todos los hogares compran un periódico y el costo por contacto es relativamente bajo.

Principalmente en periódicos que contengan segmentos culturales, educativos y sociales, se publicará media página. En el caso de este proyecto la publicación será en el diario El Universo; en los días previos al inicio de un Postgrado, la publicación será 4 veces por semana ya que por ser un nuevo producto para el ICHE, se tiene que hacer una campaña agresiva.

Correspondencia física y electrónica. Es el medio masivo mas personal e individualizado de todos, también es el mas selectivo, ya que cada contacto se hace en forma individual o en un grupo que comparten un enlace común; por este motivo Postgrados del ICHE distribuirá cartas de presentación y brochures promocionando los Postgrados, principalmente a los ejecutivos de empresas, ex alumnos del ICHE que pudiesen considerarse clientes potenciales e interesados en continuar sus estudios.

Así como correspondencia vía electrónica a la base de correos que cuenta la ESPOL y otras bases proporcionadas por empresas especializadas en comercio electrónico para distribuir lo mas certeramente posible al mercado objetivo (profesionales).

Pagina WEB. Se realizará un rediseño de la página web de la ESPOL- ICHE con una nueva imagen corporativa. Además de accesos mas simples y directos a la información general de los postgrados del ICHE, la pagina debe tener la opción de registrarse como alumno o interesado y dar facilidades de pago como una cuenta de ahorros o pagos web. Con esta sencilla y económica innovación del site web, se conseguirá retroalimentar la base de datos de clientes potenciales, y en el caso del registro y pago vía web, pues se ahorrara tiempo valioso de los futuros y actuales maestrantes y al Dpto. de Postgrados.

Radio. Presta servicios a los mercados locales y ofrece una cobertura local amplia para todos los anunciantes y, además, es muy selectiva. Las ventajas es que constituye un medio publicitario relativamente barato; las desventajas, al igual que los mensajes de televisión, los de radio solo duran segundos y, puesto que solo atraen el sentido del oído, los que requieren del efecto visual no se pueden comunicar por radio.

Durante los 3 primeros meses anteriores al inicio de clases se pondrá una cuña de radio entre 3 o 4 veces diarias en estaciones de radios serias y segmentadas principalmente a radioescuchas adultos preferiblemente profesionistas y con intereses sociales y culturales. Las radios seleccionadas para esta difusión son: Radio City (BBC), Radio Disney y finalmente en radio Sonorama.

CAPÍTULO N° 6

6.- ANÁLISIS FINANCIERO Y PRESUPUESTO DE MERCADEO

6.1 PRESUPUESTO DE MERCADEO

De acuerdo a las estrategias promocionales y publicitarias, que va a realizar Postgrados del ICHE para cumplir sus objetivos de mercadeo, se han presupuestado los siguientes gastos:

Publicidad Agresiva por los 3 meses previos al inicio del Postgrado		
Detalle	Costo al mes	TOTAL
TC Televisión, prog. El Mañanero (22 menciones graf)	\$1,848.00	\$3,696.00
Folletos trípticos, full color (5000u)		\$1,600.00
Public. x Internet masiva a bases de correos Mcdo Objetivo	\$90.00	\$270.00
Propaganda Televisiva Ecuavisa	\$3,656.80	\$3,656.80
Diario El universo Anuncios en G.Gquil mensuales a color	\$2,749.60	\$2,749.60
Revistas Empresariales "América Economía" (1/2pag)	\$1,232.00	\$1,232.00
Telemarketing directo a estudiantes politécnicos graduados	\$1,200.00	\$1,200.00
Total		\$14,404.40

Elaborado por las autoras

Publicidad resto del Año		
Detalle	Costo al mes	TOTAL
Radio (3 cuñas, 3 menciones x programa noticiero)	\$336.00	\$3,024.00
Revistas Empresariales (1pag)	\$672.00	\$2,016.00
Public. x Internet masiva a bases de correos Mcdo Objetivo	\$90.00	\$540.00
Revistas Hogar - Vistazo (1/4 pag)	\$246.40	\$1,232.00
Total		\$6,812.00

Elaborado por las autoras

6.2 ANÁLISIS FINANCIERO

6.2.1 FLUJO DE CAJA INCREMENTAL

La proyección del Flujo de Caja constituye un elemento importante para este proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará de acuerdo a estos resultados. La información para la realización de esta proyección ha sido obtenida a través de los estudios de mercados, análisis de la demanda y plan de mercadeo, desarrollados con anterioridad.

Para la elaboración de un flujo de caja en empresas que ya están en funcionamiento se pueden usar dos procedimientos alternativos. El primero, consiste en proyectar por separado los ingresos y egresos relevantes de la situación actual y de la situación nueva. El otro, busca proyectar el flujo incremental en ambas situaciones. Ambas alternativas conducen a idénticos resultados. El método de Flujo Incremental es el que se utilizará para la evaluación del proyecto.

A partir del plan de mercadeo para el proyecto se establecieron algunos rubros como Inversión Inicial, en los mismos que el ICHE incurrirá una sola vez y serán necesarios antes de poner en marcha el proyecto.

A continuación el detalle de la Inversión Inicial:

INVERSION INICIAL DE MERCADEO	
Cartas de Presentación	\$ 104,36
Diseño de Folletos	\$ 155,00
Impresión de Folletos	\$ 959,84
Contratación temporal de asist. Telemarketing	\$ 630,00
Banners y Pedestales publicitarios para material POP	\$ 589,73
ReDiseño de la página web agregar base e ingreso d datos	\$ 2.850,00
TOTAL	\$5.288,93

Este Flujo de Caja muestra el desarrollo del proyecto para los próximos cinco años.

Se detalla los gastos anuales en inversión de **Publicidad y Comercialización** para los próximos 5años creciendo en 7%, 9%, 12% y 15%.

Total Año 2008- Publicidad	\$21,216.40
Total Año 2009- Publicidad	\$22,701.55
Total Año 2010- Publicidad	\$24,744.69
Total Año 2011- Publicidad	\$27,714.05
Total Año 2012- Publicidad	\$31,871.16

Los datos para la construcción del mismo fueron obtenidos por medio de las siguientes condiciones:

- 1 Participación de Mercado: Para el primer año proyectado (2008), el incremento será del 25%, alto debido al plan de mercadeo, pero sin embargo es un crecimiento pequeño en comparación al crecimiento del 78% manifestado del 2006 al 2007 que ya se estableció el producto en el ICHE. Y para los años siguientes (2009- 2012) los **ingresos por subcentro Postgrados ICHE** aumentarán a 8%, 12%, 15% y 17% respectivamente debido al crecimiento en el número de profesionales.
- 2 Se ha establecido un incremento en los gastos fijos y de ventas de Maestrías, los rubros afectados son: **Bienes y Servicios de consumo**, exceptuando el plan de mercadeo; y los **Bienes de uso y consumo Corriente**; para los 5 años proyectados en: 7%, 9%, 12%, 13% y 15% respectivamente para cada periodo.
- 3 Para los valores de sueldos denominado en el flujo como **Gastos en Personal** se estableció un incremento anual fuerte para los periodos de proyección (2008- 2012) debido a que muchos de los profesores son

extranjeros y sus sueldos son en otras divisas (Euros) diferentes al dólar, que es la moneda local y se debe considerar el tipo de cambio en este rubro en especial. Por lo tanto el crecimiento porcentual será de un: 9, 12, 15, 17 y 20 por ciento anual respectivo.

FLUJO DE CAJA CON PROYECTO	POSTGRADOS ICHE					
	2006 ^p	2007 ^r	2008 ^p	2009 ^p	2010 ^p	2011 ^p
INGRESOS POR SUBCENTRO	132.268,05	612.471,25	766.699,35	828.035,29	927.399,53	1.066.509,46
MATRICULAS Y EXAMENES EN ESTABLEC. EDUCA	122.133,34	594.599,06	743.248,83	802.708,73	899.033,78	1.033.888,85
NUMERO DE MAESTRANTES	23	112	140	151	170	195
MATERIAS REPROBADAS	4.850,00	9.600,00	12.000,00	12.960,00	14.515,20	16.692,48
DERECHO PROCESOS DE GRADUACION	1.260,00	8.160,00	10.200,00	11.016,00	12.337,92	14.188,61
VENTA DE TEXTOS, LIBROS Y FOLLETOS	-	0	-	-	-	-
INTERESES EN CUENTAS CORRIENTES	-	0	-	-	-	-
INDEMNIZACIONES POR SINIESTROS	-	0	-	-	-	-
POR INCUMPLIMIENTO EN CONTRATOS DE BECA	4.001,67	-	1.250,52	1.350,56	1.512,63	1.739,53
GASTOS EN PERSONAL	46.750,81	75.929,88	72.758,20	81.489,18	93.712,56	109.643,69
ADMINISTRATIVOS	1.687,53	0	919,70	1.030,07	1.184,58	1.385,96
NOMBRAMIENTOS	335,06	0	182,61	204,52	235,20	275,18
HONORARIOS ADMINISTRATIVOS	-	20.381,07	11.107,68	12.440,61	14.306,70	16.738,83
HONORARIOS DOCENTES	44.728,22	55.548,81	60.548,20	67.813,99	77.986,09	91.243,72
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	42.632,33	59.252,21	82.756,47	89.780,23	99.872,81	112.608,82
TELECOMUNICACIONES	2.243,97	0	1.200,52	1.308,57	1.465,60	1.656,13
SERVICIO DE CORREO	212,00	-	113,42	123,63	138,46	156,46
TRANSPORTE DE PERSONAL	273,92	827,92	885,87	965,60	1.081,48	1.222,07
PILETES Y MANIOBRAS	-	-	-	-	-	-
IMPRESION, REPRODUCCION Y PUBLICACION	901,64	647,22	692,53	754,85	845,44	955,34
ESPECTACULOS CULTURALES Y SOCIALES	-	160,00	85,60	93,30	104,50	118,09
INVERSION EN PUBLICIDAD Y COMERCIALIZACION	11.617,20	12.566,02	13.445,64	14.655,75	16.414,44	18.548,32
SERVICIO DE ASEO	-	9.847,50	10.536,83	11.485,14	12.863,36	14.535,59
OTROS SERVICIOS GENERALES	-	738,58	790,28	861,41	964,77	1.090,20
PASAJES AL INTERIOR	-	738,58	790,28	861,41	964,77	1.090,20
PASAJES AL EXTERIOR	3.701,90	5.629,10	6.023,14	6.565,22	7.353,05	8.308,94
VIATICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL INTERIOR	-	57,50	61,53	67,06	75,11	84,87
VIATICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL EXTERIOR	1.162,50	2.912,70	3.116,59	3.397,08	3.804,73	4.299,35
EDIFICIOS, LOCALES Y RESIDENCIAS	3.019,50	3.886,60	4.158,66	4.532,94	5.076,89	5.736,89
MOBILIARIOS	-	-	-	-	-	-
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	-	1.202,50	1.286,68	1.402,48	1.570,77	1.774,97
OTRAS INSTALACIONES, MANTENIMIENTOS Y RE	-	-	-	-	-	-
VEHICULOS	-	-	-	-	-	-
EDIFICIOS, LOCALES Y RESIDENCIAS	-	-	-	-	-	-
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	-	55,00	58,85	64,15	71,84	81,18
CONSULTORIA, ASESORIA E INVEST. ESPECIAL	19.499,70	14.694,06	18.293,66	19.940,09	22.332,90	25.236,18
SERVICIO DE CAPACITACION	-	-	-	-	-	-
ARRENDAMIENTO Y LICENCIAS DE USO DE PAQU	-	-	-	-	-	-
MANTENIMIENTO DE SISTEMAS INFORMATICOS	-	-	-	-	-	-
BIENES DE USO Y CONSUMO CORRIENTE	14.743,36	16.782,77	19.009,39	20.530,14	22.583,16	25.293,13
ALIMENTOS Y BEBIDAS	9.345,70	8.916,35	9.540,49	10.399,14	11.647,04	13.161,15
VESTUARIO Y PRENDAS DE PROTECCION	-	32,73	35,02	38,17	42,75	48,31
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	39,21	230,40	246,53	268,72	300,96	340,09
MATERIALES DE OFICINA	1.385,75	4.117,09	4.405,29	4.801,76	5.377,97	6.077,11
MATERIALES DE ASEO	444,40	1.021,55	1.093,06	1.191,43	1.334,41	1.507,88
MATERIALES DE IMPRESION Y FOTOGRAFIA	-	91,54	97,95	106,76	119,57	135,12
MATERIALES DE CONSTRUCCION, ELECTRICO, P	775,76	265,87	284,48	310,08	347,28	392,44
MATERIALES DIDACTICOS	-	1.080,55	1.156,19	1.260,25	1.411,47	1.594,97
REPUESTOS Y ACCESORIOS	1,40	241,58	258,49	281,75	315,57	356,59
OTROS DE USO Y CONSUMO	2.751,14	785,11	1.891,89	2.062,16	2.309,62	2.609,87
OTROS GASTOS	536,20	75,45	367,07	458,84	578,14	740,01
SEGUROS	14,46	69,45	84,73	105,91	133,45	170,81
COMISIONES BANCARIAS	521,74	6	282,34	352,93	444,69	569,20
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	-	-	-	-	-	-
AL SECTOR PRIVADO NO FINANCIERO	16.054,51	12.415,29	13.036,05	14.078,94	15.486,83	17.345,25
OBRAS PUBLICAS	-	600,00	642,00	699,78	783,75	885,64
CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES	-	600,00	642,00	699,78	783,75	885,64
TRANSFERENCIAS PARA INVERSION	-	-	-	-	-	-
ACTIVOS DE LARGA DURACION	1.563,81	15.925,00	9.356,51	10.198,60	11.422,43	12.907,35
MOBILIARIOS	1.563,81	495,00	1.101,46	1.200,60	1.344,67	1.519,47
EQUIPO Y MAQUINARIA	-	15.250,00	8.158,75	8.893,04	9.960,20	11.255,03
EQUIPOS SISTEMAS Y PAQUETES INFORMATICOS	-	-	-	-	-	-
LIBROS Y COLECCIONES	-	180,00	96,30	104,97	117,56	132,85
PARTES Y REPUESTOS	-	-	-	-	-	-
AMORTIZACION DE LA DEUDA PUBLICA	-	-	-	-	-	-
AL SECTOR PRIVADO NO FINANCIERO	903,24	-	483,23	526,72	589,93	666,62
GASTOS FINANCIEROS	-	-	-	-	-	-
SECTOR PRIVADO NO FINANCIERO	-	-	-	-	-	-
TOTAL EGRESOS POR SUBCENTRO	123.184,26	180.980,66	198.408,93	217.762,43	245.029,60	280.090,53
FLUJO NETO	9.083,79	431.490,59	568.290,42	610.272,87	682.369,93	786.418,93

6.2.2 ANÁLISIS DEL VALOR ACTUAL NETO

La idea del VAN es actualizar todos los flujos futuros al periodo inicial, compararlo para verificar que los beneficios son mayores que los costos. Si los beneficios actualizados son mayores que los costos actualizados, significa que la rentabilidad del proyecto es mayor que la tasa de descuento, de lo que se puede concluir que es conveniente invertir en esa alternativa.

Para obtener el VAN de un proyecto se debe considerar obligatoriamente una tasa de descuento, que ICHE la fijó de la siguiente manera:

- Rendimiento de la Inversión a cinco en bancos: 5%
- Tasa de inflación estimada: 5%

- Tasa de descuento Mínima Requerida: 10%

Para el proyecto en estudio, aplicando una tasa de descuento del 10% a los flujos diferenciales obtenidos del análisis del flujo de caja Incremental, se obtiene el siguiente Valor Actual Neto:

Inversión Inicial	-\$5.288,93
FC Año 1	\$81.003,00
FC Año 2	\$81.273,49
FC Año 3	\$111.012,49
FC Año 4	\$165.136,54
FC Año 5	\$249.167,31

$$\text{VAN} = \$442.206,76$$

Este resultado indica que el proyecto rinde lo que la ESPOL y el ICHE exigen a la inversión, que se va a realizar con la finalidad de mejorar la unidad de negocio de maestrías del ICHE (Dpto. de Postgrados) dentro de la ESPOL como elemento de análisis individual.

6.2.3 TASA INTERNA DE RETORNO

El criterio de la Tasa Interna de Retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los

desembolsos expresados en moneda actual. La TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero.

Estas definiciones son acotadas como respaldo teórico únicamente, ya que no hay inversionistas, tan solo se quiere asegurar el éxito de la inversión para el Dpto. de Postgrados del ICHE e incrementar sus ventas.

Aplicando la fórmula de la Tasa de Interna de Retorno al proyecto, se obtuvo como resultado lo siguiente:

$$\mathbf{TIR = 129\%}$$

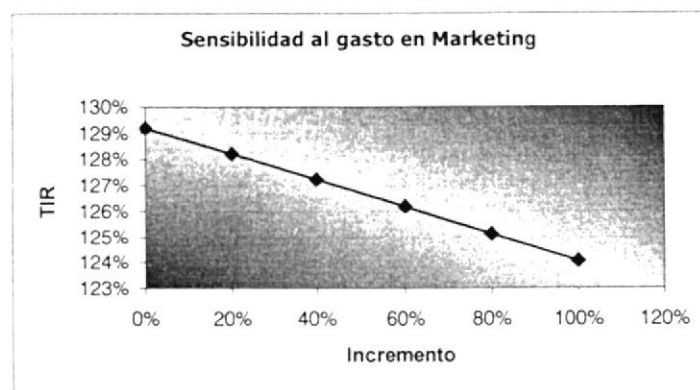
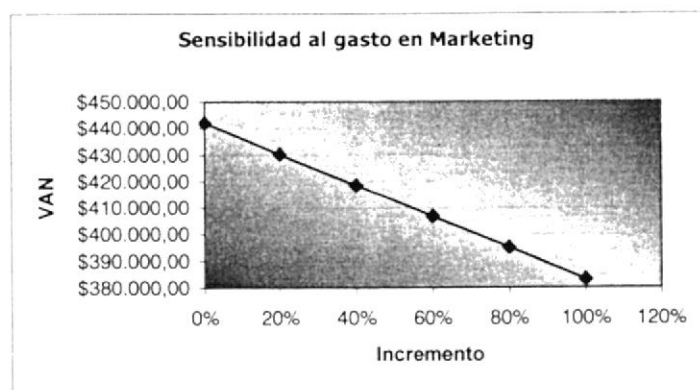
Al ser la TIR mayor que la tasa de descuento, significa que el proyecto es conveniente.

6.2.4 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Para este análisis se tomo 3 variables a ser sensibilizadas. Se procedió a hacerle variación porcentual a las siguientes:

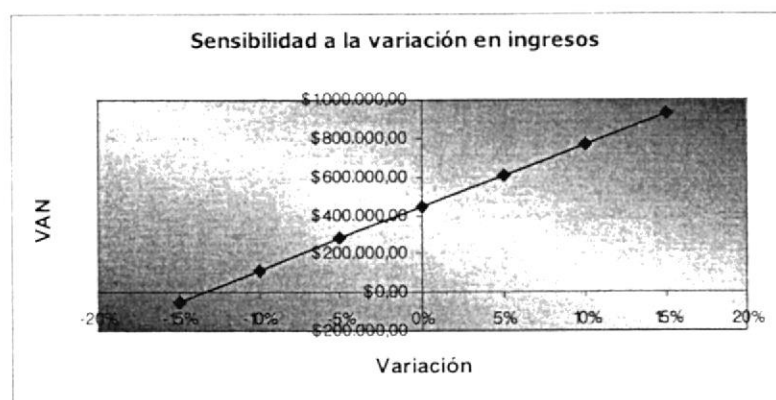
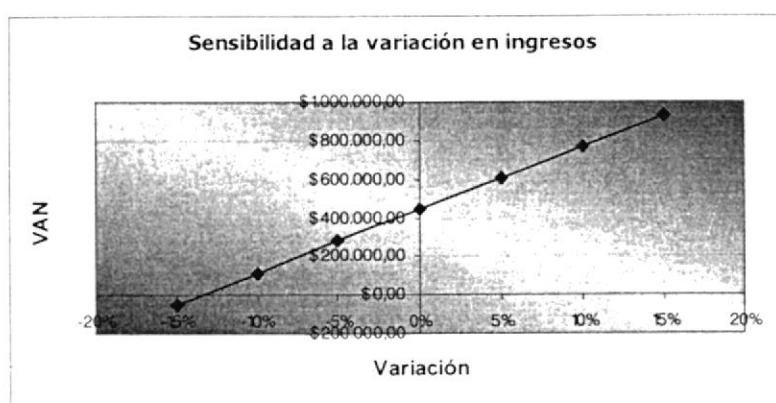
- *Al incremento en gasto en marketing previo al inicio de las maestrías*

Incremento	VAN	TIR
0%	\$442.206,76	129%
+20%	\$430.435,53	128%
+40%	\$418.664,30	127%
+60%	\$406.893,08	126%
+80%	\$395.121,85	125%
+100%	\$383.350,62	124%



- A la variación en Ingresos anuales esperados por matrículas

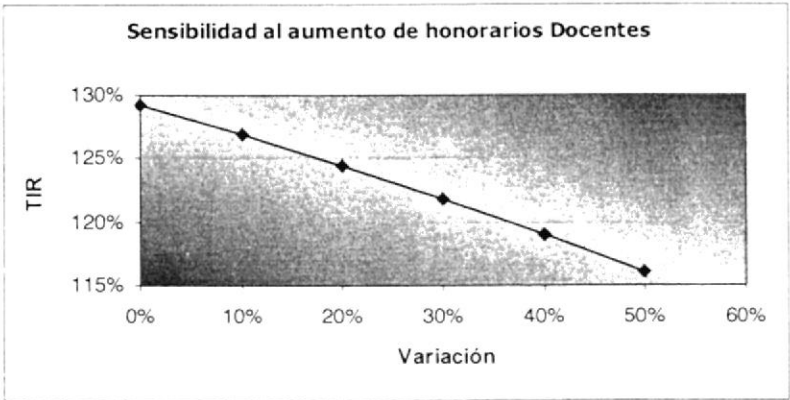
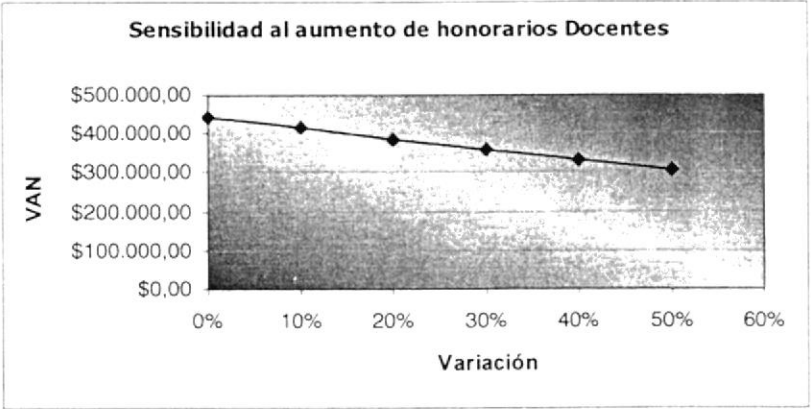
Variación	VAN	TIR
-15%	-\$46.156,56	-4%
-10%	\$116.631,21	81%
-5%	\$279.418,99	113%
0%	\$442.206,76	129%
+5%	\$604.994,53	141%
+10%	\$767.782,31	151%
+15%	\$930.570,08	159%



* Claramente el ejercicio demuestra que la variable mas sensible sobre el VAN y el TIR es los Ingresos por concepto de matrículas y mensualidades. El punto donde el van se hace 0 es con una disminución del **-13.5822%** sobre los ingresos.

- *Al aumento en los Honorarios del personal Docente del departamento de Postgrados.*

Variación	VAN	TIR
0%	\$442.206,76	129%
+10%	\$414.935,18	127%
+20%	\$387.663,59	124%
+30%	\$360.392,01	122%
+40%	\$333.120,42	119%
+50%	\$305.848,84	116%



7.- SÍNTESIS Y CONCLUSIONES

En una investigación como la que se presenta, sus conclusiones pueden ser obtenidas de una forma sistemática a través de los capítulos que la componen. Es así que se intenta exponer en pocas líneas como es la administración, situación actual y Con proyecto del Dpto. de Postgrados del ICHE y se enfoca particularmente en un plan de promoción de las maestrías como producto comercial tanto nacional como internacionalmente. En este sentido se presentan las siguientes conclusiones:

- El ICHE al ser una facultad de la ESPOL, tiene mucho prestigio y trascendencia, por lo tanto no es complicado en absoluto asesorarlos para crear un buen plan de marketing, debido a su posicionamiento en el mercado. Determinar cuáles son los posibles mercados objetivos para sus postgrados y donde pueden tener una mejor acogida.

Como prueba fehaciente de la falta de difusión de su producto (tres tipos de maestrías) que le hace a esta institución, se encuentra en la encuesta realizada para este trabajo (pag. 61).

- Postgrados del ICHE, después de realizar el Análisis FODA, se pueden resaltar unos puntos importantes:

Debido a que la universidad es cada vez más reconocida a nivel

internacional por su sistema educativo y calidad de profesionales que salen de la misma. La globalización y las comunicaciones de tecnología de punta, facilitarían la introducción a nuevos mercados internacionales.

La debilidad a resaltar es la poca disposición en los horarios para los alumnos, los mismos que generalmente son profesionales con horarios laborales exigentes; las clases presenciales en la actualidad son poco flexibles.

- ✦ Debido a la corrupción y desorganización que vive el país respecto al gobierno y sus políticas de administración, no existe un inventario del patrimonio nacional universitario, lo cual impide de inicio conocer en qué han sido utilizados los recursos asignados por el estado a través de su presupuesto, no solo a las entidades públicas, sino a aquellas privadas que son cofinanciadas por el estado. De otra parte ha existido una falta total de coordinación entre instituciones, que ha trascendido a los organismos de representación y coordinación nacional como el CONESUP y el CONEA.
- ✦ Una de las principales conclusiones que se puede hablar sobre el ICHE es su falta de explotación de los recursos tecnológicos que posee, para hacer una mayor y más efectiva campaña de

publicidad de sus postgrados; ya que estas herramientas además de económicas son muy efectivas para llegar a sus bases de datos de ex alumnos y demás profesionales ecuatorianos para comenzar y posteriormente hacerse conocer a nivel internacional. En la actualidad una videoconferencia, un e-mail y un sitio web son vitrinas que una empresa dispone para poner sus productos al mundo ya que da a conocer en donde se encuentra y cuáles son sus potencialidades.

En conclusión, el ICHE y sus tres maestrías han demostrado que tienen innumerables recursos, además del nivel educativo para poder posicionarse en primera instancia en el mercado ecuatoriano en el segmento de educación de 4to nivel. Tomando en cuenta lo antes mencionado, podemos consumir que las maestrías impartidas por el ICHE son un producto muy competitivo, y lo será aun más con las herramientas de mercadotecnia y publicidad adecuadas y propuestas en esta tesis.

8.- BIBLIOGRAFÍA

- CONESUP - CONSEJO NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR – ECUADOR; consulta en su Pág. Web: www.conesup.net/
- IECE; consulta en su Pág. Web: www.iece.fin.ec/
- Banco Central del Ecuador – pag. web y boletines
- INEC: consulta en su Pág. Web: www.inec.gov.ec/
- Gray Douglas, Cyr Donald, “Marketing de Productos”, Cuadernos Granica, 3ra. edición, España 1998.
- Christopher H. Lovelock, “Mercadotecnia de Servicios”, Pearson Prentice Hall, 3ra. edición, México 1997.
- Nassir Sapag Chain, libro “Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa”
- Gabriel Baca Urbina, libro “Evaluación de Proyectos”, Mc Graw – Hill Interamericana, 3ra. edición, México 1995.
- Papers y reseñas de los profesores de la ESPOL y ESIC. Así como demás material impartido en la maestría.

9.- ANEXOS

- a)** Flujos de caja (diferentes situaciones de la empresa)
- b)** Encuestas y demás documentos utilizado en en estudio de mercado.

ANEXOS

SUBCENTROS DE COSTOS	MAEDE		MAESTRIA MKT & CE		DOCENCIA		DIPLOMADOS		TOTAL	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007
FLUJO REAL de Sept 2006 a Sept 2007	15,059.62	37,591.42	84,277.04	52,428.81	18,325.22	644.19	5,519.19	2,520.00	46,750.81	75,929.88
TOTAL INGRESOS POR SUBCENTRO	10,209.62	37,111.42	84,277.04	52,428.81	18,325.22	644.19	5,519.19	2,520.00	46,750.81	75,929.88
MATRICULAS Y EXAMENES EN ESTABLEC. EDUC.	4,850.00	0.00	84,277.04	52,428.81	18,325.22	644.19	5,519.19	2,520.00	46,750.81	75,929.88
MATERIAS REPROBADAS	0.00	480.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
DERECHO PROCESOS DE GRADUACION	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
VENTA DE TEXTOS, LIBROS Y FOLLETOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
INTERESES EN CUENTAS CORRIENTES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
INDEMNIZACIONES POR SINIESTROS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
POR INCUMPLIMIENTO EN CONTRATOS DE BECA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GASTOS EN PERSONAL	4,450.49	20,336.88	18,455.91	52,428.81	18,325.22	644.19	5,519.19	2,520.00	46,750.81	75,929.88
ADMINISTRATIVOS	0.00	0.00	1,687.53	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,687.53	0.00
NOMBAMIENTOS	0.00	0.00	335.06	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	335.06	0.00
HONORARIOS ADMINISTRATIVOS	0.00	19,796.88	0.00	0.00	0.00	584.19	0.00	0.00	0.00	20,381.07
HONORARIOS DOCENTES	4,450.49	540.00	16,433.32	52,428.81	18,325.22	60.00	5,519.19	2,520.00	44,728.22	55,548.81
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO.	8,885.20	1,775.02	19,109.13	47,185.58	3,316.90	4,264.10	11,321.10	0.00	42,632.33	53,224.70
TELECOMUNICACIONES	-	-	2,243.97	-	-	-	-	-	2,243.97	-
SERVICIO DE CORREO	-	-	212.00	-	-	-	-	-	212.00	-
TRANSPORTE DE PERSONAL	-	-	273.92	827.92	-	-	-	-	273.92	827.92
IMPRESION, REPRODUCCION Y PUBLICACION	-	-	816.74	647.22	84.90	-	-	-	901.64	647.22
ESPECTACULOS CULTURALES Y SOCIALES	-	-	-	160.00	-	-	-	-	-	160.00
DIFUSION, INFORMACION Y PUBLICIDAD	2,753.60	1,775.02	-	7,282.00	2,530.00	3,509.00	6,333.60	-	11,617.20	12,566.02
SERVICIO DE ASEO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OTROS SERVICIOS GENERALES	-	-	-	9,847.50	-	-	-	-	-	9,847.50
PASAJES AL INTERIOR	-	-	-	385.58	-	353.00	-	-	-	738.58
PASAJES AL EXTERIOR	1,031.90	-	-	5,629.10	702.00	-	1,968.00	-	3,701.90	5,629.10
VIATICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL INTERIOR	-	-	-	57.50	-	-	-	-	-	57.50
VIATICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL EXTERIOR	-	-	1,162.50	2,912.70	-	-	-	-	1,162.50	2,912.70
EDIFICIOS, LOCALES Y RESIDENCIAS	-	-	3,677.00	-	-	209.60	3,019.50	-	3,019.50	3,886.60
MOBILIARIOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MAQUINARIAS Y EQUIPOS.	-	-	-	1,065.00	-	137.50	-	-	-	1,202.50
OTRAS INSTALACIONES, MANTENIMIENTOS Y RE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VEHICULOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EDIFICIOS, LOCALES Y RESIDENCIAS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	-	-	-	-	-	55.00	-	-	-	55.00
CONSULTORIA, ASESORIA E INVEST ESPECIAL.	5,099.70	-	14,400.00	14,694.06	-	-	-	-	19,499.70	14,694.06
SERVICIO DE CAPACITACION	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ARRENDAMIENTO Y LICENCIAS DE USO DE PAQU	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MANTENIMIENTO DE SISTEMAS INFORMATICOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
BIENES DE USO Y CONSUMO CORRIENTE	444.04	1,110.48	5,355.82	13,655.49	2,574.20	632.80	6,369.30	1,384.00	14,743.36	16,782.77
ALIMENTOS Y BEBIDAS	247.90	-	2,957.00	7,435.05	1,289.80	97.30	4,851.00	1,384.00	9,345.70	8,916.35
VESTUARIO Y PRENDAS DE PROTECC	-	-	-	32.73	-	-	-	-	-	32.73
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	-	-	39.21	230.40	-	-	-	-	39.21	230.40
MATERIALES DE OFICINA	-	1,001.48	1,168.75	2,742.11	88.00	373.50	129.00	-	1,385.75	4,117.09
MATERIALES DE ASEO	-	72.60	444.40	948.95	-	-	-	-	444.40	1,021.55
MATERIALES DE IMPRESION Y FOTOGRAFIA	-	7.00	-	84.54	-	-	-	-	-	91.54
MATERIALES DE CONSTRUCCION, ELECTRICO, P	-	-	586.46	265.87	-	-	189.30	-	775.76	265.87
MATERIALES DIDACTICOS	-	-	-	1,080.55	-	-	-	-	-	1,080.55
REPUESTOS Y ACCESORIOS	-	-	-	79.58	-	-	-	-	-	241.58
OTROS DE USO Y CONSUMO	196.14	29.40	160.00	755.71	1.40	162.00	1,200.00	-	1.40	785.11
OTROS GASTOS	49.46	69.45	483.34	6.00	3.40	0.00	0.00	0.00	536.20	75.45
SEGUROS	14.46	69.45	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	14.46	69.45
COMISIONES BANCARIAS	35.00	0.00	483.34	6.00	3.40	0.00	0.00	0.00	521.74	6.00
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	2,332.00	4,800.00	11,475.71	7,615.29	1,600.00	0.00	646.80	0.00	16,054.51	12,415.29
AL SECTOR PRIVADO NO FINANCIERO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OBRAS PUBLICAS	0.00	600.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TRANSFERENCIAS PARA INVERSION	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
BECAS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ACTIVOS DE LARGA DURACION	0.00	0.00	0.00	15,925.00	0.00	0.00	1,563.81	0.00	1,563.81	15,925.00
MOBILIARIOS	-	-	-	495.00	-	-	1,563.81	-	-	495.00
EQUIPO Y MAQUINARIA	-	-	-	15,250.00	-	-	-	-	-	15,250.00
EQUIPOS SISTEMAS Y PAQUETES INFORMATICOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
LIBROS Y COLECCIONES	-	-	-	180.00	-	-	-	-	-	180.00
AMORTIZACION DE LA DEUDA PUBLICA	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
AL SECTOR PRIVADO NO FINANCIERO.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GASTOS FINANCIEROS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SECTOR PRIVADO NO FINANCIERO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL EGRESOS POR SUBCENTRO	16,161.19	28,691.83	55,783.15	136,816.17	25,819.72	5,541.09	25,420.20	3,904.00	123,184.26	174,953.09
FLUJO NETO	-1,101.57	8,899.59	28,493.89	437,951.47	-6,350.62	-5,541.09	-11,980.95	-3,904.00	9,060.75	437,405.97

* Datos brindados por el Dpto financiero del ICHÉ

ANEXO

ESTADO DE CAJA SITUACION BASE	POSTGRADOS ICHE						
	2006r	2007r	2008p	2009p	2010p	2011p	2012p
INGRESOS POR SUBCENTRO	132,245.01	612,359.06	656,294.64	708,798.21	765,502.07	834,397.26	909,493.0
TRICULAS Y EXAMENES EN ESTABLEC. EDUCA	122,133.34	594,599.06	636,220.99	687,118.67	742,088.17	808,876.10	881,674.9
HERO DE MAESTRANTES	23	112	120	130	140	153	16
ERIAS REPROBADAS	4,850.00	9,600.00	10,272.00	11,093.76	11,981.26	13,059.57	14,234.9
ECHE PROCESOS DE GRADUACION	1,260.00	8,160.00	8,731.20	9,429.70	10,184.07	11,100.64	12,099.7
ITA DE TEXTOS, LIBROS Y FOLLETOS	-	0	-	-	-	-	-
ERESES EN CUENTAS CORRIENTES	-	0	-	-	-	-	-
EMNIZACIONES POR SINIESTROS	-	0	-	-	-	-	-
INCUMPLIMIENTO EN CONTRATOS DE BECA	4,001.67	0	1,070.45	1,156.08	1,248.57	1,360.94	1,483.4
INGRESOS EN PERSONAL	46,750.81	75,929.88	69,734.22	75,255.92	83,227.48	93,581.34	107,108.5
ADMINISTRATIVOS	1,687.53	0	590.64	634.93	688.90	754.35	841.1
ABRAMIENTOS	335.06	0	117.27	126.07	136.78	149.78	167.0
VORARIOS ADMINISTRATIVOS	-	20,381.07	10,700.06	11,502.57	12,480.28	13,665.91	15,237.4
VORARIOS DOCENTES	44,728.22	55,548.81	58,326.25	62,992.35	69,921.51	79,011.31	90,863.0
INGRESOS Y SERVICIOS DE CONSUMO.	42,632.33	53,224.70	56,953.36	60,085.80	63,991.37	69,110.68	76,021.7
ECOMUNICACIONES	2,243.97	0	785.39	828.59	882.44	953.04	1,048.3
VICIO DE CORREO	212.00	-	74.20	78.28	83.37	90.04	99.0
NSPORTE DE PERSONAL	273.92	827.92	385.64	406.85	433.30	467.96	514.7
TES Y MANIOBRAS	-	-	-	-	-	-	-
RESION, REPRODUCCIÓN Y PUBLICACION	901.64	647.22	679.58	716.96	763.56	824.65	907.1
ECTACULOS CULTURALES Y SOCIALES	-	160.00	84.00	88.62	94.38	101.93	112.1
USION, INFORMACION Y PUBLICIDAD	11,617.20	12,566.02	13,194.32	13,920.01	14,824.81	16,010.79	17,611.8
tos por Publicidad Adicional***	-	-	-	-	-	-	-
VICIO DE ASEO	-	9,847.50	10,339.88	10,908.57	11,617.63	12,547.04	13,801.7
OS SERVICIOS GENERALES	-	738.58	775.51	818.16	871.34	941.05	1,035.1
AJES AL INTERIOR	-	738.58	775.51	818.16	871.34	941.05	1,035.1
AJES AL EXTERIOR	3,701.90	5,629.10	5,910.56	6,235.64	6,640.95	7,172.23	7,889.4
TICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL INTERIOR	-	57.50	60.38	63.70	67.84	73.26	80.5
TICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL EXTERIOR	1,162.50	2,912.70	3,058.34	3,226.54	3,436.27	3,711.17	4,082.2
FICIOS, LOCALES Y RESIDENCIAS	3,019.50	3,886.60	4,080.93	4,305.38	4,585.23	4,952.05	5,447.2
BILIARIOS	-	-	-	-	-	-	-
QUINARIAS Y EQUIPOS.	-	1,202.50	1,262.63	1,332.07	1,418.65	1,532.15	1,685.3
IAS INSTALACIONES, MANTENIMIENTOS Y RE	-	-	-	-	-	-	-
ICULOS	-	-	-	-	-	-	-
FICIOS, LOCALES Y RESIDENCIAS	-	-	-	-	-	-	-
QUINARIAS Y EQUIPOS	-	55.00	57.75	60.93	64.89	70.08	77.0
NSULTORIA, ASESORIA E INVEST.ESPECIAL.	19,499.70	14,694.06	15,428.76	16,277.34	17,335.37	18,722.20	20,594.4
VICIO DE CAPACITACION	-	-	-	-	-	-	-
ENDAMIENTO Y LICENCIAS DE USO DE PAQU	-	-	-	-	-	-	-
NTENIMIENTO DE SISTEMAS INFORMATICOS	-	-	-	-	-	-	-
INGRESOS DE USO Y CONSUMO CORRIENTE	14,743.36	16,782.77	18,654.07	20,146.40	22,161.04	24,820.37	28,543.4
MENTOS Y BEBIDAS	9,345.70	8,916.35	9,362.17	9,877.09	10,519.10	11,360.63	12,496.6
TUARIO Y PRENDAS DE PROTECC	-	32.73	34.37	36.26	38.61	41.70	45.8
MBUSTIBLES Y LUBRICANTES	39.21	230.40	241.92	255.23	271.82	293.56	322.9
ERIALES DE OFICINA	1,385.75	4,117.09	4,322.94	4,560.71	4,857.15	5,245.72	5,770.3
ERIALES DE ASEO	444.40	1,021.55	1,072.63	1,131.62	1,205.18	1,301.59	1,431.7
ERIALES DE IMPRESION Y FOTOGRAFIA	-	91.54	96.12	101.40	107.99	116.63	128.3
ERIALES DE CONSTRUCCION, ELECTRICO, P	775.76	265.87	279.16	294.52	313.66	338.75	372.6
ERIALES DIDACTICOS	-	1,080.55	1,134.58	1,196.98	1,274.78	1,376.77	1,514.4
UESTOS Y ACCESORIOS	1.40	241.58	253.66	267.61	285.00	307.81	338.5
OS DE USO Y CONSUMO	2,751.14	785.11	1,856.53	1,958.64	2,085.95	2,252.83	2,478.1
ROS GASTOS	536.20	75.45	343.69	362.59	386.16	417.05	458.7
UROS	14.46	69.45	72.92	76.93	81.93	88.49	97.3
ISIONES BANCARIAS	521.74	6	270.76	285.66	304.22	328.56	361.4
TRANSFERENCIAS CORRIENTES							
SECTOR PRIVADO NO FINANCIERO	16,054.51	12,415.29	13,036.05	13,753.04	14,646.98	15,818.74	17,400.6
TRAS PUBLICAS							
STRUCCIONES Y EDIFICACIONES	-	0	630.00	664.65	707.85	764.48	840.9
TRANSFERENCIAS PARA INVERSION							
IVOS DE LARGA DURACION	1,563.81	15,925.00	9,181.63	9,686.61	10,316.24	11,141.54	12,255.7
BILIARIOS	1,563.81	495.00	1,080.88	1,140.32	1,214.44	1,311.60	1,442.7
IPO Y MAQUINARIA	-	15,250.00	8,006.25	8,446.59	8,995.62	9,715.27	10,686.8
IPOS SISTEMAS Y PAQUETES INFORMATICOS	-	-	-	-	-	-	-
ROS Y COLECCIONES	-	180.00	94.50	99.70	106.18	114.67	126.1
TES Y REPUESTOS	-	-	-	-	-	-	-
ORTIZACION DE LA DEUDA PUBLICA							
SECTOR PRIVADO NO FINANCIERO.	903.24	-	474.20	500.28	532.80	575.42	632.9
OSTOS FINANCIEROS							
TOR PRIVADO NO FINANCIERO	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL EGRESOS POR SUBCENTRO	123,184.26	174,353.09	169,007.22	180,455.29	195,969.93	216,229.63	243,262.7
JO NETO	9,060.75	438,005.97	487,287.42	528,342.93	569,532.14	618,167.62	666,230.2

AR 10.00%

4 \$2,346,757.28

ANEXO

UJO DE CAJA CON PROYECTO							
	POSTGRADOS ICHE						
	2006r	2007r	2008p	2009p	2010p	2011p	2012p
GRESOS POR SUBCENTRO	132,268.05	612,471.25	766,699.35	828,035.29	927,399.53	1,066,509.46	1,247,816.07
TRICULAS Y EXAMENES EN ESTABLEC. EDUCA	122,133.34	594,599.06	743,248.83	802,708.73	899,033.78	1,033,888.85	1,209,649.95
IMERO DE MAESTRANTES	23	112	140	151	170	195	228
TERIAS REPROBADAS	4,850.00	9,600.00	12,000.00	12,960.00	14,515.20	16,692.48	19,530.20
RECHO PROCESOS DE GRADUACION	1,260.00	8,160.00	10,200.00	11,016.00	12,337.92	14,188.61	16,600.67
NTA DE TEXTOS, LIBROS Y FOLLETOS	-	0	-	-	-	-	-
TERESES EN CUENTAS CORRIENTES	-	0	-	-	-	-	-
DEMNIZACIONES POR SINIESTROS	-	0	-	-	-	-	-
IR INCUMPLIMIENTO EN CONTRATOS DE BECA	4,001.67	0	1,250.52	1,350.56	1,512.63	1,739.53	2,035.25
STOS EN PERSONAL	46,750.81	75,929.88	72,758.20	81,489.18	93,712.56	109,643.69	131,572.43
MINISTRATIVOS	1,687.53	0	919.70	1,030.07	1,184.58	1,385.96	1,663.15
MBRAMIENTOS	335.06	0	182.61	204.52	235.20	275.18	330.22
ONORARIOS ADMINISTRATIVOS	-	20,381.07	11,107.68	12,440.61	14,306.70	16,738.83	20,086.60
ONORARIOS DOCENTES	44,728.22	55,548.81	60,548.20	67,813.99	77,986.09	91,243.72	109,492.46
ENES Y SERVICIOS DE CONSUMO.	42,632.33	59,252.21	82,756.47	89,780.23	99,872.81	112,608.82	129,500.15
ECOMUNICACIONES	2,243.97	0	1,200.52	1,308.57	1,465.60	1,656.13	1,904.55
RVICIO DE CORREO	212.00	-	113.42	123.63	138.46	156.46	179.93
ANSPORTE DE PERSONAL	273.92	827.92	885.87	965.60	1,081.48	1,222.07	1,405.38
ETES Y MANIOBRAS	-	-	-	-	-	-	-
RESIÓN, REPRODUCCIÓN Y PUBLICACION	901.64	647.22	692.53	754.85	845.44	955.34	1,098.64
PECTÁCULOS CULTURALES Y SOCIALES	-	160.00	85.60	93.30	104.50	118.09	135.80
<i>FUSION, INFORMACION Y PUBLICIDAD</i>	11,617.20	12,566.02	13,445.64	14,655.75	16,414.44	18,548.32	21,330.56
<i>versión en PUBLICIDAD y COMERCIALIZACION</i>	-	5,288.93	21,216.40	22,701.55	24,744.69	27,714.05	31,871.16
RVICIO DE ASEO	-	9,847.50	10,536.83	11,485.14	12,863.36	14,535.59	16,715.93
ROS SERVICIOS GENERALES	-	738.58	790.28	861.41	964.77	1,090.20	1,253.72
SAJES AL INTERIOR	-	738.58	790.28	861.41	964.77	1,090.20	1,253.72
SAJES AL EXTERIOR	3,701.90	5,629.10	6,023.14	6,565.22	7,353.05	8,308.94	9,555.28
ÁTICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL INTERIOR	-	57.50	61.53	67.06	75.11	84.87	97.61
ÁTICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL EXTERIOR	1,162.50	2,912.70	3,116.59	3,397.08	3,804.73	4,299.35	4,944.25
IFICIOS, LOCALES Y RESIDENCIAS	3,019.50	3,886.60	4,158.66	4,532.94	5,076.89	5,736.89	6,597.42
OBILIARIOS	-	-	-	-	-	-	-
QUINARIAS Y EQUIPOS.	-	1,202.50	1,286.68	1,402.48	1,570.77	1,774.97	2,041.22
TRAS INSTALACIONES, MANTENIMIENTOS Y RE	-	-	-	-	-	-	-
HICULOS	-	-	-	-	-	-	-
IFICIOS, LOCALES Y RESIDENCIAS	-	-	-	-	-	-	-
QUINARIAS Y EQUIPOS	-	55.00	58.85	64.15	71.84	81.18	93.36
NSULTORIA, ASESORIA E INVEST. ESPECIAL.	19,499.70	14,694.06	18,293.66	19,940.09	22,332.90	25,236.18	29,021.61
RVICIO DE CAPACITACION	-	-	-	-	-	-	-
RENDAMIENTO Y LICENCIAS DE USO DE PAQU	-	-	-	-	-	-	-
INTENIMIENTO DE SISTEMAS INFORMATICOS	-	-	-	-	-	-	-
ENES DE USO Y CONSUMO CORRIENTE	14,743.36	16,782.77	19,009.39	20,530.14	22,583.16	25,293.13	29,087.10
IMENTOS Y BEBIDAS	9,345.70	8,916.35	9,540.49	10,399.14	11,647.04	13,161.15	15,135.32
STUARIO Y PRENDAS DE PROTECCC	-	32.73	35.02	38.17	42.75	48.31	55.56
MBUSTIBLES Y LUBRICANTES	39.21	230.40	246.53	268.72	300.96	340.09	391.10
TERIALES DE OFICINA	1,385.75	4,117.09	4,405.29	4,801.76	5,377.97	6,077.11	6,988.68
TERIALES DE ASEO	444.40	1,021.55	1,093.06	1,191.43	1,334.41	1,507.88	1,734.06
TERIALES DE IMPRESION Y FOTOGRAFIA	-	91.54	97.95	106.76	119.57	135.12	155.39
TERIALES DE CONSTRUCCION, ELECTRICO, P	775.76	265.87	284.48	310.08	347.29	392.44	451.31
TERIALES DIDÁCTICOS	-	1,080.55	1,156.19	1,260.25	1,411.47	1,594.97	1,834.21
PUESTOS Y ACCESORIOS	1.40	241.58	258.49	281.75	315.57	356.59	410.08
ROS DE USO Y CONSUMO	2,751.14	785.11	1,891.89	2,062.16	2,309.62	2,609.87	3,001.36
ROS GASTOS	536.20	75.45	367.07	458.84	578.14	740.01	969.42
GUROS	14.46	69.45	84.73	105.91	133.45	170.81	223.77
IMISIONES BANCARIAS	521.74	6	282.34	352.93	444.69	569.20	745.65
ANSFERENCIAS CORRIENTES							
SECTOR PRIVADO NO FINANCIERO	16,054.51	12,415.29	13,036.05	14,078.94	15,486.83	17,345.25	19,947.04
IRAS PUBLICAS	-	0	-	-	-	-	-
INSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES	-	600.00	642.00	699.78	783.75	885.64	1,018.49
ANSFERENCIAS PARA INVERSION							
ATIVOS DE LARGA DURACION	1,563.81	15,925.00	9,356.51	10,198.60	11,422.43	12,907.35	14,843.45
OBILIARIOS	1,563.81	495.00	1,101.46	1,200.60	1,344.67	1,519.47	1,747.39
UIPO Y MAQUINARIA	-	15,250.00	8,158.75	8,893.04	9,960.20	11,255.03	12,943.28
UIPOS SISTEMAS Y PAQUETES INFORMATICOS	-	-	-	-	-	-	-
BROS Y COLECCIONES	-	180.00	96.30	104.97	117.56	132.85	152.77
RTES Y REPUESTOS	-	-	-	-	-	-	-
ORTIZACION DE LA DEUDA PUBLICA							
SECTOR PRIVADO NO FINANCIERO.	903.24	-	483.23	526.72	589.93	666.62	766.62
STOS FINANCIEROS							
CTOR PRIVADO NO FINANCIERO	-	-	-	-	-	-	-
ITAL EGRESOS POR SUBCENTRO	123,184.26	180,980.60	198,408.93	217,762.43	245,029.60	280,090.53	327,704.69
UJO NETO	9,060.75	438,005.97	568,290.42	610,272.87	682,369.93	786,418.93	920,111.37

IAR 10.00%
 IN \$2,809,167.54

ANEXO

POSTGRADOS ICHÉ							
	2006r	2007r	2008p	2009p	2010p	2011p	2012p
EGRESOS POR SUBCENTRO	-	-	110,404.71	119,237.08	161,897.46	232,112.20	338,323.0
TRICULAS Y EXAMENES EN ESTABLEC. EDUCA	-	-	107,027.83	115,590.06	156,945.61	225,012.74	327,975.0
ERO DE MAESTRANTES	-	-	20	22	30	42	6
TERIAS REPROBADAS	-	-	1,728.00	1,866.24	2,533.94	3,632.91	5,295.2
ECHO PROCESOS DE GRADUACION	-	-	1,468.80	1,586.30	2,153.85	3,087.97	4,500.9
ITA DE TEXTOS, LIBROS Y FOLLETOS	-	0	-	-	-	-	-
ERESES EN CUENTAS CORRIENTES	-	0	-	-	-	-	-
EMNIZACIONES POR SINIESTROS	-	0	-	-	-	-	-
INCUMPLIMIENTO EN CONTRATOS DE BECA	-	0	180.08	194.48	264.06	378.59	551.8
STOS EN PERSONAL	0.00	0.00	3,023.98	6,233.26	10,485.08	16,062.35	24,463.8
MINISTRATIVOS	-	0	329.07	395.14	495.68	631.61	822.0
ABRAMIENTOS	-	0	65.34	78.45	98.42	125.41	163.2
ORARIOS ADMINISTRATIVOS	-	-	407.62	938.04	1,826.41	3,072.92	4,849.1
ORARIOS DOCENTES	-	-	2,221.95	4,821.64	8,064.58	12,232.41	18,629.4
RES Y SERVICIOS DE CONSUMO.	0.00	5,288.93	25,803.11	29,694.43	35,881.43	43,498.14	53,478.4
ECOMUNICACIONES	-	0	415.13	479.99	583.16	703.09	856.2
VICIO DE CORREO	-	-	39.22	45.35	55.09	66.42	80.8
NSPORTE DE PERSONAL	-	-	500.23	558.75	648.18	754.10	890.6
TES Y MANIOBRAS	-	-	-	-	-	-	-
RESIÓN, REPRODUCCIÓN Y PUBLICACION	-	-	12.94	37.89	81.87	130.70	191.5
ECTÁCULOS CULTURALES Y SOCIALES	-	-	1.60	4.68	10.12	16.15	23.6
USION, INFORMACION Y PUBLICIDAD	-	-	251.32	735.74	1,589.63	2,537.52	3,718.6
rsión en PUBLICIDAD y COMERCIALIZACION	-	5,288.93	21,216.40	22,701.55	24,744.69	27,714.05	31,871.1
VICIO DE ASEO	-	-	196.95	576.57	1,245.73	1,988.56	2,914.1
OS SERVICIOS GENERALES	-	-	14.77	43.24	93.43	149.15	218.5
AJES AL INTERIOR	-	-	14.77	43.24	93.43	149.15	218.5
AJES AL EXTERIOR	-	-	112.58	329.58	712.09	1,136.71	1,665.8
TICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL INTERIOR	-	-	1.15	3.37	7.27	11.61	17.0
TICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL EXTERIOR	-	-	58.25	170.54	368.46	588.18	861.9
FICIOS, LOCALES Y RESIDENCIAS	-	-	77.73	227.56	491.66	784.84	1,150.1
BILIARIOS	-	-	-	-	-	-	-
QUINARIAS Y EQUIPOS.	-	-	24.05	70.41	152.12	242.83	355.8
AS INSTALACIONES, MANTENIMIENTOS Y RE	-	-	-	-	-	-	-
ICULOS	-	-	-	-	-	-	-
FICIOS, LOCALES Y RESIDENCIAS	-	-	-	-	-	-	-
QUINARIAS Y EQUIPOS	-	-	1.10	3.22	6.96	11.11	16.2
CONSULTORIA, ASESORIA E INVEST. ESPECIAL.	-	-	2,864.90	3,662.75	4,997.53	6,513.98	8,427.1
VICIO DE CAPACITACION	-	-	-	-	-	-	-
ENDAMIENTO Y LICENCIAS DE USO DE PAQU	-	-	-	-	-	-	-
MENIMIENTO DE SISTEMAS INFORMATICOS	-	-	-	-	-	-	-
RES DE USO Y CONSUMO CORRIENTE	0.00	0.00	355.32	1,040.19	2,247.41	3,587.54	5,257.4
MENTOS Y BEBIDAS	-	-	178.33	522.05	1,127.94	1,800.53	2,638.6
TUARIO Y PRENDAS DE PROTECC	-	-	0.65	1.92	4.14	6.61	9.6
ABUSTIBLES Y LUBRICANTES	-	-	4.61	13.49	29.15	46.53	68.1
TERIALES DE OFICINA	-	-	82.34	241.06	520.82	831.39	1,218.3
TERIALES DE ASEO	-	-	20.43	59.81	129.23	206.29	302.3
TERIALES DE IMPRESION Y FOTOGRAFIA	-	-	1.83	5.36	11.58	18.49	27.0
TERIALES DE CONSTRUCCION, ELECTRICO, P	-	-	5.32	15.57	33.63	53.69	78.6
TERIALES DIDÁCTICOS	-	-	21.61	63.27	136.69	218.20	319.7
UESTOS Y ACCESORIOS	-	-	4.83	14.14	30.56	48.78	71.4
OS DE USO Y CONSUMO	-	-	35.36	103.52	223.67	357.05	523.2
ROS GASTOS	0.00	0.00	23.38	96.25	191.98	322.96	510.6
UROS	-	0	11.81	28.98	51.51	82.33	126.4
ASIONES BANCARIAS	-	0	11.58	67.27	140.46	240.64	384.2
ANSFERENCIAS CORRIENTES							
SECTOR PRIVADO NO FINANCIERO	-	-	-	325.90	839.85	1,526.51	2,546.4
RAS PUBLICAS		0					
STRUCCIONES Y EDIFICACIONES	-	-	12.00	35.13	75.90	121.16	177.5
ANSFERENCIAS PARA INVERSION		0					
IVOS DE LARGA DURACION	0.00	0.00	174.89	511.98	1,106.19	1,765.80	2,587.7
BILIARIOS	-	-	20.59	60.27	130.22	207.87	304.6
JIPO Y MAQUINARIA	-	-	152.50	446.44	964.58	1,539.76	2,256.4
JIPOS SISTEMAS Y PAQUETES INFORMATICOS	-	-	-	-	-	-	-
ROS Y COLECCIONES	-	-	1.80	5.27	11.39	18.17	26.6
TES Y REPUESTOS	-	-	-	-	-	-	-
ORTIZACION DE LA DEUDA PUBLICA							
SECTOR PRIVADO NO FINANCIERO.	-	-	9.03	26.44	57.13	91.20	133.6
STOS FINANCIEROS							
TOR PRIVADO NO FINANCIERO	-	-	-	-	-	-	-
TAL EGRESOS POR SUBCENTRO	-	5,288.93	29,401.71	37,963.59	50,884.97	66,975.67	89,155.7
JO NETO	-	-5,288.93	81,003.00	81,273.49	111,012.49	165,136.54	249,167.3

AR 10.00%
 N \$442,206.76
 : 129%

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas

"Estudio realizado para la ESPOL, Dpto. de Postgrados del ICHE"

"LAS MAESTRIAS COMO VALOR AGREGADO PARA EL PROFESIONAL ECUATORIANO"

ENCUESTA

GENERO: Masculino ☐ ☐ ☐

Femenino

TÍTULO (S) SUPEROR OBTENIDO: _____

EDAD : _____

UNIVERSIDAD QUE PROCEDE: _____

Encuesta dirigida principalmente a Profesionales y/o estudiantes en los últimos años de carrera universitaria próximos a la obtención de título de tercer nivel.

1.- ¿Que opina usted que impulsa al profesional Ecuatoriano cursar una maestría?

a.- Distinción

☐
☐
☐

b.- Boga o aceptación social

c.- superación/conocimiento académico

2.- ¿Sabia Usted que la ESPOL especialmente el ICHE ofrece 3 tipos de maestrías, para sus alumnos y profesionales de otras universidades?

Si

☐

No

☐

3.- Cual de los siguientes programas de maestrías que ofrece la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ICHE) usted tomaría:

a. Marketing Y Comercio Internacional

b. Docencia e Investigación Educativa

c. Economía Y Dirección de Empresas

☐
☐
☐

4.- ¿UD. Tiene conocimiento que en el ICHE puede realizar estudios de post-grado mediante financiamiento?

Si

☐

No

☐

5.- ¿Usted cree que la educación de 4to. nivel tiene que ser dictada por profesionales extranjeros?

Si

☐

No

☐

6.- En que universidad tomaría sus clases de post-grado:

Nacional

Extranjera

7.- Como le gustaría cursar sus clases de post-grado:

Presenciales

Distancia

On-line

Otras

Especifique _____

8.- ¿Cree ud, que el profesional ecuatoriano debe tener una maestría para poder acceder a una plaza de empleo de nivel gerencial?

Si

No

9.- ¿Usted sabia que la ESPOL- ICHE cuenta con convenios con universidades del extranjero con doble titulación?

Si

No

10.- El respaldo que da la ESPOL como alumno y próximo a tomar una maestría en el aspecto laboral cubre sus expectativas? En que nivel?

Total Acuerdo

Parcial Acuerdo

Indiferente

Parcial Desacuerdo

Total desacuerdo

11.- Elegir una maestría en la ESPOL-ICHE, le da a nivel nacional e internacional, mayores oportunidades de trabajo por:

Prestigio académico

Por factor socio-económico

Por publicidad

Otros

Especifique _____

12.- De ser su elección: Clases Presenciales. Que horarios de clases estaría dispuesto(a) a elegir?

a.- 1 semana al mes (lun-dom) durante 16 o 18 meses (48hrs por materia)

b.- 2 semanas al mes (lun-vie) durante 16 o 18 meses (48hrs por materia)

c.- Otros

Especifique _____

Tabulaciones

Preguntas filtro (demográficas)

Género

Masculino	153	39,84%
Femenino	231	60,16%
Total	384	100%

Edades

[22-24]	72	18,75%
[25-27]	118	30,73%
[28-30]	90	23,44%
[31-33]	26	6,77%
[34-36]	42	10,94%
[37-39]	32	8,33%
[40-42]	4	1,04%
Total	384	100%

Títulos profesionales

Economía	80	20,83%
Ingeniería Comercial	55	14,32%
Ingenieros en Sistemas	28	7,29%
Ingeniería en Marketing	40	10,42%
Licenciadas en Ciencias de la Educación	30	7,81%
Ingenieros en Comercio Exterior	32	8,33%
Licenciados en Mercadotecnia	20	5,21%
Ingenieros en Puertos y aduanas	15	3,91%
Contador Publico Autorizado	20	5,21%
Licenciado en Turismo	20	5,21%
Ingeniería en Electrónica	10	2,60%
Ingeniería en Estadística Informática	15	3,91%
Ingeniería Industrial	19	4,95%
Total	384	100%

Preguntas de la Encuesta

P1: Impulso al profesional ecuatoriano a continuar su educación

Distinción	85	22,14%
Boga o aceptación social	70	18,23%
Superación/conocimiento académico	229	59,64%
Total	384	100%

P2: Conocimiento de los tipos de maestrías que brinda la ESPOL

Si	95	24,74%
No	289	75,26%
Total	384	100%

P3: Programas de Maestrías que le gustaría tomar en la ESPOL

Marketing y Comercio Internacional	127	33,07%
Docencia e Investigación Educativa	83	21,61%
Economía y dirección de empresas	174	45,31%
Total	384	100%

P4: Conocimientos sobre el financiamiento de los postgrados del ICHE

Si	135	35,16%
No	249	64,84%
Total	384	100%

P5: Educación de Postgrado dictada por profesionales extranjeros

Si	241	62,76%
No	143	37,24%
Total	384	100%

P6: Universidad donde tomaría las clases de postgrado?

Nacional	136	35,42%
Extranjera	248	64,58%
Total	384	100%

P7: Como le gustaría cursar sus clases de post-grado?

Presénciales	216	56,25%
Distancia	108	28,13%
On-line	59	15,36%
Otras	1	0,26%
Total	384	100%

P8: El profesional ecuatoriano debe tener una maestría para acceder a una plaza de empleo gerencial

Si	278	72,40%
No	106	27,60%
Total	384	100%

P9: Conocimiento sobre los convenios de la ESPOL con universidades del extranjero

Si	104	27,08%
No	280	72,92%
Total	384	100%

P10: Respaldo de la ESPOL hacia el alumno en el aspecto laboral

Total acuerdo	191	49,74%
Parcial acuerdo	127	33,07%
Indiferente	40	10,42%
Parcial desacuerdo	18	4,69%
Total desacuerdo	8	2,08%
Total	384	100%

P11: La maestría en la ESPOL le brinda oportunidades de trabajo a nivel nacional y extranjero

Prestigio Academico	264	68,75%
Factor socio económino	85	22,14%
Publicidad	33	8,59%
Otros	2	0,52%
Total	384	100%

P12: Horarios de clases dispuestos a elegir

1 semana al mes (lun-dom) durante 16 o 18meses (48hrs por materia)	282	73,44%
2 semanas al mes (lun-vie) durante 16 o 18meses (48hrs por materia)	97	25,26%
Otros	5	1,30%
Total	384	100%

Universidades de donde Proviene			
ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO	ESPE	2	0,52%
ESCUELA POLITECNICA JAVERIANA DEL ECUADOR	ESPJ	3	0,78%
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL	ESPOL	95	24,74%
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR	PUCE	1	0,26%
UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR	UAE	3	0,78%
UNIVERSIDAD ALFREDO PEREZ GUERRERO	UAPG	2	0,52%
UNIVERSIDAD CASA GRANDE	UCG	12	3,13%
UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL	UCSG	70	18,23%
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR	UCE	2	0,52%
UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA DEL ECUADOR	UCCE	3	0,78%
UNIVERSIDAD CRISTIANA LATINOAMERICANA	UCL	6	1,56%
UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURISTICAS	UET	4	1,04%
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	UGquil	30	7,81%
UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS	UDA	5	1,30%
UNIVERSIDAD DEL PACIFICO ESCUELA DE NEGOCIOS	UPEN	11	2,86%
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR	UIDE	5	1,30%
UNIVERSIDAD JEFFERSON	UJ	8	2,08%
UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL	ULVR	20	5,21%
UNIVERSIDAD METROPOLITANA	UM	5	1,30%
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA	UNL	3	0,78%
UNIVERSIDAD PARTICULAR DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO	UEES	40	10,42%
UNIVERSIDAD PARTICULAR INTERNACIONAL SEK	UPIS	5	1,30%
UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA	UPS	3	0,78%
UNIVERSIDAD REGIONAL AUTONOMA DE LOS ANDES	URADA	4	1,04%
UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE	UTDN	6	1,56%
UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA	UTPL	16	4,17%
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA AMERICA	UTA	2	0,52%
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL	UTEG	17	4,43%
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA INDOAMERICA	UTI	1	0,26%
Total		384	100%