

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR (MATRIZ)

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL DE LOS ASPIRANTES
PROFESIONALES CON TÍTULO DE GRADO A UNA MAESTRÍA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MODALIDAD EN LÍNEA, Y SU
PROYECCIÓN DE EMPLEABILIDAD”.**

DANIELA FERNANDA VALENCIA MORENO

DIRECTOR: ING. FERNANDO ROSAS, MBA

**ADMINISTRACIÓN EFICIENTE DE LAS ORGANIZACIONES PARA LA
COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE LOCAL Y GLOBAL**

QUITO, 2020

DIRECTOR:

Ing. Fernando Rosas, Mgtr

LECTORES:

Ing. Francisco Moscoso, MBA

Ing. Javier Carrera, Mgtr

DEDICATORIA

A mi abuelita, que siempre
me ha apoyado
incondicionalmente y a
quien le debo este logro.

A mis padres, quienes me
han formado e hicieron de
mi la persona que soy
ahora.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, mi familia, mis amigos y mi tutor. Gracias a su apoyo incondicional, su guía, su paciencia y su dedicación.

En esta etapa de mi vida, cada una de sus intervenciones hicieron de mis días como estudiante universitaria una sorpresa constante.

ÍNDICE

1	CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ACTUAL OFERTA DE POSGRADOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES	13
1.1	ANTECEDENTES	13
1.2	OFERTA ACTUAL	15
1.2.1	TIPOS DE POSGRADOS	17
1.2.2	NÚMERO DE ALUMNOS	19
1.2.3	MODALIDADES DE ESTUDIO	20
1.3	ANÁLISIS SITUACIONAL	22
2	PERFILAMIENTO DEL ASPIRANTE PROFESIONAL	25
2.1	OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	25
2.2	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	25
2.3	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	26
2.4	DISEÑO DEL INSTRUMENTO	28
2.5	VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO	33
2.6	POBLACIÓN Y PROCEDIMIENTO DE MUESTREO	34
2.6.1	POBLACIÓN	34
2.6.2	DETERMINACIÓN DE MUESTRA	37
2.7	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS	38
3	LA DEMANDA Y LA PROYECCIÓN DE EMPLEABILIDAD	66
3.1	NOCIONES DE DEMANDA	66
3.2	CAMPOS DE LA EDUCACIÓN INCLUIDOS EN EL ESTUDIO	66
3.3	ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DESDE EL MÉTODO DE RATIOS SUCESIVOS	67
3.4	PROYECCIÓN DE EMPLEABILIDAD	70

3.4.1	MÉTODO DE PROYECCIÓN	71
3.5	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS	74
4	ASPECTOS FINALES DE LA INVESTIGACIÓN	79
4.1	CONCLUSIONES	79
4.2	RECOMENDACIONES	81
5	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	82
6	ANEXOS	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Objetivos estratégicos de la PUCE.....	13
Tabla 2: Tabla de generaciones.....	14
Tabla 3: Oferta Académica de la provincia de Pichincha.....	16
Tabla 4: Oferta académica	18
Tabla 5: Estudiantes matriculados de tercer nivel	19
Tabla 6: E-learning, M-learning; y, B-learning	20
Tabla 7: Matriz DOFA.....	22
Tabla 8: Competencia directa	23
Tabla 9: Etapas de muestreo y análisis	26
Tabla 10: Fórmula Alpha de Cronbach.....	33
Tabla 11: Porcentaje de estudiantes por campo amplio seleccionado	35
Tabla 12: Población de estudio.....	36
Tabla 13: Número de estudiantes matriculados: para el proceso de nivelación de la educación pública en línea	37
Tabla 14: Fórmula datos finitos	37
Tabla 15: Fiabilidad de la encuesta piloto	38
Tabla 16: Escenarios de la prueba piloto	40
Tabla 17: Fiabilidad del instrumento	41
Tabla 18: Población por cantones de Pichincha	69
Tabla 19: Demanda de estudiantes de tercer nivel.....	69
Tabla 20: Profesionales graduados en los campos amplios de estudio seleccionados	70
Tabla 21: Demanda para un MBA <i>on line</i>	70
Tabla 22: Crecimiento poblacional datos secundarios.....	72
Tabla 23: Datos para la proyección de personas que cuentan con empleo adecuado/pleno en Pichincha.....	73
Tabla 24: Fórmulas: Proyección en función al tiempo	73
Tabla 25: Empleo registrado en Pichincha	75
Tabla 26: Empleo Pleno/Adecuado por CIIU.....	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Clasificación de posgrados según el CES	18
Figura 2: Muestreo de bola de nieve.....	27
Figura 3:Estrategias de Selección del Mercado Meta.....	28
Figura 4: Fases de la encuesta.....	29
Figura 5: Datos generales del encuestado	30
Figura 6: Perfil del aspirante.....	31
Figura 7: Intensiones e Intereses de los profesionales	32
Figura 8: Recolección de datos: Bola de Nieve	41
Figura 9: Sexo.....	42
Figura 10: Situación laboral del encuestado	43
Figura 11: Estado laboral del encuestado	44
Figura 12: Cargo dentro de la empresa.....	45
Figura 13: Sector de la empresa.....	46
Figura 14: Tipo de empresa	47
Figura 15: CIU de las compañías	48
Figura 16: Opción que describe mejor a la empresa al momento de contratar.....	49
Figura 17: ¿Ha realizado algún estudio de posgrado?	50
Figura 18: ¿Piensa cursar un posgrado en los próximos cinco años?.....	51
Figura 19: ¿Estaría interesado en realizar un posgrado MBA?	52
Figura 20: ¿Qué modalidad de estudio le interesaría cursar una maestría MBA?.....	53
Figura 21: ¿Cuál es la probabilidad de que usted se matricule en una maestría MBA <i>on line</i> ?...	54
Figura 22: ¿En cuáles de las siguientes universidades; el posgrado MBA <i>on line</i> le proporcionaría más posibilidades de conseguir trabajo?.....	55
Figura 23: Selección de los tres atributos que representaron para el encuestado mayor calidad .	56
Figura 24: ¿En qué universidades estaría dispuesto a seguir un posgrado en formato <i>on line</i> ?...	57
Figura 25: Preferencia de universidades en el ámbito laboral	58
Figura 26:Preferencia de los atributos que tiene una maestría	59
Figura 27:Proporción de la situación laboral según el sexo	60

Figura 28: Universidades con programa MBA <i>on line</i> que proporcionarían mayores posibilidades de trabajo, según la percepción del aspirante.....	61
Figura 29: Universidades en las que accederían matricularse	62
Figura 30: CIIU por situación laboral.....	63
Figura 31: Preferencia de matricularse según el estado laboral del encuestado.....	64
Figura 32: Medios de preferencia según situación laboral	65
Figura 33: Comportamiento del Empleo Adecuado/Pleno a nivel nacional.....	72
Figura 34: Proyección de Pichincha: Empleo Adecuado/Pleno	74
Figura 35: Empleabilidad sector privado	76
Figura 36: Empleabilidad sector público	76
Figura 37: Tipo de empresa por CIIU.....	78

TABLAS DE ANEXOS

ANEXO A: COMPETENCIA DIRECTA.....	85
ANEXO B: OFERTA ACADÉMICA SENEYCOT.....	88
ANEXO C: REGISTRO DE ESTUDIANTES MATRICULADOS	89
ANEXO D: TÍTULOS REGISTRADOS	90
ANEXO E: ENCUESTA FINAL	91
ANEXO F: REGISTRO DE EMPLEO ADECUADO/PLENO.....	101

RESUMEN EJECUTIVO

Una de las principales aspiraciones de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) es dotar a su comunidad estudiantil de una formación que le permita enfrentarse a un entorno laboral cada vez más competitivo; por esta razón ha implementado el objetivo estratégico de innovación e incrementación de la oferta académica. Bajo esta premisa, la investigación busca determinar la potencial demanda de los profesionales con título de tercer nivel, con interés e intención de matricularse en un MBA *on line* en la Universidad.

El capítulo uno tiene como objetivo: contextualizar la actual oferta académica de posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables; efectuando un análisis situacional. Tras determinar que la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, aún está en proceso de ofrecer posgrados bajo la modalidad *on line* en comparación a sus competidores directos.

A continuación, en el capítulo dos, con el objetivo de caracterizar al aspirante, se diseñó una encuesta con preguntas cerradas, compuesta de distintos parámetros: las intenciones, intereses, parámetros de decisión, y preferencias universitarias de los profesionales graduados en campos compatibles con la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, en el contexto de su zona de influencia: provincia de Pichincha.

Posteriormente, el capítulo tres contempló la empleabilidad de los próximos cinco años de los profesionales con título de tercer nivel en los campos de estudios, previamente mencionados, y, por tanto, potenciales candidatos para una maestría en Administración de Empresas online en la Universidad.

Por último, el capítulo cuatro contiene las conclusiones y las recomendaciones, a partir de la investigación desarrollada. Las estimaciones arrojaron como resultado que 156 personas anuales por los cinco años serían los posibles aspirantes interesados en seguir un MBA *on line* en la PUCE. Se sugiere, por consiguiente, la agilización del proceso de implementación del programa debido a la relación con universidades que se encontraron ofertando el programa *on line*.

ABSTRACT

The Pontifical Catholic University of Ecuador has the strategic objective to innovate and increase the academic offer. In order to achieve this goal, the Faculty of Administrative and Accounting Sciences proposed to implement an online Master of Business Administration (MBA).

The purpose of this thesis is to estimate the potential demand of professionals with a bachelor's degree within the province of Pichincha in fields related to business studies, by determining their wishes and intentions to register in the program.

The research was of a quantitative and qualitative nature; its qualitative exploratory scope, made it possible to identify the background and construction of the measuring instrument. While the quantitative aspect was descriptive in scope through the application of 568 closed-question surveys, which allowed the information to be collected. On basis of the data it was concluded that there are 156 possible applicants who wish to enroll in the MBA program.

INTRODUCCIÓN

En un mundo globalizado que va cambiando, según las tendencias generacionales, no solo en lo económico, sino también en lo social, la educación debe redireccionarse para poder adaptarse a las necesidades actuales. El estudio comprendió la estimación de la demanda potencial para un programa de posgrado MBA con modalidad *on line*, que podría ser ejecutado por la PUCE; a través del cual, se identificaron la intención y el deseo del posible aspirante profesional que posea un título de tercer nivel en los campos de: Ciencias Sociales, Educación, Comercio, Derecho, Ingeniería, Industria, Construcción, Salud y Servicios, para seguir el programa previamente mencionado. Analizando aspectos como: contextualización de la actual oferta académica de posgrado de la facultad de Ciencias Administrativas y Contables; y, efectuando un análisis situacional de la entidad; tomando en cuenta que, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, otorgó en el 2018, 17.962 títulos de grado registrados en los campos mencionado: también, se determinó el perfil para un MBA online; lo cual mostró que existe una real intención del 19,19%, dentro de un universo de 568 encuestados, para seguir el programa planteado.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ACTUAL OFERTA DE POSGRADOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

1.1 ANTECEDENTES

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) dentro de su propuesta de formación de profesionales capaces de desenvolverse en el ámbito laboral. Cuenta con un modelo educativo, el cual se enfoca en tres ejes: el pedagógico, de investigación y de vinculación con la sociedad (Ponce, 2017). Dentro del objetivo pedagógico, encontramos una arista estratégica (OE1) que hace referencia a la innovación e incrementación de la oferta académica, tanto de grado como posgrado. Este objetivo, a su vez, se subdivide en cinco objetivos específicos, que son expuestos en la tabla 1 (PUCE, 2018).

Tabla 1: Objetivos estratégicos de la PUCE

Número de indicador	Código de indicador	Indicadores de Resultado
1	OE1.1	Porcentaje de carreras y programas nuevos en ejecución dentro de la oferta académica PUCE por año
2	OE1.2	Porcentaje de carreras y programas innovadores en ejecución dentro de la oferta académica PUCE por año
3	OE1.3	Percepción del estudiante respecto a la excelencia académica institucional
4	OE1.4	Percepción del estudiante respecto a la formación de valores
5	OE1.5	Nivel de adecuación de la oferta académica PUCE a las necesidades sociales

Fuente: PUCE, 2018. Cuenta y razón. Rendición de cuentas del período 2018.

En concordancia con la consecución del lineamiento uno (L1) que es el “Desarrollo integral de la persona”, con su primer objetivo específico uno (OE1): “Innovar e incrementar la oferta académica de grado y posgrado”, la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables (FCAC) se planteó introducir al mercado un programa formativo de cuarto nivel tipo MBA, con modalidad en línea. Basado en el estudio de mercado que se enfoca en la determinación de la demanda potencial de aspirantes profesionales de tercer nivel, sus intenciones, intereses, parámetros de decisión y la proyección empleabilidad a cinco años de los graduados de un MBA *on line* en la PUCE en los campos de Ciencias Sociales, Educación, Comercio, Derecho, Ingeniería, Industria, Construcción, Salud y Servicios.

En un mundo globalizado, que va cambiando según las tendencias generacionales, no solo en lo económico, sino también en lo social, la educación debe redireccionarse. Es así que la educación en línea que ha estado evolucionado en los últimos años, se ha ido expandiendo y consolidando ampliamente en todos los niveles educativos y en situaciones tanto formales como informales del aprendizaje (Gros Salvat, 2018). La evolución del *e-learning* está sujeta a las transformaciones tecnológicas y a los cambios relacionados con los espacios y tiempos para la formación y el aprendizaje; por lo que se habla de generaciones; y, para entender el cambio, de las herramientas digitales en el contexto educativo la gestión universitaria debe contemplar el perfil de las generaciones explicado en la Tabla 2.

Tabla 2: Tabla de generaciones

Generación	Años	Características
Cero	1960	Realizó el diseño y publicación de recursos multimedia en línea
Primera	1969	Empiezan los primeros inicios del <i>e-learning</i> , uso del correo electrónico para la comunicación virtual
Segunda	1990	Se evidencia el aprendizaje en línea por medio de juegos electrónicos para el ordenador
Tercera	2000+	Aparece el <i>Learining Management System</i> o gestores del aprendizaje (LMS), al implementar los contenidos de la generación cero con las plataformas virtuales.

Fuente: Gros, 2017. La evolución del e-learning: del aula virtual a la red. RIED

1.2 OFERTA ACTUAL

En Ecuador existen alrededor de 809 posgrados. Según la Comisión Permanente de Posgrados (CES), entre las cuales están las maestrías de especialización y maestría de investigación que se dictan en universidades del país. Para tener una visión general de la oferta académica, la Dirección de Estadística y Análisis (DEYA) y la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) en su informe, con corte del 19 de agosto del 2019, muestra los datos de la provincia de Pichincha en la tabla 3.

Tabla 3: Oferta Académica de la provincia de Pichincha

Provincia: Pichincha				
Cuenta de Campo Amplio	Cuarto Nivel	Tercer Nivel	Tercer Nivel Tecnológico Superior	TOTAL GENERAL
Escuela Politécnica Nacional	16	18	4	38
Facultad Latinoamericana De Ciencias Sociales	28			28
Instituto De Altos Estudios Nacionales	21			21
Pontificia Universidad Católica Del Ecuador	28	49		77
Universidad Andina Simón Bolívar	41			41
Universidad Central Del Ecuador	55	74		129
Universidad De Cuenca	1			1
Universidad De Especialidades turísticas	1	7		8
Universidad De Las Américas	19	61		80
Universidad De Las Fuerzas Armadas (Espe)		25		25
Universidad De Los Hemisferios	4	9		13
Universidad Del Pacífico Escuela De Negocios	4	11		15
Universidad Iberoamericana Del Ecuador		13		13
Universidad Internacional Del Ecuador	6	25		31
Universidad Metropolitana	3	21		24
Universidad Particular Internacional SEK	20	15		35
Universidad Politécnica Salesiana	11	23		34
Universidad San Francisco De Quito	26	51		77
Universidad Tecnológica Indoamérica	8	27		35
Universidad Tecnológica Israel	5	25		30
Universidad UTE	15	31		46
TOTAL GENERAL	312	485	4	801

Fuente: (DEYA y SENESCYT, 2019)

La PUCE ofrece 28 programas de posgrados en todo el país, los cuales están distribuidos de la siguiente forma: quince (15) Especialidades Médicas; diez (10) Maestrías Profesionales; y, tres (3) Maestrías de Investigación. Existen seis (6) programas que se encuentran en trámite de aprobación por el CES (PUCE, 2018). Es, por este motivo, que la FCAC, a nivel de posgrado, en concordancia con uno de los objetivos estratégicos del plan mencionado anteriormente, incrementa la oferta académica. Se efectuó estudios de mercado en el año 2015 para sustentar el diseño de diferentes opciones de posgrados: Mercadotecnia, Finanzas, MBA presencial, Negocios Internacionales y Contabilidad; no obstante, a partir del año 2019, se va a incursionar en el ámbito de los programas virtuales. Cumpliendo con su objetivo de innovar e incrementar la oferta académica de posgrado, con un MBA *on line*.

En una entrevista sostenida con un docente de la FCAC, el mismo que brindó su punto de vista sobre la modalidad de estudio que se implementará; se estableció el motivo por el cual la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables está incursionando en la educación en línea, referente a los cambios tecnológicos y generacionales que se están evidenciando; ya que, los estudiantes, alumnos y profesionales de hoy en día, pasan involucrados la mayor parte de su tiempo, en el mundo virtual, ya sea por tema laboral, herramienta para su educación o entretenimiento. Las TIC's cada vez son más usadas, por lo que, la Universidad como uno de sus objetivos estratégicos ligados al L1 de su plan institucional, en conjunto con las distintas facultades que la componen, deben implementar esta modalidad. "...La FCAC debe ofertar cada vez más opciones de formación adecuadas a las distintas exigencias y hábitos de la vida de los profesionales...", lo cual es comprensible por el trabajo que implica involucrarse en un programa presencial. Es por ello por lo que, la modalidad nace de la necesidad descrita, ofreciendo flexibilidad de horarios, permitiendo que el estudiante administre su tiempo de mejor manera.

1.2.1 TIPOS DE POSGRADOS

En el Ecuador existen entidades que regulan la educación en general; por ejemplo, el Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CACES), que, en su informe, publicado en el 2017, realiza una clasificación de posgrados ilustrados en la figura 1.

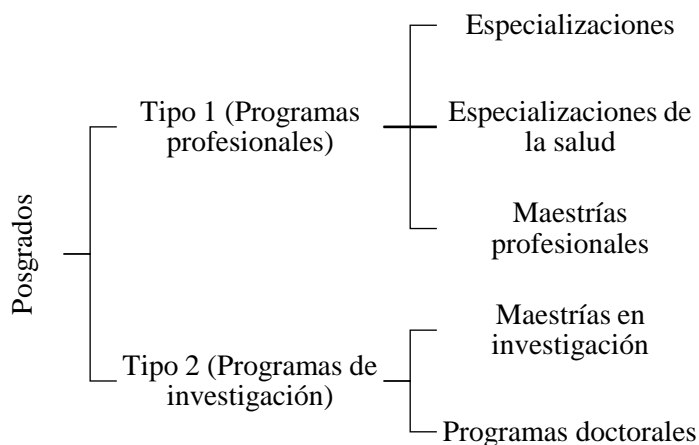


Figura 1: Clasificación de posgrados según el CES

Fuente: Holger C, 2017. Evaluación de los programas de posgrado en Ecuador Modelo genérico preliminar.

Respecto a las maestrías, según la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), artículo 120, específica que ésta es el grado académico que busca ampliar, desarrollar y profundizar en una disciplina o área específica del conocimiento, la cual se divide en dos tipos: maestría técnico-tecnológica; y, maestría académica. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2010). En el Ecuador, existen 832 programas de estudios de cuarto nivel; de los cuales, en la provincia de Pichincha y en los campos de Ciencias Sociales, Educación, Comercio, Derecho, Ingeniería, Industria, Construcción, Salud y Servicios existen 750 programas registrados (SENECSYT, 2019). La oferta académica se muestra en la tabla 4.

Tabla 4: Oferta académica

Oferta Académica		
Descripción	Tercer Nivel	Cuarto Nivel
A Nivel Nacional	1874	832
Por Campo Amplio de Estudio	1553	750
A Nivel de Pichincha	408	308

Fuente: DEYA y SENESCYT, 2019. Listado de oferta académica vigente de las universidades y Escuelas Politécnicas (UEP)

La PUCE, cuenta con los tipos de maestrías, ya establecidos anteriormente según la clasificación descrita, ampliando la oferta académica.

1.2.2 NÚMERO DE ALUMNOS

En Ecuador, el número de estudiantes matriculados para obtener el título de tercer nivel es de 577.733, según los datos obtenidos de la SENESCYT del 2018. Cabe recalcar que los datos de la tabla 5 contiene datos provisionales, debido a que la información de registros de matriculados se encuentra en proceso de fortalecimiento de calidad, entre las instituciones rectoras de la Educación Superior (CES, CACES, y SENESCYT) al momento del estudio.

Tabla 5: Estudiantes matriculados de tercer nivel

ESTUDIANTES MATRICULADOS DE TERCER NIVEL		
Población Nacional	17.096.789	100,00%
Población Pichincha	2.576.287	15,07%
Matriculados Nacionales	577.733	3,38%
Matriculados PUCE	22.403	0,13%

Fuente: DEYA y SENESCYT, 2019.

La PUCE, en su informe de rendición de cuentas del 2018, hace referencia al número de estudiantes matriculados, no sólo en la casa matriz, sino también, en sus sedes. El número aproximado es de 22.403 estudiantes, el cual equivale al 3,88% de participación a nivel nacional (SENESCYT, 2019). El dato obtenido es del número de estudiantes que están realizando programas de tercer nivel, no se contemplan niveles técnicos, ni tecnológicos, pese a pertenecer al mismo nivel educacional según la LOES. Por otro lado, tenemos el número de matriculados para un programa de tercer nivel, los cuales son: 525.952 estudiantes en los campos de: Ciencias Sociales, Educación, Comercio, Derecho, Ingeniería, Industria, Construcción, Salud y Servicios. Por otro lado, en los campos mencionados, también se consideran los números de estudiantes en el registro

de títulos de tercer y cuarto nivel: 17.962 y 4.845, respectivamente. Cabe señalar que estos datos corresponden exclusivamente, al número de estudiantes de la provincia de Pichincha (SENESCYT, 2019).

1.2.3 MODALIDADES DE ESTUDIO

En un mundo globalizado, las tendencias de la educación van cambiando conforme a las necesidades de las nuevas generaciones estudiantiles. Existen tendencias de aprendizaje, las cuales guardan relación con el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) (Yanez, 2017). Esto ha beneficiado, no sólo a instituciones educativas, sino también a instituciones corporativas; ya que, facilita la comunicación entre los participantes, que, en este caso de estudio, son los estudiantes y los profesionales con título de tercer nivel. En la tabla 6 se especifican características de las modalidades en línea que existen.

Tabla 6: *E-learning*, *M-learning*; y, *B-learning*

Modalidad	Característica
<i>E-learning</i>	También conocido como aprendizaje en línea, habla de la enseñanza y el aprendizaje que emplea el Internet y las TIC's, como método de comunicación e interacción entre los participantes.
<i>M-learning</i>	Este método emplea los dispositivos móviles, como <i>tablets</i> , o celulares. Se considera como el siguiente paso en el desarrollo del aprendizaje en línea.
<i>B-learning</i>	El <i>Blended Learning</i> o también llamado aprendizaje combinado, es la combinación de entornos virtuales y físicos que se ven involucrados en la educación.

Fuente: Yanez, 2017. *E-learning*, *M-learning* y *B-learning*.

La PUCE, posee la modalidad *B-learning*; y la implementa tanto, en espacios físicos, como virtuales (plataformas) para impartir los elementos de estudio correspondientes; sin embargo, en el ámbito que hemos incursionado, es el *E-learning*, el cual es un espacio netamente virtual, en el que se imparte la educación.

Según la LOES, los programas podrán ser en modalidad de estudios presencial, semipresencial, a distancia, virtual, en línea y otros. Estas modalidades serán autorizadas y reguladas por el Consejo de Educación Superior (Asamblea Nacional del Ecuador, 2010).

Los posgrados *on line*, han entrado al mercado con mayor fuerza debido a los beneficios que conlleva un posgrado como: mejora personal y profesional; aumento salarial, etc. Estas ventajas de la modalidad *on line* son:

- **Menores costos de inversión:** en comparación al posgrado presencial ya que tienes la opción de bajar la información a tu ordenador u dispositivo inteligente, lo que reducirá los costos en materiales de estudio, así como el trasladarse a un espacio físico, entre otros.
- **Realizar tus estudios en cualquier lugar:** si bien es cierto que necesitas de un ordenador en línea para tener tu material de estudio, el tener la opción de descargar la información te permite llevar una “clase” sin necesidad de internet. En comparación con la modalidad presencial, que el material se entrega en un horario y lugar específico.
- **Mejor uso del tiempo:** en la modalidad *on line* no es necesario la movilización de la persona. Por ende, el tiempo de traslado se ahorra y puede ser dedicado a otras actividades.
- **Acceso personalizado de un tutor:** a pesar de que este tipo de estudios es más autónomo y no requiere desplazamientos del aula en un centro de estudios, el estudiante no está solo. Ya que, detrás del aula virtual hay muchas personas trabajando para facilitar las cosas, para ayudarte y guiarte en todo lo que necesites.
- **Horario flexible:** Los programas que tienen modalidad *on line* tienen una ventaja notable en la utilización del tiempo puesto a que no se utilizan horarios específicos a la hora de recibir el conocimiento, lo que posibilita encontrar un equilibrio entre el estudio y el trabajo.

1.3 ANÁLISIS SITUACIONAL

Se determinó el estado actual de la Universidad, para lo cual, se realizó una matriz de análisis DAFO que nos permite tener una mejor idea de la PUCE con un enfoque en la FCAC pese a no tener ningún valor específico. Su uso está justificado únicamente en el marco de una visión estratégica (Speth, 2016). El cual nos deja obtener una la interpretación de la situación de la Universidad con una visión de la modalidad en línea como se muestra en la tabla 7, con una visión más de prospectiva que retrospectiva.

Tabla 7: Matriz DOFA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • La PUCE cuenta con una continua innovación e incrementación de su oferta académica • Es líder en calidad de pregrados y posgrados realizados por la FCAC • Prestigio en comparación de otras universidades • Posee una dirección de tecnología virtual 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe identificación con la marca • La FCAC busca ser un centro de formación que haya distintas posibilidades de estudio • Cuenta con las herramientas para implementar la educación en línea
Amenazas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Existen otras universidades que están incursionando o que ya se encuentran ofreciendo la modalidad en línea en sus posgrados • La oferta académica con modalidad en línea extranjera es alta 	<ul style="list-style-type: none"> • La Universidad sigue en proceso de adaptación a la modalidad en línea • Falta de experiencia en los programas en línea. • La PUCE esta retrasada frente a la competencia

Se tomó en cuenta que al momento de la toma de datos secundarios; la FCAC no se encontraba ofertando maestrías con formato *on line*. Por lo que se analizó a las universidades nacionales e internacionales que por sus características se consideraron como parte de la competencia directa de la PUCE, puesto que se encontraban ofertando el MBA *on line* como se muestra en la tabla 8.

Tabla 8: Competencia directa

Universidades con posgrado tipo MBA <i>on line</i>			
Universidad	Requisitos	Precio	Modalidad
Universidad de las Américas (UDLA)	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel registrado en el SNIESE • Cumplimiento con los requisitos institucionales 	17.813,19	<i>On line</i>
Universidad Andina Simón Bolívar (UASB)	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel • Suficiencia en el idioma inglés • Promedio mayor a la media • Experiencia laboral en cargos medios 	\$8.790,00	<i>On line</i>
EUDE BUSINESS SCHOOL	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel • Experiencia laboral mínimo 2 años • Suficiencia del idioma inglés • Experiencia laboral en el campo administrativo en mandos medios 	\$11.536,00	<i>On line</i>
Universidad Particular de Loja (UTPL)	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en campos relacionados • Experiencia laboral mínimo 2 años 	\$7.500,00	<i>On line</i>
Universidad Internacional del Ecuador (UIDE Open)	<ul style="list-style-type: none"> • Titulados de tercer nivel • Experiencia teórica y práctica en el área de la administración 	\$7.600,00	<i>On line</i>
EU BUSINESS SCHOOL	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel • Experiencia laboral 2 años • Suficiencia del idioma inglés 	\$19.623,41	<i>On line</i>
Universidad Internacional de la Rioja en Ecuador (UNIR)	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel • Suficiencia en el idioma inglés • Experiencia laboral certificada 	\$10.695,00	<i>On line</i>

El costo estimado promedio por el posgrado tipo MBA *on line* de la PUCE está alrededor de \$8,000.00 por la totalidad del programa; se entiende que el precio, según Kotler, es la cantidad de

una unidad monetaria que se cobra por un producto o servicio, en otras palabras, es la suma de valores que los consumidores dan a cambio del beneficio de obtener un servicio (2017), en este caso el servicio es un posgrado *on line* en la PUCE. Por otro lado, Bonta y Farber hablan sobre el precio como el valor que depende de la percepción del consumidor hacia la imagen del servicio que se ofrece, esto se lo conoce como “expresión del valor” (2004).

Cabe realzar que las siete universidades analizadas, al momento de la investigación ya se encontraban ofertando una MBA con modalidad *on line*; de las universidades internacionales para este análisis situacional, no se tomó el costo de la doble titulación que estas poseían al momento de realizar la recolección de datos, como se muestra en anexos A.

2 PERFILAMIENTO DEL ASPIRANTE PROFESIONAL

2.1 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo de la investigación fue el de estimar la demanda potencial y el nivel de empleabilidad para los próximos cinco años de los profesionales con título de tercer nivel de los campos de Ciencias Sociales, Educación, Comercio, Derecho, Ingeniería, Industria, Construcción, Salud y Servicios, que cursarían una maestría en Administración de Empresas *on line* en la PUCE. Para el efecto, el estudio identificó las intenciones y deseos de los aspirantes profesionales con título de tercer nivel para seguir un posgrado tipo MBA *on line* en la PUCE, y, también determinó un aproximado de aspirantes que se podrían inscribir en el programa educativo.

2.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación tuvo un enfoque cualitativo y cuantitativo. La investigación cualitativa y de alcance exploratorio, posibilitaron la identificación de los antecedentes y la construcción del instrumento de medición. Por otro lado, la parte cuantitativa fue de alcance descriptivo mediante la aplicación de encuestas de preguntas cerradas, que permitieron recolectar la información de los intereses, preferencias universitarias de los profesionales graduados en los campos de Ciencias Sociales, Educación, Comercio, Derecho, Ingeniería, Industria, Construcción, Salud y Servicios, así como, sus parámetros de decisiones e intenciones de realizar un posgrado MBA *on line* en la PUCE. El análisis de la información descriptiva se realizó a través de la estadística descriptiva., como se muestra en la tabla 9.

Tabla 9: Etapas de muestreo y análisis

Etapa	Actividades
Primera	Diseño de la muestra e instrumento de investigación.
Segunda	Recolección de encuestas.
Tercera	Análisis de los datos obtenidos

Fuente: Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, PUCE. (2015). *Estudios de Mercado Quito*

Para la tercera fase que se mostró en la tabla 9, se utilizaron datos secundarios. En esta parte su análisis fue de carácter descriptivo cuantitativo.

2.3 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Como parte del trabajo de investigación, se debe determinar la metodología de la recolección de datos. En este caso se aplicó una encuesta de preguntas cerradas a profesionales residentes en la ciudad de Quito, los cuales laboran en diferentes áreas y poseen un título de tercer nivel en los campos de estudios definidos.

Se realizó un plan de muestreo con el fin de determinar y garantizar que los datos obtenidos en este trabajo investigativo son representativos; Dos (2017) menciona que en el proceso de muestreo se encuentra la recolección de datos; a continuación, se muestra algunos puntos que menciona en el plan de muestreo:

- **Definir la población objetivo**

Para determinar la población se tomó en cuenta los perfiles de ingreso para las maestrías MBA *on line* de la competencia directa de la PUCE. Este dato se lo determinó en el objetivo de la investigación previamente planteado.

- **Método de recolección de datos**

Se procedió a contactar a los colegios agremiados de dichos campos, los cuales en primera instancia fueron:

- Colegio de Contadores de Pichincha

- Colegio de Arquitectos de Pichincha
- Colegio de Médicos de Pichincha

Los cuales no dieron paso para la obtención de datos de los graduados en los campos que se definieron para el estudio.

Por lo que, en concordancia con el director de tesis, se llegó a la conclusión de realizar otro método para la obtención de los datos; el cual fue: “el muestreo de bola de nieve”; el cual consiste en, seleccionar un grupo inicial de encuestados de forma aleatoria, a los cuales se les pide una vez que realicen la encuesta identificar a otros que pertenezcan a la población de interés y así sucesivamente (Malhotra, 2004). Uno de los objetivos de este muestreo es el de obtener características raras de la población; y, la característica es que la muestra final no es probabilística. En la figura 2, se muestra el comportamiento que tiene el método al momento de distribuir la encuesta.

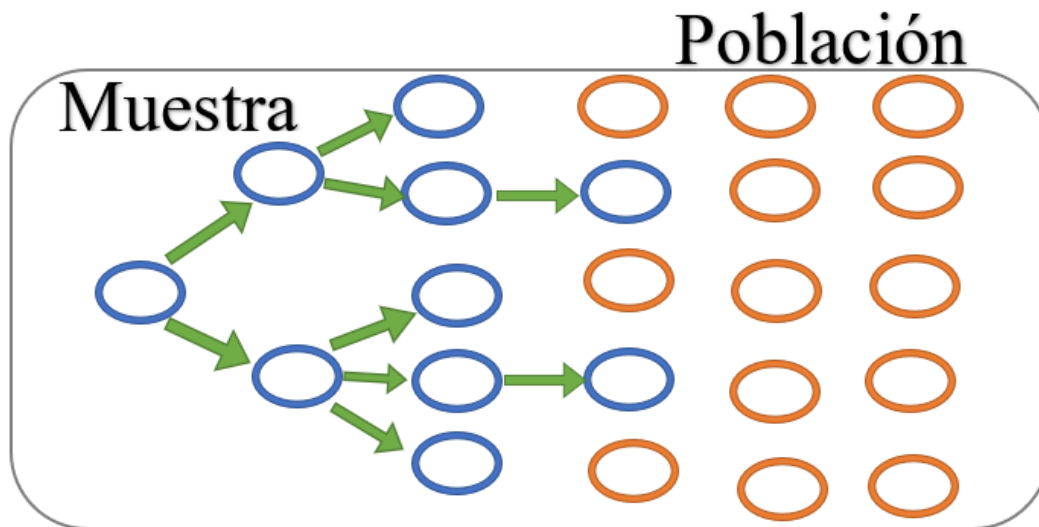


Figura 2: Muestreo de bola de nieve

Fuente: Explorable.com, 2009. Muestreo de bola de nieve. <https://explorable.com/es/muestreo-de-bola-de-nieve>

Dos (2017), menciona que este método de muestreo tiene éxito cuando los encuestados realizan la recomendación a otros sujetos que a su criterio son susceptibles a ser considerados dentro del estudio. Este método se lo realizó por el tamaño de la población objetivo. Por otro lado, el problema

mundial de la pandemia causada por el COVID-19, ocasionó que el Ecuador entrara en aislamiento, causando así dificultad en realizar las encuestas a los gremios mencionados anteriormente; Este estudio se caracteriza, por poder acceder sin dificultad a los grupos del estudio; La desventaja de este método es el sesgo que se da, dentro de las personas referidas.

2.4 DISEÑO DEL INSTRUMENTO

Para el diseño del instrumento debemos centrarnos en el mercado meta, el cual hace referencia a los aspirantes de tercer nivel que tengan el deseo y la intención de seguir una maestría tipo MBA *on line* en la PUCE. Kotler (2017) define al mercado meta como al conjunto de usuarios que comparten necesidades o características y a quienes la PUCE como unidad educativa va a atender. En la figura 3 se muestran los tipos de mercados meta.

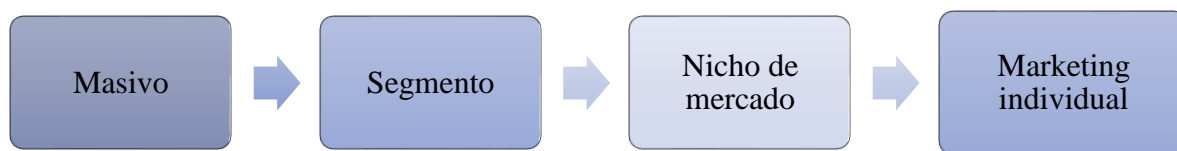


Figura 3: Estrategias de Selección del Mercado Meta
Fuente: Kotler & Armstrong, 2017. Fundamentos de Marketing

Como el estudio se basa en un grupo específico, se lo conoce como nicho de mercado, ya que el 22,35% de los matriculados en los campos previamente mencionados, son de la provincia de Pichincha, sin tomar en cuenta sus deseos o intenciones de seguir un posgrado tipo MBA con modalidad *on line*.

Es por esa razón que, al momento de perfilar al aspirante, que desee y que tenga la intención de matricularse en un posgrado tipo MBA *on line*, se tomó en cuenta que no todos los egresados tienen el mismo deseo de seguir este tipo de programa, o modalidad. Para obtener un mejor perfil, Kotler & Armstrong, menciona que debemos enfocarnos en ciertas características y que estas sean: medibles, accesibles, sustanciales, diferenciables y aplicables (2017). Por lo tanto, se tomó en

consideración los perfiles de aspirantes de otras universidades para tener un comparativo con la modalidad *on line*.

Al diseñar la encuesta se realizaron preguntas con respuestas cerradas con escalas nominales, la cual, según Prieto (2019) facilita tabular las creencias, asignándoles dos o más categorías.

Con estos antecedentes se realizó el instrumento, el cual es conformado por una encuesta que es aplicada a profesionales graduados con título de tercer nivel en los campos de: Ciencias Sociales, Educación, Comercio, Derecho, Ingeniería, Industria, Construcción, Salud y Servicio.

Para determinar las intenciones y deseos se procedió a realizar una encuesta. La misma se estructuró teniendo en cuenta la población a la que se dirigió el estudio. El instrumento está conformado por tres fases, las cuales se muestran en la figura 4.

Sección #1: Generalidades
Sección #2: Perfil profesional
Sección #3: Formación de cuarto nivel

Figura 4: Fases de la encuesta

Se sometió la encuesta a una prueba previa, la cual, según Prieto (2019), menciona que es aconsejable realizarla para corregir algunas deficiencias que se presenten en la misma; a este tipo de pruebas, también se las conocen como “prueba piloto”, que consiste en probar un cuestionario en una pequeña muestra de encuestados, para identificar y eliminar los problemas potenciales que se presenten en la encuesta general (Vázquez Alamilla, Flores Jiménez, Rivera, & Rodríguez Moreno, 2015). El objetivo es mejorar el cuestionario identificando problemas que tenga el diseño de la encuesta, ya que el planteamiento del cuestionario debe ser exhaustivo para obtener los resultados esperados sin alteraciones.

Para comenzar se planteó la sección 1, que consistió en crear una base de datos de los encuestados; sin embargo, no es obligatorio que llenen todos los campos a excepción del título obtenido, ya que ese campo se lo utilizó para asegurarnos que el encuestado posee un título de tercer nivel, como se muestra en la figura 5 la distribución que tuvo:

SECCIÓN #1: GENERALIDADES			
G1. Nombre y Apellido			
G2. Teléfono de contacto			
G3. Género	Masculino	1	Femenino
G4. Edad			
G5. Email			
G6. Título de tercer nivel obtenido			

Figura 5: Datos generales del encuestado

La realización de este instrumento tuvo la aprobación del director de tesis, debido a que, el trabajo de investigación se basa en perfilar a los aspirantes que tengan un título de tercer nivel.

A continuación, se realizó la sección 2, la cual pretendió obtener una visión amplia del perfil profesional que maneja el posible aspirante, como se muestra en la figura 6, la distribución que tuvo la sección mencionada:

SECCIÓN #2: PERFIL PROFESIONAL								
P7. Situación Laboral	No trabaja actualmente (PASAR A P17)							
	Trabaja actualmente							
	Tiene su propia empresa							
P8. Empresa en la que labora								
P9. Estado laboral que se encuentra	A prueba	1	Eventual	2	Fijo un año	3	Indefinido	4
P10. Cargo actual								
P11. El cargo es:	Directivo	1	Mando medio	2	Operativo	3	Otros:	
P12. Sector de la empresa	Público	1	Privado	2	Mixta	3		
P13. Tipo de empresa	Industrial	1	Comercial	2	Servicios	3		
P14. ¿Cuál es el área en la que desempeña su actividad laboral?	Ventas	1	Administrativo	5	Producción / Operaciones	9		
	Marketing	2	Recursos Humanos	6	Otra: (indique, ¿cuál?)			
	Contabilidad	3	Comercio Exterior	7				
	Finanzas	4	Auditoría	8				
P15. Sector del CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) que se encuentra la empresa	Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	1	Intermediación financiera	10				
	Pesca	2	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	11				
	Explotación de minas y canteras	3	Administración pública y defensa; planes de seguridad	12				
	Industrias manufactureras	4	Enseñanza	13				
	Suministro de electricidad, gas y agua	5	Servicios sociales y de salud	14				
	Construcción	6	Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y	15				
	Comercio al por mayor y al por menor; reparación	7	Actividades de hogares privados como empleadores y	16				
	Hoteles y restaurantes	8	Organizaciones y órganos extraterritoriales	17				
	Transporte, almacenamiento y comunicaciones	9						
P16. Seleccione la opción que describe mejor la aspiración laboral de su empresa al momento de contratar profesionales	Aspirante con experiencia en puestos similares							1
	Aspirantes con título de tercer nivel							2
	Aspirantes con título de cuarto nivel y experiencia en puestos similares							3
	Aspirantes con título de tercer nivel y experiencia en puestos similares							4

Figura 6: Perfil del aspirante

Dentro de esta sección se incluyó la Codificación Industrial Internacional Uniforme (CIU), y así lograr obtener un perfil que buscan las empresas según el sector en el que se encuentra.

Por último, la sección 3; se centró en determinar el posible interés e intención de matricularse en una maestría MBA *on line* en la PUCE, la figura 7 muestra cómo se pretendió medir los aspectos mencionados:

SECCIÓN #3: FORMACIÓN DE CUARTO NIVEL							
P17. ¿Ha realizado algún estudio de posgrado	SI (PASAR A P18)		1	NO (PASAR A P20)		2	
P18. ¿Qué posgrado realizó?							
P19. ¿En qué universidad?							
P20. ¿Piensa cursar un posgrado en los próximos cinco años?	SI (PASAR A P22)		1	NO (TERMINAR ENCUESTA)		2	
P21. ¿Estaría interesado/a en realizar un posgrado en Administración de Empresas tipo MBA?	No lo sé					2	
	No, en absoluto						
	Tengo poco interés						
	Muy interesado						
P22. ¿Qué modalidad de estudio le interesaría cursar una maestría MBA?	Presencial	1	Semipresencial	2	On line	3	Si su respuesta es Presencial o Semipresencial (TERMINAR ENCUESTA)
P23. ¿Cuál es la probabilidad de que usted se matricule en una maestría tipo MBA en formato <i>on line</i>	No, en absoluto					1	
	Poco probable					2	
	Sí, seguro					3	
P24. De acuerdo con su percepción, ¿en cuáles de las siguientes universidades; el programa de postgrado MBA <i>on line</i> le proporcionaría más posibilidades de conseguir trabajo? (seleccione 3)	Universidad de las Américas (UDLA)		1	Universidad Internacional del Ecuador (UIDE Open)		5	
	Universidad Andina Simón Bolívar (UASB)		2	EU BUSINESS SCHOOL		6	
	EUDE BUSINESS SCHOOL		3	Universidad Internacional de la Rioja en Ecuador (UNIR)		7	
	Universidad Particular de Loja (UTPL)		4	Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE)		8	
P25. Seleccione tres atributos que representen para usted una mayor calidad para una maestría <i>on line</i>	La relación precio/calidad		1	Plan de estudio		5	
	Horarios flexibles		2	Prestigio		6	
	Innovación Tecnológica		3	Networking (red de contactos)		7	
	Propuesta de valor (beneficios)		4	Tutorías personalizadas		8	
P26. En función de su preferencia y su posibilidad, ¿en qué universidades estaría dispuesto a seguir un posgrado en formato <i>on line</i> ?	Universidad de las Américas (UDLA)		1	Universidad Internacional del Ecuador (UIDE Open)		5	
	Universidad Andina Simón Bolívar (UASB)		2	EU BUSINESS SCHOOL		6	
	EUDE BUSINESS SCHOOL/ MÉXICO		3	Universidad Internacional de la Rioja en Ecuador (UNIR)		7	
	Universidad Particular de Loja (UTPL)		4	Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE)		8	
	otra indique cual?					9	
P27. ¿A través de qué modo le interesaría ver u oír hablar de la oferta académica de la PUCE? Por favor seleccione todas las opciones que aplique	Redes sociales					1	
	Anuncio en radios					2	
	Página Web					3	
	Vídeos publicitarios (YOUTUBE)					4	
	Referencias de: familiares, amigos, etc.					5	

Figura 7: Intenciones e Intereses de los profesionales

2.5 VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Para la validación del instrumento se utilizó la prueba “Alpha de Cronbach”, ya que este método expresa el grado de homogeneidad de las variables que contiene el instrumento, por ende, se orienta a calcular la confiabilidad de mismo (Quero, 2010). La fórmula que se utilizó fue la que se muestra en la tabla 9.

Tabla 10: Fórmula Alpha de Cronbach

Fórmula
$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$

Para entender mejor, la nomenclatura fue la siguiente:

- α : alpha
- K: número de ítems
- Vi: varianza de cada ítem
- Vt: varianza total

Al medir la validez del instrumento, se determinó de mejor manera las variables que se pretendían obtener al repartir el instrumento. Este método se utilizó porque, requiere una sola toma de datos y no necesita de una prueba paralela para su utilización. La misma se utilizó tanto para la prueba piloto como del instrumento final.

2.6 POBLACIÓN Y PROCEDIMIENTO DE MUESTREO

2.6.1 POBLACIÓN

La población según García (2008), es el conjunto de individuos del cual se requiere información. En el caso del estudio son, los profesionales con título de tercer nivel en los campos de: Ciencias Sociales, Educación, Comercio, Derecho, Ingeniería, Industria, Construcción, Salud y Servicios; como se representan se hizo referencia a la tabla 11.

Tabla 11: Porcentaje de estudiantes por campo amplio seleccionado

ESTUDIANTES DE PREGRADO EN EL CAMPO DE EDUCACIÓN SELECCIONADO PARA EL TRABAJO	
Estudiantes matriculados en Ecuador para tercer nivel de educación	577.733
Estudiantes matriculados de tercer nivel en la provincia de Pichincha	139.448
Porcentaje de estudiantes matriculados de tercer nivel de educación en la provincia de Pichincha	24,14%
Porcentaje de campos amplios del estudio	22,35%
Porcentaje de estudiantes matriculados en carreras del campo de Educación Comercial y Administración	1,37%
Porcentaje de estudiantes matriculados en carreras del campo de Ciencias Sociales	10,52%
Porcentaje de estudiantes matriculados en carreras del campo de Ingeniería, Industria y Construcción	4,07%
Porcentaje de estudiantes matriculados en carreras de la Educación	4,42%
Porcentaje de estudiantes matriculados en carreras del campo de Salud y Servicios	1,97%
Estudiantes matriculados en Pichincha en el campo de Educación Comercial y Administración	7.931
Estudiantes matriculados en Pichincha en el campo de Ciencias Sociales	60.772
Estudiantes matriculados en Pichincha en el campo de Ingeniería, Industria y Construcción	23.524
Estudiantes matriculados en Pichincha en el campo de Educación	25.520
Estudiantes matriculados en Pichincha en el campo de Salud y Servicios	11.388

Fuente: "Sistema Nacional de Información de Educación Superior del Ecuador (SNIESE) - Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT)" con corte 30 de septiembre 2019.

Para el estudio se tomó la provincia de Pichincha, la cual representa el 18,05% de la población a nivel nacional. Sin embargo, solo representa el 11,89% de la población de aspirantes profesionales con título de tercer nivel. Para situarnos en el cálculo de la población se encuentra la tabla 12.

Tabla 12: Población de estudio

Población de estudio	
Habitantes de Pichincha 2018	3.116.111
Porcentaje de personas con título de tercer nivel 2018	23,08%
Número de títulos de tercer nivel 2018	83.661
Porcentaje de educación en los campos amplios seleccionados	22,35%
Total de profesionales en los campos seleccionados	18.700

Para este estudio se tomó solamente la provincia de Pichincha. Pese a ser un programa *on line* o virtual, la cultura ecuatoriana aún se cuestiona por la educación en línea. Por ejemplo, se tomó el caso de la Universidad Estatal de Milagro (Unemi), la cual lanzó su oferta en línea en conjunto con las siguientes universidades: Universidad Central del Ecuador (UCE), Universidad de las Fuerzas Armadas, Universidad Técnica de Manabí (UTM) y la Universidad Técnica del Norte (UTN); cuya oferta académica menciona Zambrano (2019), fue de 30.950 cupos para el primer proceso de nivelación, de los cuales 13.652 (44,11%) candidatos se inscribieron, es decir el 55,89% de lo esperado no lo demandó. Debido a los primeros resultados la UTN se retiró en ofertar la educación en línea. Dejando los siguientes valores en la tabla 13.

Tabla 13: Número de estudiantes matriculados: para el proceso de nivelación de la educación pública en línea

Universidad	
Universidad Central del Ecuador	1.800
Universidad de las Fuerzas Armadas	4.044
Universidad Estatal de Milagro	5.106
Universidad Técnica de Manabí	2.702
TOTAL	13.652

Fuente: Zambrano, 2019. Educación superior pública en línea no tiene la acogida esperada en Ecuador

Si bien es cierto; los valores son de una oferta de grado, pero el paradigma sobre la educación es la misma. Según el rector de la Unemi, Fabricio Guevara; indica que la educación en línea en el Ecuador no es mala, no debería considerarse como la última opción, pero rompe con el paradigma que se manejaba en el país sobre la educación superior.

2.6.2 DETERMINACIÓN DE MUESTRA

Una muestra es el subconjunto de la población a cual queremos investigar y esta debe ser representativa de la misma (Morillas, 1995) ; por ende, la Teoría de Muestreo busca la selección adecuada dentro de una muestra, con el fin de obtener la información deseada de la población. La tabla 13 da una mejor explicación.

Tabla 14: Fórmula datos finitos

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

La nomenclatura para entender mejor la fórmula fue la siguiente:

- n: Tamaño de la muestra
- Z: Nivel de confianza
- P: Probabilidad de ocurrencia
- Q: Probabilidad de no ocurrencia
- N: Población
- e: Error

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de los datos finitos; así se fijó el noventa y cinco (95) por ciento de confianza y un error del cinco (5) por ciento, para establecer la credibilidad de los datos obtenidos y así cumplir con el objetivo de la investigación.

Los datos fueron tomados del año 2018 debido a que los del 2019 estaban en proceso de actualización y no se encontraban disponibles. De esta manera el resultado fue de 372,69 encuestas a realizar. Por cuestiones de la investigación se decidió efectuar 568 encuestas para obtener un resultado más cercano a la realidad; de las cuales, se hicieron 33 pruebas piloto para determinar si la encuesta se encontraba correctamente elaborada.

2.7 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

Se realizó una primera toma de datos denominada encuesta piloto; de ella se obtuvieron 33 resultados, los cuales se sometieron al método de fiabilidad como se muestra en la tabla 15. Para facilitar la tabulación y análisis de los datos se utilizó el programa SPSS.

Tabla 15: Fiabilidad de la encuesta piloto

Estadística de fiabilidad	
Alfa de	N de
Cronbach	elementos
,563	18

Debido a la baja puntuación en cuanto al resultado de fiabilidad del instrumento se revisó los escenarios que afectaban a la misma, conforme la tabla 16.

Tabla 16: Escenarios de la prueba piloto

Descripción del Campo	Estadísticas de total de elemento			
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlació n total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Sexo	82,33	184,604	-,033	,567
Situación Laboral	82,36	178,489	,294	,551
Sector en el que se encuentra la empresa	81,61	185,434	-,076	,571
Tipo de Empresa	81,09	176,898	,280	,549
Sector del CIU	70,88	144,110	,006	,716
Estado laboral en el que se encuentra	81,30	183,718	-,011	,569
Seleccione la opción que describe mejor la aspiración laboral de su empresa al momento de contratar profesionales	80,55	183,443	-,013	,570
¿Ha realizado algún estudio de posgrado?	82,00	184,563	-,030	,567
¿Piensa cursar un posgrado en los próximos cinco años?	82,33	177,104	,543	,546
¿Estaría interesado/a en realizar un posgrado en Administración de Empresas tipo MBA?	80,48	166,195	,363	,528
¿Qué modalidad de estudio le interesaría cursar una maestría MBA <i>on line</i> ?	80,82	180,841	,087	,562
¿Cuál es la probabilidad de que usted se matricule en una maestría tipo MBA en formato <i>on line</i> ?	77,61	153,371	,714	,482
En función de su preferencia, ¿en qué Universidades estaría dispuesto en seguir un posgrado en formato <i>on line</i> ?	70,48	114,883	,437	,484
Medios_1	78,55	141,318	,654	,457
Medios_2	78,03	157,405	,611	,497
Medios_3	77,67	166,292	,533	,520
Medios_4	77,39	178,809	,168	,555
Medios_5	77,36	179,364	,161	,556

En una reunión sostenida con el director de tesis, se reformularon los campos que debían llenar los encuestados para facilitar la tabulación y obtener los resultados esperados. Al realizar los cambios se repartió la encuesta usando el método antes mencionado en la recolección de datos como se muestra en la figura 8.

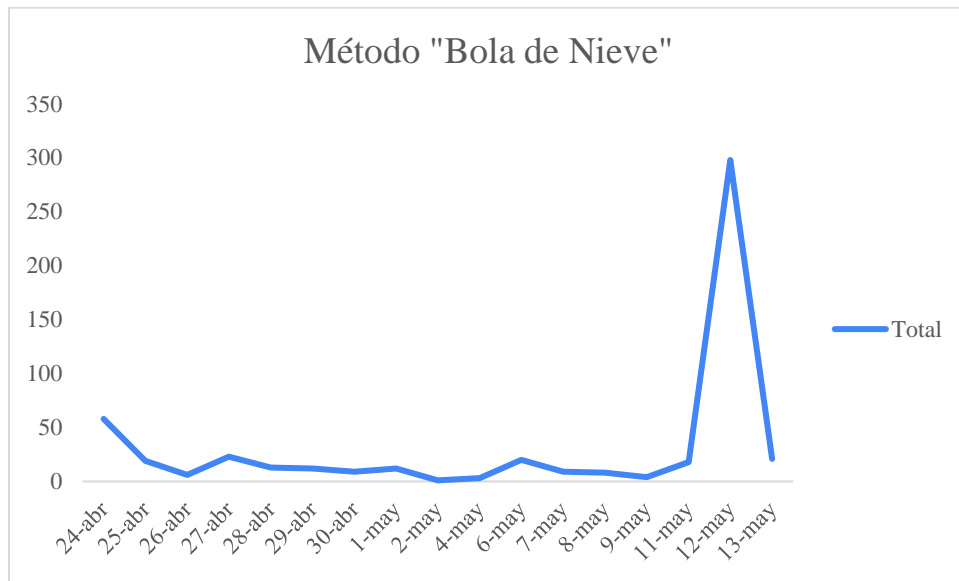


Figura 8: Recolección de datos: Bola de Nieve

En dicho instrumento se obtuvieron 534 respuestas, lo cual aumentó la fiabilidad del instrumento como se muestra en la tabla 17.

Tabla 17: Fiabilidad del instrumento

Estadística de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,845	27

Con este resultado favorable podemos afirmar que el instrumento es óptimo por el nivel de confianza obtenido.

A continuación, se analizan los campos que conformaron el instrumento:

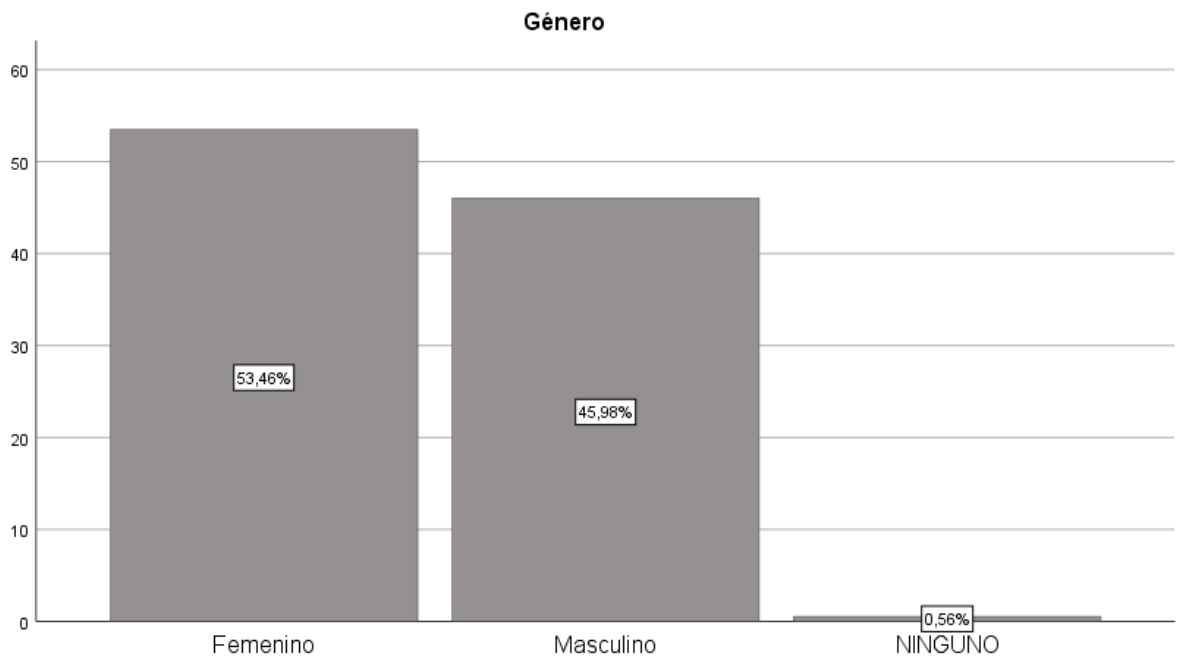


Figura 9: Sexo

De los 565 encuestados existieron 4 personas que se abstuvieron de elegir la categoría de género, estos datos fueron capturados sin discriminar si tienen la intención o no de seguir un posgrado con modalidad *on line*.

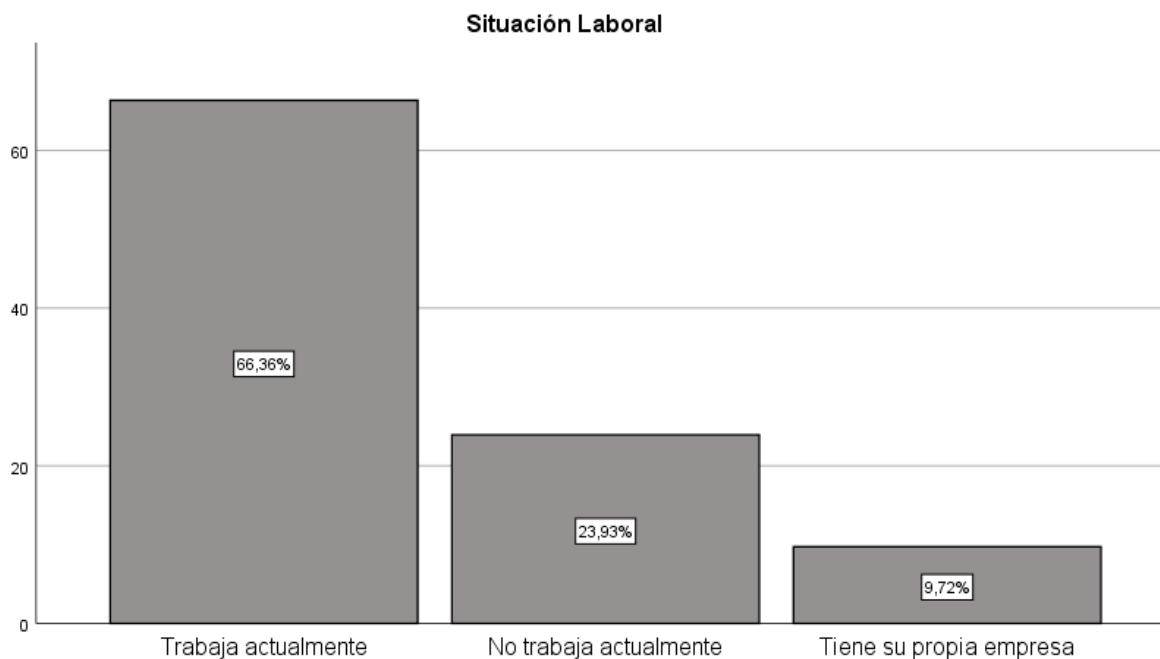


Figura 10: Situación laboral del encuestado

La encuesta se la realizó en el mes de mayo del presente año, por lo que hay que considerar que debido a las circunstancias inciertas determinadas por la pandemia del COVID-19, los datos podrían verse afectados considerablemente. Esta puntualización debe ser tomada en cuenta como antecedente para futuras proyecciones.

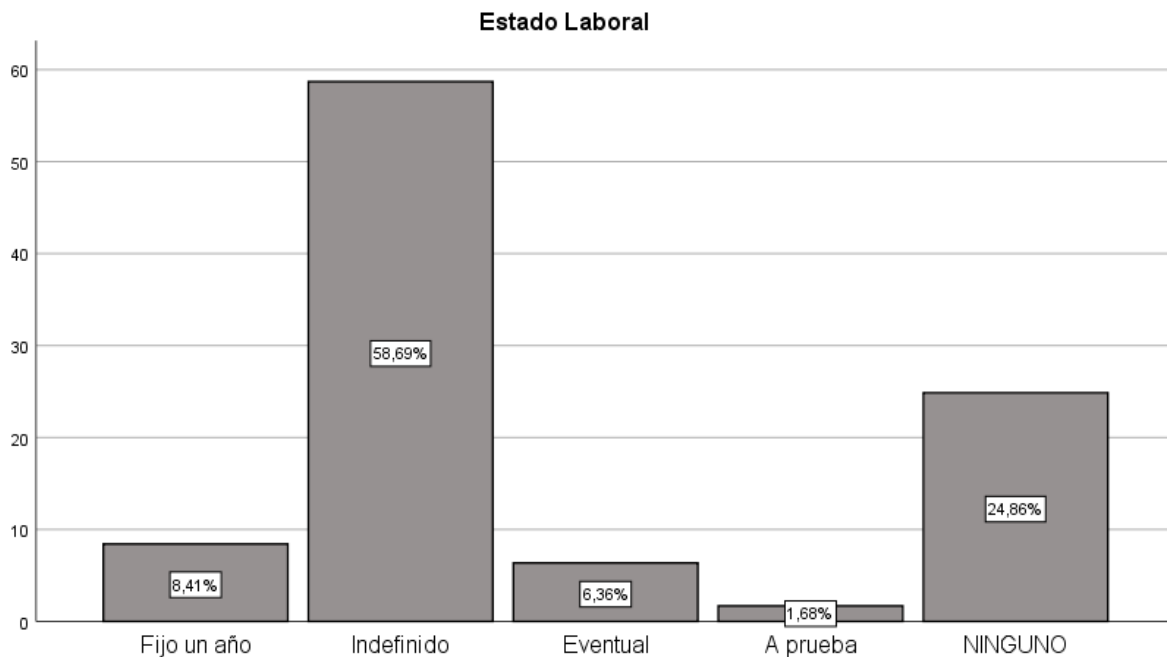


Figura 11: Estado laboral del encuestado

Los resultados de la encuesta mostraron que el grupo bajo la modalidad de contrato indefinido tenía un porcentaje superior al resto de los encuestados. Esto nos indicó que es el grupo al que se debería ofertar por su menor grado de incertidumbre laboral.

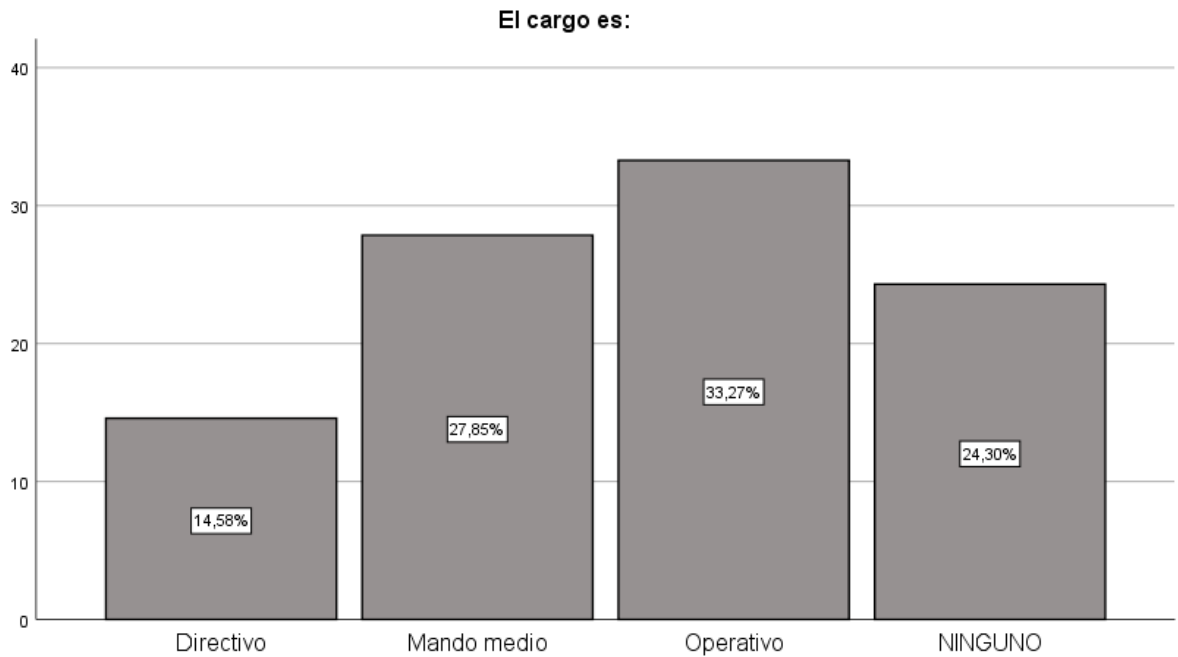


Figura 12: Cargo dentro de la empresa

Se definió el cargo para aumentar las características del aspirante, ya que, dependiendo de la posición que ostente, podría aumentar la intención y el deseo de adquirir un título de cuarto nivel de acuerdo a las necesidades y prioridades del profesional.

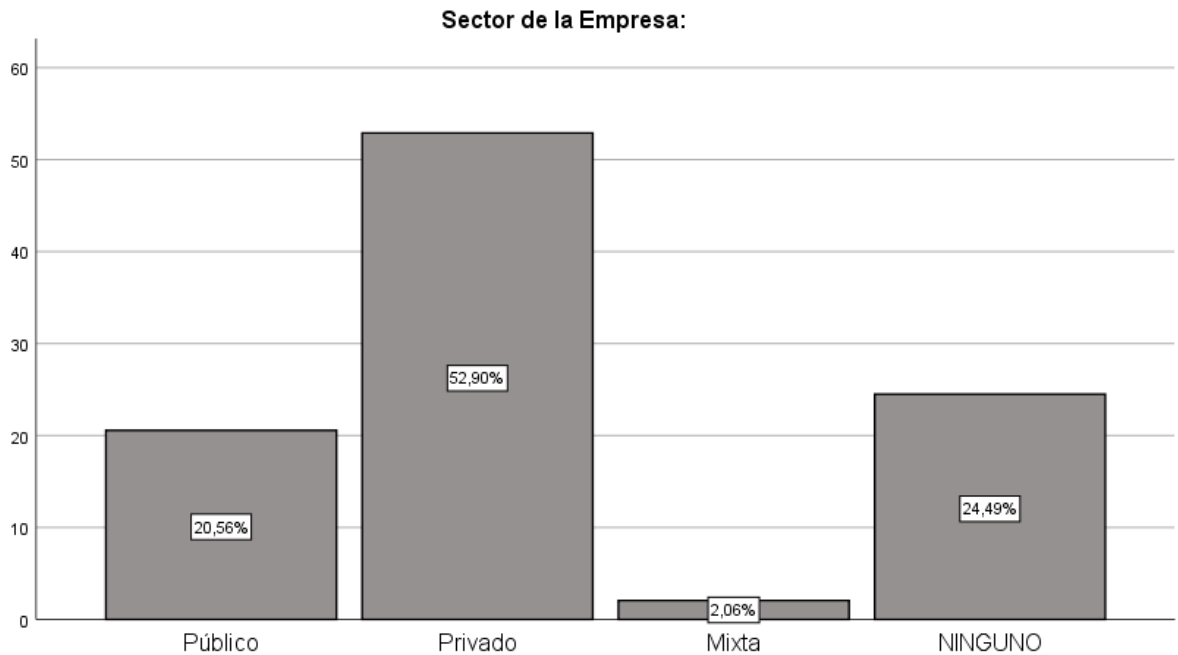


Figura 13: Sector de la empresa

Al generar el reporte del ranking de compañías existentes en la provincia de Pichincha para el año 2018, en la página web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, podemos verificar que existieron 1056 compañías privadas establecidas. El 28.03% de los encuestados indicaron que trabajaban para este tipo de empresas.

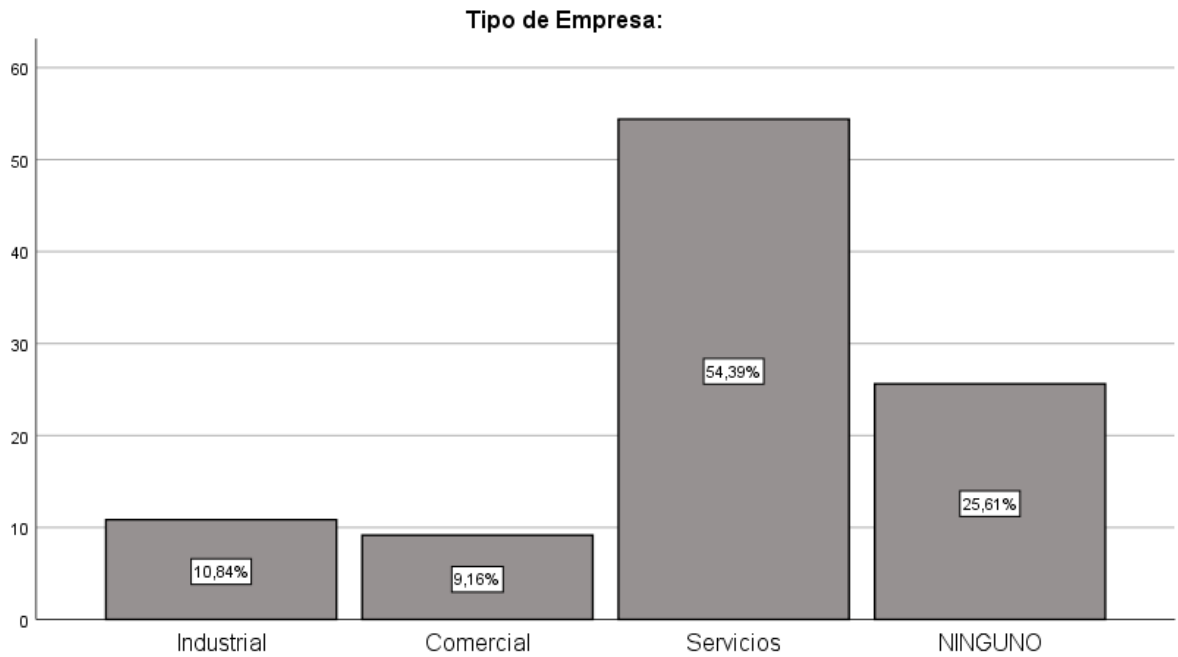


Figura 14: Tipo de empresa

Para efectos del estudio se tomaron los datos del mismo ente regulador. Nos indicó que en el 2018 hubo 419 compañías comerciales.

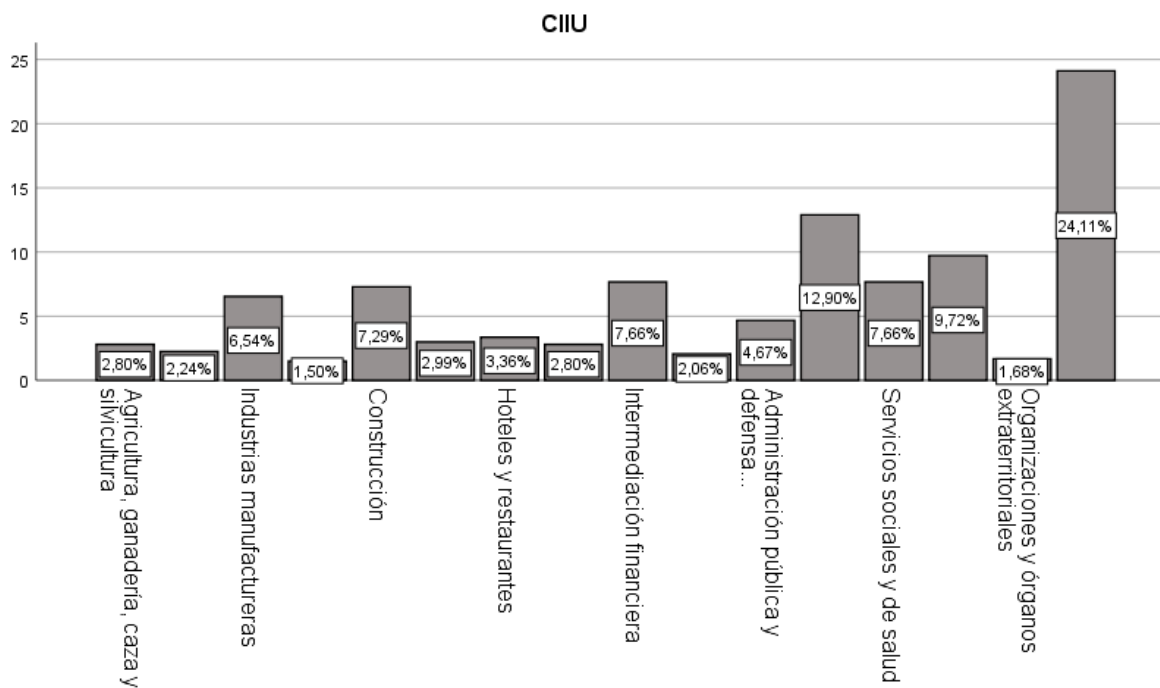


Figura 15: CIU de las compañías

En la tabla anterior podemos apreciar la composición de los encuestados en los diferentes campos de la industria, de acuerdo con la clasificación de la CIU de las compañías. Los datos se debieron a los campos amplios de estudio a los cuales se delimitó la investigación: en ésta faltarían arte y comunicación para completar la categorización que nos brindó la SENESCYT.

Seleccione la opción que describe mejor la aspiración laboral de su empresa al momento de contratar profesionales

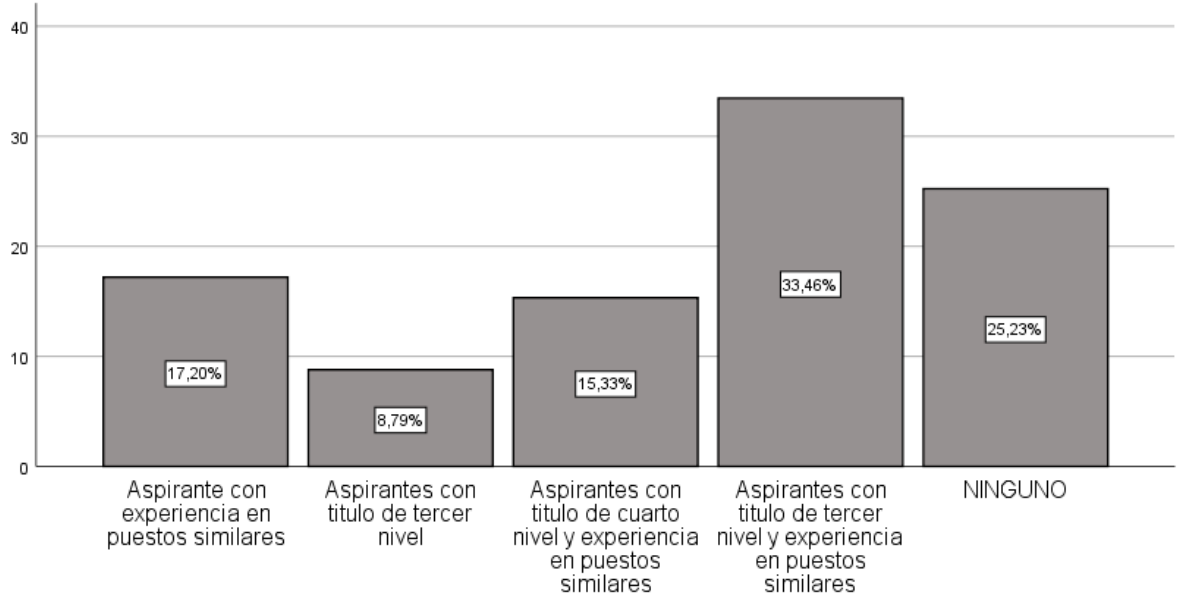


Figura 16: Opción que describe mejor a la empresa al momento de contratar

El campo previamente mostrado pretendió saber, por medio de la percepción del trabajador, la preferencia que tiene la empresa a la que pertenece, al momento de contratar nuevo personal.



Figura 17: ¿Ha realizado algún estudio de posgrado?

Por medio de esta pregunta, se determinó cual es el porcentaje que no ha realizado un posgrado y que representa el mercado objetivo al que pretende llegar la Pontificia Universidad Católica.

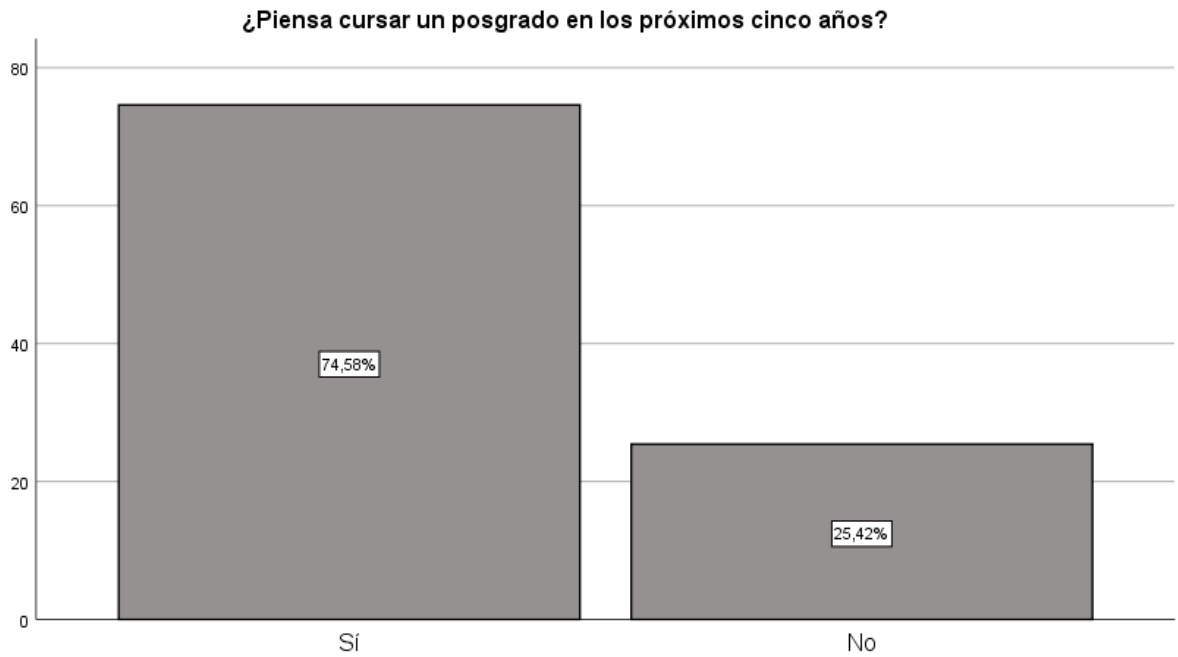


Figura 18: ¿Piensa cursar un posgrado en los próximos cinco años?

Dentro de este estudio se buscaba ver la intención del consumidor a corto y mediano plazo, lo cual nos daría una idea de las aspiraciones de los encuestados con relación a contratar este tipo de cursos.

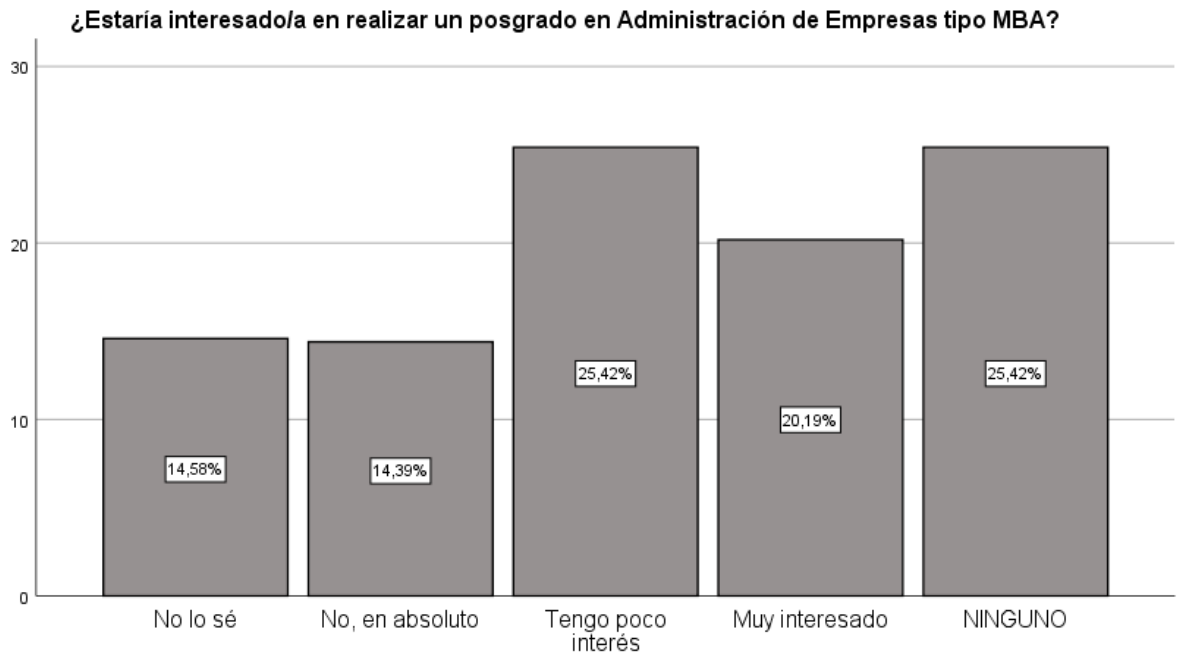


Figura 19: ¿Estaría interesado en realizar un posgrado MBA?

La finalidad de esta pregunta fue delimitar el interés de los encuestados con respecto a un posgrado MBA, ya que es el plan que tiene como eje la FCAC.

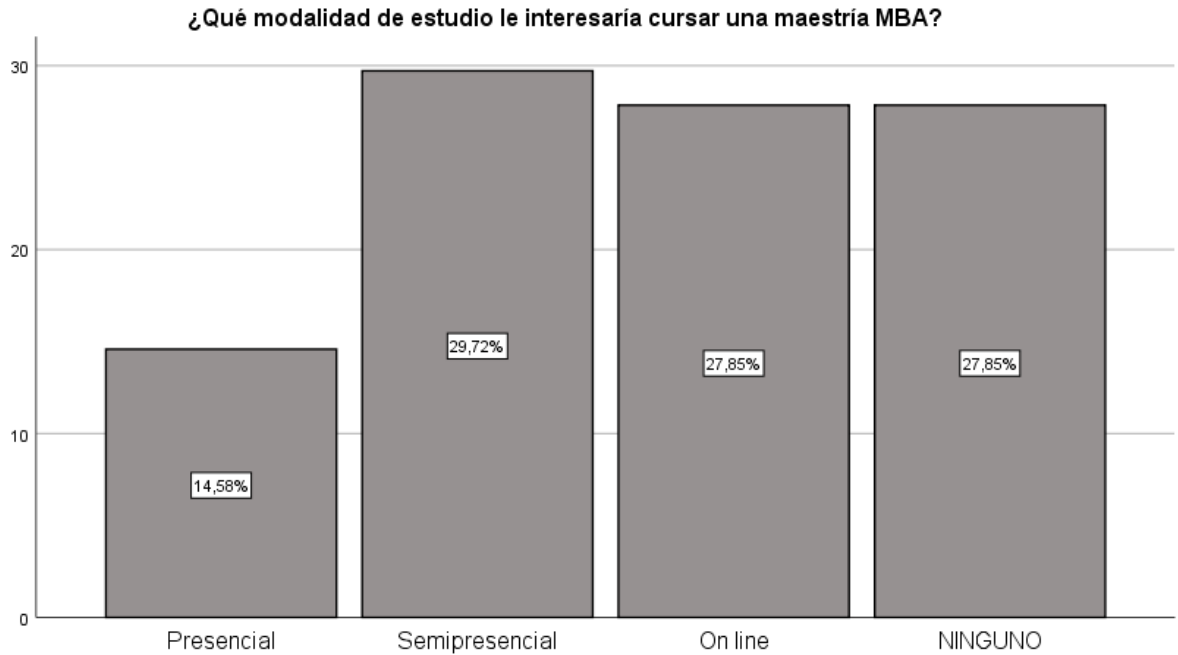


Figura 20: ¿Qué modalidad de estudio le interesaría cursar una maestría MBA?

Un elemento concluyente para el estudio que se realizó fue el determinar el deseo y la intención que tienen los encuestados sobre realizar un posgrado MBA con la modalidad *on line*, de acuerdo con los objetivos estratégicos de la PUCE y a las nuevas tendencias académicas mundiales.

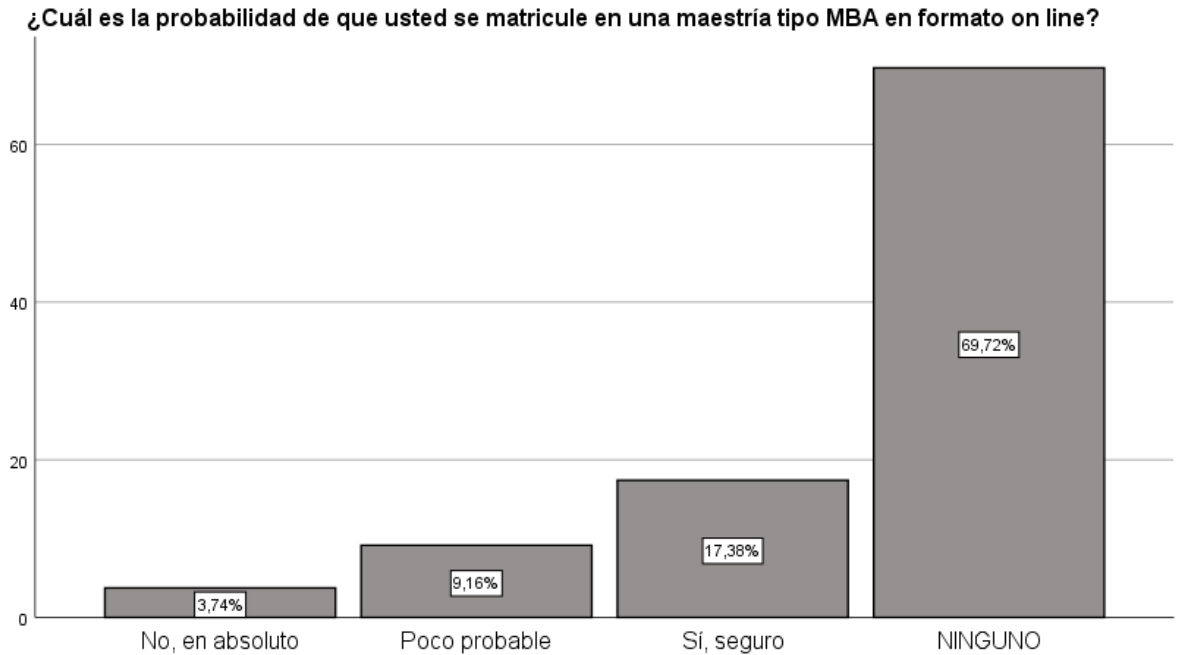


Figura 21: ¿Cuál es la probabilidad de que usted se matricule en una maestría MBA on line?

Para ir reduciendo la muestra que obtuvimos, se agregó el programa que ofertará la FCAC: una maestría tipo MBA con modalidad *on line*; el porcentaje de los encuestados que están dispuestos a tomarla sigue siendo alto con un 17,38%, es decir 93 personas.

¿En cuáles de las siguientes universidades; el programa de postgrado MBA on line le proporcionaría más posibilidades de conseguir trabajo?

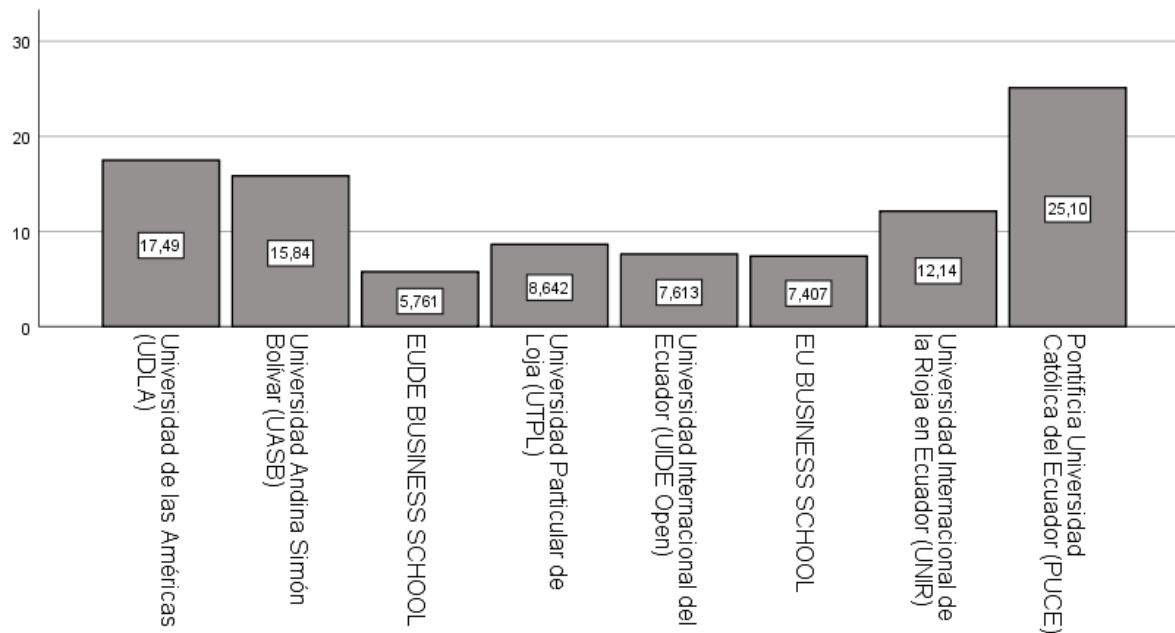


Figura 22: ¿En cuáles de las siguientes universidades; el posgrado MBA on line le proporcionaría más posibilidades de conseguir trabajo?

El momento que se realizó la repartición de la encuesta, el instrumento no contaba con una identificación de la PUCE, ya que se trató de eliminar el mayor porcentaje de sesgo posible, debido a que, en el método utilizado para la recolección de datos, ya contaba con una posible tendencia de la primera repartición de encuestas según el perfil, porque estos eran conocidos del encuestador.

Adicionalmente con esta pregunta se mide indirectamente el prestigio que tiene la Universidad contra su competencia directa, mostrando una ventaja competitiva.

Seleccione tres atributos que representen para usted una mayor calidad para una maestría on line

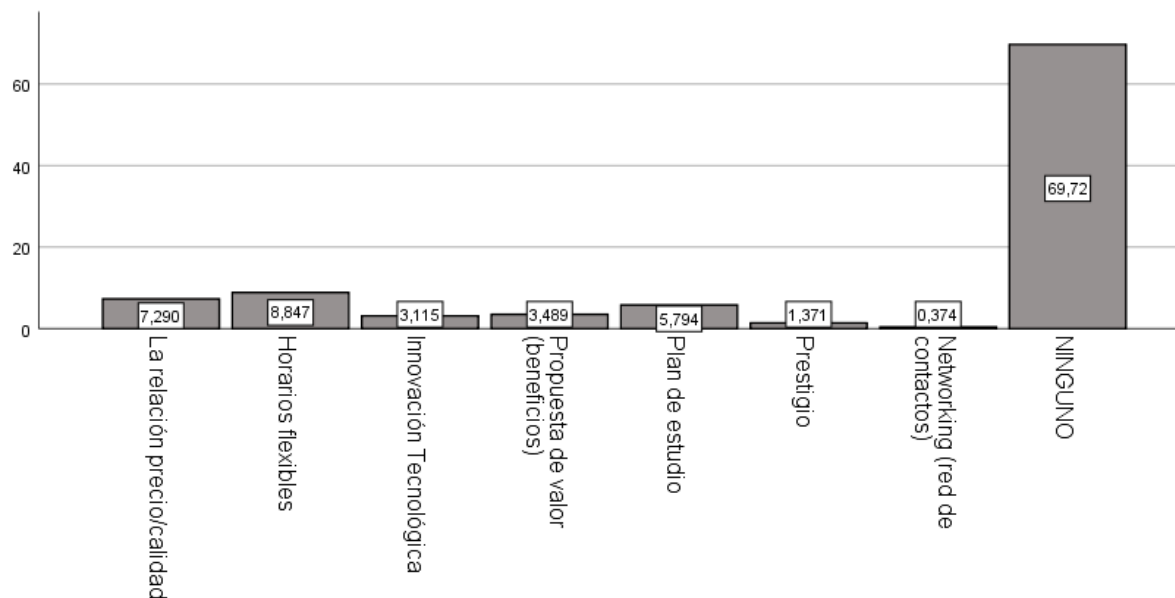


Figura 23: Selección de los tres atributos que representaron para el encuestado mayor calidad

Los horarios flexibles y el plan de estudio se dan por una estructura de programa, de los cuales se encargarán las autoridades competentes dentro del diseño del programa que se ofertará; pero la relación de precio/calidad, es un factor subjetivo, depende del estudiante una vez que haya recibido el servicio.

¿En qué universidades estaría dispuesto a seguir un posgrado en formato on line?

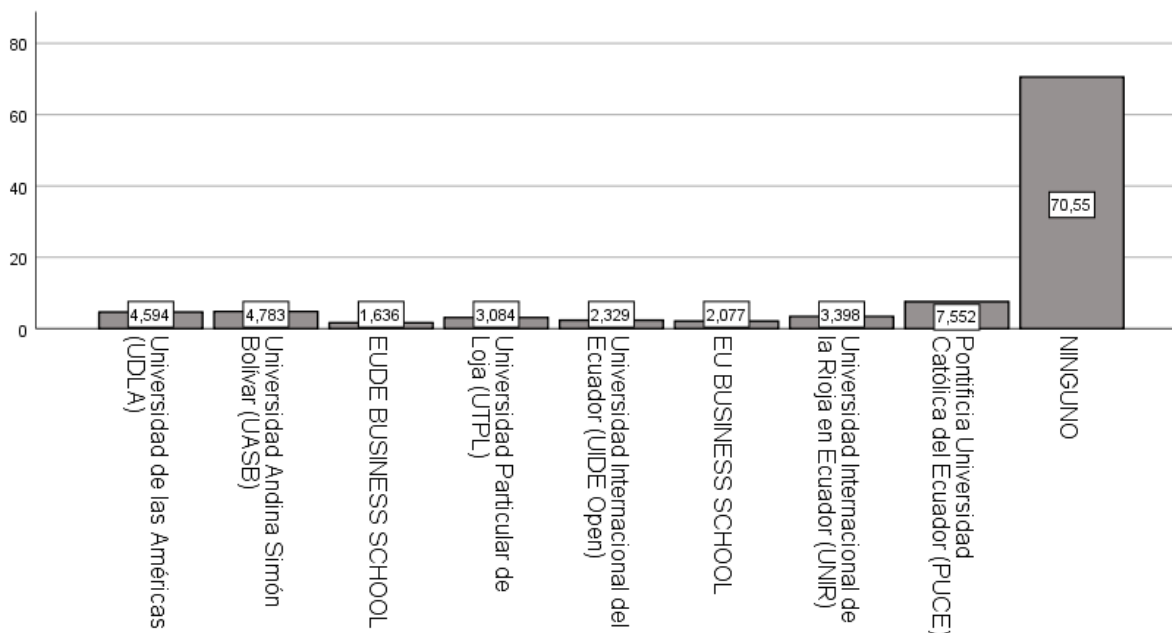


Figura 24: ¿En qué universidades estaría dispuesto a seguir un posgrado en formato on line?

En la figura previamente mostrada, se determinó que el objetivo de esa pregunta era que el encuestado responda en base a su situación económica, al escoger un centro de estudio que se adapte a su realidad financiera, así como a sus necesidades laborales; cabe recalcar que existen otros factores que inciden en la toma de decisión al momento de matricularse en un centro educativo, debido a que la inversión es considerablemente alta.

De los 534 encuestados, al haber seleccionado los que tenían la intención de seguir un estudio de posgrado en los próximos cinco años, el número de aspirantes bajó a 398, lo cual indica una tendencia favorablemente de la intención de los profesionales a continuar con sus estudios superiores; de este subtotal se seleccionó a los encuestados que prefirieron la modalidad *on line*, dando como resultado 149 posibles aspirantes y de los cuales se trató de determinar sus preferencias y deseos al matricularse en una maestría tipo MBA *on line*. Sin embargo, al considerar un MBA, el número de aspirantes, que siguen cumpliendo con los requisitos, bajó a 139. En los siguientes gráficos se considerará esta última muestra para el análisis.

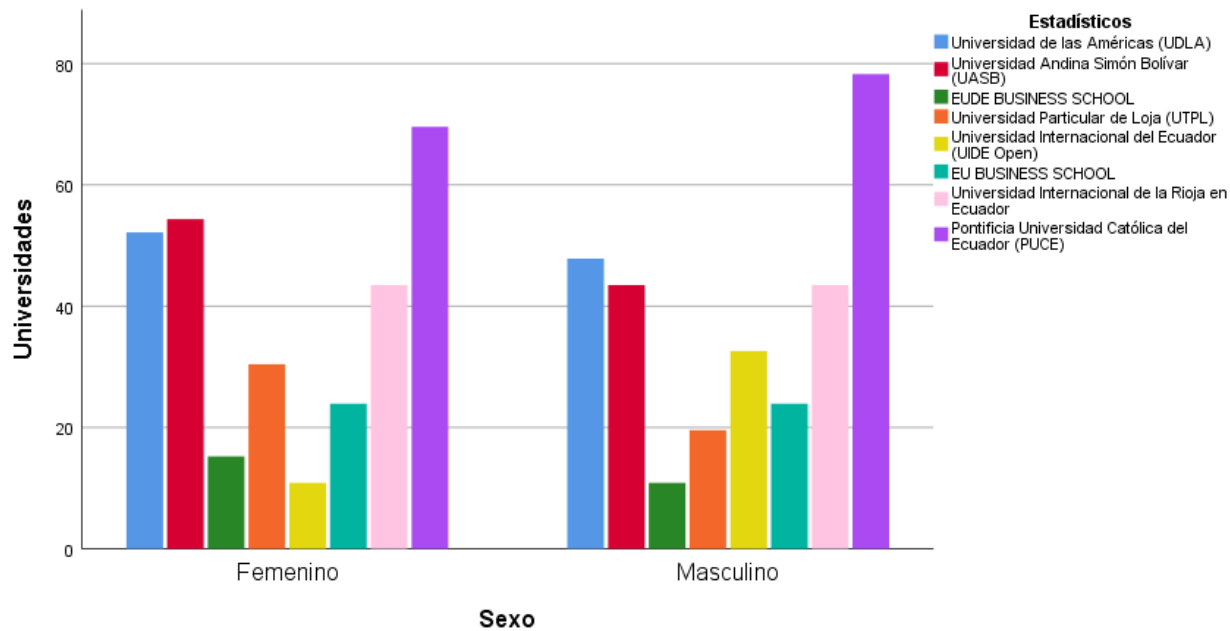


Figura 25: Preferencia de universidades en el ámbito laboral

En los gráficos 25, 26, 27 y 30 se realiza una consideración especial con relación al género del aspirante, ésta se debe exclusivamente a la necesidad de analizar si existe una diferencia importante en la percepción de acuerdo con el género, que brinde pautas especiales al momento de contratar este tipo de programas.

De esta manera, al seleccionar los datos para determinar las preferencias de los posibles aspirantes, se determinaron las universidades que, por percepción del encuestado, le otorgaría un mayor beneficio al momento de obtener un título, lo cual vendría a ser parte del prestigio de cada institución de educación superior (IES).

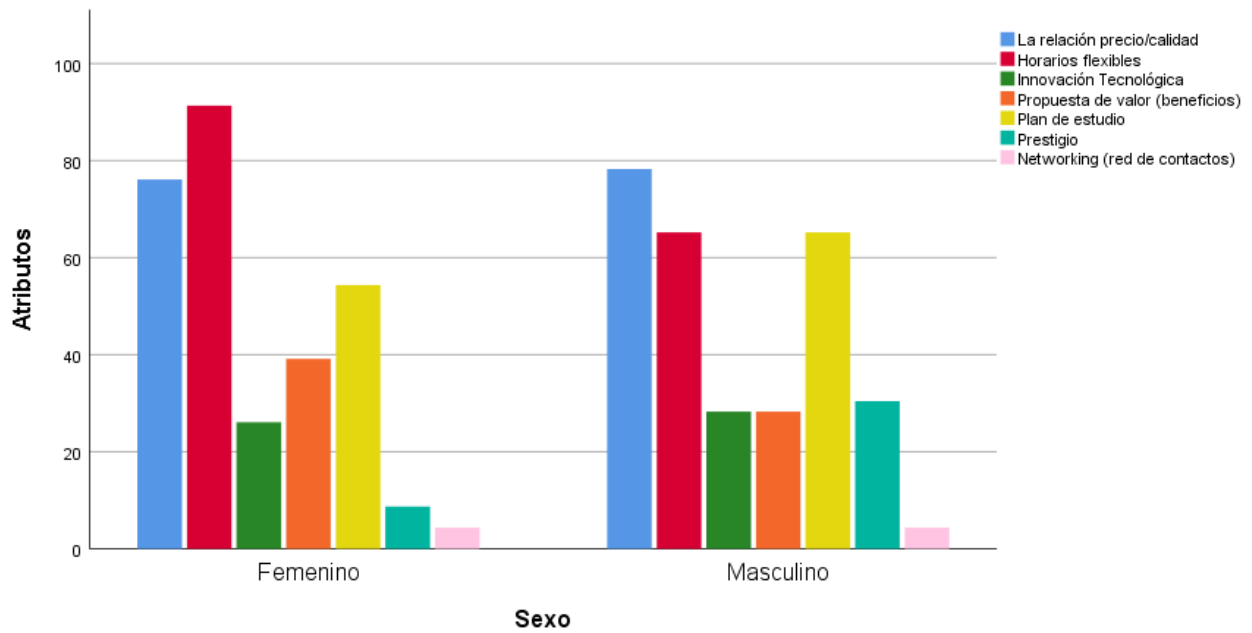


Figura 26: Preferencia de los atributos que tiene una maestría

En este grafico podemos apreciar que' tributos especiales en una maestría on line son más apreciados de acuerdo con género. Así, el primer grupo pondera los horarios flexibles, la relación precio/calidad y el plan de estudios. El segundo grupo, la relación precio/calidad, los horarios flexibles y el plan de estudio. Lo que determina que estos tres factores son los más importante para los aspirantes al momento de contratar este tipo de programas.

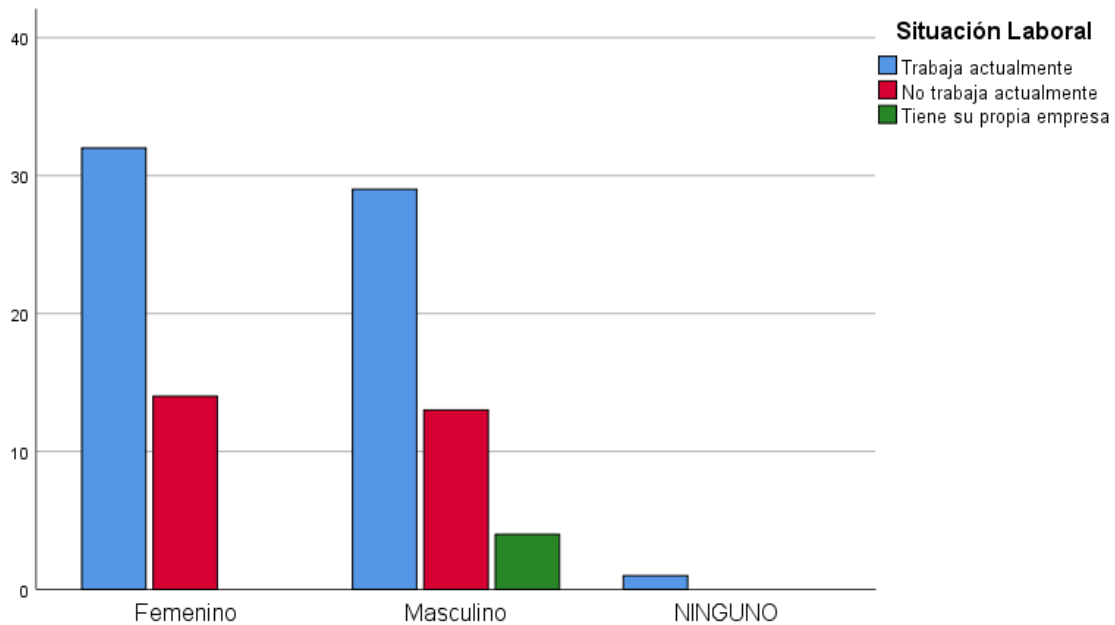


Figura 27: Proporción de la situación laboral según el sexo

Una vez que se estableció la situación laboral actual de los aspirantes, se comprobó que la mayoría de la muestra cuenta con un trabajo, lo que corrobora el motivo por el cual los encuestados tuvieron una inclinación por los horarios flexibles, los mismos que les permitirían manejarse de mejor manera para cumplir con su compromiso laboral.

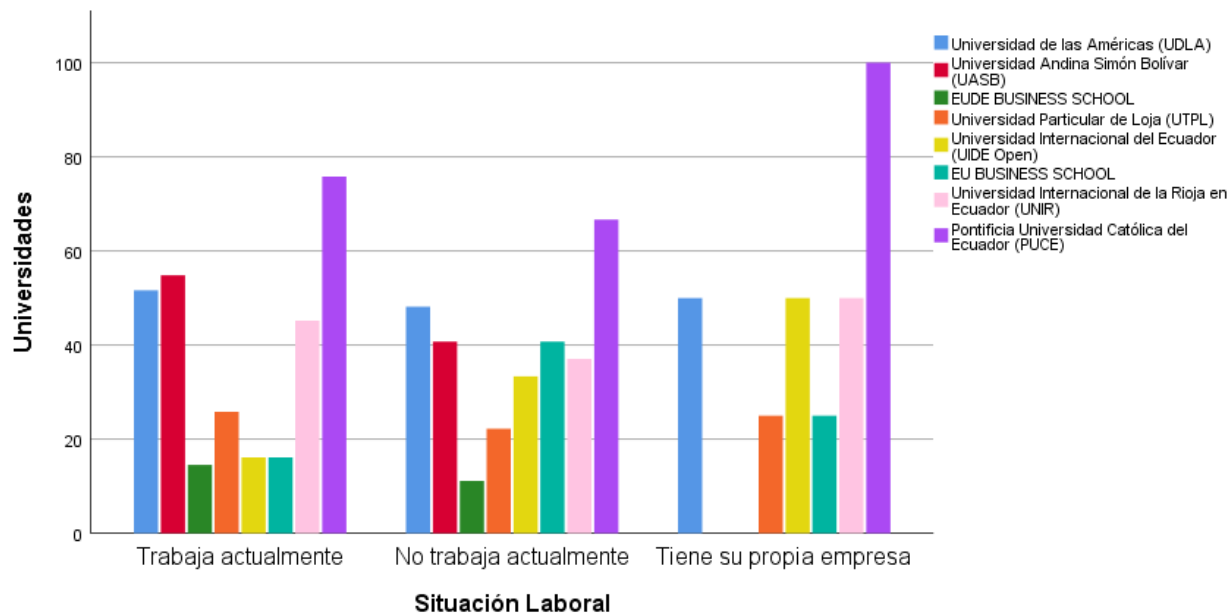


Figura 28: Universidades con programa MBA on line que proporcionarían mayores posibilidades de trabajo, según la percepción del aspirante.

Los datos obtenidos mostraron que los aspirantes, pese a estar laborando al momento de realizar la encuesta, se decidieron por universidades nacionales en comparación con las internacionales, según su opinión debido a que les brindaría mayores oportunidades en el ámbito laboral.

Por otro lado, se contrastó esta pregunta, cuestionando al encuestado sobre su disposición y disponibilidad para matricularse en determinada universidad, como se muestra en la figura 29.

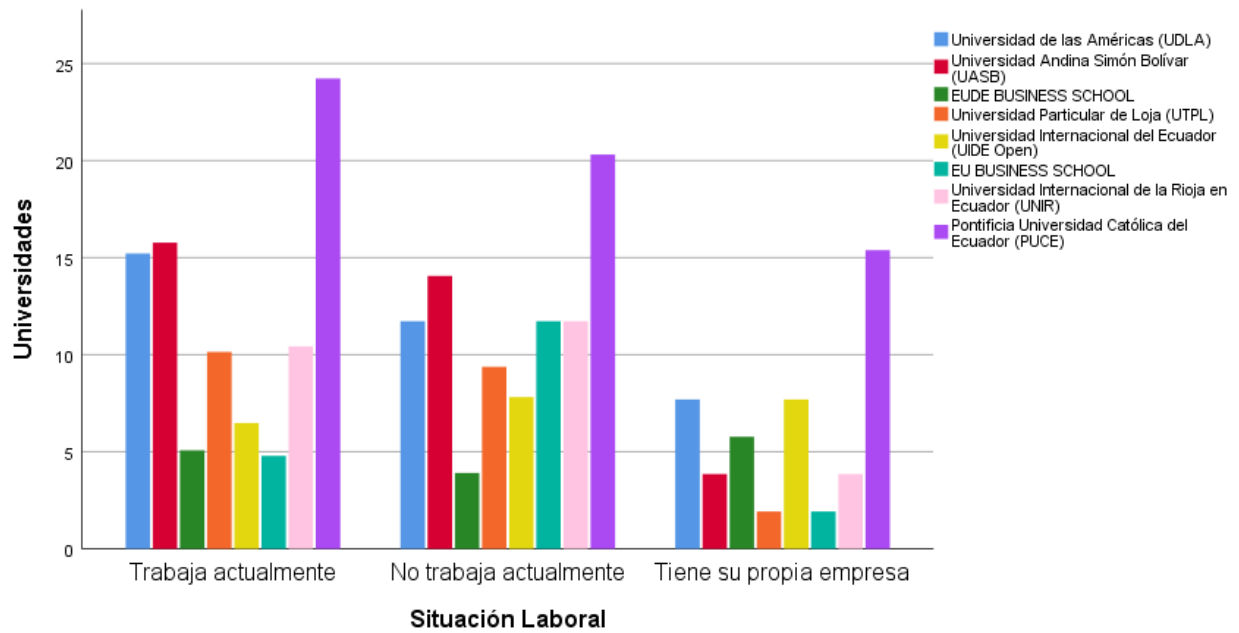


Figura 29: Universidades en las que accederían matricularse

Como se dijo anteriormente, la figura 29 muestra la intención concreta del aspirante de matricularse, en determinada universidad, de acuerdo con su condición socio económica actual. Esta figura evidenciaría la demanda potencial.

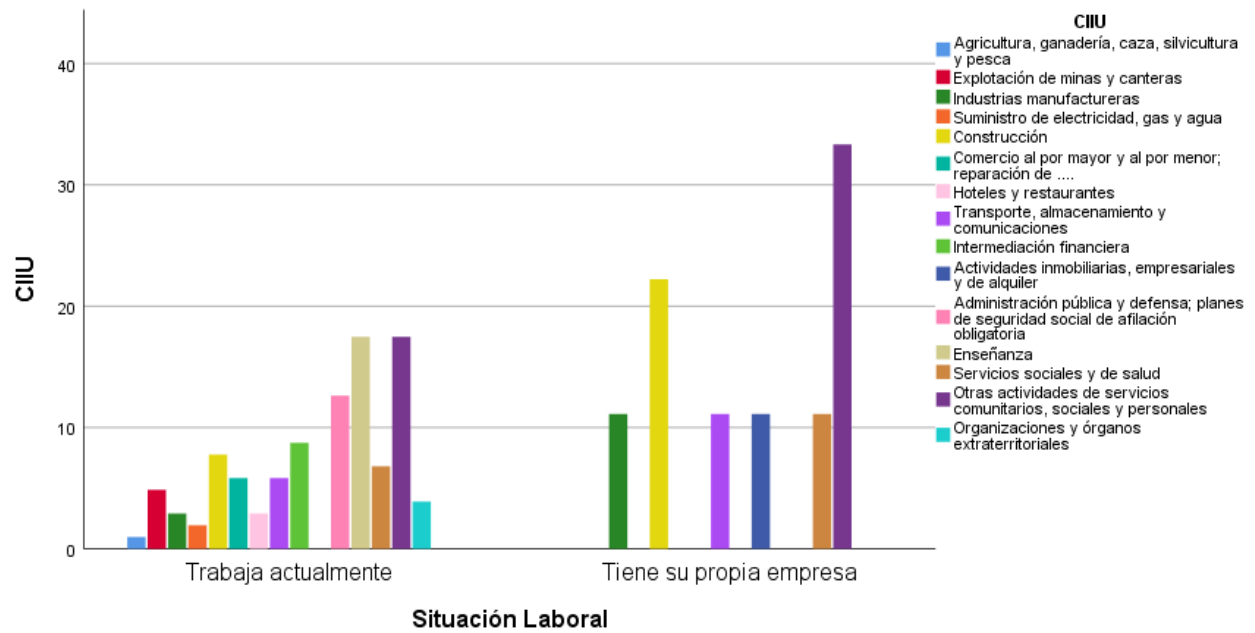


Figura 30: CIU por situación laboral

La figura 30 muestra de manera detallada la descripción de las compañías, según el CIU, a las que pertenecen los encuestados que se encontraban laborando. Las descripciones seleccionadas por ambos grupos se alinean a los campos amplios de estudio para un MBA *on line*.

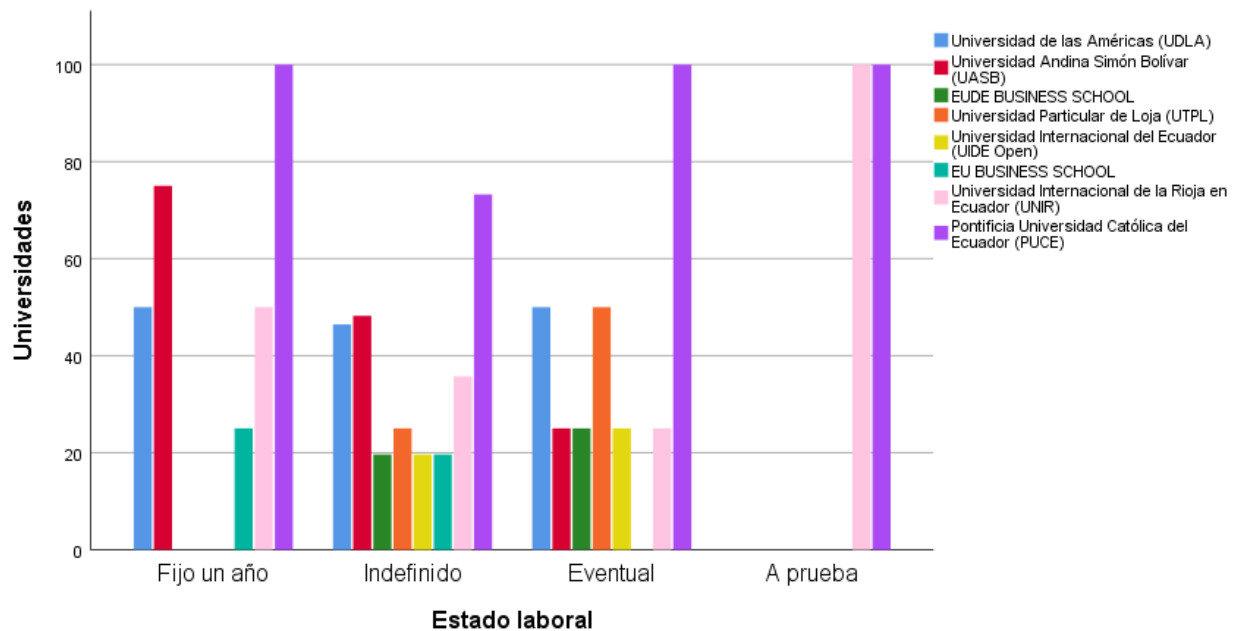


Figura 31: Preferencia de matricularse según el estado laboral del encuestado

La figura 31 pretende evidenciar la tendencia de los profesionales encuestados, según su tipo de contrato, con relación al escogimiento de la universidad en la que se matricularían para seguir un MBA *on line*. Se puede apreciar que la universidad que tiene mayor aceptación, en todos los tipos de contrato, es la PUCE.

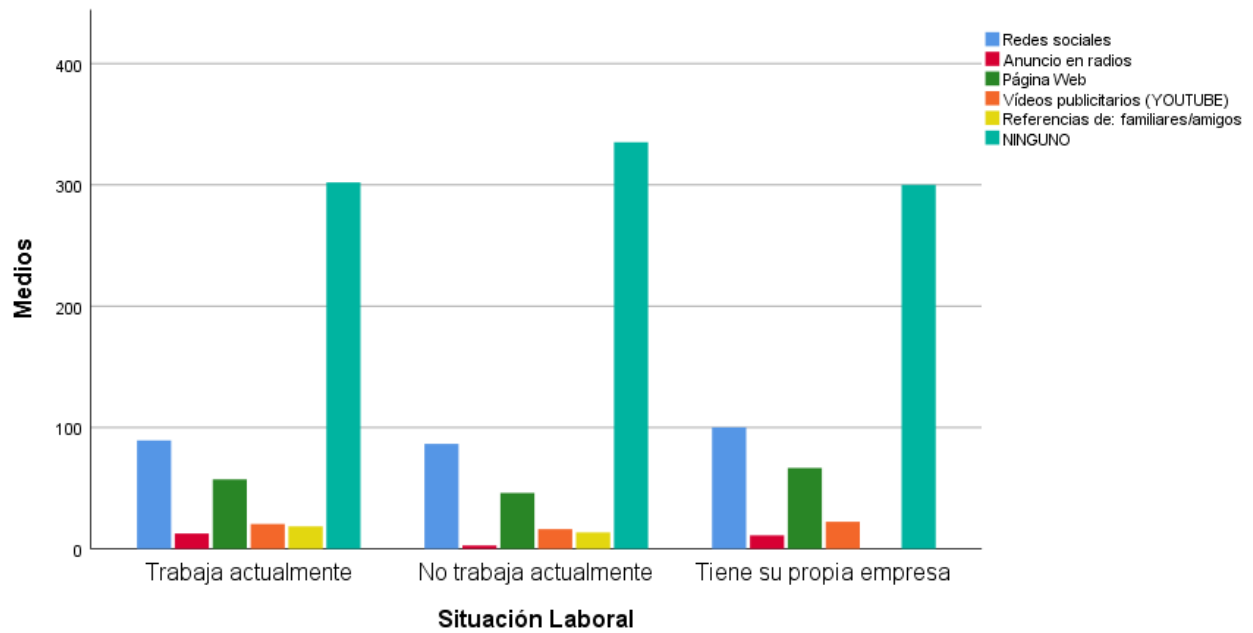


Figura 32: Medios de preferencia según situación laboral

Los aspirantes posiblemente se sienten saturados en cuanto a la cantidad de información y promociones que reciben actualmente, por lo que al preguntar cuál sería el medio que prefieren para informarse sobre este tipo de programas, respondieron: ninguno; por otro lado, está un porcentaje importante de quienes prefieren las redes sociales para conocer las alternativas que oferta el mercado.

3 LA DEMANDA Y LA PROYECCIÓN DE EMPLEABILIDAD

3.1 NOCIONES DE DEMANDA

Según Kotler (2012), la demanda es el deseo humano respaldado por el poder de compra. Es la cantidad, ya sea de bienes o servicios, que un consumidor adquiere en un cierto tiempo. La demanda se crea al generar una necesidad, que es un estado de carencia percibida en forma de deseo, el cual es la necesidad misma, moldeada por factores como: la cultura, creencias, la personalidad del individuo, entre otros.

En el caso de la investigación, la noción de demanda nos ayuda a identificar cual sería el número de aspirantes que estarían dispuestos a entrar a una maestría tipo MBA con modalidad *on line* en la PUCE. Medimos el deseo y este factor es cambiante por su propia naturaleza. Tendremos un estimado de posibles aspirantes, los mismos que no necesariamente se convertirán en consumidores directos de la PUCE.

3.2 CAMPOS DE LA EDUCACIÓN INCLUIDOS EN EL ESTUDIO

El estudio abarcó a las personas que hayan obtenido su título de tercer nivel en los campos de: Ciencias Sociales, Educación, Comercio, Derecho, Ingeniería, Industria, Construcción, Salud y Servicios. Estos campos fueron determinados en base a otros perfiles de reclutamiento de diferentes universidades que ofrecían estudios con modalidad *on line*, ya sean nacionales o internacionales, para una maestría tipo MBA o afines.

Considerando un programa MBA tiene como fin de dotar a los estudiantes de diversos conocimientos dentro del marco empresarial, que le permitan tener una visión global y estratégica de su entorno, independientemente el sector económico a partir de la adquisición de habilidades de: liderazgo, trabajo en equipo y resolución de conflictos.

3.3 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DESDE EL MÉTODO DE RATIOS SUCESIVOS

El método de ratios sucesivos o de proporción en cadena, el cual utiliza una sucesión de porcentajes en los que se descompone el mercado potencial absoluto (CEEI, 2012), se empleó para determinar la demanda potencial de un determinado producto o servicio. El problema de este método reside en la obtención de los datos para concluir con la demanda existente del programa de posgrado tipo MBA *on line*, a cargo de la PUCE.

Se debe ir a las diferentes fuentes secundarias y a la opinión de expertos para realizar un estudio lo más acercado a la realidad posible. En otras palabras, es el resultado de la multiplicación de un número base por una cadena de porcentajes, los cuales van ajustando el resultado.

Kotler (2017) menciona que se puede estimar la demanda total del mercado en base de tres variables, las cuales son: 1. El número de posibles compradores, 2. Cuanto del producto/servicio adquiere un comprador promedio al año, y 3. El precio de esa unidad en promedio.

La cual se expresa de la siguiente manera: $Q = n \times q \times p$; Donde:

- Q: Estimación de la demanda total del mercado
- *n: Número de posibles compradores
- *q: Cantidad anual que adquiere un comprador promedio
- *p: Precio promedio de esa unidad

Al haber utilizado el método de proporción en cadena, se aumentaron los porcentajes de ajuste, los cuales nos acercaron a un número más real de aspirantes profesionales con título de tercer nivel que tenga el deseo y la intención de matricularse en un posgrado tipo MBA *on line* en la PUCE. Se consideraron los siguientes factores de ajuste (fa):

- **fa1:** Profesionales con título de tercer nivel
- **fa2:** Profesionales con título de tercer nivel graduados en los campos de: Ciencias Sociales, Educación, Comercio, Derecho, Ingeniería, Industria, Construcción, Salud y Servicio.
- **fa3:** Profesionales con título de tercer nivel graduados en los campos de: Ciencias Sociales, Educación, Comercio, Derecho, Ingeniería, Industria, Construcción, Salud y Servicio, y, que tengan interés en cursar un posgrado

- **fa4:** Profesionales con título de tercer nivel graduados en los campos de: Ciencias Sociales, Educación, Comercio, Derecho, Ingeniería, Industria, Construcción, Salud y Servicio, y, que tengan interés en cursar un posgrado tipo MBA
- **fa5:** Profesionales con título de tercer nivel graduados en los campos de: Ciencias Sociales, Educación, Comercio, Derecho, Ingeniería, Industria, Construcción, Salud y Servicio, y, que tengan interés en cursar un posgrado tipo MBA con modalidad *on line*
- **fa6:** Profesionales con título de tercer nivel graduados en los campos de: Ciencias Sociales, Educación, Comercio, Derecho, Ingeniería, Industria, Construcción, Salud y Servicio, y, que tengan interés en cursar un posgrado tipo MBA con modalidad *on line* en la PUCE
- **fa7:** Aspirantes profesionales con título de tercer nivel graduados en los campos de: Ciencias Sociales, Educación, Comercio, Derecho, Ingeniería, Industria, Construcción, Salud y Servicio, y, que tengan interés en cursar un posgrado tipo MBA con modalidad *on line* en la PUCE dispuestos a pagar por el curso.

Una vez considerados los factores de ajuste, se determinó a la población de la provincia de Pichincha 2018 (N). La provincia de Pichincha está compuesta por ocho cantones: Quito, Cayambe, Mejía, Pedro Moncayo, Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito, Rumiñahui y San miguel de los Bancos. Se estableció en la tabla 18 la población del año previamente mencionado.

Tabla 18: Población por cantones de Pichincha

PROVINCIA: PICHINCHA	
CAYAMBE	103.899
MEJIA	103.132
PEDRO MONCAYO	41.431
PEDRO VICENTE	16.375
MALDONADO	
PUERTO QUITO	24.189
QUITO	2.690.150
RUMIÑAHUI	109.807
SAN MIGUEL DE LOS	27.128
BANCOS	
Población Pichincha	3.116.111

Fuente: (INEC,2010)

Una vez que se determinaron los antecedentes para realizar la metodología, se tomó en cuenta, en la recolección de datos de la encuesta aplicada, la intención, el deseo y la preferencia del posible consumidor al momento de matricularse en un MBA *on line* en la PUCE.

Además, se determinó la demanda de los estudiantes que están cursando un programa de grado en los campos amplios de estudio planteados para este trabajo, como se muestra en la tabla 19.

Tabla 19: Demanda de estudiantes de tercer nivel

DEMANDA DE ESTUDIANTES	
Porcentaje de aspirantes que desean cursar una maestría en los próximos 5 años.	74,39%
Aspirantes que desean cursar una maestría en los próximos 5 años	398
Intención de cursar una maestría MBA <i>on line</i>	26,23%
Total de la demanda para los próximos 5 años	104
Intención de seguir una maestría tipo MBA <i>on line</i> en la PUCE	39,46%
Posible número de aspirantes que seguiría un MBA <i>on line</i> en la PUCE	41

Se realizó el estudio a los profesionales con título de tercer nivel en los campos previamente mencionados, como se muestra en la tabla 20.

Tabla 20: Profesionales graduados en los campos amplios de estudio seleccionados

PROFESIONALES GRADUADOS DE LOS CAMPOS AMPLIOS ESTUDIADOS	
Población provincia de Pichincha 2018	3.116.111
Porcentaje de población con título superior registrado en el Ecuador.	0,55%
Población de la provincia de Pichincha con título de educación superior.	88.473
Porcentaje de títulos IES	22,35%
Profesionales con título de educación superior en los campos amplios de estudio	19.776

Con los datos obtenidos se llegó a la demanda estimada para un MBA *on line* en la provincia de Pichincha. En la tabla 21 se presenta el posible número de aspirantes que tienen la intención y el deseo de realizar el programa.

Tabla 21: Demanda para un MBA *on line*

DEMANDA TOTAL PARA UN MBA ON LINE	
Demanda total para los próximos 5 años para una maestría tipo MBA <i>on line</i>	15.109
Demanda total para los próximos 5 años de una maestría tipo MBA <i>on line</i> en la PUCE	782
Demanda anual de la maestría tipo MBA <i>on line</i> en la PUCE	156

Se llegó a conocer el número estimado de los aspirantes que podrían demandar el programa MBA *on line* en los próximos cinco años.

3.4 PROYECCIÓN DE EMPLEABILIDAD

Para entender la proyección de empleabilidad, Jordán (2017) menciona que la empleabilidad actual es la capacidad de mantener nuestras competencias, conocimientos y red de contactos actualizados, de forma que podamos decidir sobre nuestro futuro laboral en base de nuestros conocimientos.

Por ende, a mayor grado de empleabilidad, aumentará la demanda del programa de posgrado MBA *on line* en la PUCE; por lo que, las oportunidades para el consumidor aumentarán.

3.4.1 MÉTODO DE PROYECCIÓN

Este capítulo se realizó teniendo en cuenta lo que menciona Polo (2018); que la administración del instituto de educación superior necesita una guía que conozco su diario proceder, con el fin de encausarla, y así, alcanzar los objetivos propuestos previendo su comportamiento; al poder identificar su proyección para los próximos cinco años.

Para el estudio, se realizó la proyección con el método Trend o tendencia a largo plazo; éste consiste en proyectar una variable a través del tiempo. Polo (2018) menciona que una variable no siempre se puede proyectar con el método previamente mencionado, ya que, debe cumplir con un comportamiento normal a lo largo del tiempo, sin el supuesto mencionado no se puede aplicar el método.

Al obtener los datos del año 2010, proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) las proyecciones de la población total indicaron, al haber analizado los datos, que el comportamiento de la variable fue apta para el método como se muestra en la figura 33.

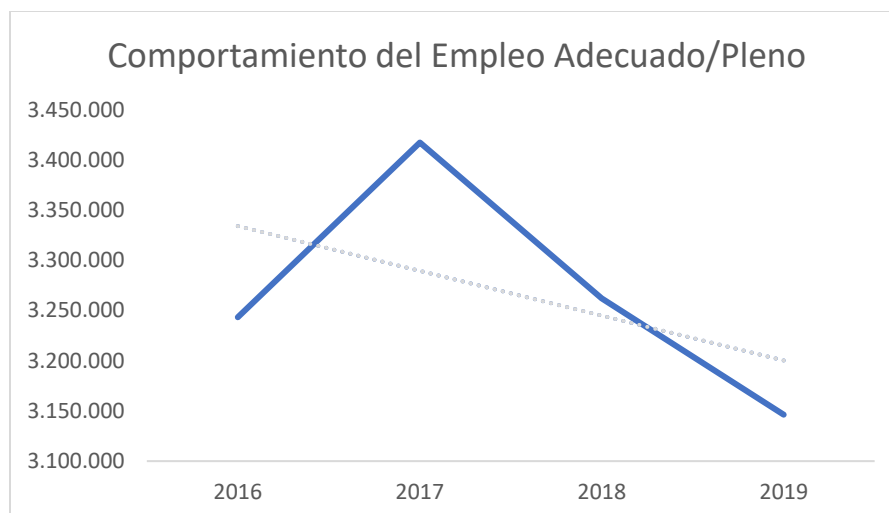


Figura 33: Comportamiento del Empleo Adecuado/Pleno a nivel nacional
Fuente: INEC, 2010. Proyección por edades Provincias 2010-2020 y nacional

Para la obtención de los datos, en un principio, se obtuvieron los datos del estudio del repositorio PUCE 2017, de la maestría de marketing digital; ya que para dicho estudio se necesitó obtener datos secundarios para la proyección de este.

Por otro lado, se entendió como empleo adecuado/pleno, a las personas que percibieron ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan igual o más de 40 horas a la semana, independientemente del deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales o no; lo cual nos brindó un número más acercado a la realidad del crecimiento poblacional que cumple con las características planteadas en el estudio, como se muestra en la tabla 22.

Tabla 22: Crecimiento poblacional datos secundarios

Caracterización del Empleo Adecuado Pleno				
Descripción	2016	2017	2018	2019
Empleo Adecuado/Pleno	3.243.293	3.417.483	3.262.079	3.146.297
Población Nacional	16.528.730	16.776.977	17.023.408	17.267.986
Proporción	19,62%	20,37%	19,16%	18,22%
Población Pichincha	3.003.799	3.059.971	3.116.111	3.172.200
Empleo Adecuado/ Pleno: Pichincha	589.410	623.318	597.119	577.988

Lo que nos llevó a la utilización del método de proyecciones en función al tiempo; Polo (2018), menciona que, al proyectar la variable de ventas, que, para este estudio son las personas que cuentan con empleo adecuado/pleno, pasa a ser independiente, mientras que el tiempo es independiente debido a su naturaleza.

Se seleccionaron los datos del periodo 2016 al 2019, los cuales nos dan un margen de 4 años analizados para este estudio; esto permite entender el método de “Origen de trabajo central”, el cual se lo realizó tomando como origen los dos años centrales de los datos y asignándoles el valor de -1 al primero y disminuyendo en -2 para los años anteriores; la suma de estos valores (variable x) es 0, como se muestra en la tabla 23.

Tabla 23: Datos para la proyección de personas que cuentan con empleo adecuado/pleno en Pichincha

Años	Empleo Adecuado pleno: Pichincha (x)	Tiempo (y)	(xy)	x ²
1	589.410	-3	-1.768.230	9
2	623.318	-1	-623.318	1
3	597.119	1	597.119	1
4	577.988	3	1.733.963	9
Total	2.387.835	0	-60.467	20

Polo menciona que para realizar la proyección teniendo datos históricos pares se deben utilizar las fórmulas que se muestran en la tabla 23.

Tabla 24: Fórmulas: Proyección en función al tiempo

Fórmulas: Proyección en función al tiempo
$b = xy / \sum x^2$ $c = y/n$

Una vez obtenidos los datos de las variables, aplicamos la ecuación de la recta para proyectar los años subsiguientes al 2019.

3.5 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

Una vez realizados los análisis correspondientes, al momento de utilizar el método de proyección, obtuvimos los datos que se muestran en la figura 34.

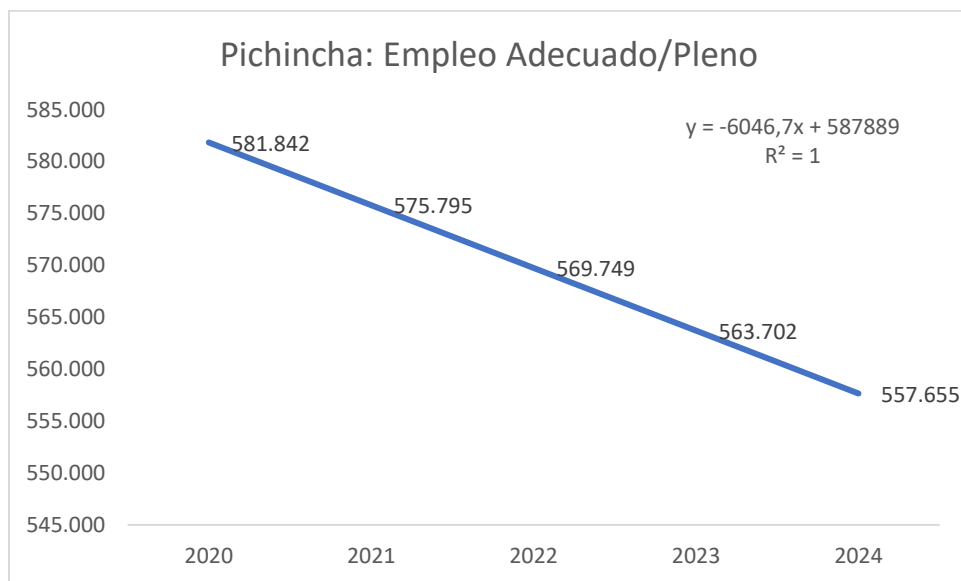


Figura 34: Proyección de Pichincha: Empleo Adecuado/Pleno

El estudio se lo realizó con la finalidad de obtener un estimado de los próximos cinco años; se pronosticaron a partir del 2020. Sin embargo, al analizar los datos, se llegó a la conclusión que la información obtenida refleja una relación casi perfecta o, dicho en otras palabras, casi directa.

Al analizar el tipo de empresas, de aquellos encuestados que estaban interesados en seguir en posgrado dentro de los próximos cinco años teniendo este una modalidad *on line*, se determinó que el 12,9% pertenecían a empresas privadas.

Adicionalmente se obtuvieron los datos del INEC y del Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE), para el periodo 2016-2018, y así determinar la empleabilidad del estudio; una vez que se consiguieron estos datos se procedió a utilizar el porcentaje resultante de los trabajadores con empleo registrado en el sector público y en el sector privado y determinar el crecimiento que tienen dentro de Pichincha como se muestra en la tabla 25.

Tabla 25: Empleo registrado en Pichincha

Pichincha					
Años	Pública	Proporción	Privada	Proporción	Total
2016	180.890	17,83%	833.560	82,17%	1.014.450
2017	182.691	18,13%	825.065	81,87%	1.007.756
2018	92.513	9,08%	926.473	90,92%	1.018.986

Se tomó en cuenta la situación que se encontraba viviendo el Ecuador por la pandemia, por lo que se asumió que la proporción de los empleos por sector no variaría tanto como se muestra en los años pasados. Por ese motivo, se procedió a determinar la empleabilidad, tanto en el sector privado como en el público: figuras 35 y 36 respectivamente.

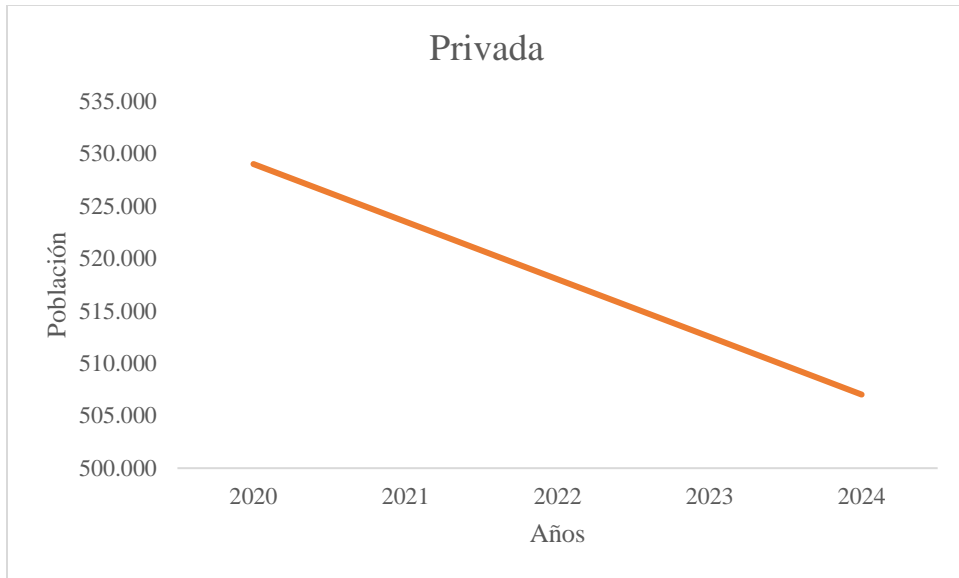


Figura 35: Empleabilidad sector privado

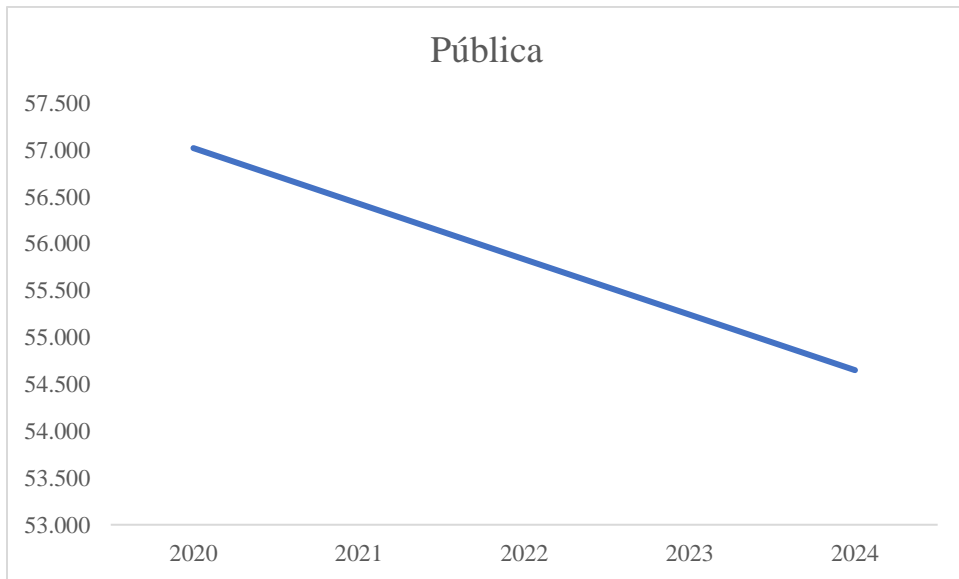


Figura 36: Empleabilidad sector público

Por otro lado, se analizaron a detalle los sectores según el CIIU, con mayor impacto en relación con el empleo pleno/adeecuado, en el periodo 2016-2018, que son los datos publicados por el INEC a través de su plataforma. Los datos del año 2019 no constaban en el sistema al momento de la investigación.

Tabla 26: Empleo Pleno/Adecuado por CIU

CIU	Empleo Pleno/Adecuado (Nacional)					
	2016	16.528.730	2017	16.776.977	2018	17.023.408
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	11,30%	1.867.746	10,3%	1.728.029	10,90%	1.855.551
Explotación de minas y canteras	1,10%	181.816	0,70%	117.439	1,10%	187.257
Industrias manufactureras	13,00%	2.148.735	13,00%	2.181.007	12,50%	2.127.926
Suministro de electricidad, gas y agua	1,20%	198.345	1,30%	218.101	1,30%	221.304
Construcción	8,40%	1.388.413	8,10%	1.358.935	7,90%	1.344.849
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos	16,50%	2.727.240	17,50%	2.935.971	16,80%	2.859.933
Hoteles y restaurantes	5,10%	842.965	5,40%	905.957	5,20%	885.217
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	1,20%	198.345	1,30%	218.101	1,40%	238.328
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	6,60%	1.090.896	7,00%	1.174.388	7,30%	1.242.709
Intermediación financiera y seguros	1,30%	214.873	1,50%	251.655	1,60%	272.375
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	9,30%	1.537.172	9,40%	1.577.036	8,00%	1.361.873
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	13,10%	2.165.264	12,90%	2.164.230	13,30%	2.264.113
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	6,20%	1.024.781	6,30%	1.056.950	6,80%	1.157.592
Servicio doméstico	2,70%	446.276	2,20%	369.093	3,10%	527.726
Otros servicios	2,90%	479.333	3,00%	503.309	2,80%	476.655

Se optó por la clasificación del CIU, debido a la descripción que proporciona; una vez calculado la empleabilidad por sector, la clasificación nos dio una idea más específica de los sectores que podrían desear o tener la intención de matricularse a un programa tipo MBA *on line*; como se muestra en la figura 37.

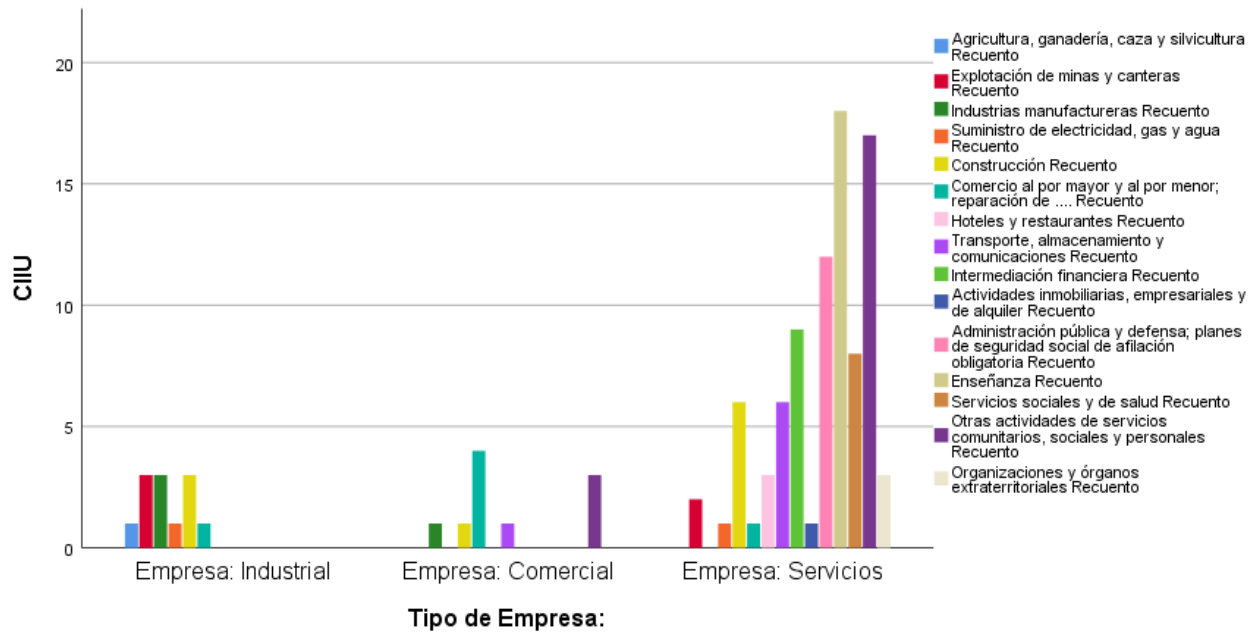


Figura 37: Tipo de empresa por CIU

De esta manera se deduce, que los posibles interesados en un MBA *on line* en la PUCE serían aquellos cuyos empleos se encuentran en los sectores de: agricultura, comercio, enseñanza, construcción, intermediación financiera, como se muestra en los resultados de la figura 37.

4 ASPECTOS FINALES DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 CONCLUSIONES

- La Pontificia Universidad Católica del Ecuador, al ser una Universidad comprometida con la enseñanza en el país y, en su permanente esfuerzo para apoyar a la comunidad estudiantil, a través de la dotación de herramientas que permitan enfrentar un mundo laboral cada vez más competitivo, tiene como objetivo estratégico la innovación y la incrementación de la oferta académica, en aquellos campos que generen una mejora en los niveles socio económicos del país
- La oferta actual de la Universidad del año 2018 consta de 28 programas de posgrados con modalidad presencial. Sin embargo, todavía no cuenta con ningún programa *on line* a diferencia de sus competidores directos, los cuales ya ofrecen posgrados con esta modalidad.
- La Facultad de Ciencias Administrativas y Contables consiente de las tendencias mundiales de la educación, apuesta por el e-learning, ya que esta modalidad está sujeta a las transformaciones tecnológicas y a los cambios relacionados con los espacios y tiempos para la formación y el aprendizaje.
- En un mundo globalizado, donde el internet dejó de ser un servicio suntuoso y se convirtió en una necesidad diaria de interacción, no es una sorpresa que el mercado en general haya cambiado sus canales comerciales; este cambio también se lo puede percibir en el campo estudiantil, al existir un mayor deseo de continuar los estudios superiores, bajo esta modalidad, como una alternativa práctica y accesible.
- El instrumento utilizado como base de la encuesta difundida por medio del método “Bola de Nieve” llegó a 534 encuestados. Dichos encuestados cumplieron con la caracterización que se determinó para el trabajo investigativo; de los cuales, 398 encuestados tienen el deseo de seguir un programa de posgrado en los próximos cinco años y así se determinó que 149 fueron los encuestados que tienen como deseo cursar un MBA *on line*.
- El programa de posgrado MBA *on line* obtuvo, en la herramienta aplicada a 568 profesionales dentro de los campos de: Ciencias Sociales, Educación, Comercio, Derecho,

Ingeniería, Industria, Construcción, Salud y Servicios, una aceptación de 26,23%; lo cual nos dio un aproximado de 156 posibles aspirantes anuales que tendrían la intención de seguir el programa mencionado en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

- Al realizar la caracterización de los posibles aspirantes, se llegó a la conclusión que, al momento de difundir la oferta académica, la FCAC debe tener cuidado e investigar más al grupo, por lo que existió un alto impacto al momento de no preferir algún medio por el cual informarse de dicha oferta académica.
- El trabajo pleno/adequado representó el 19.16% de la población Nacional y el 3.51% a nivel de Pichincha en el año 2018. Lo que nos permitió determinar una tasa para el sector público y privado del indicador previamente mencionado es del 9.8% y 90.92% respectivamente.
- La clasificación del CIU brindó una mayor información sobre los sectores que requerirían una demanda de profesionales con estudios en un MBA *on line*; estos sectores se ven contemplados en la selección de campos amplios para la realización del trabajo investigativo, los cuales fueron: Ciencias Sociales, Educación, Comercio, Derecho, Ingeniería, Industria, Construcción, Salud y Servicios.

4.2 RECOMENDACIONES

- La Facultad de Ciencias Administrativas y Contables (FCAC), como parte de su planeación estratégica, debe estar en constante innovación para satisfacer las necesidades del estudiante-profesional que busca tener mejores y mayores capacidades en un entorno laboral cada vez más competitivo.
- Se recomienda que la FCAC se plantee una estructura académica flexible e innovadora para el mercado objetivo, teniendo en cuenta que, de 568 encuestados, 149 ponderaron la flexibilidad de horarios y el plan de estudios como parte de su selección al considerar la calidad de una maestría MBA *on line*.
- La FCAC debe fortalecer la percepción del prestigio que tiene la PUCE, ya que, al momento de repartir la encuesta, a pesar de existir un posible sesgo en la mente del aspirante, la Universidad Católica se encuentra en el primer lugar cuando se considera los beneficios que otorga en el ámbito laboral y en la preferencia en cuantos a la disposición de matricularse en un programa *on line*.
- Se recomienda a la FCAC agilizar la oferta del programa. La situación actual generada por la pandemia que ha afectado al mundo entero ha evidenciado la necesidad de contar con programas de estudio de calidad con la modalidad *on line*.

5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ElComercio. (13 de Octubre de 2018). *elcomercio.com*. Recuperado el 12 de Febrero de 2020, de Actualidad: <https://www.elcomercio.com/actualidad/poblacion-ecuador-supera-millones-habitantes.html>

escuelaselect.com. (7 de Julio de 2017). *Masters MBA*. Recuperado el 13 de Mayo de 2019, de Select Business School: <https://escuelaselect.com/que-es-exactamente-un-mba/>

Ferreira Salazar , C., García García , K., Macías Leiva , L., Pérez Avellaneda , A., & Tomsich, C. (2010). *MUJERES Y HOMBRES del Ecuador en Cifras III*. Quito: Editorial Ecuador. Recuperado el 9 de Febrero de 2020, de file:///C:/Users/Daniela%20Valencia/Desktop/TESIS/Mujeres_y_Hombres_del_Ecuador_en_Cifras_III.pdf

Jordán, M. (14 de Junio de 2017). <https://www.vertice.org/>. Recuperado el 16 de Marzo de 2019, de ¿Qué es la empleabilidad?: <https://www.vertice.org/blog/que-es-la-empleabilidad/>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de Marketing* (Décimotercera ed.). México: Pearson. Obtenido de <https://bibliotecavirtual.puce.edu.ec/reader/fundamentos-de-marketing-philip-kotler-gary-armstrong?location=4>

Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. México: Pearson Educación.

Speth, C. (2016). El Análisis DAFO: Los secretos para fortalecer su negocio. *50minutos.es*, 6. Recuperado el 8 de Diciembre de 2019, de El Análisis DAFO: Los secretos para fortalecer su negocio: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/puce/detail.action?docID=4504729>

Yanez, P. (18 de Julio de 2017). *Icalia*. Obtenido de E-learning, M-learning y B-learning: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/07/e-learning-m-learning-y-b-learning-que-son-y-en-que-se-diferencian/>

Zambrano, R. (14 de Julio de 2019). Educación superior pública en línea no tiene la acogida esperada en Ecuador. *El Universo*, pág. Informes. Obtenido de

<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/07/14/nota/7421568/educacion-superior-publica-linea-no-tiene-acogida-esperada-ecuador>

Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). Ley Orgánica De Educación Superior Ecuador. *Registro Oficial Suplemento 298 de 12-Oct.-2010*, p. 92. Retrieved from <http://educaciondecalidad.ec/leyes-sistema/ley-educacion-superior-loes.html>

CEEI. (2012). *Guía de Apoyo: Métodos de Cálculo del Tamaño de Mercado*. 1–4. Retrieved from <http://www.emprenemjunts.es/?op=13&n=5445>

Gros Salvat, B. (2018). La evolución del e-learning: del aula virtual a la red. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 21(2), 69. <https://doi.org/10.5944/ried.21.2.20577>

Morillas, A. (1995). Muestreo en poblaciones finitas: curso básico. *Muestreo En Poblaciones Finitas*, 30. Retrieved from file:///C:/Users/Daniela Valencia/Downloads/Apuntes_Muestreo.pdf

Ponce, F. (2017). *Aprobado por el Dr. Fernando Ponce León S.J. Rector Quito, 6 de marzo del 2017*.

PUCE. (2018). *Cuenta y razón. Rendición de cuentas del período 2018*. Retrieved from <https://www.puce.edu.ec/documentos/rendicion-cuentas/2018/Rendicion-de-Cuentas-2018.pdf>

Vázquez Alamilla, M. Á., Flores Jiménez, I., Rivera, A. H., & Rodríguez Moreno, R. (2015). Investigación de Mercados. In *XIKUA Boletín Científico de la Escuela Superior de Tlahuelilpan* (Quinta). <https://doi.org/10.29057/xikua.v3i6.1314>

García, R. J. A., Ramos, G. C. D., & Ruiz, G. G. (2008). Estadística administrativa. Retrieved from: <https://ebookcentral.proquest.com>

Guerra, B. C. W., Menéndez, A. E., & Barrero, M. R. (2009). Estadística. Retrieved from <https://ebookcentral.puce.elogim.com>

Prieto, H. J. E. (2009). Investigación de mercados. Retrieved from <https://ebookcentral.puce.elogim.com>

Explorable.com (Apr 24, 2009). Muestreo de bola de nieve. Apr 26, 2020 Obtenido de Explorable.com: <https://explorable.com/es/muestreo-de-bola-de-nieve>

Quero Virla, Milton (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, 12(2),248-252. [fecha de Consulta 10 de Mayo de 2020]. ISSN: 1317-0570. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=993/99315569010>

Dos, S. M. A. (2017). *Investigación de mercados: Manual universitario*. Retrieved from: <https://ebookcentral.proquest.com>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principios de marketing (12a. ed.)*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Polo, G. B. (2018). *Manual de presupuestos: Teórico y práctico*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

6 ANEXOS

ANEXO A: COMPETENCIA DIRECTA

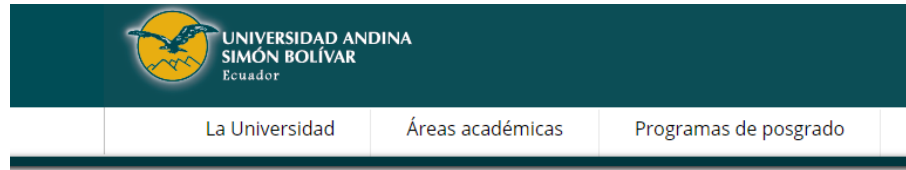
- Universidad Internacional de la Rioja

The screenshot shows the website for UNIR (Universidad Internacional de la Rioja). The header includes the UNIR logo with the tagline 'LA UNIVERSIDAD EN INTERNET' and 'Calidad Europea'. A navigation bar contains links for 'Carreras Universitarias', 'Maestrías', 'Formación Continua', 'Estudiar en UNIR', and 'La Universidad', along with a 'Solicita Información' button. The main content area features the title 'La MBA Online en Administración de Empresas' and a breadcrumb trail: 'Inicio > Ciencias Económicas y Administrativas > Máster Universitario en Dirección y Administración de Empresas (MBA)'. Below the title is a horizontal menu with tabs: 'DESCRIPCIÓN', 'PLAN DE ESTUDIOS', 'METODOLOGÍA', 'SALIDAS PROFESIONALES', 'ACCESO', and 'CLAUSTRO'.

- Universidad Internacional del Ecuador

The screenshot shows the website for UIDE (Universidad Internacional del Ecuador). The header features the UIDE logo and the text 'Universidad Internacional del Ecuador'. A navigation bar includes links for 'UIDE', 'VIDA UNIVERSITARIA', 'ADMISIONES', 'PROGRAMAS ACADÉMICOS', 'PROGRAMAS INTERNACIONALES', and 'INVESTIGACIÓN'. The main content area is titled 'Maestría en Administración de Empresas En Línea' and includes a list of benefits with checkmarks: 'Título registrado en SENESCYT (RCP-SO-02-N0.021-2019)', 'Horario ejecutivo', 'Clases en vivo con participación activa', 'Plataforma virtual de fácil uso, compatible con cualquier dispositivo', 'Acceso a clases grabadas en cualquier momento', 'Duración de 1 año incluye trabajo de titulación', and 'Facilidades de financiamiento'. To the right is a 'Postula' form with input fields for 'Nombre', 'Apellido', 'Email', and 'Teléfono', and a green 'Enviar' button.

- Universidad Andina Simón Bolívar



> Sala de prensa / Oferta Académica /

Maestría en Administración de Empresas (MBA)

Características	Descripción	Plan de estudios	Régimen académico
Docentes	Requisitos	Calendario	Costos y becas

Registro del CES: RPC-SO-27-No. 347-2015

Desde 1995, formando gerentes innovadores y con alto espíritu de cooperación y responsabilidad social.

Título

Magíster en Administración de Empresas (MBA).

Modalidad

Presencial

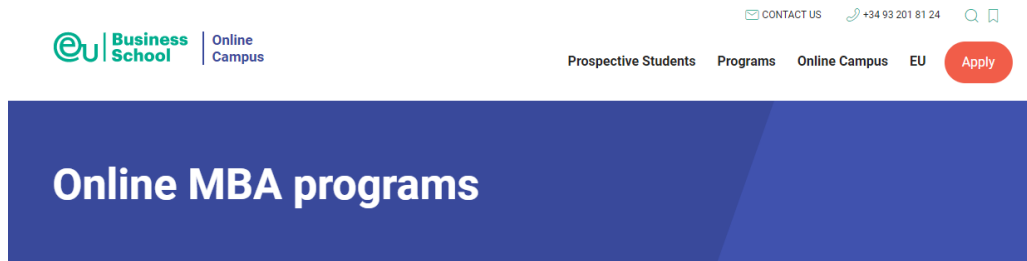
- Universidad de las Américas



- Universidad Particular de Loja (UTPL)



- EU BUSINESS SCHOOL



- EUDE BUSINESS SCHOOL



ANEXO B: OFERTA ACADÉMICA SENE CYT

Cuenta de Código de Carrera	Etiquetas de columna		
	Etiquetas de fila	Cuarto Nivel	Tercer Nivel
ESCUELA POLITECNICA NACIONAL	12	15	27
FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES	26		26
INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES	21		21
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR	27	38	65
UNIVERSIDAD ANDINA SIMON BOLIVAR	40		40
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR	52	65	117
UNIVERSIDAD DE CUENCA	1		1
UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURISTICAS	1	7	8
UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS	19	46	65
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS (ESPE)	12	20	32
UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS	4	8	12
UNIVERSIDAD DEL PACIFICO ESCUELA DE NEGOCIOS	4	10	14
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR		11	11
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR	6	25	31
UNIVERSIDAD METROPOLITANA	2	19	21
UNIVERSIDAD PARTICULAR INTERNACIONAL SEK	17	14	31
UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA	11	20	31
UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO	26	40	66
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA INDOAMERICA	8	26	34
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA ISRAEL	5	17	22
UNIVERSIDAD UTE	14	27	41
Total general	308	408	716

Oferta Académica		
Descripción	Tercer Nivel	Cuarto Nivel
A Nivel Nacional	1874	832
Por Campo Amplio de Estudio	1553	750
A Nivel de Pichincha	408	308

ANEXO C: REGISTRO DE ESTUDIANTES MATRICULADOS

Descripción	Cuarto Nivel o Posgrado	Tercer Nivel o Pregrado	Tercer Nivel Técnico Superior	Tercer Nivel Tecnológico Superior	Total general
ADMINISTRACION	2196	7931			10127
ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y DERECHO	34				34
CIENCIAS	31	9991	192		10214
CIENCIAS NATURALES, MATEMATICAS Y ESTADISTICA	154	1232			1386
CIENCIAS SOCIALES, EDUCACION COMERCIAL Y DERECHO	816	44211	23		45050
CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO E INFORMACIÓN	35				35
CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACION Y DERECHO	2060	5338			7398
EDUCACION	590	11388			11978
INGENIERIA, INDUSTRIA Y CONSTRUCCION	849	23524	661	62	25096
SALUD Y BIENESTAR	1145	4489			5634
SALUD Y SERVICIOS SOCIALES	1174	16442			17616
SERVICIOS	748	4589	499		5836
Total general	9832	129135	1375	62	140404

Registro de Matrícula

Año 2018

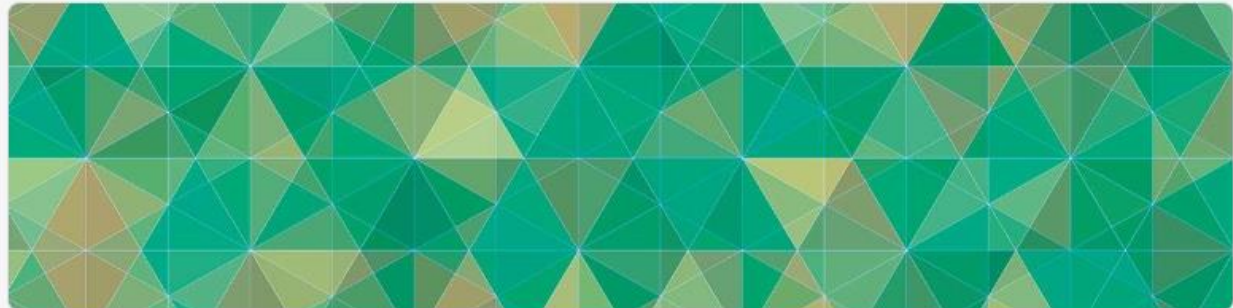
Detalle	Tercer Nivel	Cuarto Nivel
Registro de matrícula a nivel nacional	577.733	17.802
Registro de matrícula en Pichincha	139.448	10.152
Campo amplio de estudio seleccionados		
Detalle	Tercer Nivel	Cuarto Nivel
Registro de matrícula a nivel nacional	525.952	16.958
Registro de matrícula en Pichincha	129.135	9.832

ANEXO D: TÍTULOS REGISTRADOS

REGISTRO DE TÍTULOS CON CORTE 30 DE SEPTIEMBRE 2019				
Provincia	Pichincha			
Suma de 2018				
Etiquetas de fila	Cuarto Nivel	Tercer Nivel	Tercer Nivel Técnico Superior	Total general
ADMINISTRACIÓN	745	4		749
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y DERECHO	176			176
AGRICULTURA	4	406		410
AGRICULTURA, SILVICULTURA, PESCA Y VETERINARIA	42			42
ARTES Y HUMANIDADES	10			10
CIENCIAS	155	1303	137	1595
CIENCIAS NATURALES, MATEMÁTICAS Y ESTADÍSTICA	41			41
CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO	1314	8692	76	10082
CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO E INFORMACIÓN	30			30
CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO	588			588
EDUCACIÓN	609	1673	3	2285
HUMANIDADES Y ARTES	86	942	42	1070
INGENIERÍA, INDUSTRIA Y CONSTRUCCIÓN	380	2852	209	3441
SALUD Y BIENESTAR	75			75
SALUD Y SERVICIOS SOCIALES	393	2699	18	3110
SERVICIOS	339	739	2	1080
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC)	102			102
Total general	5089	19310	487	24886

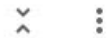
Registro de Títulos 2018		
Detalle	Tercer Nivel	Cuarto Nivel
Títulos registrados a nivel nacional	83.661	11.029
Títulos registrados en Pichincha	19.310	5.089
Campo amplio de estudio seleccionados		
Detalle	Tercer Nivel	Cuarto Nivel
Títulos registrados a nivel nacional	10.422	78.051
Títulos registrados en Pichincha	17.962	4.845

ANEXO E: ENCUESTA FINAL



Sección 1 de 9

Encuesta a Profesionales



Buenos días/tardes. Soy estudiante. Al momento estamos realizando una investigación con la intención de explorar la demanda y la oferta de aspirantes a posgrado MBA modalidad on line. No le tomará más de seis minutos. La información es confidencial y de uso estrictamente académico. Agradecemos desde ya su tiempo y colaboración.

Nombre y Apellido

Texto de respuesta corta

Teléfono del contacto

Texto de respuesta corta

Género

Mujer

Hombre

Edad

Texto de respuesta corta

E-mail

Texto de respuesta corta

Título de tercer nivel obtenido *

Texto de respuesta corta

Perfil Profesional

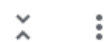


Descripción (opcional)

Situación Laboral en la que se encuentra *

- No trabaja actualmente
- Trabaja actualmente
- Tiene su propia empresa

Si usted trabaja: siga con el cuestionario



Descripción (opcional)

Empresa en la que labora actualmente

Texto de respuesta corta

Estado laboral en el que se encuentra

- A prueba
- Eventual
- Fijo un año
- Indefinido

Cargo actual

Texto de respuesta corta

El cargo es:

- Directivo
- Mando medio
- Operativo

Sector de la Empresa

- Público
- Privado
- Mixta

Tipo de Empresa

- Industrial
- Comercial
- Servicios

¿Cuál es el área en la que desempeña su actividad laboral?

- Ventas
- Marketing
- Contabilidad
- Finanzas
- Administrativo
- Recursos Humanos
- Comercio exterior
- Auditoria
- Producción/Operaciones
- Otra...

Sector del CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) que se encuentra la empresa *

1. Agricultura, ganadería, caza y silvicultura
2. Pesca
3. Explotación de minas y canteras
4. Industrias manufactureras
5. Suministro de electricidad, gas y agua
6. Construcción
7. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos persona...
8. Hoteles y restaurantes
9. Transporte, almacenamiento y comunicaciones
10. Intermediación financiera
11. Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler
12. Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria
13. Enseñanza
14. Servicios sociales y de salud

Seleccione la opción que describe mejor la aspiración laboral de su empresa al momento de contratar profesionales

- Aspirante con experiencia en puestos similares
- Aspirantes con título de tercer nivel
- Aspirantes con título de cuarto nivel y experiencia en puestos similares
- Aspirantes con título de tercer nivel y experiencia en puestos similares

Formación de cuarto nivel



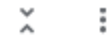
Descripción (opcional)

¿Ha realizado algún estudio de posgrado? *

Sí

No

Continúe con la encuesta de formación cuarto nivel



Descripción (opcional)

¿Qué posgrado realizó?

Texto de respuesta corta

.....

¿En qué Universidad?

Texto de respuesta corta

.....

Intención



Descripción (opcional)

¿Piensa cursar un posgrado en los próximos cinco años? *

- Sí
- No

Medición de la intención



Descripción (opcional)

¿Estaría interesado/a en realizar un posgrado en Administración de Empresas tipo MBA?

- No lo sé
- No, en absoluto
- Tengo poco interés
- Muy interesado

¿Qué modalidad de estudio le interesaría cursar una maestría MBA?

- Presencial
- Semipresencial
- On line

¿Cuál es la probabilidad de que usted se matricule en una maestría tipo MBA en formato on line?

- No, en absoluto
- Poco probable
- Sí, seguro

De acuerdo con su percepción, ¿en cuáles de las siguientes universidades; el programa de postgrado MBA on line le proporcionaría más posibilidades de conseguir trabajo? (seleccione 3)

- Universidad de las Américas (UDLA)
- Universidad Andina Simón Bolívar (UASB)
- EUDE BUSINESS SCHOOL
- Universidad Particular de Loja (UTPL)
- Universidad Internacional del Ecuador (UIDE Open)
- EU BUSINESS SCHOOL
- Universidad Internacional de la Rioja en Ecuador (UNIR)
- Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE)

Seleccione tres atributos que representen para usted una mayor calidad para una maestría on line

- La relación precio/calidad
- Horarios flexibles
- Innovación Tecnológica
- Propuesta de valor (beneficios)
- Plan de estudio
- Prestigio
- Networking (red de contactos)
- Tutorías personalizadas

En función de su preferencia y su posibilidad, ¿en qué universidades estaría dispuesto a seguir un posgrado en formato on line? (seleccione 3)

- Universidad de las Américas (UDLA)
- Universidad Andina Simón Bolívar (UASB)
- EUDE BUSINESS SCHOOL
- Universidad Particular de Loja (UTPL)
- Universidad Internacional del Ecuador (UIDE Open)
- EU BUSINESS SCHOOL
- Universidad Internacional de la Rioja en Ecuador (UNIR)
- Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE)
- Otra...

¿A través de qué modo le interesaría enterarse de la oferta académica de la PUCE? Por favor, seleccione todas las opciones que considere necesarias

- Redes sociales
- Anuncio en radios
- Página Web
- Vídeos publicitarios (YOUTUBE)
- Referencias de: familiares, amigos, etc.

ANEXO F: REGISTRO DE EMPLEO ADECUADO/PLENO

2018									
Empresas	A nivel Nacional	proporción	Pichincha	proporción	Empleados actuales	proporción: Empleo adecuado/pleno	Empleo registrado en Pichincha	proporción empleo Pichincha	
Pública	16.115	22,00%	1.218	0,57%	551.412	18,30%	92.513	9,08%	
Privada	883.093	77,89%	212.332	99,43%	2.461.770	81,70%	926.473	90,92%	
Total	899.208	100%	213.550	100,00%	3.013.182	100%	1.018.986	100%	

2017									
Empresas	A nivel Nacional	proporción	Pichincha	proporción	Empleados actuales	proporción: Empleo adecuado/pleno	Empleo registrado en Pichincha	proporción empleo Pichincha	
Pública	16.196	1,78%	1.223	0,58%	639.445	22,24%	182.691	18,13%	
Privada	891.813	98,22%	208.689	99,42%	2.235.302	77,76%	825.065	81,87%	
Total	908.009	100%	209.912	100,00%	2.874.747	100%	1.007.756	100%	

2016									
Empresas	A nivel Nacional	proporción	Pichincha	proporción	Empleados actuales	proporción: Empleo adecuado/pleno	Empleo registrado en Pichincha	proporción empleo Pichincha	
Pública	16.775	1,85%	1.254	0,61%	624.126	21,74%	180.890	17,83%	
Privada	855.873	98,08%	202.865	99,39%	2.246.736	78,26%	833.560	82,17%	
Total	872.648	100%	204.119	100,00%	2.870.862	100%	1.014.450	100%	