

	INFORME DE RESULTADOS DEL PROCESO DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS	Código:	SGC-FOR-001
		Fecha de Emisión:	11/21/2019
	Coordinación de Seguimiento a Graduados	Nº de Revisión:	00
		Página:	Página 1 de 24

DATOS GENERALES	
UNIDAD QUE REALIZA EL INFORME:	COORDINACIÓN DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS
NÚMERO DE INFORME:	CSG-2020-0002
FECHA DE ELABORACIÓN:	Marzo 2021

1. INTRODUCCIÓN

Los procesos de seguimiento a graduados cada vez más se están fortaleciendo, conforme a los requerimientos de calidad que se exigen en la Educación Superior, y transforma los datos obtenidos en estos procesos en insumos de información de alta importancia, para el mejoramiento de la calidad de los programas y carreras, ofertados por las Instituciones de Educación Superior.

En la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), indica en su Art. 142.- Sistema de seguimiento a graduados. - *“Todas las instituciones del sistema de educación superior, público y particular, deberán instrumentar un sistema de seguimiento a sus graduados y sus resultados serán remitidos para conocimiento del Consejo de Evaluación. Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.”*

Así, la Universidad ECOTEC, de acuerdo a su Política de Calidad institucional establecidas en el capítulo No.5 del Plan Estratégico de Desarrollo Institucional 2017-2021, y sus objetivos: *b) Desarrollar la cultura de reflexión académica, evaluación y mejora continua en todos los niveles de la Institución*, desarrolla procesos de seguimiento a los graduados con la finalidad de recoger información, conocer su trayectoria profesional, analizar sus competencias adquiridas, aspectos académicos a mejorar, criterios sobre los docentes y calidad de la educación recibida, su percepción acerca de la Institución, recursos, así como preferencias de estudios de cuarto nivel.

Adicionalmente, la Coordinación de Seguimiento a Graduados (CSG), realiza estas encuestas con el objetivo de identificar y monitorear de manera permanente la empleabilidad, necesidades de formación, percepción que tiene sus graduados y los niveles de satisfacción relacionados con aspectos académicos, recursos de la carrera, docentes y servicios en general, para lo cual se presenta el *“Informe de resultados del proceso de seguimiento a graduados II-2020”*.

Es importante mencionar que los procesos de seguimiento a los *Alumni* responden a una planificación establecida en el Plan Operativo Anual (POA) 2020 y, sus resultados constituyen insumos de información que serán entregadas a las unidades académicas para su análisis e incorporación de mejoras en sus mallas curriculares, contenidos académicos y otros aspectos de las carreras según corresponda.

	INFORME DE RESULTADOS DEL PROCESO DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS	Código:	SGC-FOR-001
		Fecha de Emisión:	11/21/2019
	Coordinación de Seguimiento a Graduados	Nº de Revisión:	00
		Página:	Página 2 de 24

2. OBJETIVO DEL INFORME

Socializar los resultados del proceso de seguimiento a graduados de la carrera de Facultad de Marketing y Comunicación, con la comunidad universitaria, con el objeto de que la información proporcionada sea utilizada como insumo de información para retroalimentar y actualizar la oferta académica vigente y contribuir con la mejora continua institucional.

3. METODOLOGÍA

Se seleccionó el método de encuesta y el cuestionario como instrumento para el levantamiento de la información compuesto por cinco dimensiones: a) Personal, b) Profesional, c) Académica, d) Niveles de satisfacción y d) preferencias de estudios, en donde se utilizaron preguntas cerradas, abiertas y categóricas a través de la escala de Likert.

Tabla No.1
Ficha Técnica

Unidad de muestreo:	Número de graduados de la carrera
Tipo de encuesta:	Directo – personalizado
Sitio de encuesta:	Encuesta digital
Muestreo:	$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$ <p>Dada una población finita de 19 estudiantes, con un margen de error del 10%, y nivel de confianza del 95%.</p>
Población total (N):	18 graduados
Muestra:	15 graduados
Número de encuestas realizadas:	17 encuestas
Fecha de inicio de las encuestas:	16 de diciembre /2020
Fecha de terminación de las encuestas:	23 de diciembre /2020
Fecha de inicio del procesamiento de datos:	Enero 4/2021
Fecha de terminación del procesamiento de datos:	Febrero 26 /2021

	INFORME DE RESULTADOS DEL PROCESO DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS	Código:	SGC-FOR-001
		Fecha de Emisión:	11/21/2019
	Coordinación de Seguimiento a Graduados	Nº de Revisión:	00
		Página:	Página 3 de 24

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

- Promover de manera permanente a través de redes sociales o medios de comunicación, la actualización de datos de los graduados.
- Gestionar que todos los graduados de la Universidad ECOTEC, completen la encuesta de seguimiento a graduados, disponible en el sitio web.
- Realizar un seguimiento periódico a los graduados con la finalidad de actualizar la información relacionada con su actividad laboral.
- Fomentar la participación de los graduados en los eventos, conferencias y diferentes actividades institucionales.
- Informar a los graduados de los convenios interinstitucionales que mantiene la Universidad ECOTEC, así como de los servicios disponibles como la Banca laboral para los graduados que no se encuentren laboralmente activos.

La encuesta utilizada como método de recolección de datos, la misma que se actualizó con la finalidad de abarcar más aspectos que permitan conocer la trayectoria profesional del graduado, analizar sus competencias adquiridas, su percepción acerca de la Universidad, recursos, docentes y calidad de educación, así como preferencias de estudios de postgrado. La encuesta es accedida por los graduados desde su Atrium, opción No.4 del Menú.

Una vez culminado el periodo de gestión, la información es procesada y analizada a través de la herramienta informática de la Universidad ECOTEC, implementando estadística descriptiva básica para la elaboración de informes. Esta información está alojada en repositorios en la nube desde la cual pueden acceder las autoridades, decanos y docentes.

La herramienta permite procesar la información para obtener los informes y estadísticas necesarias para optimizar y mejorar la oferta académica, actualizar o ajustar contenidos sustantivos de acuerdo al análisis que realicen las unidades, como una acción de seguimiento y mejora continua, para garantizar que los futuros estudiantes y graduados de la Universidad ECOTEC, cuenten con las competencias establecidas en los perfiles de egreso y profesional requeridas por el mercado laboral, e indispensables para elevar las oportunidades laborales de nuestros graduados; cumpliendo con nuestra misión de formar profesionales de alta calidad.

El análisis de los informes y estadísticas de los resultados del proceso de seguimiento a graduados es entregado a Vicerrectorado Académico para revisión y aprobación.

4. DOCUMENTOS ANALIZADOS

- Ley orgánica de Educación Superior (LOES)
- Política de Calidad Institucional

	INFORME DE RESULTADOS DEL PROCESO DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS	Código:	SGC-FOR-001
		Fecha de Emisión:	11/21/2019
	Coordinación de Seguimiento a Graduados	Nº de Revisión:	00
		Página:	Página 4 de 24

- Clasificación Nacional de Actividades Económicas CIIU Revisión 4.0
- Datos obtenidos del Sistema de Seguimiento a graduados.

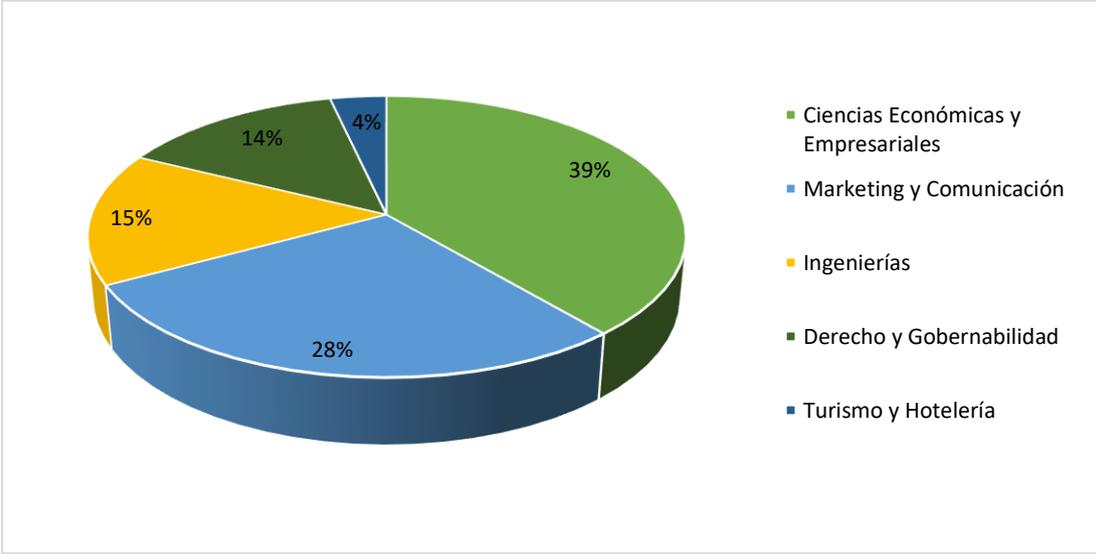
5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el semestre II-2020, la Universidad ECOTEC graduó a 85 profesionales pertenecientes a las distintas facultades y carreras ofertadas por la institución (ver gráfico No. 1). Desde 16 al 23 de diciembre /2020 se ejecutó el Proceso de encuesta de salida a todos los graduados. De 85 graduados encuestados se logró obtener respuesta de 80 graduados, alcanzando el **94%** de efectividad en todo el proceso. La Facultad de Marketing y Comunicación representa el 28% de toda la población, obteniendo respuestas del 92% de graduados de esta facultad (ver tabla No.1).

Las carreras adheridas a esta facultad son:

- Ingeniería en Administración de Empresas
- Licenciatura en Comunicación
- Licenciatura en Administración de Empresas

Gráfico No. 1. Cantidad de graduados.



Fuente: CSG

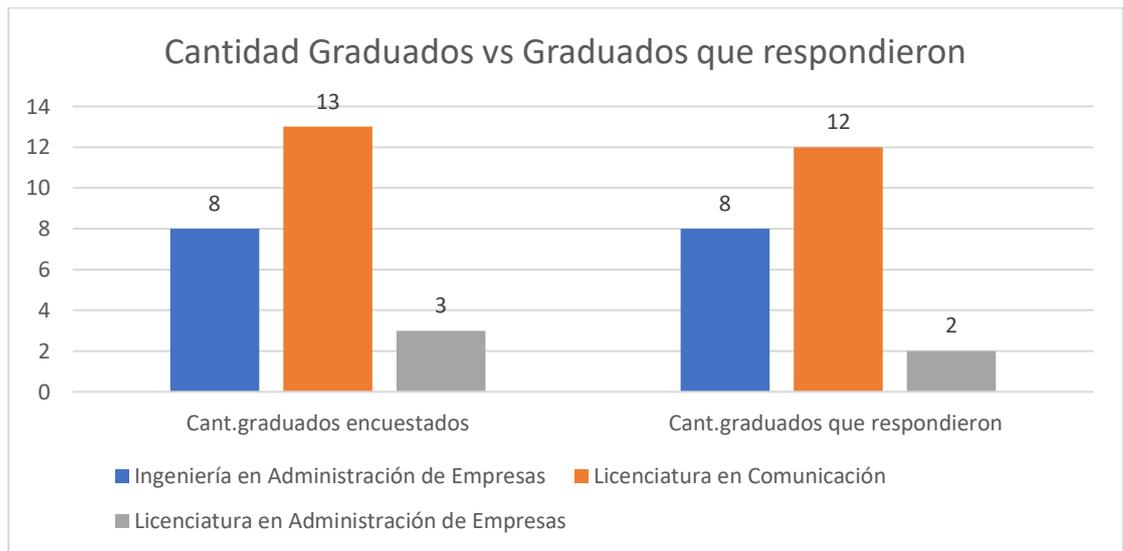
	INFORME DE RESULTADOS DEL PROCESO DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS	Código:	SGC-FOR-001
		Fecha de Emisión:	11/21/2019
	Coordinación de Seguimiento a Graduados	Nº de Revisión:	00
		Página:	Página 5 de 24

Tabla 1. Total de graduados vs total de respuestas

Carreras	Cant. graduados encuestados	Cant. graduados que respondieron	% Respuestas
Ingeniería en Administración de Empresas	8	8	100%
Licenciatura en Comunicación	13	12	92%
Licenciatura en Administración de Empresas	3	2	67%

Fuente: CSG

Gráfico 2. Cant. de graduados vs cant. graduados que respondieron

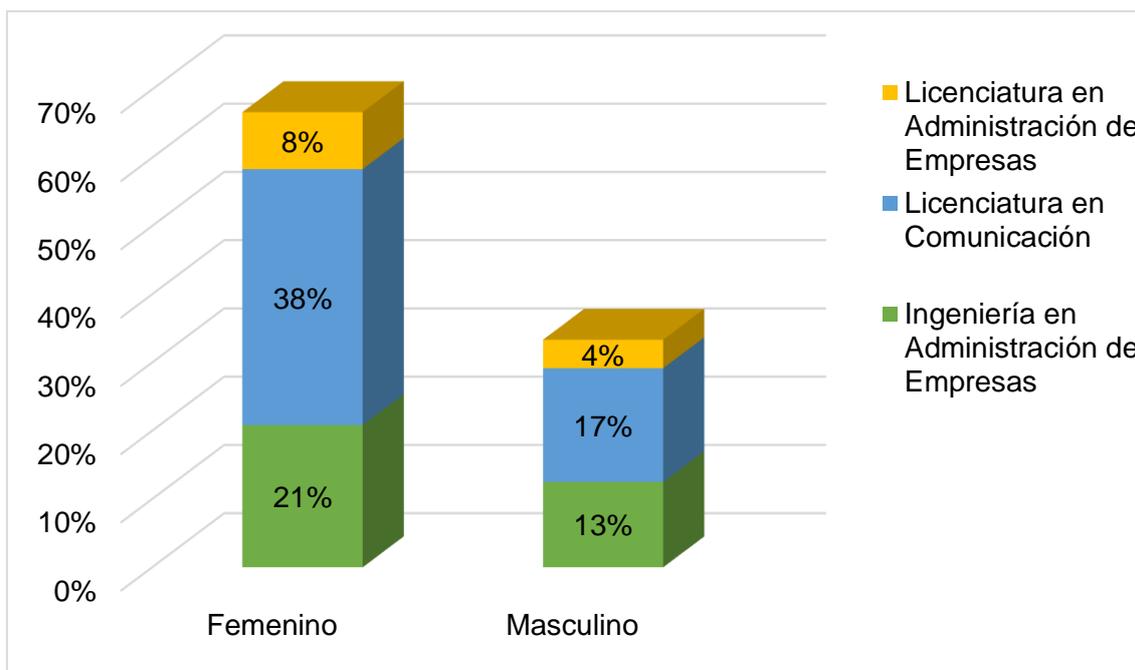


Fuente: CSG

5.1. Información Sociodemográfica

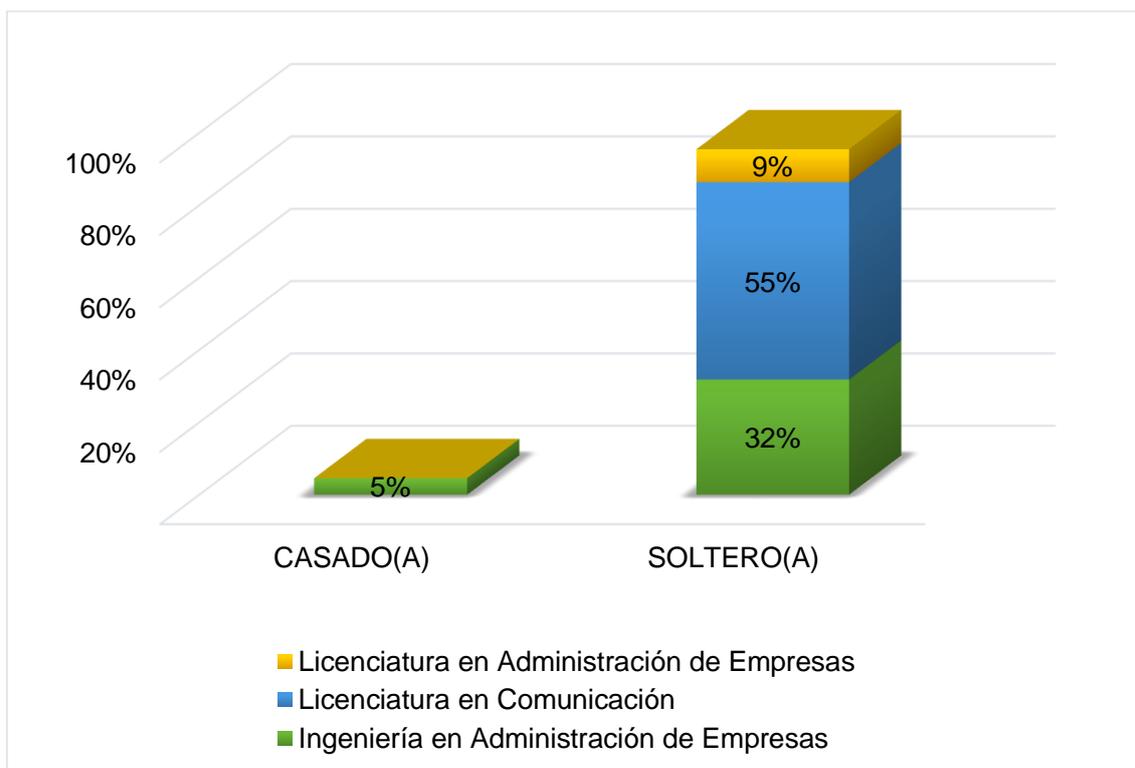
Los graduados de las carreras de la facultad de Marketing y Comunicación pertenecen en mayor porcentaje al género femenino **67%** y masculino **33%** de acuerdo con la información obtenida del Atrium (ver gráfico No. 3). En cuanto al estado civil, se puede observar que el **95%** son solteros y el **5%** son casados (ver gráfico No. 4).

Gráfico No.3. Sexo de los graduados



Fuente: CSG

Gráfico No. 4. Estado civil de los graduados

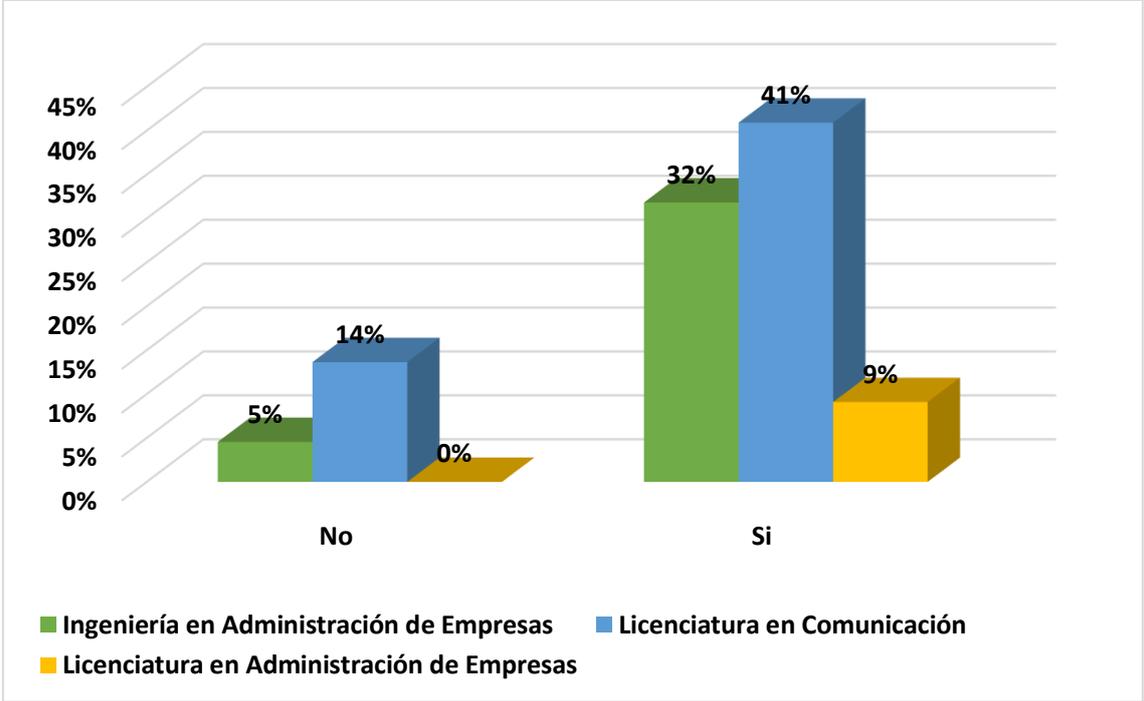


Fuente: CSG

5.2. Situación profesional

De acuerdo, a la cantidad de graduados que respondieron al proceso, se puede identificar que el **82%** de los graduados se encuentran laboralmente activos, mientras que el **18%** no trabaja.

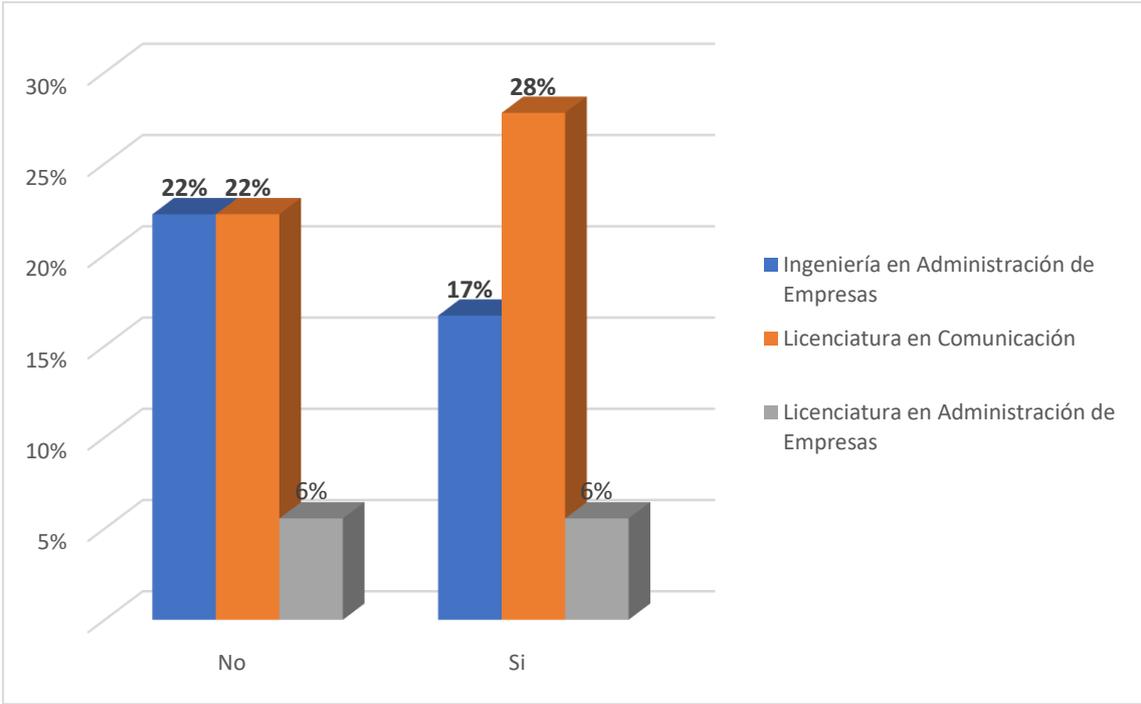
Gráfico No. 5. Cantidad de graduados que trabajan



Fuente: CSG

De la cantidad de graduados laboralmente activos (**82%**), el **50%** trabajan en áreas relacionadas directamente con su carrera (gráfico No. 6).

Gráfico No. 6. Cantidad de graduados que trabajan en áreas relacionadas a su carrera

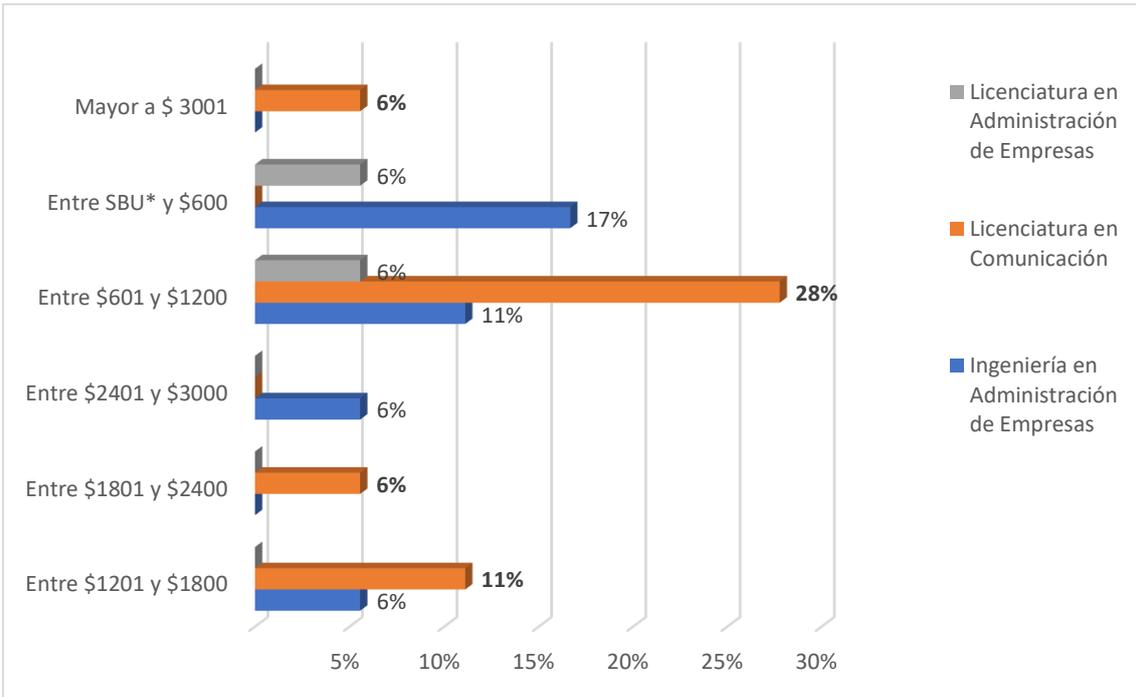


Fuente: CSG

El rango salarial de los graduados de la facultad de Marketing y Comunicación es diverso, el **23%** devenga entre SBU¹ a \$600, el **45%** devenga entre \$ 601 y \$1200 dólares, mientras que el **17%** devenga un salario entre \$1201 y \$1800, el **5%** devenga entre \$ 1801 y \$2400 Dólares, el **5%** devenga entre \$ 2401 y \$3000 Dólares y el **5%** devenga más de \$3001 Dólares (gráfico No. 7). En relación a la antigüedad laboral el **12%** de los graduados tiene menos de 6 meses, **11%** de los graduados tiene entre 6 meses - 1 año, **27%** de los graduados tiene entre 1 - 2 años, el **22%** entre 2 a 3 años, el **17%** entre 3 y 5 años y **11%** de los graduados tiene más de 5 años (ver gráfico No.8).

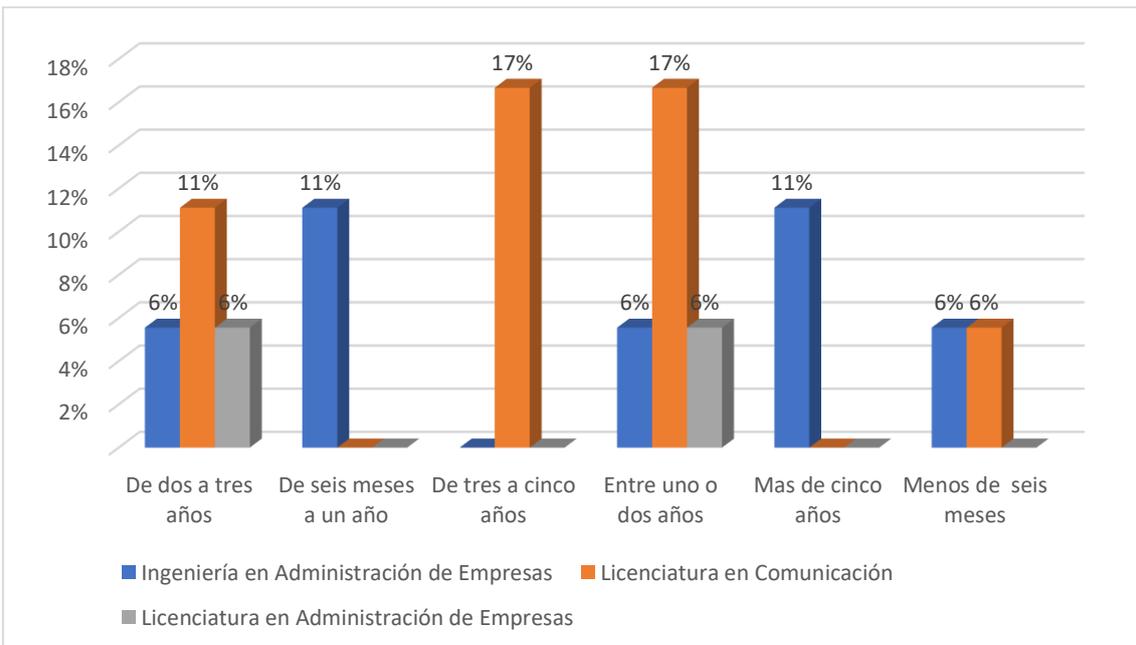
¹¹ Salario Básico Unificado

Gráfico No. 7. Rango salarial



Fuente: CSG

Gráfico No. 8. Antigüedad laboral

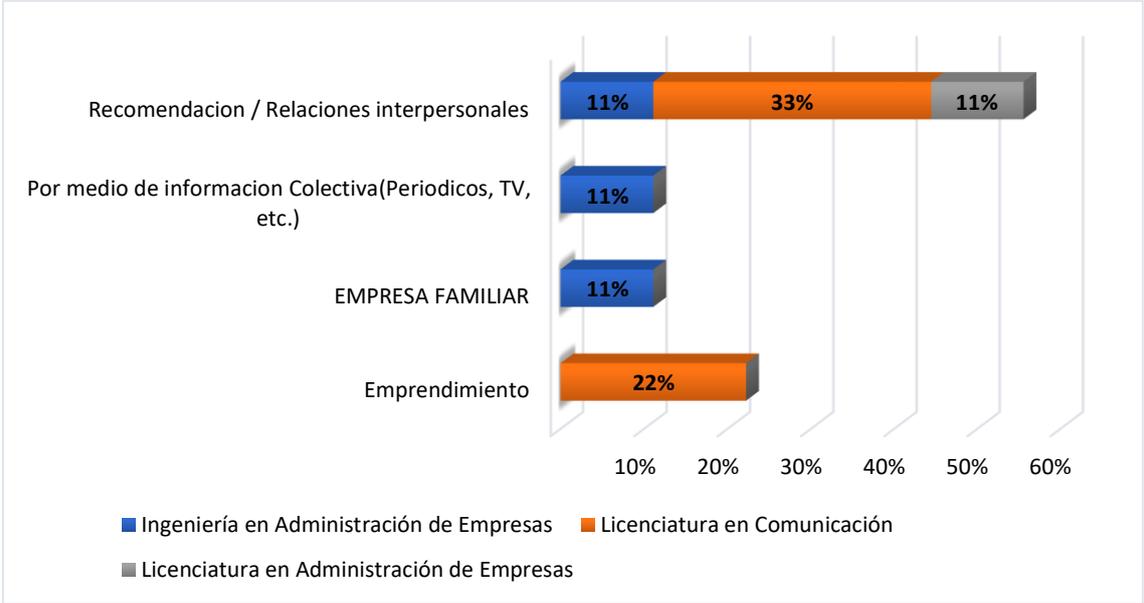


Fuente: CSG

El porcentaje de graduados laboralmente activos se obtiene al momento de la graduación. Lo que implica que se han utilizado medios de inserción laboral en el transcurso de la carrera, entre

los cuales se destacan **56%** por recomendaciones / relaciones interpersonales, **22%** por emprendimiento, **11%** por información colectiva y **11%** empresas familiares.

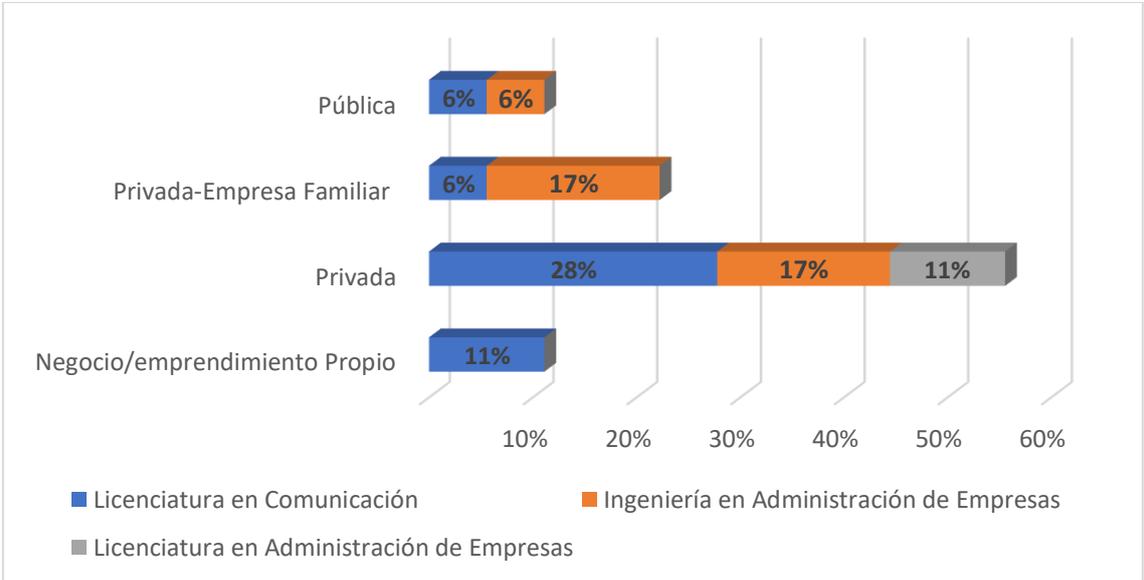
Gráfico No. 9. Medios de inserción laboral



Fuente: CSG

En cuanto a los sectores empresariales donde se encuentra vinculados los graduados de esta facultad, se puede observar que predomina el sector Privado: **56%**, en empresas familiares **22%** y **12%** pública y el **11%** se encuentran trabajando de forma independiente (ver gráfico No. 10).

Gráfico No. 10. Tipo de empresa donde laboran los graduados

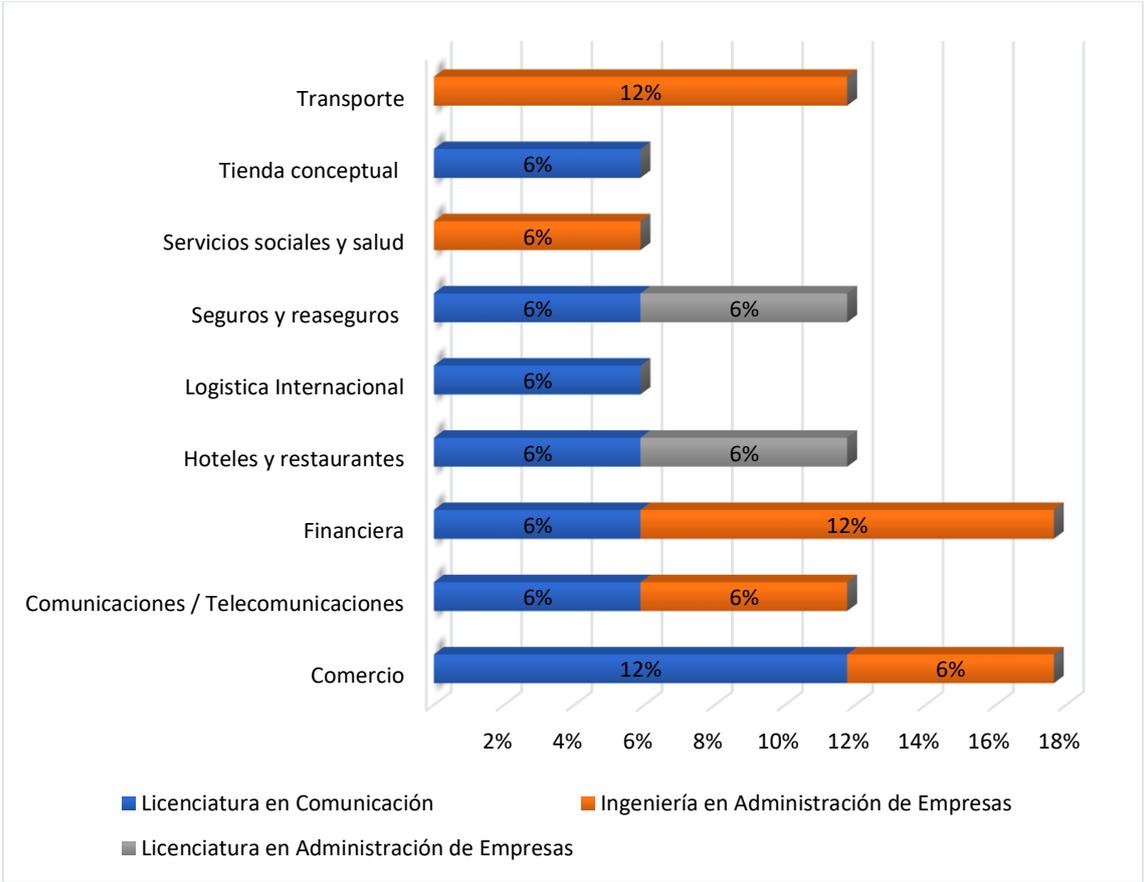


Fuente: CSG

De acuerdo, a la “Clasificación Nacional de Actividades Económicas CIU Revisión 4.0, que tiene su respaldo y sustento técnico, en la *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Actividades Económicas CIU Revisión 4.0*”, preparada por Naciones Unidas, que permite homogenizar las actividades económicas de las empresas ecuatorianas, las cuales han sido tomadas en consideración para identificar las empresas donde trabajan los graduados en referencia.

En cuanto a actividad empresarial donde se encuentra vinculados los graduados de las carreras de Marketing y Comunicación es diverso, y esto responde a que los campos de ocupación son transversales al interior de una organización (ver gráfico No. 11).

Gráfico No. 11. Actividad empresarial



Fuente: CSG

5.3. Aspectos académicos

Los graduados han de evaluar en un periodo determinado y de acuerdo con parámetros establecidos, la eficiencia profesional en función de la formación recibida, componentes de su plan de estudios, adquisición de las competencias transversales y profesionales, que responden en la aceptación en el mercado laboral y la correspondencia entre las áreas de especialización y

	INFORME DE RESULTADOS DEL PROCESO DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS	Código:	SGC-FOR-001
		Fecha de Emisión:	11/21/2019
	Coordinación de Seguimiento a Graduados	Nº de Revisión:	00
		Página:	Página 12 de 24

las necesidades del país (Aldana , Mòralez Gònzalez, Aldana Reyes , Sabogal Camargo, & Ospina Alfonso, 2008).

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

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

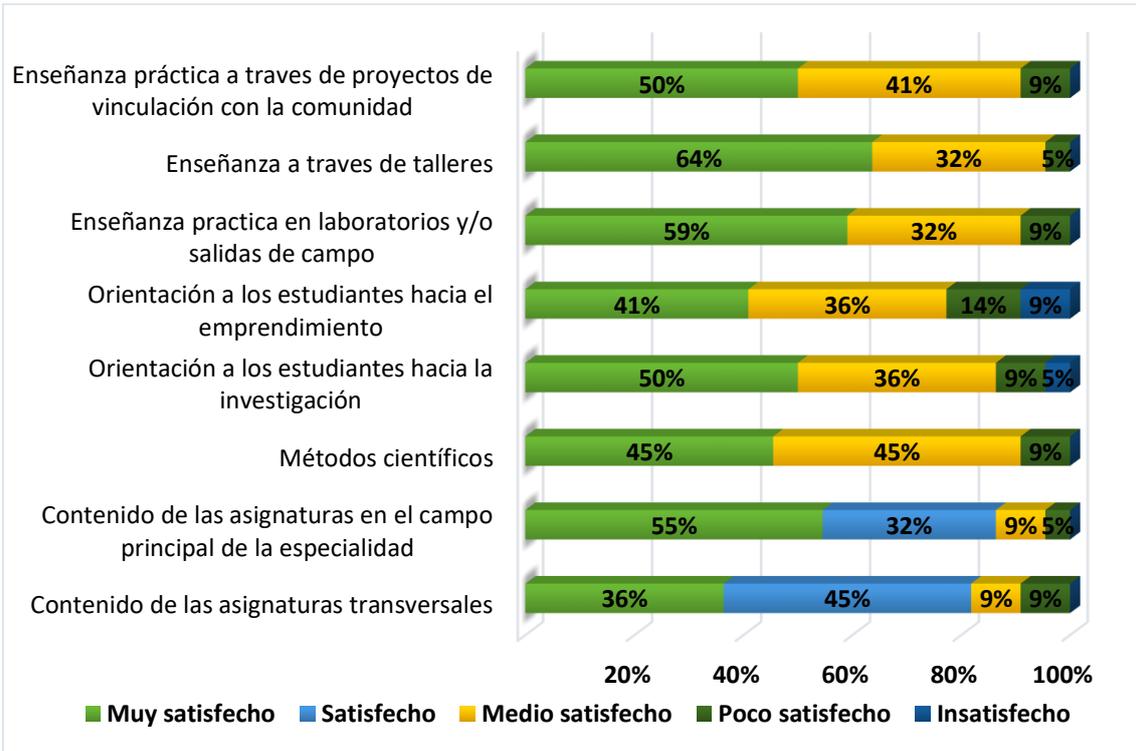
Como parte de los procesos sustantivos en las instituciones de Educación superior encontramos la Academia, la Investigación y la Vinculación. Esto se evidencia en la respuesta de los graduados en su satisfacción relacionado al plan de estudios: **64%** muy satisfecho con Enseñanza a través de talleres y Prácticas en empresas, **59%** muy satisfecho con Enseñanza practica / salida de campo, **36%** muy satisfecho con el contenido de las asignaturas trasversales, el **55%** muy satisfecho con el contenido de las asignaturas en el campo de la especialidad (ver tabla No. 2).

Tabla 2. Contenido del plan de estudios

Indicadores del plan de estudios	Frecuencias										TOTAL
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	
Contenido de las asignaturas transversales	8	36%	10	45%	2	9%	2	9%			22
Contenido de las asignaturas en el campo principal de la especialidad	12	55%	7	32%	2	9%	1	5%			22
Métodos científicos	10	45%			10	45%	2	9%			22
Orientación a los estudiantes hacia la investigación	11	50%			8	36%	2	9%	1	5%	22
Orientación a los estudiantes hacia el emprendimiento	9	41%			8	36%	3	14%	2	9%	22
Enseñanza practica en laboratorios y/o salidas de campo	13	59%			7	32%	2	9%			22
Enseñanza a través de talleres	14	64%			7	32%	1	5%			22
Enseñanza práctica a través de proyectos de vinculación con la comunidad	11	50%			9	41%	2	9%			22
Enseñanza práctica en empresas (prácticas preprofesionales)	14	64%	7	32%	1	5%					22

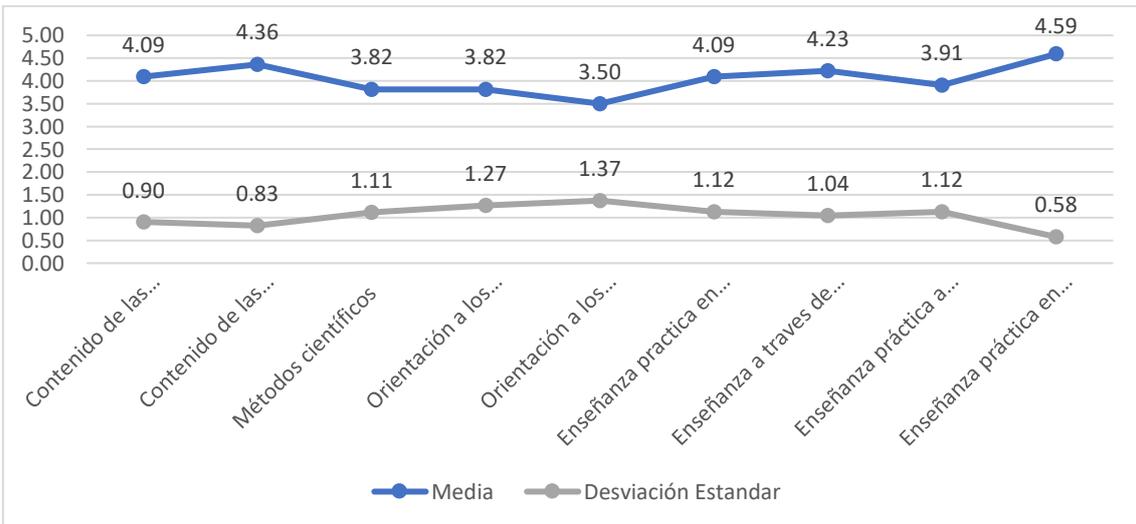
Fuente: CSG

Gráfico No. 12. Grado de Satisfacción relacionada con el plan de estudios



Fuente: CSG

Gráfico No. 13. Medidas descriptivas del nivel de satisfacción relacionada con el plan de estudios



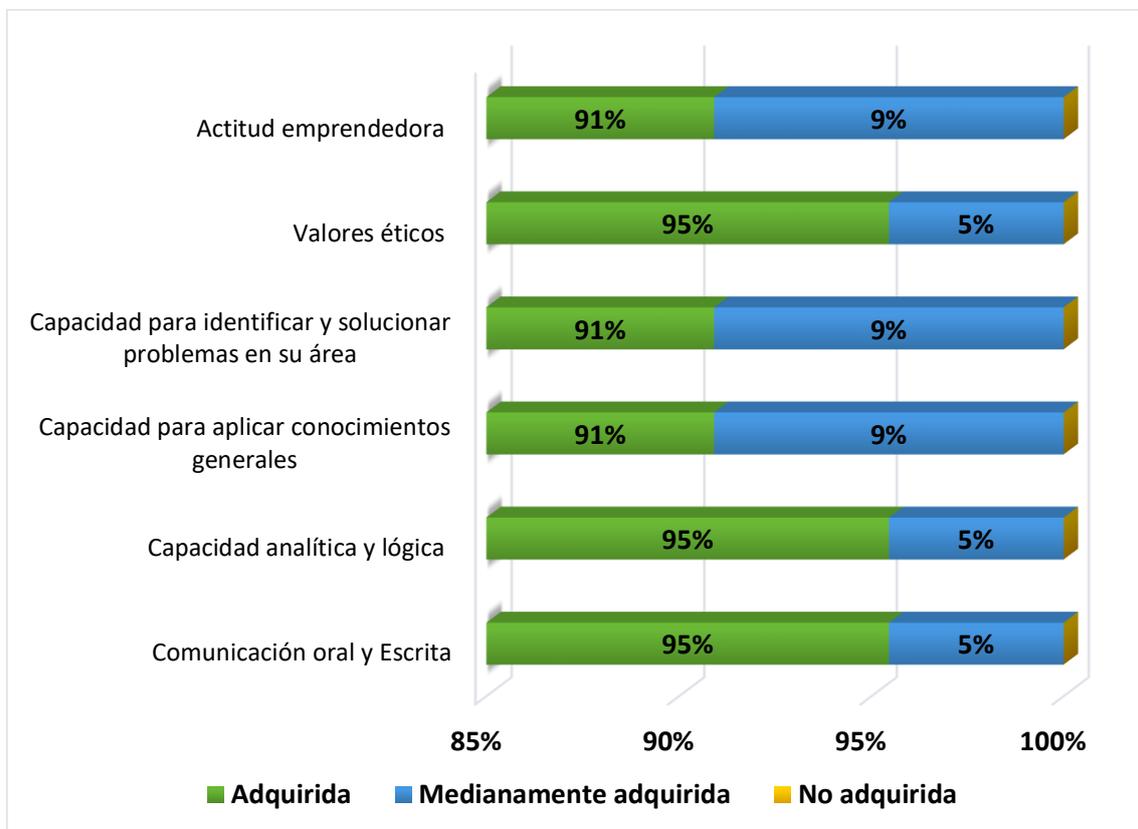
Fuente: CSG

	INFORME DE RESULTADOS DEL PROCESO DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS	Código:	SGC-FOR-001
		Fecha de Emisión:	11/21/2019
	Coordinación de Seguimiento a Graduados	Nº de Revisión:	00
		Página:	Página 14 de 24

La definición de **competencia** hace referencia a las aptitudes que posee un individuo, es decir las capacidades, las habilidades y la destreza con las que cuenta el mismo para realizar una actividad determinada o para tratar un tema específico de la mejor manera posible. Existen diversos contextos cuando se habla de competencias, pero en el presente informe se hace referencia a las competencias transversales (generales) y profesionales que deben adquirir los graduados de cada una de las carreras.

Se incluyó un componente en la encuesta, donde los graduados debían valorar el nivel de adquisición de determinadas competencias general y profesional, estas últimas, acorde a cada carrera. Se ha utilizado la escala de Likert con tres valoraciones Adquirida, medianamente adquirida y no adquirida para valorar seis competencias transversales. El **95%** indica haber adquirido valores éticos, además capacidad analítica y lógica y habilidades de comunicación oral y escrita, respectivamente, el **91%** indican tener la capacidad para identificar y solucionar problemas en su área; el **91%** capacidad para aplicar conocimientos y **91%** indica poseer una actitud emprendedora, como se aprecia en el gráfico No.14.

Gráfico No. 14. Competencias transversales



Fuente: CSG

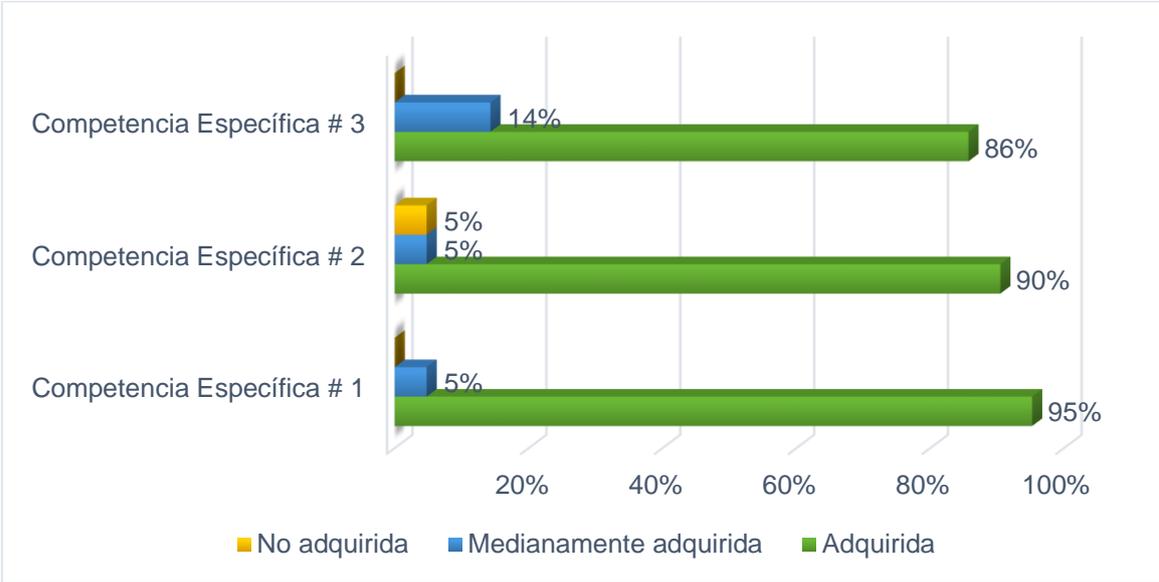
Las competencias profesionales, están acordes a los perfiles de egreso de la carrera y su énfasis, por lo que, para efectos de tabulación se ha agrupado las respuestas en Competencias específicas # 1, #2 y #3.

Tabla 4. Competencias profesionales de las carreras de Derecho

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

En los resultados se observa, que las competencias profesionales evaluadas (ver tabla No. 4) han sido adquiridas por los graduados, lo que les ayudará a desempeñarse y encontrarse en concordancia con las exigencias en el ámbito laboral (ver gráfico No. 15).

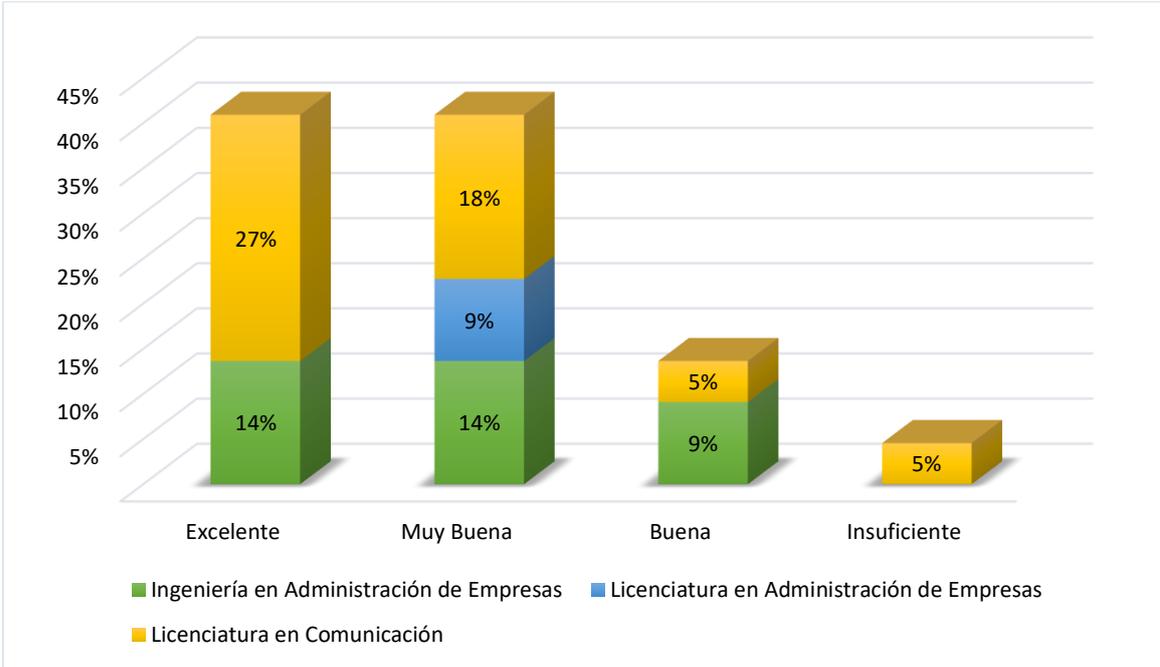
Gráfico No. 15. Competencias profesionales



Fuente: CSG

Los niveles de satisfacción relacionados con la formación recibida en el transcurso de sus estudios, se representan en muy son altos, **41%** lo califica como Excelente, **41** Muy buena y **13%** lo califican como buena (ver gráfico no. 16). Entre las principales razones para otorgar esa valoración se destaca la calidad educativa y la preparación y experiencia de los docentes, como se observa en la tabla No. 6.

Gráfico No. 16. Satisfacción relacionada con la formación recibida



Fuente: CSG

Tabla 6. Razones para otorgar la valoración

¿Porque?	Ingeniería en Administración de Empresas	Licenciatura en Administración de Empresas	Licenciatura en Comunicación
Aprendí muchas cosas que me ayudaron a desarrollarme de manera más oportuna en mi historial laboral.	5%		
deben enviar más tareas y trabajos en grupo para reforzar lo aprendido en clase y que no se quede en lo que habla el profesor en las diapositivas			5%
Es importante que la universidad se dote de mas personal y no sobrecargar a los maestros/guías/tutores, mi proceso anterior se vio afectado por una tutora con el mínimo tiempo para guiar mi proceso por la alta carga laboral.	5%		
Es una gran universidad con mucho potencial		5%	
Excelente, porque es una universidad que tiene una metodologías de enseñanza que no solo se aprende de manera teórica sino también practica y con proyectos reales y eso hace que los estudiantes se puedan desenvolver mejor en el mundo laboral.			5%
EXCELENTES INSTALACIONES	5%		
La enseñanza es muy buena sin embargo podríamos mejorar los conocimientos adquiridos mediante la aplicación de mejores métodos de seguimiento y evaluaciones por parte de los docentes	5%		

	INFORME DE RESULTADOS DEL PROCESO DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS	Código:	SGC-FOR-001
		Fecha de Emisión:	2/03/2020
	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD	Nº de Revisión:	00
		Página:	Página 18 de 24

La universidad te brinda todas las herramientas para aprender y crecer.			5%
Me encanto la metodología de enseñanza y siempre a la buena disposición de los docentes en ayudar			5%
Me gustaría se incremente aún más la parte de formación, para que haya mejores profesionales en el futuro. Más capacitaciones y contacto con posibles lugares de trabajo, por decir en el campo de la comunicación, con canales, radios, etc.			5%
por la situación en cómo se me dio el poder estudiar		5%	
POR MEDIO DE LA UNIVERSIDAD AMPLIE MIS CONOCIMIENTOS Y ME HAN PERMITIDO ENCONTRAR MEJORES OPORTUNIDADES EN EL AMBITO LABORAL	5%		
Porque formé parte del crecimiento del nuevo campus de Samborondón y vivir toda su transformación, vi cómo fueron mejorando e reinventando para ser excelentes. Me gustaría en algún momento poder ser Docente o poder trabajar en el departamento de Mkt y Comunicación de mi Universidad Ecotec. :)			5%
Porque sales con buenos conocimientos	5%		
Porque su educación fue creciendo acorde a la necesidad del profesional en formación			5%
porque toda la carrera se basa en teorías y muy poca o casi nada de practica de lo que en realidad toda hacer en los trabajos de verdad.	5%		
Se debe mejorar el Área de cómputo porque las maquinas están obsoletas, adicionalmente se debe mejorar la consejería académica.	5%		
Sus docentes son muy profesionales			5%
No respondió			10%
Total general	40%	10%	50%

Fuente: CSG

Los docentes son parte fundamental en el proceso de enseñanza – Aprendizaje de toda institución. Por lo cual, se evaluó algunos aspectos relacionados con los docentes, encontrando altos niveles de satisfacción: **73%** se encuentra muy satisfecho con la actualización de conocimiento, el **68%** muy satisfecho con el dominio de la asignatura y forma, el 64% de evaluación y fomento de las habilidades de análisis e investigación y el **50%** muy satisfecho y satisfecho con la metodología de enseñanza. Se evidencia también en los porcentajes generales que sobrepasan los 4 /5 puntos y la desviación estándar menor a 1, lo cual nos da indicio de la calidad docente (ver tabla No.7).

Gráfico No. 17. Satisfacción relacionada con los docentes

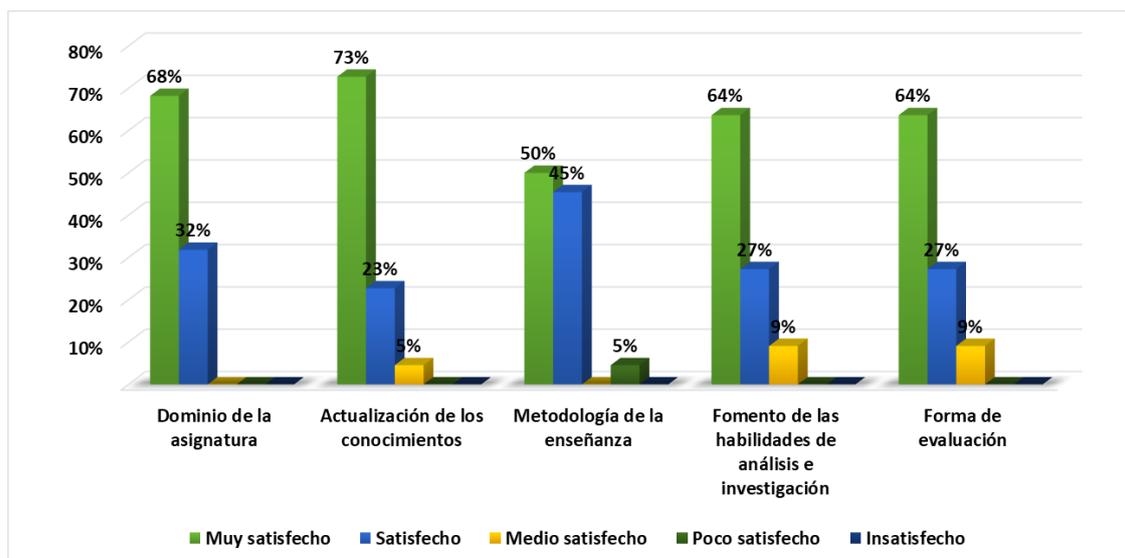


Tabla No. 7. Promedio de los niveles de satisfacción

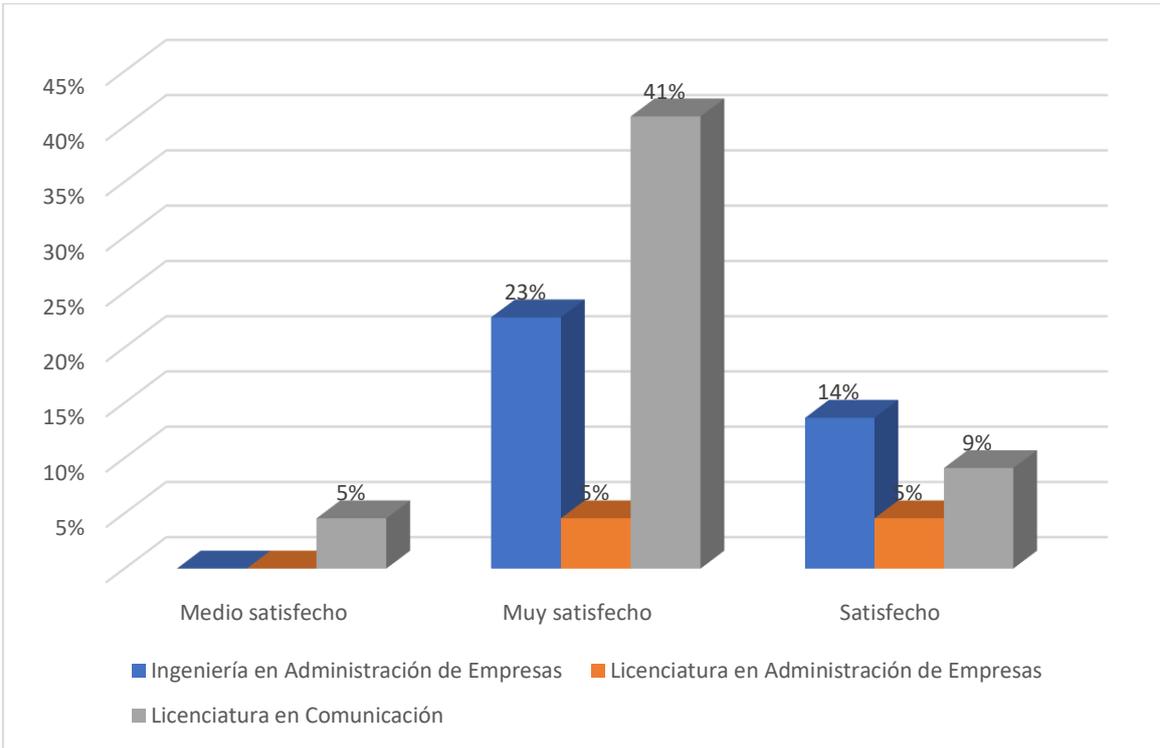
Evaluación general Docente	Medidas Descriptivas	
	Promedio	Desviación Estandar
Dominio de la asignatura	4.68	0.47
Actualización de los conocimientos	4.68	0.55
Metodología de la enseñanza	4.41	0.72
Fomento de las habilidades de análisis e investigación	4.55	0.66
Forma de evaluación	4.55	0.66

Fuente: CSG

5.4. Niveles de satisfacción

En su desempeño como graduado expresan sentirse muy satisfechos **68%**, satisfechos un **27%** e insatisfecho un **5%**.

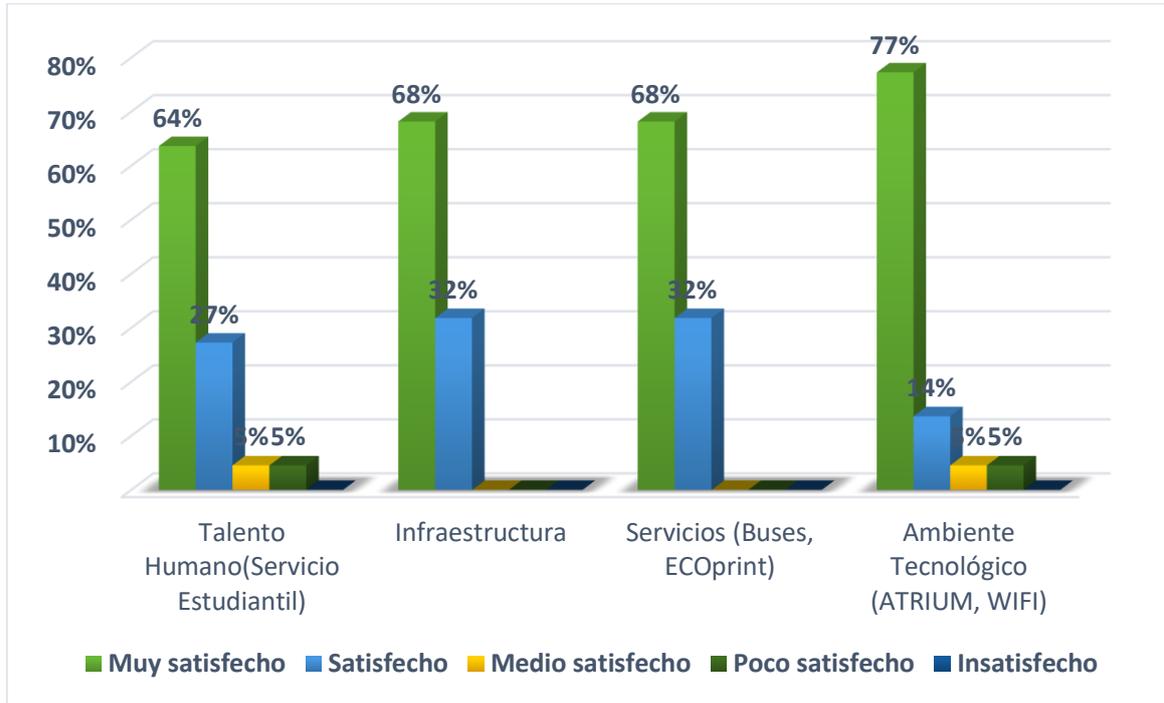
Gráfico No. 18. Satisfacción como graduados



Fuente: CSG

Es importante conocer el nivel de satisfacción de los graduados hacia los servicios y recursos con los que cuenta la carrera. Se puede observar que los niveles de satisfacción son significativos, debido a la constante innovación y mejora continua de la Universidad ECOTEC. El 77% se encuentra muy satisfecho con el *ambiente tecnológico* que comprende el uso y funcionamiento de las plataformas virtuales, conectividad wifi en todas las áreas del campus, que se han optimizado para favorecer la investigación, reflexión y gestión del conocimiento. El 68% se encuentra muy satisfecho con la *infraestructura* y con los servicios que se mantiene en innovación permanente visionando flexibilidad, comodidad para hacer vida universitaria y ante todo calidad en el servicio, el 64% está muy satisfecho con *talento humano* el 76% se encuentra muy satisfecho con otros servicios (Ver gráfico No. 19), y esto se corrobora en las medidas descriptivas en donde la desviación estándar se encuentra distante de 1.

Gráfico No. 19. Satisfacción relacionada con los recursos de la carrera



Fuente: CSG

Tabla 8. Medidas estadísticas descriptivas

Calificación a los recursos de la carrera	Medidas Descriptivas	
	Promedio	Desviación Estandar
Talento Humano	4.50	0.78
Infraestructura	4.68	0.47
Servicios	4.68	0.47
Ambiente tecnológico	4.64	0.77

Fuente: CSG

5.5. Preferencias de estudios

De la cantidad de graduados que respondieron, el **100%** aún no ha iniciado estudios de maestrías. Sin embargo, el **73%** confirmó que elegirían a U. Ecotec para iniciar estudios de posgrado y se detalla los temas de interés a especializarse (Detalle de respuestas en la tabla No. 9 y 10)

Gráfico No. 24. Porcentaje de graduados que elegirían a Ecotec para iniciar estudios de cuarto nivel

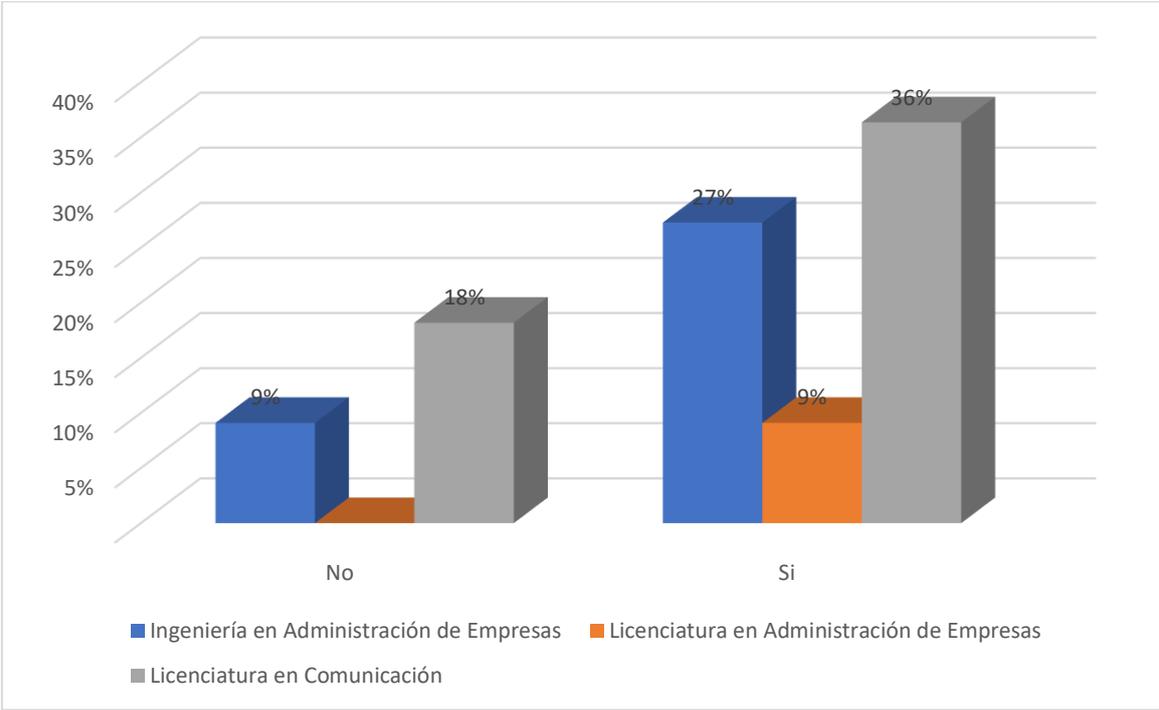


Tabla 9. Temas para maestrías

Temas para Maestrías
Brand managment Social media
Branding Marketing digital
Comunicación Política, Relaciones Internacionales
Comunicación y docencia
Comunicación en medios
Comunnity manager / Organización de eventos masivos
Dirección creativa
Maestría en Marketing y Ventas
Maestría en administración de empresas maestría en negocios internacionales
Marketing orientado a la A&B
Marketing de servicio, marketing online.
Marketing digital. Relaciones públicas.
medios digitales y publicidad
Marketing digital
Resumen

Fuente: CSG

	INFORME DE RESULTADOS DEL PROCESO DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS	Código:	SGC-FOR-001
		Fecha de Emisión:	2/03/2020
	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD	Nº de Revisión:	00
		Página:	Página 23 de 24

Tabla 10. Temas para Cursos

Temas para Cursos
Cómo emprender en momentos de crisis
Comunicación Política, Relaciones Internacionales
Fraudes digitales Métricas en las redes sociales
Gastronomía y Marketing
La globalización y la comunicación por medio de las redes sociales. Cómo las marcas pueden crecer por medio de este canal
Locución, manejo en cámaras y escenarios
Marketing digital
Curso de Fotografía. Relaciones públicas en el área educativa. Marketing Educativo.
Marketing internacional marketing online
marketing y turismo
Mercadotecnia y Publicidad
Cómo emprender en momentos de crisis
Comunicación Política, Relaciones Internacionales
Fraudes digitales Métricas en las redes sociales
Gastronomía y Marketing
La globalización y la comunicación por medio de las redes sociales. Cómo las marcas pueden crecer por medio de este canal
Resumen

Fuente: CSG

6. CONCLUSIONES Y/O RECOMENDACIONES

La facultad de Marketing y Comunicación graduó a 24 profesionales, de los cuales el **92% (22)** respondieron satisfactoriamente a la encuesta de salida.

En cuanto a la situación profesional se puede observar que el **82%** de los graduados se encuentran laboralmente activos. Del porcentaje de graduados que trabajan, el **50%** se encuentra vinculado en cargos relacionados directamente con su carrera. En el sector privado con **56%** es donde existe mayor vinculación, el **22%** que corresponde a empresas familiares y 12% en organizaciones públicas y el 11% independiente. En relación al rango salarial se identificó que el **23%** devenga entre SBU² a \$600, el **45%** devenga entre \$ 601 y \$1200 dólares, mientras que el 17% devenga un salario entre \$1201 y \$1800.

Los contenidos del plan de estudios son un factor esencial, ya que permite que los estudiantes en el transcurso de su carrera adquieran las competencias profesionales necesarias para una

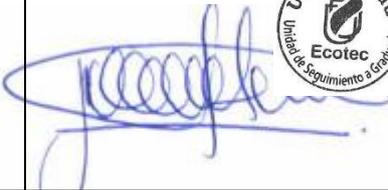
	INFORME DE RESULTADOS DEL PROCESO DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS	Código:	SGC-FOR-001
		Fecha de Emisión:	2/03/2020
	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD	Nº de Revisión:	00
		Página:	Página 24 de 24

adecuada inserción laboral. Y es por ello que los graduados se encuentran muy satisfechos con el componente de enseñanza a través de talleres y en la enseñanza práctica en la empresa con el 64% y el 59% se encuentra muy satisfecho con la enseñanza práctica / salida de campo.

La valoración de las competencias generales necesarias en el ámbito profesional, los graduados manifiestan haberlas adquirido competencias transversales con porcentajes que superan el **90%**, además de las competencias profesionales que les permite insertarse de manera temprana al ámbito profesional gracias a las metodologías utilizadas en esta carrera donde priman el método de caso, análisis crítico y reflexivo.

Los niveles de satisfacción relacionados con los docentes, recursos con los que cuenta cada carrera y servicios generales de la institución, se observan porcentajes muy altos en concordancia con el sistema de gestión de la Calidad que permite la mejora continua en cada uno de los procesos que ejecuta la institución.

Los procesos que se ejecutan para el seguimiento a los graduados de la carrera de Marketing y Comunicación, son de vital importancia, debido a que permiten obtener una medición previa a la inserción laboral, en donde ya se evidencia un alto índice de empleabilidad destacándose la pertinencia, demanda social y calidad de las carreras de Marketing y Comunicación. Por otra parte, la retroalimentación de los graduados constituye un insumo de información que en concordancia con el Sistema de Gestión de la Calidad contribuye con el aseguramiento de la calidad y mejora continua en los procesos académicos y administrativos.

Elaborado por: 	Aprobado por:  
Mgtr. Christian Gutiérrez Delegado de Marketing y Comunicación	Mgtr. Johanna Navarro Coordinadora de Seguimiento a Graduados