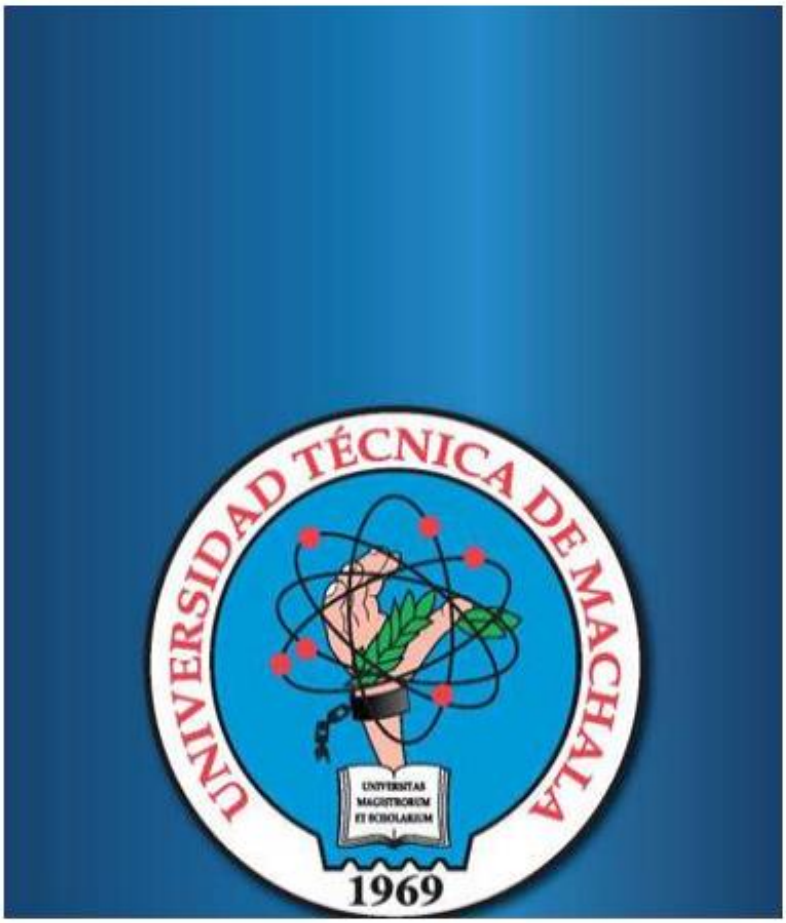


UTMACH

INFORME DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS

Carrera: MERCADOTECNIA-FCE

2021-2024

Machala-El Oro-Ecuador

INTRODUCCIÓN

La Carrera de Mercadotecnia inició su primera cohorte de estudiantes en clases, en mayo del 2017, su malla es de ocho (8) semestres, con jornadas: matutina, vespertina y nocturna, y los primeros estudiantes en culminar sus estudios completos lo hicieron en abril del 2021, debido a la afectación de la pandemia del Covid-19.

El Indicador de ***Seguimiento @ Graduados*** que forma parte del **Criterio #3: *"Condiciones del Personal Académico, Apoyo Académico y Estudiantes"***, en el Modelo de Evaluación Externa de las Universidades y Escuelas Politécnicas (2023), y del **Criterio #2: *"Docencia"***, en el Modelo Específico para Evaluación de Carreras del Campo Amplio Administración de Empresas y Derecho (2025), ambos emitidos por el CACES, establece: ***"…que se solicite información de los profesionales graduados de las carreras que llevan dos (2) años y medio fuera de la IES"***, razón por la cual no se podía realizar aún un seguimiento a los graduados de los años 2021 y 2022, en los años 2023 y 2024.

Los primeros graduados de Mercadotecnia fueron **27 en 2021, 57 en 2022 y 63 en 2023**; con este conglomerado, ya al iniciar el año 2024, se alcanzó recién un número mínimo estadísticamente significativo [**147**] (que es el total de graduados) para realizar un análisis del desempeño laboral de los graduados de la carrera 2021-2023, que se lo debía realizar en 2025.

Solo en el año **2024** se incorporaron un grupo nuevo de **147** profesionales de Mercadotecnia, conformándose un universo total de **294 graduados 2021-2024**, con quienes se realizaría el trabajo de solicitar información por medio de la Encuesta de Seguimiento.

Se hizo un primer trabajo en 2024 de solicitar a los Graduados de Mercadotecnia 2021-2023, para que contesten la Encuesta de Seguimiento, pero los resultados fueron mínimos. Pero, para 2025 se realizó una búsqueda exhaustiva más intensa por medio de las redes sociales, obteniéndose mejores resultados, gracias al apoyo de los estudiantes de Primer Semestre de Mercadotecnia D1/2025, lográndose alcanzar la meta prevista del **72%** de respuestas por parte de los Graduados de los años **2021, 2022 y 2023**. Para noviembre del presente año, se logró completar la meta de respuestas de la Encuesta de Seguimiento, con los **Graduados/2024**.

Se decidió incluir en el estudio a los graduados del 2024 por ser un grupo numeroso y representativo para el análisis, que permitirá el comparar el desempeño de graduados 2021 y 2022 en confinamiento por la pandemia con los del 2023-2024 egresados post Covid-19.

Respondieron la Encuesta de Seguimiento un total de **217 Graduados** de Mercadotecnia de los años **2021-2024**.

Las variables más relevantes a analizar con los resultados de la encuesta de seguimiento, son:

Empleabilidad.
Desarrollo de Competencias Genéricas y Específicas.
Continuidad de Estudios [Posgrado o Segunda Carrera].
Capacitación y Formación.
Nivel de Satisfacción: Laboral y de Formación Académica en la UTMACH.
Nivel de Satisfacción por Servicios Institucionales.
Sugerencias de Mejoras para la Actual Oferta Académica.

En cumplimiento al formato establecido por la Dirección de Vinculación de la UTMACH, para la elaboración del Informe de Seguimiento @ Graduados, a continuación, se presentan la base legal y el marco estratégico del Sistema de Seguimiento:

BASE LEGAL DEL SISTEMA DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS UTMACH

De acuerdo al Art 142 de la LOES hace referencia al Sistema de seguimiento a graduados y manifiesta que todas las instituciones del sistema de educación superior, públicas y particulares, 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.

MARCO ESTRATÉGICO DEL SISTEMA DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS:

MISIÓN

Mantener el vínculo permanente de la institución con sus egresados; proveer a los organismos de planificación académica de la universidad, de información pertinente capaz de garantizar el aseguramiento de la calidad de la formación profesional de pregrado; y, proporcionar elementos referenciales para la oferta de programas formación continua y de postgrado, en sus respectivas especialidades.

VISIÓN

Convertirse en la instancia orgánica institucional, que garantice el aseguramiento de la calidad de la formación profesional de los egresados, en relación directa con las demandas del entorno y las competencias demandadas en el desempeño profesional de cada carrera.

MARCO LEGAL

El REGLAMENTO ORGÁNICO DE GESTION ORGANIZACIONAL POR PROCESOS TITULO II DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL; CAPÍTULO I; DE LA ESTRUCTURACIÓN ORGANIZACIONAL; Art. 13 Procesos de la UTMACH en el numeral 2 menciona:

Que está constituido por los procesos encargados de brindar productos y servicios para orientar eficaz y competentemente la gestión de los procesos gobernantes, de apoyo, agregadores de valor y para sí mismos; está integrado por: Consejo Académico Universitario, Procuraduría General, Dirección Académica, Dirección de Planificación Institucional, Dirección de Evaluación Interna y Gestión de Calidad, Dirección de Comunicación, Auditoría Interna y Comité Consultivo de Graduados;

El REGLAMENTO ORGÁNICO DE GESTION ORGANIZACIONAL POR PROCESOS, propone en el art. 22, la conformación de un COMITÉ CONSULTIVO DE GRADUADOS y tiene el encargo:

a. MISIÓN: Asesorar al Consejo Universitario en el tratamiento de temas académicos.
b. FUNCIONES Y ATRIBUCIONES:
1. Asesorar al Consejo Universitario en el tratamiento de temas académicos que lleguen a su conocimiento;
2. Promover las relaciones de intercambio y colaboración entre la Universidad Técnica de Machala y sus graduadas y graduados;
3. Las demás que establezca el Reglamento que se expida para el efecto.

Se recibió el apoyo permanente de la **Ing. Elizabeth Yangua**, durante todo el proceso de Seguimiento @ Graduados, que incluyó la capacitación permanente sobre el manejo del sistema informático, ayudándonos también a resolver ciertos problemas que se fueron presentando durante la recopilación de datos e información.

DIAGNÓSTICO

Población (N) = **294 Graduados de Mercadotecnia**
Nivel de Confianza (Z) = 95%
% Error = 3,50%
Muestra (n) = 217 Profesionales Encuestados

Primero se presenta a continuación, un resumen con la cantidad de graduados hombres y mujeres que se incorporaron en el período 2021-2024, junto con la cantidad de profesionales que colaboraron llenando la encuesta en cada año.

Tabla 1.- Graduados de Mercadotecnia por año y que llenaron la Encuesta de Seguimiento

Año	GRADUADOS		TOTAL	ENCUESTADOS		TOTAL	% RESP
	MAS.	FEM.		MAS.	FEM.		
2021	13	14	27	10	10	20	74,07%
2022	15	42	57	13	29	42	73,68%
2023	21	42	63	14	32	46	73,02%
2024	42	105	147	34	75	109	74,15%
TOTAL	91	203	294	71	146	217	73,81%

Se cumple con el requerimiento mínimo planteado por VINCOP de encuestas contestadas, en base a la fórmula remitida por la responsable de Seguimiento @ Graduados de la UTMACH.

La Encuesta de Seguimiento fue contestada por un total de 217 Graduados de Mercadotecnia, a continuación, se presentarán los resultados más relevantes obtenidos con la recopilación de información.

Las ***Competencias Genéricas*** más y menos desarrolladas por los graduados son: 54,38% Habilidad de Trabajo en Equipo y 42,36% Desarrollo de Investigación Científica (Porcentajes con Máxima Frecuencia).

Las ***Competencias Específicas*** más y menos desarrolladas por los graduados son tres: 49,31% 1) Diseña soluciones que permitan vender un producto o servicio, y administra eficientemente una fuerza de ventas y 2) Aplica técnicas publicitarias para fortalecer la presencia del producto o servicio en el mercado; y con un 41,01% Desarrolla proyectos innovadores utilizando herramientas tecnológicas (Porcentajes con Máxima Frecuencia).

Un 11,06% se ha graduado o se encuentra realizando una Maestría, y un 24,42 no ha hecho un posgrado aún, pero se ha capacitado en diversos temas vinculados a su trabajo.

Tabla 2.- Graduados de Mercadotecnia con Maestría que contestaron la ESG

	2021	2022	2023	2024	2021-2024
Graduados con Maestría	**1**	**11**	**4**	**8**	**24**
	5,00%	**26,19%**	**8,70%**	**7,34%**	**11,06%**

Las Maestrías preferidas que han realizado algunos graduados de Mercadotecnia, son:

MBA Administración y Dirección de Empresas (VIU-Universidad Internacional de Valencia)
Maestría en Administración de Empresas
Maestría en Administración Pública con mención en desarrollo institucional-UNEMI
Máster en Administración y Mercadeo, UTH-Florida University EE.UU.
Máster en Gestión y Administración de Empresas

Las Maestrías vinculadas con la Carrera de Mercadotecnia en las que los graduados han hecho su posgrado son:

Maestría en Marketing Digital
Magister en Mercadotecnia Mención en Estrategias de Medios Digitales
Máster en Marketing y Dirección Comercial-EUDE Bussiness School
Maestría en Comunicación Digital-UNIR, España
Maestría en Diseño y Producción Multimedia

También una de las áreas del conocimiento que prefieren algunos graduados, es la de Educación, por lo cual han decidido realizar Maestrías en:

Maestría en Educación Mención en Pedagogía en Entornos Digitales UNEMI
Maestría en Docencia Universitaria-UNINI(México) y Univ. Europea del Atlántico(España)
Maestría en Docencia e Investigación en la Educación Superior

Las universidades en donde los graduados han decidido realizar su posgrado, son:

UNEMI
Universidad Bolivariana del Ecuador
Universidad II Hemisferios
Universidad Metropolitana
UNIR
Universidad Internacional de Valencia
Florida University EE.UU.
EUDE Business School
Universidad Europea del Atlántico-España

Los graduados de Mercadotecnia se han capacitado en temas como:

Análisis de Medios Digitales, Asistente Contable, Auxiliar Contable, Desarrollo de Microempresas, Manejo de Redes Sociales On Line, Diseño Gráfico, Investigación de Mercado en las redes sociales, Logística en la Cadena de Suministro.

Además, los graduados se han interesado por alguno de los programas que en la actualidad ofrece la UTMACH, tales como:

Diplomado en Análisis de Datos e Inteligencia Artificial-UTMACH.
Diplomado en IA en Educación UTMACH

Los encuestados han manifestado que los temas en los que quisieran recibir ***capacitación*** por parte de la UTMACH, serían:

Publicidad y Diseño Gráfico.
Creación de Contenido para Redes Sociales.
Negocios Digitales.
Gestión del Talento Humano y Habilidades Blandas.
Neuromarketing.
IA para el Desarrollo de Negocios.
Marketing Político.
Marketing Deportivo.
Marketing Estratégico.
Marketing Digital.

Un 73,27% de los encuestados manifiesta que está interesado en realizar una Maestría en la UTMACH, y dentro de los campos preferidos para ello, se encuentran:

30,77 % Marketing Digital.
21,23 % Negocios Digitales.
17,85 % IA Aplicada a los Negocios.

La Tasa de Empleabilidad de los Graduados encuestados 2021-2024, es del 67,28%.

Tabla 3.- %Empleabilidad por año Graduados 2021-2024 Mercadotecnia

# Encuestados	2021	2022	2023	2024	2021-2024
	20	42	46	109	217
Si	85,00%	73,81%	71,74%	59,63%	67,28%
No	15,00%	26,19%	28,26%	40,37%	32,72%

Se entiende que entre más tiempo pasas desde que el profesional se gradúa, la Tasa de Empleabilidad aumenta.

-

Un 73,24% de los Graduados encuestados manifiesta que "*la falta de experiencia*" es la principal razón que dificulta a un profesional para conseguir un empleo adecuado a su formación académica universitaria.

Un 68,50% de los graduados expresa que en un 68,50% aplica en su trabajo actual los conocimientos adquiridos durante su formación profesional [31,51% (mucho) y 36,99% (más o menos)].

De los 146 graduados que contestaron la encuesta y cuentan con empleo en la actualidad, refieren como sector laboral su trabajo de la siguiente manera:

79,45 % Sector Privado

6,16 % Sector Público
13,01, % Emprendimiento propio

Tabla 4.- Graduados de Mercadotecnia con Emprendimiento

Graduados con Emprendimiento	2021	2022	2023	2024	2021-2024
	2	4	4	9	19
	11,76%	12,90%	12,12%	13,85%	13,01%

Lo que nos refiere que existe un conjunto de graduados que han desarrollado su negocio como un emprendimiento personal, y lo mantienen activo en la actualidad.

La actividad económica de la empresa o institución donde trabajan los graduados encuestados es 44,52% del tipo Comercio y un 9,59% en el área de servicios; los profesionales desempeñan funciones del tipo asesoría como coordinador o jefe en un 23,97% y otro 36,30% trabajan como operadores, es decir, como analistas, técnicos o vendedores, un 18,49% como secretario(a) o asistentes y un 11,64% en cargos directivos como administradores, gerentes o propietarios de sus empresas o negocios.

Un 11,64% de profesionales tiene más de 3 años dentro de su organización, un 36,30% de los encuestados que trabajan tiene una antigüedad de 1 a 3 años, y un 15,75% en cambio recién consiguieron trabajo hace 3 meses.

La forma o mecanismos en como consiguieron su trabajo los graduados, se expresa en un 31,51% por referencias de colegas o familiares y un 32,88% por publicaciones en redes sociales como Linkedin y páginas web de las organizaciones.

El Grado o Nivel de Satisfacción con su trabajo actual en relación a diferentes parámetros como salario o estabilidad laboral, entre otros, se presenta a continuación:

	R.1		R.2		R.3		R.4		R.5		Máxima Frecuencia	
	Muy insatisfecho	%	Insatisfecho	%	Normal	%	Satisfecho	%	Muy satisfecho	%	%	Respuesta
P.1.- Salario	6	4,11	19	13,01	71	48,63	36	24,66	14	9,59	48.63	R.3.- Normal
P.2.- Posición profesional alcanzada	4	2,74	23	15,75	63	43,15	46	31,51	10	6,85	43.15	R.3.- Normal
P.3.- Oportunidad de beneficios sociales	10	6,85	16	10,96	60	41,10	42	28,77	18	12,33	41.10	R.3.- Normal
P.4.- Oportunidades de desarrollo profesional(promociones, ascensos, capacitación y formación)	12	8,22	26	17,81	51	34,93	37	25,34	20	13,70	34.93	R.3.- Normal
P.5.- Estabilidad	6	4,11	13	8,90	61	41,78	37	25,34	29	19,86	41.78	R.3.- Normal

Fig. 1.- Nivel de Satisfacción Laboral.

El nivel de satisfacción laboral se encuentra en un valor medio para los 5 parámetros.

En lo referente a Niveles de Satisfacción por los servicios académicos recibidos durante su formación en la Carrera de Mercadotecnia en la FACE-UTMACH, los resultados se presentan a continuación:

	R.1		R.2		R.3		R.4		R.5		Máxima Frecuencia	
	Muy insatisfecho	%	Insatisfecho	%	Normal	%	Satisfecho	%	Muy satisfecho	%	%	Respuesta
P.1.- Objetivos de clase son claros para los estudiantes	3	1,38	10	4,61	68	31,34	94	43,32	42	19,35	43.32	R.4.- Satisfecho
P.2.- Horarios de asignaturas están organizados	4	1,84	10	4,61	66	30,41	94	43,32	43	19,82	43.32	R.4.- Satisfecho
P.3.- Integración de los contenidos teóricos y prácticos	7	3,23	12	5,53	67	30,88	91	41,94	40	18,43	41.94	R.4.- Satisfecho
P.4.- Desarrollo de contenidos es acorde al syllabus de la asignatura	4	1,84	13	5,99	59	27,19	99	45,62	42	19,35	45.62	R.4.- Satisfecho
P.5.- Oportunidad para participar en proyectos de investigación	6	2,76	17	7,83	68	31,34	79	36,41	47	21,66	36.41	R.4.- Satisfecho
P.6.- Prácticas en los laboratorios	17	7,83	28	12,90	72	33,18	66	30,41	34	15,67	33.18	R.3.- Normal

Fig. 2.- Nivel de Satisfacción Académica con los servicios recibidos en la Carrera de Mercadotecnia.

Dentro de las sugerencias que plantean los graduados para mejorar el Proceso de Enseñanza y Aprendizaje, en base a la encuesta, se encuentran:

25,79 % Mejorar la relación de la teoría con la práctica profesional.
19,09 % Aumentar el número de las prácticas pre-profesionales y/o pasantías.
16,73 % Actualizar la metodología de enseñanza-aprendizaje de los docentes.
15,55 % Aumentar el número de las prácticas en los laboratorios.
12,40 % Actualizar a los docentes en el componente psicopedagógico.

	R.1		R.2		R.3		R.4		R.5		Máxima Frecuencia	
	Muy insatisfecho	%	Insatisfecho	%	Normal	%	Satisfecho	%	Muy satisfecho	%	%	Respuesta
P.1.- Estructuración de comité evaluador	3	1,38	2	0,92	73	33,64	84	38,71	55	25,35	38.71	R.4.- Satisfecho
P.2.- Tutoría para la elaboración del trabajo de titulación	6	2,76	12	5,53	52	23,96	69	31,80	78	35,94	35.94	R.5.- Muy satisfecho
P.3.- Evaluación del trabajo de titulación	3	1,38	6	2,76	61	28,11	77	35,48	70	32,26	35.48	R.4.- Satisfecho
P.4.- Pasos administrativos para la declaratoria de aptitud legal	3	1,38	10	4,61	66	30,41	82	37,79	56	25,81	37.79	R.4.- Satisfecho

Fig. 3.- Nivel de Satisfacción Servicios Institucionales: Proceso de Graduación.

Se tiene que realizar un control y seguimiento al trabajo que se realiza por parte de los Tutores dentro del Proceso de Titulación I y II, para garantizar que se lleve a cabo un correcto acompañamiento a los estudiantes próximos a graduarse.

	R.1		R.2		R.3		R.4		R.5		Máxima Frecuencia	
	Muy insatisfecho	%	Insatisfecho	%	Normal	%	Satisfecho	%	Muy satisfecho	%	%	Respuesta
P.1.- Proceso de matriculación	3	1,38	11	5,07	68	31,34	87	40,09	48	22,12	40.09	R.4.- Satisfecho
P.2.- Gestión académica y apoyo al estudiante por parte del coordinador de carrera	2	0,92	15	6,91	75	34,56	75	34,56	50	23,04	34.56	R.4.- Satisfecho
P.3.- Tutorías y apoyo al estudiantes por parte del docente de la carrera	3	1,38	10	4,61	60	27,65	85	39,17	59	27,19	39.17	R.4.- Satisfecho
P.4.- Respeto, amabilidad y eficiencia del personal administrativo respecto a los trámites requeridos por los estudiantes.	7	3,23	11	5,07	64	29,49	73	33,64	62	28,57	33.64	R.4.- Satisfecho

Fig. 4.- Nivel de Satisfacción Servicios Institucionales: Proceso Académico-Administrativo.

Los niveles de satisfacción con respecto a la atención recibida en procesos como: Matrícula, Apoyo desde la Coordinación de Carrera y Tutorías Académicas, son altos.

	R.1		R.2		R.3		R.4		R.5		Máxima Frecuencia	
	Muy insatisfecho	%	Insatisfecho	%	Normal	%	Satisfecho	%	Muy satisfecho	%	%	Respuesta
P.1.- Espacios académicos y culturales (aulas, salas de conferencia y auditorio)	3	1,38	7	3,23	84	38,71	75	34,56	48	22,12	38.71	R.3.- Normal
P.2.- Espacios deportivos (canchas, coliseo y gimnasio)	3	1,38	12	5,53	75	34,56	85	39,17	42	19,35	39.17	R.4.- Satisfecho
P.3.- Infraestructura (iluminación, ventilación, moviliarios, equipos eletrónicos y baños)	8	3,69	21	9,68	75	34,56	80	36,87	33	15,21	36.87	R.4.- Satisfecho
P.4.- Laboratorios/Talleres de prácticas (equipos, iluminación, seguridad y señalética)	6	2,76	21	9,68	79	36,41	81	37,33	30	13,82	37.33	R.4.- Satisfecho
P.5.- Biblioteca física y virtual (bibliografía actualizada y accesibilidad)	6	2,76	8	3,69	84	38,71	85	39,17	34	15,67	39.17	R.4.- Satisfecho
P.6.- Servicios de Bienestar Universitario (salud, becas y guardería)	5	2,30	11	5,07	80	36,87	86	39,63	35	16,13	39.63	R.4.- Satisfecho
P.7.- Conectividad a internet	7	3,23	14	6,45	72	33,18	82	37,79	42	19,35	37.79	R.4.- Satisfecho
P.8.- Comedores universitarios	3	1,38	9	4,15	71	32,72	89	41,01	45	20,74	41.01	R.4.- Satisfecho

Fig. 5.- Nivel de Satisfacción Servicios Universitarios.

Se vienen realizando mejoras en la UTMACH en los aspectos de infraestructura física y tecnológica para que cuando nuestros graduados regresen a la universidad a participar en eventos académicos, culturales y deportivos, noten la diferencia entre el "antes y el ahora".

Finalmente, que 204 de 217 graduados encuestados (94,01%), expresen de forma afirmativa que recomendarían a otra persona a estudiar en la UTMACH, significa que se están haciendo bien las cosas en la Carrera de Mercadotecnia-FCE.

RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA DE SEGUIMIENTO @ GRADUADOS

Objetivo

Establecer la situación actual del profesional graduado de la Carrera de Mercadotecnia en los años 2021-2024, en lo concerniente a: empleabilidad, continuidad de estudios (Posgrado o Segunda Carrera), capacitación/formación y su nivel de satisfacción laboral y por los servicios institucionales recibidos en la UTMAH.

Justificación

Es necesario conocer de primera mano de nuestro Graduado de Mercadotecnia, su criterio sobre: los aspectos en los que tiene que mejorar la carrera en su Proceso de Enseñanza Aprendizaje, necesidades de capacitación y formación continua en base a su realidad laboral actual, saber qué Maestría quisiera hacer en la FCE-UTMACH a corto plazo, entre otros temas relevantes.

Resultados

Se alcanzó la meta del 73% de respuestas con la Encuesta de Seguimiento @ Graduados de Mercadotecnia en cada año: 2021, 2022, 2023 y 2024.
Se actualizó la Base de Datos de Graduados MERC con teléfonos, correos y redes sociales del profesional (Linkedin).

La **Tasa de Permanencia** (Retención) **2024** (año académico concluido) de la Carrera es de **65,74%**.
La **Tasa de Titulación** promedio 2024 I-II es del **65,72%**.
La **Empleabilidad** de los Graduados de la Carrera 2021-2024 es del **67,28%**.

Análisis

La principal dificultad encontrada al momento de solicitar al graduado que colabore respondiendo la Encuesta de Seguimiento, es su resistencia a la participación con el proceso, debida a diferentes factores que sería importante investigar y determinar a profundidad esa apatía. Otro problema es que los datos personales, número de celular (WhatsApp) y correo electrónico personal ya no están vigentes, no corresponden a ellos, y por esto es muy difícil el ubicarlos para solicitarles su colaboración con el proceso.

CONCLUSIONES

Luego del análisis estadístico de los resultados obtenidos con la aplicación de 217 encuestas, se presenta a continuación, las conclusiones por criterios:

Competencias Genéricas

El respeto a la diversidad de género, étnica y cultural, junto con la formación ética y profesional y la habilidad blanda del trabajo en equipo se manifiestan por parte de los graduados como muy altas en nivel de desarrollo.

Competencias Específicas
Las cinco (5) competencias específicas planteadas en la encuesta se califican por la mayoría de graduados con un nivel alto de desarrollo.

Formación Académica Posterior

Los Graduados de Mercadotecnia requieren de especialización en temas de maestrías, para ello se realizará una campaña de información con promoción de Maestrías UTMACH y de otras IES a nivel país y del extranjero.

Situación Laboral Actual

Se tiene en el total de 217 Profesionales Graduados de la Carrera de Mercadotecnia, a un 67,28% con empleo, pero en muchos casos, éste trabajo no es tan afín con su formación universitaria, ante ello se trabajará con los graduados en capacitaciones de perfeccionamiento para su crecimiento profesional. Y con el 32,72 % de graduados que al momento de llenar la encuesta se encontraban sin trabajo, se les contactará e invitará a talleres y capacitaciones donde se brindará asesoría para conseguir trabajo acorde con su perfil profesional.

Satisfacción Académica

Aunque manifiestan en un nivel “satisfecho” en 10/11 preguntas relacionadas con su formación académica, los graduados que contestaron la encuesta solicitan más participación en Proyectos de Investigación y más horas de prácticas en laboratorios o simuladores.

Satisfacción Servicios Institucionales

Los graduados manifiestan en un 56% estar satisfechos o muy satisfechos con los servicios institucionales que han recibido de la carrera, la facultad y la universidad durante sus años de estudio.

RECOMENDACIONES

En lo referente a la estructura de la Encuesta de Seguimiento @ Graduados, se plantean las siguientes recomendaciones:

Dentro de sus competencias genéricas, un 70,05 % de los graduados encuestados manifiestan que ***"no tienen un nivel alto ni muy alto de Dominio de un segundo idioma"***, aunque ya aprobaron seis (6) niveles de inglés, antes de terminar sus estudios universitarios, lo que implica la necesidad de capacitación en inglés técnico u otros idiomas.

Se debe actualizar la Malla Curricular de Mercadotecnia, implementando cambios sustantivos en su estructura, como el implementar más asignaturas practicas e innovadoras que aporten en la formación profesional del graduado.

Y, ya en lo referente al proceso de ***Seguimiento @ Graduados 2026***, se debe realizar lo siguiente:

Actualizar permanentemente cada semestre los datos personales de los estudiantes de 8vo. Semestre, el día de la Sustentación de su Artículo Científico en la asignatura de Seminario de Titulación II.

Realizar reuniones periódicas (mínimo 2 al año) con los Graduados de la Carrera para analizar temas como: Actualización de la Malla Curricular, Perfil de Egreso y Perfil Profesional, entre otros.

Gestionar con TICs y VINCOP, la corrección en la plataforma de Seguimiento @ Graduados, para que los Profesionales ***Ingenieros en Marketing*** graduados en los años 2020, 2021, 2022 y 2023, puedan ingresar al sistema, actualizar sus daros laborales y proceder a llenar la encuesta.

Machala, 04 de Febrero del 2026

Elaborado por:

Manuel Antonio Munoz Suarez
Time Stamping Security Data

Ing. Manuel A. Muñoz Suárez, MAE-MDM.
Responsable de Seguimiento @ Graduados
Carrera de Mercadotecnia

Revisado y Aprobado por:

Firmado electrónicamente por:
TATIANA XIMENA SANCHEZ QUEZADA
Validar únicamente con FirmaEC

Econ. Tatiana Sánchez Quezada, MGE-MAP.
Coordinadora Carrera Mercadotecnia

ANEXO: Se adjunta al presente Informe de Seguimiento @ Graduados de Mercadotecnia 2021-2024, el pdf generado desde la plataforma con la estadística de las respuestas emitidas por ***217*** profesionales que colaboraron con el proceso.

CONSEJO DIRECTIVO

Resolución nro. 0128-2026-CD-FCE-SO-04

CONSIDERANDO:

Que, la Ley Orgánica de Educación Superior, publicada en el Registro Oficial Suplemento 298 de 12 de octubre de 2010, con última modificación publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 297 de fecha jueves 02 de agosto del 2018 mediante la Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Educación Superior, con estado de Vigente, establece:

*"**Artículo 17**.- Reconocimiento de la autonomía responsable. - El Estado reconoce a las universidades y escuelas politécnicas autonomía académica, administrativa, financiera y orgánica, acorde con los principios establecidos en la Constitución de la República.*

En el ejercicio de autonomía responsable, las universidades y escuelas politécnicas mantendrán relaciones de reciprocidad y cooperación entre ellas y de estas con el Estado y la sociedad; además observarán los principios de justicia, equidad, solidaridad, participación ciudadana, responsabilidad social y rendición de cuentas.

Se reconoce y garantiza la naturaleza jurídica propia y la especificidad de todas las universidades y escuelas politécnicas.

Se reconoce y garantiza la naturaleza jurídica propia y la especificidad de todas las universidades y escuelas politécnicas.

***Artículo 18.-** Ejercicio de la autonomía responsable. - La autonomía responsable que ejercen las universidades y escuelas politécnicas consiste en: e) La libertad para gestionar sus procesos internos".*

Que, el Estatuto de la Universidad Técnica de Machala, en su Art. 87, establece *"**Deberes y Atribuciones del Consejo Directivo. -** Son deberes y atribuciones del Consejo Directivo los siguientes: a) Garantizar la eficiente organización y funcionamiento de la Facultad (…)*

Que, mediante Memorando nro. UTMACH-FCE-SD-2026-0065-M, de fecha 11 de febrero de 2026, suscrito por el Abg. Ernesto González Ramón, Subdecano de esta Facultad, remite el **INF-COMAC-FCE-018-2026,** adoptado por Comisión Académica en sesión celebrada el 10 de febrero de 2026, mediante el cual recomienda**:** *"**1.-** Sugerir al ingeniero Javier Alejandro Bermeo Pacheco, Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales, y por su digno intermedio al Consejo Directivo, apruebe el Informe de Seguimiento a Graduados 2021-2024 y el Plan de Mejoras de Seguimiento a graduados 2026, de la Carrera de Mercadotecnia, presentado por la Econ. Tatiana Sánchez Quezada, Coordinadora de la Carrera antes mencionada, conforme la documentación que se adjunta y forma parte del presente informe."*

Que, en uso de las atribuciones legales pertinentes al Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala;

RESUELVE:

Artículo uno.- Acoger la recomendación contenida en el informe de Comisión Académica **INF-COMAC-FCE-018-2026**, descrita en el tercer considerando de la presente resolución.

Av. Panamericana km. 5 1/2 Vía Machala Pasaje · Telf: 2983362 - 2983365 - 2983363 - 2983364

CONSEJO DIRECTIVO

Resolución nro. 0128-2026-CD-FCE-SO-04

Artículo dos. – Aprobar el Informe de Seguimiento a Graduados 2021-2024 y el Plan de Mejoras de Seguimiento a graduados 2026, de la Carrera de Mercadotecnia, presentado por la Econ. Tatiana Sánchez Quezada, Coordinadora de la Carrera antes mencionada, conforme la documentación que se adjunta y forma parte del presente informe.

Artículo tres. – Sugerir al coordinador de la carrera les recuerde a los docentes responsables de esta actividad que los informes deben ser presentados al final de cada período académico.

DISPOSICIONES GENERALES:

Primera. - Notificar el contenido de la presente resolución al Abg. Ernesto González Ramón, Subdecano de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Segunda. - Notificar el contenido de la presente resolución a la Lic. María Isabel Bastidas Andrade, Coordinadora Académica de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Tercera. - Notificar el contenido de la presente resolución a la Lic. Esthela Ruilova Rebilla, Directora Académica de la UTMACH.

Cuarta. - Notificar el contenido de la presente resolución a la Econ. Tatiana Sánchez Quezada, Coordinadora de la Carrera de Mercadotecnia

Atentamente,

Firmado electrónicamente por:
JAVIER ALEJANDRO BERMEO PACHECO
Validar únicamente con FirmaEC

Ing. Javier Bermeo Pacheco, MBA.
DECANO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CERTIFICO: Que la presente resolución fue adoptada en sesión ordinaria celebrada el 20 de febrero de 2026.

Machala, marzo 02 de 2026

Firmado electrónicamente por:
TERESA GUADALUPE VIVANCO ALANA
Validar únicamente con FirmaEC

Abg. Teresa Vivanco Alaña
SECRETARIA ABOGADA

JBP/TGVA/Jennifer L

Av. Panamericana km. 5 1/2 Via Machala Pasaje · Telf: 2983362 - 2983365 - 2983363 - 2983364