

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE COSTA RICA

SEDE REGIONAL SAN CARLOS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



TEC

Investigación de mercado, egresados Carrera de Administración de
Empresas, Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos

Trabajo Final presentado por:

ALICIA MATUS SOBALBARRO

Profesora Asesora:

M.A.P ANA GABRIELA VÍQUEZ PANIAGUA

Práctica Profesional para optar por el grado de

BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

San Carlos, Noviembre 2013

Acta de tribunal



Instituto Tecnológico de Costa Rica
Sede Regional San Carlos
Carrera de Administración de Empresas

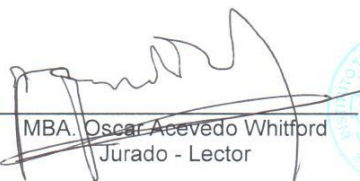

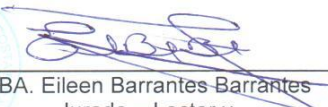
ACTA DE PRÁCTICA DE ESPECIALIDAD

En el Instituto Tecnológico de Costa Rica, en la Sede Regional San Carlos, a la 1:00pm., del 14 de noviembre de 2013, se procedió a la defensa pública del Trabajo Final de Graduación realizado por la estudiante MATUZ SOBALBARRO ALICIA, para optar por el grado académico de Bachillerato Universitario.

El Tribunal examinador estuvo integrado por el MBA. Oscar Acevedo Whitford como jurado lector, y la MBA. Eileen Barrantes Barrantes como presidente jurado.

La estudiante Matuz Sobalbarro realizó la exposición de su trabajo, después de la cual el tribunal la interrogó sobre aspectos relacionados con el tema.

Terminada satisfactoriamente la defensa pública, se le otorga la aprobación de su Trabajo Final de Graduación.

 MBA. Oscar Acevedo Whitford Jurado - Lector		 MBA. Eileen Barrantes Barrantes Jurado - Lector y Coordinadora Trabajos Finales de Graduación
---	---	--

Dedicatoria

Primero que nada quisiera dedicar este trabajo a Dios que me ha permitido salir adelante en todas mis dificultades, el cual ha sido mi luz y fortaleza para llegar a donde estoy hoy.

Dedicarle este logro a mi padre, Pedro Matus Espinoza a quien le debo todo en la vida, le agradezco el cariño, la comprensión, la paciencia y el apoyo que me brindó para culminar mi Carrera Profesional, por brindarme la posibilidad de estudiar, crecer como persona y ser el principal ejemplo de lucha constante, y a la vez de ser el apoyo en el día a día, brindándome su mano y su amor sea cual sea la situación y que a pesar de las dificultades siempre ha estado a nuestro lado.

Papá este es un logro que quiero compartir contigo, gracias por ser mi papá y por creer en mí. Quiero que sepas que ocupas un lugar muy especial en mi corazón.

Alicia Matuz

Agradecimiento

A Dios, por haber guiado mis pasos, y haber estado conmigo cuando más lo necesitaba, dándome la fuerza y esperanza para no sentirme agobiada y derrotada durante esta etapa, sin su ayuda no habría podido llegar hasta donde me encuentro hoy.

Seguido a ello, agradecer a mis padres por su apoyo incondicional, a mis hermanas que han estado ahí en cada momento de vida, apoyándome en todo momento para que logre alcanzar mis metas.

Especial agradecimiento a Gabriela Víquez, una excelente asesora durante mi período de práctica, por toda la ayuda que me brindó, muchas gracias, no habría podido llegar hasta aquí si no fuera por su apoyo.

A Eileen Barrantes por brindarme la oportunidad de realizar la práctica profesional en la Carrera de Administración de Empresas.

Finalmente quiero agradecer a todos los profesores que formaron parte de este proceso, al personal de Administración de Empresas que fue de gran ayuda en todo momento, y a todas esas personas que de una u otra manera me dieron apoyo para seguir adelante y saber sobrellevar las dificultades para culminar esta etapa.

Muchas Gracias!!

Tabla de Contenido

Tabla de contenido

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Gráficos.....	xi
Índice de Tablas.....	xii
Tabla de Ilustraciones.....	xiii
Resumen.....	xvi
Abstract.....	xviii
Introducción.....	1
CAPÍTULO I GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1. Descripción de la empresa.....	4
1.1. Tecnológico de Costa Rica (TEC).....	4
1.1.1 Misión y visión del TEC.....	4
1.1.2 Principios del Tecnológico de Costa Rica.....	5
1.1.3 Logos del TEC.....	6
1.1.4 Sede Regional San Carlos (SSC).....	7
1.1.5 Carreras que se imparten en la Sede Regional San Carlos.....	8
1.1.6 Ubicación Geográfica.....	8
1.1.7 Estructura organizacional TEC-SSC.....	10
1.1.8 Escuela de Administración de Empresas.....	11
1.1.9 Funciones de la Escuela de Administración de Empresas.....	11
1.1.10 Organigrama de la Escuela de Administración de Empresas.....	12
1.1.11 Misión y Visión de la Escuela de Administración de Empresas.....	13
1.1.12 Actividad productiva.....	13
1.1.13 Departamento.....	13

1.1.15	Carrera de Administración de Empresas	13
1.1.16	Antecedentes de los programas académicos del TEC.....	15
1.1.17	Proceso de Acreditación de la Carrera de Administración de Empresas.....	19
1.1.18	Plan Estratégico de la Escuela de Administración de Empresas.....	21
1.1.19	Factores claves de éxito de la Escuela	23
1.2.	Justificación.....	24
1.3.	Formulación del Problema	27
1.4.	Objetivos	27
1.4.1.	Objetivo General.....	27
1.4.2.	Objetivos Específicos	27
1.5.	Alcances.....	28
1.6.	Limitaciones.....	30
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO		31
2.	Términos de la investigación	33
2.1.	Administración	33
2.1.1.	Concepto de Administración	33
2.1.2.	Funciones de la administración	33
2.1.3.	Proceso Administrativo	34
2.1.4.	Capacidades de la administración	35
2.1.5.	Organización	36
2.2.	Gestión Universitaria	36
2.2.1.	Educación Universitaria	36
2.2.2.	Perfil profesional.....	37
2.2.3.	Carrera	38
2.2.4.	Unidad desconcentrada.....	38
2.2.5.	Programas Académicos.....	40
2.2.6.	Plan de estudio.....	41

2.2.7.	Egresado	42
2.2.8.	Universidad	42
2.2.9.	Acreditación.....	42
2.2.10.	SINAES.....	42
2.3.	Mercadotecnia	44
2.3.1.	Investigación de mercado	44
2.3.2.	Fases para la investigación de mercado.....	45
2.3.3.	Técnicas de investigación de mercado	47
2.3.4.	Grupos de enfoque (Focus Group)	47
2.3.5.	Base de Datos	49
2.3.6.	Mercado	50
2.3.7.	Segmentación de mercado	50
2.3.8.	Marketing.....	52
2.3.9.	Mezcla de Mercadotecnia	52
2.3.10.	Clientes	54
2.3.11.	Satisfacción del cliente.....	54
2.3.12.	Competidores.....	54
2.3.13.	Estrategia.....	56
2.4.	Metodología.....	56
2.4.1.	Proceso de la investigación	56
2.4.2.	Tipos de investigación	57
2.4.3.	Enfoque de la investigación	58
2.4.4.	Instrumentos de medición.....	59
2.4.5.	Cuestionarios.....	59
2.4.6.	Fuentes de información	60
2.4.7.	Plan de muestreo	61
2.4.8.	Muestra	62

CAPÍTULO III METODOLOGÍA	64
3.1. Tipo de Investigación.....	62
3.2. Fuentes de Información.....	63
3.2.1. Fuente Primaria.....	63
3.2.2. Fuente Secundaria.....	63
3.3. Sujetos de Estudio.....	64
3.4. Determinación de la Muestra.....	64
3.4.1. Fórmula para el cálculo de la muestra.....	65
3.5. Variables del Estudio.....	66
3.6. Método de recopilación de datos.....	67
3.7. Etapas de la Investigación.....	69
Etapa 1: Planeación de la Investigación.....	69
Etapa 2: Recopilación de Datos.....	72
Etapa 3: Tabulación de resultados.....	72
Etapa 4: Descripción y análisis de resultados.....	72
CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE RESULTADOS	75
4.1. Alineación de Resultados con Objetivos de la Investigación.....	76
4.1.1. Detalle del informe de compromiso de mejoramiento (asociado).....	77
4.1.2. Perfil del Egresado.....	78
4.1.3. Relación con el mercado laboral.....	83
4.1.4. Relación con la institución de egreso.....	104
4.1.5. Solicitudes de programas de actualización por parte de los egresados....	108
4.1.6. Programas de Capacitación.....	110
4.1.7. Sugerencias de los egresados.....	112
4.2. Antecedentes de las estrategias propuestas en el estudio anterior.....	116
4.2.1. Detalle del informe de compromiso de mejoramiento (asociado).....	117
4.3. Implementación del Perfil en la red social Facebook.....	118

4.3.1.	Acción.....	118
4.3.2.	Actividades	118
4.3.3.	Detalle de la Actividad	118
4.3.4.	Sugerencias de Aplicación.....	119
4.4.	Implementación del Focus Group	123
4.4.1.	Acción.....	123
4.4.2.	Actividades	123
4.4.3.	Detalle de la Actividad	123
4.4.4.	Sugerencias de Aplicación.....	125
4.5.	Implementación de la Base de Datos de Empresas.....	134
4.5.1.	Detalle del informe de compromiso de mejoramiento en el cual menciona que no tiene un contacto con empleadores (asociado)	135
4.5.2.	Acción.....	136
4.5.3.	Actividades	136
4.5.4.	Detalle de la Actividad	136
4.6.	Propuesta de encuesta a empleadores.....	137
4.6.1.	Detalle del compromiso de mejoramiento en realizar una encuesta bianual a empleadores sobre satisfacción con graduados (asociado)	138
4.6.2.	Acción.....	139
4.6.3.	Actividades	139
4.6.4.	Detalle de la Actividad	139
4.6.5.	Sugerencias de Aplicación.....	143
4.7.	Propuesta de nuevas estrategias a partir del presente estudio	144
4.7.1.	Cuadro base para el desarrollo de Estrategias	144
4.7.2.	Matriz de estrategias propuestas a partir del presente estudio	145
4.8.	Propuesta de implementación de las nuevas estrategias	146
4.8.1.	Matriz de despliegue de objetivos estratégicos.....	146

4.8.2. Matriz de alineamiento con los planes de la Carrera de Administración de Empresas	148
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	149
5.1. Conclusiones.....	151
5.1.1. En cuanto a la actualización del Estudio de mercado, egresados Carrera de Administración de Empresas, Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos e implementación de las estrategias propuestas en ese estudio.....	151
5.1.2. Nuevas estrategias generadas a partir del estudio e implementación de las mismas	152
5.2. Recomendaciones.....	152
5.2.1. Actualización del Estudio de mercado, egresados Carrera de Administración de Empresas, Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos realizado en el 2012	152
5.2.1. Nuevas estrategias generadas a partir del estudio e implementación de las mismas	153
Fuentes Consultadas.....	128
BIBLIOGRAFÍA.....	128
CAPÍTULO VI ANEXOS Y APÉNDICES	56
Anexos	158
Anexo 1. Compromiso de Mejoramiento de la Carrera de Administración de Empresas	158
Anexo 2. Plan estratégico de la Escuela.....	158
Anexo 3. Plan anual operativo (PAO)	158
Anexo 4. Mensajes Enviados por correo electrónico y por Facebook a los egresados	158
Apéndices	161
Apéndice 1. Cuestionario Egresados del grado de Bachillerato en Administración de Empresas del TEC, Sede San Carlos	161
Apéndice 2. Sugerencias obtenidas de la Prueba Piloto	177
Apéndice 3. Base de Datos de empresas de la zona.....	178

Apéndice 4. Base de Datos de Egresados..... 178

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Género del egresado.....	78
Gráfico 2. Edad de los egresados.....	79
Gráfico 3. Año de graduación y tiempo que tardó cursando la Carrera	80
Gráfico 4. Grado Académico más alto y su especialidad	81
Gráfico 5. Universidad donde obtuvo mayor grado académico	82
Gráfico 6. Porcentaje de egresados laborando	83
Gráfico 7. Motivos para no estar laborando	84
Gráfico 8. Cantidad de empresas donde laboran los egresados	85
Gráfico 9. Tipo y tamaño de las empresas.....	86
Gráfico 10. Sector industrial al que pertenecen las empresas.....	87
Gráfico 11. Provincias y Cantones donde se ubican las empresas	88
Gráfico 12. Áreas funcionales en donde se desempeñan los egresados	89
Gráfico 13. Categoría en que se ubica el puesto	90
Gráfico 14. Jornada Laboral.....	91
Gráfico 15. Razones de trabajar en una jornada inferior a tiempo completo	92
Gráfico 16. Rangos Salariales	93
Gráfico 17. Nivel de satisfacción con el salario	94
Gráfico 18. Nivel de satisfacción con el trabajo actual	95
Gráfico 19. Razones de insatisfacción laboral	96
Gráfico 20. Grado de relación del puesto con su campo profesional.....	97
Gráfico 21. Razones de trabajar en actividades no relacionadas al campo profesional ...	98
Gráfico 22. Principal medio por el que los egresados encontraron su trabajo actual.....	99
Gráfico 23. Trabajaba para una empresa antes de finalizar el Bachillerato en AE-SSC. 100	
Gráfico 24. Tiempo que duró para encontrar trabajo luego de finalizar el Bachillerato ...	101
Gráfico 25. Labora para el mismo patrono desde que se graduó de Bachillerato.....	102
Gráfico 26. Principal medio por el cual los egresados encontraron su primer trabajo como profesional en Administración de Empresas	103
Gráfico 27. Calificación de la Carrera de Administración de Empresas con base en la experiencia como estudiante de la Carrera.....	104
Gráfico 28. Cursos de mayor utilidad en ámbito laboral	106
Gráfico 29. Cursos de menor utilidad en el ámbito laboral	107
Gráfico 30. Lugar donde le gustaría recibir el curso.....	109
Gráfico 32. Porcentaje de sugerencias según su categoría	113

Índice de Tablas

Tabla 1. Resumen de acciones realizadas para la acreditación.....	25
Tabla 2. Resumen de Compromisos de Mejoramiento ante SINAES.....	26
Tabla 3. Egresados de Bachiller en AE-SSC	51
Tabla 4. Datos para determinar la muestra	64
Tabla 5. Egresados de bachillerato de AE-SSC.....	65
Tabla 6. Mensaje enviado con la encuesta a egresados.....	68
Tabla 7. Cursos más solicitados por los egresados	108
Tabla 8. Capacitaciones ya establecidas que puede impartir la Escuela de Administración de Empresas	111
Tabla 9. Categorías en las que se dividen las sugerencias de egresados	112
Tabla 10. Sugerencias de licenciatura	114
Tabla 11. Sugerencias para el fortalecimiento de la malla	114
Tabla 12. Sugerencias para mejorar las metodologías de aprendizaje	115
Tabla 13. Sugerencias para mejorar las metodologías de Evaluación	115
Tabla 14. Sugerencias para la Escuela de Administración de Empresas en general	116
Tabla 15. Nombres de Grupos en Facebook	119
Tabla 16. Información del Perfil de Facebook	122
Tabla 17. Lista de actividades para un Focus Group	124

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1. Escudo Oficial TEC.....	6
Ilustración 2. Logo del TEC.....	6
Ilustración 3. Firma de marca.....	7
Ilustración 4 Área territorial del TEC-SSC.....	8
Ilustración 5. Ubicación Geográfica TEC-SSC.....	9
Ilustración 6. Organigrama Escuela Administración de Empresas.....	12
Ilustración 7 Plan de Estudios Técnicos.....	16
Ilustración 8. Plan de estudios Carrera AE-SSC.....	17
Ilustración 11. Plan de estudios Maestría en AE-SSC.....	19
Ilustración 12. Sello Carrera Acreditada.....	20
Ilustración 13. Proceso Acreditación.....	20
Ilustración 14. Ejes Estratégicos 2013-2017.....	22
Ilustración 15. Ejes estratégicos (Docencia y Recursos y Capacidades).....	23
Ilustración 16. Esquema de productos esperados en la Investigación de Mercado.....	29
Ilustración 17. Esquema Conceptual del Marco Teórico.....	32
Ilustración 18. Proceso Administrativo.....	35
Ilustración 19. Información de la Carrera.....	38
Ilustración 20. Proceso de Investigación de Mercados.....	45
Ilustración 21. Base de Datos de la Carrera de AE-SSC.....	50
Ilustración 22. Mezcla de Mercadotecnia.....	53
Ilustración 23 Mapa ubicación UCR.....	55
Ilustración 24. Universidades Privadas.....	55
Ilustración 25. Método del florero.....	60
Ilustración 26. Variables del estudio.....	66
Ilustración 27. Esquema Resumen I de las Etapas de investigación.....	71
Ilustración 28. Diagrama de la metodología empleada.....	73
Ilustración 29. Esquema resumen 2 de las Etapas de Investigación.....	74
Ilustración 30. Compromiso Mejoramiento en falta de contacto con egresados.....	77
Ilustración 31. Informe de compromiso mejoramiento de falta contacto con graduados.....	117
Ilustración 32. Perfil de Facebook.....	118

Ilustración 33 Print screen grupo Facebook	122
Ilustración 34. Invitación para Focus Group egresados.....	125
Ilustración 35. Formato Invitación Focus Group Empresarios	126
Ilustración 36. Lista de Asistencia a Focus Group egresados	127
Ilustración 37. Lista de Asistencia Focus Group Empresarios.....	127
Ilustración 38. Certificado de Participación Focus Group egresados.....	128
Ilustración 39. Certificado de Participación Focus Group Empresarios	129
Ilustración 40. Formato de Carta Agradecimiento de participación en Focus Group egresados.....	130
Ilustración 41. Formato de Carta de Agradecimiento por participación en Focus Group de Empresas	131
Ilustración 42. Formato para un Resumen del Focus Group egresados.....	132
Ilustración 43. Formato Resumen de Focus Group Empresas	133
Ilustración 44. Compromiso de mejoramiento, no se tiene contacto con empleadores... 135	
Ilustración 45. Base de Datos de empresas ZN	136
Ilustración 46. Compromiso de mejoramiento. Encuesta bianual a empleadores.....	138
Ilustración 47. Apartado I de la encuesta a empleadores	139
Ilustración 48. Apartado II de la encuesta a empleadores	140
Ilustración 49. Apartado III de la encuesta a empleadores	140
Ilustración 50. Apartado IV de la encuesta a empleadores	141
Ilustración 51. Apartado V de la encuesta a empleadores	142
Ilustración 52. Apartado VI de la encuesta a empleadores	143
Ilustración 53. Print screen de correo electrónico enviado a los egresados por la Coordinadora de la Carrera	158
Ilustración 54. Print screen de mensaje publicado en el perfil de egresados en Facebook	159
Ilustración 55. Print screen de mensaje enviado por el chat de Facebook a algunos egresados.....	160

Abreviaturas

AE: Administración de Empresas

AE-SSC: Carrera de Administración de Empresas, Sede San Carlos

TEC: Tecnológico de Costa Rica

SSC: Sede San Carlos

Resumen

El presente trabajo surge ante la necesidad que presenta la Carrera de Administración de Empresas de mejorar su relación con los egresados del grado de Bachillerato de Administración de Empresas, por lo que se pretende conocer el perfil del egresado y sus necesidades laborales y profesionales mediante la actualización del estudio de seguimiento realizado en el 2012, así como implementar estrategias que fueron propuestas en ese estudio y lo propuesto en el plan de mejoramiento de la carrera según el proceso de acreditación.

Para el cumplimiento de los objetivos, a decir: (1) actualizar el estudio de seguimiento de egresados de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas realizado en el 2012, (2) proponer la implementación de algunas de las iniciativas estratégicas prioritarias según el diagnóstico realizado en el 2012, se recurrió primeramente a una alineación con el estudio realizado en el 2012, luego a una revisión de las acciones propuestas en el compromiso de mejoramiento y en paralelo la aplicación de un cuestionario a egresados de las generaciones del 2000 a 2009; el cual fue enviado a cada uno de ellos mediante un link a su correo electrónico. Todo ello permitió consolidar las propuestas a definir para los próximos años en torno a los egresados y empleadores con los que se debería tener relación en la Carrera. Entre las que se encuentran: implementar tres de las estrategias propuestas en el estudio anterior, las cuales fueron la creación de un perfil de facebook, una base de datos de empresas de la zona en donde laboran egresados de la Carrera y la realización de un focus group para egresados y para empleadores que permitan retroalimentar el accionar de la Carrera, por lo que se propone en el presente proyecto el diseño de todo lo que se necesita para llevar a cabo dichas acciones. Complementando la investigación de mercado se planteó un cuestionario para empleadores, con el fin de conocer la opinión de los mismos con respecto al desempeño laboral de los egresados en las empresas, mismo que genera nuevas acciones a emprender.

Esto es importante debido a que permite a la Carrera cumplir con el compromiso de mejoramiento acordado ante el ente acreditador de certificaciones de calidad y excelencia académica; el Sistema Nacional de Acreditación de la Educación Superior (SINAES).

Al final se proponen un conjunto de recomendaciones con base en los objetivos planteados y los resultados obtenidos, dando sustento a la investigación, con el fin de

realizar mejoras y lograr una mayor satisfacción para los egresados de la Carrera de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos.

Palabras Clave: egresado, Carrera de Administración de Empresas, focus group, estrategia.

Abstract

The present work arises from the need of the Business Administration Career to improve its relationship with its graduates from its Bachelor degree.

Its main purpose it's to identify the profile of the graduate and its professional needs by updating the 2012 follow-up study, and through the implementation of strategies proposed on both, this document and the Improvement Plan for the Career's Accreditation Process, in the pursuit of achieving the objectives fixated for the investigation as a self.

In order to achieve the following objectives: (1) update the follow-up study of graduates of the Business Administration Career realized in 2012, (2) propose the implementation of some priority strategic initiatives diagnosed on 2012; there were applied, firstly, an alignment with the study made on 2012, followed by a review of the proposed improvement actions and, simultaneously, the application of a questionnaire to the graduates from the 2000-2009 classes. Through this approach, it was possible to define the next year's proposals regarding the Graduates and its employers who are supposed to be related with the Career.

Said proposals are: (1) To Implement three of the strategies proposed on the previous study, to be: (a) creation of a Facebook Profile, (b) creation of a Company's Database where the Graduates work, and (c) Implementation of a Focus Group with Graduates and Employers to obtain feedback about the Career's Development; (2) Additionally, through the application of a market analysis and a survey to employers, it was possible to identify the general opinion about the Graduates' Work Performance; which, at the same time, allows to establish new measures to be taken into consideration by the Career's Managers.

These actions are important, since they allow complying with the Improvement Commitment adopted with the National System of Superior Education Accreditation (SINAES for the Spanish Abbreviation).

Finally, the investigation proposes a set of recommendations based on its objectives and results, in order to trigger the Career's Improvement and to achieve a bigger level of satisfaction from the graduates and their employers.

Keywords: graduate, Business Administration Career, focus groups, strategy.

Introducción

La condición de egresado de una institución de educación superior, no significa haber concluido un ciclo de característica finita que sea sinónimo de que se haya concluido la relación profesional-universidad; por el contrario, dicha condición genera relaciones con características infinitas que son sumamente necesarias en la retroalimentación de procesos y que obligan sin ninguna duda a los procesos de calidad de las Casas de Educación Superior a buscar mecanismos de acercamiento con graduados, y así se puedan conocer cuáles son las necesidades que estos posean a nivel profesional y laboral.

Para la Carrera de Administración de Empresas es vital contar con una relación estrecha con sus egresados que permita un acercamiento que fomente a su vez una retroalimentación constante en relación a aspectos relevantes como necesidades de capacitación continua, solicitud de programas de pre y post grado, realidad del mercado laboral en el que se desenvuelve el profesional egresado de nuestra carrera, entre otros aspectos que son parte importante en el procesos de relación egresado-carrera.

Por otro lado, la relación egresado-carrera es uno de los aspectos más importantes a considerar por entes acreditadores y en el caso especial de la Carrera de Administración de Empresas por el Sistema Nacional de Acreditación de la Educación Superior en adelante SINAES, en lo referente a certificaciones de calidad y excelencia académica.

En la actualidad, el mejoramiento de la relación egresado-carrera, es uno de los aspectos a los que la Carrera de Administración de Empresas de la Sede Regional del Instituto Tecnológico de Costa Rica, en San Carlos, debe dar seguimiento, ya que se identificó como una debilidad en la Autoevaluación realizada para el proceso de Acreditación SINAES.

El desarrollo de la investigación se encuentra dividido en cinco capítulos los cuales se detallan a continuación:

En el capítulo I se describe la información general de la institución como lo es la estructura organizacional, la misión y visión del TEC así como la Carrera de Administración de Empresas, sus generalidades y programas académicos que brinda la Escuela.

En el capítulo II se detallan todos los conceptos y definiciones que se utilizan en el desarrollo de la investigación con el fin de brindar al lector una mejor comprensión del estudio.

En el capítulo III se establece la metodología empleada en el estudio y por la cual fue posible alcanzar los objetivos deseados, en este caso la investigación de mercado. Este apartado se divide en tipo de investigación, fuentes de información, sujetos de información, selección de la muestra, variables del estudio, etapas de la investigación y se enfatiza en las técnicas para la recopilación de los datos y su respectivo análisis.

En el capítulo IV se realiza el respectivo análisis de los resultados obtenidos en la investigación y con base a esto, se elaboran los resultados de diagnóstico donde principalmente se plantean nuevas estrategias. Además se implementan tres de las estrategias propuestas en el estudio realizado en el 2012.

En el capítulo V se enumeran las principales conclusiones a las cuales fue posible llegar gracias a la realización del proyecto y se presentan recomendaciones que surgen a razón de lo analizado.

Capítulo I

GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN



1. Descripción de la empresa

1.1. Tecnológico de Costa Rica (TEC)

El Tecnológico de Costa Rica (TEC) es una institución nacional autónoma de educación superior universitaria, dedicada a la docencia, la investigación y la extensión de la tecnología y ciencias conexas para el desarrollo de Costa Rica. Fue creado mediante Ley No. 4777 del 10 de junio de 1971. En su estructura organizativa se destacan las siguientes instancias:

- **Asamblea Institucional:** máxima autoridad del TEC
- **Consejo Institucional:** órgano directivo superior del TEC
- **Rector:** funcionario de más alta jerarquía ejecutiva del TEC
- **Vicerrectorías:** para cumplir con sus políticas específicas, el TEC cuenta con cuatro; las cuales son: Docencia, Investigación y extensión, Administración y Vida Estudiantil y Servicios Académicos.

Además el Tecnológico de Costa Rica forma parte del Consejo Nacional de Rectores (CONARE), instancia que coordina la planificación y el control de calidad de los procesos y proyectos académicos que administran las cuatro universidades estatales del país.

Por otra parte, los estudiantes de la institución están organizados en una federación estudiantil que, mediante su Comité Ejecutivo y las asociaciones de carreras, vela por los derechos de los alumnos regulares, administra servicios para los estudiantes y organiza proyectos de desarrollo institucional. Representantes de la Federación de Estudiantes del Tecnológico de Costa Rica (FEITEC) participan en todos los consejos decisorios y asesores de esta universidad.

1.1.2 Misión y visión del TEC

Misión

"Contribuir al desarrollo integral del país, mediante información de recursos humanos, la investigación y la extensión; manteniendo el liderazgo científico, tecnológico y técnico, la excelencia académica y el estricto apego a las normas éticas, humanísticas y ambientales, desde una perspectiva universitaria estatal de calidad y competitividad a nivel nacional e internacional."

Visión

"En el umbral del siglo XXI, el Instituto Tecnológico de Costa Rica será protagonista en la transformación de la sociedad costarricense en procura de una mayor calidad de vida, mediante el liderazgo científico, tecnológico y técnico, la excelencia académica y la administración eficiente con un adecuado desarrollo humano de su Comunidad Institucional."

1.1.3 Principios del Tecnológico de Costa Rica

En el artículo 3 del Estatuto Orgánico del Tecnológico de Costa Rica, menciona que se deben regir bajo los siguientes principios:

- La búsqueda de la excelencia en el desarrollo de todas sus actividades.
- La vinculación permanente con la realidad costarricense como medio de orientar sus políticas y acciones a las necesidades del país.
- El derecho exclusivo de la comunidad institucional, constituida por profesores(as), estudiantes y funcionarios(as) administrativos(as), de darse su propio gobierno y de ejercerlo democráticamente, tanto para el establecimiento de sus órganos de deliberación y dirección, como para la determinación de sus políticas.
- La plena capacidad jurídica del Instituto para adquirir derechos y contraer obligaciones, de conformidad con la Constitución Política y las leyes de Costa Rica.
- La libertad de cátedra, entendida como el derecho de los profesores(as) de proponer los programas académicos y desarrollar los ya establecidos, de conformidad con sus propias convicciones filosóficas, científicas, políticas y religiosas.
- La libertad de expresión de las ideas filosóficas, científicas, políticas y religiosas de los miembros de la comunidad del Instituto, dentro de un marco de respeto por las personas.
- La igualdad de oportunidades para el ingreso y permanencia de los y las estudiantes en la Institución.
- La evaluación permanente de los resultados de las labores de la Institución y de cada uno de sus integrantes.

- La responsabilidad de los individuos y órganos del Instituto por las consecuencias de sus acciones y decisiones.

1.1.4 Logos del TEC

Escudo Oficial

Es usado en la papelería oficial y en el estandarte del TEC desde la creación de esta institución.



Ilustración 1. Escudo Oficial TEC

Logo

Con este logo se identifica el Tecnológico de Costa Rica de las diferentes universidades del país y es usado en la documentación de los diferentes trabajos que se realizan en la institución académica.



Ilustración 2. Logo del TEC

Firma de marca

Este se encuentra orientado al posicionamiento mercadológico del TEC



Ilustración 3. Firma de marca

Esta institución pública cuenta con sedes en Cartago; siendo esta la Sede Central, el Centro Académico de San José, la Sede Interuniversitaria en Alajuela y la Sede Regional en San Carlos. Siendo esta última el centro de estudio en el cual se desarrolló el proyecto.

1.1.5 Sede Regional San Carlos (SSC)

Reseña Histórica

Esta sede se inaugura en la en la Zona Norte, en el año 1975, específicamente en Santa Clara de San Carlos.

Esta sede cuenta con un área de construcción, de 26 806.84 metros cuadrados, incluye un complejo académico-administrativo, aulas, laboratorios, biblioteca, oficinas, residencias estudiantiles, comedor, lavandería, áreas recreativas y deportivas, así también cuenta con talleres de maquinaria agrícola, riego y drenaje y con bodegas para el secado y concentrado de granos.

En la siguiente ilustración se muestra el área territorial de la Sede Regional:



Ilustración 4 Área territorial del TEC-SSC

Fuente: TEC

1.1.6 Carreras que se imparten en la Sede Regional San Carlos

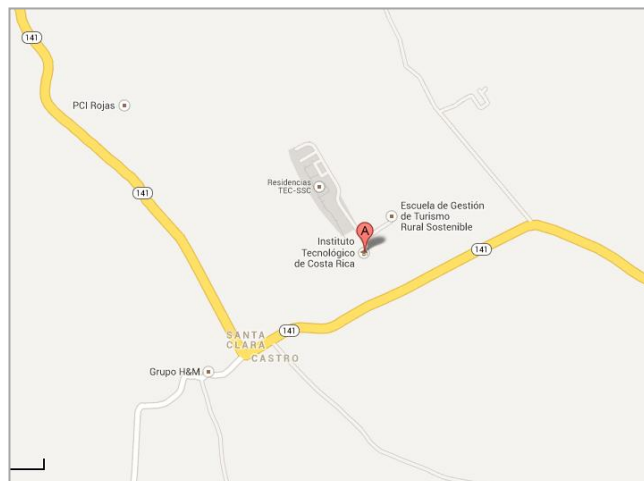
En la Sede Regional San Carlos existe una oferta académica de seis carreras de las cuales cuatro son ingenierías.

- Administración de Empresas
- Gestión del Turismo Rural Sostenible
- Ingeniería en Agronomía
- Ingeniería en Computación
- Ingeniería en Producción de Industrial
- Ingeniería Electrónica

1.1.7 Ubicación Geográfica

La Sede Regional se ubica en Santa Clara de San Carlos en la región tropical húmeda a 105 kilómetros de San José y a 170 metros sobre el nivel del mar.

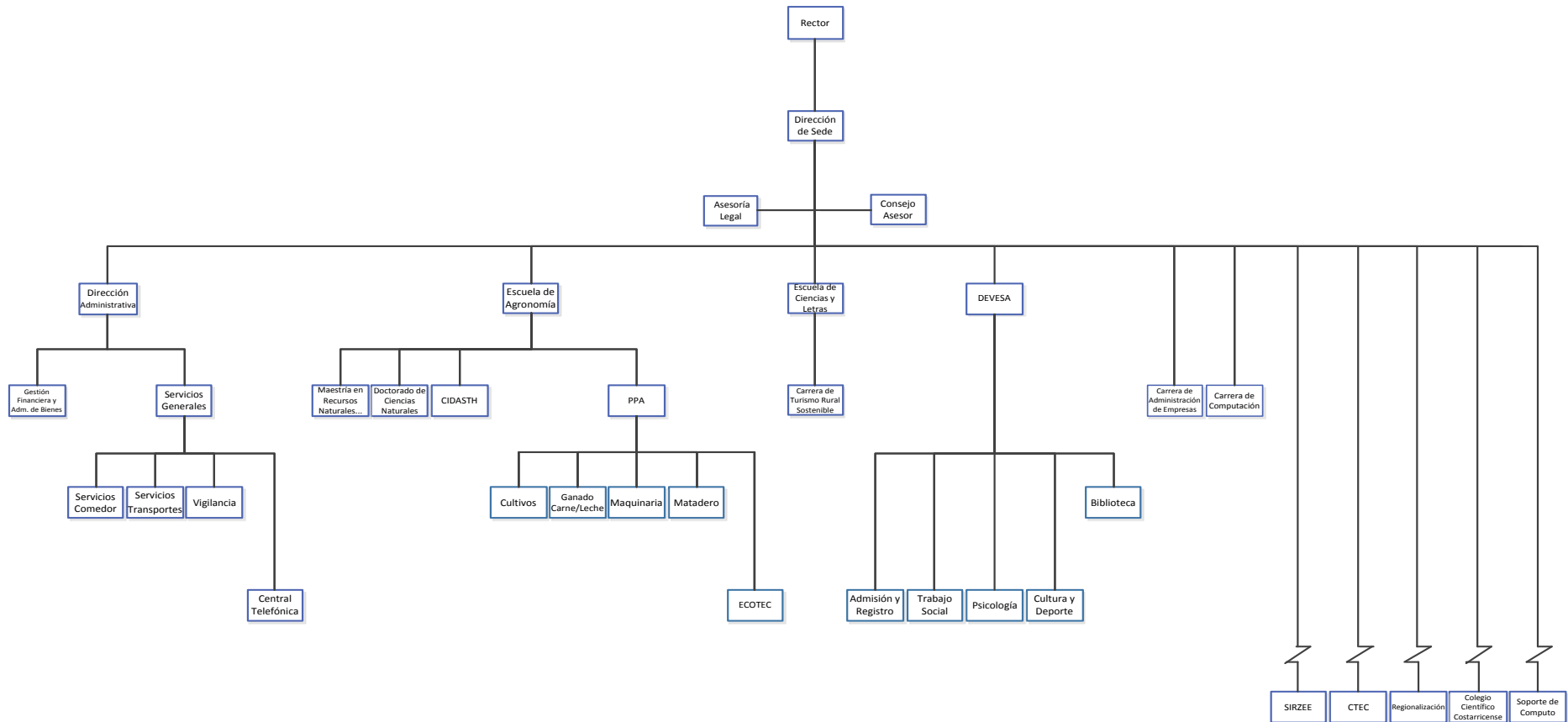
Como se muestra en la siguiente ilustración:



Fuente: Google Maps





Ilustración 5. Ubicación Geográfica TEC-SSC

1.1.8 Estructura organizacional TEC-SSC



Abreviatura
 DEVESA: Departamento de Vida Estudiantil y Servicios Académicos
 CIDASTH: Centro De Investigación en Agricultura Sostenible del Trópico Húmedo.
 PPA: Programa de Producción Agropecuaria
 ECOTEC: Programa de Ecoturismo
 SIRZEE: Sistema de Información Regional de Zona Económica Especial
 CTEC: Centro de Transferencia Tecnológica y Educación Continua.

Simbología

- Línea de Asesoría 
- Línea de Autoridad Formal 
- Unidad Organizativa 
- Línea de Desconcentración Administrativa 

Autor: Erick Palacios Rodríguez

Para este estudio es importante mencionar algunas generalidades de la escuela de Administración de Empresas de la sede, con fin de generar mayor claridad al conocer su estructura, su misión y visión y sus funciones.

1.1.9 Escuela de Administración de Empresas

Reseña Histórica

La Carrera de Administración de Empresas del TEC se ofrece en Costa Rica desde el año 1976 y desde 1994 tiene presencia en la Sede Regional San Carlos.

Esta escuela cuenta con más de treinta años de prestigio y tradición, siendo una opción académica especializada en negocios, y que proyecta su excelencia a nivel nacional e internacional.

En el cumplimiento de los objetivos de esta escuela, se tornan esenciales tanto las actividades académicas de pregrado y postgrado como el fortalecimiento continuo de la investigación, extensión y asistencia técnica.

Así, la Escuela de Administración de Empresas refuerza su compromiso de continuar con su misión al alcanzar la excelencia en la academia y la investigación y extensión en el campo de la administración de empresas, y para ello utiliza procesos de investigación y tecnologías de punta, siempre con un alto criterio de equidad que los conviertan en un agente para el desarrollo equilibrado y sostenible.

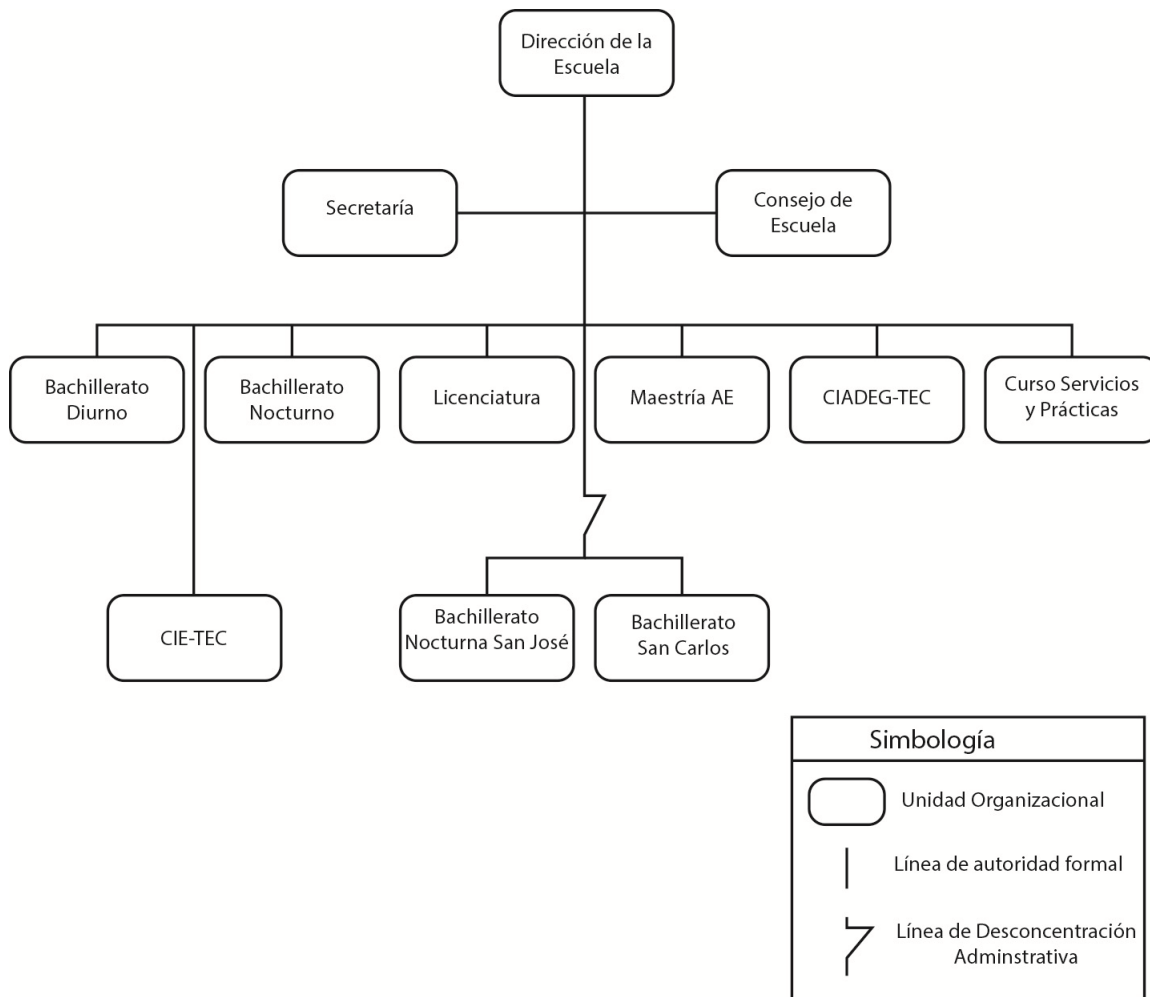
1.1.10 Funciones de la Escuela de Administración de Empresas

Algunas de las funciones que desarrolla la Carrera de administración de empresas son:

- Su labor docente, la cual se apoya mediante equipo audiovisual, computacional y otras herramientas tecnológicas como el TEC Digital.
- La metodología de la carrera incluye la utilización de casos o simulaciones de situaciones que se dan en la empresa con el fin de que el estudiante aplique los conocimientos adquiridos, así como la elaboración de proyectos en las empresas.
- La selección del recurso humano se basa en el perfil de una reconocida capacidad profesional y alta calidad humana, especializado en su área de competencia.

- Programa de actualización profesional además de que promueven la generación de empresas propias (emprendedurismo).
- Programas de Técnicos, Licenciatura, Maestría.
- Se fomenta el espíritu emprendedor en la formación de sus estudiantes, promoviendo no solo la creación de trabajadores, sino también de empresarios.

1.1.11 Organigrama de la Escuela de Administración de Empresas



Fuente: TEC

Ilustración 6. Organigrama Escuela Administración de Empresas

1.1.12 Misión y Visión de la Escuela de Administración de Empresas

Misión

“Contribuir al desarrollo integral del país, en el ámbito de la administración de empresas, mediante la docencia, investigación y extensión con excelencia, por medio del talento humano y con una infraestructura y equipamiento adecuado, manteniendo un reconocido liderazgo académico apegado a las normas ética, humanistas y ambientales.”

Visión

“Ser reconocida como una de las mejores Escuelas de Negocios de América Latina, caracterizada por su liderazgo, excelencia académica y contribución al desarrollo humano sostenible.”

1.1.13 Actividad productiva

La actividad productiva del Tecnológico de Costa Rica es formar profesionales con las calidades necesarias para desempeñarse exitosamente, no solo a nivel nacional sino también internacional.

Asimismo, la Carrera de Administración de Empresas tiene como actividad productiva capacitar a sus profesionales para planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades destinadas a lograr un aprovechamiento eficiente de los recursos con que cuentan las empresas, tanto públicas como privadas.

1.1.14 Departamento

1.1.15 Carrera de Administración de Empresas

Esta unidad o departamento del TEC, SSC es la que se encarga de capacitar a sus profesionales para que puedan planificar, organizar, dirigir y controlar todas aquellas actividades que se realizan en una organización y que requieren del aprovechamiento eficiente de los recursos.

Además esta carrera posee docentes con excelentes perfiles profesionales ya que cuentan con grados de licenciatura y maestría en Administración de Empresas. Asimismo estos profesionales reciben cursos de idoneidad docentes con el fin de mejorar su forma de impartir las lecciones.

De igual manera, las instalaciones o aulas para impartir las lecciones se encuentran muy bien equipadas con herramientas como equipo audio visual, computadoras y la plataforma del TEC digital; la cual es una herramienta muy útil para mantener contacto con los estudiantes en cada curso brindado en la carrera.

Además la metodología utilizada para impartir las lecciones o proyectos que se desarrollan en cada curso, se hace mediante la aplicación de casos reales que ocurren en las empresas. Al finalizar los siete semestres presenciales en la institución, se realiza la práctica profesional con el fin, de aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera.

Objetivos de la carrera

- Alcanzar la acreditación ante el SINAES, buscando el mejoramiento continuo en la excelencia y oferta académica.
- Internacionalizar la Carrera, mediante el establecimiento de alianzas estratégicas con universidades de prestigio internacional.
- Contribuir con la Escuela en el desarrollo y consolidación de un centro de investigaciones especializado, que apoye y promueva el emprendedurismo y la gestión empresarial.
- Participar integrados con la Escuela, en el fortalecimiento del centro de incubación de empresas y el impulso de un parque tecnológico.

La Carrera de Administración de Empresas de San Carlos funciona como una “Unidad Desconcentrada” de la Escuela de Administración de Empresas de Cartago. La normativa de funcionamiento de “Unidades Desconcentradas” está establecida en los Acuerdos Complementarios de la Reforma del Estatuto Orgánico denominada: “Desarrollo de la estructura orgánica de las Escuelas del Instituto” publicado en la Gaceta #282 del Instituto Tecnológico de Costa Rica del lunes 27 de julio del 2009.

1.1.16 Antecedentes de los programas académicos del TEC-SSC

La Escuela de Administración de Empresas imparte los programas académicos de técnico, bachillerato, licenciatura y maestría, lo cual viene a ser de gran importancia para el mejoramiento de la calidad de vida profesional de los egresados del TEC-SSC.

Técnicos

El programa de técnicos lo conforma la gran diversidad de profesionales en diferentes disciplinas que desean capacitarse en administración, pero sin cursar carreras de largo plazo. Basados en esta realidad costarricense en el Tecnológico de Costa Rica se establece un modelo mediante el cual se le ofrece a estos segmentos, la posibilidad de complementar su experiencia con las técnicas modernas de administración, a través del programa de Técnicos en Administración de Empresas.

Además este programa se desarrolla mediante clases magistrales, dirigidas por el docente, con la aplicación de casos, proyectos y tareas a resolver y presentar por los alumnos, fundamentalmente los cursos son un 50% teóricos y un 50% prácticos. Se estimula el esquema de aprender haciendo, combinado con el estímulo del desarrollo de espíritu empresarial. El programa basa sus contenidos en un proyecto grupal que se convierte en el hilo conductor de los temas, así como ejemplo práctico para los miembros del equipo que lo desarrollaran durante todos los cursos del programa.

Características del grado académico

- Tiempo: 1 año
- Título: Certificado Técnico en Administración de Empresas
- Plan de estudios: 6 bloques de 2 materias por bloque

En el siguiente cuadro se muestra el plan de estudios de este programa

Plan de Estudios Técnicos

<ul style="list-style-type: none"> • Administración General • Desarrollo del Espíritu Emprendedor • Mercadeo I • Economía • Estrategia Empresarial • Mercadeo II 	<ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad I • Recursos Humanos • Contabilidad II • Análisis Administrativo • Comportamiento Organizacional • Administración Financiera
--	--

Fuente: TEC

Ilustración 7 Plan de Estudios Técnicos

Bachillerato

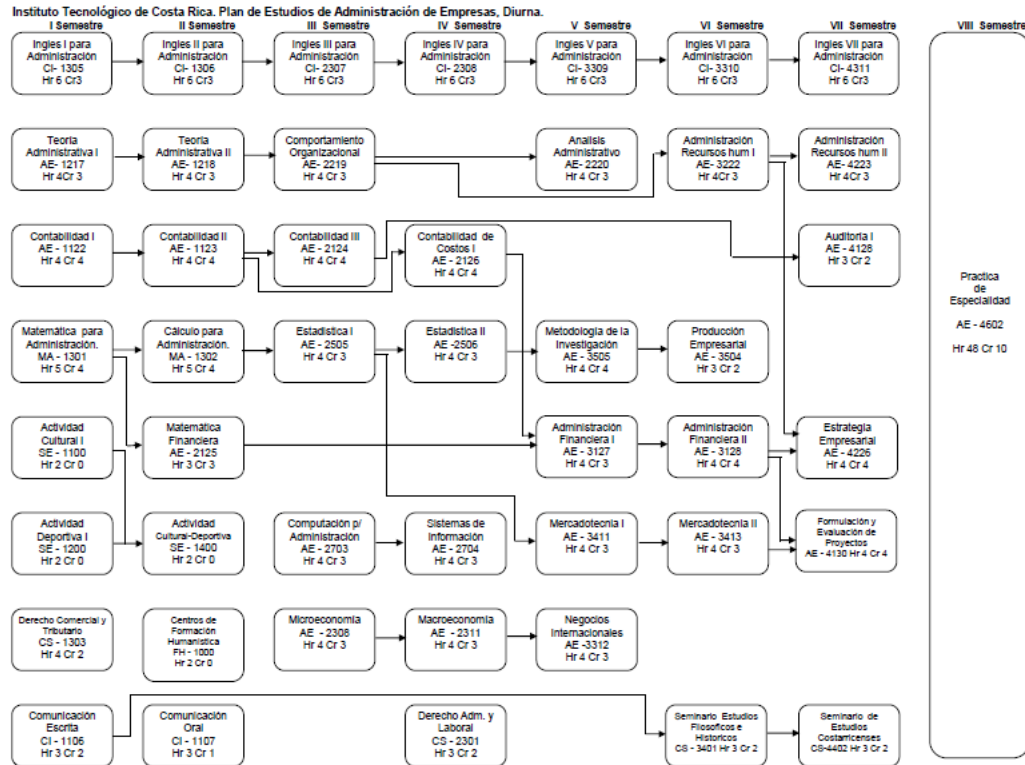
El grado académico de bachillerato en Administración de Empresas fue traído a la sede en el año de 1994, con una modalidad semestral, para una duración total de cuatro años, en los cuales se abordan los principales cursos y temáticas relacionados a la Administración Empresarial, preparando a los estudiantes para que pueden desenvolverse en el campo laboral y sean capaces de asumir cualquier cargo que aborde los temas principales de la Administración.

Un estudiante egresado de esta carrera podrá trabajar en cualquier área de administración en cualquier tipo de empresas u organización. Podrá hacerlo en Administración General, Contabilidad, Finanzas, Mercadeo y Recursos Humanos. Además, tiene la posibilidad de formar su propia empresa.

Características del grado académico

- Tiempo: Cuatro años
- Título: Bachiller Universitario en Administración de Empresas
- Plan de estudios: 8 semestres (137 créditos)

El plan de estudios se muestra en la siguiente imagen:



Fuente: TEC

Ilustración 8. Plan de estudios Carrera AE-SSC

Licenciatura

El grado de licenciatura en la SSC, tuvo su apertura en el año 2000, la cual ha sido impartida en los énfasis de finanzas y mercadeo, con una duración de un año y medio. Este programa académico de licenciatura está orientado en primera instancia a estudiantes egresados del programa de bachillerato, con el fin de que se especialicen en alguna área específica.

La licenciatura al ser una continuación de un nivel de bachillerato, los profesionales en esta área de conocimiento son líderes en los niveles empresariales, gerenciales y en el emprendimiento de empresas. Su formación profesional, junto a las características personales, le facilita en la constitución y en el desarrollo de actividades empresariales y de liderazgo como gerentes propietarios y no propietarios.

El profesional graduado a nivel de licenciatura puede laborar en empresas privadas, públicas estatales, públicas no estatales, consultorías y asesorías. Su desempeño laboral es como tomador de decisiones o como asesor en su especialidad.

Los planes de estudio para ambas especialidades en licenciatura son conformados por 3 semestres con cursos de acuerdo a cada énfasis, así como se muestran en las siguientes figuras:

Características de la licenciatura

- Tiempo: Año y medio
- Plan de estudios: cursos bimestrales de acuerdo a cada énfasis

Maestría

El Programa de Maestría en Administración de Empresas inicio en la sede en el año de 1992, ofreciendo un enfoque actual del conocimiento administrativo; su objetivo es desarrollar administradores preparados en el arte y la ciencia de la administración de empresas y dispuestos a aceptar los retos que la situación actual demanda.

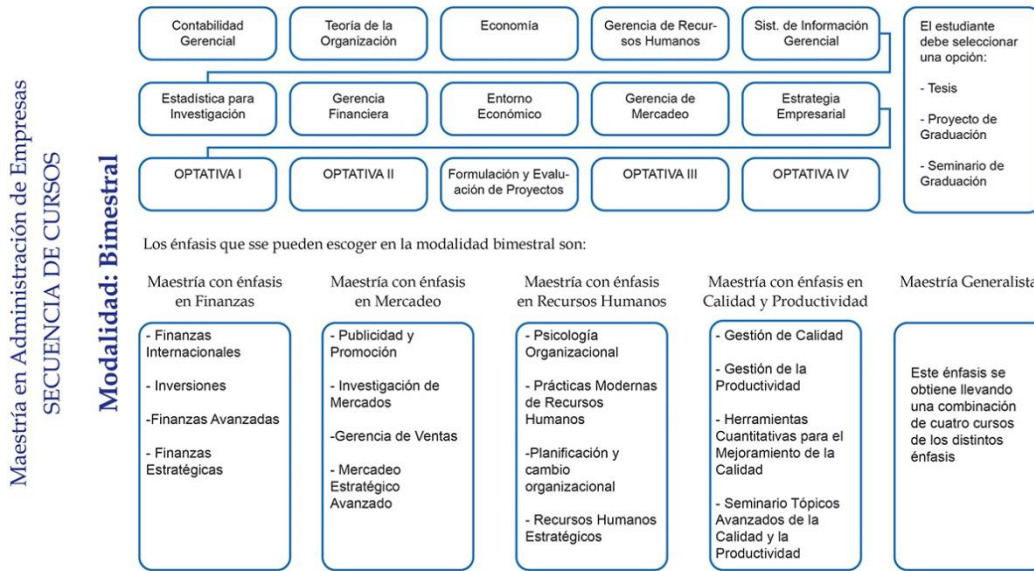
El plan de estudios consta de 15 cursos: los tres primeros son cursos básicos, que le son reconocidos a los profesionales del campo de la Administración de Empresas, previo análisis del plan de estudios cursado.

El programa va dirigido a profesionales de distintas disciplinas, que por sus responsabilidades en la organización, requieran complementar su formación con conocimientos del campo de la administración. La Maestría en Administración de Empresas puede obtenerse con énfasis en Finanzas o Mercadeo.

Características de la MAE

- Requisito Mínimo: Poseer título de bachillerato Universitario
- Plan de estudios: 15 materias y cada curso dura 6 semanas

A continuación en la figura siguiente se muestra el plan de estudios para maestría:



Fuente: TEC

Ilustración 9. Plan de estudios Maestría en AE-SSC

1.1.17 Proceso de Acreditación de la Carrera de Administración de Empresas

En la elección y búsqueda de una carrera, siempre se toma en consideración que la universidad que la imparta tenga los elementos necesarios que acreditan ese proceso de estudio como uno de calidad y que, a mediano plazo, le brinden al egresado una mayor ventaja al momento de insertarse al mercado laboral.

Es por esa razón, que AE-SSC ha optado por obtener esta certificación al igual que la Sede Central de Cartago ya que viene a dar a los estudiantes y egresados una mejor calidad de vida profesional.

En la ilustración se muestra el sello de certificación SINAES:



Ilustración 10. Sello Carrera Acreditada

El proceso de acreditación requiere de un trabajo arduo ya que se evalúan los cursos que se imparten, el personal docente y la opinión del estudiantado como receptor de la educación es de gran peso a la hora de que los pares (Evaluadores externos), realicen su evaluación, y posterior envío al SINAES para la decisión final. Cada proceso culmina con una lista de recomendaciones que se conviertan en elementos a seguir para poder mantener la acreditación en los años siguientes.

En la siguiente ilustración se muestra el proceso de acreditación



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 11. Proceso Acreditación

Este proceso como se muestra en la ilustración anterior consta de cuatro etapas que se deben dar seguimiento si se requiere obtener una acreditación:

- **Etapas 1. Información y Motivación**

Se realiza la divulgación de la carrera mediante diferentes medios de comunicación, además en esta etapa la AE-SSC realizó un video de la carrera y se creó un perfil en Facebook, destinado a la promoción de la misma.

- **Etapa 2. Autoevaluación e Informe**

Se realiza un autoexamen riguroso para detectar las fortalezas y debilidades de la carrera y hacer un planteamiento primario de mejoramiento.

- **Etapa 3. Evaluación Externa**

Se reciben a los pares evaluadores (nacionales e internacionales) de SINAES en la institución y estos dan a conocer sus observaciones después de visitar todas las instalaciones del TEC.

- **Etapa 4. Acreditación y Mejoramiento Continúo**

Se otorga la acreditación y se espera culminar exitosamente, adquiriendo una cultura de autoexamen y mejoramiento permanente.

En este caso la AE-SSC ha desarrollado un informe de compromiso de mejoramiento, ([ver anexo 1. Compromiso de mejoramiento](#)), en el que se plasman todos aquellos aspectos débiles de la carrera así como los objetivos y las actividades que se plantean realizar con el fin de lograr la acreditación.

1.1.18 Plan Estratégico de la Escuela de Administración de Empresas

La Escuela de Administración de Empresas posee como estrategia genérica la diferenciación basada en la excelencia académica (docencia, investigación y extensión), el emprendedurismo y la responsabilidad social y ambiental. Debido a esto, ha implementado un plan estratégico que resume los ejes, objetivos estratégicos y acciones prioritarias. La cual sirve de guía para llevar a cabo todas las actividades que desarrolla la carrera.

Dentro de los ejes en que se deriva el plan estratégico se encuentran: Investigación y extensión, docencia, desarrollo económico local y emprendedurismo, internacionalización, programas autofinanciados, recursos y capacidades.

Los cuales se muestran en la siguiente ilustración:



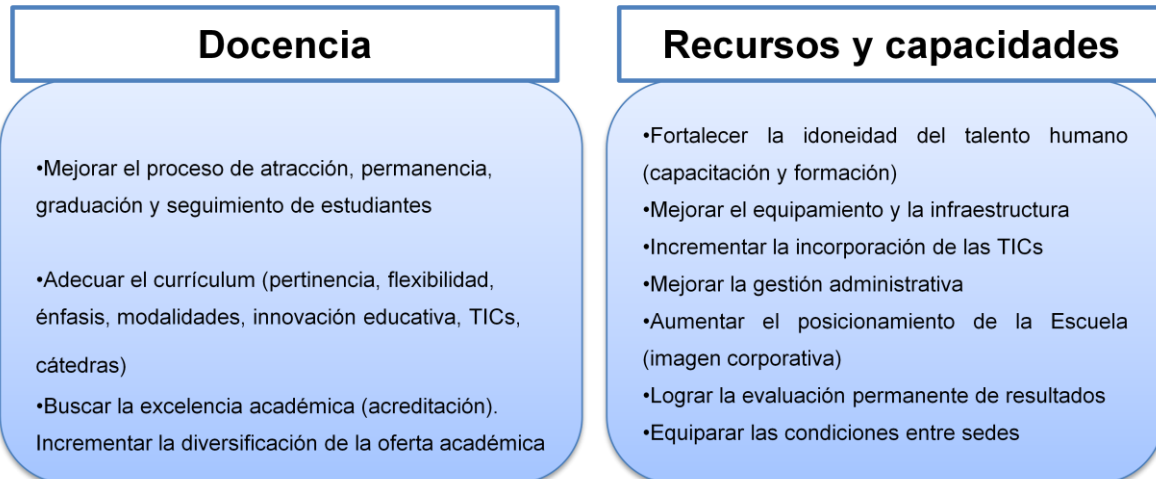
Fuente: TEC

Ilustración 12. Ejes Estratégicos 2013-2017

Dentro de las acciones o ejes estratégicos que plantea la escuela en la parte de Docencia se destaca el seguimiento que se le debe dar a los egresados ya que en un objetivo se estipula que, se debe mejorar el proceso de atracción, permanencia, graduación y seguimiento de estudiantes. Lo cual viene a ser trascendental para el proceso de seguimiento de los egresados de la carrera ya que permite una mejor interacción Egresado- Carrera.

Además en el eje de Recursos y Capacidades se destaca el objetivo de aumentar el posicionamiento de la Escuela (imagen corporativa), en este caso al mantenerse en contacto con los graduados permite que estos proyecten una excelente imagen de la carrera y de la institución de la cual fueron egresados.

En la siguiente ilustración se muestran los dos ejes con sus respectivos objetivos:



Fuente: TEC

Ilustración 13. Ejes estratégicos (Docencia y Recursos y Capacidades)

Además dentro del plan estratégico de la escuela se encuentran factores claves de éxito que son los que le permiten prosperar en un mercado tan competitivo, debido a que existen muchas universidades que imparten la Carrera de Administración de Empresas.

1.1.19 Factores claves de éxito de la Escuela

- Pertinencia e impacto
- Recursos y capacidades académicas de excelencia
- Atracción, selección, permanencia y seguimiento de nuestros beneficiarios
- Innovación

1.2. Justificación

Las Instituciones de educación superior deben considerar al egresado en todas sus dimensiones, ya que es un elemento clave y que puede brindar mucha información acerca del mercado laboral, debido a esto se puede conocer que es lo que se les exige a los profesionales y en qué aspectos puede mejorar el estudiante que todavía está en la institución.

El Tecnológico de Costa Rica es una institución, la cual se ha destacado por su prestigio a nivel académico y docente; por lo que en lo referente a la Carrera de Administración de Empresas surge la necesidad de dar un seguimiento a los egresados de esta institución, ya que con ello se lograría conocer las necesidades y el perfil profesional o laboral que poseen estando ya fuera del TEC.

Debido a esto, debe existir una relación de doble sentido entre la institución y el egresado, con el fin de hacer llegar a sus egresados los avances realizados en la universidad y a la vez que el graduado genere información de su experiencia profesional que le permita al TEC implementar procesos de autoevaluación y así brindar una educación de calidad.

Además la Carrera de Administración de Empresas al estar acreditada por SINAES, se busca el mejoramiento continuo en la excelencia y oferta académica; sin embargo uno de los puntos o aspectos más importantes y que se evalúan al momento de evaluar una certificación de esta, es la vinculación que se tenga con el egresado de la institución. Es por esto, que es de suma importancia tener contacto TEC-Egresado ya que hasta el momento este ha sido un aspecto débil en la carrera, por ende en este estudio se plantean estrategias que buscan mejorar la relación TEC-Egresado.

En el siguiente cuadro se hace referencia a las pocas cosas que AE-SSC ha hecho a nivel de este tema, de esta manera se brinda una información más certera de lo que se ha realizado.

Breve resumen de lo que ha hecho la AE-SSC respecto a la acreditación y relacionado con la promoción y seguimiento de egresados	
Acción realizada	Descripción breve
Autoevaluación de la carrera	Además se realizó una autoevaluación de la carrera incluyendo evaluación del personal docente, del equipo, de las instalaciones, del plan de estudios, contacto con egresados entre otros aspectos.
Estudio de seguimiento de egresados 2012	El año pasado una estudiante realizó su práctica profesional, en la cual se hizo un estudio de mercado para dar seguimiento a los egresados de la Carrera, de la cual se derivaron varias estrategias para mantenerse en contacto con los graduados.

Fuente: *Elaboración Propia*

Tabla 1. Resumen de acciones realizadas para la acreditación con respecto a egresados

De la misma manera es relevante mencionar los compromisos de mejora que quedaron plasmados en el informe de acreditación y que la AE-SSC debe llevar a cabo ya que este compromiso de mejoramiento es regularmente observado su cumplimiento por parte del SINAES, debido a que brinda una garantía de que las carreras acreditadas mejoran luego de su proceso de acreditación.

En el siguiente cuadro se resumen algunos compromisos de mejora, los cuales están divididos según su dimensión; admisibilidad, relación con el contexto y recursos.

Compromiso de Mejoramiento ante SINAES	
Dimensión	¿Qué se debe hacer?
Admisibilidad	Conformación de un sistema
Relación con el contexto	Nombrar formalmente al miembro de la Unidad en la Comisión de Currículum de la Escuela, diseñar el nuevo plan de estudio y actualizar la bibliografía de los programas con ediciones de no más de 5 años de antigüedad.
Recursos ✓ Plan de estudios	✓ Rediseño del Plan de Estudios de la Carrera

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Personal Académico ✓ Finanzas y presupuesto ✓ Metodología de la Enseñanza ✓ Desempeño Estudiantil ✓ Proyección de Carreras 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Solicitar las plazas a la Vicerrectoría respectiva, aprobar los recursos necesarios para las contrataciones en propiedad entre muchas más. ✓ Elaborar una plantilla dinámica digital para el registro de movimientos de recursos externos. ✓ Incorporar los aspectos metodológicos y las actividades de aprendizaje en los planes de estudio ✓ Informar sobre los mecanismos para la presentación y trámite de reclamos ✓ Solicitar a los profesores de la Carrera una proyección de su labor en la investigación y extensión.
--	--

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 2. Resumen de Compromisos de Mejoramiento ante SINAES

1.3. Formulación del Problema

La Carrera de Administración de Empresas del TEC, SSC desea dar un seguimiento a los estudiantes egresados de la misma, debido a esto surge el siguiente problema.

¿Qué acciones puede emprender la Escuela de Administración de Empresas del TEC-SSC para mejorar su relación con los egresados del grado de Bachillerato y conocer cuál es el perfil del graduado para atender sus necesidades labores y profesionales?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Proponer estrategias de acercamiento a egresados de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del TEC en la Sede Regional San Carlos

1.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Actualizar el estudio de seguimiento de egresados de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas realizado en el 2012.
- ✓ Proponer la implementación de algunas de las iniciativas estratégicas prioritarias según el diagnóstico realizado en el 2012.
- ✓ Diseñar nuevas estrategias a partir de los resultados que genere el estudio de mercado actual.
- ✓ Proponer la implementación de las nuevas estrategias según estudio realizado.

1.5. Alcances

El presente estudio tiene como alcance realizar una investigación de mercado, con el fin de conocer las necesidades y dar seguimiento a los egresados de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica, sede San Carlos y a la vez generar e implementar las estrategias de acercamiento con los graduados de esta institución.

Para realizar la investigación es necesario contar con la base de datos que contiene la información de todos los egresados de la Carrera. En primera instancia, y para el desarrollo del presente estudio es necesario dar seguimiento a los egresados de Bachillerato ya que es el grado académico por el cual la Carrera de AE-SSC, se ha mantenido desde hace varios años. En lo que respecta al estudio se consideraron generaciones de los últimos años, que sean graduados entre el año 2004 y 2013; es decir que sean carné 2000-2009, que en total son aproximadamente 221 egresados, según lo que se encuentra registrado en la base de datos de la Carrera.

En el desarrollo del estudio se contempla la ejecución de algunas de las estrategias que se plantearon en el estudio realizado en el 2012, como lo son: (1) la creación de una base de datos de empresas de la zona, que contenga algunos datos como: nombre de la empresa, tipo de empresa, sector al que pertenece, contacto, ubicación entre otros, (2) estrategia de seguimiento de egresados por medio de la creación de un perfil en la red social de Facebook, en cual se puedan publicar noticias de interés para esta población y también crear grupos de egresados de las diferentes generaciones y a la vez plantear el protocolo a seguir para el uso de esta herramienta.

Adicionalmente el plan de mejoramiento de la Carrera, a razón del proceso de acreditación y en lo que respecta específicamente a egresados, tiene como propuesta la realización de Focus Group que permitan retroalimentar el accionar de la Carrera, por lo que se propone en el presente proyecto el diseño de todo lo que se necesita para llevar a cabo dicha acción.

En el siguiente esquema se muestra el producto esperado para cada una de las iniciativas estratégicas mencionadas en el párrafo anterior, como lo es la Base de Datos que

contiene la información de una empresa, la página de Facebook y la invitación al Focus Group:



Fuente: *Elaboración Propia*

Ilustración 14. Esquema de productos esperados en la Investigación de Mercado

1.6. Limitaciones

Entre las principales limitaciones que impiden tener un escenario más amplio de los sujetos de estudio se encuentran:

- A pesar de que el semestre pasado se realizó una actualización de la base de datos, todavía existían egresados cuya información de contacto estaba desactualizada, por lo que el alcance pretendía un censo de las generaciones del 2000 a 2009, lo cual no fue posible, por lo que se recurrió a una muestra de los mismos.
- Al momento de responder la encuesta enviada a cada egresado vía correo electrónico, 15 personas no indicaron el nombre, por ende se desconoce la persona que contestó la encuesta, impidiendo esto la actualización total de la base de datos.

Capítulo II

MARCO TEÓRICO



TEC

El presente capítulo pretende conceptualizar todos los aspectos considerados a la hora de elaborar la investigación de mercado para la Carrera de Administración de Empresas del TEC, SSC. Estos conceptos proporcionan un soporte y conocimiento profundo de la teoría que le da sustento a este trabajo.

A continuación, se presenta el fundamento teórico que respalda la parte del proyecto, específicamente en lo que concierne al estudio de mercado, abarcando a la vez algunos términos administrativos. Con el fin de mejorar la facilidad de comprensión de dicho capítulo se ha realizado la subdivisión de las diversas terminologías utilizadas en el mismo, brindando una secuencia de diversos temas para que sea más fácil de comprender y visualizar. Se realizó la subdivisión de cuatro áreas de conceptos los cuales se pueden ver en secuencia en la siguiente imagen:

Esquema conceptual

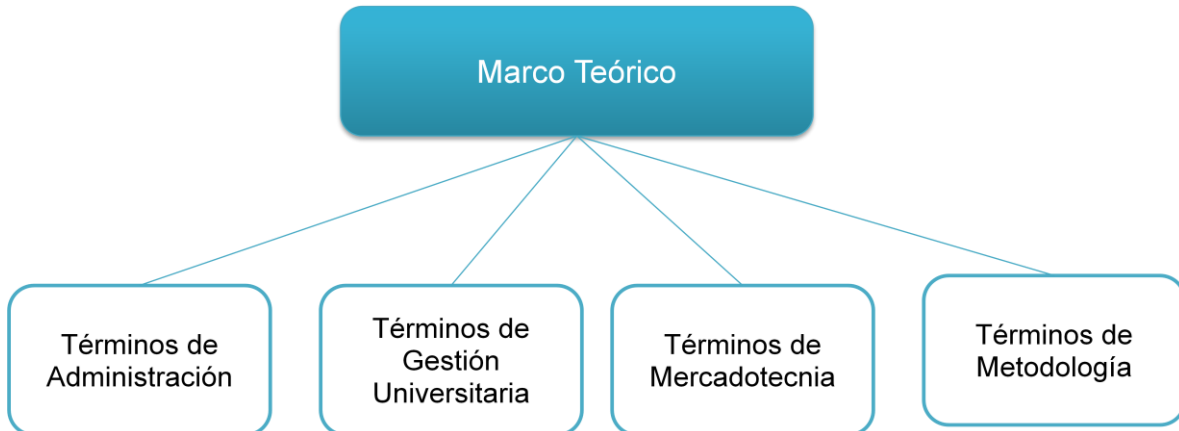


Ilustración 15. Esquema Conceptual del Marco Teórico

2. Términos de la investigación

2.1. Administración

En el desarrollo de la investigación se mencionan temas relaciones con administración, debido a que esta es el área en la cual se basa el estudio, por lo que es importante tener conocimiento de conceptos relacionados y necesarios para un mejor entendimiento.

2.1.1. Concepto de Administración

Según (Bateman & Snell, 2009); “La administración es el proceso de trabajar con las personas y con los recursos para cumplir con los objetivos organizacionales. Los buenos administradores llevan a cabo funciones de forma eficaz y eficiente”

2.1.2. Funciones de la administración

En la siguiente ilustración se muestran las cuatro funciones de la administración:



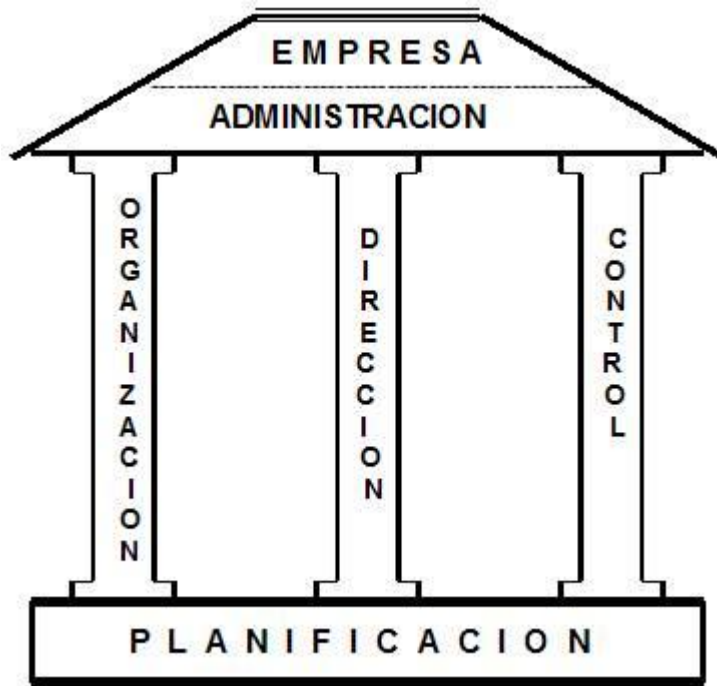
Fuente: Elaboración Propia

- **Planear:** Proceso que abarca definir metas, establecer estrategias y trazar planes para coordinar las actividades.
- **Organizar:** Determinar qué tareas hay que hacer, quién las hará, cómo se agrupan, quién reporta a quién y donde se toman las decisiones.
- **Dirigir:** Función que comprende motivar a los empleados, guiar a los demás, elegir los mejores canales de comunicación y resolver conflictos.
- **Controlar:** Supervisar las actividades para verificar que se realizan como se planearon y para corregir las desviaciones significativas (Robbins, 2004).

2.1.3. Proceso Administrativo

Según (Chiavenato, 2006) las funciones Administrativas en un enfoque sistemático conforman el proceso administrativo, cuando se consideran aisladamente los elementos Planificación, Organización, Dirección y Control, son solo funciones administrativas, cuando se consideran estos cuatro implementos (Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar) en un enfoque global de interacción para alcanzar objetivos, forma el Proceso Administrativo.

En forma gráfica del proceso administrativo estaría representado:



(Chiavenato, 2006)

Ilustración 16. Proceso Administrativo

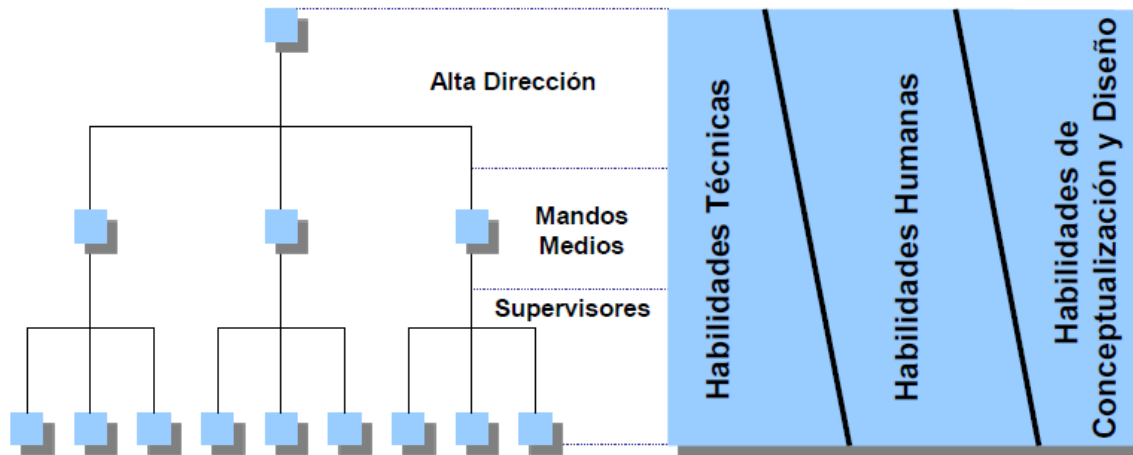
2.1.4. Capacidades de la administración

Según (Robbins, 2004) existen tres habilidades administrativas esenciales que se requieren para alcanzar sus metas entre las que se encuentran:



Fuente: Elaboración Propia

Los conocimientos y habilidades que se requieren varían con el nivel organizacional, tal y como se muestra en la siguiente ilustración:



Fuente: Profesor Ronny Rodríguez

Esto debido a que los supervisores utilizan las habilidades técnicas para ejercer sus labores en una organización, en cambio los mandos medios están más relacionados con las habilidades humanas y por último las personas que ejercen puestos de alta dirección deben manejar las habilidades de conceptualización y diseño para llevar a cabo sus tareas.

2.1.5. Organización

Se establece que una organización es un grupo de personas que funciona para lograr una meta en particular. Además se dice que toda organización tiene una estructura y se esfuerza por lograr metas que los individuos actuando solos no podrían alcanzar (Hellriegel, E. Jackson, & W.Slocum, 2005).

2.2. Gestión Universitaria

A continuación se detallan algunos de los términos o definiciones que se utilizan en el desarrollo de la investigación:

2.2.1. Educación Universitaria

Según UNESCO, la educación es uno de los pilares fundamentales de los derechos humanos, la democracia, el desarrollo sostenible y la paz, por lo que deberá ser accesible

para todos a lo largo de toda la vida, y de que se necesitan medidas para asegurar la coordinación y cooperación entre los diversos sectores y dentro de cada uno de ellos y, en particular, entre la educación general, técnica y profesional secundaria y postsecundaria, así como entre universidades, escuelas universitarias e instituciones técnica (UNESCO, 1998).

2.2.2. Perfil profesional

Se define como la descripción minuciosa de todas las tareas, deberes, riesgos, obligaciones y responsabilidades que conlleva un puesto de trabajo así como los requisitos exigidos a la persona “profesional” (Ceinos & María, 2008).

En lo referente al perfil profesional del egresado de la Escuela de Administración de Empresas se puede decir que posee sólidos conocimientos que lo facultan para formular estrategias, planes de acción y toma de decisiones en áreas funcionales de la administración.

Además la naturaleza de la competencia del egresado de la carrera, se encuentra definida por los siguientes aspectos:



- Aprendizajes mayores o comprensivos que resultan de la totalidad de las experiencias educativas formales y no formales.
- Características que una comunidad estima como cualidades valiosas del ser humano.



- Capacidades que las personas desarrollan gradual y acumulativamente a lo largo del proceso formativo.
- Capacidades generales que se desarrollan como parte del proceso de madurez y ante los retos que la vida plantea a las personas.



- Capacidades para llevar a cabo diferentes tareas de manera eficiente y apropiada.
- Características que las personas manifiestan en múltiples situaciones y escenarios variados como parte de su comportamiento.

Fuente: Elaboración Propia

2.2.3. Carrera

Conjunto de estudios universitarios, repartidos en cursos, que capacitan para el ejercicio de una profesión y conducen a la obtención de un grado. Puede incluir distintos niveles, pero refiere siempre a estudios de pregrado o grado y no de postgrado (Vizcaíno Coba, 2006).

También es importante conocer la definición de carrera profesional la cual tiene una duración de al menos cuatro años y conduce a un título profesional. Da la información general y científica necesaria para el buen desempeño de una profesión (médico, periodista, ingeniero, diseñador, entre otras). En este caso es importante mencionar un poco de información sobre la carrera, de la cual el sujeto de estudio son los egresados de la misma:

Nombre de la carrera	Administración de Empresas
Fecha de inicio en San Carlos	Febrero de 1994
Ciclos lectivos	Semestres
Modalidad	Presencial
Grado académico	Bachillerato
Título al que conduce	Bachiller en Administración de Empresas

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 17. Información de la Carrera

2.2.4. Unidad desconcentrada

Según (Gaceta #282 del Instituto Tecnológico de Costa Rica), la unidad desconcentrada, fue creada para impartir o desarrollar un “programa académico desconcentrado”, la cual

opera en una sede diferente a aquella en que se encuentra el departamento o escuela que dio origen a dicho programa, con el fin de expandir o desplegar las actividades académicas del departamento hacia a otros lugares o regiones del territorio nacional o internacional, en las que, por su ubicación geográfica, se justifique la desconcentración de dicha unidad.

La creación, modificación, eliminación, estructura y funcionamiento de este tipo de unidades se regirá por lo dispuesto en este Estatuto Orgánico y en los reglamentos respectivos.

Artículo 83-bis 4: Integración y Funciones del Consejo de Unidad Desconcentrada

1. Integración del Consejo de unidad

La unidad desconcentrada contará con un Consejo de Unidad, el cual estará integrado de la siguiente manera:

- a. El coordinador de la unidad desconcentrada, quien lo presidirá.
- b. Los profesores que desarrollan actividades académicas para la unidad desconcentrada con una jornada de medio tiempo o más.

En caso de que un profesor labore con una jornada ordinaria de medio tiempo o más para la unidad desconcentrada y medio tiempo o más para una escuela, un área u otra unidad desconcentrada, sólo requiere formar parte de uno de tales consejos.

En este caso, el profesor que se encuentra en esa condición deberá comunicar por escrito a sus superiores jerárquicos el consejo o consejos a los que decida integrarse, en un plazo máximo de diez días hábiles después de la fecha del acto que formalmente le generó esa condición. En los consejos a los que decida integrarse será un miembro de pleno derecho y obligación. Mientras cumpla los requisitos, formará parte de dichos consejos por un período mínimo de dos años.

- c. En unidades desconcentradas que desarrollan “programas desconcentrados” de carácter docente, una representación estudiantil correspondiente al 25% del total de miembros del consejo de unidad desconcentrada, designados de acuerdo con el mecanismo establecido en el Estatuto de la Federación de Estudiantes del Instituto Tecnológico de Costa Rica.

- d. Un representante de los funcionarios de apoyo a la academia del área en aquellas unidades desconcentradas en las que laboren tres o más de estos funcionarios.

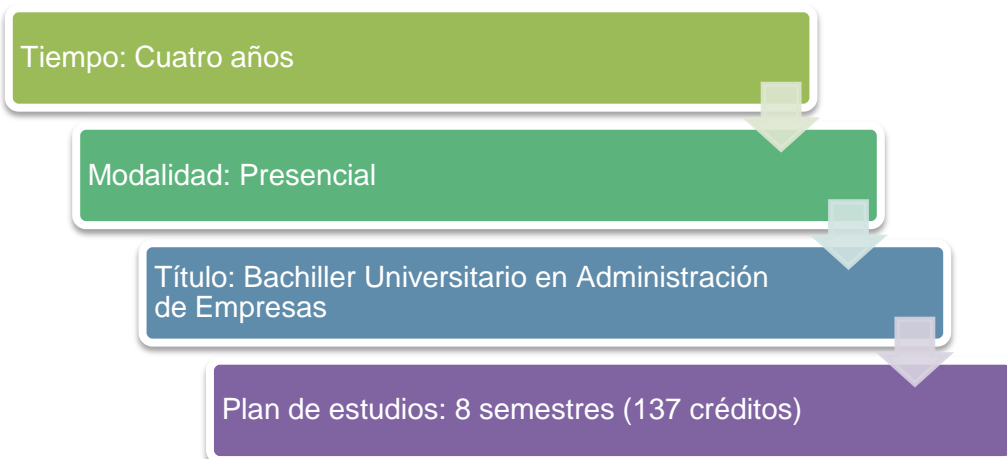
2.2.5. Programas Académicos

Se entiende por programa académico las diversas modalidades de planes de estudio que son ofrecidas por las diversas instituciones educativas, en este caso instituciones de educación superior universitaria y que implican el agotamiento de determinados requisitos para acceder a los mismos y en algunos casos el seguimiento sucesivo entre ellos (Alzate Moncaleano & De la Hoz Herrera, 2004).

Entre estos programas académicos se encuentran:

Bachillerato

El bachillerato universitario es el grado académico que se otorga a las personas que cumplan los requisitos de un programa universitario que se caracteriza por los siguientes elementos; créditos, requisitos de ingreso y de graduación (UNED, 2009). En el Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos este grado tiene una duración de cuatro años en el cual se divide en ocho semestres. En la siguiente ilustración se muestran algunas características del grado:



Fuente: Elaboración Propia

Licenciatura

La licenciatura es el grado académico que se otorga a las personas que cumplan los requisitos de un programa universitario que se caracteriza por los siguientes elementos: créditos, duración, requisitos de ingreso y de graduación (UNED, 2009). Actualmente la escuela de Administración de Empresas imparte la licenciatura con énfasis en Recursos Humanos, Mercadeo y Finanzas, con una duración de año y medio.

Maestría

La maestría es el grado académico que se otorga a las personas que cumplan los requisitos de un programa universitario que se caracteriza por los siguientes elementos: créditos, duración, modalidad ya sea académica o profesional (UNED, 2009).

Doctorado

El Doctorado Académico es el grado máximo que otorga la Educación Superior Universitaria. Su propósito fundamental es el de formar investigadores académicos. El énfasis se establece en el rigor y la profundidad con que se hace la investigación y los cursos deben ser solo un apoyo a esta actividad. El plan de estudios debe ser flexible y eficaz en desplazar claramente la carga académica del estudiante hacia las tareas de investigación (UCR, 2004).

2.2.6. Plan de estudio

El plan de estudio de acuerdo a (Vizcaíno Coba, 2006) es el documento que describe la estructura y organización de una carrera técnica, profesional o de postgrado. Incluye la fundamentación filosófico política de la carrera, objetivos, contenido, (expresados en asignaturas, seminarios, módulos...), duración, dedicación, lineamientos de evaluación, método teórico, acreditación y requisitos de graduación.

Este plan de estudios depende de la carrera que se desea estudiar, ya que con ello se forma el conocimiento necesario para desempeñar una labor en determinado puesto, en el cual se lleven a cabo las funciones o tareas que se aprendieron a hacer durante la

carrera. Un ejemplo de esto, es el plan de estudios de la Carrera de Administración de empresas en el grado de bachillerato. [Ver ilustración en pág.17](#)

2.2.7. Egresado

De acuerdo a la Universidad Estatal a Distancia (UNED) el graduado o egresado es el estudiante que ha cumplido con todos los requisitos académicos y administrativos de un programa conducente a un grado académico y ha obtenido el título correspondiente (UNED, 2009).

En lo referente a la Carrera de Administración de empresas del TEC, Sede San Carlos se tienen registrados 412 graduados incluidos en los diferentes grados académicos que se imparten en la institución. Sin embargo, para el presente estudio sólo se va a dar seguimiento a los egresados del grado de Bachillerato y específicamente las generaciones entre el 2000 y 2009.

2.2.8. Universidad

Institución de enseñanza superior que comprende diversas facultades, y que confiere los grados académicos correspondientes. En ella la investigación es también un complemento de la actividad docente (Vizcaíno Coba, 2006).

2.2.9. Acreditación

La acreditación es el proceso de evaluación basado en criterios y estándares de calidad previamente establecidos que es llevado a cabo por un organismo externo y que procura garantizar la calidad de una carrera o de un programa educativo.

El término acreditación según (SINAES, 2012) consiste en un proceso voluntario que comienza con la membresía: compromiso formal y explícito de la universidad, como institución educativa, de adherirse a los principios de calidad que rigen al SINAES.

Posteriormente, cualquier carrera de dicha universidad que así lo desee puede solicitar participar en el proceso de acreditación, para esto lo primero es realizar una autoevaluación.

2.2.10. SINAES

El Sistema Nacional de Acreditación de la Educación Superior (SINAES) es la institución a la que el Estado costarricense, a través de las leyes 8256 y 8798, le encomendó la

misión de promover el mejoramiento permanente de la calidad de la educación superior del país.

SINAES es la entidad costarricense facultada para dar fe pública de la calidad de aquellas carreras universitarias y parauniversitarias que aprobaron su riguroso proceso evaluativo, el cual se basa en estándares que son internacionalmente aceptados.

El Sistema está integrado por las instituciones de educación superior universitaria estatal, las universidades privadas y las instituciones parauniversitarias públicas y privadas que mediante un acto formal, libre y voluntario se comprometen a cumplir los principios de la ética, calidad y excelencia académica que lo rigen (SINAES, 2012).

Para adquirir la acreditación otorgada por SINAES es necesario realizar una serie de trámites, los cuales constan de cuatro etapas:

- Solicitud de afiliación

Presentar la información de la solicitud de afiliación al SINAES

- Revisión de la información

La información de la solicitud de afiliación al SINAES se presentará ante la Dirección del SINAES, la cual la revisará y una vez que determine que está completa la remitirá al Consejo del SINAES. El Consejo podrá solicitar a la institución la ampliación de los términos de la solicitud o de la documentación presentada.

- Visita a la institución

Previo a adoptar la resolución de afiliación, el Consejo nombrará una Comisión integrada por tres personas quienes realizarán una visita a la institución con el propósito de verificar la información y declaraciones contenidas en la Solicitud de Afiliación. La Comisión conformada elaborará un informe de la visita.

- Decisión de afiliación

El Consejo revisa el informe de la visita y con base en este y la información de la solicitud de afiliación de la institución, adoptará la resolución correspondiente (SINAES, 2012).

Es importante mencionar que al tener la carrera de Administración de Empresas acreditada va a generar múltiples beneficios para la misma ya que le permite identificar sus áreas de mayor fortaleza y debilidad, lo cual la lleva a estar más vinculada con sus graduados y con el sector empleador, además le permite identificar cambios requeridos en la maya curricular, entre muchos otros.

En lo referente al TEC, Sede San Carlos mientras se encontraba en la etapa de ejecución de estudio de mercado, se recibió la noticia sobre la acreditación a la Carrera de Administración de Empresas, debido a que ya se había cumplido con las diferentes etapas del proceso de acreditación y además se había planteado un informe de compromiso de mejoramiento, por lo que se estaba a la espera del veredicto por parte del SINAES.

2.3. Mercadotecnia

Al ser una investigación de mercados es necesario conocer todos aquellos conceptos que están relacionados con mercadeo y que ayudan a tener una visión más amplia de cómo desenvolverse en el mercado cuando se desarrolla un estudio de este tipo.

2.3.1. Investigación de mercado

Se define como la aplicación del método científico en la búsqueda de la verdad acerca de los fenómenos de marketing. Estas actividades incluyen la definición de oportunidades y problemas de marketing. La generación y evaluación de ideas, monitoreo del desempeño y la comprensión del proceso de marketing. Dicha investigación es más que la mera de aplicación de encuestas. Este proceso incluye el desarrollo de ideas y teorías, la definición del problema, la búsqueda y acopio de información, el análisis de datos, y la comunicación de las conclusiones y recomendaciones (G. Zikmund & J.Babin, 2009).

Las compañías utilizan la investigación de mercados en una gran variedad de situaciones, por ejemplo: la investigación de mercados ayudaría a los mercadólogos a entender la satisfacción del cliente y sus hábitos de consumo; también les sería útil para evaluar el potencial del producto, de la distribución o de la promoción.

2.3.2. Fases para la investigación de mercado

En una investigación de mercados se deben seguir una serie de pasos que ayudan a obtener y planificar la información de una manera adecuada y que a la vez facilita la comprensión de la misma. De acuerdo a (Philip & Lane Keller, Dirección de Marketing, 2006); se destacan seis fases en el proceso de investigación de mercados:



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 18. Proceso de Investigación de Mercados

- **Fase 1: Definición del problema, de las alternativas de decisión y de los objetivos de la planificación**

Primeramente para el desarrollo de una investigación de mercado se deben definir claramente el problema por cual surge dicho estudio; posteriormente determinar los

objetivos que ayudarán a definir el cómo se va resolver ese problema. Los cuales van a servir de orientación al momento de empezar con el estudio.

- **Fase 2: Desarrollo del plan de investigación**

Esta etapa consiste en desarrollar el plan más eficaz para la recopilar la información necesaria. Para diseñar un plan de investigación es necesario tomar decisiones sobre las fuentes de investigación, métodos de investigación y instrumentos de investigación y posterior a esto; se diseña un plan de muestreo.

- **Fase 3: Recopilación de Información**

Esta etapa por lo general suele ser la más cara y la más susceptible de errores ya que por ejemplo en el caso de las encuestas el sujeto de información puede negarse a responder las interrogantes planteadas. Y que son de suma importancia para el desarrollo de la investigación.

- **Fase 4: Análisis de la Información**

La siguiente fase del proceso consiste en obtener conclusiones a partir de la información recabada. El investigador tabula los datos, desarrolla de distribución de frecuencia y extrae medias y medidas de dispersión de las variables más significativas.

- **Fase 5: Presentación de conclusiones**

En esta fase se presentan las conclusiones. Para ello se debe seleccionar aquellas que sean más relevantes para la decisión de marketing a la que se enfrenta la dirección de la empresa.

- **Fase 6: Toma de decisiones**

Finalmente, en esta etapa se toman las decisiones correspondientes según las conclusiones y los datos obtenidos de la investigación.

2.3.3. Técnicas de investigación de mercado

Para recabar datos primarios se emplean diferentes técnicas de investigación, las cuales se detallan a continuación:

Técnicas de Investigación			
<p>Investigación Observacional</p> <p>Se obtienen datos primarios observando a personas, acciones y situaciones pertinentes (Kotler & Armstrong, 2007).</p>	<p>Investigación por encuesta</p> <p>Se recopilan datos primarios a través de preguntas acerca de conocimientos, las actitudes, preferencias y los comportamientos de compra de las personas (Kotler & Armstrong, 2007).</p>	<p>Investigación experimental</p> <p>Se obtienen datos primarios seleccionando grupos equivalentes de sujetos, aplicándoles diferentes tratamientos, controlando factores relacionados y observando las diferencias en sus respuestas. Uno de estos grupos son los grupos de enfoque o sesión de grupo; la cual consiste en una entrevista personal en la cual se invitan de seis a diez personas a reunirse durante algunas horas con un entrevistador capacitado para hablar acerca de un tema específico (Kotler & Armstrong, 2007).</p>	<p>Investigación de mercados Online</p> <p>Se recopilan datos primarios mediante encuestas por internet y grupos de enfoque o sesiones de grupo online (Kotler & Armstrong, 2007).</p>

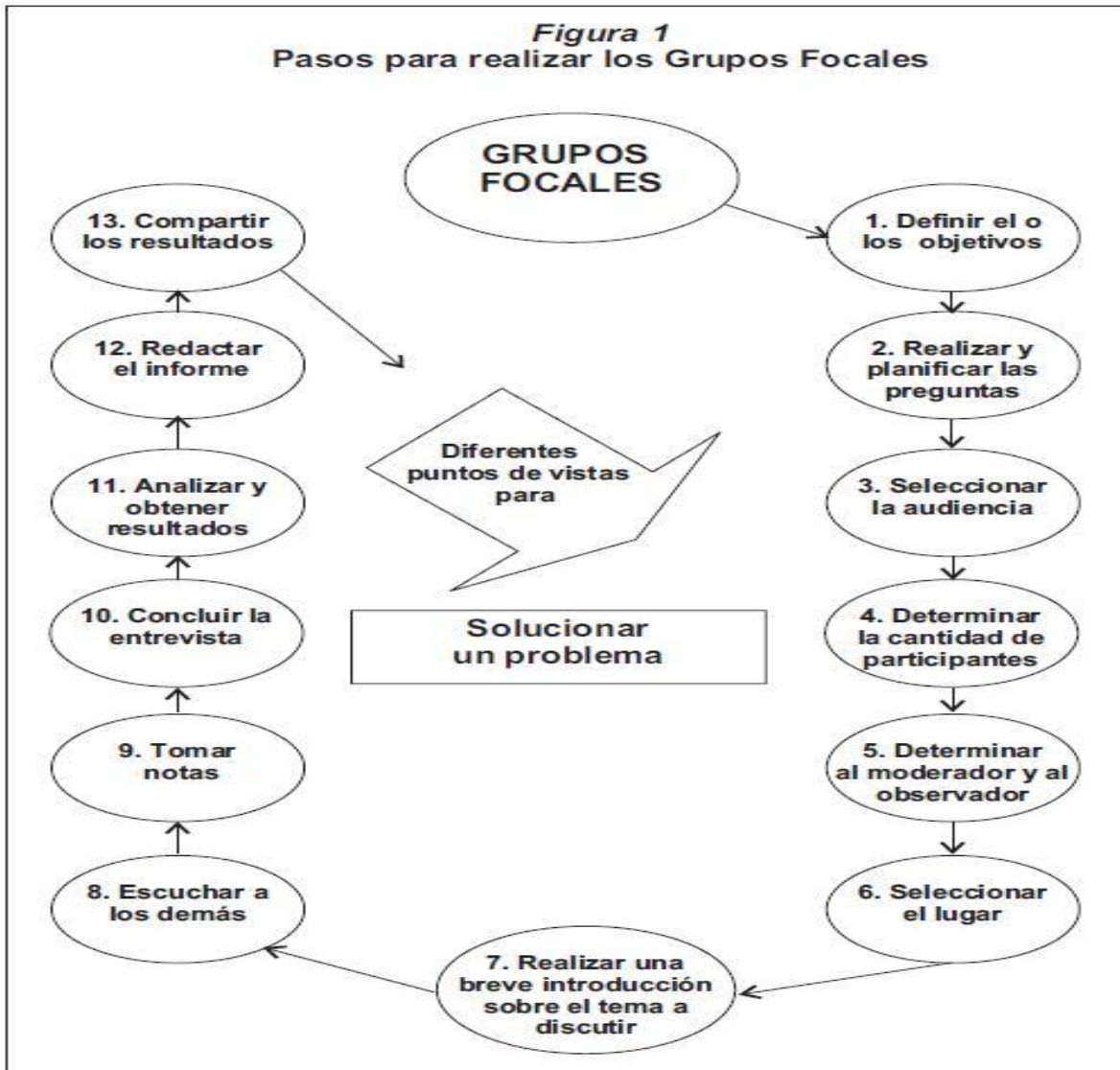
Fuente: *Elaboración Propia*

2.3.4. Grupos de enfoque (Focus Group)

La técnica de aplicar un grupo de enfoque para recolectar información primaria, según (Kotler & Armstrong, 2007) consiste en una entrevista personal en la cual se invitan de 6 a 10 personas para reunirse durante algunas horas con un entrevistador capacitado para

hablar acerca de un producto, un servicio o una organización. En este caso el entrevistador enfoca la discusión en los temas importantes.

Además (Cortéz Gómez, 2005), señala de forma esquemática los pasos para realizar una investigación mediante la técnica del grupo focal, tal y como se muestra en la siguiente figura:

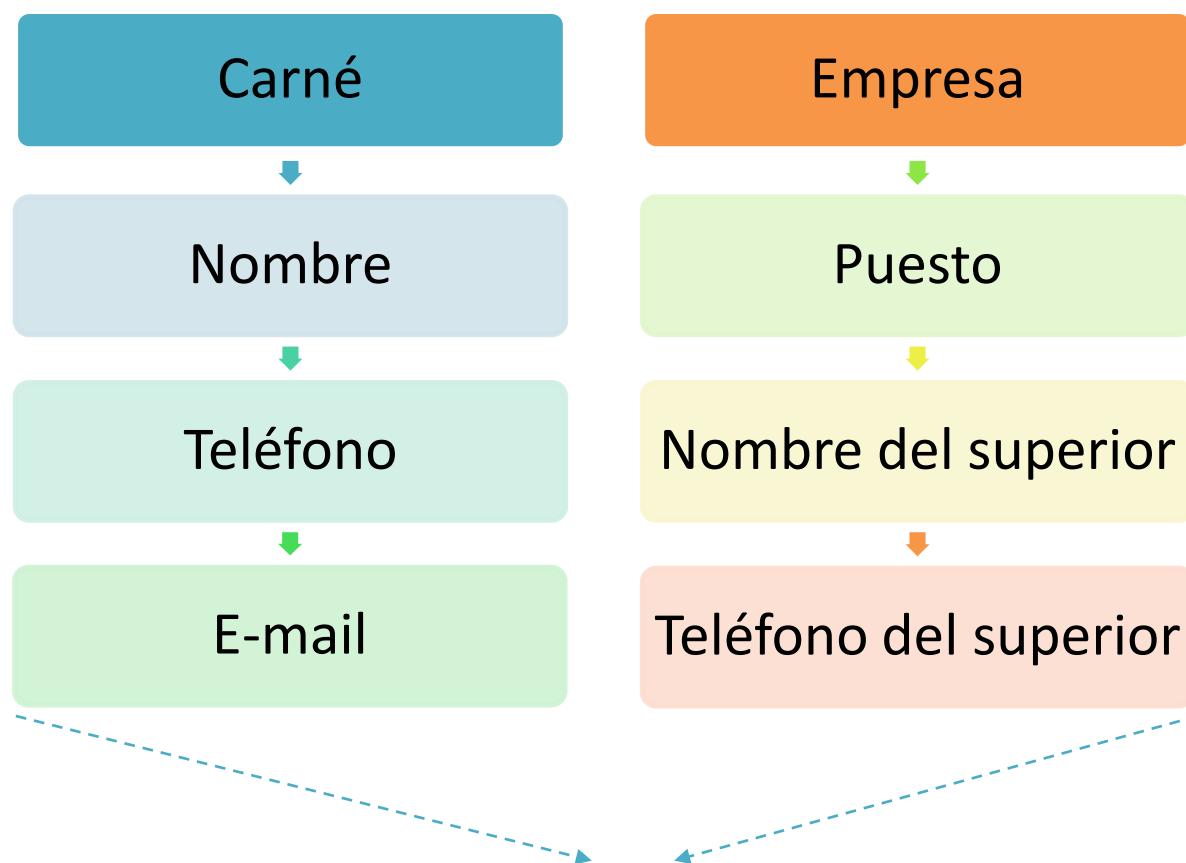


Fuente: (Cortéz Gómez, 2005)

2.3.5. Base de Datos

De acuerdo a (F. Hair, P. Bush, & J. Ortinau, 2010) la base de datos es el conjunto de información que indica qué compran los clientes, con qué frecuencia y qué cantidad. En este caso se utiliza para la creación del perfil de los egresados de la Carrera de Administración de Empresas. La cual posee variables como el número de carné, el nombre del egresado, teléfono, correo electrónico, nombre de la empresa donde trabaja, puesto que ocupa, datos del jefe inmediato entre otros

A continuación se muestra una parte de las variables de la base de datos de la Carrera:



CARRÉ	NOMBRE	TELÉFONO	E-MAIL	NOMBRE DE LA EMPRESA	PUESTO QUE OCUPA	TELÉFONO DE LA EMPRESA
20612074	MARIS LEANI JERICÁ	8157-5059 / 8495246	leani@ae-ss.com			
20612078	ARCE SALAZAR YORREILA	1323-4776	ysalazara@ae-ss.com	Duramelinda		
20612209	GINA OMACÓN ZAMERANA		gm.omascon@ae-ss.com			
20612483	LOPEZ HORRINA THALE	1555-3429	thale@ae-ss.com			
20612495	CARRELO CORRAL ANDREA	1613-7927/2471-0234	andrea@ae-ss.com			
20612494	DIEGO GÓMEZ VARGAS	1646-9487	diego@ae-ss.com			
20612496	GÓMEZ VARGAS DIEGO ANDRÉS		diego@ae-ss.com			
20612498	VARGAS ARAYA MELISSA	1421-1413	melissa@ae-ss.com	Avantiva Technologies	Asistente de Mercadeo	2419-9461 / ext 2395
20612507	SILES ULATE JOSE ROBERTO	1394-4519	rsiles@ae-ss.com			
20612641	RODRIGUEZ TORRES ROSEMARY	1461-2287/1932-2018	rosmary@ae-ss.com	Duramelinda	Duramelinda	Duramelinda
20612642	SOLÍS SORDOBA MARCIA	1699-9649	marcia@ae-ss.com	Duramelinda	Duramelinda	Duramelinda
20612624	ARCE ARGUELLO GERARDO	1324-3193	gerardo@ae-ss.com			
20612629	ROJAS FORRAS PAULA	11770-042	paula@ae-ss.com	Instituto Nacional de Aprendizaje (INA)	Ejecutora de Camara	2401-4629
20612678	ARCE CASTRO OLIVER	1261-9443 / 8434-9119	oliver@ae-ss.com			
20612676	HERNÁNDEZ CHAVEZ CAROLINA	1054-4754	carolina@ae-ss.com			
20612641	PALACIOS RODRIGUEZ ENRIQUE BELTRÁN	1814-2120	enrique@ae-ss.com	rediflex y asociada		
20612639	BLANCO ROJAS PAULA MARCELA	1242-1769	paula@ae-ss.com	Cooperativa RL	Supervisor de la zona central de San Carlos	2243-9555
20612737	VARGAS HERNÁNDEZ LUIS MIGUEL	1242-9333	luis@ae-ss.com			
20612742	ARCE MASIS KAREN VANHESA	1371-9341 / 2414-4713	karen@ae-ss.com		Caja de Anillo San Carlos	1523-4949
20612747	CORRALES HERNÁNDEZ DIANA MARÍA	2401-2499 / 8310-9512	diana@ae-ss.com		Asesora San Carlos	2419-9461
20614415	DIENE RODRIGUEZ	1993-2469 / 15077152	diene@ae-ss.com		Duramelinda	Duramelinda
20614417	HUERTAS ELINDO ANA YANET	13493848 / 83442510	ana@ae-ss.com	Asesora de Marketing		
20617402	ESPARTELOS ELINDO ANIL LUCIA	1017-4011	lucia@ae-ss.com	Operadora	Asistente de Planificación	2401-21
20619234	RUIZ SOTO JORGE DAMAZANA	1647-3465	george@ae-ss.com	Café Sotoca Saca Dilegua		24323224 / 24923101
20619703	RODRIGUEZ HIDALGO REBECA	1341-5451	rebeca@ae-ss.com			
20619756	GRANADO ORTIZ MARISIA	1966-2940	marisa@ae-ss.com	Luz Telemor Puerto Rico		2479-95-97 ext 202
20619741	ALFARO ROJAS KIMBERLY MARÍA	1023-1047	kimberly@ae-ss.com	ICE		
20619747	RAMÍREZ OMBELA ZORADA	1596-1524	zorada@ae-ss.com			
20619749	GONZALEZ FERNANDEZ ROY ADOLFO	1942-2429	roy@ae-ss.com			
20619759	ABARCA SANCHEZ AMARILY	2478-7929 / 8332-3722	amarily@ae-ss.com			
20619769	ROSA CARRANZA KAREN SOFÍA	1943-2457 / 2464-9590	karen@ae-ss.com			
20619769	ROJAS TORRES LEONOR	1241-4701 / 2443-7029	leonor@ae-ss.com			
20619744	SOLANO RODRIGUEZ HORTENSIA MARÍA	1044-2053	hortensia@ae-ss.com			
20619747	VARELA SOTO SILVIA MARÍA	2481-9070/9370-3397	silvia@ae-ss.com			
20619749	VARGAS DURAN DIANA MARÍA	1964-1944 / 1374-9131	diana@ae-ss.com			

Fuente: TEC

Ilustración 19. Base de Datos de la Carrera de AE-SSC

2.3.6. Mercado

Conjunto de todos los compradores, reales y potenciales, de un producto o servicio (Kotler & Armstrong, Marketing Versión para Latinoamérica, 2007).

Un mercado está conformado por diversas partes llamadas segmentos de mercado, que son grupos de consumidores que responden de manera similar ante determinados estímulos de mercado. Este proceso se llama segmentación del mercado, el cual es el proceso de clasificar a los clientes en grupos con necesidades, características o comportamientos propios (Kotler & Armstrong, Marketing Versión para Latinoamérica, 2007).

2.3.7. Segmentación de mercado

Según (Philip & Armstrong, 2008), el segmento de mercado consiste en dividir el mercado en distintos grupos de compradores con base en sus necesidades, características o comportamientos y que podrían requerir productos

La segmentación es el proceso por medio del cual se identifican grupos dentro de un mercado. Su propósito principal es entender cómo los grupos se distinguen según diferentes criterios. Esto significa encontrar grupos cuyos miembros son lo más similares posible (por ejemplo, que tengan mismas necesidades y motivos), y lo más diferentes de otros grupos.

En este caso el segmento de mercado son los egresados del grado de Bachillerato de la Carrera de Administración de Empresas del TEC, SSC, los cuáles se dividen según el número de carné; es decir el año de ingreso a la sede. Del grado de bachillerato existen 312 graduados, de los que para el 2004 fue el año en el que ingresaron más estudiantes a la Carrera para un total de 30.

En el siguiente cuadro se muestra la cantidad de egresados según año de ingreso:

Cantidad de Egresados con Bachillerato	
1994	18
1995	7
1996	17
1997	23
1998	7
1999	19
2000	20
2001	18
2002	18
2003	10
2004	30
2005	19
2006	26
2007	29
2008	26
2009	25
Total	312



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3. Egresados de Bachiller en AE-SSC

Sin embargo, en lo referente al presente estudio de mercado sólo se tomarán los egresados del grado de Bachillerato y que pertenezcan a las últimas diez generaciones del año 2000 al 2009, siendo éstas últimas las más actualizadas en la base de datos de la Carrera de AE-SSC.

2.3.8. Marketing

Proceso mediante el cual las compañías crean valor para los clientes y establecen relaciones estrechas con ellos, para recibir a cambio valor de los clientes (Kotler & Armstrong, Marketing Versión para Latinoamérica, 2007).

2.3.9. Mezcla de Mercadotecnia

Conjunto de herramientas de marketing tácticas y controlables producto, precio, plaza y promoción que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta (Philip & Armstrong, 2008).

A continuación se definirán las “cuatro P” de la mezcla de marketing:

- **Producto:** Se refiere a la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta. Este bien lleva a satisfacer un deseo o una necesidad mediante un producto que sería tangible o un servicio que viene a ser intangible pero que cubre una necesidad latente en el mercado.
- **Precio:** Es la cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener el producto (Philip & Armstrong, 2008). También se puede definir como el valor que se le asigna a un objeto intercambiado entre el comprador y el vendedor (Ferrell, A.Hirt, & Ferrell, 2010).

Este elemento de la mezcla de mercadeo ha sido el más influyendo en las decisiones de los compradores incluidas la calidad del producto o servicio brindado.

- **Plaza:** También denominado distribución; incluye las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición de los consumidores meta.

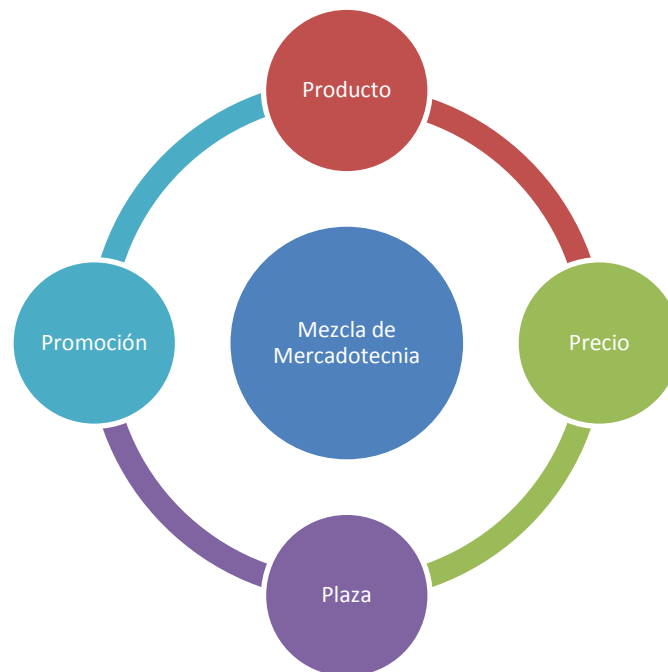
Es importante mencionar que en este sentido no vale de nada poseer un excelente producto, comunicación u otros si la distribución del producto es de cierta manera ineficiente ya que este aspecto es el que vendrá a darle agilidad a la llegada del

producto al cliente final (Philip & Armstrong, 2008). Además es importante mencionar que la prestación de un servicio, siempre surge de una necesidad que según (Kotler & Armstrong, 2007), se define como un estado de carencia percibida, la cual genera que las personas busquen satisfacer esta falta a través de sus negocios ya que ellos compensan esta falta mediante el deseo que son las formas que adquiere una necesidad humana moldeada por la cultura y por la personalidad del individuo (Kotler & Armstrong, 2007).

- **Promoción:** Comprende actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta de comprarlo.

Con esta variable la empresa busca comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados los productos que la empresa está ofreciendo (Philip & Armstrong, 2008).

En la siguiente figura se muestra las cuatro P de la mezcla de mercadeo:



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 20. Mezcla de Mercadotecnia

Para el desarrollo del estudio de mercado, es importante tratar la mezcla de mercadotecnia ya que como producto de esta investigación la idea es generar una

descripción de la misma. Por ejemplo el producto esperado del estudio sería; la base de datos actualizada, estudio seguimiento de egresados actualizado, el perfil en la red social de Facebook con sus respectivos grupos divididos por generación, toda la estructura o el planeamiento para la realización de un Focus Group y la base de datos de empresas de la zona.

2.3.10. Clientes

De acuerdo a (Kotler & Armstrong, 2007), los mercados de consumidores, negocios, distribuidores consisten en individuos, hogares y negocios que compran bienes y servicios para uso personal, para proceso de producción o para revenderlos a cambio de una ganancia.

2.3.11. Satisfacción del cliente

Según (Kotler & Armstrong, 2007) se define como el grado en que el desempeño percibido de un producto coincide con las expectativas del comprador.

En el presente estudio se desea evaluar el nivel de satisfacción que posee el estudiante egresado de la carrera, en lo referente a su trabajo y salario actual, así como también el grado de satisfacción que posee en lo que respecta a la Carrera de Administración y de la educación recibida.

2.3.12. Competidores

Según (Kotler & Armstrong, 2007) para tener éxito una compañía debe ofrecer mayor valor y satisfacción a sus clientes, en comparación con sus competidores.

Debido a que dependiendo de lo que el cliente quiere y de lo que las empresas ofrecen así los consumidores van a preferir una u otra empresa.

En ese caso la Carrera de Administración de Empresas posee muchos competidores debido a que en Costa Rica existen muchas universidades tanto públicas como privadas que imparten esta carrera. Por ejemplo la UCR es un importante competidor ya que se encuentra ubicada en varias zonas del país.

Como se muestra en la siguiente imagen:



Fuente: UCR

Ilustración 21 Mapa ubicación UCR

Además es relevante mencionar algunas de las Instituciones privadas de Educación Superior que imparten esta carrera, como las que se muestran en el siguiente cuadro:

	Universidad San Marcos
	Universidad Internacional de la Américas
	Universidad Católica
	Universidad de la Salle
	Universidad Tecnológica Costarricense
	Universidad Adventista de Centroamérica
	Universidad del Valle
	Universidad de Ciencias Empresariales

Fuente: (UniversidadesCR.com)

Ilustración 22. Universidades Privadas

2.3.13. Estrategia

De acuerdo a (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2008), una estrategia consiste en un conjunto de compromisos y acciones, integrados y coordinados, diseñados para explotar las competencias centrales y lograr una ventaja competitiva.

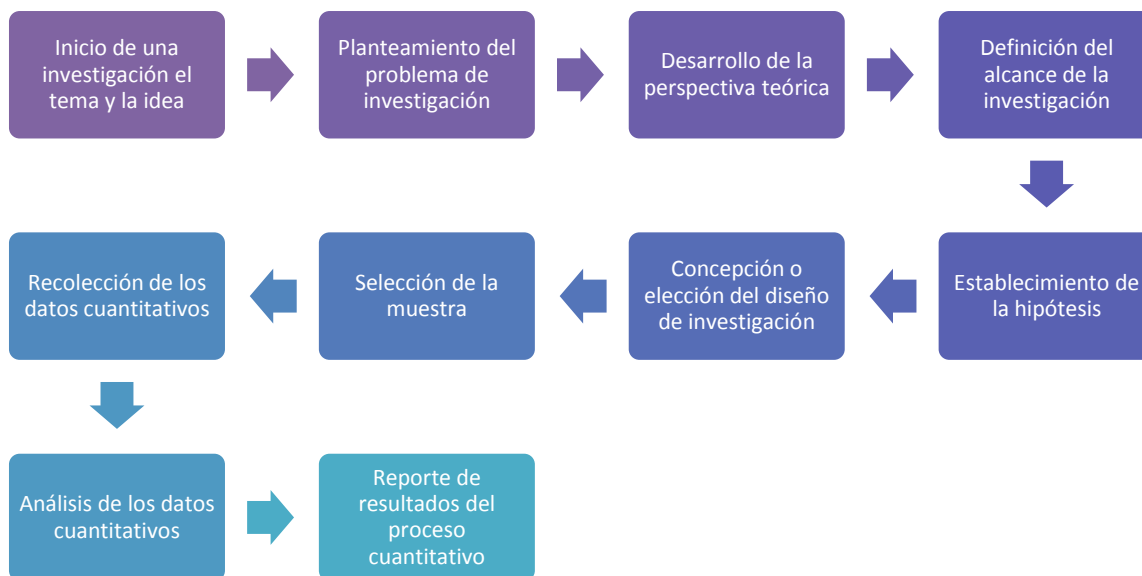
Debido a esto, en la presente investigación se implementan algunas de las estrategias que fueron propuestas en el estudio realizado en el 2012; las cuales se consideran importantes para el accionar de la Carrera de Administración de Empresas. Además se hace la propuesta de tres estrategias que basadas en el compromiso de mejoramiento de la Carrera, faciliten el contacto con los egresados de esta institución, ([ver matriz estratégica](#)).

2.4. Metodología

Es importante conocer todos aquellos términos que nos llevan a tener una mejor claridad de cómo llevar a cabo el proceso de investigación de mercados ya que en ocasiones puede ser confuso para la persona que desarrolla el estudio. Por esta razón a continuación se muestran algunos conceptos que dan a conocer todos aquellos temas más relevantes y que facilitan la comprensión del mismo:

2.4.1. Proceso de la investigación

Cuando se desarrolla una investigación ya sea cuantitativa, cualitativa (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) se deben seguir una serie de pasos que facilitan el desarrollo del estudio ya que llega a ser como una guía; entre los que se encuentran:



Fuente: Elaboración Propia

2.4.2. Tipos de investigación

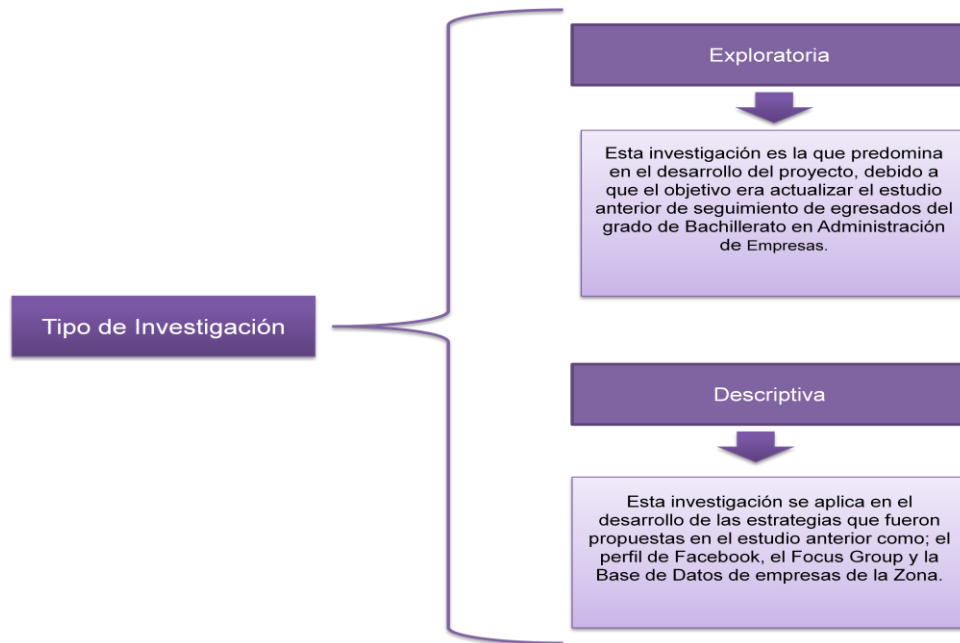
Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) existen cuatro tipos de investigación. Sin embargo, este autor los denomina alcances, los cuales se deben tener en cuenta en el proceso de investigación cuantitativa ya que se definen dependiendo de la estrategia que emplea para el desarrollo de la investigación:

- **Investigación Exploratoria**

Esta investigación se realiza cuando el objeto de estudio consiste en examinar un tema o problema poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas y no se ha abordado antes. O según (F. Hair, P. Bush, & J. Ortinau, 2010) se define como un estudio para generar ideas que sirvan para definir el problema y aumentar el conocimiento de los motivos, actitudes y conductas de los consumidores.

- **Investigación Descriptiva**

Esta investigación busca describir mejor los problemas o situaciones de marketing, como el potencial de mercado para un producto, o las características demográficas y las actitudes de los consumidores (Kotler & Armstrong, 2007).

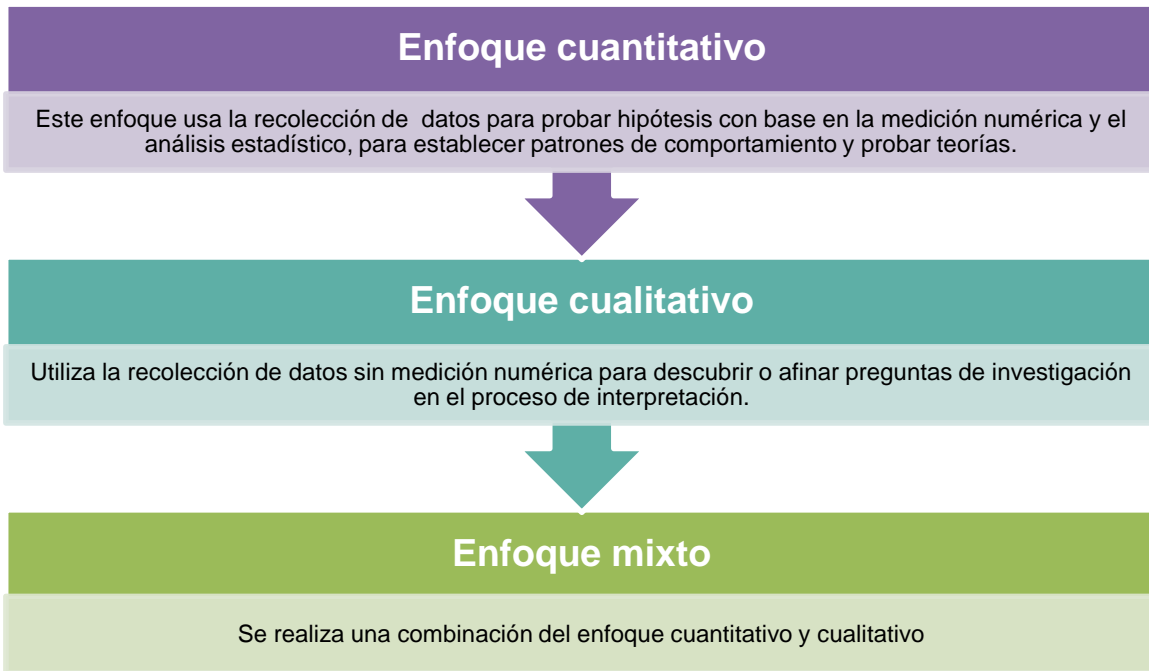


Fuente: Elaboración Propia

Mediante este tipo de investigación se pretende dar solución al problema planteado y del cual surge este estudio ya que se pretende implementar algunas estrategias para el seguimiento del egresado y la vez generar nuevas estrategias que en conjunto planteen alternativas de solución al problema.

2.4.3. Enfoque de la investigación

Existen tres enfoques en los cuales se puede desarrollar una investigación las cuales pueden ser cuantitativa, cualitativa y mixto (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).



Fuente: Elaboración Propia

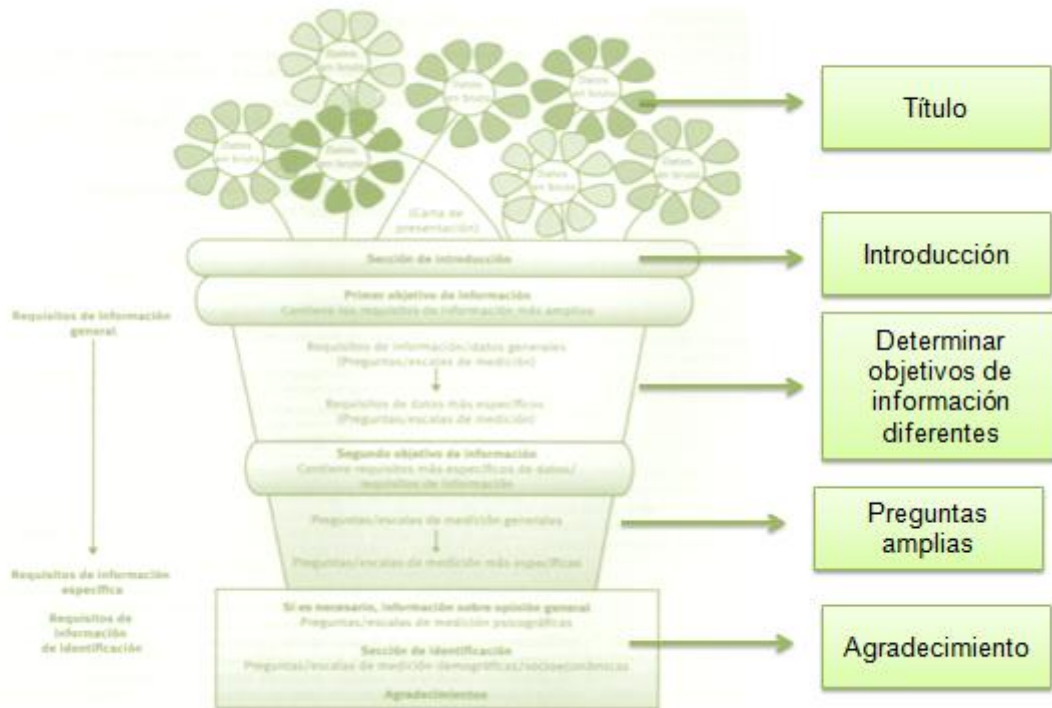
2.4.4. Instrumentos de medición

Se refiere a todos aquellos instrumentos de medición que se utilizan para recolección de información de tipo cuantitativa. Los cuales deben cumplir con los requisitos de confiabilidad, validez y objetividad. Existen diversos tipos de instrumentos de medición, sin embargo el procedimiento para construirlos y aplicarlos es semejante.

2.4.5. Cuestionarios

Este es el instrumento más utilizado para la recolección de datos. De acuerdo a (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010); consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Los tipos de pregunta que se deben emplear pueden ser de dos tipos cerradas o abiertas.

Para el desarrollo de un cuestionario bien estructurado, existe el método del florero; denominado así por los autores (Bush & Ortinau, 2010), debido a que los datos fluirán de un nivel de información más específica y terminará con los datos de identificación. Tal y como se muestra en la siguiente ilustración:



Fuente: Elaboración Propia, basado en (Bush & Ortinau, 2010)

Ilustración 23. Método del florero

La finalidad del cuestionario es obtener, de manera sistemática y ordenada, información acerca de la población con la que se trabaja, sobre las variables objeto de la investigación o evaluación.

2.4.6. Fuentes de información

Para la obtención de datos relevantes en el desarrollo de una investigación se y según el nivel de información que proporcionan pueden ser fuentes primarias o secundarias o terciarias (Hernández S., Fernández C., & Baptista L., 2006).

- **Fuente Primaria**

Proporciona datos de primera mano, ya que se trata de documentos de información original que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por alguien más, además componen la colección básica y pueden encontrarse

en formato tradicional impreso como lo son los libros, antologías, artículos...así como también en artículos de periódicos, testimonios de expertos, documentales entre otros (Silvestrini Ruiz, 2008).

- **Fuente secundaria**

Es aquella información primaria que ha sido sintetizada y reorganizada, ya que son listas, compilaciones y resúmenes de referencias (Hernández S., Fernández C., & Baptista L., 2006).

Es importante tener en cuenta que se debe hacer referencia a ella cuando no se puede utilizar una fuente primaria por una razón específica, cuando los recursos son limitados y cuando la fuente es confiable. La utilizamos para confirmar nuestros hallazgos, ampliar el contenido de la información de una fuente primaria y para planificar nuestros estudios.

- **Fuente Terciaria**

Esta se trata de documentos donde se encuentra registradas referencias a otros documentos de características diversas y que compendian nombres y títulos de revistas y otras publicaciones periódicas (Hernández S., Fernández C., & Baptista L., 2006).

Para que una investigación sea más certera es importante utilizar fuentes de información de carácter confiable, por lo que en este caso la más recomendable sería la fuente primaria ya que genera un mayor grado de confianza.

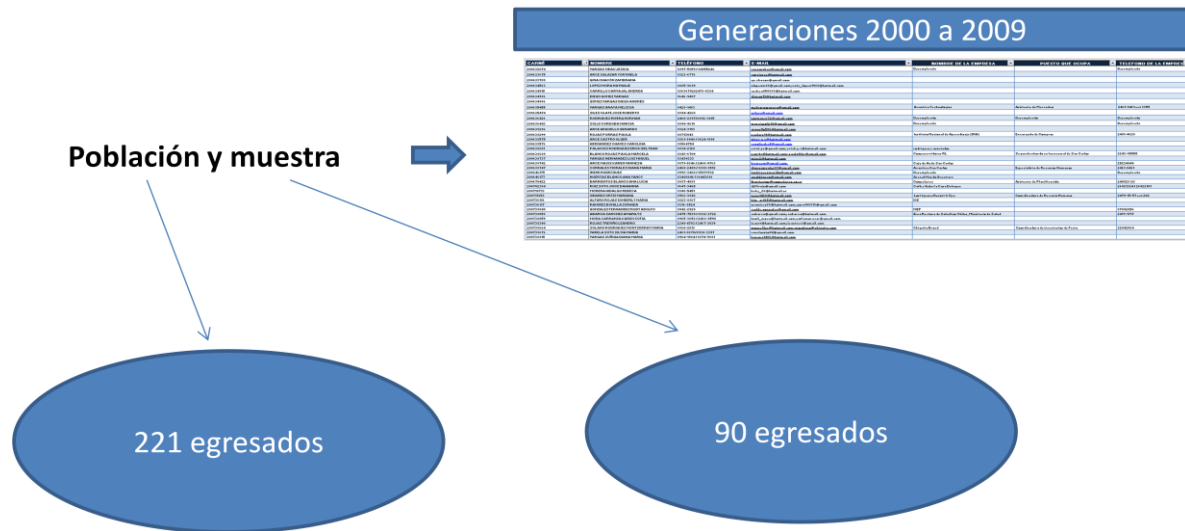
2.4.7. Plan de muestreo

En la mayoría de investigaciones realizamos un estudio de una muestra de la población debido a que en poblaciones muy grande es difícil abarcar todos los miembros que la conforman, por lo que analizando el comportamiento de una parte significativa puede que se obtenga el dato esperado con el fin de tomar una decisión.

Por lo tanto para seleccionar una muestra se debe definir la unidad de análisis (individuos, organizaciones, periódicos, comunidades....)

2.4.8. Muestra

Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) la muestra se define como un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de ésta. En este estudio la muestra corresponde a 90 egresados de 221 que es la población total pertenecientes a las generaciones del 2000 a 2009; tal y como se muestra en la siguiente ilustración:



Fuente: Elaboración Propia

Asimismo la muestra se categoriza en dos grandes ramas:

- **Muestra probabilística**

Hace referencia a que en el subgrupo de la población cualquiera de los elementos tiene la misma posibilidad de ser elegidos. Y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra. Los tipos de muestra probabilística son: aleatoria simple, estratificada y muestra por racimos.

Muestra aleatoria simple	Cada uno de los miembros de la población tiene la misma probabilidad conocida de ser elegido.
Muestra aleatoria estratificada	Se divide a la población en grupos

Muestra por racimos(área)	mutuamente excluyentes (como grupos de edades), y se obtienen muestras aleatorias de cada grupo.
	Se divide a la población en grupos mutuamente excluyentes (como por cuadras) y el investigador saca una muestra de los grupos que entrevistará.

Fuente: (Kotler & Armstrong, 2007)

- **Muestra no probabilística o dirigida**

En este caso la elección de los elementos del subgrupo de la población no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación. Esta puede ser por conveniencia, juicio o por cuotas.

Muestra por conveniencia	El Investigador selecciona a los miembros de la población de quienes será más fácil obtener información.
Muestra de juicio	El Investigador utiliza su juicio para seleccionar a los miembros de la población que sean buenos prospectos para obtener información precisa.
Muestra por cuotas	El Investigador localiza y entrevista a un número predeterminado de sujetos en cada una de las diferentes categorías.

Fuente: (Kotler & Armstrong, 2007)

Capítulo III

METODOLOGÍA



TEC

En el siguiente apartado se detalla la metodología que se aplica en el desarrollo de la investigación, así como el proceso que se realizó para alcanzar el objetivo deseado.

A continuación, se especifica el tipo de investigación, las fuentes de información y el método de recolección de información que se utilizaron para el desarrollo del estudio de mercado, permitiendo así tener una idea más consistente del por qué fue elegido cada uno de los elementos a considerar y por qué se utilizaron en dicha investigación y que permiten de una u otra forma brindar una justificación sustancial y concisa del formato de la metodología.

3.1. Tipo de Investigación

Tomando en cuenta la naturaleza del estudio y la metodología que se estructura para el mismo, se puede identificar que para este trabajo el tipo de investigación es de carácter exploratorio-descriptivo, sin embargo predomina la investigación exploratoria ya que es un tema del cual se pretende profundizar y se piensa obtener un análisis sobre la causa del problema del estudio y a la vez conocer las necesidades de los egresados de la Carrera de Administración de Empresas del TEC SSC, con el fin de buscar posibles soluciones a estas necesidades.

Mediante la investigación exploratoria se desea saber cómo se encuentran los egresados en el campo laboral, su nivel de satisfacción referente al empleo que poseen y así como también conocer qué opinión generan estos graduados de la Carrera y de qué tan útil ha sido para ellos una vez adentrados al mercado laboral.

Por otro lado, se hace uso de la investigación descriptiva en el tanto se logra determinar posibles alternativas que puedan dar solución al problema planteado y del cual surge esta tesis, entre estas se identifican estrategias que surgieron del estudio anterior como la creación de un perfil en Facebook, la actualización de la base de datos de egresados que posee AE-SSC, además la creación de una base de datos de empresas de la zona, para estas acciones se sigue un proceso de descripción y detalle para un adecuado planteamiento e implementación de las mismas basados en el entorno actual.

3.2. Fuentes de Información

La información obtenida es de dos tipos de fuentes: primarias y secundarias. Las cuales se detallan a continuación:

3.2.1. Fuente Primaria

La fuente de información primaria son los resultados obtenidos a través de la herramienta del cuestionario ([Ver apéndice 1. Cuestionario población de graduados](#)), el cual fue enviado a los egresados mediante un enlace vía correo electrónico, cuyo fin es conocer el perfil del egresado del grado de Bachillerato en Administración de Empresas, situación en el mercado laboral, opinión acerca de la institución de egreso así como sus necesidades laborales y profesionales. El cuestionario brindó información importante para la investigación y permitió tener un análisis más profundo del tema en estudio. Además se hicieron consultas telefónicas a algunos egresados sobre sus correos electrónicos, con el propósito de actualizar este dato y enviarle el enlace de la encuesta.

3.2.2. Fuente Secundaria

También se necesita información complementaria que ayude en el proceso de recolección de información. Dentro de los datos secundarios utilizados en esta investigación se encontraron distintas formas de información, las principales se definen a continuación:

- Base de datos de egresados que posee AE-SSC, que permiten ver la cantidad de graduados desde el año 1998 hasta ahora.
- Revisión bibliográfica sobre temas relacionados con marketing, investigación de mercados; así como la revisión del trabajo final de graduación relacionado con el tema en estudio, elaborado por Juliana Gómez Quesada, titulado “Investigación de mercado, Egresados Carrera de Administración de Empresas, Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos”. Dicha información se considera una guía y material de apoyo para la realización del presente estudio.
- Datos, panfletos, presentaciones e información brindada por los diferentes profesores de la Carrera de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos.

- Plan de mejoramiento de la Carrera de Administración de Empresas en la Sede San Carlos.

3.3. Sujetos de Estudio

Para el desarrollo de la investigación el principal sujeto de estudio lo constituyen los estudiantes egresados del grado de Bachillerato de la Carrera de Administración de Empresas del TEC, SSC (que ingresaron en la Carrera entre los años 2000 a 2009), estos contactos se obtuvieron mediante la base de datos de graduados de los diferentes programas académicos que posee la Escuela ([Ver apéndice 4. Base de Datos de Egresados](#)).

Los egresados de Bachillerato suministraron la información pertinente para el proceso de investigación con el fin, de que la Carrera pueda tener una visión más clara sobre los perfiles de los profesionales que se gradúan de la misma y que en paralelo se conozcan sus necesidades a nivel laboral y profesional.

3.4. Determinación de la Muestra

La muestra para la aplicación del instrumento de recolección de información generado y el cálculo de la misma se resume de la siguiente manera:

Se utilizó un nivel de confianza del 90% conjugado con un error aceptable del 6.7%; como se muestra en la siguiente tabla:

p	Varianza	Nivel de Confianza 90%	Error máximo	N
0.5	0.25	1.65	0.067	221
n final finita	90			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4. Datos para determinar la muestra

3.4.1. Fórmula para el cálculo de la muestra

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

$$n = \frac{0.5(1-0.5)}{\frac{0.067^2}{1.65^2} + \frac{0.5(1-0.5)}{221}}$$

Donde:

N= Total de la población

n= Tamaño de la muestra

Z=Nivel de confianza

P= Proporción esperada de éxito

E= Límite aceptable de error muestral

De un total de 221 egresados del grado de Bachillerato en Administración de Empresas, se le aplicó la encuesta a una muestra de 91 graduados de las diferentes generaciones del 2000 al 2009.

Egresados	
Generación	Cantidad de Egresados
2000	20
2001	18
2002	18
2003	10
2004	30
2005	19
2006	26
2007	29
2008	26
2009	25

Total 221 Egresados



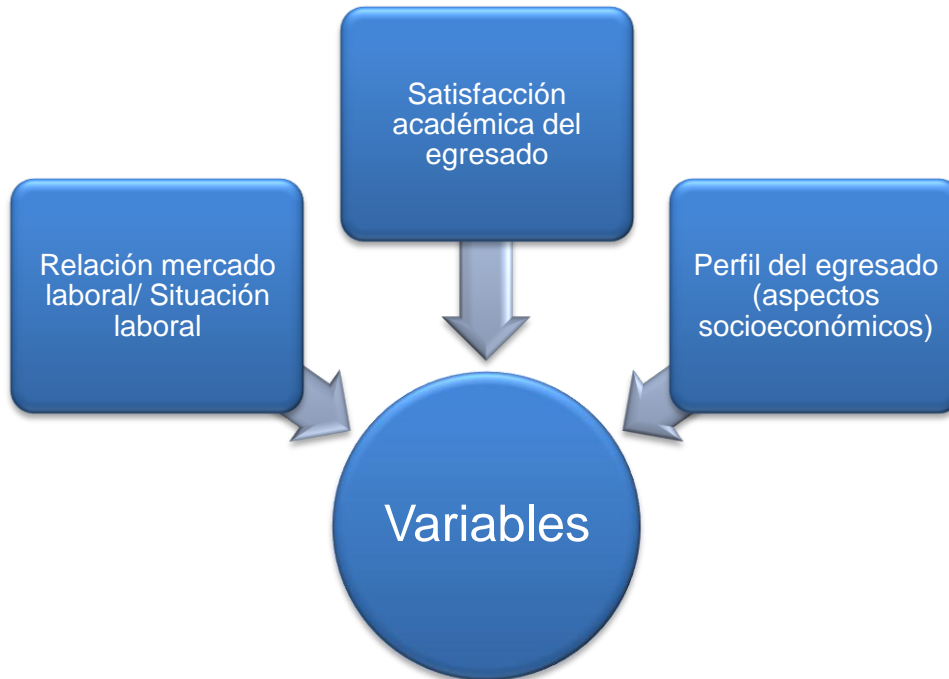
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5. Egresados de bachillerato de AE

3.5. Variables del Estudio

Existen dos tipos de variables cualitativas y cuantitativas, en este estudio de mercado se emplearon ambas, debido a que eran necesarias para actualizar el perfil de los egresados de esta Carrera. Algunas de las variables que se utilizaron fueron: puesto que desempeña en la empresa, nivel salarial, tiempo que tardó para ser contratado, nivel de satisfacción en su empleo, edad en años cumplidos entre otras que servirán tanto a la AE-SSC como a los estudiantes actuales y futuros ya que será una base para ver en qué puede mejorar la Carrera a futuro.

En la siguiente figura se muestran las variables en que se divide el cuestionario aplicado:



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 24. Variables del estudio

3.6. Método de recopilación de datos

Existen diversas técnicas de recolección de información cuando se desea realizar una investigación de mercado sin embargo, se debe seleccionar la más adecuada dependiendo del tipo de estudio.

Para este caso, la técnica más adecuada es la aplicación de un cuestionario que sirva para recopilar datos sobre la situación laboral de los egresados más recientes, con el fin de obtener indicadores de su desempeño profesional. En este caso la herramienta que se utilizó fue el cuestionario, el mismo fue elaborado de manera estructurada, esto con el objetivo de tener una ventaja significativa a la hora de tabular y analizar la información brindada por los egresados del Bachillerato de la Carrera de Administración de Empresas, Sede San Carlos.

En este cuestionario se detallan 38 preguntas que dan respuesta al problema en estudio ([Ver apéndice 1. Cuestionario población de graduados](#)).

El cuestionario utilizado se estructura de manera que de respuesta a los siguientes temas: relación con el mercado laboral (incluye la situación laboral del egresado), la relación con la institución de egreso (incluye satisfacción con los servicios educativos que le proporcionó el Tecnológico de Costa Rica, más específico del Bachillerato de la Carrera de Administración de Empresas en la Sede San Carlos), el perfil del egresado (datos socioeconómicos, demográficos, antecedentes académicos, etc.) y sobre los estudios que realizó.

El cuestionario elaborado presenta dos tipos de preguntas; se utilizaron las preguntas abiertas con el fin de obtener información valiosa referente a la opinión de los egresados y brindarles un espacio en el cual estos puedan dar su opinión, sugerencias, molestias, entre otros, del Bachillerato de la Carrera de Administración de Empresas en la Sede San Carlos.

Junto a las preguntas abiertas se utilizaron preguntas de selección múltiple, las cuales nos permiten enmarcar la opinión del entrevistado en diversas categorías de clasificación permitiendo así que se logre el posicionamiento de las opiniones de los egresados.

Es importante mencionar que el cuestionario aplicado tuvo que pasar por un período de aprobación y de verificación aplicándolo a tres egresados de la Carrera, del cual se recibieron una serie de observaciones y sugerencias ([Ver apéndice 2. Observaciones Prueba Piloto](#)), esto con el fin de comprobar que la estructura del mismo fuera la adecuada y que se ajustara de la mejor manera a la investigación.

El instrumento de recolección de información se aplicó vía correo electrónico, el cual fue enviado a cada uno de los egresados de las generaciones del 2000 a 2009 que se encontraban en la base de datos y a los egresados cuyos datos estaban desactualizados se procedió a llamarlos y consultarles el correo electrónico para enviarles el enlace de la encuesta. Sin embargo, hubo personas que no se les pudo contactar mediante estas dos vías, por lo que se procedió a enviarles el enlace a través de un mensaje en la red social de Facebook.

A continuación se muestra el mensaje que se envió con el enlace del cuestionario desde la Coordinación de la Carrera:

Asunto: Saludos del TEC y solicitud de la Carrera AE-SSC

Estimado(as) Egresados(as)

Un gusto saludarles. Les comento que la Carrera de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos, se encuentra haciendo un estudio para dar seguimiento a los egresados del grado de Bachillerato de AE, La misma tiene el propósito de conocer detalladamente la opinión, que usted como egresado del Bachillerato en Administración de Empresas tiene al respecto. Así mismo, se desea conocer el perfil y las necesidades profesionales y laborales que presentan como egresados(as) de la Carrera, con el fin de dar el seguimiento y atención de estas necesidades de actualización profesional. El estudio se está haciendo mediante la Práctica de Especialidad de la estudiante Alicia Matuz, por lo que les agradezco mucho la colaboración que nos puedan dar.

Se le agradece de antemano la información

Encuesta adjunta en el siguiente enlace: <https://docs.google.com/forms/d/1oUsiDCWsdq-gyDpcj7RSOM8T1kG02L39nUr2ZtGYUe4/viewform>

Tabla 6. Mensaje enviado con la encuesta a egresados

3.7. Etapas de la Investigación

Para el desarrollo de la investigación se llevaron ciertas etapas que una a una fueron dando forma y contenido al presente estudio. Además el formato del trabajo de investigación está dividido por capítulos en lo cual se fueron desarrollando cada uno de esos pasos.

A continuación se detallan las etapas con sus respectivos pasos que, facilitaron la realización de esta investigación:

Etapa 1: Planeación de la Investigación

En esta etapa se incluyen los tres primeros capítulos de la investigación entre los que se encuentran:

a) Desarrollo Capítulo I. Generalidades de la Investigación

En primera instancia sólo se tenía la idea o el tema del estudio, por lo que se procedió a definir el problema que dio origen al estudio. De igual manera, se plantearon el objetivo general y los objetivos específicos para dar solución al problema. Los cuales fueron sometidos a validación por parte de la Escuela de Administración de Empresas. Además, se realizó una descripción de la empresa en donde se ejecuta el estudio, en este caso el (TEC), del cual se detalló la estructura organizacional, actividad productiva, misión y visión, antecedentes así como la estructura organizacional del departamento es decir, funciones y organización de la Escuela de Administración de Empresas y por último se definió el alcance del estudio y sus respectivas limitaciones.

b) Desarrollo Capítulo II. Marco Teórico

En este apartado se presentaron todos aquellos conceptos que fundamentan el estudio de mercado, el cual se dividió en términos de administración, de gestión universitaria, mercadotecnia y conceptos de metodología.

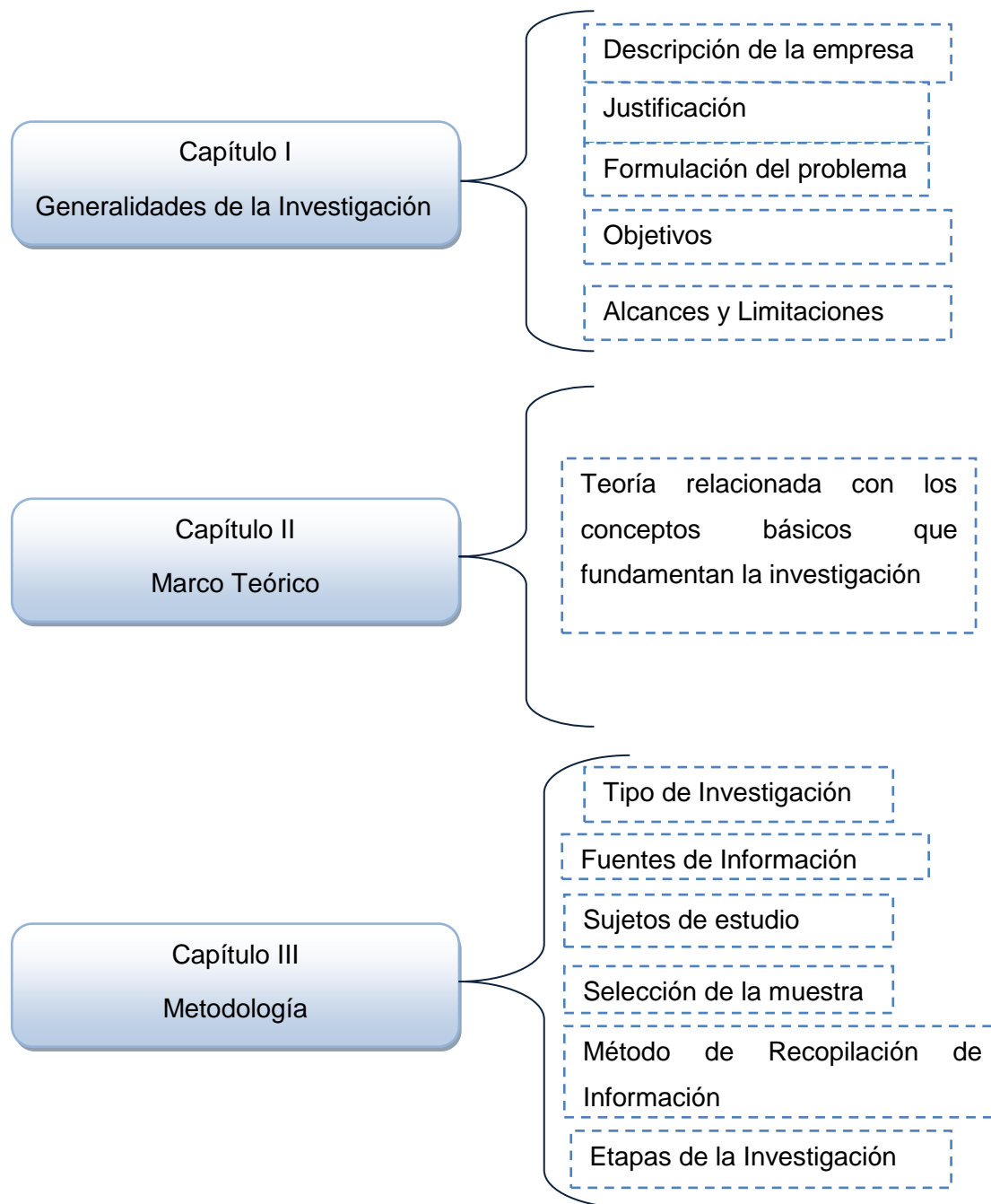
c) Desarrollo Capítulo III. Metodología

Se determinó que el tipo de investigación que más se adapta al estudio es de tipo exploratorio y para el desarrollo de la investigación se utilizaron tanto fuentes primarias como secundarias.

Se conoce que el principal sujeto de estudio es el egresado del grado de Bachillerato en Administración de Empresas del TEC, SSC que en total son 221 graduados. En primera instancia se envió los correos a la población total de egresados de Bachillerato que posee la Escuela en la base de datos.

El instrumento de recopilación de datos que se eligió fue el cuestionario, el cual se envió a los egresados mediante un link a su respectivo correo electrónico.

En el siguiente esquema se muestra un resumen de los capítulos mencionados anteriormente:



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 25. Esquema Resumen I de las Etapas de investigación

Etapa 2: Recopilación de Datos

Mediante el envío del enlace de la encuesta a sus correos se recolectó la información necesaria para el desarrollo de la investigación. La encuesta se diseñó en la herramienta de Google Drive.

El cuestionario fue enviado a la totalidad de los egresados de los que se tenía contacto actualizado y que habían ingresado al programa de Bachillerato en Administración de Empresas en la Sede San Carlos que correspondía a un total de 221 personas.

Aunque en inicio se procuraba efectuar un censo, sin embargo con el avance de la investigación, se determinó un nivel de respuesta bajo, por lo que se sacó una muestra de la población, que resulta igualmente válido para la investigación, pero que se ajusta a lo que el tiempo y recursos podría abarcar la presente investigación, por lo que se estableció la muestra indicada.

Etapa 3: Tabulación de resultados

Después de haber enviado el cuestionario y de tener la información recolectada, se procedió a tabular la misma mediante la ayuda de la herramienta de Google Drive, el cual tabula en una hoja de Excel. Posteriormente para las preguntas de opción abierta, se realizó una comparación de cuáles fueron las respuestas más relevantes y necesarias para el egresado, se procedió a elaborar un gráfico, con el fin de visualizar cada interrogante del cuestionario y la información recolectada de manera resumida.

Etapa 4: Descripción y análisis de resultados

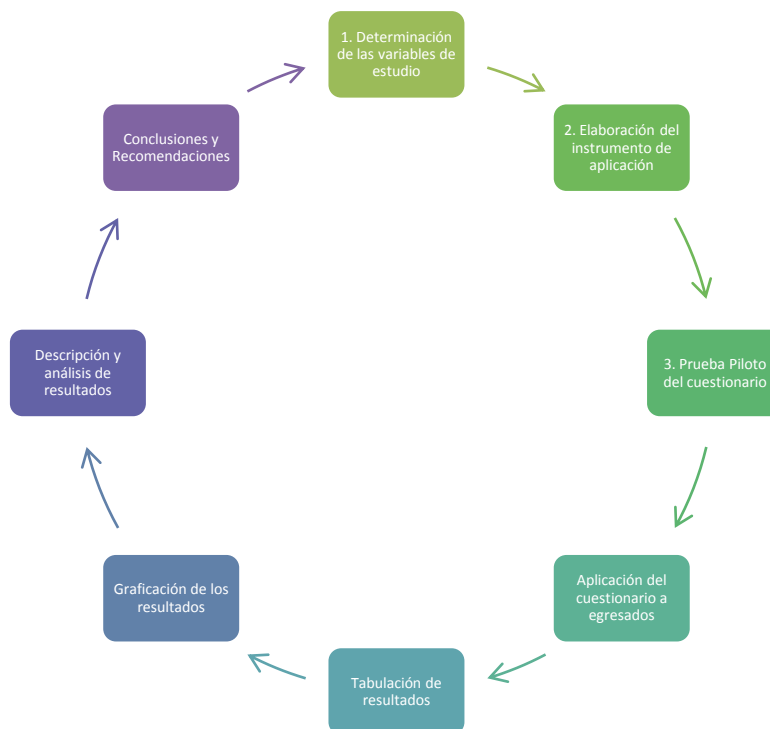
Una vez recolectados los datos de la investigación se procedió al análisis de la información, dentro de este análisis se tomaron diversos aspectos importantes para generar un resultado interesante y concreto para la AE-SSC.

Para lo anterior se contempló lo siguiente:

- ✓ Descripción y análisis de los gráficos de cada una de las variables del estudio.

- ✓ Implementación de algunas de las estrategias del estudio de seguimiento de egresados realizado en el 2012 y a la vez con la presente investigación se definieron nuevas estrategias para mantener contacto con estos graduados.
- ✓ De acuerdo a los objetivos planteados en la investigación, y después de un análisis previo de los datos obtenidos, se determinaron las conclusiones y recomendaciones respectivas del estudio.

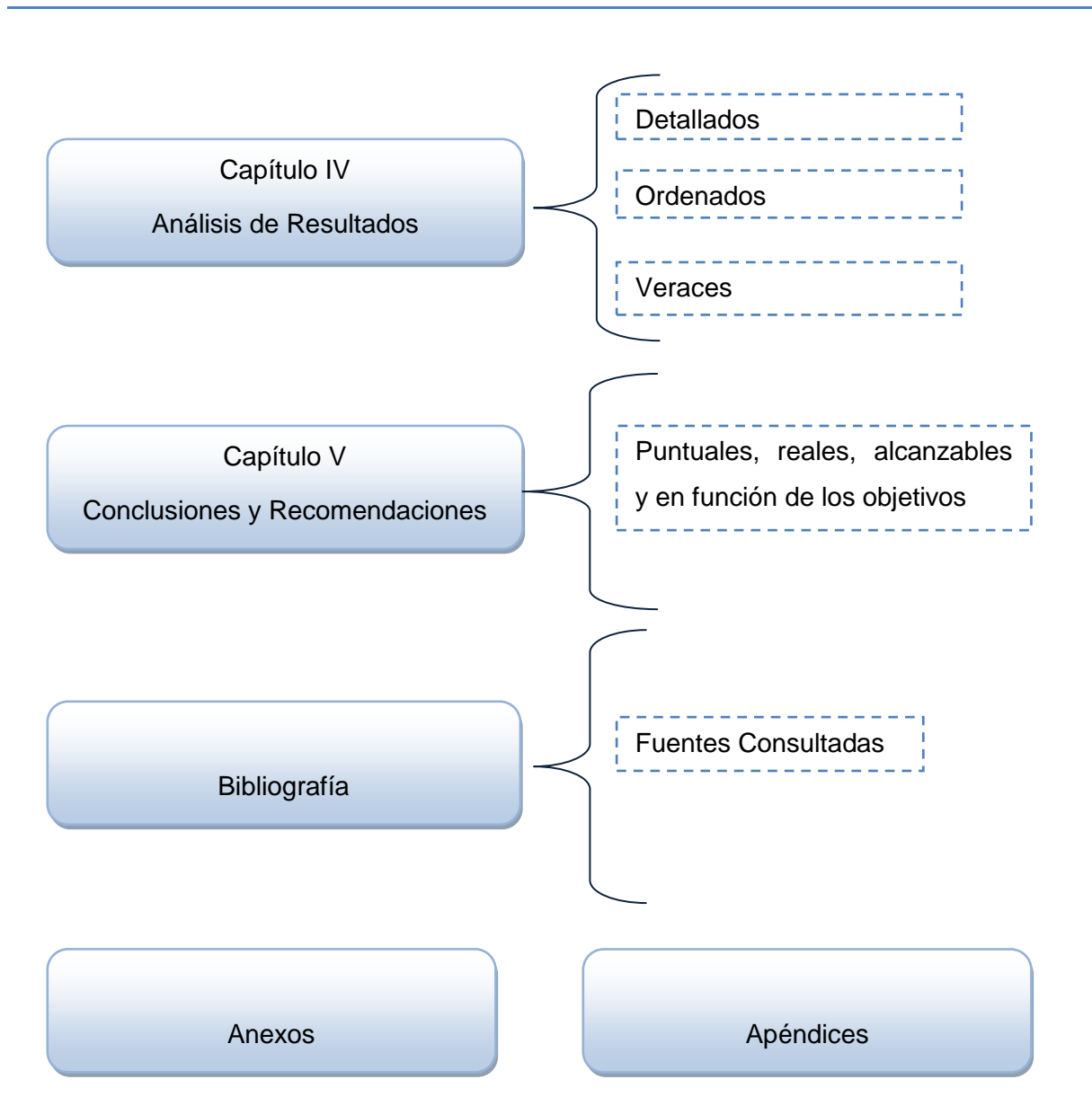
A continuación se puede observar una versión resumen de los pasos realizados durante la metodología para la obtención de los datos que sirvieron para la elaboración del estudio:



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 26. Diagrama de la metodología empleada

En el siguiente esquema se muestra un resumen de las etapas mencionadas anteriormente:



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 27. Esquema resumen 2 de las Etapas de Investigación¹

¹ Para los apéndices: base de datos de empresas y base de datos de egresados y para los anexos: plan estratégico, plan de mejoramiento y el plan anual operativo (PAO), debido al tipo de archivo y para facilidad del lector y del usuario del presente proyecto dichos archivos corresponderán a un link al documento respectivo.

Capítulo IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS



TEC

En este capítulo se muestran los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los egresados de la AE-SSC. De igual manera, se muestran las estrategias propuestas para dar seguimiento a esta población tan importante para la Carrera.

A continuación se presentará en primera instancia los antecedentes del estudio anterior y la descripción para cada uno de los gráficos obtenidos mediante el instrumento de recolección de información, permitiendo el análisis de cada uno de los aspectos evaluados. Además se da una propuesta de implementación de las estrategias del estudio anterior y de la presente investigación así mismo se plantean nuevas estrategias de seguimiento.

4.1. Alineación de Resultados con Objetivos de la Investigación

Objetivo Específico 1

- ✓ Actualizar el estudio de seguimiento de egresados de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas realizado en el 2012.

Referente	Detalle
<p>Práctica de Especialidad de Juliana Gómez Quesada</p> <p><i>“Investigación de mercado, egresados Carrera de Administración de Empresas, Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Base de Datos de Egresados no actualizada completamente. ✓ 241 egresados con información actualizada (generaciones del año 1994 al 2008). ✓ Se envió a 241 egresados la encuesta; se obtuvieron 75 respuestas.
<p>Plan de Mejoramiento Acreditación SINAES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ No se cuenta con un sistema de información sobre los graduados.

4.1.1. Detalle del informe de compromiso de mejoramiento (asociado)

Dimensión	Componente	Número de criterio relacionado con la debilidad	Debilidad	Causa	Objetivo	Indicador (es)	Actividad (es)	Responsable (s)	Periodo de				Fecha de cumplimiento
									Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Resultados	Graduados	4.2.5	No hay evidencia de la existencia de un sistema de información de graduados.	No se cuenta con un sistema de información sobre los graduados	Implementar un sistema de información sobre los graduados	Una base de datos completa y verificable.	Actualizar semestralmente la base de datos de graduados.	Encargado de Proceso de acreditación, secretaria	x	x	x	x	diciembre
		4.2.9	El mecanismo utilizado (correo electrónico), es aun incipiente y se desconoce el grado de respuesta de los graduados.	Falta de contacto con graduados	Aumentar el acercamiento con graduados	Una base de datos completa y verificable.	Actualizar semestralmente la base de datos de graduados.	Encargado de Proceso de acreditación, secretaria	x	x	x	x	diciembre
							Análisis bianual de la situación laboral de los graduados (empresa, antigüedad, puesto, salario, nivel académico, nivel de satisfacción, entre otros).	Coordinación Carrera y Comisión de acreditación		x		x	diciembre 2014 y 2016
4.2.10	No existen mecanismos para detectar necesidades de capacitación de parte de los graduados. Solo un porcentaje bajo de graduados percibe oportunidades efectivas de actualización: 27.5%.	Falta de contacto con graduados	Aumentar el acercamiento con graduados	2 actividades de actualización profesional realizadas anualmente	Ofrecer programas de actualización profesional a los graduados anualmente	Coordinación de la Carrera y Representante de la Carrera en el Comité Técnico del CTEC	x	x	x	x	Diciembre de cada año		

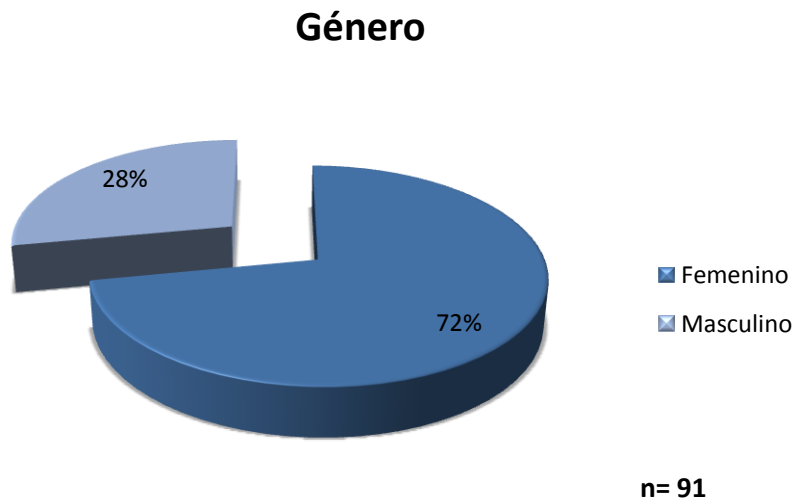
Fuente: TEC

Ilustración 28. Compromiso Mejoramiento en falta de contacto con egresados

4.1.2. Perfil del Egresado

Mediante la encuesta aplicada a egresados de la Carrera de Administración de Empresas del TEC, SSC; se logró determinar que esta Carrera es más atractiva para la población femenina, pues es de este género del cual se tiene mayor número de estudiantes de las generaciones del 2000-2009.

Gráfico 1. Género del egresado



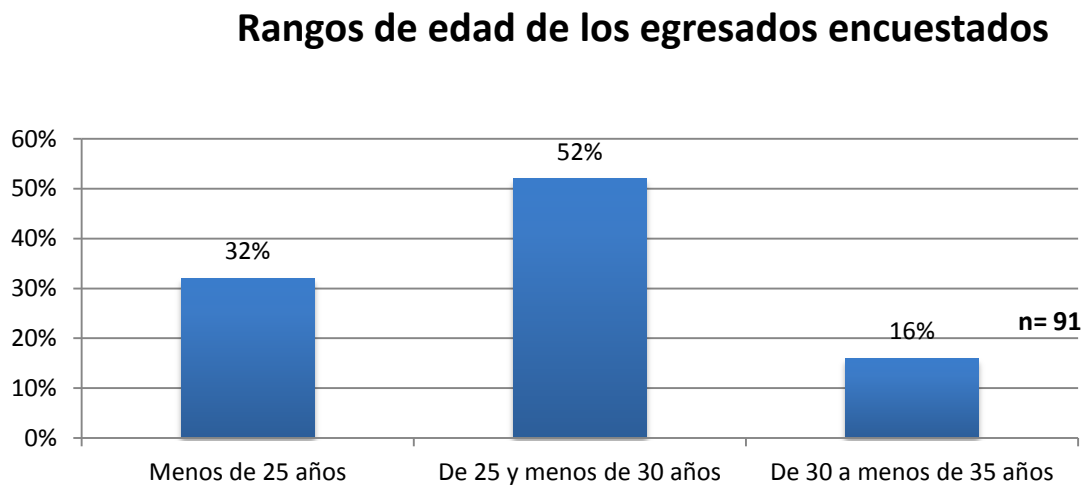
Fuente: Elaboración Propia

*De 91 egresados que contestaron la encuesta, sólo 90 personas indicaron el género al que pertenecen

Según el gráfico anterior la mayoría de encuestados que obtuvieron el Bachiller en Administración de Empresas son mujeres, correspondientes a un total del 72% de las respuestas recibidas, mientras que la población masculina representa el 28% del total de los egresados.

Según encuesta aplicada a los egresados se logró determinar, que el rango de edad predominante de los graduados oscila de 25 a menos de 30 años.

Gráfico 2. Edad de los egresados



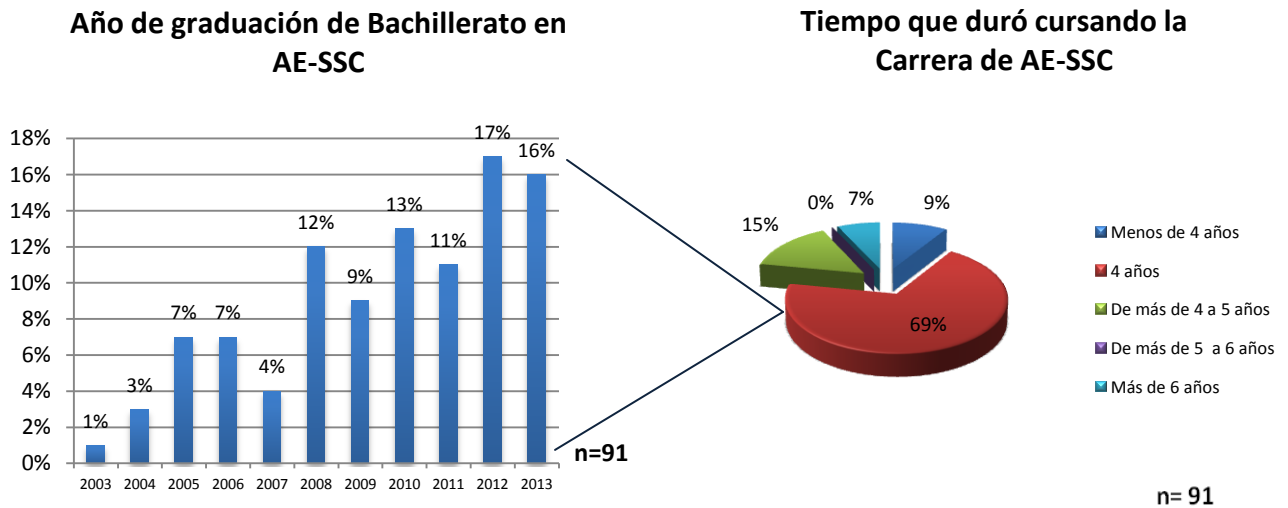
Fuente: Elaboración Propia

*De 91 egresados que contestaron la encuesta, sólo 90 personas indicaron el rango de edad al que pertenecen

Con base en la información recolectada en este gráfico se muestra que la mayoría de encuestados de las generaciones del 2000 y hasta el 2009 que obtuvieron el Bachiller en Administración de Empresas, su edad se encuentra en un rango de 25 a 30 años, correspondiente a un 52% , seguido de un 32% que tiene menos de 25 años. Y el resto están entre los 30 y menos de 35 años que son un total de un 16% de los egresados.

Através de la encuesta aplicada se evidencia que la mayoría de los graduados del Bachiller en Administración de Empresas que contestaron el estudio obtuvieron su título en el año 2008 al 2013 respectivamente.

Gráfico 3. Año de graduación y tiempo que tardó cursando la Carrera



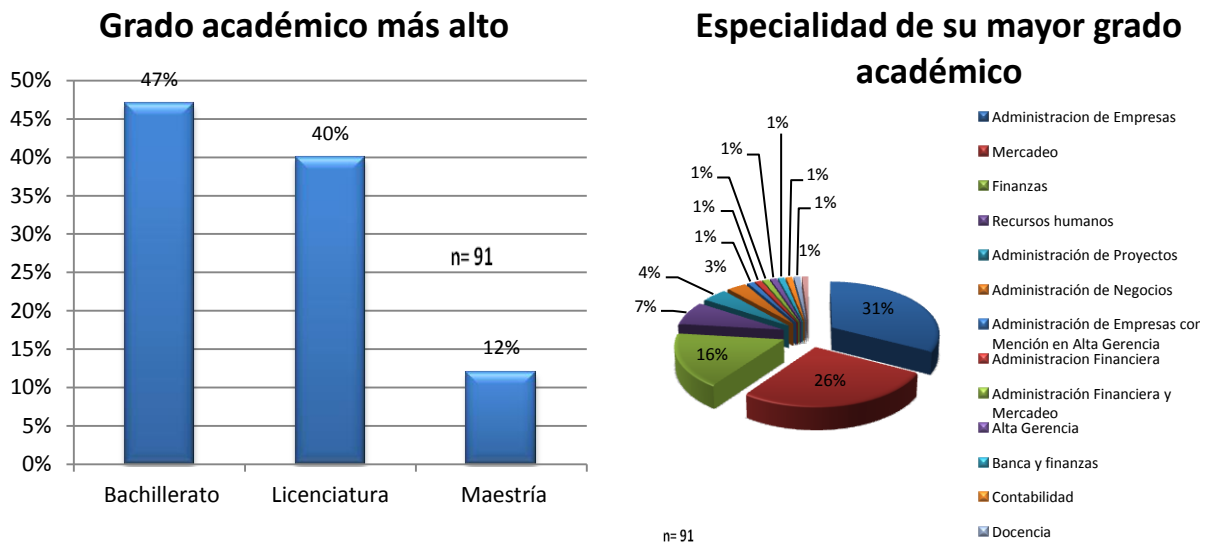
Fuente: Elaboración Propia

*De 91 egresados que contestaron la encuesta, sólo 90 personas indicaron el año de graduación al que pertenecen y sólo 88 indicaron el tiempo que duró cursando la Carrera

En los gráficos anteriores se puede observar que para el año 2012 y 2013 fueron los años en los que se graduaron la mayoría de personas encuestadas alrededor de un 17% y 16% respectivamente, que en comparación con el gráfico que lo complementa estos egresados duraron 4 años cursando el Bachiller en Administración de Empresas, debido a que un 69% de las respuestas obtenidas indicaron que obtuvieron su título en el período de duración de la Carrera.

Referente a los estudios realizados por los encuestados se logró determinar que a la fecha, el mayor grado académico de los graduados del Bachiller en Administración de Empresas es el Bachillerato, seguido por el grado de licenciatura.

Gráfico 4. Grado Académico más alto y su especialidad



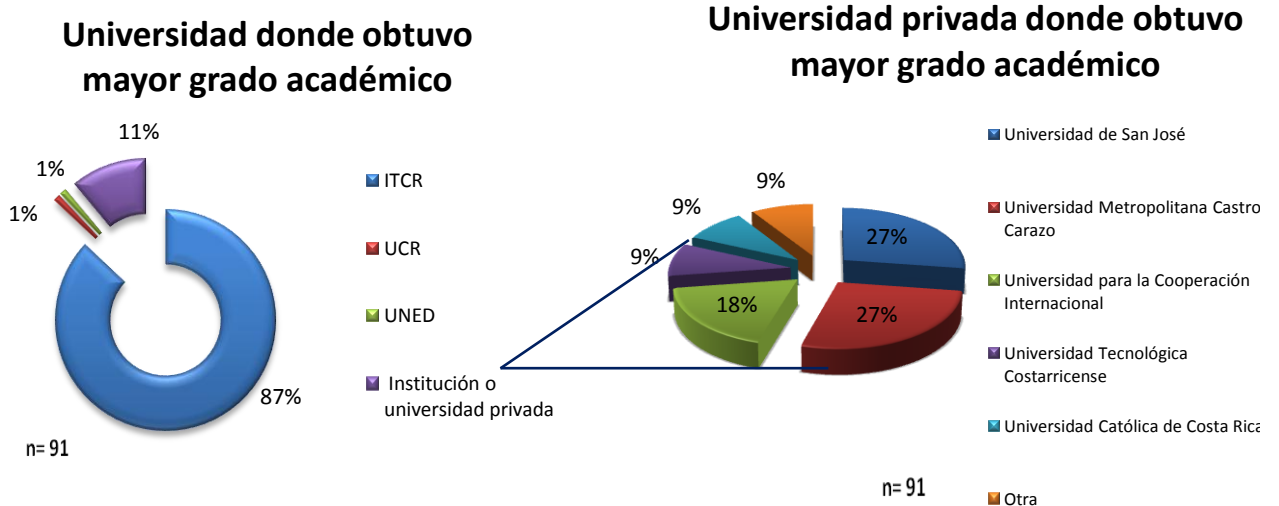
Fuente: *Elaboración Propia*

*De 91 egresados que contestaron la encuesta, sólo 88 personas indicaron el grado académico más alto al que pertenecen y de esos 88 sólo 68 personas indicaron la especialidad de su mayor grado

Con base en la información obtenida y como se muestra en los gráficos anteriores el 47% de los egresados sólo poseen el bachillerato, seguido de la licenciatura con un 40% de la población. Estos egresados han completado sus estudios de bachillerato y licenciatura en áreas como: Administración de Empresas correspondiente a un 31%; seguido de la licenciatura con énfasis en mercadeo con un 26% de la población y un 16% con una especialidad en finanzas.

Al consultar a los egresados la universidad de la cual obtuvieron su mayor grado académico, estos manifestaron en su mayoría ser graduados del Tecnológico de Costa Rica.

Gráfico 5. Universidad donde obtuvo mayor grado académico



Fuente: Elaboración Propia

*De 91 egresados que contestaron la encuesta, sólo 84 personas indicaron la universidad donde obtuvieron el grado académico más alto al que pertenecen y de esos sólo 68 personas indicaron la especialidad de su mayor grado

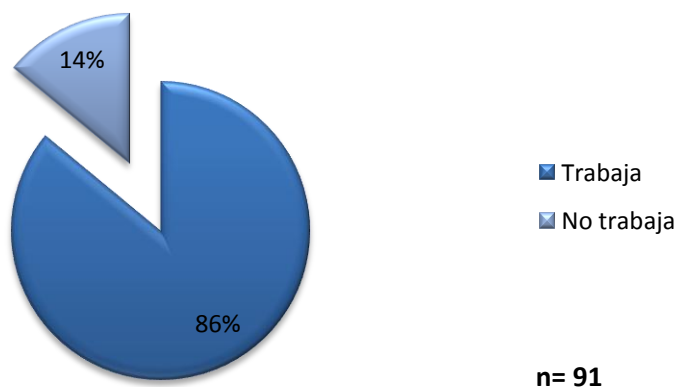
La población egresada del Bachillerato en Administración de Empresas TEC, Sede San Carlos y en el cual posee su mayor grado académico corresponde a un 87%, seguida de universidades privadas cuyo porcentaje alcanza un 11%, y en el gráfico que lo complementa se muestran las Instituciones de Educación Superior de las cuales obtuvieron ese grado académico como lo son: Universidad de San José (27%), Universidad Metropolitana Castro Carazo (27%), Universidad para la Cooperación Internacional (18%), la Universidad Tecnológica Costarricense (9%), Universidad Católica de Costa Rica (9%) y otras (9%).

4.1.3. Relación con el mercado laboral

Un aspecto importante que se indagó en la encuesta es el nivel de empleo y desempleo en el que se encuentra la población de egresados del grado de Bachiller en Administración de Empresas.

Gráfico 6. Porcentaje de egresados laborando

Porcentaje de egresados trabajando



Fuente: Elaboración Propia

Mediante el gráfico anterior se puede determinar que de una muestra de 91 egresados de las generaciones del 2000 al 2009, un total de 86% de los encuestados posee trabajo remunerado, mientras que un 14% de los graduados se encuentran desempleados. En el siguiente gráfico se observan los motivos de este resultado, ya que es relevante visualizar la principal razón por el cual **13 de los egresados** no se encuentran laborando.

Es relevante conocer las principales razones por la cual los egresados no se encuentran laborando después de haber finalizado su bachillerato.

Gráfico 7. Motivos para no estar laborando



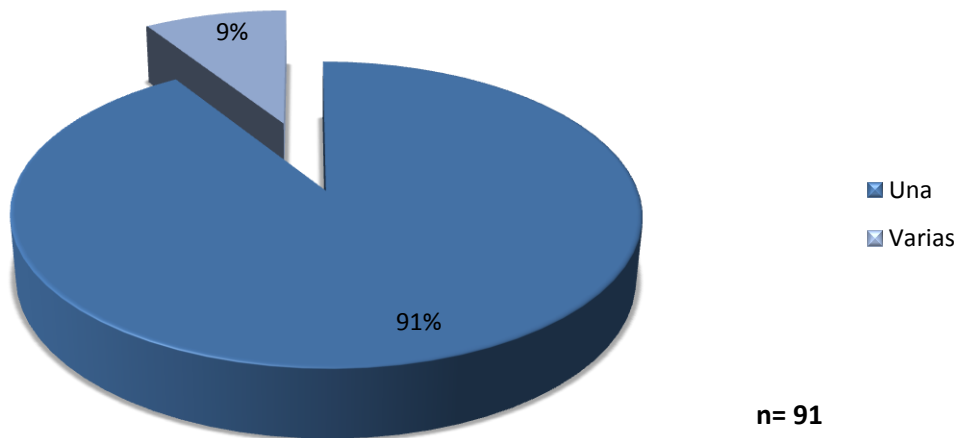
Fuente: Elaboración Propia

Como se muestra en el cuadro anterior el principal motivo por el cual el 14% de egresados no poseen empleo (**ver gráfico 6**), se presenta debido a que no encuentran trabajo en su campo profesional correspondiente a 4 personas del total de encuestados. Mientras que 3 de los egresados le atribuye su falta de empleo a que no encuentran trabajo en ningún campo y el mismo número de egresados menciona que continúa estudiando, y sólo 2 de los encuestados menciona que no labora por asuntos personales (cuidado de la familia, salud, otros) y solamente uno indica que no posee experiencia.

La mayoría de egresados del Bachiller en Administración de Empresas laboran en una empresa.

Gráfico 8. Cantidad de empresas donde laboran los egresados

¿Egresados laboran en una o en varias empresas?



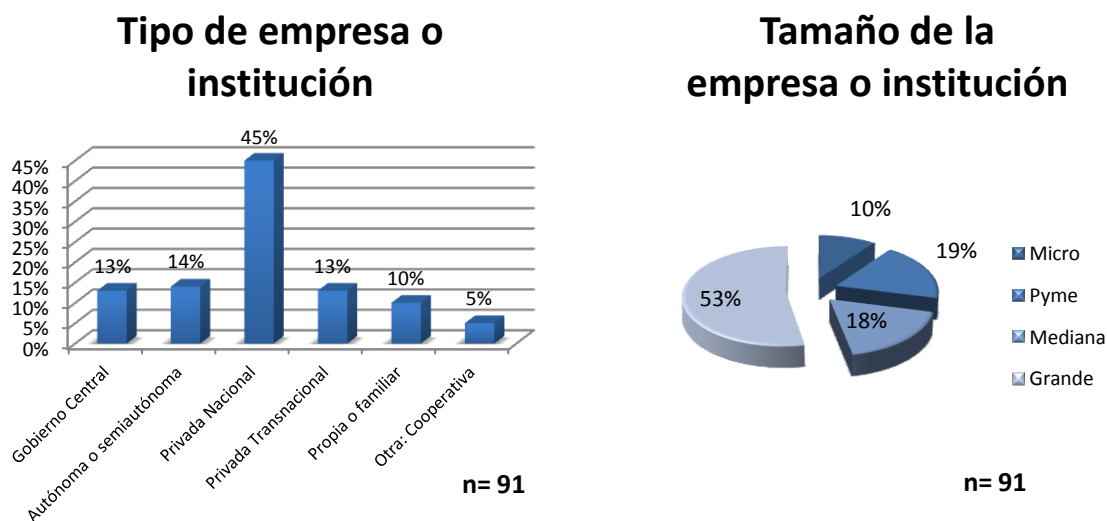
Fuente: Elaboración Propia

*De 78 egresados que trabajan, sólo 76 personas indicaron la cantidad de empresas en la que laboran

Como se muestra en el gráfico anterior el 91% de los encuestados señalan que laboran para una empresa. Mientras que el otro 9% se desempeña en varias empresas a la vez.

A los egresados con empleo se les aplicó una serie de preguntas que tenían como objetivo conocer el tipo de empresa, tamaño de la misma entre otras.

Gráfico 9. Tipo y tamaño de las empresas

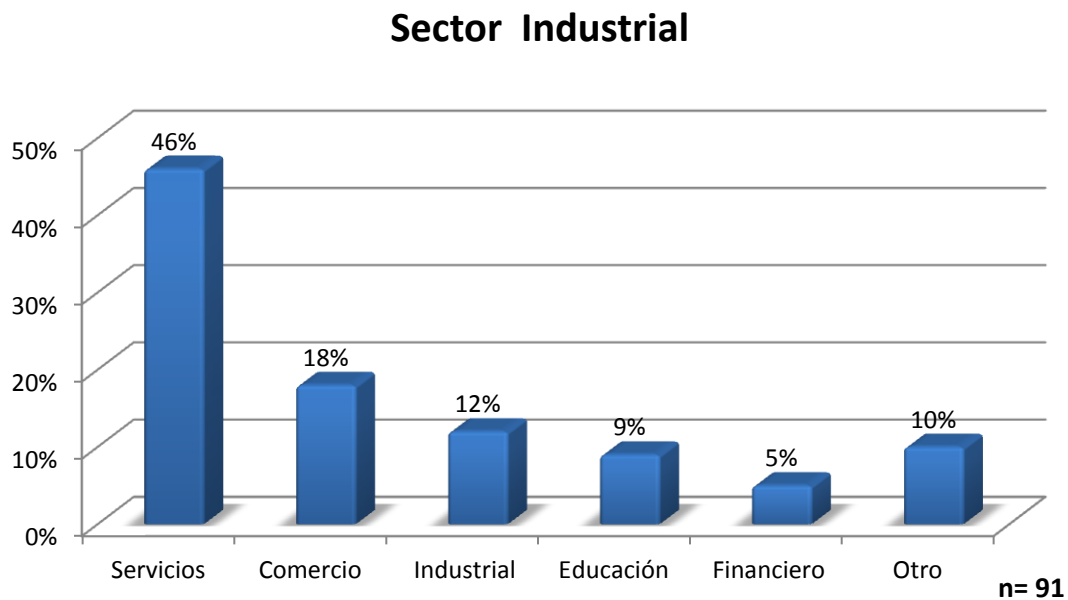


Fuente: Elaboración Propia

De la encuesta aplicada se deriva que el 45% de los egresados del Bachiller en Administración labora para instituciones privadas nacionales, seguida de las instituciones autónomas o semiautónomas correspondientes a un 14% de las respuestas obtenidas. El resto corresponde a empresas de gobierno (13%), privadas transnacionales (13%), propia o familiar (10%) y cooperativas (5%). De igual forma en el gráfico complementario se muestra que de las compañías antes mencionadas en su mayoría son instituciones grandes correspondientes a un 53% de la población encuestada. Las demás son pymes (19%), medianas (18%) y micros (10%).

Del tipo y tamaño de empresa mencionados anteriormente es importante conocer el sector al que pertenecen y a la vez tener una mejor visión del mercado laboral en el que se desenvuelven los egresados de la Carrera de Bachillerato en Administración de Empresas.

Gráfico 10. Sector industrial al que pertenecen las empresas

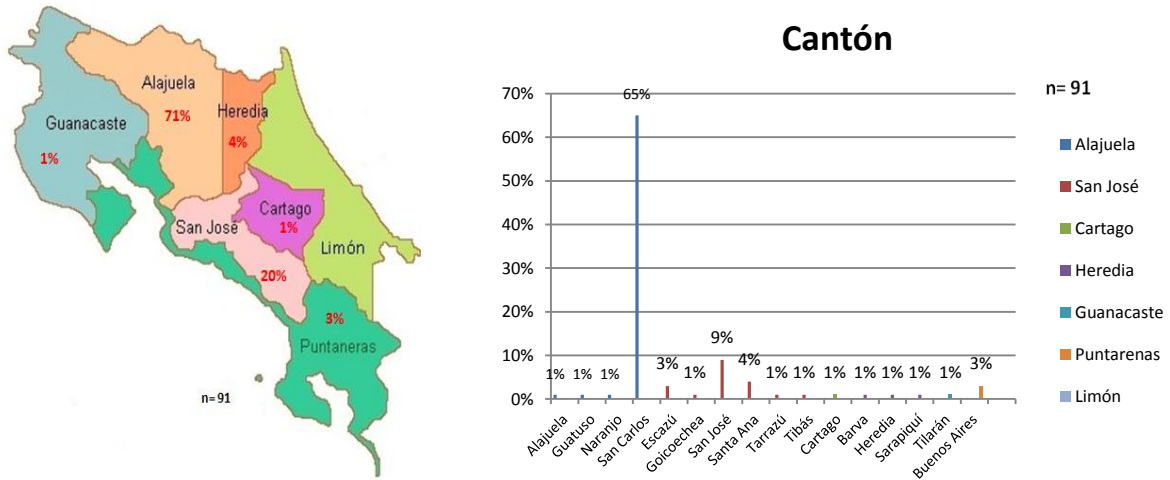


Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo al gráfico anterior el 46% de las empresas en la que laboran los egresados encuestados pertenecen al sector servicios, siendo este el más predominante en las encuestas aplicadas, el 18% en el sector comercio, 12% en el sector industrial, 10% en otros sectores como: turismo, construcción, legal entre otros. Un 9% se desempeña en el sector educación y un 5% en el ámbito financiero.

La gran mayoría de egresados de la Carrera laboran en empresas de la Zona Norte de nuestro país como se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 11. Provincias y Cantones donde se ubican las empresas



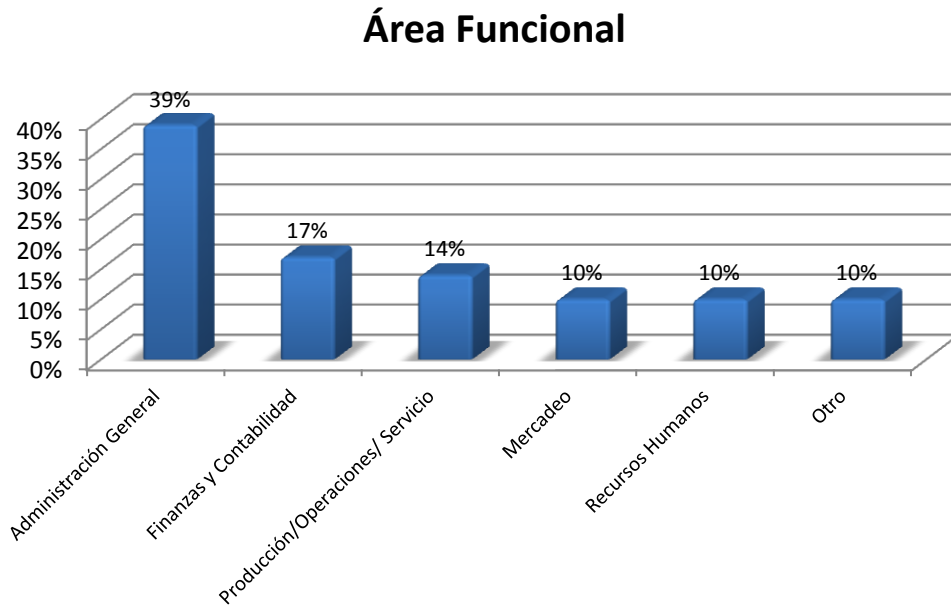
Fuente: *Elaboración Propia*

*De 78 egresados que trabajan, sólo 76 personas indicaron la provincia en la que se ubica su empresa y de esos solamente 75 anotaron el cantón

En cuanto a la provincia y cantón en el cual se ubican las empresas en donde laboran los egresados figura como número 1 la provincia de Alajuela y el cantón de San Carlos con un 71% y un 65% respectivamente, en segundo lugar la provincia de San José con su respectivo cantón. Y en tercer lugar Heredia (4%) seguido de Puntarenas (3%), Guanacaste y Cartago ambos con un 1%.

La mayor parte de los encuestados menciona que la labora en el área de administración general como se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 12. Áreas funcionales en donde se desempeñan los egresados



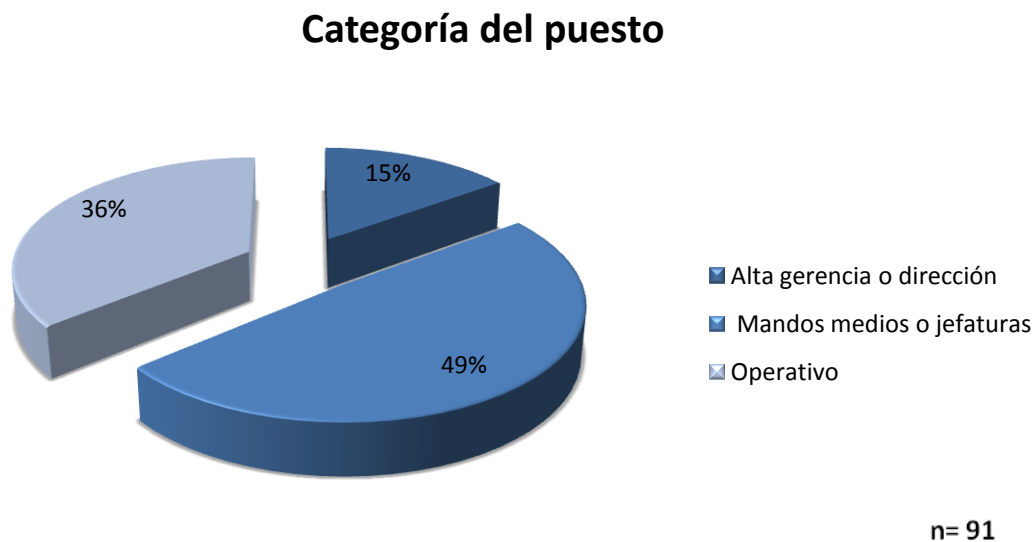
Fuente: Elaboración Propia

*De 78 egresados que trabajan, sólo 70 personas indicaron el área funcional en la cual se desempeñan

Como se puede ver en el gráfico el área de Administración General es mayor 22 puntos porcentuales que el área de Finanzas y Contabilidad, la cual ocupa el segundo lugar con 17% de la población encuestada, seguida de producción/ operaciones/ servicios con 14%, posteriormente se encuentran mercadeo, recursos humanos y otros con un 10% cada uno.

De acuerdo a la población encuestada generaciones del 2000-2009, se evidencia que en su mayoría se ubican en mandos medios o jefaturas.

Gráfico 13. Categoría en que se ubica el puesto

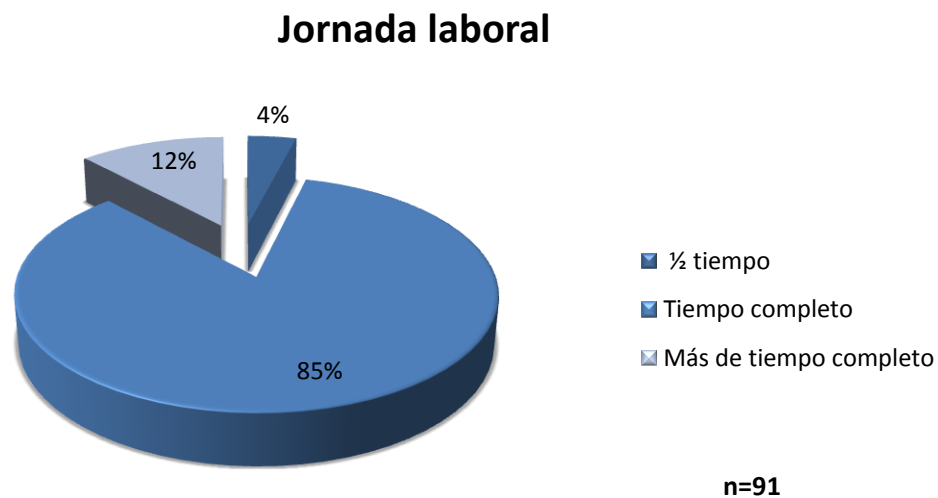


Fuente: Elaboración Propia

Como se muestra en el gráfico anterior más de la mitad de los puestos de los encuestados se ubica en mandos medios o jefaturas con un 49%, en segundo plano se encuentra los puestos operativos con un 36% del total de la población de egresados que respondieron la encuesta y en tercer lugar con 15% están los puestos de alta gerencia o dirección que son la minoría de los egresados de la Carrera.

Para indagar sobre la jornada laboral se formuló una pregunta para conocer la cantidad de egresados que se desempeñan en horarios completos o parciales.

Gráfico 14. Jornada Laboral

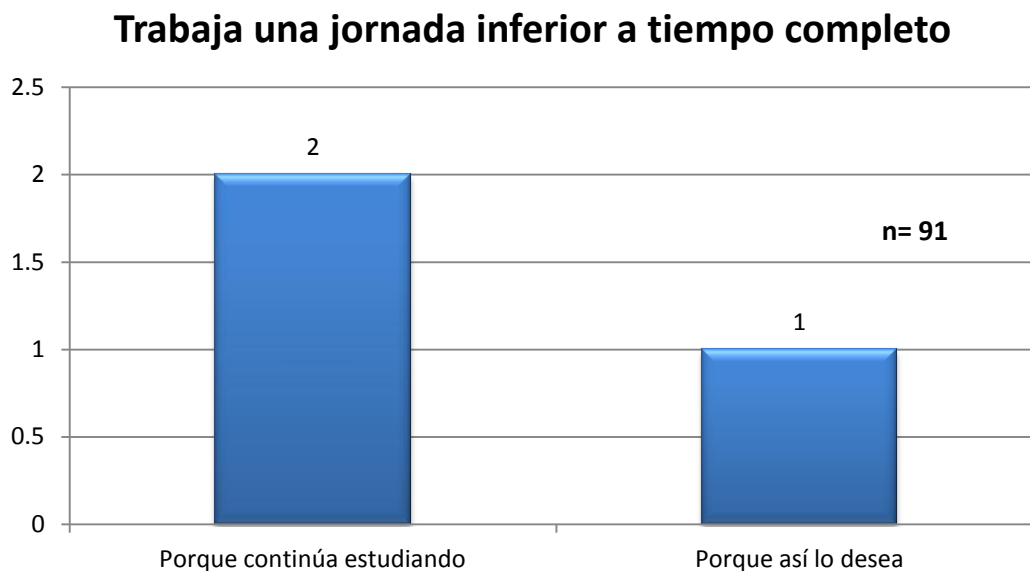


Fuente: Elaboración Propia

Como se evidencia en el gráfico anterior casi la totalidad de la población encuestada que posee trabajo remunerado labora en jornadas de tiempo completo correspondientes a un 85%, mientras que tan sólo el 12% trabaja más de tiempo completo y el 4% labora solamente ½ tiempo. Esto viene a ser un aspecto bastante positivo debido a que existe la certeza de que la mayor parte de egresados cumplen con una jornada laboral de tiempo completo.

De acuerdo al gráfico 15, solamente el 4% de la población de egresados que fueron encuestados labora en jornadas inferiores a tiempo completo.

Gráfico 15. Razones de trabajar en una jornada inferior a tiempo completo

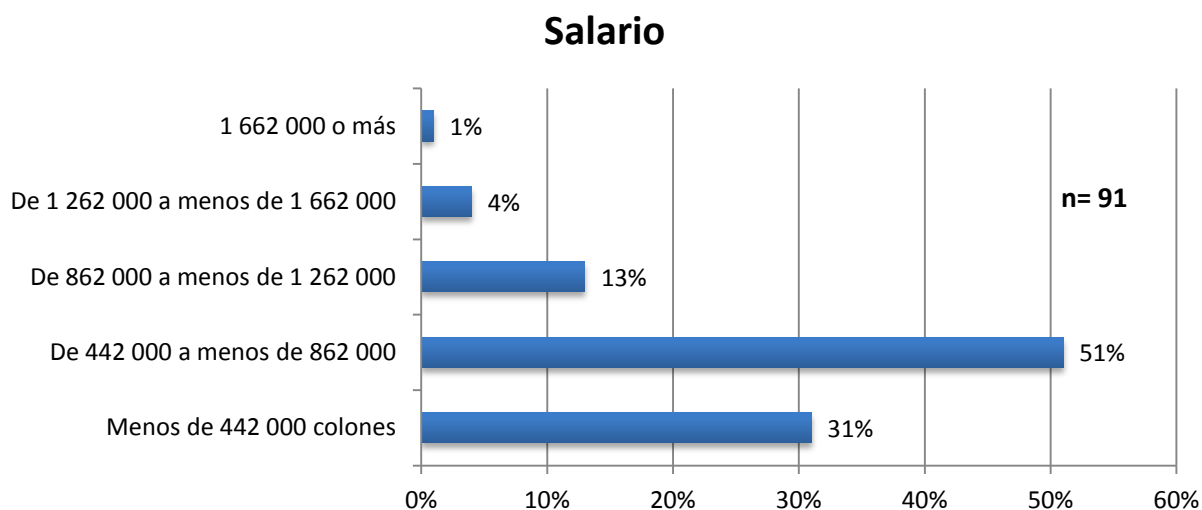


Fuente: Elaboración Propia

En el siguiente gráfico se muestra que la principal razón por la cual 3 egresados no se desempeñan en una empresa tiempo completo, es por sus deseos de superación debido a que continúan con sus estudios, y la otra persona es porque así lo desea. Esto evidencia que no es la empresa la que los contrata por medio tiempo sino por decisión de cada persona y sus conveniencias personales.

Para indagar sobre el salario se elaboró una pregunta sobre el rango salarial que perciben los egresados por mes, especificando que fuera el salario bruto total (sin deducciones).

Gráfico 16. Rangos Salariales

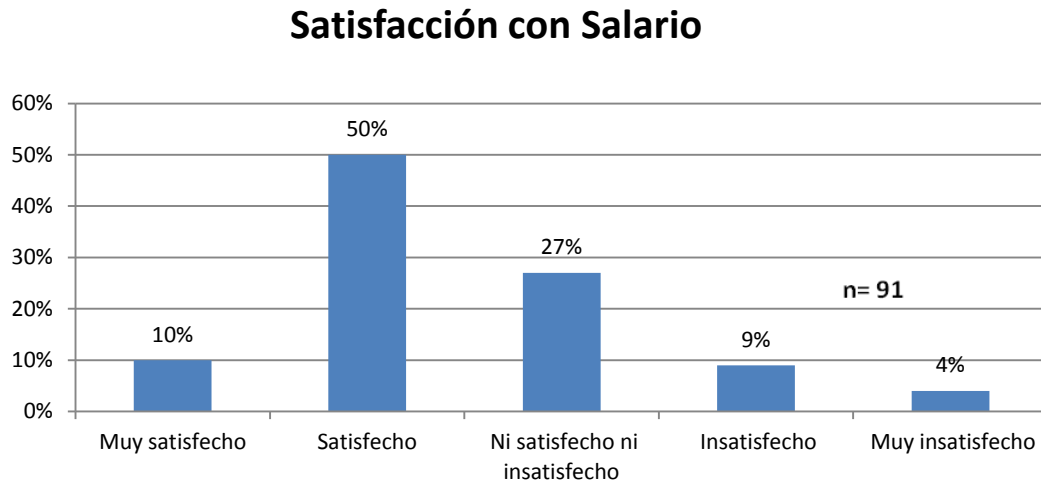


Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al nivel salarial de los egresados de la Carrera, se evidencia que más de la mitad de los egresados que se encuentran laborando ganan de 442 a menos de 862 000 colones por mes, correspondiente a un 51% del total de la población encuestada. Mientras que el 31% de los egresados percibe salarios menores a 442 000 colones, lo cual se explica mediante el gráfico 16 que muestra que un porcentaje similar se desempeña en puestos operativos. Además el 13% gana de 862 000 a menos de 1262 000, que son aquellas personas que laboran en puestos de un mayor rango.

También se formuló una interrogante para conocer el nivel de satisfacción salarial que presentan los egresados de la Carrera. En el siguiente gráfico se muestra el resultado de la misma.

Gráfico 17. Nivel de satisfacción con el salario

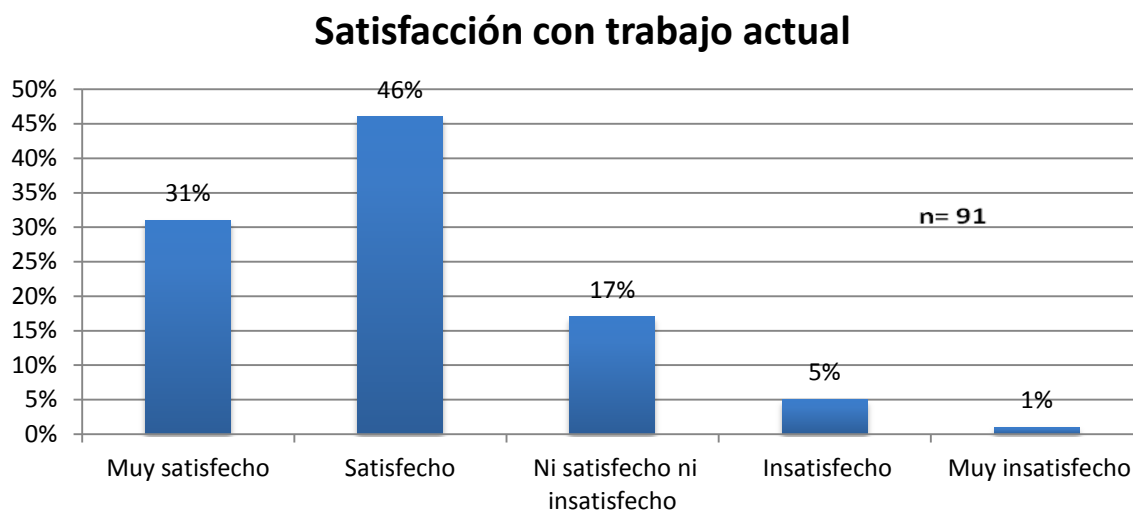


Fuente: Elaboración Propia

Mediante el análisis de la información recolectada se puede determinar que el 50% de la población encuestada está satisfecho con el salario percibido, lo que viene a ser más de la mitad de las respuestas recibidas. Un 27% revela que se encuentra ni satisfecho ni insatisfecho en el aspecto salarial, el 10% especifica que está muy satisfecho, mientras que un porcentaje bajo de la población menciona su poca satisfacción con el salario percibido.

De igual manera se formuló una pregunta para conocer el nivel de satisfacción laboral que poseen los egresados en sus empresas.

Gráfico 18. Nivel de satisfacción con el trabajo actual

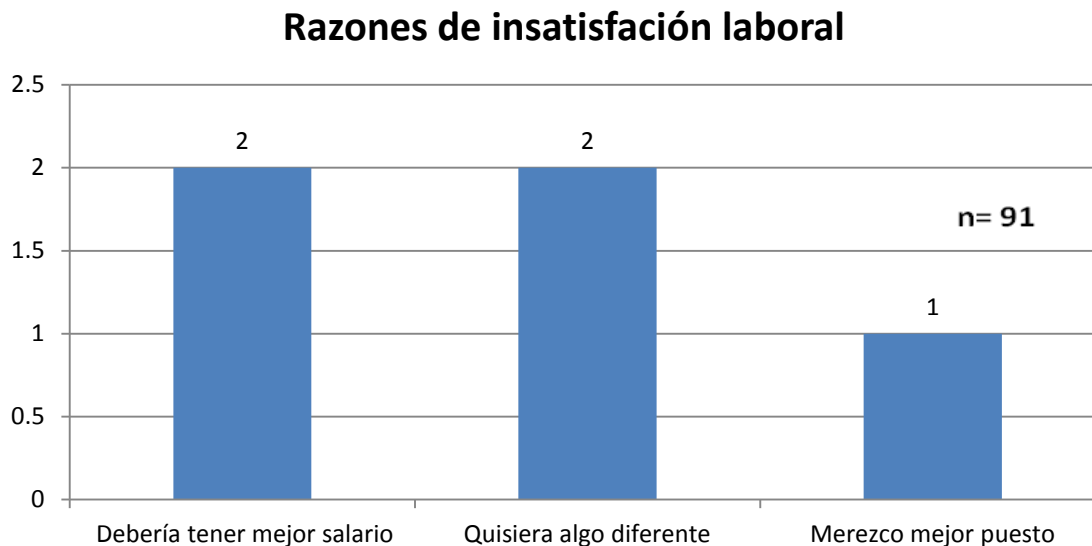


Fuente: Elaboración Propia

La satisfacción en el trabajo es muy predominante en la población encuestada cuyo porcentaje alcanza un 46% mientras que un 31% dice estar muy satisfecho con la labor que ejecutan en su trabajo actual. Además un 17% de los egresados no están ni satisfechos ni insatisfechos y una minoría menciona no estar satisfecha con el trabajo que realiza y las razones de la insatisfacción se mencionan en el gráfico 20.

En el siguiente gráfico se muestran las razones de insatisfacción laboral que se encuentran en el gráfico anterior en las categorías de insatisfecho y muy insatisfecho presentan los egresados en el trabajo actual.

Gráfico 19. Razones de insatisfacción laboral

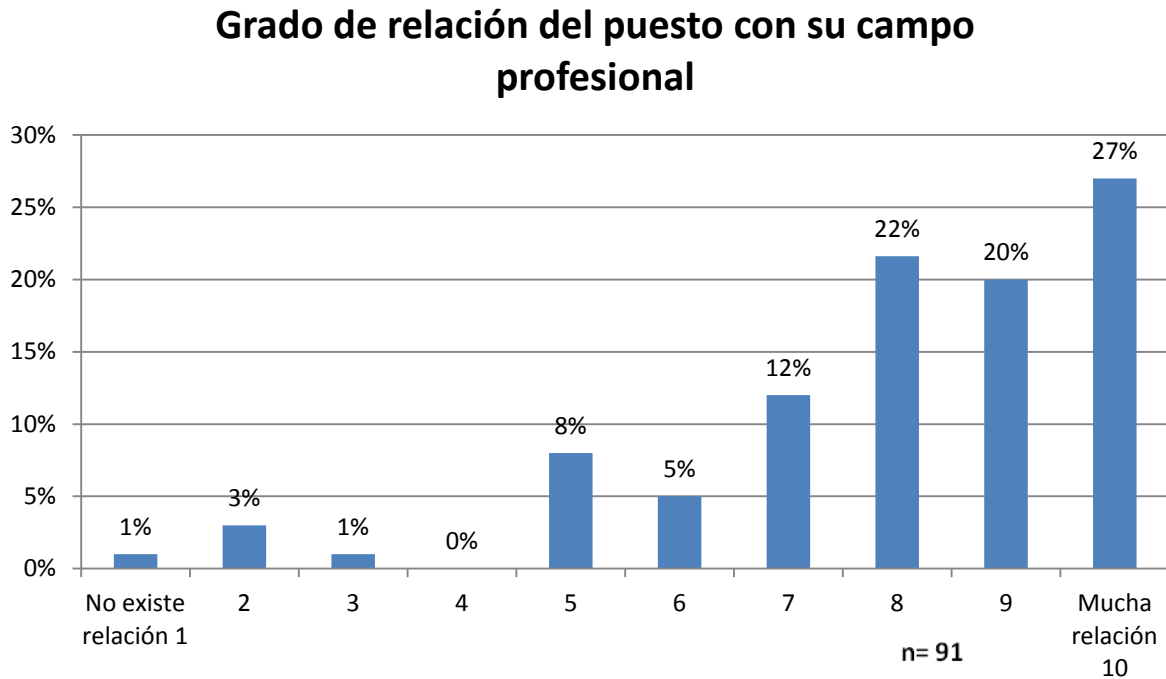


Fuente: Elaboración Propia

Como se evidencia en el gráfico las dos principales razones de insatisfacción laboral se debe que los egresados mencionan que deberían tener un mejor salario y otros a que quisieran algo diferente para su desempeño laboral. Mientras que otros revelan que merecen algo mejor al trabajo que realizan actualmente.

Con el fin de conocer si, los egresados desempeñan sus labores de acuerdo a la Carrera estudiada o si por el contrario laboran en actividades que difieren en gran medida del campo profesional.

Gráfico 20. Grado de relación del puesto con su campo profesional



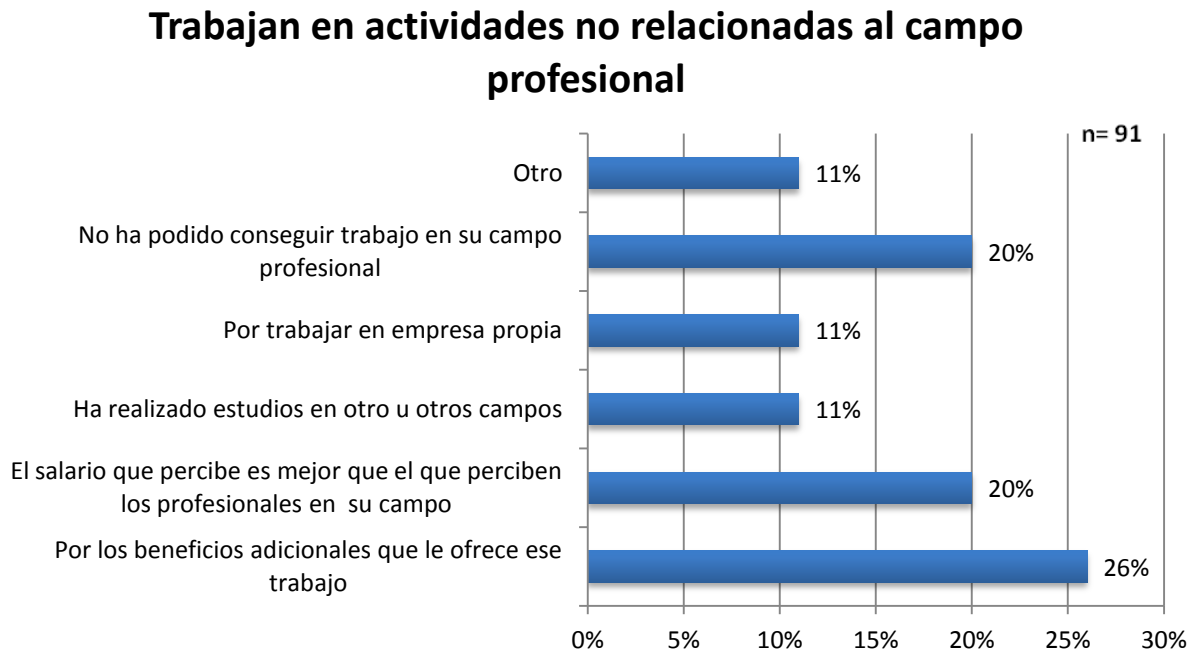
Fuente: Elaboración Propia

*De 78 egresados que trabajan, sólo 74 personas indicaron el grado de relación del puesto con su campo profesional

Según el gráfico se evidencia que la mayoría de los encuestados laboran en actividades que tienen mucha relación con el campo profesional en el cual se desarrollaron, correspondiente a un 27%, debido a que la mayoría están entre 5 y 10; donde 5 es un nivel medio de relación y 10 es mucha relación. Sólo la menor parte de los egresados opina estar en puestos donde la relación con su formación es mínima.

En el siguiente gráfico se muestran las razones por el cual esa minoría de egresados está laborando en puestos que no tienen ninguna relación con su campo profesional.

Gráfico 21. Razones de trabajar en actividades no relacionadas al campo profesional

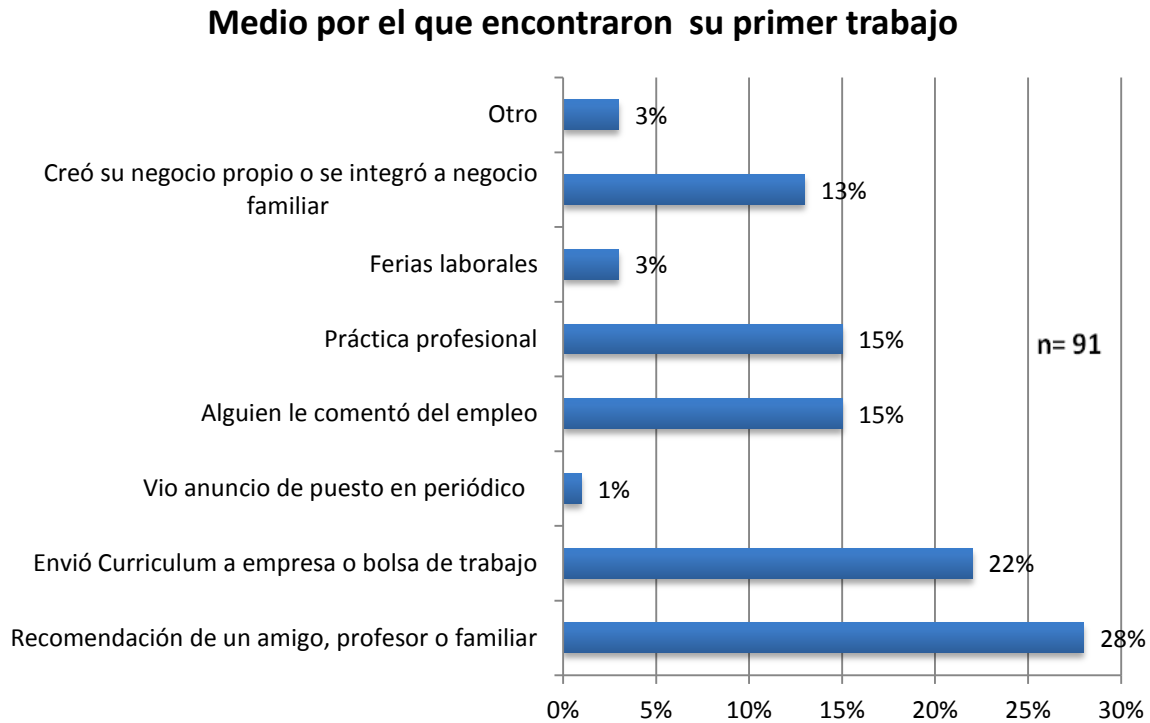


Fuente: Elaboración Propia

En cuanto a las razones por las que los egresados laboran en actividades no relacionadas con su campo profesional, figura como número 1 los beneficios adicionales que le ofrece ese trabajo, en segundo lugar se destaca que el salario que perciben es mejor que el que perciben los profesionales en su campo y que no han podido conseguir trabajo en su campo profesional. Y como tercera razón está que algunos trabajan en empresas propias o que han realizado estudios e otros u otros campos.

Otro punto importante para la Carrera de AE-SSC es conocer el principal medio por el cual los egresados encontraron su primer empleo como profesional.

Gráfico 22. Principal medio por el que los egresados encontraron su trabajo actual



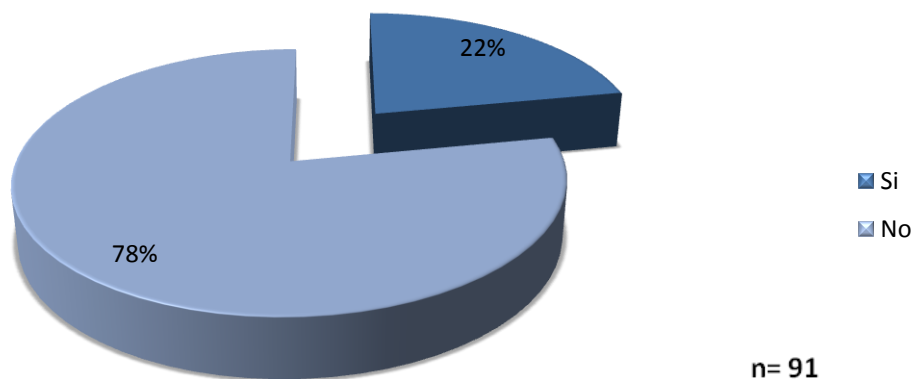
Fuente: Elaboración Propia

Según encuesta aplicada el principal medio por el cual los egresados obtuvieron su trabajo ha sido por la recomendación de un amigo, profesor o familiar cuyo porcentaje alcanza un 28% de la población, seguida de un 22% que ha sido por el envío de su Curriculum Vitae a una empresa o bolsa de trabajo. Además algunos egresados han conseguido su empleo por medio de la práctica profesional 15% o por que alguien le comentó del empleo 15%. Un 13% de la población encuestada ha sido por que crearon su propio negocio o se integraron a un negocio familiar, los demás lo han obtenido por ferias laborales o porque vieron un anuncio en el periódico.

Por otra parte, se preguntó que si antes de finalizar el Bachillerato en Administración de Empresas ya trabajaba para alguna empresa o tenía su propio negocio.

Gráfico 23. Trabajaba para una empresa antes de finalizar el Bachillerato en AE-SSC

Trabajaba antes de finalizar el Bachillerato en AE-SSC

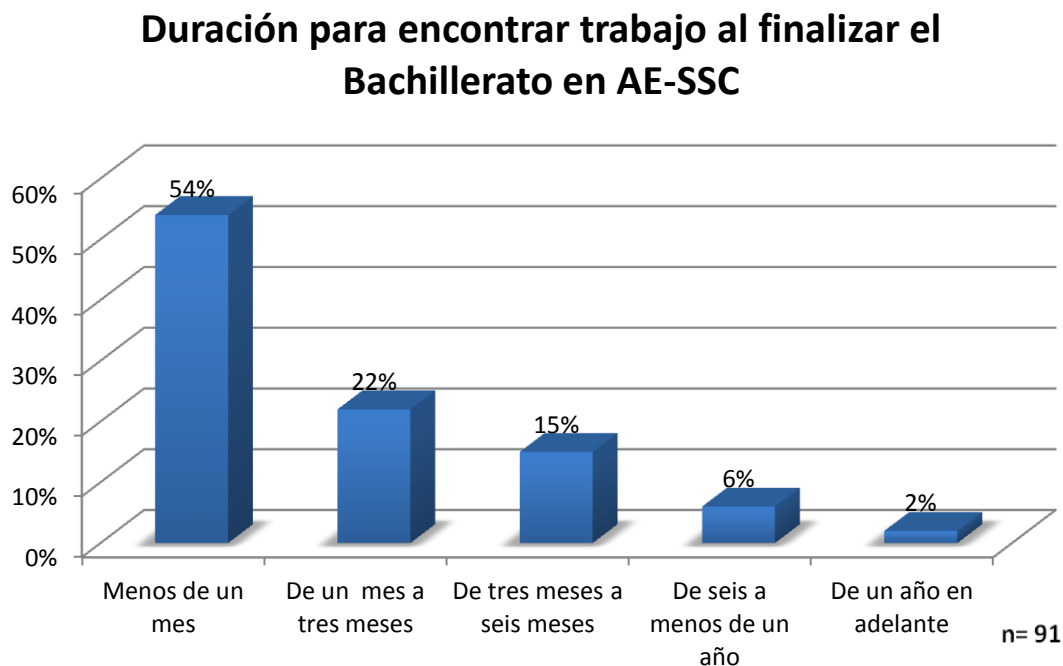


Fuente: Elaboración Propia

Como se muestra en el gráfico anterior el 78% de la población de egresados que fue encuesta no poseía trabajo antes de finalizar el bachiller, es decir; solamente se dedicaban a estudiar y cumplir con sus deberes como estudiantes del Tecnológico de Costa Rica. El otro 22% si laboraba para una empresa antes de terminar su Carrera.

Otro aspecto importante que se toma en cuenta en este estudio es el tiempo que le toma al graduado ingresar al mercado laboral una vez finalizado el Bachillerato en Administración de Empresas.

Gráfico 24. Tiempo que duró para encontrar trabajo luego de finalizar el Bachillerato



Fuente: Elaboración Propia

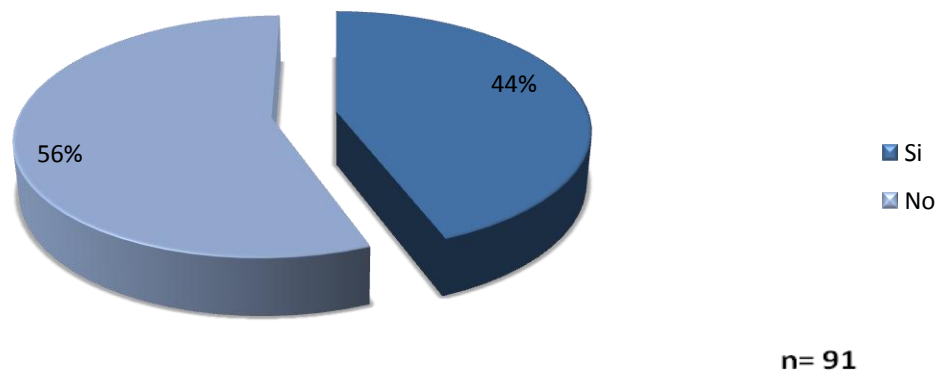
*De 91 egresados que contestaron la encuesta, sólo 81 personas indicaron la duración para encontrar trabajo al finalizar el Bachillerato en AE-SSC

Mediante la encuesta aplicada se determina que el 54% de la población de egresados dura menos de un mes en conseguir empleo, siendo esto un aspecto bastante positivo para ellos como para la Carrera de Administración de Empresas. Otros duran en introducirse al mercado laboral de un mes a tres meses cuyo porcentaje corresponde a un 22%. El resto dura de tres a seis meses 15%, de seis a menos de un año 6% y sólo un 2% de la población dura más de un año.

También se formuló una pregunta con el fin de conocer la antigüedad que los egresados poseen en las empresas desde que se graduaron del Bachillerato en Administración de Empresas.

Gráfico 25. Labora para el mismo patrono desde que se graduó de Bachillerato

Labora para el mismo patrono desde que se graduó



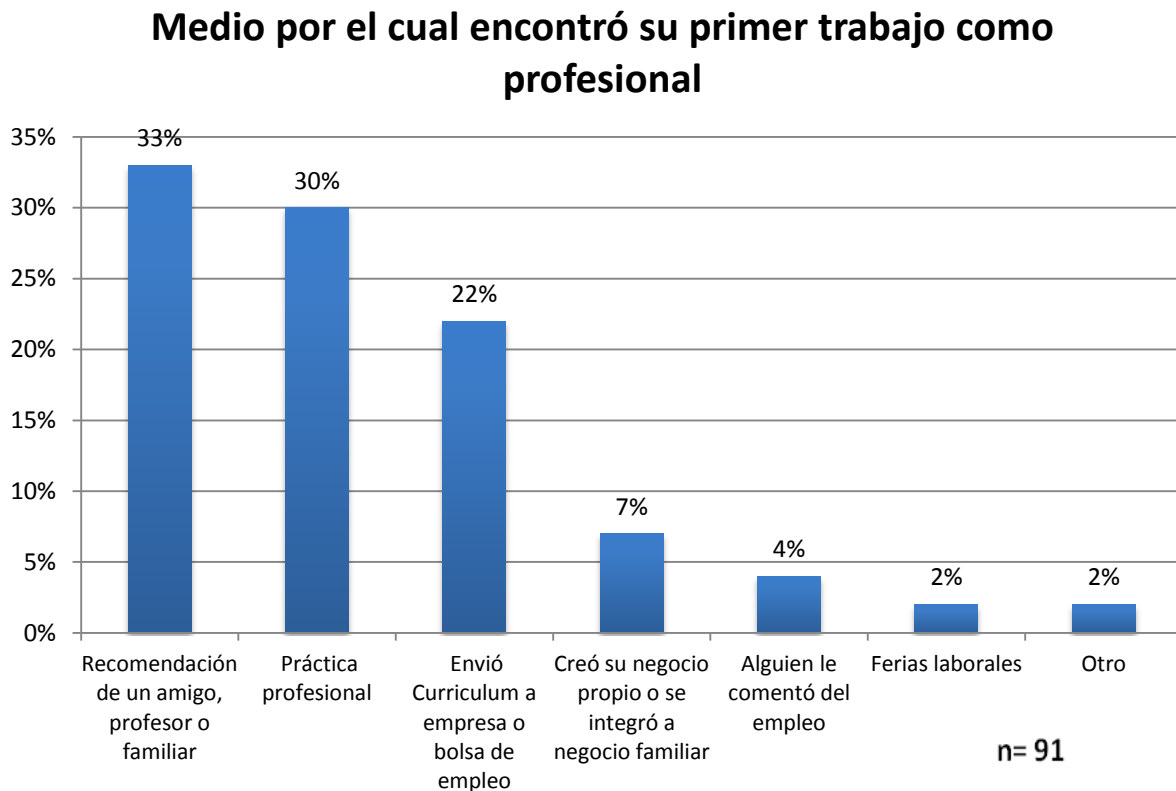
Fuente: Elaboración Propia

*De 91 egresados que contestaron la encuesta, sólo 86 personas indicaron que si laboran o no para el mismo patrono desde que se graduaron de Bachillerato en AE-SSC

Como se visualiza en el gráfico anterior el 56% de la población de encuestados no labora para el mismo patrono desde que se graduó de la Carrera, lo que revela que han cambiado de patrono. Sin embargo el otro 44% si continúa trabajando para el mismo patrono.

Un punto importante para la Escuela de Administración de Empresas es conocer el principal medio por el cual los egresados encontraron su primer empleo como profesional.

Gráfico 26. Principal medio por el cual los egresados encontraron su primer trabajo como profesional en Administración de Empresas



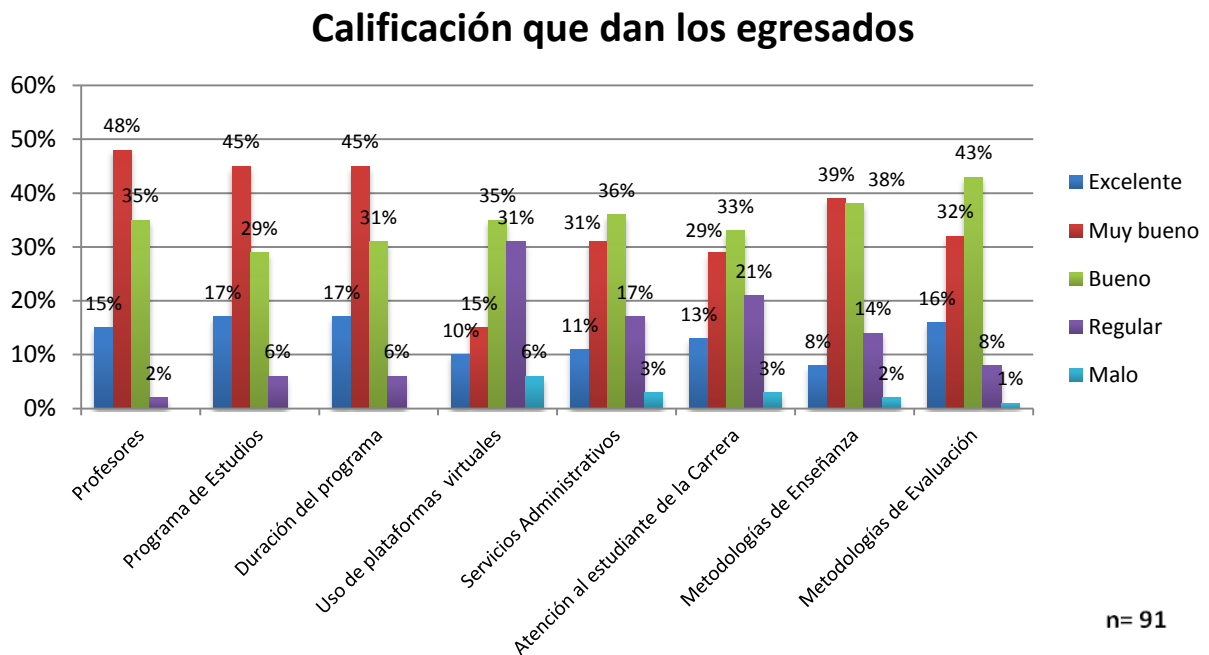
Fuente: Elaboración Propia

Según se evidencia en el gráfico anterior el principal medio por el cual los egresados encontraron su primer trabajo ha sido por la recomendación de un amigo, profesor o familiar cuyo porcentaje alcanza un 33% de la población encuestada, en segundo lugar figura la práctica profesional que se realiza en el último semestre de la Carrera con un 30% de las respuestas. Seguido de un 22% que consiguieron el empleo mediante el envío de su curriculum vitae a una empresa o bolsa de trabajo y el resto obtuvieron su empleo al crear su propio negocio o al integrarse a un negocio familiar. Mientras que los demás han encontrado su empleo a través de personas que le comentaron sobre un puesto vacante y una minoría lo ha obtenido mediante ferias laborales.

4.1.4. Relación con la institución de egreso

Con el propósito de conocer la opinión que dan los egresados respecto a la Carrera de Administración de Empresas, se formuló una pregunta en la cual se evalúan profesores, programa de estudios, duración del mismo, uso de plataformas virtuales, servicios administrativos y otros.

Gráfico 27. Calificación de la Carrera de Administración de Empresas con base en la experiencia como estudiante de la Carrera



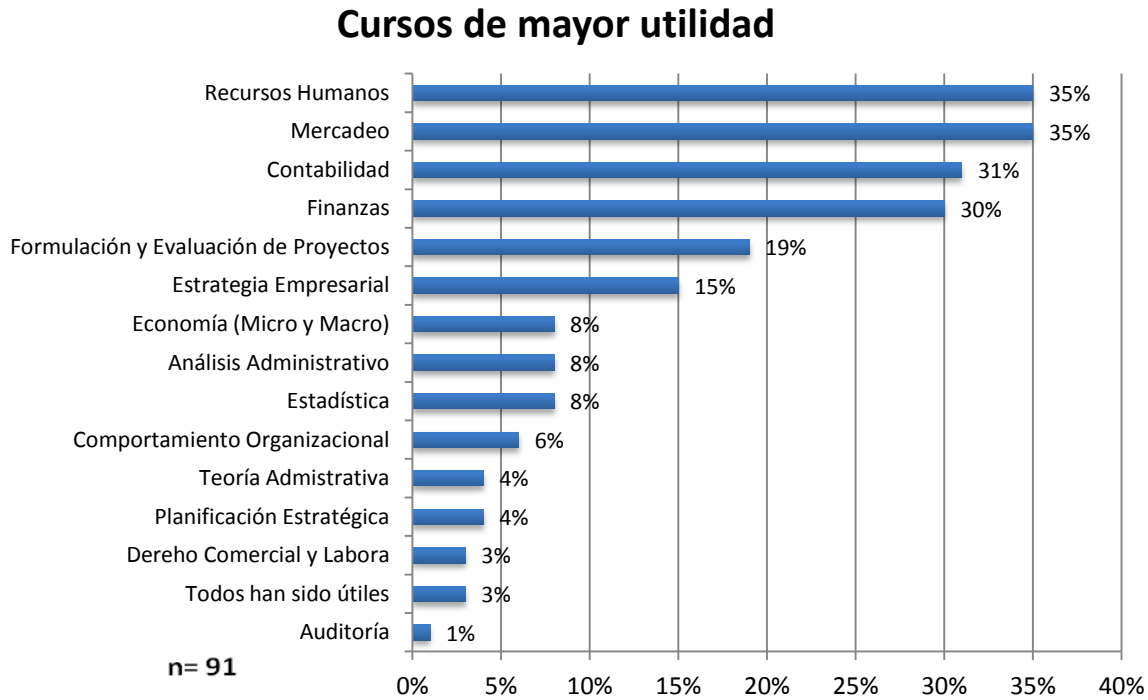
Fuente: Elaboración Propia

Como se muestra en el gráfico anterior los egresados califican de manera positiva la Carrera de Bachillerato debido a que la mayor parte de la población indicó que los profesores que imparten los cursos de la Carrera son entre excelentes y muy buenos en las labores que desempeñan cuyos porcentajes alcanzan el 15% y 48% respectivamente. En cuanto al programa de estudios y su duración los encuestados también lo evalúan de manera positiva correspondientes entre excelentes y muy buenos con un 17% y 45% para cada uno. En lo referente al uso de plataformas virtuales el mayor porcentaje se

encuentra entre bueno y regular con un 35% y 31% de los egresados encuestados, en cambio los servicios administrativos de la Escuela los consideran entre muy bueno y bueno con una respuesta del 31% y 36%. Por otra parte, en lo relacionado a la atención del estudiante la mayor calificación se encuentra entre muy bueno y bueno correspondientes a 29% y 33% respectivamente. Así mismo la metodología de enseñanza aplicada en la Carrera en sus diferentes cursos se considera que es bastante aceptable debido a que la población la califica entre muy bueno y bueno cuyo porcentaje son 39% y 38%. Finalmente las metodologías de evaluación se consideran entre muy bueno y bueno correspondientes a 32% y 43%.

A los egresados se les consultó sobre los cursos de la Carrera de Bachillerato en Administración de Empresas que le han sido de mayor utilidad en el ámbito laboral, la cual se hizo mediante una pregunta de opción abierta.

Gráfico 28. Cursos de mayor utilidad en ámbito laboral



Fuente: Elaboración Propia

En cuanto a cursos que han sido de mayor utilidad en el mercado laboral para los graduados de la Carrera, se figuran en primer lugar Mercadeo y Recursos Humanos cuyo porcentaje alcanza un 35% para uno, en segundo puesto se encuentra Contabilidad con un 31% de la población encuestada y en tercer lugar Finanzas con un 30%. Siendo estos cuatro cursos lo más utilizados en las labores que desempeñan los egresados de la Carrera.

También se les consultó sobre los cursos del grado de Bachillerato que le han sido de menor utilidad en el ámbito laboral, sin embargo muchos egresados mencionaron cursos que no son impartidos por la Escuela de Administración, los cuales fueron descartados al momento de tabular la información.

Gráfico 29. Cursos de menor utilidad en el ámbito laboral



Fuente: Elaboración Propia

Según encuesta aplicada a egresados el cursos de menor utilidad han sido Contabilidad y Estadística cuyos porcentajes alcanzan un 12% y 11% respectivamente. Sin embargo, en el gráfico 29 se menciona que Contabilidad es uno de los 4 cursos más útiles de la Carrera. El otro curso menos beneficio es Productividad Empresarial con un 9 % de las respuestas obtenidas.

4.1.5. Solicitudes de programas de actualización por parte de los egresados

Con el fin de mantener un servicio constante y de calidad hacia los egresados se les consultó acerca de cuáles capacitaciones o cursos de educación continua son parte de sus intereses como profesional y en qué lugar le gustaría recibirlo.

En el siguiente cuadro se muestran los cursos más solicitados por los egresados:

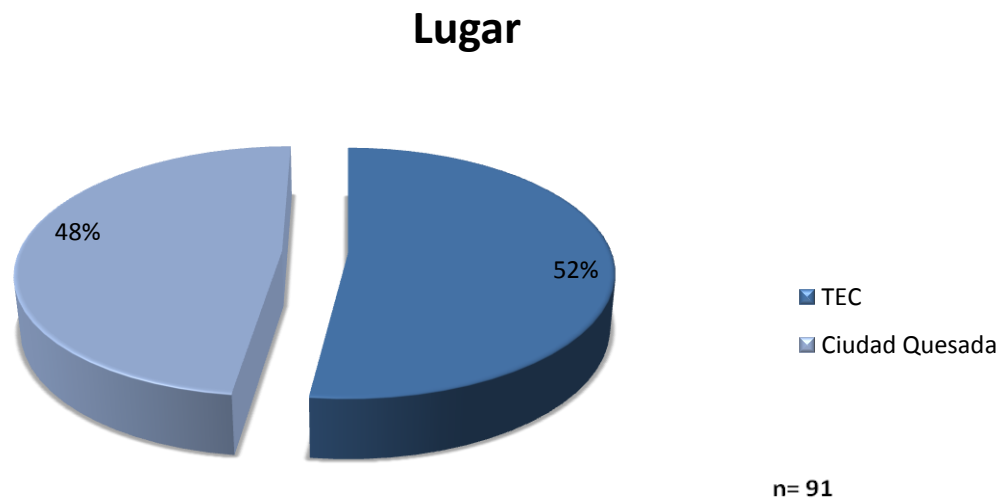
Cursos solicitados por los egresados	
Recursos Humanos*	Compras Administrativas
Microsoft Project *	Motivación de personal
Banca y Finanzas	Incentivos
Contabilidad	Neuromarketing
Técnicas para contar el dinero	Social Media Marketing
Créditos	Presupuestación
Inversiones	Herramientas de presentaciones
Docencia	Informes ejecutivos
Economía	Riesgos
Emprendedurismo	Programas de exportación
Énfasis en Ventas	Psicología laboral
Ética empresarial	Análisis de Mercadeo
Evaluación de la calidad	Salud Ocupacional
Finanzas	Gestión ambiental
Gestión de la producción	Selección y Reclutamiento, Técnicas para la Entrevista, Estrategia Empresarial, Evaluación del Desempeño
Inteligencia emocional	Seminario de RH enfocado en manejo de personal
Leasing	Six sigma
Coaching	Exportaciones
Logística de exportación	Sostenibilidad y Certificados internacionales
Manejo de dinero	Técnicas modernas de Planificación
Planificación estratégica	Técnico en Tecnologías de Información
Mercadeo internacional	Administración de Proyectos,(seguimiento de costos en los proyectos)
Mercadeo	Temas relacionados a la industria turística
* Solicitudes de más de dos personas	

Tabla 7. Cursos más solicitados por los egresados

Fuente: Elaboración Propia

En el siguiente gráfico se muestra el lugar que prefieren los egresados para recibir los cursos de actualización profesional mencionados anteriormente.

Gráfico 30. Lugar donde le gustaría recibir el curso



Fuente: Elaboración Propia

Mediante los datos obtenidos se evidencia que más de la mitad de los encuestados desean recibir esos cursos de educación continua en el Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos cuyo porcentaje alcanza un 52%, mientras que el otro 48% prefiere que se impartan en Ciudad Quesada. De allí la importancia de derivar y considerar ambos lugares como atractivos para la impartición de cursos o programas de la Carrera.

4.1.6. Programas de Capacitación

También se formuló una pregunta para conocer el interés de los egresados sobre las capacitaciones ya establecidas, que imparte la Escuela de Administración de Empresas.

En la siguiente tabla se muestran las opciones de programas de actualización profesional, los cuales podrían ser impartidos en el lugar y horario que más se adapte a las necesidades de los egresados, puede ser en el TEC en horario diurno, nocturno o en una modalidad ejecutiva (viernes en la noche o sábados todo el día) o también se pueden ofrecer en Ciudad Quesada en horario diurno, nocturno o en una modalidad ejecutiva (viernes en la noche o sábados todo el día).

La respuesta obtenida fue bastante favorable debido a que se posee un alto número de personas interesadas en las capacitaciones que ofrece la institución. Como se muestra en la siguiente tabla la capacitación de Especialista en Administración de proyectos posee 17 personas interesadas y desean que se imparta en la Sede mediante la modalidad ejecutiva y la de Gestión de Servicio al Cliente cuenta con 16 egresados interesados y prefieren que se ofrezca en Ciudad Quesada en horario nocturno.

En la siguiente tabla se detallan el nombre de las capacitaciones así como la duración de la misma y en el lugar y horario en el que se pueden llevar a cabo:

Capacitación	Lugar: Ciudad Quesada, Horario: Diurno	Lugar: Ciudad Quesada, Horario: Nocturno	Lugar: Ciudad Quesada, Horario: Modalidad Ejecutiva (Viernes en la noche y Sábado todo el día)	Lugar: TEC, Sede San Carlos, Horario: Diurno	Lugar: TEC, Sede San Carlos, Horario: Nocturno	Lugar: TEC, Sede San Carlos, Horario: Modalidad Ejecutiva (Viernes en la noche y Sábado todo el día)
Formación en Espíritu Emprendedor (Trimestral)	2	11	7	4	13	9
Especialista en Impuestos (Semestral-Duración: 5 meses)	1	9	5	2	8	12
Especialista en Motivación y Liderazgo (Semestral-Duración 6 meses)	2	11	9	3	9	9
Especialista en Costos (Semestral-Duración 6 meses)	1	10	8	2	13	13
Gestión de Servicio al Cliente (Semestral-Duración 5 meses)	1	16	7	3	13	8
Especialista en Responsabilidad Social Empresarial (Semestral-Duración 6 meses)	2	12	8	1	10	8
Especialista en Estadística Empresarial (Semestral)	1	8	7	1	9	8
Especialista en Administración de Proyectos (4 Módulos-Duración 48 h c/u)	1	14	13	3	13	17
Especialista en Contratación Administrativa (Semestral-Duración 7 semanas)	1	9	10	1	6	10
Especialista en Competencias	1	8	6	1	6	6
Especialista en Marketing Empresarial (3 Módulos-Duración 7 semanas)	3	10	9	3	12	10
Técnico en Administración de Proyectos (6 bloques-Duración 6 semanas)	2	12	9	3	10	11
Taller Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) (12 Sesiones-Duración 16 h)	1	8	6	1	8	9

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 8. Capacitaciones ya establecidas que puede impartir la Escuela de Administración de Empresas

4.1.7. Sugerencias de los egresados

Como parte del proceso de retroalimentación con el entorno de la Carrera de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos, se necesita conocer la opinión de los egresados sobre varios aspectos relacionados con la Carrera, por lo que se formuló la siguiente pregunta abierta; “**Alguna otra sugerencia o recomendación que nos pueda manifestar para mejorar el servicio que le brinda la Carrera de Administración de Empresas**” de la cual se derivaron 35 sugerencias agrupadas por el investigador en tales categorías: sugerencias de licenciatura, fortalecimiento de la malla, metodologías de aprendizaje, metodologías de evaluación y sugerencias para la Escuela de Administración de Empresas en general.

En la siguiente tabla se muestran las categorías con su respectivo número de sugerencias:

Categorías	Número de sugerencias asociadas
1. Sugerencias de licenciatura	7
2. Fortalecimiento de la malla	14
3. Metodologías de Aprendizaje	5
4. Metodologías de Evaluación	2
5. Sugerencias para la Escuela de Administración de Empresas	7
Total	35 Sugerencias

Fuente: Elaboración Propia

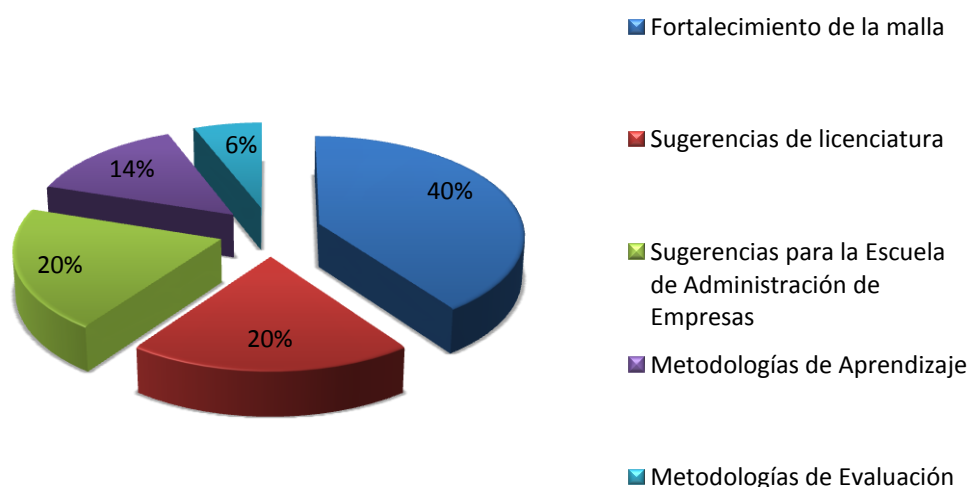
Tabla 9. Categorías en las que se dividen las sugerencias de egresados

En el siguiente gráfico se muestra el porcentaje de sugerencias según la categoría planteada por el investigador, en el cual se puede observar que el 40% de las sugerencias recibidas corresponde al fortalecimiento de la malla, seguido de un 20% de sugerencias para el grado de licenciatura y el otra 20% corresponden a sugerencias para la Escuela de Administración de Empresas en general. Además el 14% de las respuestas

recibidas hace referencia a sugerencias en las metodologías de aprendizaje de los estudiantes que cursan la Carrera y el 6% sugiere mejoras en las metodologías de evaluación que se aplican.

Gráfico 31. Porcentaje de sugerencias según su categoría

Porcentajes de sugerencias según categoría



n=91

Fuente: Elaboración propia

Siendo que:

✓ **Categoría 1.** Las sugerencias fueron:

Sugerencias Licenciatura
Independizar licenciaturas y maestrías de San José
Agilizar proceso de apertura de grados académicos
Mayor aprobación de licenciaturas y maestrías
Abrir licenciatura en Recursos Humanos
No dar prioridad por el año de egreso

Ofrecer más énfasis
La Carrera con programa para que los estudiantes salgan con licenciatura

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10. Sugerencias de licenciatura

✓ **Categoría 2.** Las sugerencias fueron:

Fortalecimiento de la malla
Mejorar el plan de estudios
Énfasis en Bachillerato
Cursos enfocados al mercado laboral
Curso Finanzas aplicado a la realidad
Más enfoque en los idiomas
Continuar innovando (egresados con aptitud de servicio y actitudes basadas en valores)
Cursos Contabilidad aplicado a la realidad
Apertura de cursos cortos en horarios nocturnos (Excel)
Más cursos de Mercadeo
Horarios más flexibles
Mejorar el nivel en las áreas de Finanzas e Inglés
Brindar un curso de Proyectos
Ampliar los cursos de Contabilidad
Incorporar el curso de Métodos Cuantitativos

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 11. Sugerencias para el fortalecimiento de la malla

✓ **Categoría 3.** Las sugerencias fueron:

Metodologías de Aprendizaje
Enseñar ética profesional
Incentivar el emprendedurismo
Relacionar al estudiante con el campo laboral
Vínculo Universidad-Empresa
Estudiantes desarrollen trabajos de campo en las empresas

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 12. Sugerencias para mejorar las metodologías de aprendizaje

✓ **Categoría 4.** Las sugerencias fueron:

Metodologías de Evaluación
Evaluar mejor a los profesores
Exámenes deben ser elaborados por la Escuela de Administración de Empresas y no por cada profesor

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13. Sugerencias para mejorar las metodologías de Evaluación

✓ **Categoría 5.** Las sugerencias fueron:

Sugerencias para la Escuela de Administración de Empresas en general
Plataforma Virtual para consultas
Programas de actualización
Brindar ofertas de trabajo
Más Información sobre cursos libres
Impartir cursos en otros lugares no sólo en San Carlos
Envío de material literario de actualidad vía correo electrónico

Seguimiento a los egresados, actividades, capacitaciones, seminarios, entre otros

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14. Sugerencias para la Escuela de Administración de Empresas en general

4.2. Antecedentes de las estrategias propuestas en el estudio anterior

Objetivo Específico 2

- ✓ Proponer la implementación de algunas de las iniciativas estratégicas prioritarias según el diagnóstico realizado en el 2012.

Estrategia 1 Perfil de Facebook	
---------------------------------	---

Referente	Detalle				
<p>Práctica Profesional de Juliana Gómez Quesada</p> <p><i>“Investigación de mercado, egresados Carrera de Administración de Empresas, Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos”</i></p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable del FODAL</th> <th>Acciones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>O1, V2</td> <td>Crear un canal de comunicación directa entre AE-SSC y los egresados, por medio de correos electrónicos y redes sociales.</td> </tr> </tbody> </table>	Variable del FODAL	Acciones	O1, V2	Crear un canal de comunicación directa entre AE-SSC y los egresados, por medio de correos electrónicos y redes sociales.
Variable del FODAL	Acciones				
O1, V2	Crear un canal de comunicación directa entre AE-SSC y los egresados, por medio de correos electrónicos y redes sociales.				
<p>Plan de Mejoramiento Acreditación SINAES</p>	Falta contacto con graduados				

4.2.1. Detalle del informe de compromiso de mejoramiento (asociado)

Dimensión	Componente	Número de criterio relacionado con la debilidad	Debilidad	Causa	Objetivo	Indicador (es)	Actividad (es)	Responsable (s)	Periodo de				Fecha de cumplimiento
									Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Resultados	Graduados	4.2.9	El mecanismo utilizado (correo electrónico), es aun incipiente y se desconoce el grado de respuesta de los graduados.	Falta de contacto con graduados	Aumentar el acercamiento con graduados	Presencia en al menos 1 red social con un grupo de graduados	Abrir y dar seguimiento periódico a grupos de graduados en redes sociales.	Encargado de Proceso de acreditación, secretaria	x	x	x	x	diciembre

Fuente: TEC

Ilustración 29. Informe de compromiso mejoramiento de falta contacto con graduados

4.3. Implementación del Perfil en la red social Facebook

4.3.1. Acción

- ✓ Creación de perfil de Egresados en la red social Facebook

4.3.2. Actividades

- ✓ Perfil de Facebook de Egresados de la Carrera de Administración de Empresas del TEC.
- ✓ Página de Facebook de Egresados.
- ✓ Grupo de egresados por generación.

4.3.3. Detalle de la Actividad

Para dar seguimiento a los egresados del grado de Bachillerato en Administración del Empresas del Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos, se creó un perfil en Facebook, el día 5 de Setiembre del 2013 y hasta el día 24 del mismo mes se contaba con 94 amigos, egresados de las diferentes generaciones de la Carrera.



Ilustración 30. Perfil de Facebook

También se creó una página en la misma red social, la cual cumple la misma función que el perfil en Facebook; la página hasta el momento cuenta con 99 “Me gusta”, de egresados de la Carrera.

Con esta página se puede medir semanalmente el alcance de la misma.

De igual manera, se crearon grupos por generación de egresados del grado del Bachillerato en Administración de Empresas. Con el objetivo, de tener un contacto directo con estudiantes graduados que hayan sido de la misma generación y darles a conocer temas de interés y a la vez recibir sus dudas y comentarios respecto a la Carrera en general.

En la siguiente tabla se muestran los grupos del Perfil de Facebook por generación:

Nombres de Grupos en Facebook	Egresados por generación
Gen.2000-Admi TEC SC	5
Gen.2001-Admi TEC SC	7
Gen.2002-Admi TEC SC	13
Gen.2003-Admi TEC SC	5
Gen.2004-Admi TEC SC	13
Gen.2005-Admi TEC SC	5
Gen.2006-Admi TEC SC	11
Gen.2007-Admi TEC SC	11
Gen.2008-Admi TEC SC	15
Gen.2009-Admi TEC SC	16

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15. Nombres de Grupos en Facebook

4.3.4. Sugerencias de Aplicación

Una vez creado el perfil de Facebook se realizó un protocolo de uso para el mismo y se diseñó un cuadro con la información que se necesita para hacer uso de la red social:

Protocolo de Uso o Revisión del Perfil de Facebook



Justificación del Protocolo

Documento creado para unificar criterios de uso y revisión del perfil de Facebook, en la cual se mantendrá información relacionada a la población de egresados sobre aspectos relevantes de la Carrera.

Objetivo

Unificar criterios en el uso y revisión del perfil de Facebook de la Carrera de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica

Pasos a seguir para el uso del perfil

1. Se debe nombrar un administrador (a) para que se encargue de revisar el perfil.
2. Se debe revisar el perfil periódicamente (todos los días), al menos una vez al día. Ya sea al inicio del día (7am) o al final de la jornada laboral (4pm).
3. Se debe responder a las interrogantes que publiquen los egresados en la página de manera concisa y concreta, con el fin de dar un mayor entendimiento del mismo
4. Se debe publicar noticias de interés para los egresados.
5. Sólo se deben aceptar solicitudes de amistad de personas que sean egresados de esta carrera.
6. El uso del perfil sólo debe ser usado con el fin de mantener informada a la población de egresados de la carrera.
7. Los mensajes de Facebook de contenido comercial o publicitario deben contener en todos los casos un remitente claramente identificado, con los datos completos de la institución.
8. El mensaje que se publique debe ser claro y de interés para los egresados de las diferentes generaciones.
9. El mensaje que se va a publicar, no debe ser escrito todo en mayúscula ni en un tamaño de letra mayor a 12.
10. Se debe tener absoluta certeza del mensaje a enviar antes de que sea publicado en el perfil de Facebook

También se diseñó un cuadro que contiene la información del Perfil de Egresados como se muestra a continuación:

Información del Perfil de Facebook de Egresados de la Carrera de Administración TEC, Sede San Carlos		
Fecha de apertura de la Cuenta	05 de Setiembre del 2013	
Nombre de Usuario	"Admi Tec"	
Contraseña	Entregada a la Secretaría de la Carrera en sobre sellado	
Número de integrantes a la fecha	114 egresados del grado de Bachillerato en Administración de Empresas	
Ilustración del perfil		
Datos publicados a la fecha	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mensaje a egresados sobre el estudio de mercado que está realizando la Escuela de Administración de Empresas 	
Condiciones del perfil (privacidad, imagen, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sólo cuenta con egresados de la Carrera de Administración de Empresas del TEC ✓ Se usa como imagen de portada la parte frontal del TEC, SSC ✓ Sólo los amigos del perfil pueden ver las publicaciones del 	

	mismo	
--	-------	--

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16. Información del Perfil de Facebook

Por otra parte, en cada grupo de egresados en la red social de Facebook se publicó este mensaje:

“Hola estimados egresados (as)... este espacio ha sido creado para que ustedes expongan cualquier duda, consejo, crítica o idea que consideren pueda ser de interés para la Carrera de Administración de Empresas del TEC, además mediante este medio la Escuela de Administración de Empresas mantendrá un contacto directo con ustedes, respondiendo sus dudas y a la vez publicando temas de interés para ustedes.

Esperamos sea de gran provecho para todos...”

Con este mensaje se pretende socializar con todos los miembros de cada grupo y que sientan la confianza de expresar sus dudas y consultas libremente, debido a que siempre va a existir una persona encargada de responder a cada una de ellas.

En la siguiente imagen se muestra un pantallazo del cómo se ve uno de los grupos de egresados del Facebook:



Ilustración 31 Print screen grupo Facebook

4.4. Implementación del Focus Group



Referente	Detalle						
<p>Práctica Profesional de Juliana Gómez Quesada</p> <p><i>“Investigación de mercado, egresados Carrera de Administración de Empresas, Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos”</i></p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="784 667 894 758"></th> <th data-bbox="894 667 1068 758">Variable del FODAL</th> <th data-bbox="1068 667 1386 758">Acciones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="784 758 894 993"></td> <td data-bbox="894 758 1068 993">O1, V2</td> <td data-bbox="1068 758 1386 993">Crear un canal de comunicación directa entre AE-SSC y los egresados, por medio de correos electrónicos y redes sociales.</td> </tr> </tbody> </table>		Variable del FODAL	Acciones		O1, V2	Crear un canal de comunicación directa entre AE-SSC y los egresados, por medio de correos electrónicos y redes sociales.
	Variable del FODAL	Acciones					
	O1, V2	Crear un canal de comunicación directa entre AE-SSC y los egresados, por medio de correos electrónicos y redes sociales.					
<p>Plan de Mejoramiento Acreditación SINAES</p>	<p>Realizar grupos focales con graduados bianuales que permitan actualizar las condiciones y necesidades de su ámbito</p>						

4.4.1. Acción

- ✓ Realización de Focus Group

4.4.2. Actividades

- ✓ Focus Group para Egresados.
- ✓ Focus Group para Empleadores.

4.4.3. Detalle de la Actividad

La Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica, desea dar seguimiento a sus egresados del grado de Bachillerato mediante la utilización del Focus Group ya que es un medio para recopilar rápidamente información y puntos de vista de los estudiantes graduados de la Carrera y de posibles empleadores de la Zona Norte.

En el siguiente cuadro se muestran las actividades a desarrollar al momento de llevar a cabo un Focus Group, tanto en la etapa de planeación, durante en la reunión y posterior a la misma.

Preparación del Focus Group	Desarrollo del Focus Group	Posterior al Focus Group
Fecha (Posibles Fechas)	Bienvenida	Carta de agradecimiento
Hora	Moderador (Definir quién), conozca sobre tema a tratar	Resumen de lo que se habló
Lugar (Seleccionar sitio de reunión), reservar y preparar el sitio donde se va a desarrollar la sesión	Hoja Recolección de Información (Preparar preguntas) ó guía de discusión (situación laboral de los graduados (empresa, antigüedad, puesto, salario, nivel académico, nivel de satisfacción...))	
Duración de la sesión	Logística (Refrigerio, lugar donde pedir el refrigerio, costo)	
Participantes (internos y externos), de diferentes generaciones y con diferentes perfiles	Asignar encargado de logística (quien se encarga de organizar las bebidas y los alimentos)	
Tamaño del grupo (4 a 10)	Entrega certificado de participación	
Definir tema	Lista de asistencia	
Enviar Invitación		
Plantear un cronograma de actividades a seguir (agenda)		
Materiales de ayuda para la sesión FG (equipos)		
Verificar la asistencia de los participantes		
Decoración		
Edecanes		
Solicitud de refrigerio		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 17. Lista de actividades para un Focus Group

4.4.4. Sugerencias de Aplicación

Con el fin de facilitar la realización de un Focus Group para egresados de la Carrera y para empresarios de la Zona Norte y a la vez posibles empleadores de los graduados, se diseñaron algunos formatos que la Carrera de AE-SSC puede utilizar al momento de llevar a cabo una reunión de esta.

En las siguientes ilustraciones se muestran los formatos de invitación para un Focus Group de egresados y de empresarios respectivamente:



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 32. Invitación para Focus Group egresados




Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 33. Formato Invitación Focus Group Empresarios

También en el momento en que se lleva a cabo el Focus Group es importante pasar una hoja de asistencia en donde los participantes de la actividad, en este caso los egresados de la Carrera anoten su número de teléfono, correo electrónico, generación a la que pertenecen, hora de inicio y de salida y anoten su firma al final. Y para los empresarios de la Zona en vez de anotar la generación deben escribir el nombre de la empresa a la cual pertenecen.

En las siguientes imágenes se muestran los posibles formatos de la lista de asistencia tanto para egresados como para empresarios:



Tecológico de Costa Rica, Sede San Carlos
Escuela de Administración de Empresas
I Focus Group de Egresados de la Carrera
Lista de Asistencia

San Carlos, 25 de Octubre 2003


Participante	Generación	Teléfono	E-mail	Hora de Inicio	Hora salida	Firma

Coordinadora de la Carrera

Nombre y Firma

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 34. Lista de Asistencia a Focus Group egresados



Tecológico de Costa Rica, Sede San Carlos
Escuela de Administración de Empresas
I Focus Group de Empresarios de la Zona
Lista de Asistencia

San Carlos, 25 de Octubre 2003

Participante	Empresa	Teléfono	E-mail	Hora de Inicio	Hora salida	Firma

Coordinadora de la Carrera

Nombre y Firma

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 35. Lista de Asistencia Focus Group Empresarios

También como parte de un agradecimiento de participación a los egresados y empresarios en la reunión, es relevante que la Escuela de Administración de Empresas y los miembros o docentes encargados de llevar a cabo el Focus Group, al finalizar la reunión le den un certificado de participación a cada integrante de la actividad.

En las siguientes ilustraciones se muestran los formatos de los posibles certificados de participación en Focus Group de egresados y de empresarios:



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 36. Certificado de Participación Focus Group egresados



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 37. Certificado de Participación Focus Group Empresarios

Asimismo, y posterior a la realización de la reunión con los egresados de la Carrera se debe enviar una carta de agradecimiento a los participantes por su tiempo y por su valioso aporte a la Escuela de Administración de Empresas.

En las siguientes imágenes se muestran respectivamente los formatos de la Carta de Agradecimiento por participación en el Focus Group de egresados y de empresarios de la Zona Norte:

Agradecimiento Participación en el Focus Group de Egresados de la Carrera
de Administración de Empresas del TEC



Estimado Egresado (a) ó Participante

En nombre de la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica, Sede Regional San Carlos y sus miembros le extendemos un cordial agradecimiento por su participación en el Focus Group de egresados de la Carrera realizado el día X de XXX a las X:XX am, donde participaron graduados de diferentes generaciones.

Igualmente quiero agradecerle la información que nos proporcionó, que estamos seguros nos serán de gran utilidad y nos ayudará enormemente en el proceso de mejora continua de la Carrera.

Esperamos contar con usted y su vasto conocimiento en el tema para eventos futuros, lo cual redundará en beneficio de nuestra Carrera.

Un cordial saludo!

*Escuela de Administración de Empresas
Eileen Barrantes Barrantes (Coordinadora de Carrera)
TEC, Sede San Carlos*

Para mayor información: Tel: 2401-3118, e-mail: ebarrantesitcr@gmail.com

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 38. Formato de Carta Agradecimiento de participación en Focus Group egresados

Agradecimiento Participación en el Focus Group de Empresas de la ZN

**Estimado Empresario (a)**

En nombre de la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica, Sede Regional San Carlos y sus miembros le extendemos un cordial agradecimiento por su participación en el Focus Group de empresarios de la Zona Norte realizado el día X de XXX a las X:XX am, donde participaron empresarios de los diferentes sectores industriales.

Igualmente quiero agradecerle la información que nos proporcionó, que estamos seguros nos serán de gran utilidad y nos ayudará enormemente en el proceso de mejora continua de la Carrera.

Esperamos contar con usted y su vasto conocimiento en el tema para eventos futuros, lo cual redundará en beneficio de nuestra Carrera.

Un cordial saludo!


*Escuela de Administración de Empresas
Eleen Barrantes Barrantes (Coordinadora de Carrera)
TEC, Sede San Carlos*

Para mayor información: Tel: 2401-3118, e-mail: ebarrantesitcr@gmail.com

Fuente: Elaboración Propia


Ilustración 39. Formato de Carta de Agradecimiento por participación en Focus Group de Empresas

También se debe adjuntar un resumen de la reunión que se ejecutó definiendo las actividades relevantes que se llevaron cabo, conclusiones a las que se llegaron y posibles sugerencias planteadas, como se muestra en la siguiente ilustración tanto para el Focus Group de egresados como para el de posibles empleadores de la ZN.

 <p>Tecnológico de Costa Rica</p>	<h3>Resumen Ejecutivo del Focus Group</h3>
<h4>I Focus Group de Egresados de la Carrera de Administración de Empresas</h4>	
Participantes	
*	
*	
*	
*	
*	
*	
Actividades Relevantes	
Conclusiones	
Sugerencias	

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 40. Formato para un Resumen del Focus Group egresados

	<h2>Resumen Ejecutivo del Focus Group</h2>
<h3>I Focus Group de Empresarios de la Zona Norte</h3>	
<p>Participantes</p> <p>* * * * * *</p>	
<p>Actividades Relevantes</p>	
<p>Conclusiones</p>	
<p>Sugerencias</p>	

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 41. Formato Resumen de Focus Group Empresas

4.5. Implementación de la Base de Datos de Empresas

<p>Estrategia 3 BD de Empresas de la Zona</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Logo</th> <th>Nombre de la Empresa</th> <th>Tipo de empresa</th> <th>Teléfono</th> <th>E-mail</th> <th>Ubicación</th> <th>Sector al que pertenece</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>IA Consultores S.A</td> <td>Empresa Nacional</td> <td>2402-6100</td> <td>ia@iaconsultores.com</td> <td>Alajuela, San Carlos</td> <td>Servicios</td> </tr> <tr> <td></td> <td>IA Ingeniería y Administración S.A</td> <td>Empresa Nacional</td> <td>20062400-9081</td> <td></td> <td>Alajuela, San Carlos</td> <td>Servicios</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Casa Loma Hotel & Spa</td> <td>Empresa Nacional</td> <td>2475-7388</td> <td>reservas@casaloma.com</td> <td>Alajuela, San Carlos</td> <td>Servicios</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Invercruz Canal Finteco</td> <td>Empresa Nacional</td> <td>2475-9383</td> <td></td> <td>Alajuela, San Carlos</td> <td>Comercio</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Volcan Lodge and Gardens</td> <td>Empresa Nacional</td> <td>2475-0107</td> <td></td> <td>Alajuela, San Carlos</td> <td>Servicios</td> </tr> </tbody> </table>	Logo	Nombre de la Empresa	Tipo de empresa	Teléfono	E-mail	Ubicación	Sector al que pertenece		IA Consultores S.A	Empresa Nacional	2402-6100	ia@iaconsultores.com	Alajuela, San Carlos	Servicios		IA Ingeniería y Administración S.A	Empresa Nacional	20062400-9081		Alajuela, San Carlos	Servicios		Casa Loma Hotel & Spa	Empresa Nacional	2475-7388	reservas@casaloma.com	Alajuela, San Carlos	Servicios		Invercruz Canal Finteco	Empresa Nacional	2475-9383		Alajuela, San Carlos	Comercio		Volcan Lodge and Gardens	Empresa Nacional	2475-0107		Alajuela, San Carlos	Servicios
Logo	Nombre de la Empresa	Tipo de empresa	Teléfono	E-mail	Ubicación	Sector al que pertenece																																					
	IA Consultores S.A	Empresa Nacional	2402-6100	ia@iaconsultores.com	Alajuela, San Carlos	Servicios																																					
	IA Ingeniería y Administración S.A	Empresa Nacional	20062400-9081		Alajuela, San Carlos	Servicios																																					
	Casa Loma Hotel & Spa	Empresa Nacional	2475-7388	reservas@casaloma.com	Alajuela, San Carlos	Servicios																																					
	Invercruz Canal Finteco	Empresa Nacional	2475-9383		Alajuela, San Carlos	Comercio																																					
	Volcan Lodge and Gardens	Empresa Nacional	2475-0107		Alajuela, San Carlos	Servicios																																					

Referente	Detalle			
<p>Práctica Profesional de Juliana Gómez Quesada</p> <p><i>“Investigación de mercado, egresados Carrera de Administración de Empresas, Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos”</i></p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="781 953 894 1276" style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">FORTALEZAS</td> <td data-bbox="901 953 1073 1276">F2, V4</td> <td data-bbox="1079 953 1383 1276"> Crear una base de datos con las empresas de la zona, además con esto buscar que los egresados se queden en la región, formando parte del progreso de la misma, así como mantener actualizada la base que contiene los datos de los egresados. </td> </tr> </table>	FORTALEZAS	F2, V4	Crear una base de datos con las empresas de la zona, además con esto buscar que los egresados se queden en la región, formando parte del progreso de la misma, así como mantener actualizada la base que contiene los datos de los egresados.
FORTALEZAS	F2, V4	Crear una base de datos con las empresas de la zona, además con esto buscar que los egresados se queden en la región, formando parte del progreso de la misma, así como mantener actualizada la base que contiene los datos de los egresados.		
<p>Plan de Mejoramiento Acreditación SINAES</p>	<p>No se cuenta con mecanismos de seguimiento de graduados y contacto con empleadores.</p>			

4.5.1. Detalle del informe de compromiso de mejoramiento en el cual menciona que no tiene un contacto con empleadores (asociado)

Dimensión	Componente	Número de criterio relacionado con la debilidad	Debilidad	Causa	Objetivo	Indicador (es)	Actividad (es)	Responsable (s)	Periodo de				Fecha de cumplimiento	
									Año 1	Año 2	Año 3	Año 4		
Resultados	Graduados	4.2.4	No se reportan evidencias de los mecanismos solicitados.	No se cuenta con mecanismos de seguimiento a graduados y contacto con empleadores	Implementar mecanismos de seguimiento a graduados y contacto con empleadores	Informe bianual del mercado laboral y condición de los graduados	Actualización de una base de datos de empleadores en paralelo con la actualización de la base de datos de graduados	Comisión de Acreditación	x					jul-14
								Comisión de Acreditación	x	x	x	x	julio	
								Comisión de Acreditación	x	x	x	x	agosto	
								Comisión de Acreditación		x		x	octubre	
								Comisión de Acreditación		x		x	diciembre	
		4.2.5	No hay evidencia de la existencia de un sistema de información de graduados.	No se cuenta con un sistema de información sobre los graduados	Implementar un sistema de información sobre los graduados	Una base de datos completa y verificable.	Actualizar semestralmente la base de datos de graduados.	Encargado de Proceso de acreditación, secretaria	x	x	x	x	diciembre	
4.2.6	Al no contar con un sistema de información de graduados, el seguimiento a los mismos no es efectivo.	No se cuenta con un sistema de información sobre los graduados	Incorporar en la toma de decisiones de la Carrera el criterio de los graduados	Informe de retroalimentación de graduados a la Comisión de Curriculum.	Actualizar semestralmente la base de datos de graduados.	Encargado de Proceso de acreditación, secretaria	x	x	x	x	diciembre			
						Encargado de Proceso de acreditación, secretaria	x	x	x	x	diciembre			

Fuente: TEC

Ilustración 42. Compromiso de mejoramiento, no se tiene contacto con empleadores

4.5.2. Acción

- ✓ Creación de Base de Datos de Empresas de la Zona

4.5.3. Actividades

- ✓ Base de datos de empresas de la Zona

4.5.4. Detalle de la Actividad

Con el fin de que los egresados se queden en la región y que formen parte del progreso de la misma se creó la Base de Datos de Empresas de la Zona, en la cual se maneja un serie de contactos de instituciones y empresas que poseen entre sus colaboradores profesionales graduados de la Carrera de Administración de Empresas del TEC.

La Base de Datos contiene información como el nombre de la empresa, el tipo, teléfono, e-mail, ubicación y sector al que pertenece. [Ver Base de Datos en apéndice 3](#)


En la siguiente ilustración se muestra una parte de la Base de Datos de empresas de la Zona

Base de Datos Empresas ZNI

Información de Contacto						
Logo	Nombre de la Empresa	Tipo de empresa	Teléfono	E-mail	Ubicación	Sector al que pertenece
	RA Consultores S.A	Privada Nacional	2462-6200	info@rajconsultores.com	Alajuela, San Carlos	Servicios
	IAA Ingeniería y Administración S.A	Privada Nacional	(506)2460-8661		Alajuela, San Carlos	Servicios
	Casa Luna Hotel & Spa	Privada Nacional	2479-7368	reservas@casalunahotel.com	Alajuela, San Carlos	Servicios
	Inversiones Cassol Fortuna	Privada Nacional	2479-9303		Alajuela, San Carlos	Comercio
	Volcano Logde and Gardens	Privada Nacional	2479-17117		Alajuela, San Carlos	Servicios

Ilustración 43. Base de Datos de empresas ZN

4.6. Propuesta de encuesta a empleadores

Estrategia 4 Encuesta a empleadores	
-------------------------------------	--

Referente	Detalle			
<p>Práctica Profesional de Juliana Gómez Quesada</p> <p><i>“Investigación de mercado, egresados Carrera de Administración de Empresas, Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos”</i></p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="781 688 894 1010" style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">FORTALEZAS</td> <td data-bbox="894 688 1073 1010">F2, V4</td> <td data-bbox="1073 688 1382 1010"> Crear una base de datos con las empresas de la zona, además con esto buscar que los egresados se queden en la región, formando parte del progreso de la misma, así como mantener actualizada la base que contiene los datos de los egresados. </td> </tr> </table>	FORTALEZAS	F2, V4	Crear una base de datos con las empresas de la zona, además con esto buscar que los egresados se queden en la región, formando parte del progreso de la misma, así como mantener actualizada la base que contiene los datos de los egresados.
FORTALEZAS	F2, V4	Crear una base de datos con las empresas de la zona, además con esto buscar que los egresados se queden en la región, formando parte del progreso de la misma, así como mantener actualizada la base que contiene los datos de los egresados.		
<p>Plan de Mejoramiento Acreditación SINAES</p>	<p>No se cuenta con mecanismos de seguimiento de graduados y contacto con empleadores.</p>			

4.6.1. Detalle del compromiso de mejoramiento en realizar una encuesta bianual a empleadores sobre satisfacción con graduados (asociado)

Número de criterio relacionado con la debilidad	Debilidad	Causa	Objetivo	Indicador (es)	Actividad (es)	Responsable (s)	Periodo de				Fecha de cumplimiento
							Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
4.2.4	No se reportan evidencias de los mecanismos solicitados.	No se cuenta con mecanismos de seguimiento a graduados y contacto con empleadores	Implementar mecanismos de seguimiento a graduados y contacto con empleadores	Informe bianual del mercado laboral y condición de los graduados	Realizar una encuesta bianual a empleadores sobre la satisfacción con respecto a graduados.	Comisión de Acreditación		x		x	octubre

Fuente: TEC

Ilustración 44. Compromiso de mejoramiento. Encuesta bianual a empleadores

4.6.2. Acción

- ✓ Proponer una encuesta para empleadores sobre satisfacción laboral de egresados

4.6.3. Actividades

- ✓ Realizar encuesta bianual a empleadores sobre satisfacción laboral de egresados.

4.6.4. Detalle de la Actividad

Con el fin de conocer la opinión de los empleadores con respecto al desempeño de los egresados de la Carrera de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos; se diseñó una encuesta, la cual consta de 16 preguntas divididas en 6 apartados; introducción, perfil del empleador, satisfacción formación académica, análisis, habilidades y destrezas, desempeño laboral y recomendaciones.

En el primer apartado se realiza una pequeña introducción al empleador sobre el objetivo de la encuesta, con el fin de familiarizarlo un poco con el tema a tratar en la misma.

Encuesta a Empleadores

Introducción

Como parte del proceso de retroalimentación con el entorno de la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos, necesitamos conocer su opinión sobre varios aspectos relacionados con la Carrera.

Esta encuesta tiene como objetivo conocer el desempeño laboral de nuestros egresados, así como las necesidades en cuanto a la formación en conocimientos y habilidades que distintos empleadores requieren.

La información recabada tiene como fin mejorar nuestra oferta educativa.

Por eso, agradecemos de antemano su colaboración. Cabe enfatizar que la información recolectada se utilizará de retroalimentación en procesos de mejora continua.

Ilustración 45. Apartado I de la encuesta a empleadores

En el segundo apartado comienzan las interrogantes en relación al perfil del empleador, donde se pretende conocer un poco sobre la empresa donde labora, como el nombre, tipo de empresa, cargo que ocupa dentro de la misma, tamaño de la empresa, sector al que pertenece entre otros.

Perfil del empleador

1. Nombre de la empresa o institución en la que labora actualmente

2. Puesto o cargo que ocupa usted dentro de la empresa

3. Tipo de Empresa o institución a la que pertenece

- Gobierno Central
- Autónoma o semiautónoma
- Empresa Privada Nacional
- Empresa Privada Transnacional
- Propia o familiar
- Otros:

4. Tamaño de la empresa a la que pertenece

- Micro (De 5 o menos empleados)
- Pyme (más de 5 a 30 empleados)
- Mediana (más de 30 y menos de 100 empleados)
- Grande (más de 100 empleados)

5. ¿En cuál de los siguientes sectores se ubica esa institución o empresa?

- Servicios
- Financiero
- Sector primario
- Educación
- Comercial
- Gubernamental
- Industrial
- Otros:

6. Especifique la principal actividad a la que se dedica esta institución o empresa

7. ¿Cuántos graduados de la Carrera de Bachillerato en Administración de Empresas del TEC laboran para la empresa?

8. En qué año contrató al primer egresado de la Carrera de Bachillerato en Administración de Empresas del TEC, Sede San Carlos en su empresa

Ilustración 46. Apartado II de la encuesta a empleadores

En el tercer apartado se detallan la pregunta en la relación a la satisfacción académica que experimenta el empleador con respecto a los cursos recibidos por los egresados y que tan importantes son para un profesional en su empresa.

Satisfacción Formación Académica

9. De la lista de conocimientos que adquirió el personal graduado de la Carrera de Administración de Empresas durante su formación académica, indique que tan importantes son para tener un buen desempeño como profesional en:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Contabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mercadeo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recursos Humanos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finanzas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Administración General	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estrategia Empresarial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Evaluación y Formulación de Proyectos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ilustración 47. Apartado III de la encuesta a empleadores

En el cuarto apartado se mencionan algunas habilidades y destrezas que debería poseer el egresado del Bachillerato en Administración de Empresas, en la cual se debe indicar el grado de importancia para el empleador.

Análisis, Habilidades y Destrezas

10. De la siguiente lista de habilidades y destrezas, indique para cada una de ellas que tan importantes son para el desempeño profesional de una persona graduada de la Carrera de Bachillerato en Administración de Empresas del TEC

	Muy importante	Importante	Moderadamente Importante	Poco Importante	Nada importante
Habilidad en toma de decisiones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liderazgo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicación oral y escrita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manejo de tecnologías	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trabajo en equipo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manejo del proceso administrativo (planificar, organizar, dirigir y controlar)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Versátil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trabajo bajo presión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Administrador (a) por objetivos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analítico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Propositivo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ilustración 48. Apartado IV de la encuesta a empleadores

En el quinto apartado aparecen las preguntas en relación al desempeño laboral del egresado, en la cual se evalúan diferentes aspectos como se muestra en la siguiente ilustración:

Desempeño laboral

11. Según su opinión considera usted que el personal graduado de la Carrera de Bachillerato en Administración de Empresas del TEC, Sede San Carlos responde a las necesidades de la empresa

- Si
- No indique porque:

12. La formación y los conocimientos transmitidos por la institución a sus egresados permiten satisfacer los requerimientos de su organización

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

13. Tengo la convicción de que los egresados de la Carrera de Bachillerato en Administración de Empresas del TEC, tienen una excelente reputación y valoración

- Muy de acuerdo (Desempeño laboral y profesional es excelente se brinda grandes aportes a la empresa)
- De acuerdo (Cumple con los Conocimientos y habilidades, y destrezas competentes para el puesto sin mayor aporte para la empresa)
- En desacuerdo (Cumple en un nivel muy bajo sin aporte para la empresa)
- Muy en desacuerdo (Colaborador no apto para desarrollar ningún puesto dentro de la empresa)

14. ¿En su empresa, cómo se consideran a los egresados de la Carrera de Bachillerato en Administración de Empresas del TEC, en comparación con otras instituciones educativas a nivel superior?

- Sobresalientes en relación con otras instituciones educativas a nivel superior
- Mejor calificados con respecto a otras instituciones educativas a nivel superior
- En igualdad de condiciones en relación con otras instituciones educativas a nivel superior
- Levemente por debajo del nivel de otras instituciones educativas a nivel superior
- Muy por debajo de otras instituciones educativas a nivel superior

15. ¿Cuál es su grado de satisfacción con el personal graduado de la Carrera de Bachillerato en Administración de Empresas del TEC, Sede San Carlos con que cuenta la empresa?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho Ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Muy insatisfecho

Ilustración 49. Apartado V de la encuesta a empleadores

Por último en el sexto apartado denominado recomendaciones, aparece una pregunta sobre sugerencias que el empleador puede a ser al respecto.

Recomendaciones

16. Alguna recomendación general que desee señalar al respecto

Ilustración 50. Apartado VI de la encuesta a empleadores

4.6.5. Sugerencias de Aplicación

El cuestionario mostrado en anteriormente en sus diferentes apartados puede ser enviado a los diferentes empleadores de la zona, mediante un link, debido a que el cuestionario se encuentra digitado en la herramienta de google drive.

Para formalizar el diseño de dicha encuesta se aplicó una prueba piloto, a:



Nombre	Teléfono	E-mail
Xinia Rodríguez	2401 2885	xrodríguez@coopelesca.co.cr



Nombre	Teléfono	E-mail
Diana Corrales	2460-24-09	dianacorrales87@gmail.com



Nombre	Teléfono	E-mail
Ana Zamora	2460 5727 ext. 103	azamora@hm.cr

Encontrándose que las tres encargadas de Recursos Humanos de dichas empresas no hacen observaciones a la prueba en su proceso de validación.

4.7. Propuesta de nuevas estrategias a partir del presente estudio

Objetivo Específico 3

- ✓ Diseñar nuevas estrategias a partir de los resultados que genere el estudio de mercado actual.

4.7.1. Cuadro base para el desarrollo de Estrategias

En la siguiente tabla se muestran las estrategias generadas a partir del presente estudio:

Referencia (# de tabla)	Base para el desarrollo de estrategias
Tabla 7. Cursos más solicitados por los egresados en orden de demanda absoluta	Fomentar la actualización profesional de los egresados
Tabla. 8 Capacitaciones establecidas y que pueden ser impartidas por la Escuela de Administración de Empresas	
Tabla. 9 Sugerencias de egresados divididas en categorías	Mejoramiento continuo de la Carrera de Administración de Empresas

Fuente: Elaboración Propia

4.7.2. Matriz de estrategias propuestas a partir del presente estudio

Matriz de Despliegue de Objetivos Estratégicos							
Estrategia	Objetivo Estratégico	Factores claves de éxito(lo que determina que el objetivo se cumpla)	Indicador (forma de medir el avance o el logro del objetivo)	Acciones Estratégicas (Iniciativas,proyectos o actividades que se deben ejecutar)	Sugerencia de implementación	Plazo	Responsable
Fomentar la actualización profesional de los egresados	Generar un mejor acercamiento con los egresados a través de programas de actualización profesional	Satisfacción de los egresados	Cantidad de egresados que participan en el programa Número de capacitaciones ofertadas Número de capacitaciones ofrecidas	Ofrecer los programas de actualización solicitados por los egresados de Bachillerato en Administración de Empresas en San Carlos	Impartir los programas de actualización según lo que se refleja en la tabla 7.	A corto plazo	Coordinación de la Carrera
	Impartir las capacitaciones solicitadas por los egresados según estudio de egresados Carrera de Administración de Empresas TEC-SSC	Capacitaciones de calidad y adecuadas a las necesidades de los egresados	Número de egresados capacitados	Impartición de capacitaciones o cursos especiales adicionales al programa de actualización	Impartir las capacitaciones más demandadas por los egresados en el lugar y horario según lo que se refleja en la tabla 8.	A corto plazo	Coordinación de la Carrera
Mejoramiento continuo de la Carrera de Administración de Empresas	Fortalecer la malla curricular de la Carrera de Administración de Empresas	Capacidad de respuesta	Informe de mejoras en la malla curricular	Aplicación de los cambios sugeridos y evaluación constante de los cambios aplicados en la malla curricular, en las metodologías de enseñanza, metodologías de aprendizaje y en la Carrera en general	Hacer un análisis de todas las sugerencias planteadas por los egresados en las categorías de la malla curricular, en la metodologías de aprendizaje y de enseñanza y en las sugerencias más relevantes para la Carrera, según se refleja en el apartado 4.1.7 Sugerencias de egresados	Mediano plazo	Coordinación de la Carrera
	Implementar las sugerencias dadas por los egresados en las metodologías de enseñanza, de aprendizaje y otros, según estudio de egresados Carrera de Administración de Empresas TEC-SSC		Mejoras incorporadas en las metodologías de enseñanza y de aprendizaje				Comisión de Currículum
							Comisión de Acreditación

Fuente: Elaboración Propia

4.8. Propuesta de implementación de las nuevas estrategias

Objetivo Específico 4

- ✓ Proponer la implementación de las nuevas estrategias según estudio realizado.

A partir del objetivo anterior se diseñó una matriz de objetivos estratégicos la cual se muestra a continuación, en la que se sintetizan las estrategias propuestas que se generaron de los resultados obtenidos en la encuesta a egresados del grado de Bachillerato en Administración de Empresas de la Sede Regional en San Carlos.

Además se muestran las propuestas de implementación de las estrategias que se plantearon en el estudio realizado en el 2012.

4.8.1. Matriz de despliegue de objetivos estratégicos

Matriz de Despliegue de Objetivos Estratégicos

Estrategia	Objetivo Estratégico	Factores claves de éxito(lo que determina que el objetivo se cumpla)	Indicador (forma de medir el avance o el logro del objetivo)	Acciones Estratégicas (Iniciativas,proyectos o actividades que se deben ejecutar)	Sugerencia de implementación	Plazo	Responsable
Fomentar la actualización profesional de los egresados	Generar un mejor acercamiento con los egresados a través de programas de actualización profesional	Satisfacción de los egresados	Cantidad de egresados que participan en el programa Número de capacitaciones ofertadas Número de capacitaciones ofrecidas	Ofrecer los programas de actualización solicitados por los egresados de Bachillerato en Administración de Empresas en San Carlos	Impartir los programas de actualización según lo que se refleja en la tabla 7.	A corto plazo	Coordinación de la Carrera
	Impartir las capacitaciones solicitadas por los egresados según estudio de egresados Carrera de Administración de Empresas TEC-SSC	Capacitaciones de calidad y adecuadas a las necesidades de los egresados	Número de egresados capacitados	Impartición de capacitaciones o cursos especiales adicionales al programa de actualización	Impartir las capacitaciones más demandadas por los egresados en el lugar y horario según lo que se refleja en la tabla 8.	A corto plazo	Coordinación de la Carrera
Mejoramiento continuo de la Carrera de Administración de Empresas	Fortalecer la malla curricular de la Carrera de Administración de Empresas	Capacidad de respuesta	Informe de mejoras en la malla curricular	Aplicación de los cambios sugeridos y evaluación constante de los cambios aplicados en la malla curricular, en las metodologías de enseñanza, metodologías de aprendizaje y en la Carrera en general	Hacer un análisis de todas las sugerencias planteadas por los egresados en las categorías de la malla curricular, en la metodologías de aprendizaje y de enseñanza y en las sugerencias más relevantes para la Carrera, según se refleja en el apartado 4.1.7. Sugerencias de egresados.	Mediano plazo	Coordinación de la Carrera
	Implementar las sugerencias dadas por los egresados en las metodologías de enseñanza, de aprendizaje y otros, según estudio de egresados Carrera de Administración de Empresas TEC-SSC		Mejoras incorporadas en las metodologías de enseñanza y de aprendizaje				Comisión de Curriculum
Acercamiento a egresados y empleadores	Fomentar el acercamiento a egresados mediante Redes Sociales	Imagen	Número de amigos en facebook	Dar seguimiento al perfil de egresados en facebook diariamente y utilizarlo como un canal de comunicación efectivo	Dar seguimiento al perfil de facebook mediante el uso del protocolo de uso o revisión del mismo, ver protocolo	A corto plazo	Secretaría de la Escuela de Administración de Empresas
		Acercamiento a egresados					
	Lograr el acercamiento directo a egresados y empleadores mediante Focus Groups anuales	Imagen	Número de participantes en el focus group	Realizar focus group de egresados y de empleadores de la zona	Utilizar los formatos propuestos para llevar a cabo el focus group, los cuales son: la invitación, lista de insistencia, carta de agradecimiento y el resumen ejecutivo, ver formatos	A corto plazo	Coordinación de la Carrera
		Acercamiento a egresados					
		Ejecutividad	Informe de resultados del focus group				
		Seguimiento a egresados y empresas	Base de datos de empresas actualizada semestralmente	Actualizar semestralmente la base de datos de empresas en paralelo con la actualización de la base de datos de egresados	Utilizar la base de datos de empresas sugerida en el estudio de egresados y actualizar de manera semestral	A corto plazo	Coordinación de la Carrera
Ejecutividad							
Acercamiento a empleadores	Informe bianual del mercado laboral y condición de graduados	Realizar encuesta a empleadores sobre satisfacción de graduados	Utilizar la encuesta a empleadores que se propone en el estudio. (Ver propuesta de encuesta a empleadores)	A corto plazo			

Debido a la importancia de alinear las actividades propuestas en este trabajo con (1) Plan estratégico, (2) Plan anual operativo y (3) Compromiso de mejoramiento, se presenta a continuación una matriz de alineamiento con todos estos planes.

4.8.2. Matriz de alineamiento con los planes de la Carrera de Administración de Empresas

Matriz de alineamiento con los planes de la Carrera de Administración de Empresas								
Nuevas Propuestas			Alineación con Plan estratégico		Alineación con el PAO		Alineación con Compromiso de Mejoramiento	
Estrategia	Objetivo Estratégico	Acciones Estratégicas (Iniciativas, proyectos o actividades que se deben ejecutar)	Perspectiva	Objetivo estratégico	Objetivo estratégico	Meta asociada	Objetivo estratégico	Actividad
Fomentar la actualización profesional de los egresados	Generar un mejor acercamiento con los egresados a través de programas de actualización profesional	Ofrecer los programas de actualización solicitados por los egresados de Bachillerato en Administración de Empresas en San Carlos	Usuarios	1. Fortalecer los programas académicos	3. Robustecer el vínculo de la institución con la sociedad en el marco del modelo de desarrollo sostenible a través de la investigación científica y tecnológica, la extensión, la educación continua y la relación con los graduados	3.5.1: Realizar 5 actividades de vinculación y extensión	Aumentar el acercamiento con graduados	Ofrecer programas de actualización profesional a los graduados anualmente. Número de criterio relacionado 4.2.10
	Impartir las capacitaciones solicitadas por los egresados según estudio de egresados Carrera de Administración de Empresas TEC-SSC	Impartición de capacitaciones o cursos especiales adicionales al programa de actualización	Usuarios	1. Fortalecer los programas académicos				
Mejoramiento continuo de la Carrera de Administración de Empresas	Fortalecer la malla curricular de la Carrera de Administración de Empresas	Aplicación de los cambios sugeridos y evaluación constante de los cambios aplicados en la malla curricular, en las metodologías de enseñanza, metodologías de aprendizaje y en la Carrera en general	Usuarios	1. Fortalecer los programas académicos	1. Fortalecer los programas académicos en los campos de ciencia y tecnología a nivel de pregrado, grado y posgrado	1.5.4: Ofrecer 2 programas de académicos (1 Bachillerato y 1 Licenciatura)	Implementar estrategias de enseñanza - aprendizaje que promuevan el aprendizaje cognitivo, el desarrollo de destrezas, la formación de actitudes positivas y el interés por el aprendizaje continuo	Reforma a la malla curricular. Número de criterio relacionado 3.2.3
	Implementar las sugerencias dadas por los egresados en las metodologías de enseñanza, de aprendizaje y otros, según estudio de egresados Carrera de Administración de Empresas TEC-SSC		Procesos	4. Fortalecer los procesos académicos	4. Fortalecer los procesos académicos, mediante el mejoramiento continuo, el uso de tecnologías innovadoras, la internacionalización y el emprendedurismo	4.5.1: Acreditar 2 programas académicos ante el SINAES	Definir aspectos metodológicos de enseñanza en el nuevo plan de estudio. Flexibilizar el Plan de estudios	Rediseño del Plan de Estudios de la Carrera. Número de criterio relacionado 2.1.14
Acercamiento a egresados y empleadores	Fomentar el acercamiento a egresados mediante Redes Sociales	Dar seguimiento al perfil de egresados en facebook diariamente y utilizarlo como un canal de comunicación efectivo	Usuarios	3. Fortalecer el vínculo con la sociedad	3. Robustecer el vínculo de la institución con la sociedad en el marco del modelo de desarrollo sostenible a través de la investigación científica y tecnológica, la extensión, la educación continua y la relación con los graduados	3.5.1: Realizar 5 actividades de vinculación y extensión	Aumentar el acercamiento con graduados	Abrir y dar seguimiento periódico a grupos de graduados en redes sociales. Número de criterio relacionado 4.2.6
	Lograr el acercamiento directo a egresados y empleadores mediante Focus Groups anuales	Realizar focus group de egresados y de empleadores de la zona	Usuarios	3. Fortalecer el vínculo con la sociedad			Aumentar el acercamiento con graduados	Realizar grupos focales con graduados bianuales que permitan actualizar las condiciones y necesidades de su ámbito. Número de criterio relacionado 4.2.9
		Actualizar semestralmente la base de datos de empresas en paralelo con la actualización de la base de datos de egresados	Usuarios	3. Fortalecer el vínculo con la sociedad			Implementar mecanismos de seguimiento de egresados y contacto con empleadores	Actualización de una base de datos de seguimiento de egresados y la actualización de la base de datos de graduados. Número de criterio relacionado 4.2.4
		Realizar encuesta a empleadores sobre satisfacción de graduados	Usuarios	3. Fortalecer el vínculo con la sociedad				

Capítulo V

CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES



TEC

Este capítulo se divide en dos partes: conclusiones y recomendaciones. En la parte de conclusiones se encuentra una descripción de los principales resultados obtenidos en la investigación, correspondiente a la información recolectada mediante la encuesta a egresados y a la implementación de las estrategias planteadas en el estudio anterior. Las recomendaciones hacen referencia a aquellos lineamientos que se sugieren para contrarrestar los resultados negativos o para fomentar aquellos positivos.

5.1. Conclusiones

5.1.1. En cuanto a la actualización del Estudio de mercado, egresados Carrera de Administración de Empresas, Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos e implementación de las estrategias propuestas en ese estudio

- Es necesario velar por que se actualice anualmente el estudio de seguimiento de egresados.
- Los egresados tienen especial interés en que se les brinde capacitaciones y programas de actualización profesional.
- Es indispensable el seguimiento de egresados por medio de redes sociales, por lo que se hace indispensable la consideración de este medio para el acercamiento a egresados.
- Es indispensable mantener base de datos de empresas de la zona y de los egresados actualizada.
- Para tener un acercamiento certero con los empleadores se hace necesaria la aplicación en primera instancia de un instrumento de recolección de información bianual y la realización de grupos focales bianuales que actualicen los datos de esta población, retroalimenten información a la carrera y se ajusten los procesos a su entorno en pro de la mejora continua.

5.1.2. Nuevas estrategias generadas a partir del estudio e implementación de las mismas

- Las estrategias que implemente la Carrera en el corto plazo deben ir enfocadas en: programas de actualización profesional, fortalecimiento de la malla curricular, implementación de sugerencias en metodologías de enseñanza, de aprendizaje y otros y en el acercamiento a egresados y a empleadores.

5.2. Recomendaciones

5.2.1. Actualización del Estudio de mercado, egresados Carrera de Administración de Empresas, Tecnológico de Costa Rica, Sede San Carlos realizado en el 2012

- Realizar un estudio bianual sobre el mercado laboral y la condición de los graduados. En la cual se contemplen variables como: perfil de los egresados, mercado laboral, relación con la carrera de egreso.
- Es importante analizar las opciones de programas de actualización profesional que sugieren los egresados y del cual ellos lo consideran relevante para su desarrollo laboral, para que sean impartidos por la Carrera.
- Se recomienda implementar la utilización del perfil de Facebook en la Carrera, haciendo uso del protocolo de uso y revisión de esta herramienta.
- Actualizar la base de datos de empresas en paralelo a la actualización del estudio de egresados de la Carrera.
- Aplicar el instrumento de recolección de información propuesto en este trabajo a empleadores de manera bianual en pro de la mejora continua.

5.2.1. Nuevas estrategias generadas a partir del estudio e implementación de las mismas

- Se recomienda la implementación de cada una de las acciones estratégicas definidas en la matriz de despliegue de objetivos, las cuales están alineadas a los planes de la Carrera: plan estratégico de la Escuela, plan anual operativo de la Carrera (PAO) y al compromiso de mejoramiento de la Carrera ante SINAES.

Fuentes Consultadas

BIBLIOGRAFÍA



TEC

Alzate Moncaleano, A. M., & De la Hoz Herrera, J. (2004). *La educación es el proceso permanente que abarca las distintas etapas de la vida de las personas y que tiene como finalidad alcanzar su desarrollo moral intelectual, artístico, espiritual y físico mediante la transmisión y el cultivo de valores conocimientos*. Recuperado el 26 de Julio de 2013, de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere6/DEFINITIVA/TESIS44.pdf>

Bateman, S., Bateman, T., & Snell, S. (2009). *Fundamentos de la Administración*. México: McGraw-Hill.

Bateman, T., & Snell, S. (2009). *Fundamentos de la Administración*. México: McGraw-Hill.

Ceinos, S., & M. C. (2008). *Diagnóstico de las competencias de los orientadores laborales en el uso de las tecnologías de la información y comunicación*. Universidad de Santiago.

Chiavenato, I. (2006). *Fundamentos de Administración*. McGraw-Hill.

F. Hair, J., P. Bush, R., & J. Ortinau, D. (2010). *Investigación de mercados En un ambiente de información digital* (Cuarta ed.). México: McGraw-Hill.

Ferrell, O., A.Hirt, G., & Ferrell, L. (2010). *Introducción a los Negocios en un mundo cambiante* (Séptima ed.). México, D.F: McGrawHill.

G. Zikmund, W., & J.Babin, B. (2009). *Investigación de Mercados* (Novena ed.).

Hellriegel, D., E. Jackson, S., & W.Slocum, J. (2005). *Administración: un enfoque basado en competencias* (Décima ed.). Thomson.

Hernández S., R., Fernández C., C., & Baptista L., P. (2006). *Metodología de la investigación* (Cuarta ed.). México: McGraw-Hill.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). (E. c. S.A, Ed.) McGraw-Hill.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing Versión para Latinoamérica* (Décimo primera ed.). México: Pearson.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing Versión para Latinoamérica* (Décima Primera ed.). México: Pearson.

Philip, K., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing* (Octava ed.). México: Pearson.

Philip, K., & Lane Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing* (Duodécima ed.). México: Pearson.

Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional* (Décima ed.). México: Pearson.

Silvestrini Ruiz, M. (Enero de 2008). Recuperado el 29 de Julio de 2013, de <http://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf>

SINAES. (2012). *Sistema Nacional de Acreditación de la Educación Superior* . Recuperado el 24 de Julio de 2013, de http://www.sinaes.ac.cr/acerca_sinaes/

UCR, C. U. (2 de Julio de 2004). *UNIVERSIDAD DE COSTA RICA* . Recuperado el 30 de Julio de 2013, de CONVENIO SOBRE LA NOMENCLATURA DE GRADOS Y TÍTULOS DE LA EDUCACIÓN : http://www.cu.ucr.ac.cr/normativ/nomenclatura_grados_titulos.pdf

UNED. (4 de Junio de 2009). *REGLAMENTO GENERAL ESTUDIANTIL*. Recuperado el 30 de Julio de 2013, de http://estatico.uned.ac.cr/defensoria/documents/Reglamento_general_estudiantil.pdf

UNESCO. (9 de Octubre de 1998). *CONFERENCIA MUNDIAL SOBRE LA EDUCACION SUPERIOR*. Recuperado el 30 de Julio de 2013, de DECLARACION MUNDIAL SOBRE LA EDUCACION SUPERIOR: http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm

UniversidadesCR.com. (s.f.). Recuperado el 23 de Agosto de 2013, de <http://www.universidadescr.com/carrerasuniv.php?id=1>

Vizcaíno Coba, A. (2006). *Informe sobre la educación superior en América Latina y el Caribe 2000-2005*. Recuperado el 30 de Julio de 2013, de Propuesta de Glosario Regional de América Latina: <http://lagerenciaeducativa.wikispaces.com/file/view/propuesta+sobre+educacion+superior.pdf>

Capítulo VI

ANEXOS Y APÉNDICES



TEC

Anexos

Anexo 1. [Compromiso de Mejoramiento de la Carrera de Administración de Empresas](#)

Anexo 2. [Plan estratégico de la Escuela](#)

Anexo 3. [Plan anual operativo \(PAO\)](#)

Anexo 4. Mensajes Enviados por correo electrónico y por Facebook a los egresados

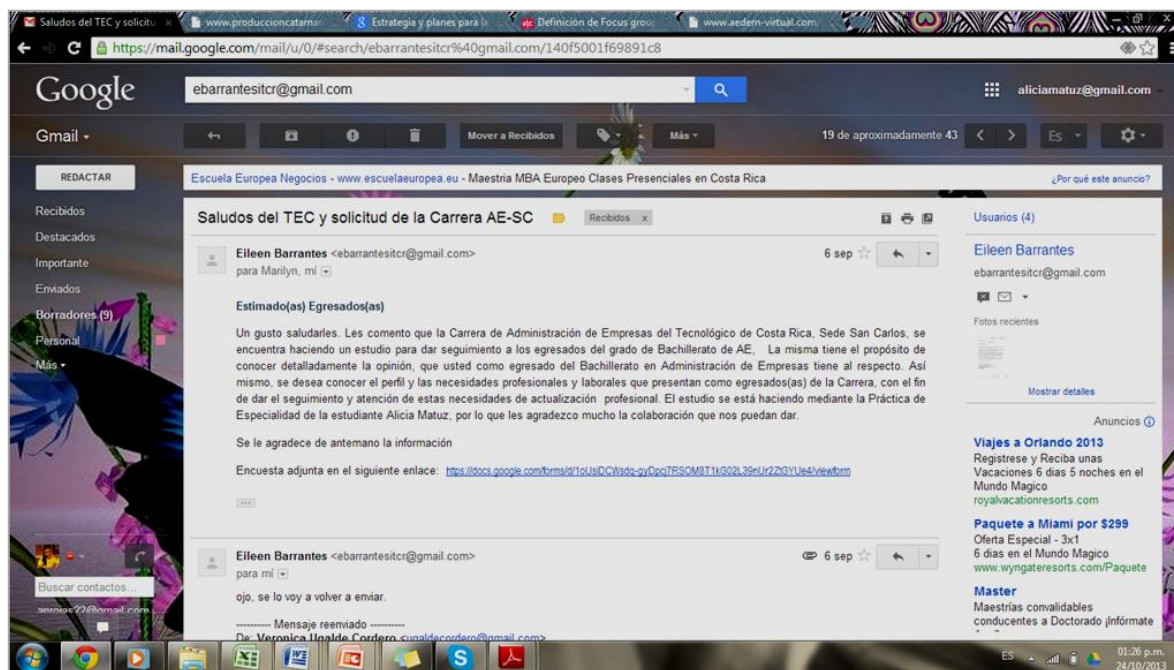


Ilustración 51. Print screen de correo electrónico enviado a los egresados por la Coordinadora de la Carrera

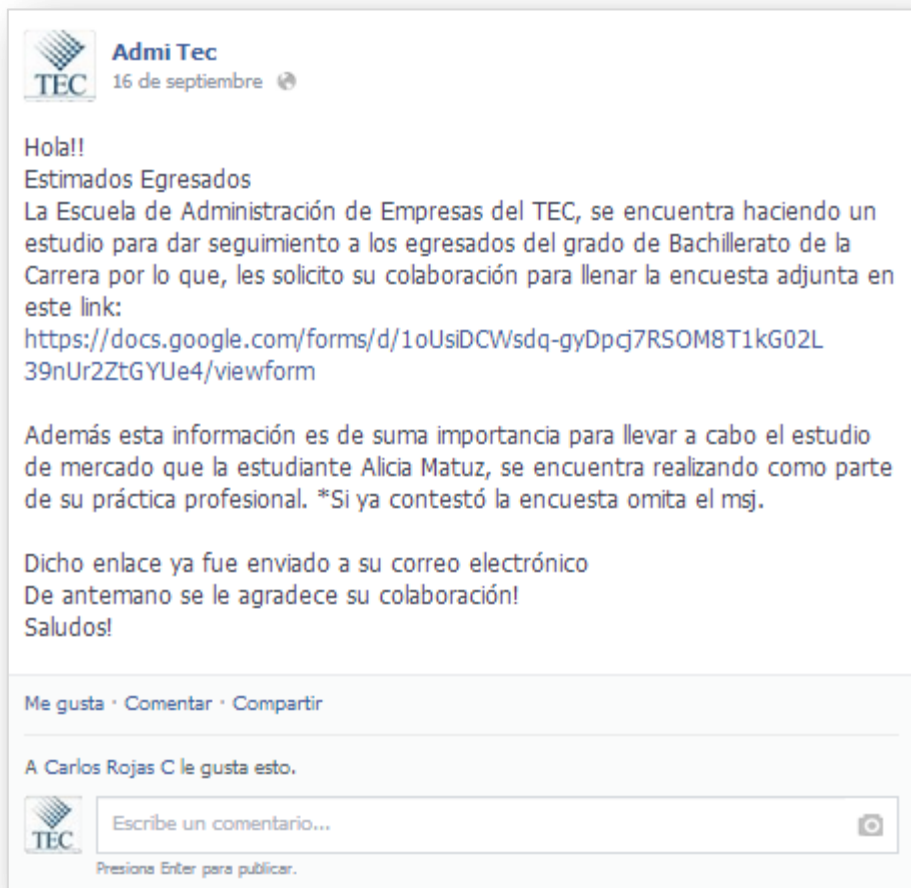


Ilustración 52. Print screen de mensaje publicado en el perfil de egresados en Facebook



Ilustración 53. Print screen de mensaje enviado por el chat de Facebook a algunos egresados

Apéndices

Apéndice 1. Cuestionario Egresados del grado de Bachillerato en Administración de Empresas del TEC, Sede San Carlos

Cuestionario población de graduados

Introducción

La Escuela Administración de Empresas del ITCR está realizando un estudio para conocer la situación laboral de sus egresados del programa de Bachillerato de la Carrera de Administración de Empresas Sede San Carlos, por eso le solicitamos unos minutos para que nos responda las siguientes preguntas. La información que usted brinde será tratada con total confidencialidad y con fines académicos. **¡Muchas Gracias por su colaboración!**

Información general

Para iniciar se le presentan algunas preguntas generales, elija la opción que corresponda a su caso o complete la información solicitada.

1. **¿Posee trabajo remunerado actualmente?**

- Sí (pase preg 3)
- No (pase preg 2)

2. **¿Cuál es el principal motivo por el que no trabaja?** * Si no trabaja aún pase a la preg. 23

- No encuentra trabajo en su campo
- No encuentra trabajo en ningún campo
- Por asuntos personales (cuidado de la familia, salud, otros)
- Continúa estudiando
- No desea trabajar
- Está pensionado
- Otro

3. ¿Trabaja usted actualmente en sólo una institución, organismo o empresa o en varias?

- Una
- Varias

4. ¿En cuál o cuáles de los siguientes tipos de institución, organismo o empresa trabaja?

*En el caso de que sea más de una opción indique solamente la que le genere mayores ingresos

- Gobierno Central
- Autónoma o semiautónoma
- Empresa Privada Nacional
- Empresa Privada Transnacional
- Propia o familiar
- Otra _____

5. ¿Trabaja en..... ?

- Micro (**De 5 o menos empleados**)
- Pyme (**más de 5 a 30**)
- Mediana (**más de 30 y menos de 100**)
- Grande (**más de 100**)

6. ¿En cuál sector industrial se ubica la empresa donde trabaja?

*En el caso de que sea más de una opción indique solamente la que le genere mayores ingresos

- Comercio
- Educación
- Financiero
- Industrial

- Servicios
- Otro_____

7. ¿En qué provincia ubica la empresa para la que trabaja?

- Alajuela
- San José
- Cartago
- Limón
- Puntarenas
- Guanacaste
- Heredia

8. ¿En qué cantón se ubica la empresa para la que trabaja?

-
- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Acosta | <input type="checkbox"/> Montes de Oca |
| <input type="checkbox"/> Aguirre | <input type="checkbox"/> Montes de Oro |
| <input type="checkbox"/> Alajuela | <input type="checkbox"/> Mora |
| <input type="checkbox"/> Alajuelita | <input type="checkbox"/> Moravia |
| <input type="checkbox"/> Alvarado | <input type="checkbox"/> Nandayure |
| <input type="checkbox"/> Aserri | <input type="checkbox"/> Naranjo |
| <input type="checkbox"/> Atenas | <input type="checkbox"/> Nicoya |
| <input type="checkbox"/> Bagaces | <input type="checkbox"/> Oreamuno |
| <input type="checkbox"/> Barva | <input type="checkbox"/> Orotina |
| <input type="checkbox"/> Belén | <input type="checkbox"/> Osa |
| <input type="checkbox"/> Buenos Aires | <input type="checkbox"/> Palmares |
| <input type="checkbox"/> Cañas | <input type="checkbox"/> Paraíso |
| <input type="checkbox"/> Carrillo | <input type="checkbox"/> Parrita |
| <input type="checkbox"/> Cartago | <input type="checkbox"/> Pérez Zeledón |
| <input type="checkbox"/> Corredores | <input type="checkbox"/> Poás |
| <input type="checkbox"/> Coto Brus | <input type="checkbox"/> Pococí |
| <input type="checkbox"/> Curridabat | <input type="checkbox"/> Puntarenas |
| <input type="checkbox"/> Desamparados | <input type="checkbox"/> Puriscal |
| <input type="checkbox"/> Dota | <input type="checkbox"/> San Carlos |
| <input type="checkbox"/> El Guarco | |
| <input type="checkbox"/> Escazú | |
| <input type="checkbox"/> Esparza | |
-

-
- | | |
|--------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Flores | <input type="checkbox"/> San Isidro |
| <input type="checkbox"/> Garabito | <input type="checkbox"/> San José |
| <input type="checkbox"/> Goicoechea | <input type="checkbox"/> San Mateo |
| <input type="checkbox"/> Golfito | <input type="checkbox"/> San Pablo |
| <input type="checkbox"/> Grecia | <input type="checkbox"/> San Rafael |
| <input type="checkbox"/> Guácimo | <input type="checkbox"/> San Ramón |
| <input type="checkbox"/> Guatuso | <input type="checkbox"/> Santa Ana |
| <input type="checkbox"/> Heredia | <input type="checkbox"/> Santa Barbara |
| <input type="checkbox"/> Hojancha | <input type="checkbox"/> Santa Cruz |
| <input type="checkbox"/> Jiménez | <input type="checkbox"/> Santo Domingo |
| <input type="checkbox"/> La Cruz | <input type="checkbox"/> Sarapiquí |
| <input type="checkbox"/> La Unión | <input type="checkbox"/> Siquirres |
| <input type="checkbox"/> León Cortés | <input type="checkbox"/> Talamanca |
| <input type="checkbox"/> Liberia | <input type="checkbox"/> Tarrazú |
| <input type="checkbox"/> Limón | <input type="checkbox"/> Tibás |
| <input type="checkbox"/> Los Chiles | <input type="checkbox"/> Tilarán |
| <input type="checkbox"/> Matina | <input type="checkbox"/> Turrialba |
| | <input type="checkbox"/> Turrubares |
| | <input type="checkbox"/> Upala |
| | <input type="checkbox"/> Valverde Vega |
| | <input type="checkbox"/> Vázquez de Coronado |
| | <input type="checkbox"/> Zarcero (antiguo Alfaro Ruiz) |
-

9. ¿Cuánto tiempo tiene de trabajar para esa institución, empresa u organismo?

- Menos de un año
- De un año a menos de tres años
- De tres años a cinco años
- Más de cinco años

10. ¿En cuál área funcional trabaja?

- Administración General
- Finanzas y Contabilidad
- Investigación y desarrollo
- Mercadeo
- Producción/Operaciones/ Servicio
- Recursos Humanos

- Otra _____

11. ¿En cuál de las siguientes categorías se ubica su puesto dentro de su área funcional de trabajo?

- Alta gerencia o dirección
- Mandos medios o jefaturas
- Operativo

12. ¿Cuál es su jornada de trabajo total?

- ¼ de tiempo **(pase preg 13)**
- ½ tiempo **(pase preg 13)**
- ¾ de tiempo **(pase preg 13)**
- Tiempo completo **(pase preg 14)**
- Más de tiempo completo **(pase preg 14)**

13. ¿Por qué razón trabaja usted con una jornada inferior a tiempo completo?

- No ha logrado conseguir trabajo con una jornada mayor
- Porque así es la jornada en la institución donde trabaja
- Porque continúa estudiando
- Porque así lo desea
- Otro indique _____

14. ¿En cuál de las siguientes categorías se ubica el salario bruto total (sin deducciones) que usted percibe por mes?

- Menos de 442 000 colones
- De 442 000 a menos de 862 000
- De 862 000 a menos de 1 262 000

- De 1 262 000 a menos de 1 662 000
- 1 662 000 o más

***Si trabaja en actividades propias refiérase a su ingreso promedio mensual. Si trabaja en más de una institución refiérase a su salario total.**

15. ¿Qué tan satisfecho se encuentra usted con su salario?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Muy insatisfecho

16. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con su trabajo actual?

- Muy satisfecho (**Pase preg.18**)
- Satisfecho (**Pase preg.18**)
- Ni satisfecho ni insatisfecho (**Pase preg.18**)
- Insatisfecho (**Pase preg.17**)
- Muy insatisfecho (**Pase preg.17**)

17. Principales razones de insatisfacción laboral

- No hay crecimiento
- Ambiente laboral hostil
- Mucha carga de trabajo
- Debería tener mejor salario
- Merezco mejor puesto
- Quisiera algo diferente
- Otra_____

18. Indíqueme de 0 a 10 ¿Cuál es el grado de relación que tiene el puesto que desempeña con su campo de formación profesional donde 10 representa total relación?

***Si contesta de 1 a 7 pasar a la preg. 19 y si contesta de 8 a 10 pase a la preg. 20**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
No existe relación									
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mucha relación									

19. ¿Cuál es la razón principal por la que usted trabaja en actividades que tienen baja o ninguna relación con su campo profesional?

- No ha podido conseguir trabajo en su campo profesional
- El salario que percibe es mejor que el que perciben los profesionales en su campo
- Por los beneficios adicionales que le ofrece ese trabajo
- Ha realizado estudios en otro u otros campos
- Por trabajar en empresa propia
- Otro

20. ¿Señale el medio más importante por el cual encontró su trabajo actual?

- Recomendación de un amigo, profesor o familiar
- Envió Curriculum a empresa o bolsa de trabajo
- Vio anuncio de puesto en periódico
- Alguien le comentó del empleo
- Práctica profesional
- Ferias laborales
- Creó su negocio propio o se integró a negocio familiar
- Otro

21. ¿Antes de finalizar el Bachillerato en Administración de Empresas ya trabajaba para alguna empresa o tenía su propio negocio?

- Sí
- No

22. ¿Cuánto tiempo tardó en encontrar trabajo luego de finalizar el Bachillerato en Administración de Empresas?

- Menos de un mes
- De un mes a tres meses
- De tres meses a seis meses
- De seis a menos de un año
- De un año en adelante

23. ¿Ha laborado usted para el mismo patrono desde que se graduó de Bachillerato de Administración de Empresas?

- Sí
- No

24. Señale el medio más importante por el cual encontró su primer trabajo como profesional en Administración de Empresas

- Recomendación de un amigo, profesor o familiar
- Envío Curriculum a empresa o bolsa de empleo
- Anuncio de puesto en periódico
- Alguien le comentó del empleo
- Práctica profesional
- Ferias laborales
- Creó su negocio propio o se integró a negocio familiar
- Otro

25. ¿En qué año se graduó del Bachillerato en Administración de Empresas?

- | | |
|-------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1998 | <input type="checkbox"/> 2006 |
| <input type="checkbox"/> 1999 | <input type="checkbox"/> 2007 |
| <input type="checkbox"/> 2000 | <input type="checkbox"/> 2008 |
| <input type="checkbox"/> 2001 | <input type="checkbox"/> 2009 |
| <input type="checkbox"/> 2002 | <input type="checkbox"/> 2010 |
| <input type="checkbox"/> 2003 | <input type="checkbox"/> 2011 |
| <input type="checkbox"/> 2004 | <input type="checkbox"/> 2012 |
| <input type="checkbox"/> 2005 | <input type="checkbox"/> 2013 |

26. ¿Cuánto tiempo tardó cursando la carrera de Bachillerato?

- Menos de 4 años
- 4 años
- De más de 4 a 5 años
- De más de 5 a 6 años
- Más de 6 años

27. ¿Cómo calificaría usted el Bachillerato en Administración de Empresas en el TEC?

Con base en su experiencia como estudiante de Bachillerato en AE

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo	Pésimo
Profesores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Programa de Estudios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Duración del programa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uso de plataformas virtuales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Servicios Administrativos de la Carrera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atención al estudiante de la Carrera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Metodologías de Enseñanza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Metodologías de Evaluación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

28. Mencione los cursos de la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas que le han sido de mayor utilidad en su ámbito laboral

_____ y _____

29. Mencione los cursos de la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas que le han sido de menos utilidad en su ámbito laboral

_____ y _____

30. Actualmente, ¿Cuál es su grado académico más alto?

- Bachillerato
- Licenciatura
- Maestría
- Doctorado

31. ¿Cuál es la especialidad de su mayor grado académico?

Por favor, escriba su respuesta aquí: _____

32. ¿En cuál universidad o institución obtuvo su mayor grado académico?

- ITCR **(Pase preg. 34)**
- UCR **(Pase preg. 34)**
- UNED **(Pase preg. 34)**
- UNA **(Pase preg. 34)**
- Universidad Extranjera **(Pase preg. 34)**
- Institución o universidad privada

33. ¿En cuál institución o universidad privada obtuvo su mayor grado académico?

-
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> U. Adventista de Centroamérica | Universidad Centroamericana de Ciencias Sociales |
| <input type="checkbox"/> Universidad Americana | |
| <input type="checkbox"/> U. Autónoma de Centroamérica | <input type="checkbox"/> Universidad Continental De las Ciencias y Las Artes |
| <input type="checkbox"/> Universidad Bíblica Latinoamericana | <input type="checkbox"/> Universidad Creativa |
| <input type="checkbox"/> U. Braulio Carrillo | <input type="checkbox"/> Universidad Cristiana Internacional |
| <input type="checkbox"/> Universidad Católica de Costa Rica | <input type="checkbox"/> Universidad de Cartago Florencio |
| <input type="checkbox"/> Universidad Central | <input type="checkbox"/> Universidad de Ciencias Empresariales administrativas San Marcos |
| <input type="checkbox"/> Universidad De las Ciencias y El Arte De Costa Rica | <input type="checkbox"/> Universidad Latina de Heredia |
-

-
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Universidad de San José | <input type="checkbox"/> Universidad |
| <input type="checkbox"/> Universidad del Diseño | <input type="checkbox"/> Latinoamericana de |
| <input type="checkbox"/> Universidad del Turismo | Ciencia y Tecnología |
| <input type="checkbox"/> Universidad Escuela | <input type="checkbox"/> Universidad Libre de |
| Libre de Derecho | Costa Rica |
| <input type="checkbox"/> Universidad Evangélica | <input type="checkbox"/> Universidad Metodista |
| de las Américas | <input type="checkbox"/> Universidad Metropolitana |
| <input type="checkbox"/> Universidad Federada | Castro Carazo |
| de Costa | <input type="checkbox"/> Universidad para la |
| <input type="checkbox"/> Universidad Fidélicas | Cooperación Internacional |
| <input type="checkbox"/> Universidad | <input type="checkbox"/> Universidad San Juan de |
| Hispanoamericana | la Cruz |
| <input type="checkbox"/> Universidad | <input type="checkbox"/> Universidad Santa Lucía |
| Iberoamérica | <input type="checkbox"/> Universidad Santa Paula |
| <input type="checkbox"/> Universidad | <input type="checkbox"/> Universidad Técnica |
| Independiente de Costa | Nacional |
| Rica | <input type="checkbox"/> Universidad Tecnológica |
| <input type="checkbox"/> Universidad | Costarricense |
| Internacional de las | <input type="checkbox"/> Universidad Tecnológica |
| Américas | De América Central, |
| <input type="checkbox"/> Universidad | Monseñor Oscar Arnulfo |
| Internacional San Isidro | Romero Universidad |
| labrador | Veritas |
| <input type="checkbox"/> Universidad Latina de | <input type="checkbox"/> U. Latinoamericana de |
| Costa Rica | Ciencia y Arte |
| | <input type="checkbox"/> Otra |
-

34. ¿Cuáles de las siguientes capacitaciones que ofrece el TEC son necesarias para usted como egresado? ¿Y en qué horario le gustaría recibirla?

	Lugar: TEC, Sede San Carlos, Horario: Diurno	Lugar: TEC, Sede San Carlos, Horario: Nocturno	Lugar: Ciudad Quesada, Horario: Diurno	Lugar: Ciudad Quesada, Horario: Nocturno	Lugar: TEC, Sede San Carlos, Horario: Modalidad Ejecutiva (Viernes en la noche y Sábado todo el día)	Lugar: Ciudad Quesada, Horario: Modalidad Ejecutiva (Viernes en la noche y Sábado todo el día)
Formación en Espíritu Emprendedor (Trimestral)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Especialista en Impuestos (Semestral- Duración: 5 meses)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Especialista en Motivación y Liderazgo (Semestral- Duración 6 meses)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Especialista en Costos (Semestral- Duración 6 meses)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestión de Servicio al Cliente (Semestral- Duración 5 meses)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista en Responsabilidad Social Empresarial (Semestral- Duración 6 meses)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista en Estadística Empresarial (Semestral)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista en Administración de Proyectos (4 Módulos- Duración 48 h c/u)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Especialista en Contratación Administrativa (Semestral- Duración 7 semanas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista en Competencias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Especialista en Marketing Empresarial (3 Módulos- Duración 7 semanas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Técnico en Administración de Proyectos (6 bloques- Duración 6 semanas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taller Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) (12 Sesiones- Duración 12 semanas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

35. ¿Qué otros temas de educación continúa le interesa que la carrera ofrezca?

Tema _____

Lugar:

- TEC
- Ciudad Quesada

36. Alguna otra sugerencia o recomendación que nos pueda manifestar para mejorar el servicio que le brinda la Carrera de Administración de Empresas

37. Género

- Femenino

- Masculino

38. Edad en años cumplidos

- Menos de 25 años
- De 25 y menos de 30 años
- De 30 a menos de 35 años
- De 35 a menos de 40
- 40 en adelante

39. Para efectos de control de quién ha llenado la encuesta, Indique su nombre completo

40. Como parte del proceso de acreditación es necesario entrevistar a una muestra de empleadores. Con tal finalidad le agradecemos brindar la siguiente información de su superior inmediato.

Nombre de la Empresa: _____

Nombre superior inmediato: _____

Teléfono del superior inmediato: _____

E-mail del superior inmediato: _____

¡Muchas gracias por su colaboración!

Apéndice 2. Sugerencias obtenidas de la Prueba Piloto

Observaciones Prueba Piloto

1. **Pregunta 1:** se puede configurar para que envíe a la página respectiva, en función de la respuesta. Google lo permite, y minimizamos posibilidad de error por parte de quien responde.
2. **Pregunta 5:** debería ser múltiple, pero solo permite una selección
3. **Pregunta 6:** en caso de que se marquen varias opciones en la 5, debería aclarar que para la principal fuente de ingresos
4. **Pregunta 7:** ídem
5. **Pregunta 9:** los cantones podrían estar en orden alfabético, para facilitar la ubicación
6. **Pregunta 11:** Junto a producción también se puede escribir Producción / Operaciones / Servicio
7. **Pregunta 12:** En una pyme se puede estar un poco en todo. Podría indicarse que en el puesto a qué tipo de categoría jerárquica dedica más tiempo
8. **Pregunta 14:** No se responde en función de la respuesta de la pregunta 13
9. **Pregunta 17:** La escala debería ser la misma que la empleada en la pregunta 16, porque es más apropiada, y para no confundir
10. **Pregunta 18:** No se responde en función de la respuesta de la pregunta 17
11. **Pregunta 19:** Indicar que es campo “de formación” profesional

- 12. Pregunta 20:** No se responde en función de la respuesta de la pregunta 19
- 13. Pregunta 24:** Creo que vale la pena distinguir entre trabajo y patrono, y creo que es más apropiado patrono en este caso
- 14. Pregunta 27:** Creo que es mejor modificar la opción primera a “4 años o menos”. Ahora es imposible, pero en mi caso lo hice en tres años, y hay que sepa al menos dos casos más similares.
- 15. Pregunta 28:** Creo que es valioso aclarar que la valoración es con base en su experiencia como estudiante del bachillerato en AE
- 16. Pregunta 33:** El pase se puede hacer automáticamente
- 17. Pregunta 34:** Deberían estar las respuestas ordenadas alfabéticamente
- 18. Pregunta 35:** No hay opción de no responder, no hay opción sobre nivel de necesidad, y además se podría crear una opción Ejecutiva (viernes en la noche y sábado en la mañana o sábado todo el día), tanto para CQ como para Santa Clara.
- 19.** Vale la pena abrir la opción de sugerencias o comentarios, que pocos usarán, pero puede aportar cosas valiosas.

Apéndice 3. [Base de Datos de empresas de la zona](#)

Apéndice 4. [Base de Datos de Egresados](#)