



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS – MBA**

**Programa de educación continua para mejorar la empleabilidad de los  
egresados de Marketing y Dirección de Empresas. Piura. 2019.**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestra en Administración de Negocios - MBA

**AUTORA:**

Br. Ana Rosa de Jesus Rojas Gomez (ORCID: 0000-0001-7807-2491)

**ASESOR:**

Dr. Dayron Lugo Denis (ORCID: 0000-0002-3183-5655)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Modelos y herramientas gerenciales

**PIURA – PERÚ**

**2019**

## **Dedicatoria**

### **AL DIVINO HACEDOR**

Por ser ese Dios bueno que me inculcaron desde niña y porque en su inmensa misericordia me ha demostrado ser ese amor que nunca falla y nunca olvida.

### **A MIS ABUELITOS PASCUALA Y MANUEL**

Por todas sus enseñanzas, su cariño incondicional y por ser esa parte tierna de mi vida que nunca olvidaré.

### **A MI MADRE ELENA**

Por ser la máxima expresión de voluntad y entereza que he podido conocer, te debo todo mamá, y espero retribuirte como te lo mereces.

### **Agradecimiento**

De forma especial a la Dra. Blanca Lina Álvarez Luján, por ser la persona que hizo posible este sueño, por ser ese referente de realización profesional que busco seguir, por todos sus consejos, sus consideraciones y porque no he tenido mayor bendición que haberla conocido.

Asimismo, al Lic. Renato Lizama Correa por su tiempo, amistad y apoyo en beneficio de mi avance académico.

A todos ellos, gracias.

## Página del jurado



### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 14:00PM del día 18 de diciembre de 2019, se reunió el Jurado evaluador para presenciar la sustentación de la tesis titulada: "PROGRAMA DE EDUCACIÓN CONTINUA PARA MEJORAR LA EMPLEABILIDAD DE LOS EGRESADOS DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS. PIURA. 2019", presentada/o por el /la bachiller ROJAS GOMEZ ANA ROSA DE JESUS.

Luego de evidenciar el acto de exposición y defensa de la tesis, se dictamina: \_\_\_\_\_  
Aprobar por unanimidad

En consecuencia, el/la graduando se encuentran en condición de ser calificado/a/ como apta para recibir el grado de MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA.

PIURA, 18 de diciembre de 2019

MG. CASUSOL MORENO FERNANDO ELÍAS MANUEL  
PRESIDENTE



MG. TORRES MIREZ KARL FRIEDERICK  
SECRETARIO

MG. IZQUIERDO ESPINOZA JULIO ROBERTO  
VOCAL

## Declaratoria de autenticidad

### Declaratoria de autenticidad

Yo Ana Rosa de Jesus Rojas Gomez con DNI N° 73057326, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Escuela de Posgrado, Programa Académico de Maestría en Administración de Negocios – MBA, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Asimismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, 18 de Diciembre del 2019



---

Ana Rosa de Jesus Rojas Gomez

DNI N° 73057326

## ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Página del jurado .....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	v
ÍNDICE .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II. MÉTODO .....</b>	<b>13</b>
2.1. Tipo y diseño de investigación .....	13
2.2 Variables Operacionalización .....	14
2.3 Población, muestra y muestreo .....	16
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad..	17
2.5 Procedimiento.....	19
2.6 Métodos de análisis de datos .....	20
2.7 Aspectos éticos .....	20
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>21</b>
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>28</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>33</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>34</b>
<b>VII. PROPUESTA .....</b>	<b>35</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>42</b>

<b>Anexo 1 Encuesta dirigida a los egresados de Marketing y Dirección de Empresas</b> .....	<b>46</b>
<b>Anexo 2 Encuesta dirigida a los empleadores</b> .....	<b>48</b>
<b>Anexo 4 Constancia de confiabilidad del cuestionario aplicado a los egresados de Marketing y Dirección de Empresas.....</b>	<b>50</b>
<b>Anexo 5 Constancia de confiabilidad del cuestionario aplicado a los empleadores</b> .....	<b>51</b>
<b>Anexo 6 Acta de aprobación de originalidad de tesis</b> .....	<b>52</b>
<b>Anexo 7 Resumen de coincidencias – reporte de Turnitin.....</b>	<b>53</b>
<b>Anexo 8 Autorización de la versión final del trabajo de investigación</b> .....	<b>54</b>
<b>Anexo 9 Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional ucv....</b>	<b>55</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1 Operacionalización de variables</b> .....	<b>14</b>
<b>Tabla 2: Muestra probabilística de tipo estratificado</b> .....	<b>17</b>
<b>Tabla 3: Validación por expertos</b> .....	<b>18</b>
<b>Tabla 4: Resultados del análisis de confiabilidad del instrumento que mide la variable Empleabilidad</b> .....	<b>18</b>
<b>Tabla 5: Resultados del análisis de confiabilidad del instrumento que mide la variable Programa de educación continua</b> .....	<b>19</b>
<b>Tabla 6: Habilidades</b> .....	<b>21</b>
<b>Tabla 7: Cualidades personales</b> .....	<b>22</b>
<b>Tabla 8: Competencias</b> .....	<b>23</b>
<b>Tabla 9: Cuadro resumen del diagnóstico de la situación actual de empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas</b> .....	<b>24</b>
<b>Tabla 10: Necesidad del programa de educación continua</b> .....	<b>24</b>
<b>Tabla 11: Temática del programa de educación continua</b> .....	<b>25</b>

<b>Tabla 12: Satisfacción del empleador .....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 13: Cuadro resumen de la caracterización del contenido del programa de educación continua dirigido a los egresados de Marketing y Dirección de Empresas .....</b>	<b>26</b>

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo proponer un programa de educación continua para la mejora de la empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas. Piura, 2019, para lo cual se realizó una investigación descriptiva, de diseño no experimental transeccional, en donde la población en estudio fueron 115 egresados de la carrera de Marketing y Dirección de Empresas y la muestra recogida fue de 89 encuestas, con la cual el margen de error fue de 5%, al 95% de nivel de confianza; para recoger los datos, se aplicó un muestreo estratificado bietápico, pues posteriormente se encuestó a 57 empleadores de los egresados que a la fecha laboran. Los resultados demostraron que, en cuanto a habilidades, el 42.7% casi nunca considera complicado interpretar reportes y la comunicación efectiva han obtenido indicadores óptimos. Mientras que, 2.2% de los egresados se les dificulta evaluar sus logros personales, por ello el indicador de autoadministración arroja resultados poco satisfactorios. Finalmente, en cuanto a las competencias, los egresados poseen un nivel medio de empatía y de trabajo en equipo, con un 34.8% y un 39.3% respectivamente, siendo ello un indicador a reforzar. Asimismo, el 100% de los empleadores consideran muy necesario que los egresados de Marketing y Dirección de Empresas sobre todo se actualicen y dentro de ello consideran el reforzamiento de las competencias antes mencionadas. Finalmente el 47.4% de los empleadores se encuentran satisfechos con el desempeño laboral y la formación académica de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas.

**Palabras claves:** Egresado, Empleabilidad, Programa de Educación Continua.

## ABSTRACT

The objective of the research was to propose a continuous education program to improve the employability of graduates in Marketing and Business Management. Piura 2019, for which a descriptive research was carried out, of non-experimental transectional design, in which the study population was 115 graduates of the Marketing and Business Management degree and the sample collected was 89 surveys, with which the margin of error was 5%, 95% confidence level; To collect the data, a two-stage stratified sampling was applied, since subsequently, 57 employers of the graduates who work to date were surveyed. The results showed that, in terms of skills, 42.7% almost never consider it difficult to interpret reports and effective communication have obtained optimal indicators. While, 2.2% of graduates have difficulty evaluating their personal achievements, for this reason, the indicator of self-administration shows unsatisfactory results. Finally, in terms of skills, graduates have a medium level of empathy and teamwork, with 34.8% and 39.3% respectively, this being an indicator to reinforce. Likewise, 100% of the employers consider it very necessary that the graduates of Marketing and Business Management above all be updated and within this consider the reinforcement of the aforementioned competences. Finally, 47.4% of employers are satisfied with the job performance and academic training of graduates of Marketing and Business Management.

**Keywords:** Graduate, Employability, Continuing Education Program.

## I. INTRODUCCIÓN

La educación es un factor de vital importancia en la sociedad porque permite que el individuo acceda a mayores oportunidades, ya sea de empleo, de auto realización, de vivir mejor, de culturización, de asimilación de valores, y de búsqueda del conocimiento a través de la indagación. En la actualidad, la posibilidad de los jóvenes de insertarse en el mundo laboral es una preocupación constante, las actuales generaciones luchan por situarse en un buen puesto de trabajo que les reditúe tanto un ingreso monetario y la satisfacción por estar donde quieren estar; sin embargo, la realidad es otra, cuando no logran ubicarse en un empleo para lo que han sido formados, y ello deriva en el sub empleo o en el desempleo. En ese sentido, a raíz del ingreso de nuevas tecnologías, nuevas tendencias de especialización y los perfiles que demanda el mundo empresarial, la responsabilidad de formar profesionales que sean rápidamente empleables es una labor prioritaria a quien la universidad le está dando fundamental énfasis en los últimos años.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2017) postuló una investigación acerca de la educación, denominada “El futuro de la formación profesional en América Latina y el Caribe: diagnóstico y lineamientos para su fortalecimiento” en el que hizo mención que, acceder a una educación de calidad incrementa las opciones de posicionarse en un buen trabajo, potencia la empleabilidad y aminora el riesgo de convertirse en informal; sin embargo ante los vertiginosos cambios de la sociedad, los programas de formación deben orientarse en reforzar aquellas capacidades más complejas, como las habilidades blandas y/o directivas que propicien la empleabilidad y que sobre todo tengan un menor índice de obsolescencia, pues lo emocional, lo blando, no se desgasta, ni se pierde en el tiempo y/o espacio. Asimismo hace mención que, el panorama del trabajo del futuro requiere de profesionales capacitados no sólo en competencias específicas, lo técnico, sino que se le debe dar la debida importancia a las competencias que engloban el pensamiento crítico y constructivo, las habilidades comunicativas, la creatividad, el trabajo colaborativo y en equipo, así como apostar por competencias socio emocionales que hacen referencia a potenciar la persistencia, la adaptabilidad, la proactividad y el liderazgo.

Estas habilidades llamadas del Siglo XXI son necesarias pues le permiten al profesional adaptarse a la nueva realidad de empleabilidad, y sobre todo le sirve en su formación personal y humanística, lo cual redundará en la adaptación a los cambios acelerados que se viven dentro de los trabajos (Organización Internacional de Trabajo, 2017). Ello deviene en que las empresas actuales no sólo buscan profesionales que estén altamente capacitados en su rama, sino que posean habilidades blandas, visto de esa forma se conjuga el saber hacer con el saber ser.

Para una universidad, el mayor referente de calidad es un egresado calificado y competente, por ello, en el Perú organismos como el Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de Calidad Educativa – SINEACE, tiene por fin, certificar a la sociedad que tanto el sector educación público como privado ofrecen un servicio de enseñanza de calidad y que los profesionales peruanos tienen las competencias para realizar de forma óptima su trabajo, y el nuevo Modelo de Acreditación, presenta a la evaluación de la calidad como un proceso formativo, de mejora continua, que va a permitir a las instituciones analizar permanentemente sus avances e implementar cambios paulatinamente, buscando establecer a la calidad como parte de su cultura. Alineándose al principio de mejora continua es que existen políticas que buscan asegurar que, la educación en Perú es de calidad (Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de Calidad Educativa [SINEACE], 2019). De esta manera se está buscando preparar a los egresados para las nuevas exigencias y competencias del mercado laboral, y potenciarlos tanto en habilidades profesionales pero sobre todo en habilidades personales.

A nivel local, el programa de estudios de Marketing y Dirección de Empresas, es una de las carreras con menos tiempo en el mercado educativo, y son pocos los egresados que están insertados en el mercado laboral en su especialidad, ocurriendo ello porque las empresas locales desconocen la importancia de contar con un departamento de marketing, porque los mismos ex alumnos no han recibido una educación especializada o porque en el mercado piurano aún no se tiene en claro la concepción de hacer marketing, el cual es “reconocer qué necesita el cliente para promover valor”; es por ello que la investigación tiene como finalidad proponer un Programa de educación continua para la mejora de la empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas. Piura. 2019.

Habiéndose contextualizado la realidad problemática en la cual se desenvuelven los egresados de la carrera de Marketing y Dirección de Empresas de la región Piura, es necesario evidenciar que el trabajo se basa en investigaciones relevantes realizadas con anterioridad. En tanto a estos antecedentes para la presente investigación, en el *ámbito internacional* se tuvo en cuenta a Alean, Y. (2016) y su investigación titulada *“Análisis descriptivo de empleabilidad, ocupabilidad y estimación de la pertinencia de los programas académicos cursados por los aprendices egresados del SENA CATA durante el periodo 2010 al 2014: una mirada desde el punto de vista del egresado y el empleador”*, se planteó como objetivo identificar las características de la situación con el mercado de trabajo de los graduados de los programas de la institución en estudio durante el lapso del 2010 al 2014, con el propósito de diseñar una estrategia que permita demostrar que los programas de formación objeto de estudios son los más indicados. El tipo de investigación fue descriptivo correlacional, inductivo, con enfoque cuantitativo. Para el recojo de información se recurrió a la técnica de la encuesta, la cual estuvo dirigida a los egresados con un total de 16 preguntas y a los empleadores un total de 9 preguntas, se administró a una muestra de 364 egresados, el diseño muestral utilizado corresponde a una muestra probabilística estratificada. Este trabajo logró concluir en que, los egresados del programa sienten que han sido muy útiles los conocimientos, habilidades y destrezas aprendidas en su carrera en cuanto a su trabajo y su vida profesional respectivamente, así como que los empleadores están muy satisfechos con el desempeño de los egresados, tanto por los conocimientos adquiridos durante su formación como por el sentido de responsabilidad y cumplimiento en sus labores.

Alegría, A. (2014) en su investigación denominada *“Formación continua y práctica educativa en dos institutos de telesecundaria del área metropolitana de Guatemala”*, se trazó el objetivo de recopilar el sustento necesario para contribuir en la formulación de una propuesta que fortalezca la formación continua y enriquezca la labor docente de los facilitadores de telesecundaria. El tipo de investigación fue descriptivo. El recojo de información se llevó a cabo a través de la aplicación de las técnicas de entrevista semi – estructurada y la observación. Se logró entrevistar a seis capacitadores a quienes se observó in situ en su centro de trabajo. La población resultó ser 78 estudiantes, aplicándose la técnica del muestreo probabilístico estratificado. Este trabajo logró concluir que, los estudiantes consideran que los facilitadores se preocupan por actualizarse para brindarles una enseñanza

de calidad. Asimismo, el 62% de los estudiantes encuestados, consideran que los facilitadores promueven el trabajo en equipo o colaborativo y que la evaluación grupal es una buena alternativa.

En tanto al *ámbito nacional*, se tuvo en cuenta a Ayre, C. (2018) y su investigación titulada *“Competencias laborales y Empleabilidad de los egresados del centro de educación técnico productiva Peruano Alemán del cercado de Lima 2016”*, el objetivo propuesto fue establecer qué relación existe entre las competencias laborales y la empleabilidad de los egresados del CETPRO Peruano Alemán de Lima en el año 2016. Tuvo una metodología cuantitativa, de diseño no experimental, con enfoque transversal, de tipo correlacional. Para el desarrollo de la investigación, se aplicó un cuestionario que comprendía 44 preguntas estructuradas y respondía a una escala de likert, a 90 egresados del CETPRO y se recurrió a un muestreo no probabilístico estratificado. Este trabajo logró concluir que, el 90% de los egresados encuestados posee un nivel medio de habilidades tales como la toma de decisiones, aptitud innata, talento y destrezas, mientras que un reducido 6.67% posee dichas habilidades en un nivel alto. Finalmente, el 52.22% de los egresados encuestados son creativos y ello hace referencia al emprendedurismo y logro, en un nivel medio.

Cruzado, W. (2019) en su investigación *“Competencias blandas en la Empleabilidad de la Universidad Privada del Norte-Sede Los Olivos, año 2018”*, planteó el objetivo de explicar el nivel de influencia de las competencias blandas en la empleabilidad de la UPN – Sede Los Olivos en el año 2018. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, tipo correlacional causal y de corte transversal. Para el desarrollo de la investigación, se aplicó como instrumento de recolección de datos, un cuestionario que constó de 24 preguntas con una escala de Likert, la cual fue aplicada a una muestra de 82 egresados de la carrera de Administración de la UPN – Sede Los Olivos, el tipo de muestro utilizado fue probabilístico. Para medir la confiabilidad se aplicó el Alfa de Cronbach, demostrando que el instrumento es confiable. Finalmente, se concluyó que, las competencias blandas dependen del 91.1% de la empleabilidad.

Silva, O. (2017) en su estudio titulado *“Empleabilidad y Competencias Gerenciales de los graduados en la escuela profesional de Administración de la Universidad Cesar Vallejo, año 2017”*, tuvo como objetivo determinar la relación existente entre la

empleabilidad y las competencias gerenciales de los graduados de la carrera de Administración de la UCV en el año 2017. El enfoque utilizado fue cuantitativo, de tipo descriptivo y de diseño correlacional. Para el desarrollo de la investigación, se aplicó un cuestionario de 45 preguntas con una escala de Likert a una muestra de 48 graduados. La validación de los instrumentos estuvo a cargo del juicio de expertos y la confiabilidad se demostró a través del Alfa de Cronbach. Este trabajo logró concluir que el 57.5% de los graduados tiene una percepción de regular en referencia a la empleabilidad. Asimismo, un 65% ubica en la escala de regular a las competencias para el trabajo en equipo. Finalmente, en referencia a la competencia de integridad un 55% de los graduados tiene una percepción en la escala de regular.

González, R. (2013) en su investigación denominada ***“Percepciones de los Egresados de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Federico Villarreal sobre su Formación Continua”*** tuvo como objetivo conocer las percepciones de los egresados de la especialidad de Historia y Geografía de dicha universidad sobre su formación continua. La investigación fue de tipo descriptivo. Para el recojo de datos se aplicó una encuesta a 20 docentes activos y una entrevista a 6 docentes con posgrado. Se recurrió a un tipo de muestreo no probabilístico. Finalmente, el trabajo logró concluir que, el 70% de los docentes están muy de acuerdo con la relación existente entre la Formación Continua y su desempeño laboral, los docentes consideran que los constantes cambios y la globalización le obligan al profesional tomar mayor conciencia sobre la necesidad de actualizarse y son conscientes que ello repercutirá de forma favorable en la labor educativa que ejercen, así como a llenar aquellos vacíos que hayan quedado de su formación académica.

Sulca, V. & Vallejo, M. (2018) desarrollaron su investigación titulada ***“Formación continua y calidad del servicio en la Unidad de Gestión Educativa Local de Vilcashuamán, Ayacucho 2018”***, con el objetivo de establecer la relación existente entre la formación continua y la calidad del servicio en la UGEL de Vilcas Huamán en el año 2018. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, de diseño transversal y de tipo correlacional. Para el recojo de información, se aplicaron dos cuestionarios, ambos con 27 preguntas. La validación de los instrumentos se determinó a través del modelo ítem total mientras que la confiabilidad estuvo determinada por el Alfa de Cronbach. Este trabajo logró concluir que, existe una relación directa moderada entre la formación continua y la calidad del servicio de la UGEL en el año 2018, lo cual indica que la calidad educativa depende en cierta forma del

personal docente preparado con que cuenta la institución y que por consiguiente la Alta Dirección debe promover la capacitación y el desarrollo del potencial de los docentes a fin de que el servicio de educación brindado a la comunidad sea óptimo.

Por otra parte, a la fecha de realización del estudio no se contaban con investigaciones locales o referidas al entorno piurano, por ende, se consideró pertinente la realización del estudio pues permitió reflejar una realidad problemática latente y su tratamiento, contribuyó a la solución de un problema de carácter educativo y social.

Vistos los antecedentes, se presenta a continuación el desarrollo del marco teórico en cuanto a la variable de Empleabilidad que sustenta este trabajo:

La empleabilidad abarca las actitudes, las aptitudes y las capacidades que incrementan la posibilidad del trabajador para conseguir y mantener un empleo, optimizar su trabajo y ser flexible al cambio, saber escoger otro empleo cuando se crea necesario o cuando pierdan el que tenían y adaptarse con facilidad en el mercado laboral en diferentes momentos de su vida. El fenómeno de la empleabilidad comprende aprender diversas capacidades básicas necesarias para desempeñarse de la forma óptima y eficaz en el ambiente de trabajo, ello conlleva a tener la capacidad de comunicación y de interrelación con sus pares, resolver problemas en concreto, saber organizarse y trabajar en equipo.

Por otra parte, la empleabilidad tiene una estrecha relación con la capacidad de autodesarrollo de la persona, la cual debe asumir el reto de planificar su vida profesional, siendo proactivo al momento de buscar nuevos horizontes y/o oportunidades. Esta visión se resume en la siguiente definición brindada por la Fundación para el desarrollo de la función de recursos humanos - FUNDIPE (2010): “La empleabilidad, es la capacidad de una persona para tener un empleo que satisfaga sus necesidades profesionales, económicas, de promoción y de desarrollo a lo largo de su vida” (pp 8). La empleabilidad de un individuo gira en torno a la mezcla de diferentes habilidades tales como la agilidad mental, el conocimiento, la adaptabilidad al cambio, la inteligencia emocional y la capacidad de relacionarse. FUNDIPE (2010) divide las habilidades relacionadas a la empleabilidad en los siguientes grupos: Actitudes de la persona: en referencia a las actitudes necesarias que debe tener todo empleado (motivación, responsabilidad, predisposición al cambio, proactividad). Seguridad y competencia emocional del empleado: en referencia a la capacidad de saber interactuar con su entorno. Inteligencia práctica o habilidades para la solución de problemas: en

referencia a la capacidad de comunicación, análisis y resolución de problemas, uso de la tecnología y razonamiento verbal y matemático. Y finalmente el conocimiento del entorno, la cual hace referencia a las habilidades de trabajo en equipo, atención al cliente, comprensión de la organización, capacidad de autogestión y de aprendizaje constante.

Por otra parte, FUNDIPE (2010) menciona que la empleabilidad incluye las siguientes competencias, tales como: las competencias genéricas (que no se relacionan con una ocupación específica), las transferibles (que se adoptan por medio de procesos de enseñanza y aprendizaje), las generativas (que permiten que continuamente se creen nuevas habilidades) y las medibles (aquellas cuya obtención y cuyo desarrollo pueden ser medidos). De esta forma se concluye que, serán más empleables aquellos individuos que puedan ser más eficientes en la utilización de los recursos, de las capacidades interpersonales, de la información, de los sistemas sociales, organizacionales y tecnológicos.

A continuación, se darán a conocer las teorías sobre la empleabilidad, desde una perspectiva económica:

**La teoría de Weber:** El pensamiento weberiano propuso que la condición social es determinante en la posición que un individuo tiene en el mercado de trabajo, puesto que ésta no depende de los atributos y/o habilidades que posee el trabajador, sino que se ajusten a las condiciones de la clase social (citado en Arbaiza, 2010).

**Teoría institucionalista:** Thorstein Veblen (citado en Arbaiza, 2010) señala que el mercado es aquella institución que define los perfiles de formación y desempeño, por lo cual el profesional debe estar preparado para vencer dichos obstáculos.

**Teoría del Capital Humano:** Esta teoría fue planteada por Theodore Schultz, Gary Becker y Jacob Mincer. El primero propuso que la educación debe ser considerada como una inversión. Becker señaló que la educación conjugada con la experiencia profesional y la capacitación conformaban el centro del capital humano. Finalmente, Mincer aportó que la educación y la experiencia laboral influyen en los ingresos (citados en Arbaiza, 2010).

**Teoría de la Cola:** Doeringer y Piore (citados en Arbaiza, 2010) plantearon que una persona escolarizada tiene mayores oportunidades de conseguir un empleo, mientras que los que poseen menor formación deben continuar haciendo cola por otra oportunidad de trabajo.

**Teoría de la Fila:** Thurow y (citados en Arbaiza, 2010) sostienen que la experiencia y la educación no son factores determinantes de la productividad, pues la misma es un atributo de los puestos de trabajo mas no de la mano de obra, en ese sentido, los trabajadores hacen fila porque buscan obtener un trabajo en un sector en específico.

**Teoría del Filtro:** Arrow (citados en Arbaiza, 2010) hace mención que la educación es un medio de clasificación de personas en relación a su empleo.

**Teoría Regulacionista:** Boyer y Saillard (citados en Arbaiza, 2010) señalan que la relación salarial varía con el tiempo y el espacio, el salario es el complemento de las instituciones que permiten encuadran el contrato de trabajo y la regulación vigente.

Según la Comisión del Secretario sobre el logro de las habilidades necesarias, por sus siglas en inglés (SCANS) (citada en Arbaiza, 2010) el perfil de habilidades para la empleabilidad posee tres partes:

**Habilidades:** los empleados que realizan labores que demandan de un alto rendimiento requieren de dos tipos de habilidades (SCANS, 2001).

**Las Habilidades básicas:** se refieren a capacidades necesarias e indispensables para realizar un trabajo. Son 5 principalmente: Leer: interpretación de información tanto textual como gráfica; Escribir: comunica adecuadamente pensamientos e ideas y elabora documentos de oficina; Manejar aritmética y matemáticas: realiza cálculos matemáticos y tiene habilidad de análisis; Escuchar: capta, interpreta y responde mensajes verbales y Hablar: comunicación verbal fluida (SCANS, 2001).

**Habilidades pensantes:** son capacidades que permiten aprender, ser creativo, tomar decisiones y resolver problemas (SCANS, 2001).

La segunda parte del perfil de habilidades para la empleabilidad son las Cualidades personales: podemos mencionar las siguientes: Responsabilidad: mantiene un elevado nivel de esfuerzo y perseverancia en las labores; Autoestima: mantiene una imagen positiva de sí mismo; Sociabilidad: demuestra amabilidad y cortesía hacia otras personas; Autoadministración: establece metas personales y evalúa los logros e Integridad y honestidad: mantiene un código de ética personal (SCANS, 2001).

La tercera parte son las Competencias: los empleados deben poseer algunas competencias tales como: Entender y trabajar dentro de la cultura de grupo; Tomar decisiones conjuntamente con otras personas; Respetar las ideas de los demás.; Buscar el trabajo en equipo constantemente; Utilizar productivamente los recursos disponibles, tales como el tiempo, el dinero, los materiales y los recursos humanos; las habilidades interpersonales, tales como dirigir y negociar con otras personas; la información que se maneje; los sistemas sociales, organizacionales y tecnológicos; y la tecnología en el manejo de equipos y herramientas sofisticadas (SCANS, 2001).

Por otra parte, se presenta a continuación el desarrollo del marco teórico en cuanto a la variable de Programa de educación continua que sustenta este trabajo:

Según Puntunet y Domínguez (2008) señalan que el proceso de enseñanza aprendizaje acompaña al ser humano desde sus inicios, forma parte de la vida y se da de manera progresiva, dinámica y en distintos tiempos y espacios, además está condicionado por variables como la madurez, el aprendizaje y la vivencia de distintas culturas. Hacer referencia a la educación continua es necesario tener en cuenta dos grandes teorías pedagógicas, el conductismo y el constructivismo.

El conductismo señala que se pueden modificar las conductas en la persona de forma directa o indirecta y ello se basa en que a cada estímulo le corresponde una respuesta. De esa forma el aprendizaje se conceptualiza mediante el desempeño en una actividad puntual, por ejemplo, estudiar para un examen y obtener una buena nota, sin que esto demuestre un aprendizaje significativo. Skinner (citado en Puntunet y Domínguez, 2008) señala que la enseñanza programada, es aquella donde el alumno es un ente receptor y sólo repite patrones o secuencias.

Por otro lado, tenemos a la teoría del constructivismo, cuyo principal exponente fue Vigotsky (citado en Puntunet y Domínguez, 2008); quien manifiesta que un aprendizaje significativo se logra a través del análisis y el pensamiento crítico, ya que el conocimiento se construye activamente a través de la experiencia, y se logra un proceso de enseñanza aprendizaje colaborativo.

La educación continua al ser un asunto de necesidad de actualización profesional tanto en la especialidad como en habilidades personales debe centrarse en una teoría pedagógica que

propicie la construcción y reforzamiento del conocimiento, y sobre todo que busque cambiar actitudes, patrones y hábitos, con el fin de redundar positivamente en el desempeño laboral y eliminar rutinas. La capacitación debe entenderse como el proceso de enseñanza aprendizaje que facilita el desarrollo de conocimientos, habilidades y destrezas de trabajo las cuales al consolidarse forman una competencia laboral, por lo cual también debe incluir la parte de afectividad y sólo teniendo en cuenta ambas partes es que se enriquece el significado de la experiencia.

Un programa de educación continua generará el impacto necesario si se logra cumplir con el planteamiento del proceso educativo en sus cinco fases (Puntunet y Domínguez, 2008) : Diagnosticar las necesidades de educación del público objetivo, conocer a quién va dirigida la capacitación y qué necesidades se deben atender; Planificar la estrategia educativa, en ese sentido se necesita delimitar qué es lo que se va a enseñar; Construir la metodología didáctica, es decir determinar las técnicas de estudio y los materiales que permitirán el éxito del proceso enseñanza aprendizaje, la Implantación, es la ejecución del proceso educativo en el público objetivo y su propósito es satisfacer las necesidades de educación identificadas y Evaluación, se requiere conocer los resultados de la aplicación del proceso educativo para medir sus indicadores de logro.

Camargo (citado en Puntunet y Domínguez, 2008) señala que, la formación continua está abocada a potenciar las cualidades del empleado, es decir a optimizar los niveles de empleabilidad, por cual se hace necesario que el individuo desarrolle sus competencias, capacidades y habilidades con el propósito que ello redunde en un mejor desempeño en la organización.

Para Velazco (2014) la educación continua hace referencia a una modalidad educativa de complementación dirigido a todo profesional que decide capacitarse, actualizarse, especializarse o perfeccionarse en diferentes áreas del conocimiento, lo cual contribuye en gran medida en el desarrollo de sus capacidades, en su formación integral como persona, así como para hacer frente a lo que exige el mercado laboral.

La educación continua debe propiciar el desarrollo integral del trabajador, teniendo en cuenta los fenómenos que ocurren alrededor, el quehacer diario, los problemas actuales y ser consecuentes en la generación de conocimiento tomando en cuenta los conocimientos previos para transformarlos o para generar nuevas ideas (Salum y Prado, 2007).

La Educación Continua engloba conceptos como la capacitación, actualización y especialización: La capacitación tiene como primera característica el corto tiempo que dura y no requiere de formalidades curriculares, pues lo que busca es potenciar una habilidad en específico (Gonzales, 2016). Por otra parte, las actualizaciones están orientadas a potenciar y asimilar la realización de una tarea en específico, en ese sentido, la formalidad curricular es vital pues se sigue una currícula definida y el tiempo en que se ejecuta es más largo (Huertas, 2016). Finalmente, Orellana (2015) sostiene que las especializaciones tienen como propósito potenciar las capacidades del personal, en un área específica, es decir permite fortalecer la asimilación del conocimiento.

La investigación se justifica teóricamente porque analizó la situación de empleabilidad del egresado de Marketing y Dirección de Empresas, aspecto que a la fecha en el mercado laboral piurano no se había analizado; asimismo, presenta una justificación metodológica, pues presentó un programa de educación continua aplicable tanto a la realidad marketera como a otros programas de estudios. Por otro lado, tiene una justificación práctica pues permitirá a las direcciones de los programas, evaluar y actualizar las competencias del perfil de egreso. Finalmente, se destaca su relevancia porque contribuye en la formación de profesionales teniendo en cuenta las necesidades demandadas por el mercado laboral, mejorando la empleabilidad y las condiciones de vida de los jóvenes.

Por otro lado, siendo conocida la situación problemática existente, los resultados de investigaciones pasadas, el fundamento del marco teórico y la justificación de la importancia de la investigación se procedió al planteamiento del problema de investigación; siendo éste el siguiente: ¿Cómo contribuir a la mejora de la empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas, Piura, 2019?

La hipótesis general de la investigación fue: Si se propone un Programa de Educación Continua se contribuirá a mejorar la empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas. Piura. 2019.

La hipótesis nula formulada: El Programa de Educación Continua no contribuirá a mejorar la empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas. Piura. 2019.

Y la hipótesis alternativa planteada es: Si se propone un Programa de Educación Continua se contribuirá a mejorar las habilidades blandas de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas. Piura. 2019.

Por último, la investigación tuvo como objetivo inmediato el siguiente: Proponer un Programa de Educación Continua para la mejora de la empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas. Piura. 2019.

Y, como objetivos específicos los siguientes: Objetivo específico 1: Diagnosticar la situación actual de empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas. Piura. 2019; Objetivo específico 2: Caracterizar el contenido del programa de educación continua dirigido a los egresados de Marketing y Dirección de Empresas. Piura. 2019.

## II. MÉTODO

### 2.1. Tipo y diseño de investigación

El diseño de investigación hace referencia al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea. Al ser ésta, una investigación con enfoque **cuantitativo**, se ubica en la clasificación de investigación **no experimental**, ya que no se pretendió alterar intencionalmente las variables, por el contrario, lo que se buscó fue observar fenómenos tal y como se daban en su contexto natural para después analizarlos. Asimismo, fue de tipo **transeccional**, dado que lo que se buscó fue evaluar un fenómeno (variable: empleabilidad) en un punto del tiempo (año 2019). El alcance de la investigación fue **descriptiva**, ya que se analizó la situación de empleabilidad en una población determinada (egresados de la carrera de Marketing y Dirección de Empresas). Finalmente fue **propositiva** porque basado en el diagnóstico se propuso una solución al problema.

## 2.2 Variables Operacionalización

**Tabla 1 Operacionalización de variables**

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADOR	ESCALA DE MEDICION	INSTRUMENTO
Variable dependiente: <b>Empleabilidad</b>	Arbaiza (2010) señala que la empleabilidad abarca las actitudes, las aptitudes y las capacidades que incrementan la posibilidad del trabajador para conseguir y mantener un empleo, optimizar su trabajo y ser flexible al cambio, saber escoger otro empleo cuando se crea necesario o cuando pierdan el que tenían y adaptarse con facilidad en el mercado laboral en diferentes momentos de su vida.	La empleabilidad es el resultado de la combinación entre las habilidades, cualidades y competencias que permiten al individuo encontrar un trabajo, mantenerlo y obtener una ganancia monetaria y sobre todo satisfacción.	Habilidades	Capacidad de interpretación de reportes	Ordinal	Encuesta
				Habilidad de redacción de documentos		
				Habilidades matemáticas		
				Habilidad de comunicación efectiva		
				Nivel de creatividad		
				Nivel de sentido crítico para toma de decisiones		
			Capacidad de resolución de problemas	Ordinal		
			Nivel de Responsabilidad			
			Nivel de Sociabilidad			
			Nivel de Autoadministración			
			Nivel de Ética	Ordinal		
			Capacidad para toma de decisiones por consenso			
			Nivel de Empatía			
Capacidad de trabajo en equipo						
Utilización de recursos						

Variable independiente: <b>Programa de formación continua</b>	<b>Velazco (2014)</b> define al programa de formación continua como una modalidad educativa de complementación de conocimiento dirigido a todo profesional que decide capacitarse, actualizarse, especializarse o perfeccionarse en diferentes áreas del conocimiento, lo cual contribuye en gran medida en el desarrollo de sus capacidades, en su formación integral como persona así como para hacer frente a lo que exige el mercado laboral.	La formación continua es el proceso de la búsqueda de conocimiento permanente a nivel académico e integral del individuo, con el objetivo de responder a las necesidades tecnológicas y laborales reforzando de esa forma su competitividad.	Necesidad del programa de educación continua	Nivel de necesidad de capacitación	Ordinal	Encuesta		
				Nivel de necesidad de actualización				
				Nivel de necesidad de especialización				
					Temática del programa de educación continua		Capacidad de interpretación de reportes	Ordinal
					Habilidad de redacción de documentos			
					Habilidades matemáticas			
					Comunicación efectiva			
					Creatividad			
					Sentido crítico para toma de decisiones			
					Capacidad para resolver problemas			
					Responsabilidad			
					Sociabilidad			
					Autoadministración			
		Ética						
		Toma de decisiones por consenso						
		Empatía						
		Trabajo en equipo						
		Adecuada gestión de los recursos						
		Satisfacción del empleador	Grado de satisfacción del empleador respecto del egresado	Ordinal				

Fuente: Elaboración propia de la investigadora

## 2.3 Población, muestra y muestreo

### 2.3.1. Población

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones y lo conformaron 115 egresados de la carrera de Marketing y Dirección de Empresas según reporte de egresados de una universidad particular de Piura, comprendiendo semestres de egreso desde el 2013 -02 hasta el 2018-02.

### 2.3.2. Muestra

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población. Con el fin de calcular una muestra representativa se consideró aplicar la siguiente fórmula conociendo el tamaño de la población.

$$n = \frac{z^2 pqN}{e^2(N - 1) + z^2 pq}$$

Donde al reemplazar los valores de la fórmula, se obtuvo como muestra (n) el número de individuos a encuestar. A continuación el detalle:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.95 * 0.05 * 115}{0.05^2(115 - 1) + 1.96^2 * 0.95 * 0.05}$$

$$n = 89 \text{ egresados}$$

Se consideró como criterio de inclusión aquellos egresados que a la fecha se encontraban laborando, de esa forma se encuestó a sus empleadores y como criterio de exclusión a aquellos egresados que no estaban trabajando.

Por otro lado, se consideró una muestra probabilística, de tipo estratificado.

**Tabla 2: Muestra probabilística de tipo estratificado**

<b>Estrato por número de egresados laborando</b>	<b>Semestre de egreso</b>	<b>Total de egresados por semestre</b>	<b>Muestra (89/115) = 0.7739</b>
1	2018-02	8	6
2	2018-01	7	5
3	2017-02	8	6
4	2017-01	12	9
5	2016-02	15	12
6	2016-01	9	7
7	2015-02	17	13
8	2015-01	6	5
9	2014-02	13	10
10	2014-01	9	7
11	2013-02	11	9
<b>Total</b>		<b>115</b>	<b>89</b>

Fuente: Elaboración propia de la investigadora

#### **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

En primera instancia para poder elaborar los instrumentos de la presente investigación, la literatura plasmada en el marco teórico sirvió para esbozar un primer borrador de lo que serían las encuestas (técnica) con su instrumento el cuestionario, dirigidas a los egresados de la carrera de Marketing y Dirección de Empresas y a sus empleadores. Dichos borradores fueron revisados por la máxima autoridad académica del Programa de Estudios de Marketing y Dirección de Empresas de una universidad particular de la región Piura, quien hizo algunas observaciones sobre los ítems planteados y sugirió la modificación de algunos de ellos, quedando propuestos 28 ítems para el cuestionario dirigido a los egresados y 20 ítems para el cuestionario dirigido a los empleadores. Obteniendo el visto bueno de su persona, se solicitó a otros dos profesionales la evaluación de los instrumentos en mención. Dicho proceso de validación de instrumentos a través de juicio de expertos determinaron que los instrumentos presentan una validez significativa, dado que responde al objetivo de la investigación. A continuación, se presenta la lista de los especialistas validadores:

**Tabla 3: Validación por expertos**

ÍTEM	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO
1	Dra. Blanca Lina Álvarez Luján	Directora Nacional de la Escuela Profesional de Marketing y Dirección de Empresas
2	Mg. Francisco Leví Trujillo Vargas	Profesional Especializado 5 SUNAT
3	Mg. Carlos Eduardo Arias Muñoz	Coordinador de Seguimiento del egresado FACEM UCV Piura

Fuente: Elaboración propia de la investigadora

Seguido a ello, se procedió a escoger de forma aleatoria a 28 egresados de la carrera de Marketing y Dirección de Empresas de una universidad particular de la región Piura entre el período de egreso del 2013-02 al 2018-02 y en base a los resultados que se obtuvieron los cuales fueron plasmados tal cual lo manifestaron los encuestados se determinó la confiabilidad de los instrumentos a través del Alfa de Cronbach, y el valor obtenido fue de 0.813, para la variable empleabilidad. Cabe indicar que, de los 28 egresados encuestados, 20 de ellos se encontraban laborando, razón por la cual es el número de elementos que sirvió para poder determinar el nivel de confiabilidad del instrumento que mide a la variable Programa de Educación Continua arrojando un resultado de 0.970, con lo que se demostró la confiabilidad de los instrumentos.

**Tabla 4: Resultados del análisis de confiabilidad del instrumento que mide la variable Empleabilidad**

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.813	28

Fuente: Elaboración propia de la investigadora

Como se observa en la tabla 4, el Alfa de Cronbach ha arrojado un resultado igual a 0.813. Por lo tanto, se afirma que el instrumento que mide la variable de Empleabilidad es confiable.

**Tabla 5: Resultados del análisis de confiabilidad del instrumento que mide la variable Programa de educación continua**

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.970	20

Fuente: Elaboración propia de la investigadora

Como se observa en la tabla 5, el Alfa de Cronbach ha arrojado un resultado igual a 0.970. Por lo tanto, se afirma que el instrumento que mide la variable de Programa de educación continua, es confiable.

## 2.5 Procedimiento

En un primer momento del estudio, se deseó trabajar con la totalidad de la población de egresados, sin embargo la práctica demostró que los principales limitantes para la realización del mismo fueron los siguientes: dificultad en la actualización de los datos de los graduados porque no se cuenta con una data actualizada de dirección domiciliaria, teléfonos y correos de los graduados para poder efectuar el primer contacto con ellos, existen egresados que laboran fuera del Perú y existen egresados que se encuentran reacios a brindar información mostrándose indiferentes a participar en el estudio. Cabe indicar que, para ejecutar el proceso de recojo de información en primer lugar, se realizó un muestreo estratificado a fin de determinar la cantidad de egresados que se debía encuestar por cada promoción de egreso. La recolección de la información de los egresados se obtuvo aplicando la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario, de las siguientes formas:

- a) Vía formulario de google, y el medio de contacto fue a través de redes sociales, así como, por correo electrónico, y,
- b) Vía telefónica.

De esta manera, se reconoció la situación de empleabilidad actual de los egresados. Seguido a ello, habiéndose obtenido la data de los egresados que laboran en la actualidad, se procedió con la segunda etapa concluyente del recojo de información, ubicando a los empleadores y aplicando la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario, a través de formulario de google o de forma presencial, determinándose de esta forma las competencias personales demandadas por los empleadores.

## **2.6 Métodos de análisis de datos**

En un primer momento, en base a un muestreo estratificado por promoción de egreso se logró contactar a 89 egresados, los cuales valoraron a través de la Escala de Likert (Nunca, Casi Nunca, A veces, Casi Siempre, Siempre) aquellos criterios relacionados a las dimensiones de Habilidades, Cualidades Personales y Competencias, respondiendo a un total de 28 preguntas. Cabe indicar que, dentro de los datos generales del egresado encuestado se hace referencia al centro de labores y al jefe inmediato, siendo ello información fuente para determinar cuántos egresados a la fecha se encuentran laborando y poder ubicar posteriormente al empleador y aplicarle el respectivo instrumento. Habiéndose culminado con la totalidad de la aplicación de encuestas, se procedió a ingresar las características de la variable a estudiar en el software estadístico SPSS versión 25. En un primer momento en trabajó en la pestaña de vista de variables y se determinó el tipo de variable escogiendo la opción “Numérico”, posteriormente se dio formato a las etiquetas de valor, ingresando los códigos a los cuales respondía la Escala de Likert (Ejemplo: 1 representa “Nunca”), seguido a ello se asignó el nivel de medición a la variable, siendo ella “Escala”. Seguido a ello en la pestaña de vista de datos, se ingresaron las respuestas obtenidas. Posteriormente se procedió a manipular estadísticamente los datos, obteniéndose los Estadísticos descriptivos, tales como: Análisis de frecuencias, Medidas de tendencia central (media, valor máximo, valor mínimo) y Medidas de dispersión (desviación estándar).

## **2.7 Aspectos éticos**

La investigación respetó los principios para la integridad de la investigación declarados por el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC), rescatando los siguientes: la honestidad, responsabilidad y justicia. Asimismo se consideró, el Código de Ética de la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados (APEIM), donde señala que es deber del investigador:

- Asegurar la protección de datos personales de los encuestados.
- Asegurar que los datos recogidos solo serán usados para fines académicos.
- Hacer hincapié acerca del acto voluntario de participación en la encuesta.
- Ser transparente respecto del muestro y la publicación de los resultados.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Habilidades

En el análisis de las habilidades, se incluyeron siete indicadores y 15 ítems que daban respuesta a lo siguiente: capacidad de interpretación de reportes, habilidad de redacción de documentos, habilidades matemáticas, habilidad de comunicación efectiva, nivel de creatividad, nivel de sentido crítico para toma de decisiones y capacidad de resolución de problemas. Los resultados se muestran a continuación.

**Tabla 6: Habilidades**

Habilidades	Nunca	Casi nunca	Escala (%)			Total (%)	Media
			A veces	Casi siempre	Siempre		
<b>Capacidad de interpretación de reportes</b>							
<i>Facilidad para analizar cuadros estadísticos</i>	15.7	42.7	32.6	7.9	1.1	100	2.3596
<b>Habilidad de redacción de documentos</b>							
<i>Facilidad para redactar documentos</i>	3.4	11.2	16.9	27	41.6	100	3.9213
<b>Habilidades matemáticas</b>							
<i>Afinidad con las matemáticas</i>	0	0	4.5	31.5	64	100	3.4157
<b>Habilidad de comunicación efectiva</b>							
<i>Comunicación clara y fluida</i>	0	0	4.5	31.5	64	100	4.5955
<i>Capacidad para plantear puntos de vista</i>	0	1.1	6.7	29.2	62.9	100	4.5393
<i>Capacidad para debatir</i>	0	0	4.5	34.8	60.7	100	4.5618
<b>Nivel de creatividad</b>							
<i>Consciencia de ser creativo</i>	0	0	5.6	36	58.4	100	4.5281
<i>Percepción interna de ser más creativo que el resto</i>	0	1.1	37.1	32.6	29.2	100	3.8989
<i>Percepción externa de ser creativo</i>	0	0	21.3	42.7	36	100	4.1461
<b>Nivel de sentido crítico para toma de decisiones</b>							
<i>Planteamiento de soluciones</i>	0	0	9	43.8	47.2	100	4.3820
<i>Planteamiento de metas y objetivos</i>	0	0	4.5	23.6	71.9	100	4.6742
<i>Identificación de riesgos y beneficios</i>	0	0	7.9	51.7	40.4	100	4.3258
<b>Capacidad de resolución de problemas</b>							
<i>Acuerdo común en las soluciones</i>	2.2	3.4	24.7	27	42.7	100	4.0449
<i>Exposición de problemas</i>	0	0	20.2	39.3	40.4	100	4.2022
<i>Respeto por los deseos del resto</i>	0	1.1	13.5	43.8	41.6	100	4.2584
<b>TOTAL</b>							<b>4.1236</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los egresados de Marketing y Dirección de Empresas.

En la Tabla 6, según la media se aprecia que los egresados de Marketing y Dirección de Empresas casi siempre poseen cuatro de las siete habilidades analizadas en el estudio:

habilidad de redacción de documentos, nivel de creatividad, nivel de sentido crítico para toma de decisiones y capacidad de resolución de problemas. Asimismo, señala que la habilidad de “Capacidad de interpretación de reportes” ha obtenido la más baja calificación promedio, siendo ello un referente positivo, pues hace referencia a que los egresados en un 42.7% casi nunca se les complican analizar cuadros estadísticos y/o interpretar reportes. Finalmente, indica que la habilidad de “Comunicación efectiva” ha obtenido la más alta calificación promedio y ello también es un indicador óptimo pues, señala que los egresados siempre se comunican y expresan con claridad, tienen la capacidad de plantear distintos puntos de vista y pueden debatir en torno a sus ideas.

### 3.2. Cualidades personales

En el análisis de las cualidades personales, se incluyeron cuatro indicadores y seis ítems que daban respuesta a lo siguiente: nivel de responsabilidad, nivel de sociabilidad, nivel de autoadministración y nivel de ética. Los resultados se muestran a continuación.

**Tabla 7: Cualidades personales**

Cualidades personales	Nunca	Casi nunca	Escala (%)		Siempre	Total (%)	Media
			A veces	Casi siempre			
<b>Nivel de Responsabilidad</b>							
<i>Nivel de esfuerzo en las labores</i>	0	0	2.2	38.2	59.6	100	4.5730
<b>Nivel de Sociabilidad</b>							
<i>Cualidad de amabilidad y cortesía</i>	0	0	2.2	18	79.8	100	4.7753
<b>Nivel de Autoadministración</b>							
<i>Imagen positiva propia</i>	0	0	0	22.5	77.5	100	4.7753
<i>Delimitación de metas personales</i>	0	0	1.1	15.7	83.1	100	4.8202
<i>Evaluación de logros personales</i>	0	2.2	5.6	30.3	61.8	100	4.5169
<b>Nivel de Ética</b>							
<i>Código de ética propio</i>	0	0	3.4	16.9	79.8	100	4.7640
<b>TOTAL</b>							<b>4.7041</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los egresados de Marketing y Dirección de Empresas.

En la Tabla 7, según la media se aprecia que los egresados de Marketing y Dirección de Empresas siempre poseen la totalidad de cualidades personales analizadas en el estudio, sin embargo, se aprecia que una de las cuatro cualidades personales ha obtenido una calificación mínima de casi nunca, siendo ello un indicador negativo pues señala que un 2.2% de los egresados no son capaces de evaluar el logro de sus objetivos personales.

### 3.3. Competencias

En el análisis de las competencias, se incluyeron cuatro indicadores y siete ítems que daban respuesta a lo siguiente: capacidad para toma de decisiones por consenso, nivel de empatía, capacidad de trabajo en equipo y utilización de recursos. Los resultados se muestran a continuación.

**Tabla 8: Competencias**

Competencias	Escala (%)					Total (%)	Media
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
<b>Capacidad para toma de decisiones</b>							
<i>Prioridad de metas individuales</i>	5.6	11.2	25.8	21.3	36	100	3.7079
<i>Decisiones por consenso</i>	1.1	0	21.3	40.4	37.1	100	4.1236
<b>Nivel de empatía</b>							
<i>Superposición de intereses</i>	7.9	27	34.8	19.1	11.2	100	2.9888
<b>Capacidad de trabajo en equipo</b>							
<i>Preferencia de trabajo individual</i>	4.5	20.2	39.3	19.1	16.9	100	3.2360
<b>Utilización de recursos</b>							
<i>Cumplimiento de plazos establecidos</i>	0	0	5.6	34.8	59.6	100	4.5393
<i>Uso racional del dinero</i>	0	1.1	18	28.1	52.8	100	4.3258
<i>Uso adecuado de materiales</i>	0	0	7.9	27	65.2	100	4.5730
<b>TOTAL</b>							<b>3.9278</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los egresados de Marketing y Dirección de Empresas.

En la Tabla 8, se aprecia que los egresados de Marketing y Dirección de Empresas a veces poseen dos de las cuatro competencias analizadas en el estudio, siendo ello un indicador a tomar en cuenta, pues demuestra que los egresados poseen un nivel medio de empatía y de trabajo en equipo, asimismo, señala que la competencia de “Utilización de recursos” ha obtenido la más alta calificación promedio, siendo ello un referente positivo, pues hace referencia a que los egresados siempre son responsables en el cumplimiento de plazos establecidos, son responsables en el uso del dinero de forma racional y son responsables en el uso adecuado de materiales. Y finalmente, la competencia que en promedio casi siempre poseen los egresados, es la toma de decisiones.

**Tabla 9: Cuadro resumen del diagnóstico de la situación actual de empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas**

Dimensiones de empleabilidad	Media
Habilidades	4.1236
Cualidades personales	4.7041
Competencias	3.9278
<b>Total</b>	<b>4.2518</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los egresados de Marketing y Dirección de Empresas.

En promedio, los egresados de Marketing y Dirección de Empresas casi siempre son empleables.

### 3.4. Necesidad del programa de educación continua

En el análisis de la necesidad del programa de educación continua, se incluyeron tres indicadores y tres ítems que daban respuesta a lo siguiente: nivel de necesidad de capacitación, nivel de necesidad de actualización y nivel de especialización. Los resultados se muestran a continuación.

**Tabla 10: Necesidad del programa de educación continua**

Necesidad del programa de educación continua	Escala (%)					Total (%)	Media
	Nada necesario	Poco necesario	Regular	Necesario	Muy necesario		
<i>Nivel de necesidad de capacitación</i>	0	0	0	12.3	87.7	100	4.8772
<i>Nivel de necesidad de actualización</i>	0	0	0	0	100	100	5.0000
<i>Nivel de necesidad de especialización</i>	0	0	0	22.8	77.2	100	4.7719
<b>TOTAL</b>							<b>4.8830</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los empleadores de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas.

En la tabla 10, se aprecia que la mayoría de los empleadores consideran muy necesario que los egresados de marketing y dirección de empresas se capaciten, actualicen y especialicen. Asimismo, la totalidad de los empleadores consideran muy necesario que los egresados sobre todo se actualicen.

### 3.5. Temática del programa de educación continua

En el análisis de la temática del programa de educación continua, se incluyeron quince indicadores y quince ítems que daban respuesta a lo siguiente: capacidad de interpretación de reportes, habilidad de redacción de documentos, habilidades matemáticas, comunicación efectiva, creatividad, sentido crítico para toma de decisiones, capacidad para resolver problemas, responsabilidad, sociabilidad, autoadministración, ética, toma de decisiones por consenso, empatía, trabajo en equipo y adecuada gestión de los recursos. Los resultados se muestran a continuación.

**Tabla 11: Temática del programa de educación continua**

Temática del programa de educación continua	Escala (%)					Total (%)	Media
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
<i>Capacidad de interpretación de reportes</i>	0	0	47.4	10.5	42.1	100	3.9474
<i>Habilidad de redacción de documentos</i>	0	12.3	12.3	17.5	57.9	100	4.2105
<i>Habilidades matemáticas</i>	0	12.3	35.1	10.5	42.1	100	3.8246
<i>Comunicación efectiva</i>	0	12.3	22.8	10.5	54.4	100	4.0702
<i>Creatividad</i>	0	12.3	28.1	17.5	42.1	100	3.8947
<i>Sentido crítico para toma de decisiones</i>	0	12.3	28.1	17.5	42.1	100	3.8947
<i>Capacidad para resolver problemas</i>	0	12.3	28.1	5.3	54.4	100	4.0175
<i>Responsabilidad</i>	0	12.3	12.3	33.3	42.1	100	4.0526
<i>Sociabilidad</i>	24.6	0	0	22.8	52.6	100	3.7895
<i>Autoadministración</i>	12.3	12.3	0	33.3	42.1	100	3.8070
<i>Ética</i>	24.6	0	5.3	28.1	42.1	100	3.6316
<i>Toma de decisiones por consenso</i>	12.3	12.3	0	33.3	42.1	100	3.8070
<i>Empatía</i>	12.3	12.3	0	45.6	29.8	100	3.6842
<i>Trabajo en equipo</i>	12.3	12.3	0	21.1	54.4	100	3.9298
<i>Adecuada gestión de los recursos</i>	12.3	12.3	5.3	15.8	54.4	100	3.8772
<b>TOTAL</b>							<b>3.8959</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los empleadores de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas.

En la Tabla 11, se aprecia que en promedio los empleadores consideran que casi siempre deben reforzarse en los egresados de Marketing y Dirección de Empresas los siguientes tópicos: capacidad de interpretación de reportes, habilidad de redacción de documentos, habilidades matemáticas, comunicación efectiva, creatividad, sentido crítico para toma de decisiones, capacidad para resolver problemas, responsabilidad, sociabilidad,

autoadministración, ética, toma de decisiones por consenso, empatía, trabajo en equipo y adecuada gestión de los recursos.

### 3.6. Satisfacción del empleador

En el análisis de la satisfacción del empleador, se incluyó un indicador y dos ítems que daban respuesta a lo siguiente: grado de satisfacción del empleador respecto del egresado. Los resultados se muestran a continuación.

**Tabla 12: Satisfacción del empleador**

Satisfacción del empleador	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Escala (%)			Total (%)	Media
			Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho		
<i>Satisfacción respecto del desempeño profesional</i>	0	0	5.3	47.4	47.4	100	4.4211
<i>Satisfacción respecto de la formación académica</i>	0	0	5.3	47.4	47.4	100	4.4211
<b>TOTAL</b>							<b>4.4211</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los empleadores de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas.

En la Tabla 12, se aprecia que en promedio un 47.4% los empleadores se encuentran satisfechos con el desempeño profesional de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas. Asimismo, consideran que la formación académica del graduado de la universidad César Vallejo está acorde con las necesidades requeridas por su institución.

**Tabla 13: Cuadro resumen de la caracterización del contenido del programa de educación continua dirigido a los egresados de Marketing y Dirección de Empresas**

Dimensiones de Formación Continua	Media
Necesidad del programa de educación continua	4.8830
Temática del programa de educación continua	3.8959
Satisfacción del empleador	4.4211
<b>Total</b>	<b>4.4000</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los empleadores de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas.

En promedio, los empleadores consideran que casi siempre deben reforzarse en los egresados de Marketing y Dirección de Empresas los siguientes tópicos: capacidad de

interpretación de reportes, habilidad de redacción de documentos, habilidades matemáticas, comunicación efectiva, creatividad, sentido crítico para toma de decisiones, capacidad para resolver problemas, responsabilidad, sociabilidad, autoadministración, ética, toma de decisiones por consenso, empatía, trabajo en equipo y adecuada gestión de los recursos.

#### IV. DISCUSIÓN

Vistos los resultados obtenidos, se contrastaron con demás investigaciones teniendo en cuenta el primer objetivo denominado **Diagnosticar la situación actual de empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas. Piura. 2019.**

El trabajo de investigación tomado como antecedente que guarda relación con los resultados obtenidos para el presente estudio fue el denominado “*Análisis descriptivo de empleabilidad, ocupabilidad y estimación de la pertinencia de los programas académicos cursados por los aprendices egresados del SENA CATA durante el periodo 2010 al 2014: una mirada desde el punto de vista del egresado y el empleador*”, en donde el investigador responsable Alean, concluyó que los egresados del programa sienten que han sido muy útiles los conocimientos, habilidades y destrezas aprendidas en su carrera en cuanto a su trabajo y su vida profesional respectivamente, así como que los empleadores están muy satisfechos con el desempeño de los egresados, tanto por los conocimientos adquiridos durante su formación como por el sentido de responsabilidad y cumplimiento en sus labores.

En el presente estudio se obtiene que, los egresados de Marketing y Dirección de Empresas en promedio casi siempre poseen habilidades, cualidades personales y competencias. Dichos resultados se asemejan con los expuestos anteriormente, por cual se reafirma la postura y se respalda en lo expuesto por Arbaiza, que hace referencia que según la SCANS 1992-2001 el perfil de habilidades para la empleabilidad posee tres partes: habilidades, cualidades personales y competencias. Asimismo se ha concluido que en promedio los empleadores se encuentran satisfechos con el desempeño profesional de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas y consideran que la formación académica del graduado de la universidad César Vallejo está acorde con las necesidades requeridas por su institución, lo cual se asemeja a lo concluido por Alean.

El trabajo de investigación tomado como antecedente que guarda relación con los resultados obtenidos para el presente estudio fue el denominado “*Competencias laborales y Empleabilidad de los egresados del centro de educación técnico productiva Peruano Alemán del cercado de Lima 2016*”, en donde el investigador responsable Ayre, concluyó que, el 90.00% de los egresados encuestados posee en un nivel medio habilidades tales como la toma decisiones, aptitud innata, talento y destreza mientras que un 6.67% posee dichas

habilidades en un nivel alto. Asimismo, el 52.22% de los egresados encuestados posee creatividad en referencia al emprendedurismo y logro en un nivel medio, mientras que un 43.33% se ubica en el nivel alto.

En el presente estudio se obtiene que, los egresados casi siempre poseen cuatro de las siete habilidades analizadas en el presente estudio: habilidad de redacción de documentos, nivel de creatividad, nivel de sentido crítico para toma de decisiones y capacidad de resolución de problemas y la competencia de “Utilización de recursos” ha obtenido la más alta calificación promedio. Y finalmente, la competencia que en promedio casi siempre poseen los egresados es la toma de decisiones. Dichos resultados se asemejan con los expuestos anteriormente, por cual se reafirma la postura y se respalda en lo expuesto por Arbaiza, donde señala que una de las habilidades pensantes que forman parte de la empleabilidad, es la toma de decisiones.

El trabajo de investigación tomado como antecedente que guarda relación con los resultados obtenidos para el presente estudio fue el denominado “*Empleabilidad y Competencias Gerenciales de los graduados en la escuela profesional de Administración de la Universidad Cesar Vallejo, año 2017*”, en donde el investigador responsable Silva, concluyó que, el 57.5% de los graduados perciben como regular la empleabilidad, mientras que el 32,5% de los mismos perciben como baja y solo el 10% perciben como positiva la empleabilidad de los graduados. Asimismo, concluyó que el 65% de los graduados perciben como regular competencias para el trabajo en equipo, mientras que el 22,5% de los mismos perciben como baja y solo el 12.5% perciben como buena la competencias para el trabajo en equipo en los graduados. Finalmente, se observa que el 55% de los graduados perciben como regular competencias de integridad, mientras que el 45% de los mismos perciben como regular competencias de integridad en los graduados.

En el presente estudio se obtiene que, en promedio los egresados casi siempre poseen habilidades, cualidades personales y competencias. Dichos resultados se asemejan con los expuestos anteriormente, por cual se reafirma la postura y se respalda en lo expuesto por Arbaiza, que hace referencia que según la SCANS 1992-2001 el perfil de habilidades para la empleabilidad posee tres partes: habilidades, cualidades personales y competencias. Asimismo se ha concluido que dentro de la temática que consideran los empleadores de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas que debe reforzarse es el trabajo en equipo.

Así como que, los egresados a veces poseen dos de las cuatro competencias analizadas en el presente estudio, siendo ello un indicador a tomar en cuenta, pues demuestra que los egresados poseen un nivel medio de empatía y de trabajo en equipo. Dicho resultado se asemeja con el expuesto anteriormente, por lo cual se reafirma la postura y se respalda en lo expuesto por Arbaiza, donde señala que una de las competencias que forman parte de la empleabilidad, es buscar el trabajo en equipo constantemente.

Vistos los resultados obtenidos, se contrastaron con demás investigaciones teniendo en cuenta el segundo objetivo denominado **Caracterizar el contenido del programa de educación continua dirigido a los egresados de Marketing y Dirección de Empresas. Piura. 2019.**

El trabajo de investigación tomado como antecedente que guarda relación con los resultados obtenidos para el presente resultado fue el denominado “*Formación continua y práctica educativa en dos institutos de telesecundaria del área metropolitana de Guatemala*”, en donde el investigador responsable Alegría, concluyó que, los estudiantes evaluaron la formación académica y actualización de los facilitadores, y consideran que los mismos sí se forman y se actualizan para brindarles una mejor educación. Asimismo, el 62% de la muestra seleccionada de los estudiantes, respondieron que los facilitadores siempre promueven el trabajo en equipo y esto es bueno porque es una forma distinta de evaluar.

En el presente estudio se obtiene que, en promedio los empleadores consideran muy necesario que los egresados de Marketing y Dirección de Empresas se capaciten, actualicen y especialicen. Asimismo, la totalidad de los empleadores consideran muy necesario que los egresados sobre todo se actualicen. Asimismo se ha concluido que dentro de la temática que consideran los empleadores de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas que debe reforzarse es el trabajo en equipo. Dicho resultado se asemeja con el expuesto anteriormente, por lo cual se reafirma la postura y se respalda en lo expuesto por Arbaiza, donde señala que una de las competencias que forman parte de la empleabilidad, es buscar el trabajo en equipo constantemente. Asimismo dicho resultado se respalda en lo expuesto por Huertas, quien considera que las actualizaciones están orientados a mejorar y dominar la ejecución de una actividad específica, en ese sentido, la formalidad curricular es vital pues se siguen planes de estudio definidos y el periodo de ejecución es más extenso.

El trabajo de investigación tomado como antecedente que guarda relación con los resultados obtenidos para el presente estudio fue el denominado “*Percepciones de los Egresados de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Federico Villarreal sobre su Formación Continua*”, en donde el investigador responsable González, concluyó que, el 70% de los docentes manifiestan que están muy de acuerdo con la relación entre la Formación Continua y el desempeño laboral y el 20% está de acuerdo, quedando sólo un 10% que está en desacuerdo con esta relación. Las exigencias actuales en la educación exigen al docente tomar mayor responsabilidad sobre su actualización, ya que repercutirá en la labor educativa que desempeña, por ello debe buscar resolver los vacíos académicos que tenga en su vida profesional.

En el presente estudio se obtiene que, en promedio los empleadores se encuentran satisfechos con el desempeño profesional de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas y consideran que la formación académica del graduado de la universidad César Vallejo está acorde con las necesidades requeridas por su institución. Dicho resultado se asemeja con el expuesto anteriormente, por lo cual se reafirma la postura y se respalda en lo expuesto por Camargo & otros, donde señala que, la formación continua está abocada a potenciar las cualidades del empleado, es decir a optimizar los niveles de empleabilidad, por cual se hace necesario desarrollar las competencias, capacidades y habilidades del personal de la empresa, con el fin de incrementar su desempeño laboral.

El trabajo de investigación tomado como antecedente que guarda relación con los resultados obtenidos para el presente resultado fue el denominado “*Formación continua y calidad del servicio en la Unidad de Gestión Educativa Local de Vilcashuamán, Ayacucho 2018*”, en donde los investigadores responsables Sulca & Vallejo, concluyeron que, existe una relación directa moderada entre la formación continua y la calidad del servicio en la Unidad de Gestión Educativa de Vilcas Huamán en el año 2019, lo que significa que la calidad educativa depende en cierta forma del personal docente preparado con que cuenta la institución y que por consiguiente la Alta Dirección debe promover la capacitación y el desarrollo del potencial de los docentes a fin de asegurar que el servicio educativo que brinda a la comunidad es de calidad.

En el presente estudio se obtiene que, en promedio los empleadores consideran que casi siempre deben reforzarse en los egresados de Marketing y Dirección de Empresas los

siguientes tópicos: capacidad de interpretación de reportes, habilidad de redacción de documentos, habilidades matemáticas, comunicación efectiva, creatividad, sentido crítico para toma de decisiones, capacidad para resolver problemas, responsabilidad, sociabilidad, autoadministración, ética, toma de decisiones por consenso, empatía, trabajo en equipo y adecuada gestión de los recursos. Dicho resultado se asemeja con el expuesto anteriormente, por lo cual se reafirma la postura y se respalda en lo expuesto por Arbaiza, que hace referencia que según la SCANS 1992-2001 el perfil de habilidades para la empleabilidad posee tres partes: habilidades, cualidades personales y competencias.

## V. CONCLUSIONES

Se propuso el programa de fortalecimiento de la empleabilidad para proporcionar a los egresados un plan de capacitación de mejora continua en habilidades, cualidades personales y competencias, que les permita lograr una formación integral, fortaleciendo sus capacidades y relaciones interpersonales mediante el autoconocimiento y simulación de casos reales aplicados a las actividades de su quehacer laboral.

La situación actual de empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas en cuanto a habilidades señala que la “Capacidad de interpretación de reportes” y la “Comunicación efectiva” han obtenido indicadores óptimos. Así como la situación actual de empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas en cuanto a cualidades personales señala que, el nivel de responsabilidad, el nivel de ética y sobre todo el nivel de sociabilidad arrojan resultados satisfactorios, pero en cuanto al nivel de autoadministración señala que los egresados no son capaces de evaluar el logro de sus objetivos personales. Por otra parte, en la situación actual de empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas en cuanto a competencias los resultados muestran que los egresados poseen un nivel medio de empatía y de trabajo en equipo, siendo ello un indicador a reforzar.

En cuanto a la caracterización del contenido del programa de educación continua, los empleadores consideran muy necesario que los egresados de Marketing y Dirección de Empresas sobre todo se actualicen, así como que deben reforzarse los siguientes tópicos: capacidad de interpretación de reportes, habilidad de redacción de documentos, habilidades matemáticas, comunicación efectiva, creatividad, sentido crítico para toma de decisiones, capacidad para resolver problemas, responsabilidad, sociabilidad, autoadministración, ética, toma de decisiones por consenso, empatía, trabajo en equipo y adecuada gestión de los recursos. Finalmente, en promedio los empleadores se encuentran satisfechos con el desempeño profesional de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas y consideran que la formación académica del graduado de la universidad César Vallejo está acorde con las necesidades requeridas por su institución.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se recomienda a los egresados de Marketing y Dirección de Empresas a participar en el programa de fortalecimiento de la empleabilidad propuesto a fin de potenciar sus habilidades, cualidades personales y competencias, ya que ello permitirá lograr su satisfacción personal y profesional.

En base a la situación actual de empleabilidad, se les recomienda a los egresados, reforzar las competencias de empatía y de trabajo en equipo así como la cualidad personal de autoadministración, ya que éstas han sido las características menos valoradas y se requiere de su atención.

En base a la caracterización del contenido del programa de educación continua, se recomienda a la universidad César Vallejo la ejecución de cursos de actualización en referencia a la capacidad de interpretación de reportes, habilidad de redacción de documentos, habilidades matemáticas, comunicación efectiva, creatividad, sentido crítico para toma de decisiones, capacidad para resolver problemas, responsabilidad, sociabilidad, autoadministración, ética, toma de decisiones por consenso, empatía, trabajo en equipo y adecuada gestión de los recursos, ya que éstos han sido los tópicos más solicitados por los empleadores y donde consideran que existe oportunidades de mejora.

## **VII. PROPUESTA**

### **PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE EMPLEABILIDAD ASPECTOS ACADÉMICOS**

#### **I. Datos Generales**

- 1.1. Nombre de la actualización: Programa de fortalecimiento de empleabilidad
- 1.2. Temporalización: Del 2 de Septiembre al 20 de Diciembre del 2019
- 1.3. Duración: 80 horas académicas
- 1.4. Lugar: Hotel Casa Andina
- 1.5. Público beneficiario: Egresados pertenecientes a la Escuela Profesional de Marketing y Dirección de Empresas
- 1.6. Responsable de la ejecución de la actualización: Programa de Estudios de Marketing y Dirección de Empresas

#### **II. Sumilla**

El Programa de Fortalecimiento de Empleabilidad está enmarcado dentro del área de formación profesional y es de naturaleza teórico práctica. Tiene el propósito de desarrollar en los egresados de Marketing y Dirección de Empresas, habilidades y actitudes intrapersonales, interpersonales y sociales vinculadas a estima, liderazgo, manejo emocional, responsabilidad y creatividad, que le permitan una mejor convivencia en un mundo diverso.

#### **III. Competencia lograda al egresar**

Demuestra habilidades intra e interpersonales basadas en valores, que favorecen el ejercicio del liderazgo emprendedor para una mejor convivencia en un mundo globalizado e intercultural procediendo con creatividad, asertividad, capacidad para trabajar en equipo, y destreza en la toma de decisiones y solución de problemas.

#### IV. Programación Académica

##### 4.1 Primer módulo: Panorama general de habilidades.

4.1.1. DURACIÓN: 7 Sesiones (02/09/2019 - 18/10/2019)

4.1.2. PROGRAMACIÓN:

SESIÓN	CAPACIDADES	TEMÁTICA	PRODUCTO
1	Interpreta gráficos estadísticos e infografías	Lectura de gráficos: elementos y tipos de gráficos.	Informe
2	Aplica propiedades textuales en la redacción de textos académicos.	Propiedades textuales: coherencia, cohesión, adecuación y corrección ortográfica.	Informe
3	Interpreta fundamentos teóricos del pensamiento	Fundamentos del pensamiento. Pensar y Pensamiento: clases de pensamiento.	Informe
4	Establece los lineamientos generales del liderazgo organizacional	Pautas para mejorar la calidad de la comunicación. Las claves básicas de la comunicación: Sinceridad, aceptación y empatía. El escuchar activo.	Organizador gráfico
5	Evalúa sus inteligencias múltiples	La creatividad como base para representar sus habilidades personales.	Organizador gráfico
6	Analiza las necesidades reales para una buena toma de decisiones	Concepto, importancia, proceso, características y componentes de la toma de decisiones.	Organizador gráfico
7	Aplica estrategias para solucionar conflictos interpersonales	Resolución de conflictos interpersonales: definición, elementos y estrategias de solución.	Organizador gráfico

##### 4.2 Segundo módulo: Panorama general de cualidades personales

4.2.1. DURACIÓN: 4 Sesiones (21/10/2019 - 15/11/2019)

4.2.2. PROGRAMACIÓN:

SESIÓN	CAPACIDADES	TEMÁTICA	PRODUCTO
1	Analiza el proceso de interiorización de los valores	La responsabilidad como condición de la autorregulación.	Informe
2	Evalúa el estilo asertivo como facilitador social	Habilidades sociales básicas y avanzadas. Asertividad.	Informe

3	Analiza las necesidades reales para una buena toma de decisiones	Determina el mejor tipo de liderazgo para saber evaluar y medir el desempeño del personal.	Informe
4	Analiza el proceso de interiorización de los valores	Proceso de interiorización de valores. Importancia de los valores para la vida.	Informe

### 4.3 Tercer módulo: Panorama general de competencias

4.3.1. DURACIÓN: 5 Sesiones (18/11/2019 – 20/12/2019)

4.3.2. PROGRAMACIÓN:

SESIÓN	CAPACIDADES	TEMÁTICA	PRODUCTO
1	Aplica los pasos para tomar decisiones.	Toma de decisiones: Definición, factores, pasos, ventajas de una adecuada toma de decisiones.	Organizador gráfico
2	Evalúa las dimensiones de la inteligencia emocional.	Diferencia entre emoción y sentimiento. Dimensiones de la inteligencia emocional.	Organizador gráfico
3	Aplica cada una de las teorías del liderazgo, teniendo una actitud mental proactiva y estimando el trabajo en equipo.	Estimulando el trabajo en equipo. Como conformar equipos competitivos. Sinergia.	Organizador gráfico
4	Aplica mecanismos para la creación de estrategias que permitan un mejor manejo de las negociaciones y comunicaciones en la empresa.	Aplica modelos de plan de trabajo utilizando la administración del tiempo a largo, mediano y largo plazo.	Informe
5	Examen Final		

### 4.4 Actitudes

- Respeto
- Actitud participativa
- Trabajo en equipo
- Proactividad

### V. Estrategias metodológicas

- Uso de estrategias didácticas centradas en el aprendizaje basado en competencias. La presentación de videos y contextualización en la realidad se utilizarán como

estrategias de sensibilización; preguntas intercaladas, esquemas, fotografías, imágenes; para favorecer la atención: organizadores visuales, matrices, lecturas complementarias; para favorecer la adquisición de la información: lluvia de ideas; para favorecer la recuperación de la información: entrevistas y revisión de documentos; para favorecer la transferencia: collage, producción de textos, sociodramas, videos, noticieros e imágenes para estimular su creatividad.

- En las sesiones se promoverá un aprendizaje participativo y colaborativo. Los egresados realizarán trabajos individuales y en equipo para compartir experiencias de aprendizaje.
- Uso de las tecnologías de la información y de la comunicación para la presentación de la información conceptual y de las guías de aprendizaje, así como para la consulta de material complementario a la información presentada en las sesiones de aprendizaje.

## VI. Diseño de evaluación

Módulo	Producto Académico	Código	Peso	%	Instrumento de evaluación
I	Informe	IN	50%	20%	Rúbrica
	Organizador gráfico	OG	50%		Rúbrica
II	Informe	IN	100%	30%	Rúbrica
III	Informe	IN	25%	50%	Rúbrica
	Organizador gráfico	OG	25%		Rúbrica
	Examen final	EF	50%		Prueba de desarrollo

## VII. Promedios

Promedio 1	Promedio 2	Promedio 3
$P1 = IN * 50\% + OG * 50\%$	$P2 = IN * 100\%$	$P3 = IN * 25\% + OG * 25\% + EF * 50\%$
<b>Promedio Final</b>		
$PF = P1 * 20\% + P2 * 30\% + P3 * 50\%$		

## VIII. Requisitos de aprobación

- La nota mínima aprobatoria es 14.
- Solo en el promedio final la fracción equivalente o mayor a 0,5 será redondeado al dígito inmediato superior.
- El 30% de inasistencias injustificadas inhabilita al egresado para rendir la evaluación final.

## ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

### IX. Descripción

- Población objetivo: Egresados pertenecientes a la Escuela Profesional de Marketing y Dirección de Empresas
- Admisión: 89 personas.
- Metodología: Participación colaborativa.
- Certificación: Se emitirá certificado de reconocimiento para los organizadores y facilitadores del programa. Al finalizar se otorgará un certificado a todos los participantes que tengan una asistencia al 100%.

### X. Resultados esperados

80% de los participantes se encuentran satisfechos con la actividad.

### XI. Recursos

Para la ejecución del programa serán necesarios los siguientes recursos:

#### ➤ Humano

• Responsable:	CPC. Ana Rosa de Jesus Rojas Gomez
• Facilitador:	Profesional con título universitario de Licenciado en Marketing, Licenciado en Administración o carreras afines. Grado de Maestro o Doctor. Experiencia profesional en el área de Recursos Humanos, Selección de personal o afines.

➤ **Materiales**

- Medios audiovisuales: Proyector multimedia, ecran y laptop.
- Medios informáticos (TIC): Internet, redes sociales, correo electrónico, foros, conversaciones electrónicas (chat), paquetes informáticos, biblioteca virtual, aula virtual.
- Medios visuales: Guías de aprendizaje, periódicos, revistas, textos especializados, módulos, boletines, imágenes, fotografías, diapositivas.
- Materiales: Pizarra, plumones, papelógrafos, certificados, lapiceros, folders y hojas membretadas.

➤ **Servicios**

- Alquiler de sala
- Coffee break

**XII. Presupuesto**

<b>Cuenta</b>	<b>Denominación</b>	<b>Necesidad</b>	<b>Monto</b>
<b>63719003</b>	Otros gastos publicitarios	1 roll screen publicitario	160.00
		1 ciento de folders con diseño	350.00
		1 ciento de lapiceros	100.00
<b>63990003</b>	Fotocopias impresiones plotter	2 millares de impresiones	200.00
		½ millar de hojas membretadas	500.00
<b>Sub total RM</b>			<b>1,310.00</b>
<b>Cuenta</b>	<b>Denominación</b>	<b>Necesidad</b>	<b>Monto</b>
<b>63290001</b>	RXH docencia	Honorarios de 1 docente (Valor hora de S/ 100 soles x 80 horas)	8,000.00
<b>Sub total RH</b>			<b>8,000.00</b>
<b>Cuenta</b>	<b>Denominación</b>	<b>Necesidad</b>	<b>Monto</b>
<b>63520001</b>	Alquileres edificaciones	Alquiler de sala por 16 semanas incluye coffee break y equipos multimedia	40,000.00
<b>Sub total RL</b>			<b>40,000.00</b>
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>			<b>49,310.00</b>

### XIII. Ingresos y Gastos

Concepto	Descripción	Monto
Ingresos	89 egresados contactados x S/. 692.60 soles de la inversión del programa	61,641.40
Gastos	Recursos Materiales	-1,310.00
	Recursos Humanos	-8,000.00
	Recursos Logísticos	-40,000.00
Utilidad del programa		<b>12,331.40</b>

Es política considerar que, los eventos reditúan el 25% o más de utilidad, en base a ello se hizo la proyección teniendo en cuenta en el mejor de los escenarios los 89 egresados contactados se inscriban en el programa. De lo contrario el punto de equilibrio sería lograr la inscripción de 71.195 egresados aproximadamente.

### XIV. Cronograma de actividades

Proyecto	07/2019	09/2019	10/2019	11/2019	12/2019	Responsable
Elaboración y presentación del proyecto						CPC. Ana Rojas Gomez
1° módulo: Panorama general de habilidades						Facilitador
2° módulo : Panorama general de cualidades personales						Facilitador
3° módulo: Panorama general de competencias						Facilitador
Aplicación de encuestas de satisfacción						CPC. Ana Rojas Gomez
Informe final y de evaluación del programa						CPC. Ana Rojas Gomez
Difusión de resultados obtenidos						CPC. Ana Rojas Gomez

## REFERENCIAS

- Alean, Y. P. (2016). *Análisis descriptivo de empleabilidad, ocupabilidad y estimación de la pertinencia de los.* Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/1707/2016-AleanCastilloYennyPatricia-trabajodegrado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alegría, A. M. (2014). *Formación continua y práctica educativa en dos institutos de telesecundaria del área metropolitana de Guatemala.* Obtenido de [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/29/29\\_0204.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/29/29_0204.pdf)
- Arbaiza, L. (2010). *Comportamiento organizacional: bases y fundamentos*. Buenos Aires : Esan Ediciones.
- Ayre, C. (2018). *Desarrollo de competencias laborales y empleabilidad de los egresados del centro de educación técnico productiva Peruano Alemán del cercado de Lima 2016.* Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/14720/Ayre\\_YC.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/14720/Ayre_YC.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bontá, M. d. (2017). *Factores personales asociados a la educación continua en el profesional de enfermería de la Clínica Javier Prado Lima Perú 2016.* Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/20794/Bont%C3%A1\\_OMDR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/20794/Bont%C3%A1_OMDR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Camargo, M., Calvo, G., Franco, M., Vergara, M., Londoño, S., Zapata, F., & Garavito, C. (2004). *Educación y Educadores.* Obtenido de Las necesidades de formación permanente del docente: [file:///C:/Users/arojasg/Downloads/art%C3%ADculo\\_redalyc\\_83400708.pdf](file:///C:/Users/arojasg/Downloads/art%C3%ADculo_redalyc_83400708.pdf)
- Cárdenas, M. E., & Narváez, T. G. (2018). *Razones de participación en educación continua y su relación con la satisfacción laboral en enfermeras. Hospital Regional Docente de Trujillo, 2017.* Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/17726/cardenas\\_mm.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/17726/cardenas_mm.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cruzado, W. M. (2019). *Competencias blandas en la empleabilidad de la Universidad Privada del Norte - Sede Los Olivos, año 2018.* Obtenido de <http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/2696/CRUZADO%20PERE>

- Z%20WILLIAM%20MOISES%20-%20MAESTRIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Formichella, M., & London, S. (2012). *Empleabilidad, educación y equidad social*. Obtenido de <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.7440/res47.2013.06>
- Gómez, M. (2012). *La noción de empleabilidad: una mirada desde la perspectiva de las organizaciones*. Obtenido de <file:///C:/Users/arojasg/Downloads/Dialnet-LaNocionDeEmpleabilidad-5527496.pdf>
- Gonzales, G. (2016). *Procesos de capacitación y desarrollo profesional*. Lima: San Marcos.
- González, R. A. (2013). *Percepciones de los Egresados de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Federico Villarreal sobre su Formación Continua*. Obtenido de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/6564/GONZALES\\_ANDRADE\\_RODOLFO\\_PERCEPCIONES\\_CONTINUA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/6564/GONZALES_ANDRADE_RODOLFO_PERCEPCIONES_CONTINUA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación Científica*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Huertas, M. (2016). *Capacitaciones y especializaciones en el desarrollo profesional*. Lima: San Marcos.
- Ibañez, L. (2014). *Análisis de inserción laboral y empleabilidad de titulados de la carrera de Lingüística e Idiomas - gestiones 1995 - 2011*. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/14109/TM147.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Ley Universitaria (2014). Obtenido de [http://www.minedu.gob.pe/reforma-universitaria/pdf/ley\\_universitaria.pdf](http://www.minedu.gob.pe/reforma-universitaria/pdf/ley_universitaria.pdf)
- OIT. (2017). *El futuro de la formación profesional en América Latina y el Caribe: Diagnóstico y lineamientos para su fortalecimiento*. Obtenido de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_568878.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_568878.pdf)
- Orellana, J. (2015). *Programas de formación continua y el desarrollo de las competencias laborales*. Lima: Mantaro.
- Peña, L. V. (2017). *Logro educativo y empleabilidad en el mercado laboral de los egresados de administración de empresas del instituto Araoz Pinto 2016*. Obtenido de

- [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6783/Pe%C3%B1a\\_MLV.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6783/Pe%C3%B1a_MLV.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Puntunet , M., & Domínguez , A. (2008). *Revista Mexicana de Enfermería Cardiológica 2008*. Obtenido de La educación continua y la capacitación del profesional de enfermería: <https://www.medigraphic.com/pdfs/enfe/en-2008/en083g.pdf>
- Salum, N., & Prado, M. (2007). *Investigación y Educación en Enfermería*. Obtenido de Educación continua en el trabajo: Nuevos desafíos para los profesionales de Enfermería:  
[file:///C:/Users/arojasg/Downloads/art%C3%ADculo\\_redalyc\\_105215404011.pdf](file:///C:/Users/arojasg/Downloads/art%C3%ADculo_redalyc_105215404011.pdf)
- Silva, O. (2017). *Empleabilidad y Competencias Gerenciales de los graduados en la escuela profesional de Administración de la Universidad Cesar Vallejo, año 2017*. Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13888/Silvia\\_SO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13888/Silvia_SO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Suárez, B. (2016). *Revista de Investigación en Educación*. Obtenido de Empleabilidad: análisis del concepto: <http://reined.webs.uvigo.es/index.php/reined/article/view/225/247>
- Sulca, V., & Vallejo, M. (2018). *Formación continua y calidad del servicio en la Unidad de Gestión Educativa Local de Vilcashuamán, Ayacucho 2018*. Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/29146/vallejo\\_bm.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/29146/vallejo_bm.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Temple, I. (2011). *Usted S.A* . Lima: Grupo Editorial Planeta.
- Torres, D. (2016). *Modelo de formación continua para una adecuada gestión de los procesos pedagógicos y didácticos de los docentes del nivel primario de la provincia de Chota*. Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/18785/torres\\_md.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/18785/torres_md.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Velazco, A. (2014). *El sistema integral de educación continua*. Obtenido de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/5680/VELAZCO\\_LOZADA\\_ANA\\_SISTEMA\\_CONTINUA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/5680/VELAZCO_LOZADA_ANA_SISTEMA_CONTINUA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Vidaurrazaga, S. (2017). *El aprendizaje colaborativo y la percepción de empleabilidad en los estudiantes de la Universidad Autónoma del Perú, 2017*. Obtenido de

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/21678/Vidaurrazaga\\_SS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/21678/Vidaurrazaga_SS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## Anexo 1 Encuesta dirigida a los egresados de Marketing y Dirección de Empresas

**Objetivo:** Recopilar información de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas para diagnosticar su situación actual de empleabilidad.

**Consigna:** Estimado Egresado/a, con la finalidad de diagnosticar la situación actual de empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas, a continuación, se presenta una serie de afirmaciones a las cuales se le agradece responder con total sinceridad, marcando con un aspa a la alternativa que considere expresa mejor su punto de vista. Recuerde que esta encuesta es anónima y no hay respuestas buenas ni malas siendo sólo un referente para fines académicos.

Lea detenidamente cada pregunta y marque (X) en un solo recuadro de las opciones de la derecha.

### Datos Generales del egresado encuestado:

Semestre académico en que egresó \_\_\_\_\_ Sexo \_\_\_\_\_

Centro laboral \_\_\_\_\_

Área de desempeño \_\_\_\_\_

Cargo que ocupa \_\_\_\_\_

Nombre del jefe inmediato \_\_\_\_\_

Correo/Celular del jefe inmediato \_\_\_\_\_

EMPLEABILIDAD					
HABILIDADES	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1. ¿Consideras complicado analizar cuadros estadísticos y/o interpretar reportes?					
2. ¿Te resulta fácil redactar documentos de oficina?					
3. ¿Consideras que tienes habilidades matemáticas?					
4. ¿Te comunicas y expresas con claridad?					
5. ¿Tienes la capacidad de plantear distintos puntos de vista?					
6. ¿Puedes debatir en torno a tus ideas u opiniones?					
7. ¿Te consideras una persona creativa?					
8. ¿Te das cuenta de que eres algo más creativo/a que la gente que le rodea?					
9. ¿Los demás te consideran una persona creativa?					
10. ¿Frente a un problema, generalmente eres el que plantea posibles soluciones?					
11. ¿Tienes claras tus metas y objetivos, cuando tomas una decisión?					
12. ¿Puedes identificar los posibles riesgos y beneficios que acompañan a la elección de una decisión?					
13. ¿Buscas que todos estén de acuerdo con las soluciones propuestas?					
14. ¿Intentas colocar todos los problemas y conflictos en cuestión abiertamente sobre la mesa?					

15. ¿Al abordar negociaciones, tratas de ser considerado con los deseos de los otros?					
<b>CUALIDADES PERSONALES</b>	<b>Nunca</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
16. ¿Mantienes un elevado nivel de esfuerzo en tus labores?					
17. ¿Demuestras amabilidad y cortesía hacia otras personas?					
18. ¿Tienes una imagen positiva de ti mismo?					
19. ¿Te has establecido metas personales?					
20. ¿Eres capaz de evaluar el logro de tus objetivos personales?					
21. ¿Mantienes un código de ética personal?					
<b>COMPETENCIAS</b>	<b>Nunca</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
22. ¿Consideras que deben prevalecer las metas individuales a las metas en conjunto?					
23. ¿Consideras que las decisiones se tomen por consenso?					
24. ¿En un conflicto, tratas de imponer tu posición?					
25. ¿Consideras que trabajas mejor de forma individual?					
26. ¿Eres responsable del cumplimiento de plazos establecidos?					
27. ¿Eres responsable del uso del dinero de forma racional?					
28. ¿Eres responsable del uso adecuado de materiales?					

Observaciones: \_\_\_\_\_

¡Muchas gracias!

## Anexo 2 Encuesta dirigida a los empleadores

**Objetivo:** Recopilar información desde la perspectiva del empleador para caracterizar el contenido del Programa de Educación Continua dirigido al egresado de Marketing y Dirección de Empresas.

**Consigna:** Estimado empleador con la finalidad de conocer el nivel de necesidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas de recibir capacitaciones, actualizaciones y/o especializaciones, se le solicita responder de manera seria y veraz a esta encuesta, pues tal información será muy útil para la caracterización de nuestro programa de educación continua.

Lea detenidamente cada pregunta y marque (X) en un solo recuadro de las opciones de la derecha.

**Datos Generales del empleador encuestado:**

Razón Social de la Institución: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Nombre del egresado a evaluar: \_\_\_\_\_

<b>PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA</b>					
<b>NECESIDAD DEL PROGRAMA DE EDUCACIÓN CONTINUA</b>	<b>Nada necesario</b>	<b>Poco necesario</b>	<b>Regular</b>	<b>Necesario</b>	<b>Muy necesario</b>
1. ¿Considera necesario que el egresado se capacite para contribuir a su desempeño?					
2. ¿Considera necesario que el egresado se actualice para contribuir a su desempeño?					
3. ¿Considera necesario que el egresado se especialice para contribuir a su desempeño?					
<b>TEMÁTICA DEL PROGRAMA DE EDUCACIÓN CONTINUA</b>	<b>Nunca</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
<b>¿Considera que los siguientes tópicos, deben reforzarse en los egresados de Marketing y Dirección de Empresas?</b>					
4. Capacidad de interpretación de reportes					
5. Habilidad de redacción de documentos					
6. Habilidades matemáticas					
7. Comunicación efectiva					
8. Creatividad					
9. Sentido crítico para toma de decisiones					
10. Capacidad para resolver problemas					
11. Responsabilidad					
12. Sociabilidad					
13. Autoadministración					
14. Ética					
15. Toma de decisiones por consenso					

16. Empatía					
17. Trabajo en equipo					
18. Adecuada gestión de los recursos					
<b>SATISFACCIÓN DEL EMPLEADOR</b>	<b>Muy insatisfecho</b>	<b>Insatisfecho</b>	<b>Ni insatisfecho ni</b>	<b>Satisfecho</b>	<b>Muy satisfecho</b>
19. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto al desempeño profesional de nuestros egresados?					
20. ¿Considera que la formación académica del graduado de la Universidad César Vallejo está acorde con las necesidades requeridas por su institución?					

Observaciones: \_\_\_\_\_

¡Muchas gracias!

**Anexo 4 Constancia de confiabilidad del cuestionario aplicado a los egresados de  
Marketing y Dirección de Empresas**

 <b>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</b>	<b>FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO</b>	<b>ÁREA DE INVESTIGACIÓN</b>
--	--	----------------------------------

**I. DATOS INFORMATIVOS**

<b>1.1. INVESTIGADORA</b>	Br. Ana Rosa de Jesus Rojas Gomez
<b>1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</b>	Programa de educación continua para mejorar la empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas. Piura. 2019.
<b>1.3. PROGRAMA ACADÉMICO</b>	Maestría en Administración de Negocios –MBA
<b>1.4. TIPO DE INSTRUMENTO</b>	Cuestionario
<b>1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO</b>	Alfa de Cronbach
<b>1.6. FECHA DE APLICACIÓN</b>	Junio 2019
<b>1.7. MUESTRA APLICADA</b>	28

**II. CONFIABILIDAD**

<b>ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO</b>	<b>0.813</b>
--	--------------

**III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO**

<p align="center">Confiabilidad del instrumento para la variable: Empleabilidad, no se eliminaron o cambiaron ítems.</p>
--

## Anexo 5 Constancia de confiabilidad del cuestionario aplicado a los empleadores

 <b>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</b>	<b>FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO</b>	<b>ÁREA DE INVESTIGACIÓN</b>
--	--	----------------------------------

### I. DATOS INFORMATIVOS

<b>1.1. INVESTIGADORA</b>	Br. Ana Rosa de Jesus Rojas Gomez
<b>1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</b>	Programa de educación continua para mejorar la empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas. Piura. 2019.
<b>1.3. PROGRAMA ACADÉMICO</b>	Maestría en Administración de Negocios –MBA
<b>1.4. TIPO DE INSTRUMENTO</b>	Cuestionario
<b>1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO</b>	Alfa de Cronbach
<b>1.6. FECHA DE APLICACIÓN</b>	Junio 2019
<b>1.7. MUESTRA APLICADA</b>	20

### II. CONFIABILIDAD

<b>ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO</b>	<b>0.970</b>
--	--------------

### III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO

<p>Confiabilidad del instrumento para la variable: Programa de educación continua, no se eliminaron o cambiaron ítems.</p>
--

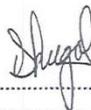
## Anexo 6 Acta de aprobación de originalidad de tesis

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, **DAYRON LUGO DENIS**, docente revisor del trabajo de investigación de la Universidad César Vallejo Piura, titulado "Programa de educación continua para mejorar la empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas. Piura. 2019" de la estudiante **ROJAS GOMEZ ANA ROSA DE JESUS**, he constatado que la investigación tiene un índice de similitud de **23%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender, la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Piura, 10 de Enero del 2020



Dr. DAYRON LUGO DENIS

Comet de Extranjería No: 001911323



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

## Anexo 7 Resumen de coincidencias – reporte de Turnitin

The screenshot displays the Turnitin Feedback Studio interface. The main document area shows the following text:

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS MBA**

Programa de educación continua para mejorar la empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas. Piura, 2019.

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestra en Administración de Negocios - MBA

**AUTORA:**

Br. Ana Rosa de Jesús Rojas Gomez (ORCID: 0000-0001-7807-2491)

**ASESOR:**

Dr. Dayron Lugo Denis (ORCID: 0000-0002-3183-5655)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Modelos y herramientas gerenciales

**PIURA – PERÚ**

2019

The right sidebar shows a 'Resumen de coincidencias' (Similarity Summary) with a 23% similarity score. Below the score, it lists 11 sources with their respective similarity percentages:

Rank	Source	Percentage
1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	6 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	6 %
3	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	1 %
4	res.uniandes.edu.co Fuente de Internet	1 %
5	biblioteca.usac.edu.gt Fuente de Internet	1 %
6	repository.usta.edu.co Fuente de Internet	1 %
7	documents.mx Fuente de Internet	1 %
8	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
9	creativecommons.org Fuente de Internet	1 %
10	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
11	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1 %

At the bottom of the interface, the page number is 1 of 36, the word count is 10593, and the report type is 'Text-only Report' with 'High Resolution' and 'Activado' (Active) options.

## Anexo 8 Autorización de la versión final del trabajo de investigación



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

### AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE  
LA UNIDAD DE POSGRADO

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Rojas Gomez, Ana Rosa de Jesus

INFORME TITULADO:

Programa de educación continua para mejorar la empleabilidad de los egresados de Marketing y Dirección de Empresas. Piura. 2019.

PARA OBTENER EL GRADO O TÍTULO DE:

Maestro en Administración de Negocios -MBA

SUSTENTADO EN FECHA: 18 de Diciembre del 2019

NOTA O MENCIÓN: Aprobado por unanimidad



---

KARL FRIEDERICK TORRES MIREZ  
COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN Y GRADOS UPG  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO -PIURA

## Anexo 9 Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional ucv

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV</b>	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, ROJAS GOMEZ ANA ROSA DE JESUS, identificada con DNI N° 73057326, egresada del Programa de MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS MBA, de la Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "PROGRAMA DE EDUCACIÓN CONTINUA PARA MEJORAR LA EMPLEABILIDAD DE LOS EGRESADOS DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS. PIURA. 2019"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....  


DNI: N°73057326

FECHA: PIURA, 18 DE DICIEMBRE DEL 2019



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------