

## **Introducción**

Las empresas que se encuentran a expensas de los diferentes cambios económicos, tecnológicos, sociales y hasta académicos, por lo que deben estar al tanto de las exigencias a las cuales son sometidas por el entorno, es por ello que los profesionales deben estar en una continua lucha por ser líderes en las actividades que desempeñan, puesto a que no se encuentran solos en el mercado laboral.

Con este trabajo se procurará mostrar la forma de implementar, en la nueva estructura académica de la “Universidad Autónoma Juan Misael Saracho”, técnicas de evaluación y aprendizaje para poder mantener o mejorar los niveles de calidad de los estudiantes de la ciudad de Tarija y, específicamente, de nuestra Universidad logrando que sus profesionales sean los que lidericen el mercado competitivo.

En este estudio de investigación se trabajó realizando un análisis de los diferentes programas de las Universidades del país y del exterior, logrando que el estudiante tenga un continuo aprendizaje y, con ello, desarrollar sus destrezas y habilidades.

## **2. Antecedentes**

En la “Universidad Autónoma Juan Misael Saracho”, la Carrera de Administración de Empresas surgió a consecuencia de los diferentes cambios que se dieron en el sistema universitario nacional a principios del los años setenta, en que ésta carrera se implemento en todas las universidades del país.

Anteriormente a esta situación la sociedad ni las Universidades daban la debida importancia a las necesidades, ni las demandas sociales de la región, por lo que durante mucho tiempo no se entendía muy bien cuál era el verdadero rol del Administrador de Empresas.

En el año 1995 se revisó nuevamente el programa de estudios, habiéndose acordado realizar varios ajustes curriculares.

En el año 1997 se redefinió su misión, enfatizando en que la Universidad es el espacio académico en el que se confirma el pluralismo, la tolerancia y el respeto por las ideas y valores de sus miembros.

Los estudiantes son considerados como los sujetos en formación, y capaces de resolver problemas con responsabilidad y creatividad renovadas con el transcurrir de cada generación.

La Carrera de Administración de Empresas nace el mes de mayo de 1972. En el año 1989 a partir de una reunión entre profesores y alumnos se inicia el cumplimiento de la disposición universitaria de cambiar el sistema semestral de estudio por el anualizado, proceso que fue implementado gradualmente desde abril de 1990.

De esta manera se podrá lograr que la Universidad propicie un ambiente interdisciplinario y flexible que, además, valore la excelencia académica, para enfrentar acertadamente los diferentes problemas que plantean las múltiples carreras que nuestra universidad brinda alcanzando la excelencia académica y laboral.

El sistema anual entra en vigencia plena desde el año 1993, experimentándose un crecimiento sostenido de la población estudiantil aproximadamente en un 2%, bajo las modalidades de pruebas de suficiencia académica y cursos preuniversitarios, actualmente el número de postulantes que ingresaron a la carrera alcanza a 180 nuevos alumnos aproximadamente.

El sistema semestral se inició en la gestión 2002 coherente con la visión y misión de la Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho”, este sistema responde a la concepción educativa integral potenciando las cualidades humanas y profesionales necesarias, a las que nuestra sociedad aspira. Una formación integral que le permita desarrollarse con plena conciencia de sus deberes, responsabilidades cívicas, conocimientos sólidos, para enfrentar con

éxito de manera independiente y creadora, problemas y situaciones que se le presentan en su esfera de actuación profesional.

### **3. Planteamiento del Problema**

Es importante destacar que los constantes avances científicos y tecnológicos que se producen en todo los contextos ocasionan que la competencia en el ámbito laboral dificulte, a las generaciones de nuevos profesionales, encontrar fuentes de trabajo, por lo que se requiere no dejarse llevar por el conformismo y luchar por sobresalir a diario en las actividades que se deseen desempeñar.

Por tanto los estudios de las diversas carreras de la “Universidad Autónoma Juan Misael Saracho” no deben ser conformistas, al contrario, luchar por sobresalir diariamente en las actividades laborales que les toca desempeñar.

Los referidos cambios traen consigo oportunidades, amenazas, y así como limitaciones que se les presentan haciendo que los jóvenes profesionales cada vez quieran ser más competitivos, es por ello que se debe tomar en cuenta estas variables a la hora de tomar acertadas decisiones para la mejor formación profesional.

Es probable que las empresas necesiten que los jóvenes profesionales sean cada vez más capacitados y, por lo tanto, más eficientes; entonces se ve por conveniente examinar si es provechoso continuar con las licenciaturas en Administración de Empresas o, tal vez, sería mejor lanzar al mercado laboral técnicos especializados y, de esta manera, satisfacer los requerimientos de las empresas, empleando menos tiempo, ahorrando recursos, abaratando costos tanto para la universidad como para el estudiante, especialmente prácticos en el desarrollo de las materias y evaluaciones, y ofertando de manera más inmediata la demanda laboral que constantemente crece.

En la actualidad podemos observar que se está valorando más al conocimiento, por lo que se determinó que para un mejor desarrollo de las organizaciones de nuestro entorno es importante que los profesionales tengan un mayor y más amplio conocimiento, el cual se encuentra ligado a información puntualizada, lo

que se convierte en un factor muy importante para adquirir los conocimientos que se necesitan.

Es importante que en las empresas existan profesionales que sepan enfrentarse al desarrollo económico, tecnológico, y social, demostrando que el Administrador de Empresas es capaz de asumir esos nuevos retos, siendo más creativos y capaces de desempeñar un rol más dinámico en las organizaciones, para que puedan surgir de la misma forma que se manejan en las actuales organizaciones, es decir no ser ineficientes desactualizados o inestables, factores que son letales para cualquier empresa que la llevan a su cierre parcial o total, debido al mal manejo que se haya realizado en la organización.

Los problemas a los cuales se enfrentan todos los profesionales jóvenes, es que al momento de egresar de la Universidad, se encuentran con una oferta muy reducida de empleos, provocando aún más la competencia en el mercado laboral, debido a que ésta, no radica sólo en los profesionales de la Carrera de Administración de Empresas, sino también en los profesionales de las Carreras de Auditoría y de Economía; pero a pesar de esta limitante se observa que las organizaciones prefieren contratar a los Administradores de Empresas por su carácter generalista en cuanto a las actividades que desarrolla.

En muchos de los casos las empresas prefieren contratar a profesionales en el campo de Ingeniería Comercial, debido a que en esta carrera se realiza un tipo de fusión de las tres carreras como son: Administración de Empresas, Economía, y Auditoría, teniendo así tres profesionales en las tres áreas por el costo de uno siendo, conveniente para la economía de la empresa por la reducción de costos que representa.

### **3.1. Formulación del problema**

- ¿Qué acciones estratégicas son necesarias para que exista una vinculación entre las empresas y la Carrera de Administración de Empresas, sea el apropiado y permita que los profesionales sean más competitivos en el mercado laboral?

### **4. Justificación**

Es necesario que las organizaciones estén al tanto de los cambios económicos sociales, y tecnológicos por los que está atravesando el país para adecuar sus acciones a las necesidades de los diversos sectores productivos y de recursos, que necesitan profesionales con creatividad y mayor capacidad para la solución de los problemas que enfrentan las organizaciones en las que se estén desempeñando.

Nuestra región está estimulando acertadamente al desarrollo del ámbito laboral de los profesionales de la Carrera de Administración de Empresas, generando mayores fuentes de trabajo y con esto lograr un significativo aumento en los ingresos y coadyuvar al desarrollo de la economía de la región y del país.

La selección y aplicación de estrategias para que el programa de Administración de Empresas de nuestra Universidad necesita evolucionar y por lo que debe determinar cuáles son las áreas de conocimiento más requeridas por las empresas.

La Universidad tiene que incrementar sus vínculos con la sociedad y las empresas debido a que la fuente principal de trabajo de sus jóvenes profesionales son estas organizaciones, por eso es conveniente que la Universidad específicamente, la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras esté al tanto de los requerimientos de estas organizaciones a fin de que los profesionales sean más eficientes al momento de desempeñar sus cargos, es decir, estar preparados para satisfacer los requerimientos de las empresas.

## **5. Objetivos.**

### **❖ Objetivo general.**

Determinar una estrategia para establecer un mayor vínculo entre las empresas y la carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económica y Financieras de la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho de la ciudad de Tarija.

### **❖ Objetivos específicos.**

- Realización de un análisis, a nivel regional, de la demanda de los profesionales de Administración de Empresas.
- Determinar los requerimientos de los egresados de ciudad de Tarija al momento de contratar personal.
- Analizar los factores que influyen al momento de seleccionar personal.
- Determinar mediante estrategias cuál es el vínculo principal entre las empresas y la carrera de Administración de Empresas.
- Proponer sugerencias para mejorar la formación profesional en Administración de Empresas en concordancia con las exigencias laborales de las empresas locales.

## **6. Alcances**

- **Temporal.** Para la realización de este trabajo se efectuó un estudio tomando en cuenta los años 2000, 2001,2002.
- **Espacial.** El desarrollo del presente trabajo se realizó en las instalaciones de la Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho” de la ciudad de Tarija, en la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, mas específicamente en la carrera de Administración de Empresas.

## 7. Metodología

En este proyecto lo más importante es formular, analizar, y evaluar estrategias de vínculo entre la carrera de Administración de Empresas y las empresas locales a fin de que esta carrera pueda mejorar la formación de sus profesionales para lograr un mejor desempeño laboral.

En tal sentido, primero, se efectúa el análisis de las necesidades de las empresas, las empresas para detectar que factores influyen al momento de decidir por el personal que se va a contratar, por lo que se recurre al acopio de información teórica en bibliografía especializada, y datos obtenidos de Internet, que resulten útiles para determinar las estrategias de desarrollo, así también se empleó los siguientes métodos:

- ❖ Un diseño de investigación para, un análisis exploratorio mediante información primaria cualitativa e información secundaria ya sea externa o interna, a fin de determinar los cursos de acción, ganar comprensión para centrar el enfoque del problema y así establecer prioridades para la investigación.
- ❖ Otro método es la investigación descriptiva por que permite describir las principales características del problema de estudio determinando estrategias de desarrollo haciendo un estudio del desempeño laboral en nuestra ciudad..
- ❖ Entrevistas directas con los gerentes de cada organización para conocer sus requerimientos en el momento que contratan personal.
- ❖ Analizar, evaluar y seleccionar las estrategias que permitan determinar el posible vínculo entre las empresas y los profesionales que la Universidad.

Con estos métodos de investigación y las estrategias corporativas de la empresa se podrán determinar estrategias de desarrollo del campo laboral en empresas de nuestra ciudad, y el análisis profundo y significativo de las estrategias que puedan beneficiar a las empresas mediante el desarrollo de los profesionales cada vez son más competentes.

## **CAPITULO II**

### **ANALISIS DEL CONTEXTO**

En el ámbito de la educación, la formación y promoción de personal a nivel de licenciatura y de técnico debe realizarse con objetivos socioeconómicos y culturales definidos, para poder crear un vínculo entre el ambiente externo (empresas) y la Universidad.

Específicamente, la Universidad trata de formar más y mejores profesionales orientados no solo a investigar nuevos productos, sino a asimilar la tecnología de los procesos a fin de lograr una participación inteligente en el cambio tecnológico y organizacional de las empresas.

Esta realidad debe conducirnos a la revisión del catálogo de titulaciones de grado, a la transformación del sistema de docencia y al énfasis en las capacidades y destrezas, que deben adquirir los estudiantes.

Actualmente los vínculos entre la Carrera de Administración de Empresas y la comunidad industrial de nuestra ciudad son mínimos, por no decir nulos. Todavía no se ha logrado una interacción entre los distintos sectores de la sociedad.

Sin embargo, la extensión universitaria en el Departamento cobra mayor vigencia por la disposición de los distintos estamentos de la misma para integrarla a proyectos regionales, además de vincular los programas de extensión con el currículum académico.

Las empresas de nuestro Departamento enfrentan desde hace décadas una situación marginal en lo concerniente al desarrollo de la industria, al enfrentar notables desigualdades en torno a las inversiones del sector público y privado, debido a concentraciones de esas en el denominado eje central.

A esta realidad se agrega el creciente contrabando que ingresa a la región, hecho que afecta de manera determinante a la actividad del sector que desarrolla sus

actividades en el marco de la legalidad y el cumplimiento de las disposiciones tributarias.

Lamentablemente las autoridades responsables del ingreso de bienes y productos no cumplen las normas vigentes y conductas que inciden de manera negativa en la industria que a través de solicitudes, reuniones y eventos demanda la respectiva protección al sector productivo, puesto que el hecho de que en nuestra región se prefiera consumir productos de otras naciones ocasiona que las empresas locales disminuyan sus ventas, provocan bajones económicos en las instituciones y las obligan a reducir el recurso humano, lo que implica menores fuentes de trabajo para el gran número de personas tituladas que año tras año egresan de nuestra Universidad. Por lo que habría que consentizar la población sobre la necesidad de consumir lo nuestro para que nosotros mismos nos podamos beneficiar, poniendo mayor empeño en la mejora de nuestras empresas y de esta forma demostrar cuán capaces estamos para enfrentarnos a la competencia extranjera, y realzar al profesional local brindándole mayores condiciones de aprendizaje abiertas a las dificultades socio económicas de los diferentes estudiantes, reforzando el bienestar estudiantil, explotando al máximo el intelecto y capacidad del elemento estudioso y reivindicando a nuestros profesionales.

Como resultado de un proceso dinámico de la economía en nuestro país, la competitividad es relativa y cambiante; en este contexto el proceso está desarrollado por intereses individuales u organizacionales, pero se desenvuelve en un ambiente que puede ser regulado por convenciones sociales de alcance local, nacional, regional o mundial.

Para comprender de manera más sencilla el entorno al cual todos los universitarios deben enfrentarse al momento de emprender un trabajo en las organizaciones día con día tenemos los siguientes ambientes:

## 2.1 Ambiente socio - legal

La ciencia y la tecnología cumplen un rol protagónico en los profundos cambios que se producen en el ámbito mundial. Su impacto es generalizado en lo económico, político y social. La competencia actual es por la calidad y desarrollo tecnológico; la eficiencia, la competitividad y la modernización son las prioridades.

La definición de estrategias, planes y programas de desarrollo tecnológico representa una prioridad necesaria para el estado y nuestra sociedad en general.

La tecnología del mundo, en los últimos años, ha crecido a pasos agigantados, permitiendo que las organizaciones de los diferentes países, puedan desarrollarse de manera más eficiente y con mayor facilidad en todas las áreas en las que operan.

La formulación de estrategias y la planificación de tecnología se relacionan, a largo plazo, con las posibilidades futuras del país, y sus escenarios de desarrollo. Estas cuestiones no armonizan con la urgencia de la coyuntura y las presiones a corto plazo; en una época de aguda escasez de recursos económicos para el desarrollo, el problema radica en la búsqueda de opciones estratégicas y en un sistema de decisiones flexibles para responder a la cambiante realidad en el marco de una estrategia de desarrollo.

Las empresas bolivianas no estarían desempeñándose tal como lo desearían debido a que nuestra economía es débil; aún no habría un adecuado desarrollo social y los recursos humanos no se encuentran plenamente capacitados, para aumentar la competitividad laboral y la productividad.

Pese a estas condiciones, los integrantes de la sociedad académica han comprendido la necesidad de superarse cada día más o, por lo menos, alcanzar el nivel de preparación de los profesionales de los países que nos rodean.

Los niveles de competitividad académica se dan tanto en mercados nacionales como internacionales, como se pudo observar en diferentes ocasiones, donde nuestros profesionales asistieron a diversos congresos en el ámbito internacional en el cual se pudo resaltar la diferencia del manejo de nuevas tecnologías de otros estados relegando a nuestros representantes a niveles de conocimiento y actualización medios o en algunos casos aceptables.

## **2.2 Ambiente Económico**

El financiamiento en nuestra Facultad representa una limitante para el desarrollo de las diferentes actividades programadas en los planes anuales operativos de cada gestión, por el bajo recurso económico que se asigna a la universidad no se ha podido con los objetivos trazados en cada gestión.

La creciente demanda de acceso en nuestra unidad académica es progresivo, y el haber mejorado en la infraestructura de la Universidad ha permitido una mayor comodidad para el alumno como para los docentes logrando que los alumnos se motiven y logren mejorar su desempeño.

## **2.3 Ambiente Tecnológico**

Para las universidades la tecnología se convirtió en un factor prácticamente indispensable, pues en la mayoría de sus procesos académicos y administrativos un recurso que ayuda en la eficiencia y eficacia de los logros esperados si bien las maquinas son necesarias en toda entidad, el individuo es quien opera o dirige todo el proceso tecnológico de las empresas, de ahí la importancia de ambos recursos en toda organización: recursos humanos y máquinas que facilitan el trabajo.

Nuestro país, por su condición tercermundista no cuenta con una tecnología muy avanzada en las universidades estatales por lo tanto, las de nuestra región no están basando su educación en los nuevos avances de la tecnología, como ocurre con los países que pertenecen al primer mundo, lo que limita el desarrollo académico y social; con lo que nuestro país se queda relegado de muchas actividades en las que podríamos salir airoso, pero muchas veces, los culpables

de estas imposibilidades, somos nosotros mismos por no saber utilizar adecuadamente los bienes y recursos que nuestro territorio nos brinda..

Así mismo ocurre con los profesionales que tienen que acudir a otros países para obtener los diferentes cursos de posgrado o alguna otra especialidad, con material de última generación, beneficiando a universidades de otros estados lo que representa mayores costos para el profesional local y devaluación de nuestros profesionales, que habiéndose capacitado podrían contribuir al desarrollo del país.

## **2.4 Análisis Interno**

### **2.4.1 Análisis de la Carrera de Administración de Empresas**

La carrera de Administración de Empresas nace en el mes de mayo de 1972 formando parte de la estructura de la facultad de ciencias económicas y financieras y bajo el sistema semestral, a partir de entonces la evolución de la misma a mostrado un permanente crecimiento ofreciendo al mercado regional y nacional profesionales formados a nivel licenciatura.

En el año 1989 a partir de una reunión entre profesores y alumnos cumpliendo la disposición universitaria de cambiar el sistema semestral al anual, proceso que fue implementado gradualmente hasta la desaparición del sistema semestral, este proceso se inició a partir del 18 de abril de 1990.

La carrera de Administración de Empresas con el cambio de la nueva estructura queda conformada por dos departamentos que son: el Departamento de Administración y el de Administración Aplicada, habiéndose retornado al sistema semestral, pero con administración anual, debiendo encargarse de planificar, ejecutar y evaluar lo académico de forma integrada , bajo criterios de calidad, pertinencia, eficacia y eficiencia.

Lo anteriormente indicado podría ser desarrollado si se aplicara los principios ya establecidos por la Carrera, que lo son:

- La descentralización que es la que permite una mayor autonomía y de tener mayor libertad de manejo académico, administrativo y financiero para que exista una mejor relación con el ambiente externo.
- Trabajo de equipo por la necesidad de encarar la labor integrando a los recursos humanos y promoviendo una mayor sinergia de las capacidades, humanas, y económicas.
- Integración de las funciones sustantivas de la Universidad.
- Horizontalidad, con el fin de propiciar una mayor iniciativa y menor burocracia en la organización de programas conjuntos.

## **2.5 Otros factores que influyen en la competencia académica**

### **2.5.1 Competencia nacional e internacional**

El sistema de universidades públicas de Bolivia está compuesto por 10 universidades públicas autónomas y existen alrededor de 40 universidades privadas.

Una gran cantidad de la población estudiantil ingresa a las diferentes universidades bolivianas sean públicas o privadas, estas personas oscilan entre los 18 y 24 años de edad.

Este valor es bastante alto con relación a los diferentes países de latinoamericano y aún más superior a los valores de Asia y África. Sin embargo, el gran número de estudiantes que asisten a la universidad no se cumple satisfactoriamente los conceptos de calidad y equidad.

El ingreso de bachilleres provenientes de colegios privados es más alto que lo que correspondería y tiende a crecer, pese a que en las universidades públicas todavía se propende al ingreso libre e irrestricto y en las universidades privadas existe espacio para ventajosos programas de becas.

Algunas universidades privadas, que se están desarrollando a un ritmo bajo de inversiones y que cuentan en sus planteles prácticamente con los mismos

profesores que prestan servicios en el ámbito público, están siguiendo un camino similar, aunque su potencial de superación es mayor.

El Estado ha fijado ya su intervención en la educación superior en base a los mecanismos de evaluación y acreditación, aunque los avances logrados son insuficientes y están demandando un tiempo excesivamente largo, de alguna manera, tal vez no se le da la importancia que se merece la constante actualización tecnológica investigativa y especializada para los diferentes campos, puesto que cada carrera requiere de muchos y variados recursos.

## **2.6 Objetivos de la carrera de Administración de Empresas**

Estos objetivos y políticas fueron proporcionados por el departamento de Administración aplicada.

### **➤ *Perfeccionar las funciones de docencia investigación y extensión universitaria.***

⇒ **(Política)** Ajustar la Curricula de los programas educativos del Departamento de Administración, garantizando una formación profesional de acuerdo a los nuevos requerimientos de la sociedad y exigencia del mercado laboral en los próximos años.

### **➤ *Perfeccionar las funciones de postgrado***

⇒ **(Política)** Continuar fortaleciendo la formación posgraduada para profesionales de la región sobre las áreas de conocimiento con que se vincula el Departamento, posibilitando una formación pertinente en función a las demandas de la sociedad.

### **➤ *Perfeccionar las funciones de investigación***

⇒ **(Política)** Fortalecer y crear conciencia para vincular a la investigación con la enseñanza y la extensión con el propósito de satisfacer las necesidades

universitarias de los sectores productivos de servicios y del resto de la sociedad.

➤ ***Impulsar actividades orientadas a vincular el Departamento de administración con la sociedad***

⇒ (***Política***) Fortalecer la función de extensión universitaria como instrumento de interacción social dentro y fuera de la facultad, adecuándola permanentemente a las necesidades de la sociedad.

➤ ***Restablecer la confianza de los alumnos en sus docentes reafianzando los valores profesionales locales***

⇒ (***Política***) Siempre fomentando y propiciando todos los campos de investigación que se puedan realizar adaptándose a nuestra carrera, desarrollando tecnología y mayor estudio de campo aplicable a las ciencias económicas.

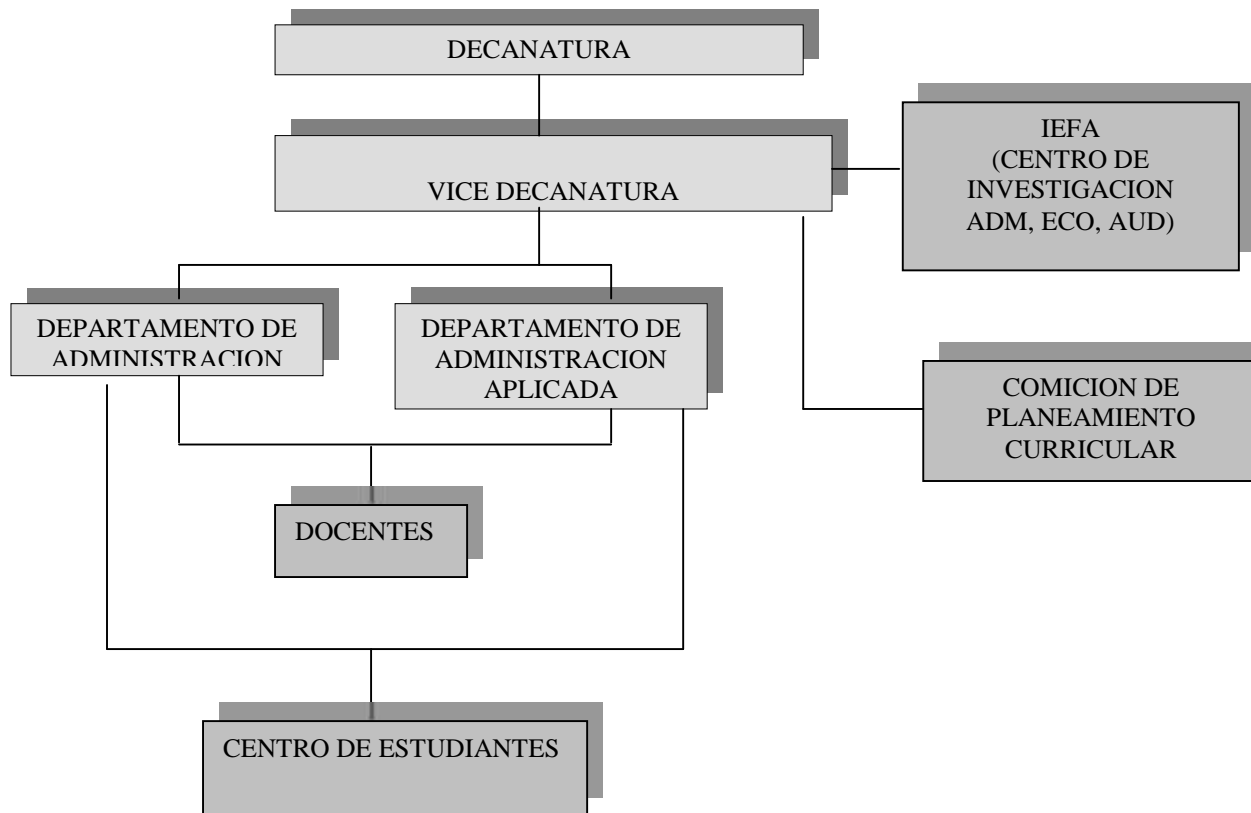
**2.7 Marco de referencia funcional actual de la carrera de Administración de Empresas**

Toda la información presentada fue brindada por el Departamento de Administración, proporcionando información del rediseño curricular:

- Participar en la elaboración de los diferentes currículos, a solicitud de la instancia competente.
- Elaborar los programas de estudio de las asignaturas correspondientes al área de administración y participar en aquellos programas que le sean requeridos.
- Organizar, programar, desarrollar y evaluar las labores del trabajo docente-metodológico de elaboración y dirección de tesis, proyectos y trabajos de graduación, en coordinación con el Consejo de Planeación y Seguimiento Curricular correspondiente.

- Planificar y evaluar los programas de investigación y de extensión universitaria de su competencia.
- Fomentar y evaluar la actualización permanente, científica, técnica, pedagógica y cultural de sus miembros.
- Mantener con otros departamentos, institutos y otras unidades o instancias institucionales, la coordinación en los aspectos que le sean comunes.
- Participar en las actividades de la Universidad y en los organismos universitarios de gobierno de acuerdo a reglamento.
- Programar y asignar recursos y medios, así como cuidar el mantenimiento y renovación de sus bienes, equipos e instalaciones.
- Gestionar proyectos de cooperación y otras acciones emprendedoras para contribuir a la satisfacción de sus intereses y necesidades materiales y financieras.
- Establecer vínculos y alianzas estratégicos con sectores de la producción, servicios y la sociedad civil organizadas, relacionadas con el área de Administración de Empresas.
- Organizar, programar, desarrollar y evaluar cursos de formación y actualización dentro del ámbito de la administración.
- Promover la divulgación de sus resultados académicos mediante publicaciones, organizaciones y participación en eventos científicos y otras actividades.
- Cumplir cualquier otra función que se le asigne al Departamento dentro del ámbito de su competencia.

## 2.8 Estructura de la Carrera de Administración de Empresas



En la estructura organográfica de la Carrera de Administración de Empresas tienen participación los miembros, tanto docentes como estudiantes, para considerar, analizar y establecer recomendaciones respecto de las principales proyecciones y resultados de los mismos, que contribuyen al mejoramiento permanente de su calidad, pertinencia y vinculación con el entorno.

## 2.9 Objetivos del perfil profesional

Los objetivos presentados en este documento fueron obtenidos del documento del plan

Operativo anual (POA).

1. ***Visión global e integradora de la realidad***: El administrador de empresas debe modificar su paradigma de ser el profesional que sólo se encarga de los aspectos internos de una organización. Debe desarrollar la visión externa para identificar las tendencias, oportunidades, amenazas y alternativas para la solución a las necesidades organizacionales de la sociedad.  
Para ello, su formación debe ser integral con un conocimiento amplio así como desarrollar sus competencias distintas para resolver los problemas puntuales de las organizaciones.
2. ***Administrador-emprendedor o empresario***: La formación tradicional de administrador-empleado debe cambiar a administrador-emprendedor o empresario, desarrollando las siguientes capacidades:
  - Analíticas
  - Intuitivas
  - Creativas
  - Innovadoras
3. ***Administrador-líder***: El profesional en administración debe desarrollar un carácter sólido, basado en principios y valores éticos que le hagan dignos de la confianza de los actores e interesados de la sociedad. Debe ser capaz de generar confianza mediante un comportamiento basado en la integridad, honestidad, la justicia y responsabilidad. Debe ejercer la ética para lograr conciencia de su responsabilidad. Debe ejercer la ética para lograr los objetivos organizacionales, teniendo alta conciencia de su responsabilidad social con la sociedad.
4. ***Administrador del sector público***: El administrador de empresas debe abrir su visión hacia su responsabilidad en el sector público para asumir el liderazgo en el manejo de las organizaciones públicas debido a que existe carencia de eficiencia y eficacia en la gestión. Es necesario que el nuevo administrador asuma esta responsabilidad como una obligación ineludible, profundizando sus conocimientos en la gestión pública estratégica y operativa.

### 2.10 Plantel docente de la carrera de Administración de Empresas

DOCENTE	SIGLA	HORAS DE TRABAJO	MATERIAS DICTADAS
Cadena Infante, Lourdes	MAT 400	2	Técnicas Cuantitativas para la toma de dediciones
De La Cruz, Gómez Natanael	ECO 320	2	Historia económica boliviana
Duran, Víctor Hugo			
Flores Rivera, Hernán	FIN 301; FIN 400; TALL 301	2 2 2	Finanzas I, II, Taller Empresarial II
Gumiel Vela, Waldo	MK 201; MK 300; MK 302; MK 301	2 2 2 2	MK I; MKII, Conducta del consumidor; Inv. de MCDO I
Gutiérrez Pérez, Luís Enrique	ADM 310 ADM 410	2 2	Técnicas cuantitativas, marketing, administración de operaciones
Jijena Orellaano, Roberth	ECO 300	2	Análisis Financiero y Actuarial
Kohlberg ,Julio	MK 201; MK 300	2 2	MK I; MK II
Silisque Mamani, Adrián	ADM 301; ADM 400; GEO 400	2 2 2	Gestion d RR.HH I; II; Gestión de operaciones I
Varas Mendoza, Francisco	FIN	2	Finanzas
Vargas Rivera, Víctor	TALL 201; CJS 300	2 2	Taller empresarial I; legislación empresarial II

### 2.11 Indicadores de Ingreso a nivel departamental de instrucción académica superior

Lugar de estudio	Cifras absolutas	
	Secundaria	Superior
Tarija	45.279	29.480

Lugar de estudio	Cifras porcentuales de nivel superior según el sexo	
	hombres	mujeres
Tarija	52	48

### 2.12 Indicadores de egreso a nivel departamental de instrucción académica superior

Áreas	Nivel Superior		
	total	hombres	mujeres
Urbana	26.447	13.650	12.797
Rural	3.033	1.802	1.231

Grupo de edades	Nivel Superior		
	total	hombres	mujeres
Jóvenes (19-25)	9.112	4.299	4.813
Adultos (26-44)	14.554	7.761	6.793
Adultos (45-64)	4.952	2.860	2.092

**2.13 Indicadores de estudiantes egresados y titulados**

Años de Observación	Alumnos Egresados	Alumnos Titulados
2000	191	87
2001	187	93
2002	170	91
2003	118	89
2004	110	73
2005	75	47
2006	9	7
2007	54	

## CAPITULO IV

### FASE PROPOSITIVA

#### 4.1 Misión y visión del Departamento de Administración de Empresas

##### 4.1.1 Visión

*“Formar profesionales competitivos identificados con su medio ,y aptos para dirigir organizaciones su currícula es constante, actualizada y flexible. Su plantel de profesionales esta compuesto por un cuerpo de docentes altamente calificados, plenamente identificados con los principios y valores de la carrera. La investigación Científica es una de los pilares del accionar docente así como los estudiantes sobre la calidad organizacional de la región, el asesoramiento a las organizaciones empresariales del medio y la atención de las necesidades formativas en gestión del sector gubernamental.*

##### 4.1.2 Misión

*Formar profesionales:*

- *Con creatividad, Innovadores, con conciencia social.*
- *Capaces de conducir organizaciones buscando la eficiencia de las mismas*
- *Con el nivel de conocimiento y con las destrezas necesarias para enfrentarlos cambios en el mundo empresarial.*
- *Comprometidos con el desarrollo económico y social de la región y el país.*
- *Orientados a la investigación y a la practica profesional.*
- *Que sirvan de facilitadores de los nuevos paradigmas y de las filosofías empresariales aplicándolas en la toma de dediciones.*

## 4.2 Objetivos

- Crear y desarrollar programas de prácticas empresariales en organizaciones reales con los alumnos de quinto año, para que estos puedan desempeñarse eficientemente en sus futuros trabajos.
- Establecer un número específico de plazas para efectuar prácticas en empresas tarijeñas, como un incentivo para los diez mejores alumnos y así se puedan enfrentar a problemas reales de las organizaciones y aprender a resolver los mismos.
- Establecer maestrías en las diferentes áreas de nuestra Carrera como son Recursos humanos, Finanzas, Producción y Marketing para apoyar al estudio universitario de los estudiantes y, de esta manera, puedan ampliar sus horizontes con varias alternativas y que cada uno elija el área donde se desempeñe mejor para especializarse.
- Establecer diferentes especialidades para los estudiantes que cursen el último año de estudios, dictadas por docentes de la misma Universidad, que hayan realizado cursos de maestrías o cualquier otra especialidad pudiéndose minimizar el costo de tales cursos para que sean más accesibles a los estudiantes que se encuentran en la etapa final de sus estudios.
- Profundizar el estudio de las áreas de Finanzas y Producción debido a que se las considera como las más débiles del nivel de estudio.

## 4.3 Objetivos financieros

- Disminuir los costos de las maestrías para poder facilitar el acceso a los profesionales que no cuentan con ingresos fijos y desean desarrollarse en el ámbito empresarial.

#### **4.4 Desarrollo de las estrategias propuestas**

##### **4.4.1. Estrategias competitivas**

###### **4.4.1.1 Estrategias de arranque o inicio**

En base al concepto que da Pujol Bengochea sobre la estrategia de inicio se pudo determinar la estrategia siguiente:

###### **☞ Tratar de que en el nivel de Posgrado se brinden más cursos relacionados a nuestra carrera**

**Desarrollo de la estrategia** Se propone ser líderes estratégicos incrementando el liderazgo de la Dirección de posgrado donde se establezca un mayor número de especialidades en nuestra Carrera por año, y más específicamente dictar cursos en cada una de nuestras principales áreas como son la de Recursos humanos, Producción, Finanzas y Marketing, siendo éstas rentables y duraderas y así mejorar el nivel académico de los alumnos titulados en nuestra Universidad, logrando mayor prestigio para la misma y apoyando a los alumnos con conocimientos complementarios y necesarios para poderlos aplicar en las empresas tarijeñas y nacionales.

###### **☞ Disponer de un conocimiento productivo más actualizado**

**Desarrollo de la estrategia** Mediante esta estrategia se podrá lograr que los alumnos puedan asistir a las prácticas en las instituciones de cada organización, en las cuales, permitirán que los estudiantes de la Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho” desarrollen su capacidad teórica en tareas prácticas con supervisión capacitada por parte de los encargados de las diferentes áreas en las que los estudiantes estén desarrollando estas actividades.

☞ **Formar a los alumnos de manera práctica apoyando su nivel académico con paquetes informáticos relacionados a la Carrera, sean estadísticos o contables.**

**Desarrollo de la estrategia** Lograr que en la materia de Informática se dicten paquetes contables y financieros, puesto que son muy necesarios en las empresas y es uno de los requisitos principales que se exigen en las organizaciones para ser parte de su planta de trabajadores.

#### **4.4.2 Estrategia de crecimiento**

##### **4.4.2.1 Estrategia de crecimiento intensivo**

☞ **Incentivar a los mejores estudiantes brindándoles plazas en empresas tarijeñas.**

**Desarrollo de la estrategia** Con esta estrategia se podrá establecer un intensivo crecimiento para la Universidad, incrementando el conocimiento de sus estudiantes mediante la ayuda de las empresas de la región, determinando un número específico de plazas en empresas tarijeñas para los diez mejores alumnos como una oportunidad en la realización de prácticas para que se puedan resolver problemas reales a los que se enfrentan las empresas de nuestro medio; con el apoyo continuo del docente guía para confirmar la seriedad del convenio entre la Universidad y las empresas, y los docentes que sean nombrados como guías sean incentivados con distinciones que incrementen su curriculum.

En el caso de que exista incumplimiento por parte de los estudiantes que sean designados a las diferentes empresas para realizar sus prácticas se los deberá sancionar y en todo caso se podría retener su modalidad de titulación por un año para poder certificar la responsabilidad y seriedad del convenio que efectúe, de esta manera no desprestigiar a la Universidad

**☞ Mantener una optima coordinación entre los docentes de los paralelos de cada curso**

**Desarrollo de la estrategia** Al llevar a cabo esta estrategia se podrá lograr que los docentes de los diferentes cursos paralelos trabajen en equipo, elaboran conjuntamente el plan de trabajo de la gestión, y mediante una adecuada coordinación de los docentes se diseñan las mismas practicas llevando toda la teoría a la realidad, e inclusive, se podrían planificar y efectuar diferentes debates entre paralelos para hacer más dinámico el aprendizaje, y de esta forma poder desarrollar de la misma manera el programa de estudios, de modo que los alumnos de los paralelos estén capacitados de igual manera al culminar el año.

**☞ Invitar a empresarios tarijeños a dictar conferencias, seminarios, en los que puedan mostrar la realidad a la que nos tendríamos que se enfrentarán los estudiantes al culminar los estudios universitarios.**

**Desarrollo de la estrategia** Mediante esta estrategia las empresas pueden colaborar con el proceso académico de los alumnos en su formación dinámica. Esto se puede lograr realizando seminarios, conferencias, donde los estudiantes tengan una participación activa y las empresas presenten problemas actuales y les den la oportunidad de resolverlos, esa modalidad sería una forma interesante de desarrollar la creatividad e innovación de los alumnos, puesto que es una de las cualidades principales que exigen las empresas al momento de contratar su personal.

#### **4.4.2.2 Estrategia de crecimiento hacia adelante**

**☞ Programas de contrato a los alumnos que hayan egresado en ese tiempo.**

**Desarrollo de la estrategia** Se podría lograr que al culminar el tiempo que lleva la preparación académica superior se podrían crear programas en lo que los estudiantes que hayan realizado sus practicas en empresas, puedan trabajar en las mismas, instituciones, dependiendo del desempeño demostrado y si a la empresa le conviene continuar con esos servicios, para que de esta forma se pueda ayudar a

los estudiantes que se destacaron por realizar un buen trabajo en estas instituciones.

Además sería una interesante forma de vinculación entre empresas y la Universidad pues los empresarios tendrían que presentar informes, los cuales muestren el trabajo que se realiza y las diferentes falencias detectadas en los estudiantes para que la Universidad tome en cuenta esos puntos débiles y se pueda realizar reforzamientos sea con clases prácticas supervisadas, o bien a nivel teórico para que otros estudiantes hayan superado esas falencias al momento de presentarse en alguna organización a prestar sus servicios.

**🔗 Lograr que los docentes titulares de la Carrera de Administración de Empresas sean los que dicten maestrías en áreas relacionadas con la Carrera a costos más accesibles para los alumnos titulados de la Universidad.**

**Desarrollo de la estrategia** Los docentes titulares de la Carrera de Administración de Empresas, que tienen alguna especialidad, en coordinación con la dirección de pos grado, podrían ser los profesores para dictar los cursos de Posgrado, y esto se podrá lograr intercambiando una materia de Pregrado por una de Posgrado siendo los estudiantes los que asuman la cancelación por la diferencia de costos de las horas académicas de este nivel, de esta manera los estudiantes no tendrían que erogar gastos elevados que muchas veces no se pueden conseguir y, por tanto, no se pueden tomar estos cursos.

De todas maneras la Universidad no estaría perdiendo dinero sino más bien ganando pues obtendrían recurso humano más completo y competitivo para el mercado y también contaría con un plantel de profesores que muchas universidades no tienen, e inclusive serían menores los gastos, puesto que no tendrán que pagar por la estadía al traer a profesores de otros países, como hasta ahora se estuvo haciendo.

### ✎ **Crear programas donde docentes de la Carrera de Administración de Empresas de nuestra universidad puedan capacitar al personal de cada empresa**

**Desarrollo de la estrategia** Para mejorar el nivel de relación existente entre ambas instituciones se podrían realizar conferencias en las instalaciones de las empresas cada tres a seis meses dependiendo de las empresas.

Estas conferencias serían dictadas por los docentes de la Carrera e inclusive se podría invitar a profesionales de otras ciudades para mostrarnos las innovaciones que se estarían utilizando en esas ciudades y que estén dando resultados positivos para poder emplearlas en nuestras empresas de forma que se incorpore las nuevas técnicas para mejorar el trabajo de las empresas o también crear nuevas leyes, de modo que sea posible brindar varias alternativas de solución, dependiendo de qué cosas nuevas se presenten en el mundo, así la Universidad podrá colaborar con su conocimiento teórico - práctico a las empresas tarijeñas.

#### **4.4.3 Estrategia de riesgo compartido**

### ✎ **Colaboración mutua entre las empresas y la carrera de Administración de Empresas**

**Desarrollo de la estrategia** Para poder lograr la cooperación recíproca entre las empresas y la Carrera de Administración de Empresas se tendría que empezar creando convenios entre las empresas de la región y la Universidad “Autónoma Juan Misael Saracho”, lo que pondría en contacto a los estudiantes con el mundo real al que enfrentan las organizaciones; los estudiantes en base a su campo académico – teórico, podrán dar soluciones a los problemas que se puedan presentar en las actividades propias del mundo empresarial.

En el caso de la empresa, convocar a los estudiantes que se hayan esforzado más (alumnos que tengan mejores notas sería un incentivo) darles la oportunidad o el desafío de poder conformar parte de la institución.

La Universidad tendría que crear las normas para estos estudiantes, debiendo estos confirmar el compromiso y lealtad con la empresa para darles también la

seguridad a los empresarios de que la información brindada a los estudiantes en sus instalaciones no sea mal utilizada cuidar la integridad de la empresa y con lo que se fortalecería la relación entre las organizaciones con la Universidad y cada vez conseguir más convenios.

## RECOMENDACIONES

1. Las materias de Inglés y Computación deberían alcanzar un nivel superior y no tan básico como en la actualidad, puesto que la mayoría de las empresas solicitan personas que conozcan paquetes contables de computación o estadísticos por lo que los alumnos tendrían que optar por cursos técnicos de Computación o Inglés.
2. La creación de programas prácticos entre la Universidad y las empresas de la región sería una forma interesante de encontrar mayor relación entre ambas instituciones, de modo que sea más fácil conocer qué falencias o necesidades existen en ambas organizaciones y llegar a acuerdos que los beneficien.
3. Se podría lograr una mejor vinculación mediante seminarios o conferencias por parte de los dueños de las empresas con las cuales la universidad haya podido crear un convenio, de modo que se puedan mostrar a los estudiantes la situación real del trabajo de las empresas.
4. La carrera de Administración de Empresas podría efectuar un control más estricto entre los cursos paralelos con respecto a las prácticas de cada materia, de modo que los estudiantes culminen su preparación académica superior en condiciones iguales y capaces de enfrentarse al competitivo campo laboral que nos presenta el mundo actual.
5. Al crearse los convenios con las empresas los estudiantes deberán comprometerse totalmente en beneficio suyo y de las empresas con el trabajo que desarrollen y para la Universidad puesto que evaluarían continuamente el desempeño dentro de las organizaciones, tomando en cuenta los problemas que podrían presentarse día a día y así poder buscar soluciones en problemas reales con decisiones correctas.
6. Profundizar el contenido de las materias de Finanzas y Producción por ser áreas importantes y los estudiantes no siempre se encuentran completamente

capacitados en las problemáticas que éstas pueden presentar dándole a los estudiantes bases sólidas para desempeñarse como buenos profesionales.

7. En razón de que las empresas, docentes y alumnos que fueron motivo de estudio en esta investigación consideran que es importante y necesario contar con alguna especialidad en la que los docentes titulares de nuestra Carrera estarían dispuestos a ser los profesores de estos cursos, el precio de los cursos podrían ser menores a los actuales, sin que la Universidad pierda dinero y se favorezca a los alumnos con precios más accesibles.
8. Incorporar en los contenidos curriculares la formación en valores ético moral que deban caracterizar al profesional del área económica y administrativa.

## CAPITULO I FASE TEÓRICA

### 1.1 Concepto de empresa

Empresa es un término nada fácil de definir, puesto que se la conceptúa desde diferentes enfoques (económico, jurídico, filosófico, social, etc.). En su más simple acepción significa la acción de emprender una cosa con un riesgo implícito.

Es necesario analizar algunas de las definiciones más trascendentes de la empresa, con el propósito de emitir una definición con un enfoque administrativo:

- ◆ **“Anthony Jay:** Institución para el empleo eficaz de los recursos mediante un gobierno (junta directiva), para mantener y aumentar la riqueza de los accionistas y proporcionarle seguridad y prosperidad a los empleados.
- ◆ **Isaac Guzmán Valdivia:** Es la unidad económico- social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción que responda a los requerimientos del medio humano en el que la propia empresa actúa.
- ◆ **José Antonio Fernández Arena:** Es la unidad productiva o de servicio que, constituida según aspectos prácticos o legales, se integran por recursos y se vale de la administración para lograr sus objetivos.
- ◆ **Peterson y Plowman:** Actividad en la cual varias personas cambian algo de valor, bien se trate de mercancías o servicios, para obtener una ganancia o utilidades mutuas. <sup>1</sup>

Luego de haber analizado los diferentes conceptos de estos autores se llega a la conclusión de que empresa es:

**Grupo social en el que a través de la administración del capital y el trabajo se producen bienes y/o servicios destinados a la satisfacción de las necesidades de una sociedad**

---

<sup>1</sup> Dominus1654,webcindoric.com/concepto.htm(Internet).

## 1.2 Definición de Estrategia

“La palabra estrategia surge del vocablo “estratagema”, la cual consiste en un artificio de guerra para engañar y superar al enemigo.

Las estrategias dentro de la administración están conformadas por un patrón o plan, las cuales son las que integran a las principales metas y políticas de las organizaciones, y a la vez permite establecer la secuencia coherente de las actividades que se vayan a desarrollar.”<sup>2</sup>

Las estrategias cuando están bien formuladas tienen como función, poner en orden y asignar sus atributos y deficiencias a los recursos de una organización con el objeto de crear una situación factible y nueva, así como anticipar los posibles cambios en el entorno.

Las decisiones estratégicas suelen describirse como decisiones relativas al ambiente externo. Las principales decisiones estratégicas son las que determinan el producto de la compañía y su lugar en el mercado.

“Las estrategias están inmersas en la formulación de políticas, que comprende una serie de decisiones que reflejan la determinación de objetivos básicos del negocio y la utilización de destreza y recursos para poder alcanzar estas metas propuestas por cada organización, ya sea de bienes o bien sea de servicios.”<sup>3</sup>

La estrategia es la dirección y el alcance de una organización a largo plazo, permitiendo ventajas para la empresa por medio de la configuración de los recursos en un entorno cambiante para hacer frente a las necesidades de los mercados y cumplir las expectativas de quienes toman decisiones.

---

<sup>2</sup> Pujol Bengochea, Bruno: Marketing Estratégico, 3ra Edición, Editorial Araveca, Madrid, pag. 321,1995

<sup>3</sup> Internet ([www.w. Gestiopolis.com/concepto de estrategias](http://www.w. Gestiopolis.com/concepto de estrategias))

### **1.3 Tipos de estrategia**

#### **1.3.1 Las estrategias defensivas**

Además de las estrategias integradoras, intensivas y diversificadoras, las organizaciones pueden recurrir a la estrategia de riesgo compartido, el encogimiento, la desinversión o la liquidación.

##### ✓ **La estrategia de riesgo compartido**

La estrategia de riesgo compartido es una estrategia muy popular que se da cuando dos compañías o más constituyen una sociedad o consorcio temporal, con el objeto de aprovechar alguna oportunidad. La estrategia sólo puede considerarse defensiva, porque la empresa no está abarcando sola el proyecto. Con frecuencia, dos empresas patrocinadoras o más constituyen una organización independiente, pero comparten las acciones de capital de la nueva entidad. Las empresas en participación y los contratos de cooperación se usan cada vez más porque permiten que las compañías mejoren sus comunicaciones y redes, globalicen sus operaciones y disminuyan sus riesgos, ambas empresas deben aportar algo distintivo, por ejemplo, tecnología, distribución, investigación básica o capacidad de producción.

#### **1.3.2. Estrategia de crecimiento.-**

Las estrategias de crecimiento se clasifican en estrategias de crecimiento intensivas, integradas y por diversificación.

En esta ocasión utilizaremos la estrategia de crecimiento por diversificación.

##### **1.3.2.1. Estrategia de crecimiento por diversificación**

Existen dos tipos de diversificación:

##### ✓ **Diversificación pura**

La utilizan las empresas que participan en actividades en las que no tienen ninguna relación. Es sumamente peligrosa ya que no se tiene ninguna experiencia en ese mercado, por lo que se realiza una gran inversión dominando el mercado, o bien, se daría una gran quiebra dentro del mismo.

### ✓ **Diversificación concéntrica**

Consiste en entrar en otros sectores propios intentando aprovechar algo que tenemos (tecnología, maquinaria, estructura comercial).

En esta estrategia la empresa sale de su sector industrial y comercial y busca añadir actividades nuevas o complementarias a las existentes en el plan tecnológico y / o comercial. El objetivo de esta estrategia es beneficiarse de los efectos de sinergia debido a la complementariedad de las actividades y extender así el mercado potencial de la empresa.

### **1.3.3 Las Estrategias de integración**

Estas incluyen la integración hacia adelante, la integración hacia atrás y la integración horizontal, las cuales se conocen en conjunto con el nombre de estrategias para integración vertical. Las estrategias para la integración vertical permiten que la empresa controle a los distribuidores, a los proveedores y a la competencia.

#### **1.3.3.1 Integración hacia adelante**

Implica aumentar el control sobre los distribuidores o detallistas.

Una manera eficaz de aplicar la integración hacia adelante consiste en otorgar franquicias. Los negocios se pueden expandir velozmente mediante las franquicias, porque los costos y las oportunidades se reparten entre muchas personas.

#### **1.3.3.2 Integración hacia atrás**

Tanto los fabricantes como los detallistas compran a los proveedores los materiales que necesitan. La integración hacia atrás sirve para aumentar el control sobre los proveedores de una empresa o adquirir el dominio. La estrategia puede resultar muy conveniente cuando los proveedores actuales de la empresa no son confiables, son caros o no satisfacen las necesidades de la empresa.

Es cada vez mayor la cantidad de consumidores que compran productos basándose en consideraciones ambientales, por ejemplo, el reciclaje de los empaques. Así pues, algunas empresas están usando la integración hacia atrás para tener mayor control sobre los proveedores de empaques.

### **1.3.3.3 Integración horizontal**

“Se refiere a la estrategia que tratar de adquirir el dominio o una mayor cantidad de acciones de los competidores de una empresa.”<sup>4</sup> Actualmente una de las tendencias más notorias de la administración estratégica es que se usa cada vez más la integración horizontal como estrategia para el crecimiento.”Las fusiones, adquisiciones y absorciones de los competidores permiten aumentar las economías de escala y mejoran la transferencia de recursos y competencias.”<sup>5</sup>

## **1.4 Formulación de estrategias**

La misión es una declaración duradera del propósito de una organización que la diferencia de otras empresas similares, es una declaración de la razón de ser; al contestar la pregunta central de cuál es nuestro negocio, un enunciado claro de la misión resulta esencial para establecer objetivos y formular estrategias debidamente.

La misión del negocio es la base de las prioridades, estrategias, planes y asignaciones de trabajo, o sea la partida para diseñar los puntos gerenciales y, sobre todo, para diseñar las estructuras administrativas.

La cultura de la organización es importante en el momento de determinar una estrategia, las relaciones entre las actividades de las funciones de una empresa tal vez se podrían ejemplificar muy bien si nos concentramos en la cultura de la organización, un fenómeno interno que incluye todos los departamentos y divisiones de la organización.

---

<sup>4</sup> y <sup>5</sup>Internet([w.w.w.gestiopolis.com/conceptodeempresas](http://w.w.w.gestiopolis.com/conceptodeempresas)).

La cultura de la organización se puede definir como un patrón de conducta desarrollado por una organización conforme que va aprendiendo a enfrentar su problema de adaptación al exterior e integración interior, que ha funcionado lo bastante como para ser considerado válido y enseñado a los miembros nuevos como la forma correcta de percibir, pensar y sentir; en tal sentido resalta la importancia del ajuste entre los factores internos y externos para poder tomar decisiones estratégicas.

En la formulación de estrategias es necesario seguir tres etapas las cuales son muy importantes, para que mediante ellas se pueda elegir la estrategia más apropiada, la cual, ayudará a tomar decisiones adecuadamente.

⊕ **Etapas n° 1:**

En esta etapa se resume la información básica para la formulación de la estrategia, para el desarrollo de esta podremos utilizar la matriz E.F.E, la matriz E.F.I, y la matriz del perfil competitivo.

⊕ **Etapas n° 2:**

La etapa número dos nos permite desarrollar estrategias con alternativas viables, combinando factores internos y externos, para poder realizar estas estrategias tenemos que aplicar la matriz de las fortalezas, amenazas, debilidades, y oportunidades (FODA), matriz de la posición estratégica y la evaluación de acciones (PEYE), matriz interna y externa (IE), matriz de la gran estrategia.

⊕ **Etapas n° 3:**

En esta etapa se podrá utilizar la matriz de la planificación de las estrategias, la cual utiliza la información recopilada de la etapa n° 1, para evaluar en forma objetiva, as estrategias alternativas viables de la etapa n° 2, esta matriz revela el atractivo relativo de estrategias alternativas por lo que ofrece una base objetiva para seleccionar estrategias. “<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> David, Fred; Concepto de administración estratégica, 2º edición, editorial person, año 1997, pag. 85.

### **1.5 Definición de Marketing**

“Se entiende como Marketing al proceso social que está orientado a satisfacer las necesidades y deseos, de personas y organizaciones por la creación de productos y servicios, los cuales son una fuente de utilidades”<sup>7</sup>. La mercadotecnia tiene como tarea identificar y satisfacer las necesidades de sus clientes.

Los consumidores, para los directivos, se toman más exigentes, por lo que necesitan mayor información oportuna de la efectividad de sus instrumentos de mercadotecnia, considerando que nuestro entorno cambia con rapidez.

El marketing es la publicidad, la promoción, venta a presión, formando un conjunto de herramientas que sirven para conquistar mercados, y, de esa manera, poder satisfacer las necesidades y cubrir la demanda de los posibles clientes.

### **1.6 Definición de marketing estratégico**

El marketing estratégico es el que analiza las necesidades de los individuos y organizaciones, lo que busca el comprador en el marketing es que se le brinde un servicio pero que no se lo muestre al producto como tal, si no buscar soluciones claras a los problemas planteados.

La función principal del marketing estratégico es seguir con el progreso del mercado de referencia y, de esta manera, poder identificar los productos- mercado de la organización, que se refiere a la competitividad; en otras palabras ser los mejores dentro del mercado y la segmentación para poder identificar su mercado meta.

### **1.7 Definición de marketing de servicio**

El marketing de servicios está enfocado a promocionar, publicar hacer conocer el producto tomando en cuenta la calidad del servicio y la satisfacción del cliente a largo plazo; la función de mercadotecnia de servicios necesita que exista una

---

<sup>7</sup> Malhotra, Narres; Marketing estratégico, 3ª edición, editorial educación, año 1997, pag. 73

mayor interrelación entre los vendedores y los jefes encargados de esas operaciones.

Las organizaciones deben orientarse a segmentos donde las necesidades de los clientes se puedan satisfacer.

Una gran parte de las empresas que prestan servicios necesitan de maquinaria y equipo y así también de los recursos humanos, un factor muy importante en el desarrollo de toda organización.

La mercadotecnia de servicios busca mantener un análisis de los fenómenos y hechos que se presentan en la realización de las actividades del servicio.

En el desarrollo de este trabajo se podrá observar que la educación en nuestro medio es un servicio que se brinda cada vez con una mejor tecnología permitiendo que los consumidores de este servicio se encuentren satisfechos con los resultados y que se desarrollen efectivamente en las actividades que realicen.

### **1.7.1 Clasificación de los servicios**

#### **1.7.1.1 Procesamiento de las personas**

Constantemente las personas buscan servicios que los beneficien y para poder obtenerlos es preciso que las personas estén presentes físicamente en el servicio de su elección, por lo que es difícil que se trate con el proveedor a la distancia, pero en algunos casos el proveedor está dispuesto a ir hacia el cliente para brindarle mayor comodidad y beneficio.

#### **1.7.1.2 Procesamiento de posesiones**

El procesamiento de posesiones se refiere a la realización de actividades, pero para los bienes físicos de los clientes, y no específicamente para ellos, las empresas encargadas de brindar este servicio pueden hacerlo a domicilio, o bien las personas pueden llevar el bien o posesión hasta las instalaciones de la empresa que realiza estas actividades de servicio.

Los clientes al utilizar este clase de servicio tienen como beneficio que no deben estar relacionados físicamente con el servicio que se brinde, por lo que no existe la necesidad de que las personas estén presentes en la empresa al momento del procesamiento de sus bienes.

### **1.7.1.3 Procesamiento del estímulo mental**

Este procesamiento es el de mayor interés en este estudio, puesto que la empresa en estudio es la Universidad, que es una entidad educativa, por lo tanto, el estímulo mental se refiere a la manipulación de las actitudes, afectando considerablemente en la conducta de las personas.

Cuando los individuos son dependientes o son objeto de manipulación requieren de un estándar firme y, por lo tanto, de vigilancia continua.

Para la utilización de este servicio los clientes deben emplear la gran mayoría de su tiempo, pero de todas formas no es necesario que el cliente esté físicamente en la empresa que brinda este servicio, lo que sí es indispensable es que deben estar al tanto de la información que se les brinde.

### **1.7.1.4 Procesamiento de la información**

La información desde hace algunos años viene muy vinculada con las máquinas computadoras, por medio de ellas es posible obtener información de diferentes partes del mundo, brindando en algunos casos, una mayor cobertura en cuanto a información, por otro lado, otra fuente importante e indispensable que siempre se la debe tener presente son los libros, los cuales contienen información importante para utilizarla en diferentes ámbitos.

Los clientes de estos servicios están determinados muchas veces por las costumbres, tradiciones o por deseos de que las entrevistas sean personales, para poder interactuar de una mejor manera con la empresa que proporciona estos servicios y obtener una mejor relación de confianza entre las organizaciones y los principales clientes.

Otras formas interesantes de clasificar a los servicios, son las que se encuentran derivadas de las fundamentales que ya fueron mencionadas anteriormente y que se refieren a la obtención de respuestas a interrogantes como:

- ¿En qué forma se proporciona actualmente este servicio?
- ¿Cuál es la naturaleza de la demanda de este servicio?
- ¿Qué tipo de relación establece la organización de este servicio con sus clientes?

### **1.7.2. Dinámica de los servicios**

Es importante que las organizaciones sepan desempeñarse efectivamente en este mundo, que cada vez se torna más dinámico y cambiante, es por esta razón que a continuación se presenta algunos factores que sustentan la constante transformación de la administración de servicios, que se manifestaron en la economía de países desarrollados como también aquellos que no lo son tanto.

#### **1.7.2.1 El movimiento del servicio de calidad**

El creciente descontento de los clientes con respecto a la calidad de los servicios que proporcionan algunas empresas está centrado en el punto de compra del servicio, pues el problema principal por el cual, existe la mala calidad del servicio es porque el personal o no estaba desempeñándose bien en las actividades que debía cumplir o por que la maquinaria y equipo que la empresa necesita para desarrollar el servicio no es el adecuado, y por estos factores los clientes no se sentían muy a gusto con el servicio que se les debería brindar.

#### **1.7.2.2 Las innovaciones tecnológicas**

“Las nuevas tecnologías están alterando de manera radical las formas de las cuales muchas organizaciones de servicio realizan negocios con sus clientes. Hoy en día

tal vez la fuerza más poderosa para el cambio proviene de la integración de computadoras y telecomunicaciones.”<sup>8</sup>

La tecnología facilita la creación de servicios nuevos o mejorados permitiendo una reingeniería de actividades tales como efectuar pagos, propiciando que las empresas mantengan estándares más constantes a través de departamentos centralizados de servicio al cliente, favorece que el personal sea reemplazado con máquinas para las tareas repetitivas, y alienta a una mayor participación de los clientes en las operaciones por medio del auto servicio.

### **1.7.2.3 La creación de centros lucrativos de servicio dentro de las empresas**

Los centros de servicio con utilidades dentro de las empresas de fabricación están transformando muchas compañías en áreas como el de las computadoras, automóviles y de equipo eléctrico y mecánico.

Los servicios suplementarios diseñados para colaborar en la venta de equipo, incluyendo consultorías, crédito, transportación y entrega, instalación, capacitación y mantenimiento, ahora se ofrecen como servicios que tratan de obtener utilidades por su propio derecho, inclusive con clientes que decidieron comprar a la competencia.

### **1.7.2.4 Las presiones sobre las organizaciones públicas y no lucrativas para encontrar nuevas fuentes de ingreso**

Las presiones financieras a las que se enfrentan las organizaciones públicas y no lucrativas las están obligando a reducir costos, a desarrollar operaciones más eficientes y a prestar más atención a las necesidades del cliente y a las actividades que realiza la competencia.

---

<sup>8</sup> Lovelock; Christopher, Mercadotecnia de servicios, 3ª Edición, Editorial Dearson, Año 1997, pag. 5, 7

### 1.7.3 El servicio como sistema académico

“La administración de los servicios tuvo un surgimiento en el ámbito académico posterior al de la administración de las organizaciones, provocando un malentendido con respecto al término de servicio ya que a este se lo tomaba como Industria.

Al entender de mejor manera la mercadotecnia de servicios con relación al servicio que se presta, permitió que la administración pueda surgir con respecto a las empresas que dan estos servicios.”<sup>9</sup>

Las entidades educativas han ido evolucionando gracias a los diferentes cambios tecnológicos que día a día van encontrando nuevas técnicas de aprendizaje, lo que permite una mayor colaboración en el desarrollo académico de la población, y permitiendo que el analfabetismo disminuya, mediante los programas de educación que el gobierno, las ONGs o empresas privadas realizan.

Las organizaciones de servicios público, como todo ser vivo necesitan ser alimentados de recursos financieros y humanos, estos recursos deben invertirse también en el desarrollo de tecnología diferenciadora y ser aplicados en el desarrollo organizacional.

La empresa de servicio más que con equipos trata con personas y, por lo tanto, es necesario contactar con equipos calificados aptos para tomar decisiones duraderas y con agilidad, así detrás de la organización exitosa siempre habrá una gerencia capaz, en fin un gran recurso estratégico es la competitividad de los profesionales de una organización de servicios públicos.

La competencia al servicio de la entidad pública puede ser el gran desencadenador y estratégico, por eso es importante en el desarrollo organizacional como forma de obtener una capacitación gerencial diferenciada.

---

<sup>9</sup> Lovelock;Christopher, Mercadotecnia de servicios, 3º Edición, Editorial Dearson, Año 1997,pag. 9

## **1.8 Marketing como servicio**

El objetivo del servicio debe ser siempre el cliente, es por esta razón que las empresas que brinden servicios tienen que ofrecer un servicio de buena calidad, lo que implica que no se trata solamente de ofrecer el servicio al cliente si no que se debe tratar de buena forma al cliente para poder asegurar que este se sienta satisfecho con el servicio y, por lo tanto, asegurar su fidelidad a la empresa.

La mayoría de las proporciones de negocios surgen como la búsqueda de una oportunidad rentable; con todo, en el sector público los servicios son implantados casi siempre para atender necesidades sociales y macroeconómicas.

Algunas empresas enfatizan los objetivos sociales dando prioridad a los servicios de mayor relevancia social, aun con perjuicio de la realidad global al paso que otras enfatizan los objetivos y estrategias de mercadeo más relacionados con la expansión del mercado y de la diversificación de la oferta de servicios.

Un buen servicio puede asegurar la venta futura de la empresa, si se busca la satisfacción del cliente y la disposición de quien la recomienda, son elementos impredecibles de la noción del servicio al cliente.

Las organizaciones mediante los servicios que presta, tienen objetivos que cumplir, los cuales, después de ser estudiados son transformados o bien se realiza un cambio mediante el servicio específico, con lo que podremos comprender de mejor manera en lo que consiste nuestro servicio que, en este caso, es la educación superior.

El compuesto de servicios comercializados como producto necesita considerar al diseño que debe tener la organización, en la configuración del servicio se debe respetar las características y deseos de los consumidores, lo que significa enfatizar la presentación del servicio de modo que estimule un consumo adecuado.

El precio es un factor importante en toda unidad de servicio, aunque las tarifas de servicio público sean manejadas, generalmente, por el gobierno es fundamental

que ellas tengan una adecuada correlación entre el precio y la calidad del servicio; la calidad de un buen servicio muchas veces pueden justificar un precio un poco por encima de ciertas expectativas, sin embargo, un mal servicio no justifica siquiera un precio ínfimo, por lo tanto es necesario que la política de precios sea adecuada a la remuneración de los servicios prestados, cubriendo los costos y proporcionando una utilidad socialmente aceptable.

Para la realización de la clasificación especial de los servicios tenemos que efectuar dos interrogantes primordiales como lo son: “¿A quién o qué está dirigido, esta actividad?, ¿Es esta una actividad tangible o intangible?”

## **CAPITULO III**

### **INVESTIGACION DE MERCADOS**

#### **3.1 Introducción**

La investigación de mercados está orientada a conocer las diferentes necesidades y los requerimientos que las empresas industriales exigen a las personas, tituladas o egresadas, justificando de esta manera la posible inversión en este producto.

En la actualidad, en que nos encontramos con la economía globalizada podemos observar que los consumidores son cada vez más exigentes, por lo que ha surgido la inquietud de satisfacer la necesidad de formar estudiantes mas competentes y mas preparados para enfrentar el mundo de los negocios.

Para la realización de este trabajo se analizaron a las empresas tarijeñas, a los estudiantes que egresaron en las gestiones 2000, 2001, 2002 de la carrera de administración de empresas y a los docentes de la misma carrera.

Quienes mediante una serie de preguntas abiertas y cerradas proporcionaron los datos necesarios para lograr buscar una solución al problema ya planteado, es por ello que a continuación detallamos la manera que se llevó a cabo la investigación de esos tres mercados.

### **3.2 Diseño de la investigación**

Mediante la estructura de investigación se podrá llevar a cabo el proyecto de investigación de mercados, especificando el procedimiento para obtener información que se requiere y, de esta manera, poder determinar los problemas o bien resolverlos.

#### **3.2.1 Definición de la información Necesaria**

La información está orientada a determinar la relación entre las empresas de nuestra ciudad con la Universidad, específicamente con la carrera de Administración de Empresas y para detectar qué es lo que requieren las empresas cuando solicitan personal, para lo cual se deberá tomar en cuenta:

- Qué características académicas deben o deberían tener los titulados de la Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho” para poder acceder el cargo que este disponible.
- Determinar si la Carrera de Administración de Empresas necesita implantar programas técnicos para que sus futuros profesionales puedan colmar las expectativas de las diferentes empresas.
- Si las empresas están dispuestas a trabajar con personas que son egresadas o recién tituladas, brindándoles oportunidad de enfrentarse a las características que presenta el entorno.
- También se tomará en cuenta si las empresas en estudio toman mucha importancia o les brindan mayores oportunidades a personas que no son de nuestra región.
- Determinar si es imprescindible la edad en las personas que realizan las labores dentro de la empresa.

- Otro factor importante que se tomara en cuenta es si es que las empresas prefieren trabajar con personas que hayan estudiado fuera de nuestra ciudad.

### 3.2.2 Tipo de investigación

Para el desarrollo de la investigación de mercados de la Carrera de Administración de Empresas se desarrollaron dos diseños:

- **Investigación exploratoria** Se realizó para determinar los requerimientos que se tomarán en cuenta al momento de que las empresas de nuestra región estén solicitando personal, y qué otras necesidades tiene la universidad para poder ofertar cada vez mejores profesionales.
- **Investigación descriptiva** Se determinó la percepción que tienen las empresas industriales de los estudiantes titulados de nuestra universidad y, específicamente a alumnos que pertenecen a la carrera de Administración de Empresas.
- **Investigación causal** Se la utilizó para determinar la relación causa - efecto de las empresas industriales con la Universidad - Carrera de Administración de Empresas.

### 3.2.3 Procedimiento de la escala y medición

El cuestionario fue realizado tomando en cuenta las escalas dicotómicas, de relación, nominales; utilizando las técnicas comparativas y no comparativas.

Las encuestas están elaboradas de la siguiente manera:

- Título de la encuesta
- Destinatario de la encuesta
- Consigna

- Cuerpo de preguntas, las cuales están dirigidas a empresas industriales, a alumnos egresados y titulados de los años 2000, 2001, 2002 de la Carrera de Administración de Empresas y a docentes titulares de la Carrera.

### **3.2.4 Proceso de muestreo**

#### **3.2.4.1 Definición del muestreo**

Para determinar nuestro tamaño de muestra se tomaron en cuenta a:

**Primero.** Las empresas industriales de la ciudad de Tarija, puesto que son ellas las principales reclutadoras de personal y se necesitan conocer cuales son los requerimientos de su empresa al momento de contratar personal.

**Segundo.** Todos las personas que hayan egresado a partir del año 2000, pues son ellas las que se encuentran en las calles solicitando trabajo y los que pueden informar acerca de cuáles son las aptitudes y conocimientos que les exigen al momento de presentarse en alguna empresa de nuestra ciudad.

**Tercero.** A docentes que son titulares de las materias del pensum de la Carrera de Administración de Empresas.

#### **3.2.4.2 Proceso de selección del tamaño de muestra de las empresas industriales y de egresados**

Para determinar el tamaño de muestra se aplico un muestreo aleatorio simple, en base a un listado de las empresas industriales que se encuentran registradas en la Cámara Departamental de Industrias, y el listado de los alumnos que egresaron en los años 2000,2001 y 2002 de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras.

### 3.2.4.3 Determinación del tamaño de la muestra de las empresas industriales

Para obtener el tamaño de la muestra, se vio por conveniente utilizar toda nuestra población de empresas industriales, que alcanzan a un número de treinta y dos en nuestra región.

El motivo por el que se determinó utilizar como muestra a todas las empresas industriales de nuestra ciudad, se debe a que es necesario conocer los requerimientos de los diferentes sectores industriales encontrados en nuestra campaña tarijeña.

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

#### Donde:

**N** = Tamaño de la población

**p** = Probabilidad de que ocurra el evento

**q** = Probabilidad de que no ocurra el evento

**e** = Error permisible de estimación

**Z<sup>e/2</sup>** = Unidades estándar dado un nivel de confianza específico

#### Remplazando la fórmula:

$$n = \frac{32 * 0.5 * 0.5 * (1.96)^2}{(32 - 1) * (0.08)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 26.52 = 27 \text{ industrias tarijeñas}$$

El tamaño de la muestra obtenida es de 27 empresas industriales, pero se debe obtener la muestra ajustada para una mayor exactitud, por lo que se utiliza la siguiente fórmula:

$$n_o = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$

**Donde:**

**n** = Tamaño de muestra

**N** = Tamaño de la población

**Remplazando la fórmula:**

$$n_o = \frac{27}{1 + \frac{27}{32}}$$

$$n_o = 14.6440 = \mathbf{15 \text{ empresas industriales}}$$

### CUESTIONARIO

Este cuestionario tiene como objeto conocer cuáles son las exigencias que tienen las empresas para contratar personal.

1. Entidad:.....

2. Usted prefiere trabajar con personas que sean de sexo:

Femenino       Masculino       Ambos

3. Su empresa se encuentra en condiciones para contratar a personas que sean:

Lic. en ADM       Otros Títulos       Egresados en ADM



Liderazgo					
Psicología laboral					
Sociología organizativa					
Derecho laboral					
Trabajo en equipo					
Creatividad					
Innovación					
Conocimiento en relaciones Públicas					
Solucionar problemas					
Capacidad para tomar decisiones					

9. ¿Con que nivel de profesionales prefiere trabajar, según el área en que se esté requiriendo de personal? : ( Favor marcar en orden de importancia del 1 al 4).

NIVELES	ÁREAS			
	RR.HH.	Finanzas	Marketing	Producción
Licenciatura				
ADM				
ECO				
AUD				
Ing. Comercial				
Otros				
Técnicos				
ADM				
ECO				
AUD(contadores)				
Ing. Comercial				

- 10.¿En su empresa existen personas que culminaron sus estudios en la U.A.J.M.S.?

Si

No

Si su respuesta es negativa favor pasar a la pregunta # 11

Si su respuesta es positiva favor pasar a la pregunta # 12

11. ¿Usted dio o daría oportunidad a personas que obtuvieron su titulación en la U.A.J.M.S. a tener una participación activa dentro de su empresa?

Si  No

12. ¿Esas personas son nacidas en? :

Tarija  Bolivia  el exterior

13. ¿Al contratar personal para un cargo administrativo éste debió obtener su preparación académica en universidades?:

Estatales  Privadas  Indiferente

14. ¿Le parece importante que los postulantes a un cargo administrativo en su empresa hayan obtenido su titulación en?:

Tarija  Bolivia  Exterior  Indiferente

15. ¿Para contratar personal a un cargo administrativo, usted toma en cuenta las calificaciones obtenidas en los años de estudio universitario?

Si  No

16. ¿Qué aspectos considera que deberían existir para crear una mayor relación entre las empresas y la U.A. J.M.S.?

Nombrar:-----

17. ¿Considera importante que la U.A.J.M.S. desarrolle programas de apoyo para las empresas tarijeñas?

Si  No

18. ¿Usted acudiría a la U.A.J.M.S. para que se le realicen trabajos para su empresa, sea de: Finanzas, Marketing, Producción y de Recursos Humanos?

Si  No

19. ¿Usted, tendría algún inconveniente en que los programas o trabajos que su empresa solicite sean realizados por alumnos que cursen el quinto año o sean egresados?

Si  No

20. ¿Usted como percibe a los profesionales de la U.A.J.M.S, específicamente a los de Administración de Empresas.?

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
MALO								BUENO

21. ¿Cómo cree que se podría mejorar la formación de los profesionales de la Carrera de Administración de Empresas?

-----

22. ¿Si la Universidad brindara servicio de capacitación para el personal de las empresas, estaría dispuesto a adquirir estos servicios para mejorar el desempeño de sus empleados?

Si  No

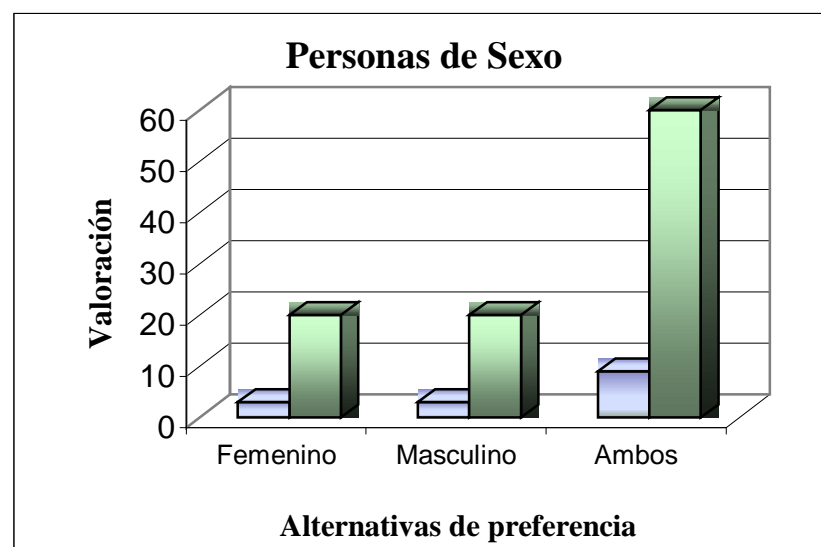
### 3.2.4.4 Análisis de datos de las empresas industriales

**Pregunta N° 1** ¿Usted prefiere trabajar con personas que sean de sexo?

**Cuadro N°1**

Alternativas	Frecuencia	Porcentual
Femenino	3	20%
Masculino	3	20%
Ambos	9	60%
TOTAL	15	100%

**GráficoN°1**



**Interpretación:**

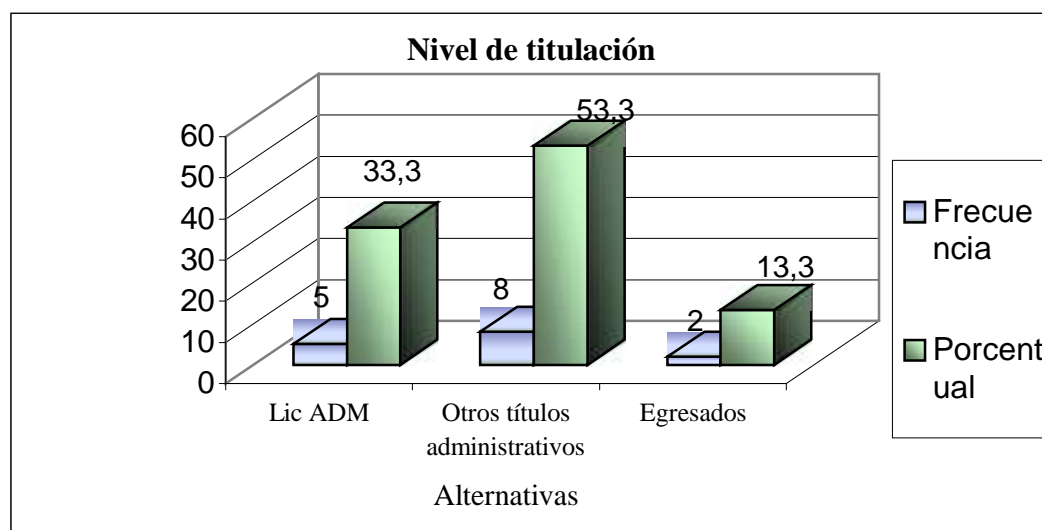
Efectuando el análisis en las empresas industriales de la ciudad de Tarija, se pudo constatar que las empresas no tienen ningún problema en trabajar con personas de ambos sexos como se puede observar en el cuadro anterior representando el 60 %, y representando el 20 % se encuentran las empresas que prefieren trabajar solo con personas que son del sexo femenino, y el otro 20 % como de sexo masculino.

**Pregunta N° 2** Su empresa se encuentra en condiciones de contratar a personas que sean:

**Cuadro N°2**

Alternativas	Frecuencia	Porcentual	Validación %	% Acumulativo
Lic ADM	5	33,3	33,3	33,3
Otros títulos administrativos	8	53,3	53,3	86,7
Egresados	2	13,3	13,3	100
TOTAL	15	100	100	

**Gráfico N°2**



**Interpretación:**

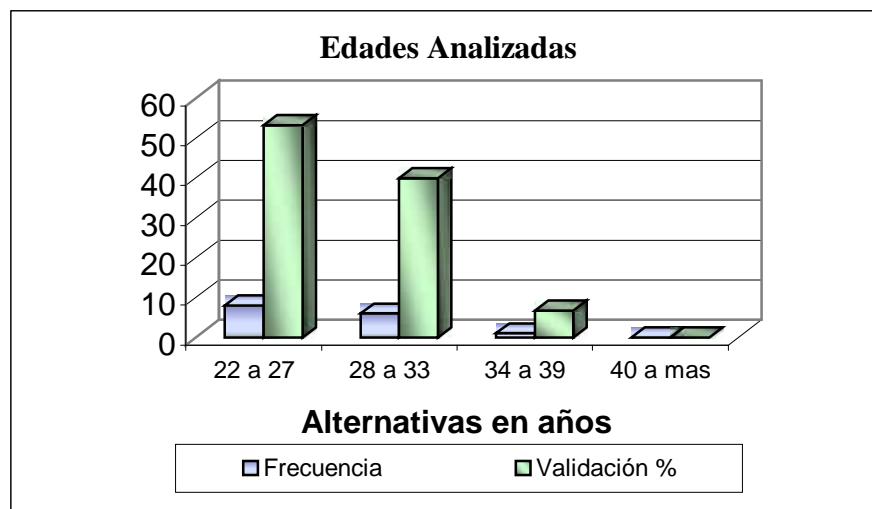
Las empresas industriales de nuestra ciudad están en condiciones de contratar a personas que tengan otros títulos administrativos como se puede observar en el cuadro en el cual están representando el 53.3 %, luego, se encuentran representando un 33.3 % las empresas que solo pueden contratar a personas que sean Licenciados en Administración de Empresas, y con un 13.3 % se encuentran empresas que se encuentran en condiciones de contratar a personas egresadas, de la Carrera de Administración de Empresas.

**Pregunta n° 3**

Prefiere trabajar con persona que tengan entre los años que se indican:

**Cuadro N° 3**

Alternativas	Frecuencia	Porcentual
22 a 27	8	53,3%
28 a 33	6	40%
34 a 39	1	6,7%
40 a mas	0	0%
TOTAL	15	100

**Gráfico N° 3****Interpretación:**

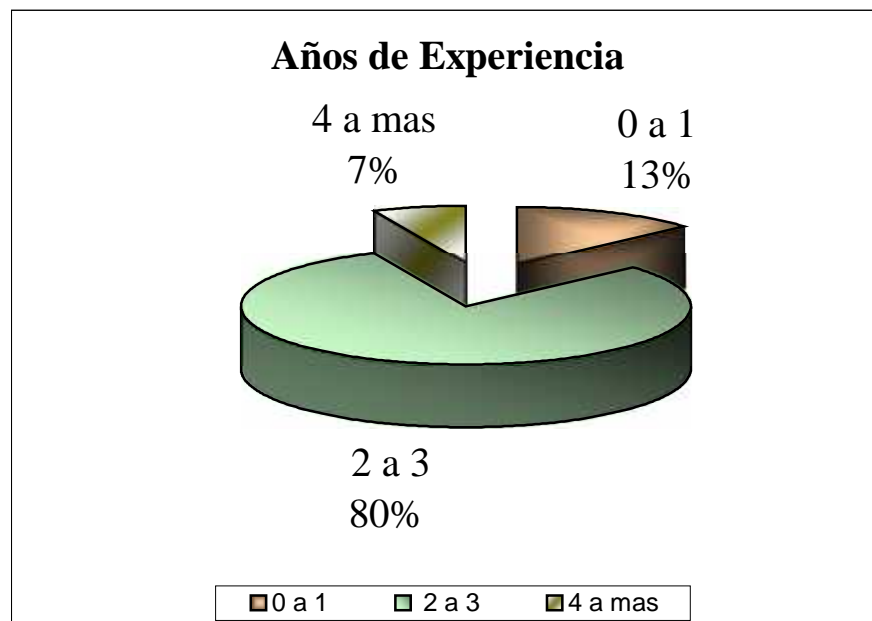
Las empresas industriales que fueron motivo de estudio, muestran que prefieren trabajar con personas que tengan aproximadamente de 22 a 27 años de edad, representando con un 53.3% siendo éste el porcentaje más representativo de la muestra obtenida; seguidamente, se encuentran las personas que están entre los 28 a 33 años representando el 43 %, y siendo uno de los menos representativos se encuentran las personas que están entre los 34 a 39 años representando el 6.7 %, y por último, se encuentran las personas que están entre los 40 años o más representando el 0 %.

**Pregunta n° 4**

Cuantos años de experiencia deben tener los postulantes a cargos administrativos dentro de su empresa?

**Cuadro N°4**

Alternativas	Frecuencia	Porcentual
0 a 1	2	13,3
2 a 3	12	80
4 a mas	1	6,7
TOTAL	15	100

**Gráfico N°4****Interpretación:**

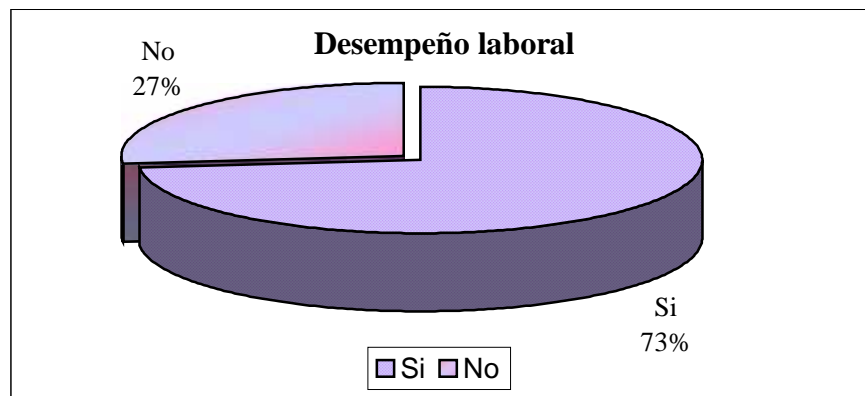
Los años de experiencia laboral de las personas es de gran importancia, en las empresas tarijeñas se considera que es necesario que las personas deben tener una experiencia de 2 a 3 años como se puede observar en el cuadro anterior, representando el 80 %, con un 13 % están las personas que tienen de cero a un año de experiencia y, por último, las personas con cuatro años o más de experiencia, representando el 7 %.

**Pregunta n° 5**

¿Cree que las personas más jóvenes puedan desempeñarse de manera más eficiente en las diferentes actividades que se le designen?

**Cuadro N°5**

Alternativas	Frecuencia	Porcentual
Si	11	73,3
No	4	26,7
TOTAL	15	100

**Gráfico N°5****Interpretación**

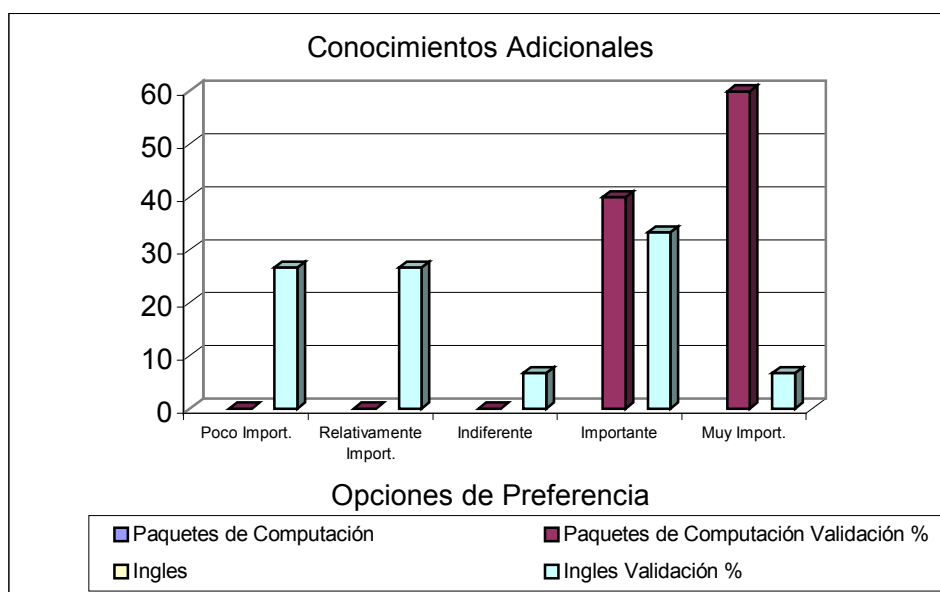
Del total de las empresas encuestadas se pudo constatar que el 73 % consideran que Sí los jóvenes profesionales se pueden desempeñar de manera más eficiente en los cargos que ocupen, mientras que el restante 17 % de las empresas consideran que los jóvenes No se pueden desempeñar mejor que las personas mayores.

**Pregunta n ° 6**

¿Qué conocimientos cree que son necesarios o complementarios debe o debería tener un postulante a un cargo administrativo dentro de su empresa?

**Cuadro N°6**

Alternativas	Paquetes de Computación		Ingles	
	Frecuenci	Validación	Frecuenci	Validación
	a	%	a	%
Poco Import.	0	0	4	26,7
Relativamente Import.	0	0	4	26,7
Indiferente	0	0	5	6,7
Importante	6	40	1	33,3
Muy Import.	9	60	5	6,7
TOTAL	15	100	15	100

**Gráfico N°6****Interpretación**

Las empresas entrevistadas consideran que los postulantes a los cargos que éstas ofrezcan tengan algunas características como ser: conocimiento en computación, que el cuadro muestra que está representado con el 60 % calificándolo de muy importante, y dándole una valoración de importante que en el cuadro esta representado por el 40 %, y tomando en cuenta el conocimiento en Inglés se puede observar que el 33.3 % representa a las

personas que consideran que es importante, seguidamente con un porcentaje del 26.7 % se encuentran las personas que consideran que es poco importante y relativamente importante, mientras que el restante 6.7 % se encuentra el mismo porcentaje las alternativas de indiferente y muy importante.

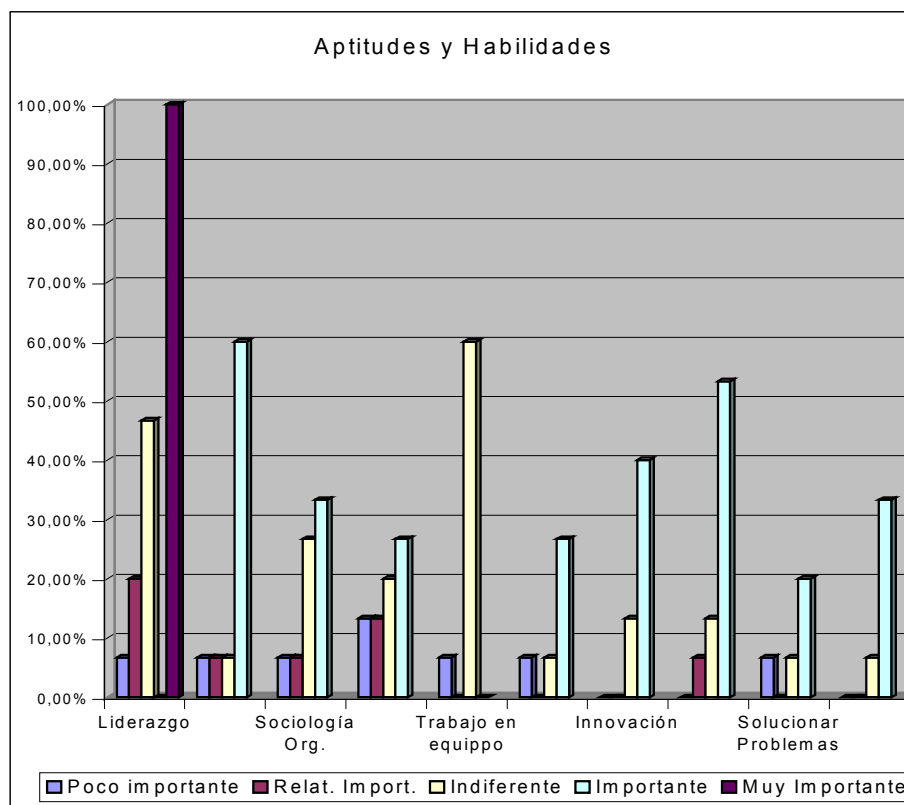
**Pregunta N° 7**

¿Qué aptitudes y / o habilidades debe tener un postulante a un cargo administrativo en su organización?

**Cuadro N°7**

VARIABLES	Alternativas				
	Poco Importante	Relativa-mente. Importante	Indiferente	Importante	Muy Importante
Liderazgo	6,70%	20%	46,70%	0%	26,70%
Psicología Laboral	6,70%	6,70%	6,70%	60%	20%
Sociología Organizacional.	6,70%	6,70%	26,70%	33,30%	26,70%
Derecho laboral	13,30%	13,30%	20%	26,70%	26,70%
Trabajo en equipo	6,70%	0%	60%	0%	33,30%
Creatividad	6,70%	0%	6,70%	26,70%	60%
Innovación	0%	0%	13,30%	40%	46,70%
Relaciones Públicas	0%	6,70%	13,30%	53,30%	26,70%
Solucionar Problemas	6,70%	0%	6,70%	20%	66,70%
Capacidad en Toma de Decisiones.	0%	0%	6,70%	33,30%	60%

Gráfico N° 7



### ***Interpretación***

La variable más representativa dentro de las valoraciones asignadas de muy importante es la de solucionar problemas, la cual está representada con el 66.7 %; la segunda más representativa es la de innovación con un porcentaje del 46.7 %; con un 33.30 % se encuentra el trabajo en equipo.

Respetando la valoración de importante tenemos a : Psicología laboral con un 60 %; Relaciones públicas con un 53.3 % y con un 40 % toman como importante a la innovación.

Valorándolo como indiferente, se menciona a las variables con un mayor valor porcentual en el análisis realizado como es el Trabajo en equipo representado por el 60 %, Liderazgo con un 46.7 %, y con un 26.7 % a la Sociología laboral.

Las variables consideradas como relativamente importantes son: Liderazgo con el 20 %, con el 13.3 % está el Derecho laboral y con un porcentaje de 6.7 % están las variables Psicología laboral, Derecho laboral y el conocimiento en Relaciones públicas.

Las empresas industriales consideran poco importante que las personas tengan los conocimientos en Derecho laboral con un 13.3 %; con el 6.7 % se encuentran Liderazgo, Psicología laboral, Sociología organizativa, Trabajo en equipo, creatividad e innovación.

**Pregunta N° 8**

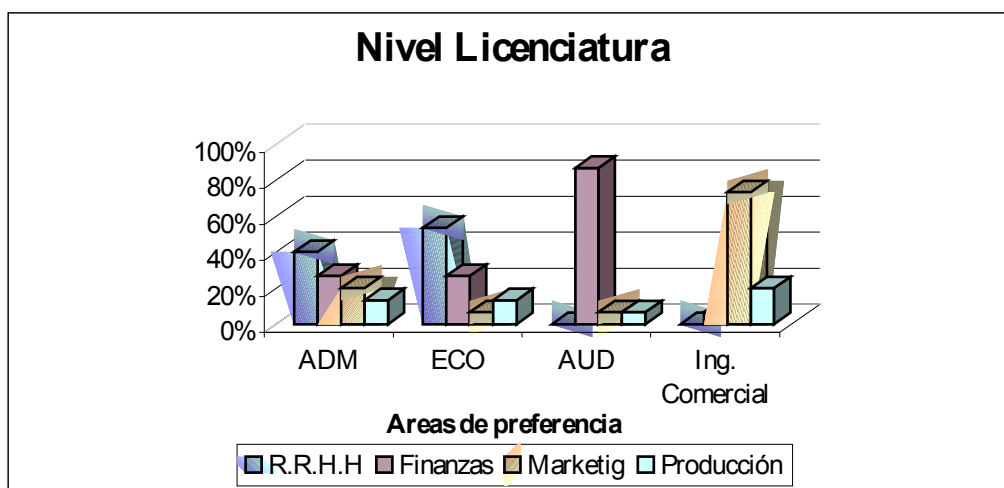
¿Con que nivel de profesionales prefiere trabajar, según el área que se esté requiriendo de persona?

**Cuadro N° 8**

Niveles	Áreas			
	RR.HH	Finanzas	Marketing	Producción
<b>LICENCIATURA</b>				
ADM	40%	26,70%	20%	13,30%
ECO	53,30%	26,70%	6,70%	13,30%
AUD	0%	86,70%	6,70%	6,70%
Ing. Comercial	0%	6,70%	73,30%	20%
<b>TECNICO</b>				
ADM	53,30%	13,30%	20%	13,30%
ECO	26,70%	33,30%	13,30%	26,70%
Contadores	0%	53,30%	20%	26,70%
Ing. Comercial	6,70%	13,30%	40%	40%

**Gráfico N° 8-1**

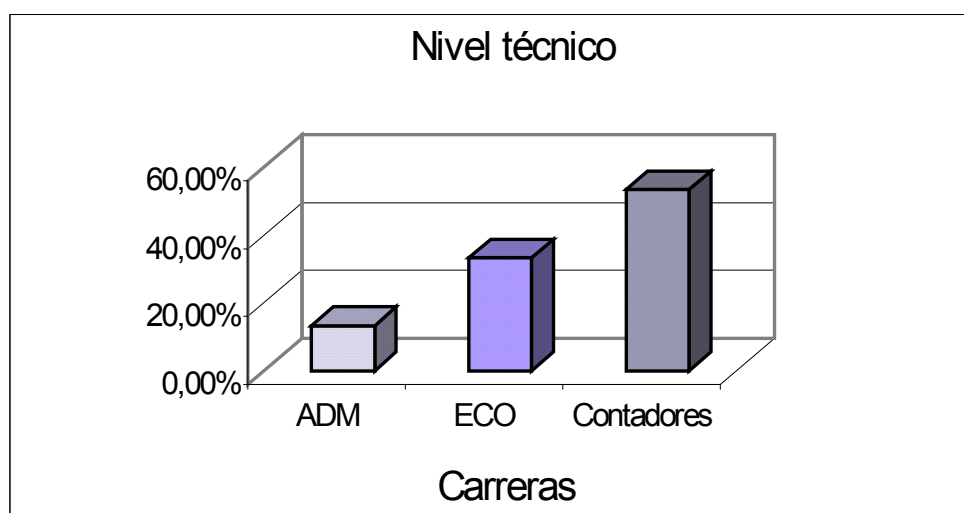
Niveles	Áreas			
	RR.HH	Finanzas	Marketing	Producción
<b>LICENCIATURA</b>				
ADM	40%	26,70%	20%	13,30%
ECO	53,30%	26,70%	6,70%	13,30%
AUD	0%	86,70%	6,70%	6,70%
Ing. Comercial	0%	6,70%	73,30%	20%
<b>TECNICO</b>				
ADM	53,30%	13,30%	20%	13,30%
ECO	26,70%	33,30%	13,30%	26,70%
Contadores	0%	53,30%	20%	26,70%
Ing. Comercial	6,70%	13,30%	40%	40%



### ***Interpretación***

En el nivel de licenciatura, según los datos obtenidos con la encuesta realizada, se puede observar que los profesionales titulados en Administración de empresas por lo general, son solicitados para un cargo de Recursos humanos, representándose éste con el 40 %. Los profesionales titulados en Economía son solicitados para cargos también de Recursos humanos representando un porcentaje del 53.3 %; a los profesionales Auditores en las empresas tarijeñas, se los contrata para cargos Financieros, el que está representado por el 86.7 %, y los profesionales que son Ingenieros comerciales son contratados para cargos en el área de Marketing, representando el 73.3 %.

**Gráfico N° 8-2**



### ***Interpretación***

A nivel Técnico se puede observar que las empresas prefieren trabajar con personas que estudiaron Contaduría para el área de Finanzas, como se puede observar en el gráfico el cual está representando el 53.3 %; seguidos de la Carrera de economía representando el 33.3 % y que en menor porcentaje, pero igual se los contrata para el área de Finanzas y, por último, tenemos a la Carrera de Administración de Empresas representada con el 53.3 % a los cuales se los contrata, generalmente, para el área de Recursos humanos.

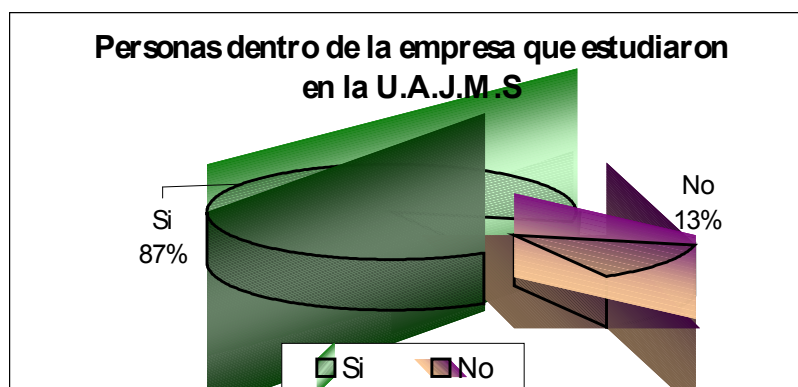
### ***Pregunta N° 9***

¿Dentro de su empresa existen personas que culminaron sus estudios en la U.A.J.M.S.?

**Cuadro N° 9**

Alternativas	Frecuencia	Porcentual
Si	13	86,70%
No	2	13,30%
TOTAL	15	100

**Gráfico N° 9**



### ***Interpretación***

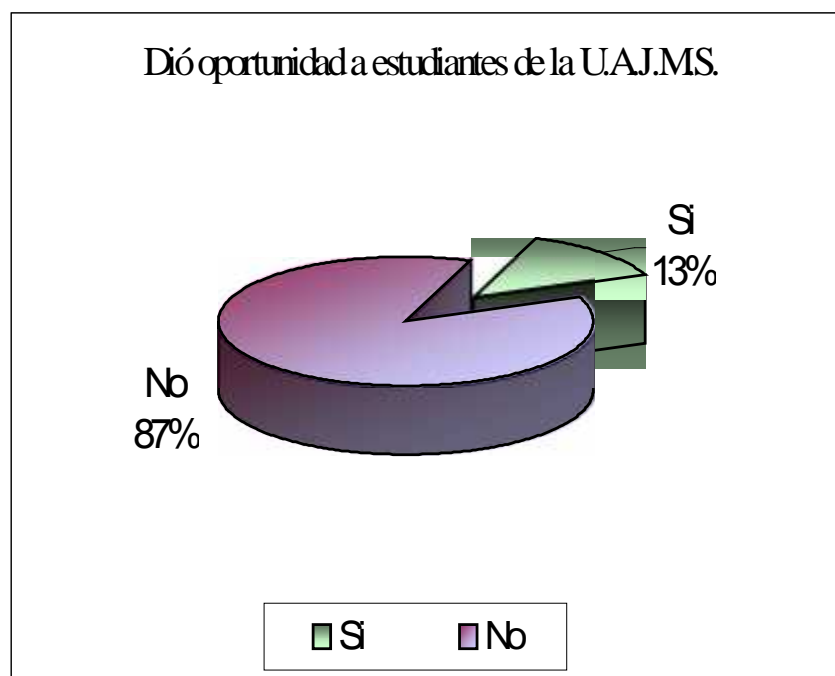
Del total de las empresas tarijeñas un 87 % Si están compuestas por profesionales que se formaron en la universidad Autónoma “Juan Misael Saracho”, mientras que el 13 % restante son personas que culminaron sus estudios en otras universidades.

**Pregunta N° 10**

¿Usted dio o daría oportunidad, a personas que obtuvieron su titulación en la U.A.J.M.S. a tener una participación activa dentro de su empresa?

**Cuadro N° 10**

Alternativas	Frecuencia	Porcentual
Si	2	13,30%
No	13	86,70%
TOTAL	15	100

**Gráfico N° 10****Interpretación**

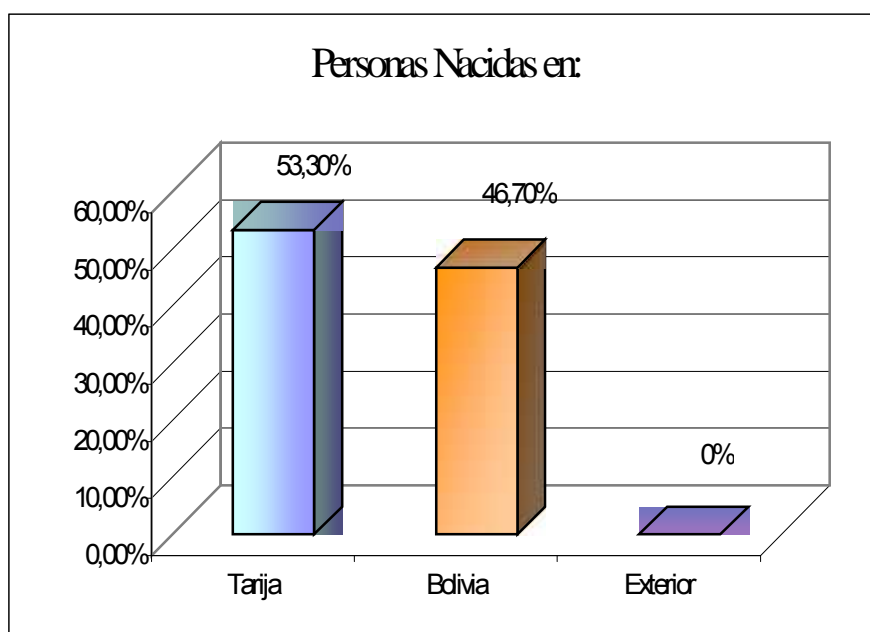
Las empresas industriales de Tarija Si darían oportunidad a personas que estudiaron en la Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho”, el cual está representado con el 87 % como muestra el gráfico anterior, y con un 13 % del total de las empresas encuestadas son las que no estarían de acuerdo con darle oportunidad a personas que culminaron sus estudios en nuestra Universidad.

**Pregunta N° 11**

¿Esas personas son nacidas en?

**Cuadro N° 11**

Alternativas	Frecuencia	Porcentual
Tarija	8	53,30%
Bolivia	7	46,70%
Exterior	0	0%
TOTAL	15	100%

**Gráfico N° 11****Interpretación**

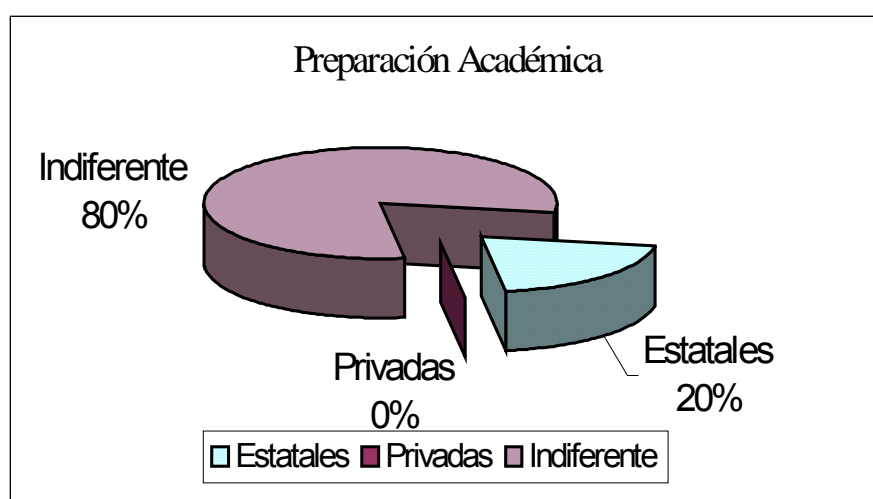
Del total de las personas que estudiaron en la Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho” un 53.3 % son del Departamento de Tarija, el 46.7 % representa a las personas que son nacidas en Bolivia, y del exterior no existe ninguna el cual está representada con el 0 % como indica el gráfico N° 11.

**Pregunta N° 12**

¿Al contratar personal para un cargo Administrativo este debió obtener su preparación académica en Universidades?

**Cuadro N° 12**

Alternativas	Frecuencia	Validación %
Estatales	3	20
Privadas	0	0
Indiferente	2	80
TOTAL	15	100

**Gráfico N° 12****Interpretación**

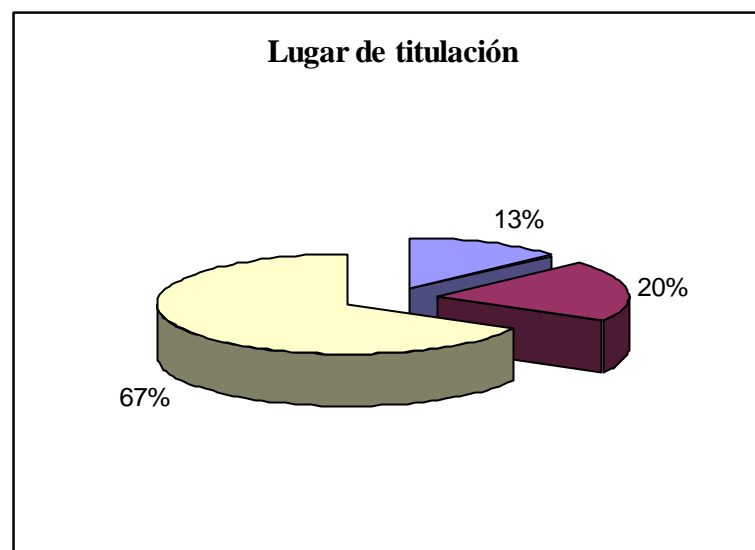
Para las empresas tarijeñas les resulta indiferente si su preparación académica fue obtenida en universidades privadas o estatales como muestra el gráfico anterior, el cual está representado por el 80 %, mientras que un 20 % prefieren trabajar con personas que tuvieron su preparación en universidades estatales, y con un 0 % se encuentra aquellas empresas que no tienen interés en trabajar con personas que culminaron sus estudios en universidades privadas.

**Pregunta N° 13**

¿Le parece importante que los postulantes a un cargo administrativo dentro de su empresa hayan obtenido su titulación en? :

**Cuadro N° 13**

Alternativas	Frecuencia	Validación %
Tarija	2	13,3
Bolivia	3	20
Indiferente	10	66,7
<b>TOTAL</b>	15	100

**Gráfico N° 13****Interpretación**

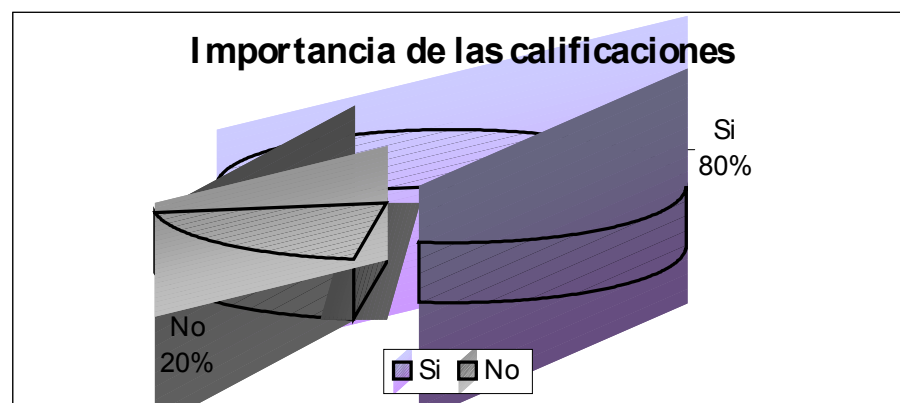
El lugar donde hayan obtenido la titulación los profesionales que postulan a cargos en las empresas Tarijeñas no es de gran importancia, puesto que según los datos obtenidos de las encuestas realizadas estas indican que un 67 % les es indiferente el lugar donde obtuvieron su titulación; con un 20 % se encuentran aquellas empresas que prefieren trabajar con personas que obtuvieron su titulación en el resto de Bolivia y, por último con un porcentaje menor del 13 % se encuentran aquellas empresas que prefieren trabajar con profesionales que estudiaron en el Departamento de Tarija.

**Pregunta N° 14**

¿Para contratar personal a un cargo administrativo usted toma en cuenta las calificaciones obtenidas en los años de estudio universitario?

**Cuadro N° 14**

Alternativas	Frecuencia	Validación %
Si	13	80
No	2	20
TOTAL	15	100

**Grafico N° 14****Interpretación**

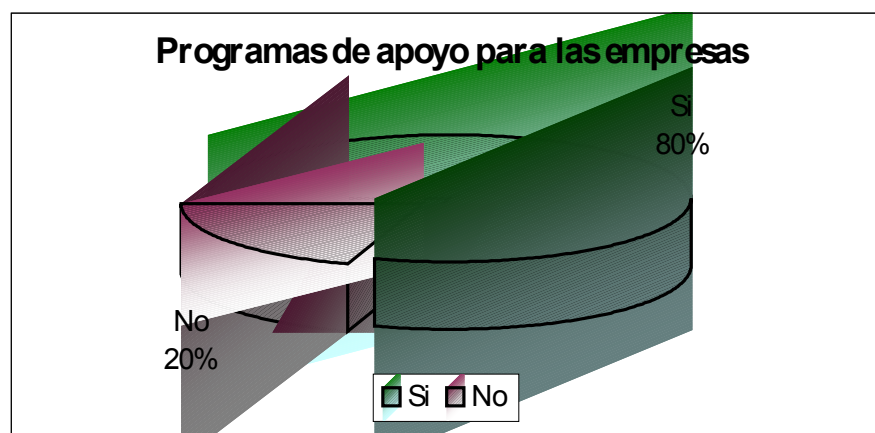
Del total de la muestra de las empresas industriales estudiadas, se pudo determinar que el 80 % de ellas toman en cuenta las calificaciones obtenidas en los años de estudio para contratar a su personal, mientras que el 20 % restante no toman en cuenta tales calificaciones.

**Pregunta N° 15**

¿Considera importante que la U.A.J.M.S. desarrolle programas de apoyo para las empresas tarijeñas?

**Cuadro N° 15**

Alternativas	Frecuencia	Porcentual
Si	13	80%
No	2	20%
TOTAL	15	100%

**Grafico N° 15****Interpretación**

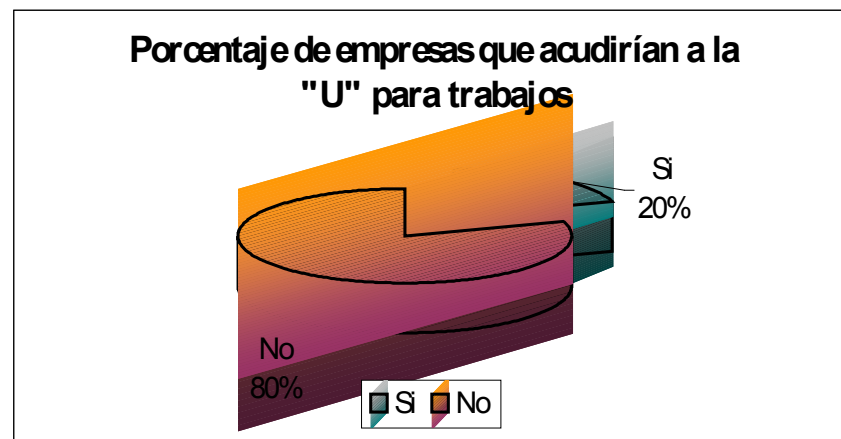
Un 80 % de las empresas estudiadas consideran que Si es positivo que se desarrollen programas de apoyo para sus empresas y un 20 % no están de acuerdo con que se les desarrolle estos programas.

**Pregunta N° 16**

Usted acudiría a la U.J.M.S. par que se le realicen trabajos para su empresa ya sean de Finanzas, Marketing, Producción y de Recursos Humanos?

**Cuadro N°16**

Alternativas	Frecuencia	Porcentual
Si	2	20 %
No	13	80 %
TOTAL	15	100 %

**Gráfico N° 16****Interpretación**

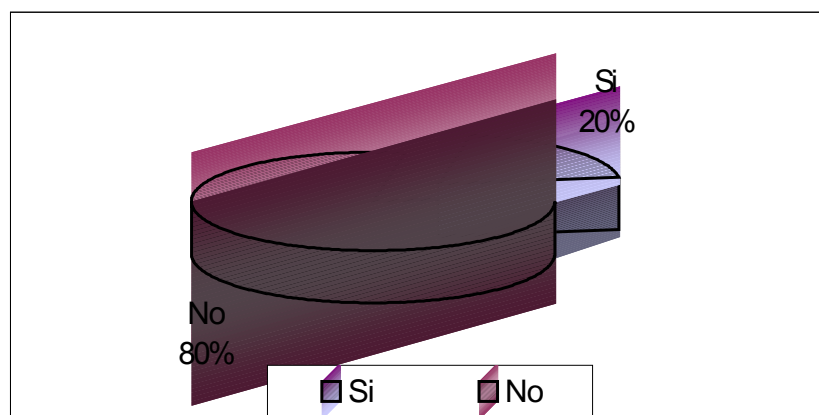
Del total de las empresas industriales que fueron motivo de estudio arrojaron los siguientes datos: que un 80 % no acudirían a que los alumnos de la Carrera de Administración de Empresas realicen trabajos, en el área financiera, de marketing, de producción y recursos humanos un 20 % esta de acuerdo con que alumnos de la carrera sean los que realicen indicados trabajos, como podemos observar en el anterior gráfico.

**Pregunta N° 17**

¿Usted tendría algún inconveniente que los trabajos que su empresa solicite sean realizados por alumnos que cursen el quinto año o sean egresados?

**Cuadro N° 17**

Alternativas	Frecuencia	Porcentual
Si	3	20%
No	12	80%
TOTAL	15	100

**Grafico N°17****Interpretación**

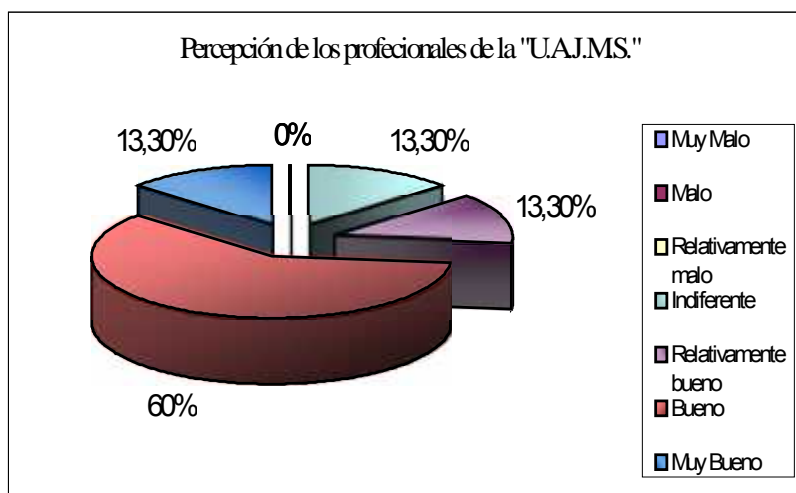
El 80 % de las empresas industriales que fueron motivo de estudio no tendrían ningún inconveniente en que los trabajos que soliciten sean realizados por alumnos de 5° año o sean egresados de la U.A.J.M.S., en tanto que el 20 % no están de acuerdo con que los trabajos sean realizados por los mencionados alumnos.

**Pregunta N° 18**

¿Usted como percibe a los profesionales de la U.A.J.M.S. y más específicamente de la carrera de Administración de Empresas?

**Cuadro N° 18**

Alternativas	Frecuencia	Porcentual
Muy Malo	0	0
Malo	0	0
Relativamente malo	0	0
Indiferente	2	13,3
Relativamente bueno	2	13,3
Bueno	9	60
Muy Bueno	2	13,3
TOTAL	15	100

**Gráfico N° 18****Interpretación**

Los profesionales de la U.A.J.M.S. son considerados como buenos por las empresas industriales, como se puede apreciar en el gráfico que está representado por el 60 %, y con un porcentaje del 13.30 % se encuentran aquellas empresas que consideran a los profesionales como de muy bueno, relativamente bueno e indiferente.

### 3.2.4.5 Determinación del tamaño de la muestra de los alumnos egresados

Para obtener la muestra de los egresados, se tomo en cuenta el total de los alumnos egresados de las gestiones 2000, 2001 y 2002 de la Carrera de Administración de Empresas, para que con estos datos se pueda determinar qué es lo que las empresas tarijeñas requieren de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras.

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

**Donde:**

**N** = Tamaño de la población

**p** = Probabilidad de que ocurra el evento

**q** = Probabilidad de que no ocurra el evento

**e** = Error permisible de estimación

**Z<sup>e/2</sup>** = Unidades estándar dado un nivel de confianza específico

**Remplazando la formula:**

$$n = \frac{191 * 0.5 * 0.5 * (1.96)^2}{(191 - 1) * (0.08)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 86.67 = 87 \text{ Alumnos}$$

$$n_o = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$

**Donde:**

**n** = Tamaño de muestra

**N** = Tamaño de la población

**Reemplazando la fórmula:**

$$n_o = \frac{87}{1 + \frac{87}{191}}$$

$n_o = 60$  personas egresadas

### CUESTIONARIO

1. Sexo:  
 F  M
2. ¿Considera que el sexo es una limitante para conseguir trabajo en las empresas Tarijeñas?  
 Si  No
3. ¿Cómo ve el campo laboral en Tarija?  
 Bueno  Regular  Malo
4. ¿Consideras que los empresarios Tarijeños prefieren trabajar con que personas que hayan obtenido sus estudios en Universidad:  
 Pública  Privada  Indiferente
5. ¿Usted tiene algún trabajo actualmente?  
 Si  No
6. ¿Cuanto tardó en conseguir trabajo desde que salió de la universidad?  
 Menos de 6 meses  12 meses  18 meses o más
7. ¿En cuantos trabajos estuvo desde que culminaron sus estudios universitarios?  
 1 a 2  3 a 4  5 a más

8. ¿Cuanto tiempo permaneció en cada uno de sus trabajos?  
 1 a 3 meses  4 a 6 meses  7 a más

9. ¿Qué área ocupa en su trabajo actual?

Producción	<input type="checkbox"/>
Finanzas	<input type="checkbox"/>
Marketing	<input type="checkbox"/>
R.R.H.H	<input type="checkbox"/>
Docencia	<input type="checkbox"/>
Alta Gerencia	<input type="checkbox"/>
Tecnología de Información	<input type="checkbox"/>

Otros especifique por favor:-----

---

10. El cargo que ocupa cubrió sus expectativas?

Si  No

Por que:-----

11. ¿A través de que medio consiguió trabajo?

Prensa escrita	<input type="checkbox"/>
Prensa hablada	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>
Colegio profesional	<input type="checkbox"/>
Recomendación	<input type="checkbox"/>
Examen	<input type="checkbox"/>
Partido político	<input type="checkbox"/>
Ninguno	<input type="checkbox"/>

12. ¿En que clase de empresa trabaja?

Telecomunicación	<input type="checkbox"/>
Financiera	<input type="checkbox"/>
Administración pública	<input type="checkbox"/>
Administración privada	<input type="checkbox"/>
Sociales	<input type="checkbox"/>
Salud	<input type="checkbox"/>
Consultoría	<input type="checkbox"/>
Servicio de información	<input type="checkbox"/>
Elaboración de proyectos	<input type="checkbox"/>
Transporte	<input type="checkbox"/>
Ninguno	<input type="checkbox"/>

Si su respuesta es ninguno favor pasar a la pregunta N° 13

13. ¿Considera que hubo algún factor que le impidió conseguir trabajo?

Si  No

Especifique por favor:-----

-----

Favor pasar a la pregunta N° 17

14. ¿La empresa le dio capacitación para que pueda desempeñarse en el cargo?

Si  No

15. ¿Cuales son los conocimientos que considera que debe adquirir para desempeñarse de manera más eficiente en su trabajo?

VARIABLES	ALTERNATIVAS				
	Poco Importante.	Relativamente Importante.	Indiferente	Importante	Muy Importante
Liderazgo					
Psicología laboral					
Sociología organizativa					
Derecho laboral					
<i>Trabajo en equipo</i>					
Creatividad					
Innovación					
Conocimiento en relaciones públicas					
<i>Solucionar problemas</i>					
Capacidad para tomar decisiones					

16. ¿Nos podría decir cuanto es la remuneración económica que recibe en su actual trabajo?

400 a 1400 Bs.  1401 a 2401  2402 a más

17. ¿Considero desarrollarse de manera independiente?

Si  No

Por que:-----

---- Si su respuesta es negativa favor pasar a la pregunta N° 19

18. ¿Usted pudo establecer una empresa?

Si  No

Si su respuesta es negativa favor pasar a la pregunta N° 19

Si su respuesta es positiva favor pasar a la pregunta N° 20

19. ¿Cuales fueron los factores que le impidieron crear su empresa?

Económicos  Sociales  Legales

20. ¿Considera que la formación académica que obtuvo en la U.A.J.M.S. esta en función a los requisitos que le piden las empresas Tarijeñas?

Si  No

21. ¿Cuanto tiempo duro su formación académica dentro de la U.A.J.M.S.?

1 a 5 años  6 o más

22. ¿Cual de las áreas consideras que es la más débil dentro de su formación?

Producción  Finanzas  Marketing  RR.HH

23. ¿Usted considera que al momento de presentar su currículum en las

empresas el haber estudiado en la U.A.J.M.S es:

Favorable  Desfavorable  Indiferente

24. ¿Como considera usted el nivel académico de la U.A.J.M.S. ?

Bueno  Regular  Malo

25. ¿Que factores considera que son importantes para que el nivel académico de nuestra carrera mejore?

Variables	Alternativas				
	Poco Importante	Relativamente Importante	Indiferente	Importante	Muy importante
Exigencia de Docentes					
Preocupación de los alumnos					
Bibliografía Actualizada					
Incentivos Académicos					
Vinculación Teórica-Practica					
Habilidades de Gestión					
Formación de Valores					
Responsabilidad social					
Idiomas					

26. ¿Cree que la universidad debería formar a los alumnos por competencia?

Si  No

Por que:-----

----

27. ¿Usted considera que recibió suficiente conocimiento como para dirigir un cargo de gestión?

Si  No

28. ¿Que idioma habla además del Castellano?

Ingles  Francés  Ninguno

29. ¿Le interesaría participar en cursos de post grado donde los profesores de dicho curso sean los docentes de la carrera de Administración de Empresas.

Si

No

30. Qué especialidades le gustaría tomar?

Finanzas \_\_\_\_\_

Marketing \_\_\_\_\_

Producción \_\_\_\_\_

Recursos Humanos \_\_\_\_\_

Gestión Empresarial \_\_\_\_\_

Adm. y Eval. de Proyectos \_\_\_\_\_

### 3.2.4.6 Análisis de datos de los alumnos egresados de la Carrera de Administración de Empresas.-

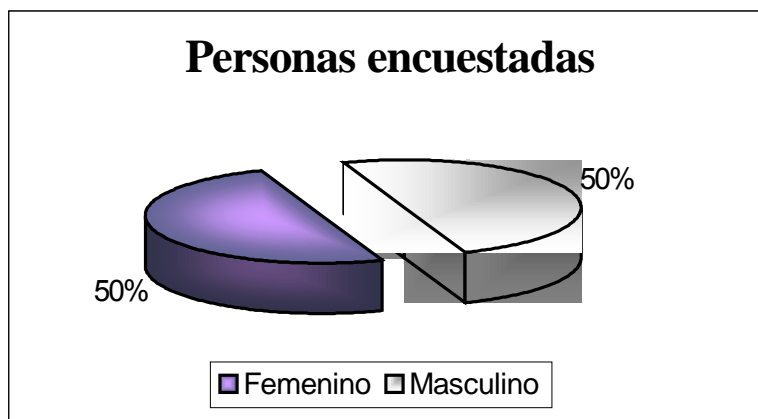
#### Pregunta N° 1

Sexo:

**Cuadro N°1**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
Femenino	30	50%	50
Masculino	30	50%	100
TOTAL	60	100	

**Gráfico N°1**



**Interpretación**

Del total de personas encuestadas los resultados arrojados muestran que un 50 % son de sexo femenino y el restante 50 % son de sexo masculino.

**Pregunta N° 2**

¿Considera que el sexo es una limitante para conseguir trabajo en las empresas Tarijeñas?

**Cuadro N° 2**

Alternativas	Frecuencias	Validación %	% Acumulativo
SI	21	35%	35
NO	39	65%	100
TOTAL	60	100	

Grafico N°2

**Interpretación**

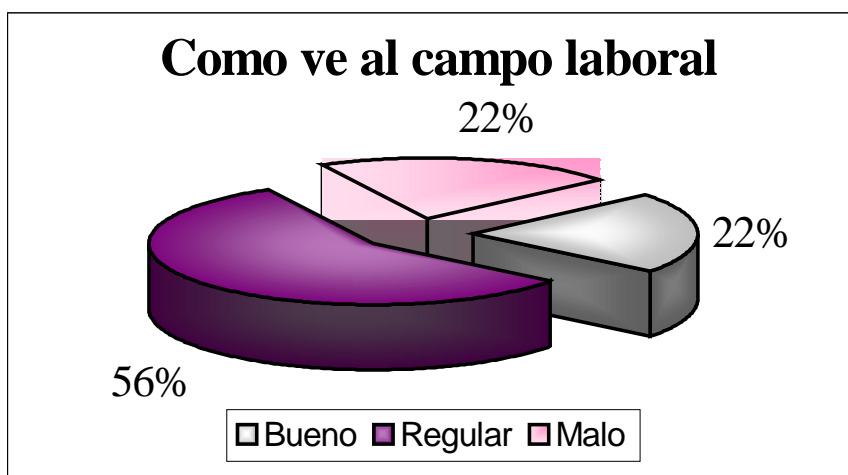
En base a la muestra obtenida el 65 % de las personas consideran que el sexo no es una limitante para poder conseguir trabajo, mientras que el 35 % de los encuestados consideran que el sexo de las personas es un factor limitante para poder conseguir trabajo.

**Pregunta N° 3**

¿Como percibe el campo laboral?

**Cuadro N°3**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
Bueno	13	21,70%	22
Regular	34	56,70%	22
Malo	13	21,70%	22
TOTAL	60	100	

**Gráfico N°3****Interpretación**

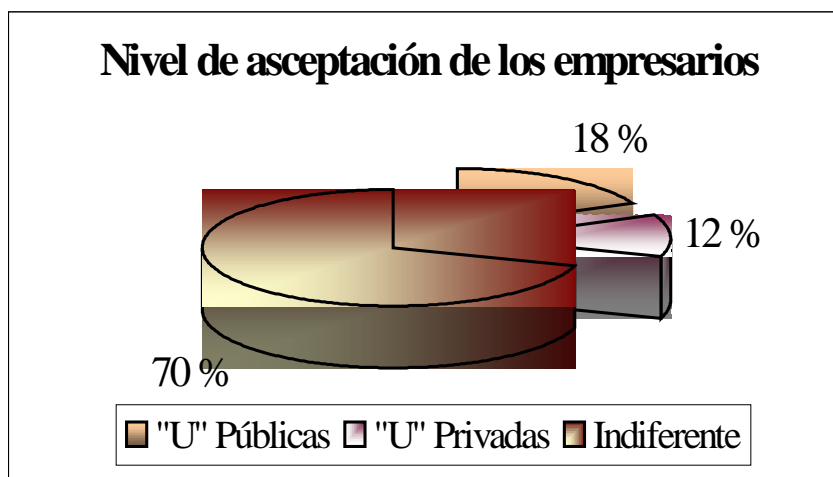
Un 56 % de alumnos egresados de la Carrera de Administración de Empresas consideran que el campo laboral en la ciudad de Tarija es regular, y un 22 % indican que consideran que es bueno y de la misma forma consideran que es malo.

**Pregunta N° 4**

¿Consideras que los empresarios tarijeños prefieren trabajar con personas que hayan obtenido sus estudios en universidades que sean?

**Cuadro N°4**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
"U" Públicas	11	18,30%	18
"U" Privadas	7	11,70%	30
Indiferente	42	70,00%	100
TOTAL	60	100	

**Gráfico N° 4****Interpretación**

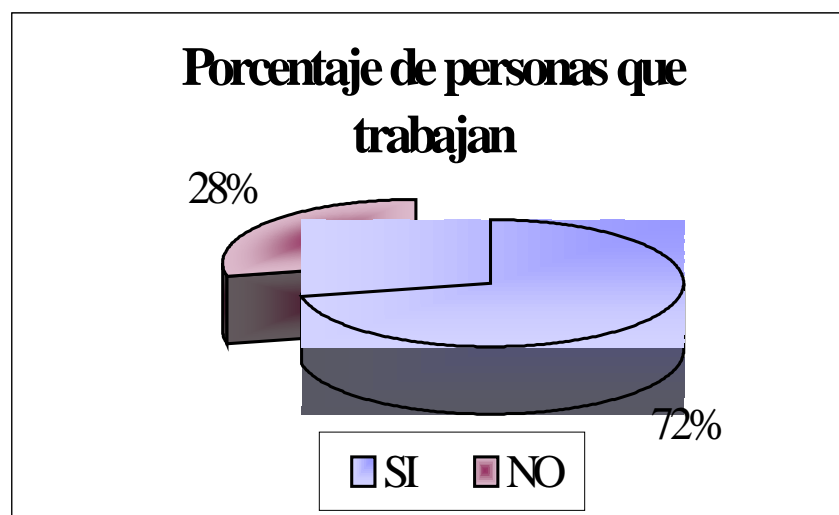
La mayor parte de los encuestados opinan que el estudio en universidades privadas o públicas para los empresarios tarijeños les es indiferente, como se puede observar en el gráfico en el cual están representando por el 70 %, el 18 % de personas encuestadas consideran que los empresarios prefieren trabajar con egresados de universidades públicas, y con un 12 % se encuentran los que consideran que prefieren trabajar con alumnos egresados de universidades privadas.

**Pregunta N° 5**

¿Usted Trabaja?

**Cuadro N°5**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
SI	43	72%	72
NO	17	28%	100
TOTAL	60	100	

**Gráfico N°5****Interpretación**

Del total de personas que fueron motivo de estudio el 72 % trabajan y el 28 % indican que no tienen trabajo actualmente.

**Pregunta N° 6**

¿Considera que hubo algún factor que le impidió conseguir trabajo?

**Cuadro N°6**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
Si	20	33%	33
No	40	67%	100
TOTAL	60	100%	

Grafico N°6

**Interpretación**

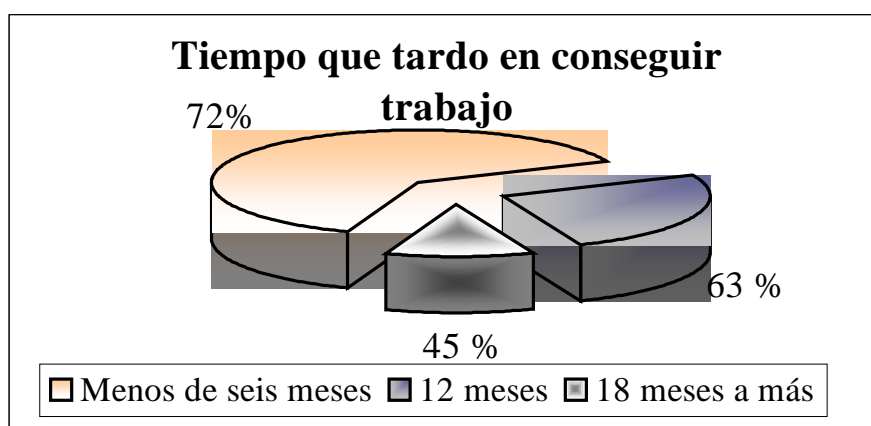
El 67 % de los alumnos egresados y titulados de las gestiones 2000,2001 y 2002 afirmaron que no existe ninguna razón por la cual no pudieron conseguir trabajo, y el 33% restante sí tuvieron inconvenientes para conseguir trabajo.

**Pregunta N° 7**

¿Cuanto tiempo tardo en conseguir trabajo desde que salió de la universidad?

**Cuadro N°7**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
Menos de seis meses	27	45,00%	45
12 meses	11	18,30%	63
18 meses a más	5	8,30%	72
TOTAL	43	67%	

**Gráfico N°7****Interpretación**

El mayor porcentaje de alumnos egresados y titulados tardaron en conseguir trabajo a partir de los 18 meses pasados de su egreso de la Universidad, el 63 % tardo 12 meses y el 45 %, menos de 6 meses.

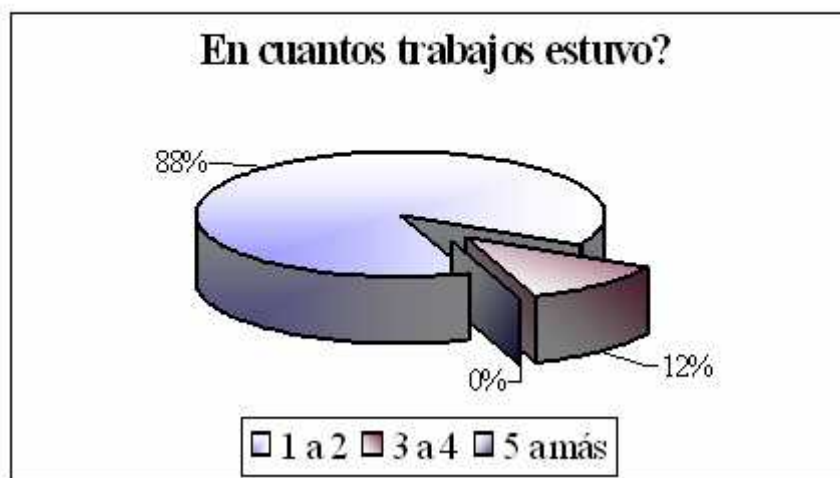
**Pregunta N° 8**

¿En cuantos trabajos estuvo desde que culminó sus estudios universitarios?

**Cuadro N°8**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
1 a 2	38	63,30%	6
3 a 4	5	8,30%	72
5 a más	0	0,00%	72
TOTAL	43	72%	

Grafico N°8

**Interpretación:**

Del 88 % de las personas analizadas aseguran que estuvieron en 1 ó 2 trabajos desde que egresaron de la Universidad, los que tuvieron de 3 a 4 trabajos están representados por el 12 %, y no existen personas que estuvieron en más de 5 trabajos.

**Pregunta N° 9**

¿Cuanto tiempo duró en cada uno de sus trabajos?

**Cuadro N°9**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
1 a 3 meses	6	10,00%	10
4 a 6 meses	8	13,30%	23
7 a más	29	48,30%	72
TOTAL	43	72%	

Gráfico N° 9

**Interpretación**

De las 43 personas que trabajan un 48.30 % aseguran que su permanencia en dicho trabajo fue de más de siete meses, el 13.30 % duro entre 4 y 6 meses, y un 10 % de uno a tres meses.

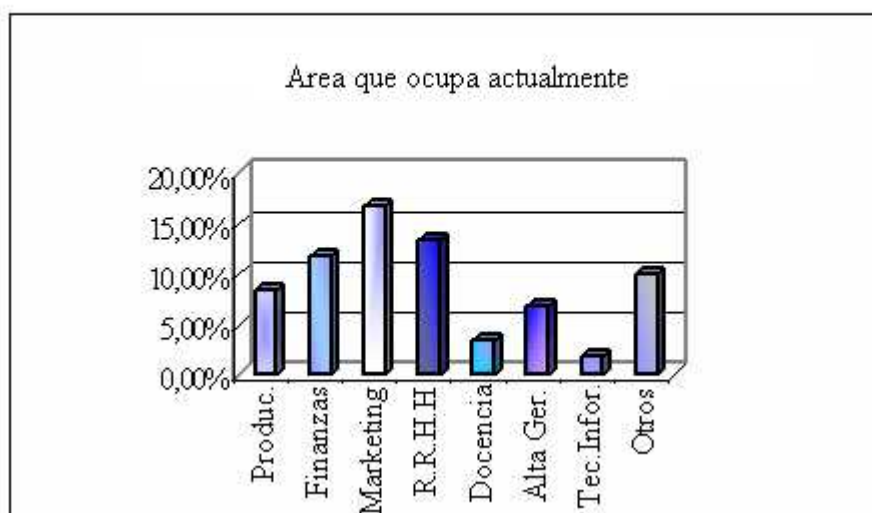
**Pregunta N° 10**

¿Qué área ocupa actualmente en su trabajo?

**Cuadro N° 10**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
Producción.	5	8,30%	8
Finanzas	7	11,70%	20
Marketing	10	16,70%	36
R.R.H.H	8	13%	49,4
Docencia	2	3,30%	52,7
Alta Gerencia.	4	6,70%	59,4
Tec.Infor.	1	1,70%	61,1
Otros	6	10%	72
TOTAL	43	72	

Gráfico N°10

**Interpretación**

Del 72 % de egresados con trabajo actualmente el 16.30 % tienen un cargo en el área de Marketing, el 13 % en el de Recursos humanos, en el área de Finanzas un 11.70 %, y con un 10 % están otros trabajos requeridos por la empresa a la que pertenecen.

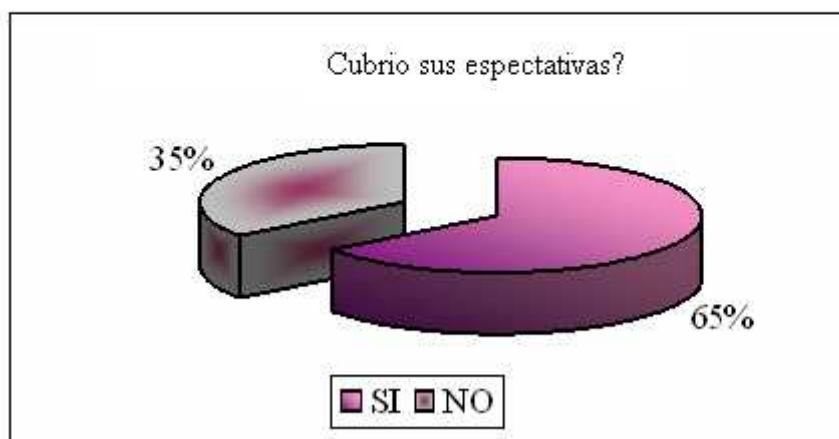
**Pregunta N° 11**

¿El cargo que ocupa cubrió sus expectativas?

**Cuadro N° 11**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
Si	28	47%	47
No	15	25%	72
TOTAL	43	72%	

Grafico N°11

**Interpretación**

Para el 65% de los entrevistados el cargo que ocupa actualmente si cubre sus expectativas, mientras que para el 35 % no se sienten conformes con el cargo que ocupan actualmente.

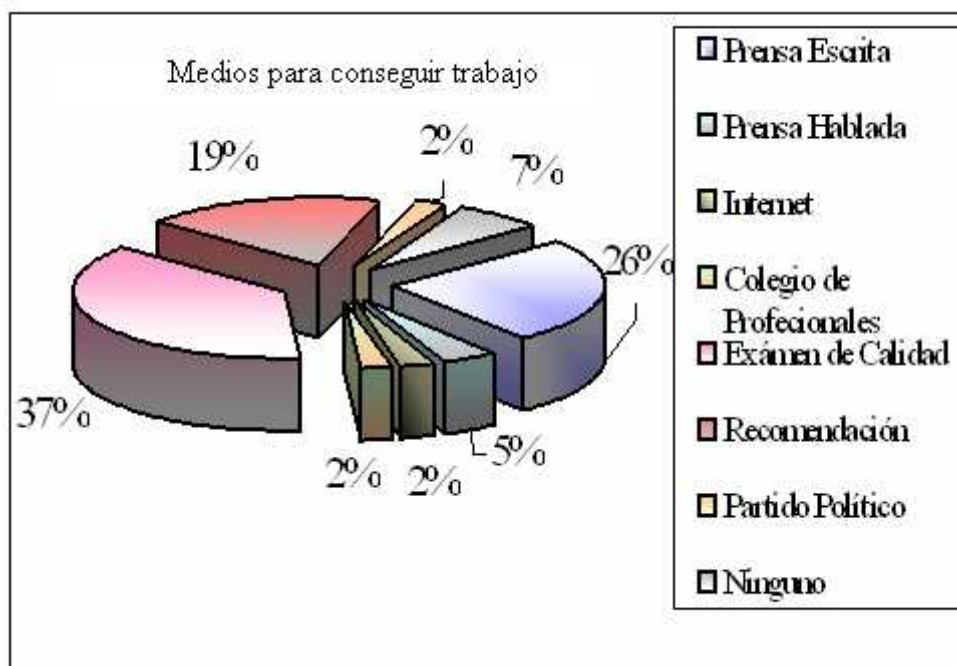
**Pregunta N° 12**

¿A través de que medio consiguió trabajo?

**Cuadro N° 12**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
Prensa Escrita	11	18,30%	18
Prensa Hablada	2	3,30%	22
Internet	1	1,70%	23
Colegio de Profes.	1	1,70%	25
Examen de Calidad	16	26,70%	52
Recomendación	8	13,30%	65
Partido Político	1	1,70%	67
Ninguno	3	5%	72
TOTAL	43	72	

Grafico N°12

**Interpretación**

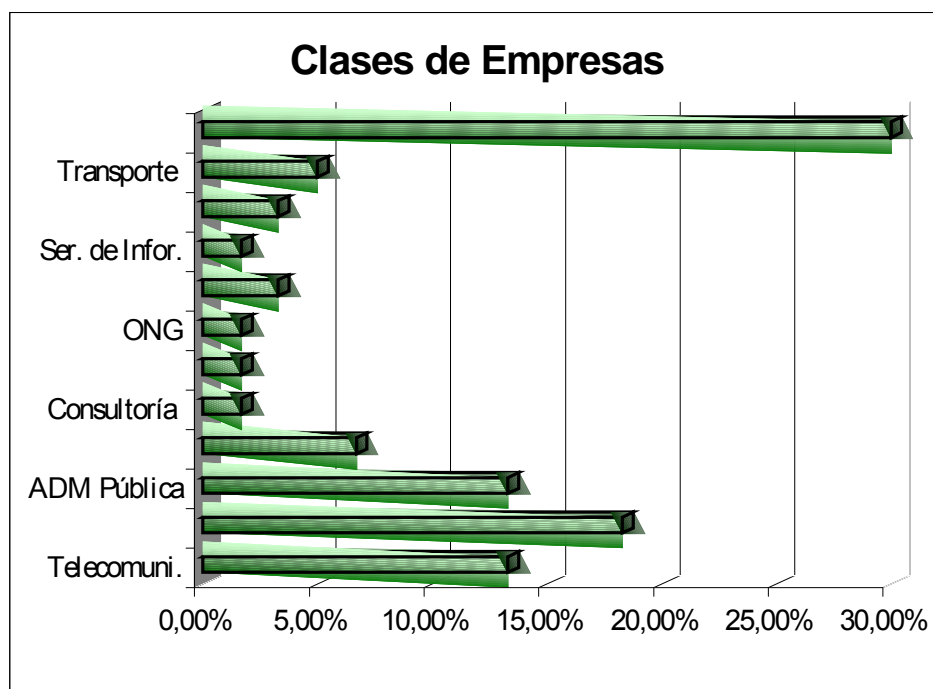
El 37% de los profesionales obtuvo trabajo a través de un examen de calidad; el 26% valiéndose de la información de la prensa escrita; el 19% lo obtuvo por recomendación, el 7% no consiguió trabajo por ninguno de los medios indicados; el 15% por información de la prensa hablada y con el 2% mediante internet, Colegio de Profesionales y por algún partido político.

**Pregunta N° 13**

¿En que clase de empresa Trabaja?

**Cuadro N° 13**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
Telecomunicación.	8	13,30%	13
Financiera	11	18,30%	32
ADM Pública	8	13,30%	45
ADM Privada	4	6,70%	52
Consultoría	1	1,70%	53
Sociales	1	1,70%	55
ONG	1	1,70%	57
Salud	2	3%	60
Ser. de Inforformacion.	1	1,70%	61
Elab de proyectos	2	3,30%	65
Transporte	3	5%	70
Ninguno	18	30%	100
TOTAL	60	100%	

**Gráfico N° 13**

### ***Interpretación***

El 30 % de estos profesionales no trabajan en ninguna empresa; los que trabajan en entidades financieras están representadas por el 18.30 % como muestra el cuadro y el gráfico correspondiente; los que trabajan en empresas de telecomunicación y administración pública representan el 13,30%, los que lo hacen en administración privada son el 6.70%, siendo estos los porcentajes más representativos en esta investigación.

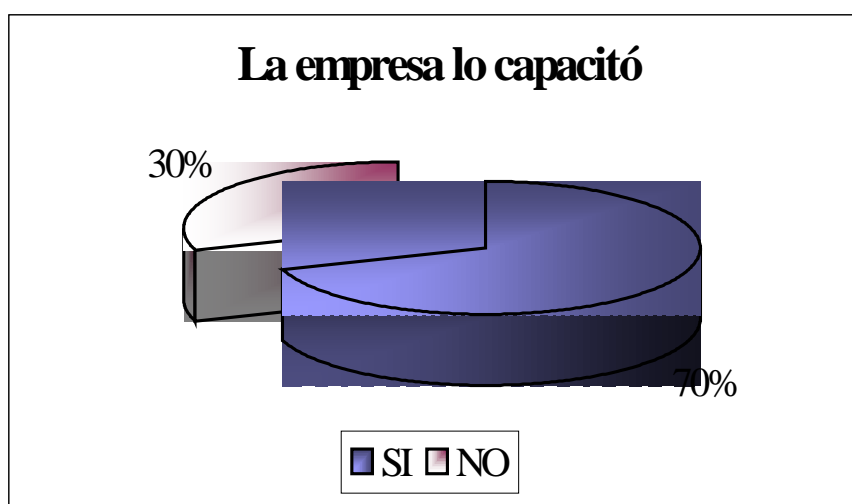
### ***Pregunta N° 14***

¿La empresa le brindó capacitación para que pueda desempeñarse en el cargo?

**Cuadro N° 14**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
SI	30	50%	50
NO	13	22%	72
TOTAL	43	72%	

**Gráfico N° 14**



### ***Interpretación***

El 70 % de las empresas en estudio si brindó capacitación para desempeñarse en el empleo; mientras que el 30 % restante no recibió ninguna capacitación.

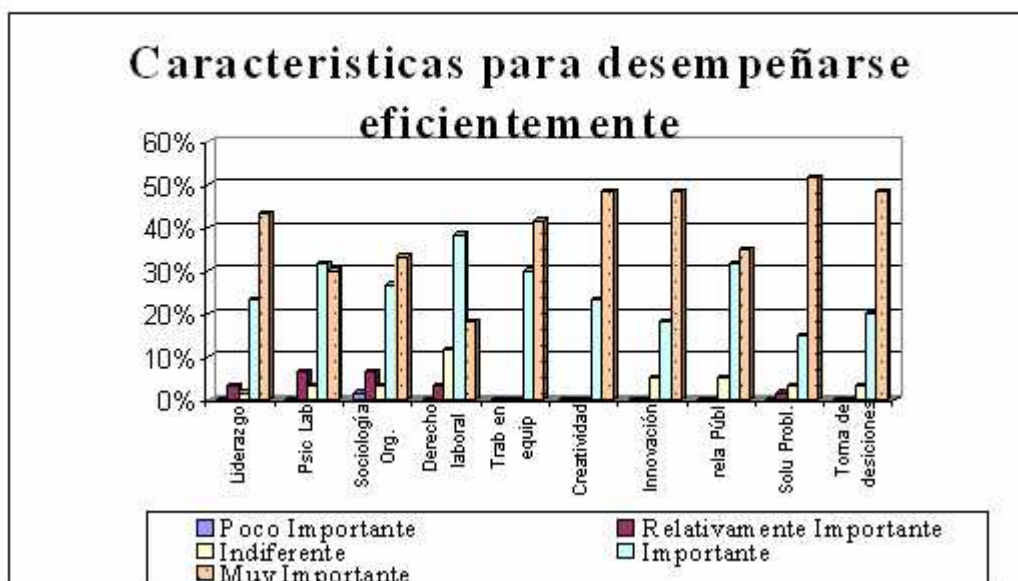
**Pregunta N° 15**

¿Cuáles son los conocimientos que considera que debe adquirir para desempeñarse de manera eficiente en su trabajo?

**Cuadro N° 15**

VARIABLES	ALTERNATIVAS				
	Poco Importante.	Relativamente Importante	Indiferente	Importante	Muy Importante
Liderazgo	0%	3%	2%	23%	43%
Psicología Laboral	0%	7%	3%	32%	30%
Sociología Org.	2%	7%	3%	27%	33%
Derecho laboral	0%	3%	12%	38%	18%
Trabajo en equipo	0%	0%	0%	30%	42%
Creatividad	0%	0%	0%	23%	48%
Innovación	0%	0%	5%	18%	48%
Conocimiento en relaciones Públicas	0%	0%	5%	32%	35%
Solucionar Problemas	0%	2%	3%	15%	52%
Capacidad en Toma de desiciones	0%	0%	3%	20%	48%

Grafico N°15



### ***Interpretación***

Entre las principales características que deberían tener los empleados para un mejor desempeño se tiene que un 52 % considera necesaria la habilidad para la solución de problemas; el 48 % indica que debe tener capacidad para tomar de decisiones, innovación y creatividad, el 43 % menciona el liderazgo y el 42 % indica que se necesita condiciones para trabajar en equipo.

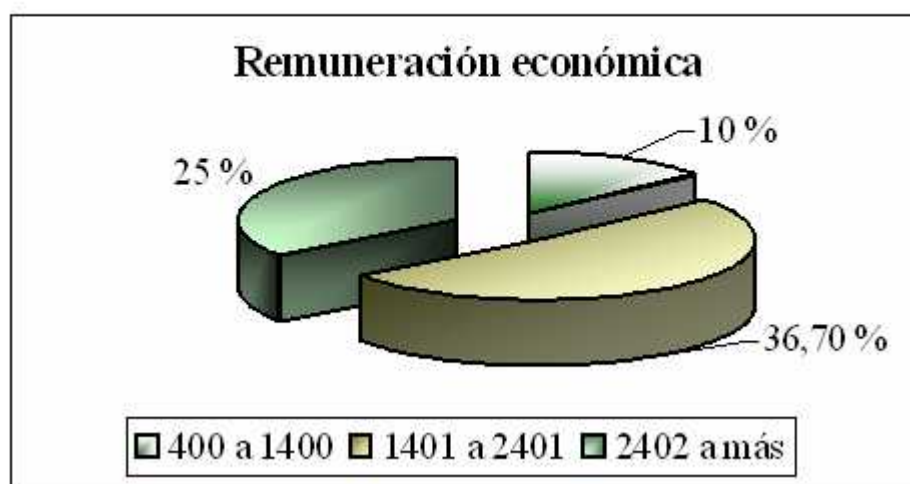
### ***Pregunta N° 16***

¿Cuánto es la remuneración económica que recibe en su trabajo?

**Cuadro N° 16**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
400 a 1400	6	10,00%	10
1401 a 2401	22	36,70%	47
2402 a más	15	25,00%	72
TOTAL	43	72%	

Grafico N°16



### ***Interpretación***

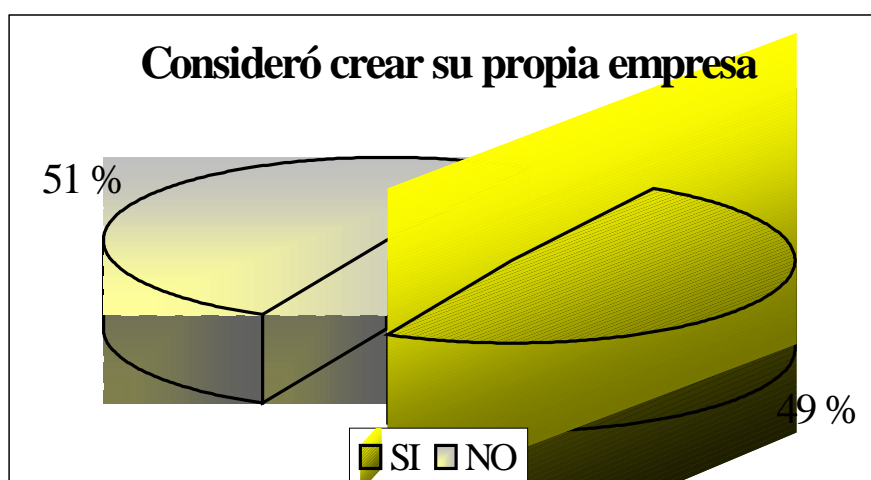
Del 100% de las personas que se encuentran trabajando la remuneración es de 1401 a 2401 Bs. para el 36.70%; el 25% corresponde a las personas que tienen una remuneración de 2402 a más y el 10% las personas corresponde a las que perciben un liquido pagable de 400 a 1400 Bs.

**Pregunta N° 17**

¿Consideró desarrollarse de manera Independiente?

**Cuadro N° 17**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
SI	21	35%	35
NO	8	37%	72
TOTAL	26	72%	

**Gráfico N° 17****Interpretación**

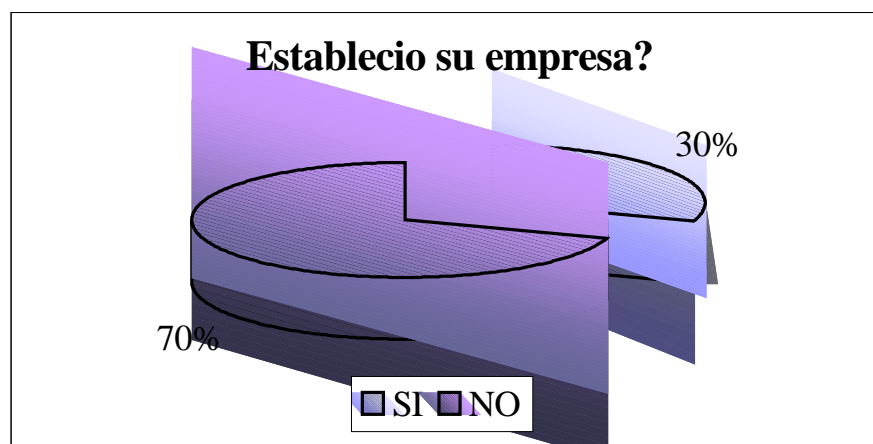
El 51 % de las personas que egresaron de la Facultad consideraron implementar una nueva empresa dentro d nuestro mercado, y el 49 % restante no tomaron consideración la posibilidad de crear su propia empresa en alguna actividad económica independiente del empleo público o privado.

**Pregunta N° 18**

¿Usted pudo establecer una empresa?

**Cuadro N° 18**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
SI	13	22%	22
NO	30	50%	72
TOTAL	43	72%	

**Gráfico N° 18****Interpretación**

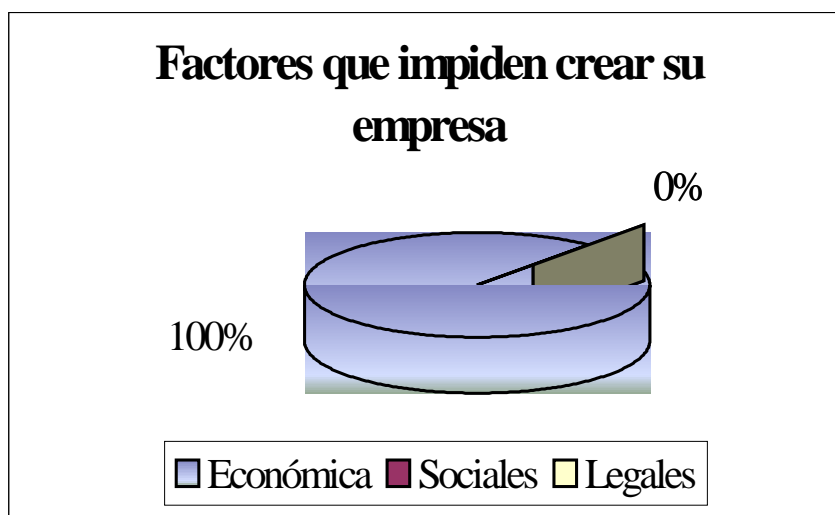
Del 100 % de encuestados el 70 % no pudo establecer su empresa; y el 30 % que resta si pudieron establecer su empresa.

**Pregunta N° 19**

¿Cuales fueron los factores que le impidieron crear su empresa?

**Cuadro N° 19**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
Económica	30	50,00%	50
Sociales	0	0,00%	50
Legales	0	0,00%	50
TOTAL	30	50%	

**Gráfico N° 19****Interpretación**

El principal factor de las personas para no poder crear una empresa es el económico representado por 100 %, puesto que no existe otra razón para la implementación de una nueva empresa.

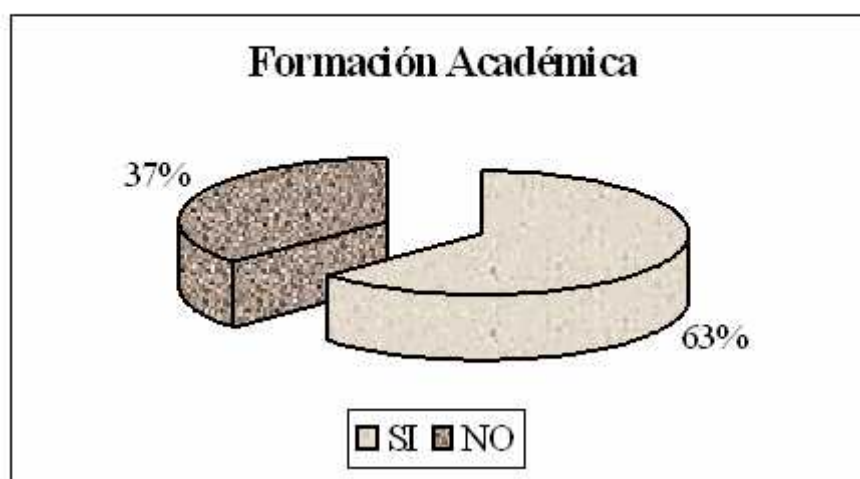
**Pregunta N° 20**

¿Considera que la formación académica que obtuvo en la U.A.J.M.S. esta en función a los requisitos que le piden las empresas Tarijeñas?

**Cuadro N° 20**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
SI	38	63%	63
NO	22	37%	100
TOTAL	60	100%	

Grafico N°20

**Interpretación**

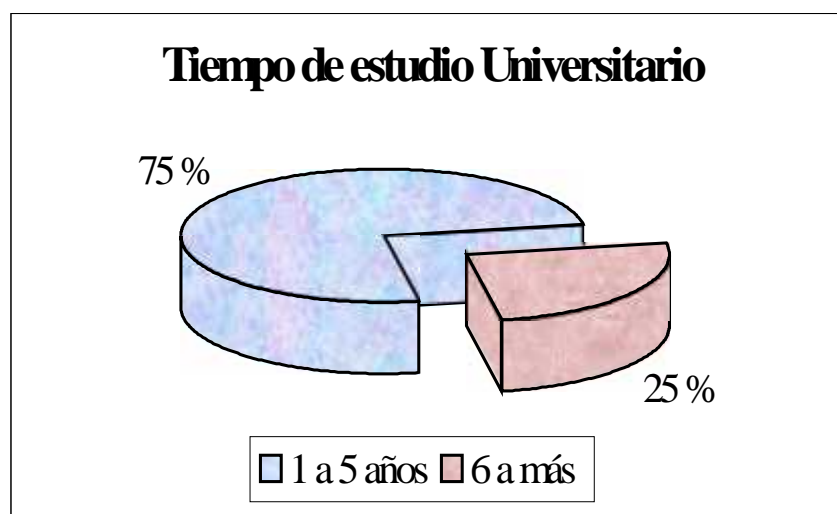
Los alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras consideran que su capacitación universitaria Si esta en función a los requerimientos de las empresas representando el 63 % como indica el gráfico, y con un 37 % considera que el nivel académico no se encuentra en función a lo que las empresas necesitan.

**Pregunta N° 21**

¿Cuánto tiempo requirió su formación académica dentro de la U.A.J.M.S.?

**Cuadro N° 21**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
1 a 5 años	45	75%	75
6 a más	15	25%	100
TOTAL	60	100%	

**Gráfico N° 21****Interpretación**

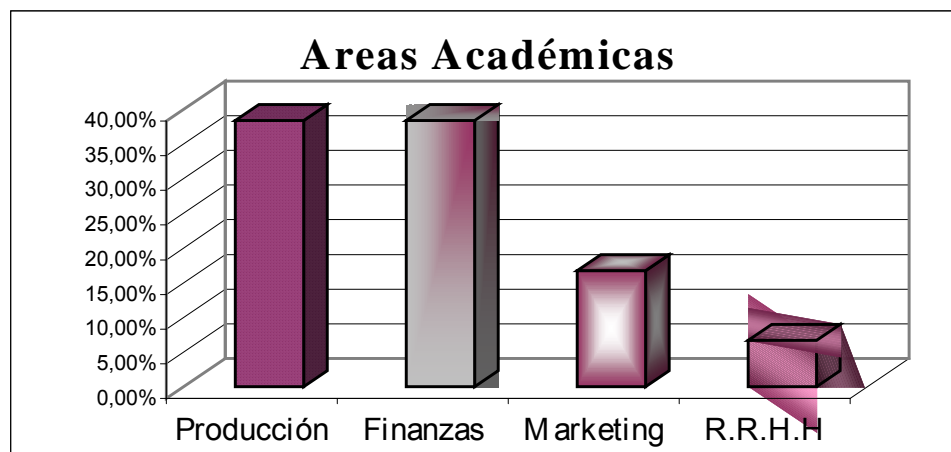
Del total de alumnos entrevistados el 75 % tuvieron su formación dentro de los parámetros de tiempo establecidos para lograr la titulación en la carrera de Administración de Empresas, que es cinco años, el 25 % restante culminaron su carrera en más de seis años

**Pregunta N° 22**

¿Cual de las áreas considera que es la más débil en su formación académica?

**Cuadro N° 22**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
Producción	23	38,30%	38
Finanzas	23	38,30%	77
Marketing	10	16,70%	93
RR.HH	4	6,70%	100
TOTAL	60	100%	

**Gráfico N° 22****Interpretación**

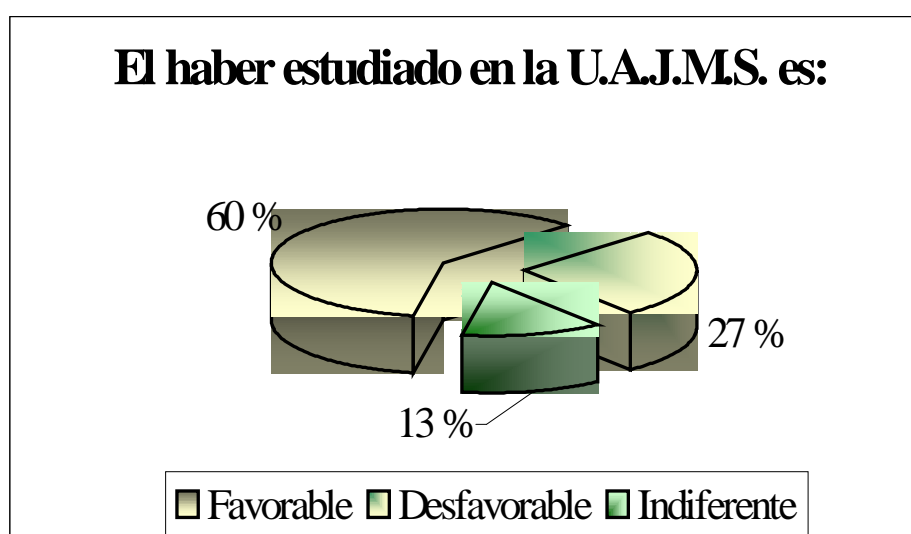
Con el 38.3 % están los alumnos que consideran que las áreas más débiles en su formación profesional son las de Producción y Finanzas, seguida por el de Marketing con el 16.7% y con el 6.7% se encuentran los alumnos que consideran como debilidad el área de Recursos humanos.

**Pregunta N° 23**

¿Usted considera que al momento de presentar su currículum vitae en las empresas el haber estudiado en la U.A.J.M.S. es:

**Cuadro N° 23**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
Favorable	36	60%	60
Desfavorable	16	27%	87
Indiferente	8	13%	100
TOTAL	60	100%	

**Gráfico N° 23****Interpretación**

La mayoría de los alumnos consideran que para las empresas es favorable el haber obtenido el título en la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho como se puede observar en el cuadro, representando el 60 %, el 27 % de los alumnos indican que no es favorable, y para el 13 % les resulta indiferente.

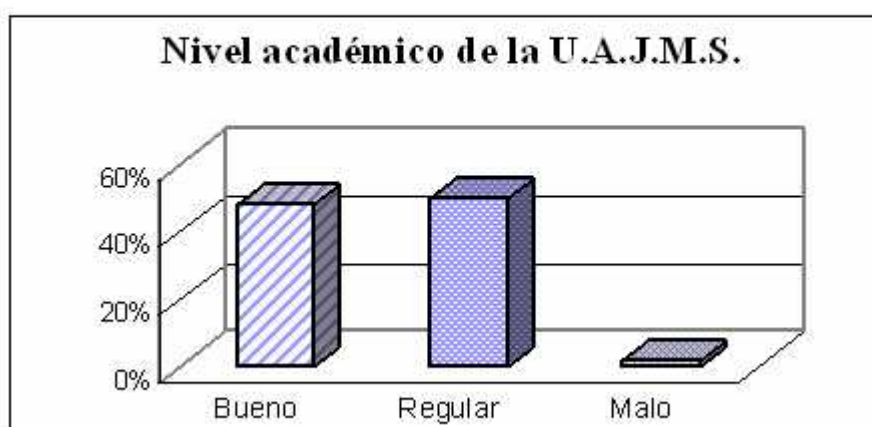
**Pregunta N° 24**

¿Como considera Usted el nivel académico de la U.A.J.M.S.?

**Cuadro N° 24**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
Bueno	29	48%	48
Regular	30	50%	98
Malo	1	2%	100
TOTAL	60	100%	

Grafico N°24

**Interpretación**

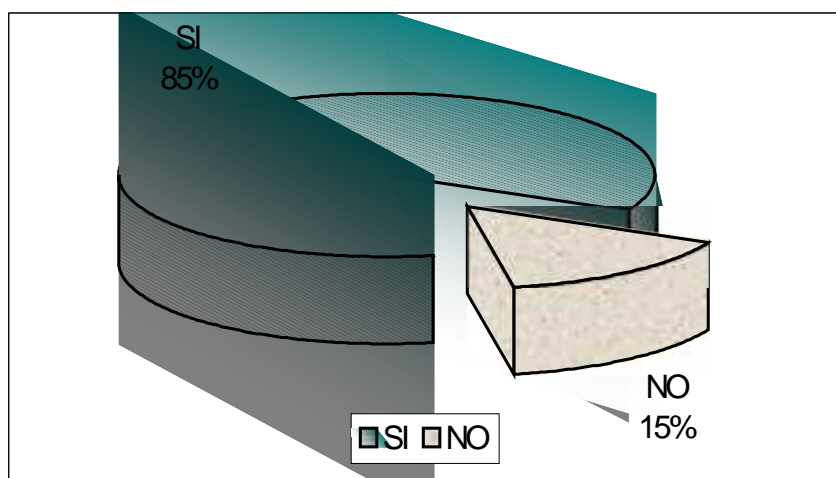
El nivel académico de la U.A.J.M.S. es considerado como regular, representado por el 50 % de los alumnos egresados de los años 2000,2001 y 2002, el 48 % consideran que está en un buen nivel, y el 2 %consideran que no tiene buen nivel académico.

**Pregunta N° 25**

¿Cree que la U.A.J.M.S. debería formar a los alumnos por competencia?

**Cuadro N° 25**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
SI	51	85%	85
NO	9	15%	100
TOTAL	60	100%	

**Gráfico N° 25****Interpretación**

El 85 % considera que sí se debería formar a los alumnos por competencias y el 15 % restante considera que no se tenía que aplicar la formación mencionada.

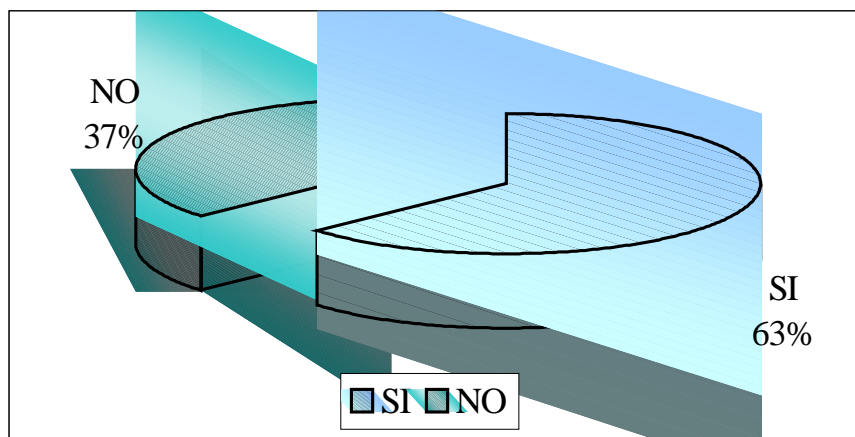
**Pregunta N° 26**

¿Usted, considera que recibió suficiente conocimiento para poder dirigir un cargo de gestión?

**Cuadro N° 26**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
SI	38	63%	63
NO	22	37%	100
TOTAL	60	100%	

Grafico N° 26

***Interpretación***

La mayoría de los entrevistados consideran que sí fueron formados para poder dirigir un cargo de gestión representados por el 63 %, y el 37 % considera que no fue suficiente la enseñanza como para dirigir un cargo como éste.

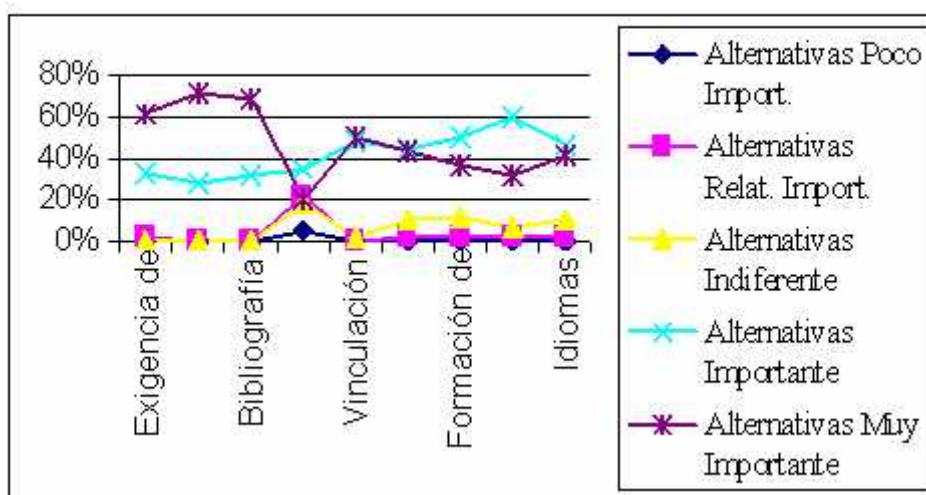
**Pregunta N° 27**

¿Qué factores considera que son importantes para que el nivel académico de nuestra carrera mejore?

**Cuadro N° 27**

VARIABLES	Alternativas				
	Poco Importante	Relativamente Importante	Indiferente	Importante	Muy Importante
Exigencia de docentes	0%	2%	0%	33%	62%
Preocupación de los alumnos	0%	0%	0%	28%	72%
Bibliografía actual	0%	0%	0%	32%	68%
Incentivos académicos	5%	22%	18%	35%	20%
Vinculación Teórico - Práctico	0%	0%	2%	48%	50%
Habilidades de Gestión	0%	2%	10%	45%	43%
Formación de Valores	0%	2%	12%	50%	37%
Responsabilidad social	0%	2%	7%	60%	32%
Idiomas	0%	2%	10%	47%	42%

Gráfico N°27



### **Interpretación**

Las principales características para que la Carrera mejore, como indica el gráfico precedente, son que el 72 % depende de la preocupación de los alumnos, con el 68 % depende de la bibliografía que no esta actualizada, el 62 % indica que la exigencia de docentes es muy importante, y con el 50 % indica que la vinculación teórico - práctica la que podría mejorar el nivel académico, siendo estas características más representativas del cuadro ya mostrado anteriormente.

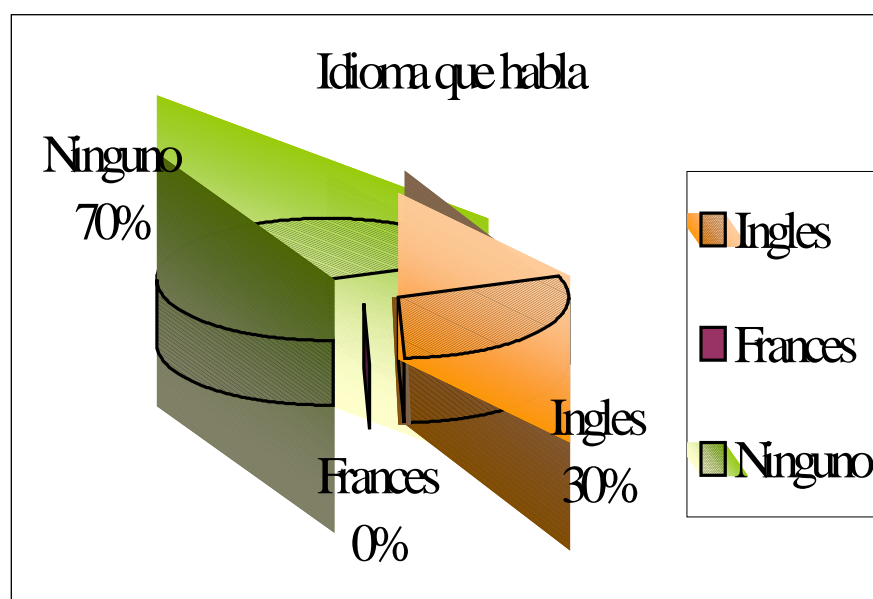
### **Pregunta N° 28**

¿Que idioma Habla además del castellano?

**Cuadro N° 28**

Alternativas	Frecuencia	Validación %	% Acumulativo
Inglés	18	30%	30
Francés	0	0%	0
Ninguno	42	70%	100
TOTAL	60	100%	

**Gráfico N° 28**



**Interpretación**

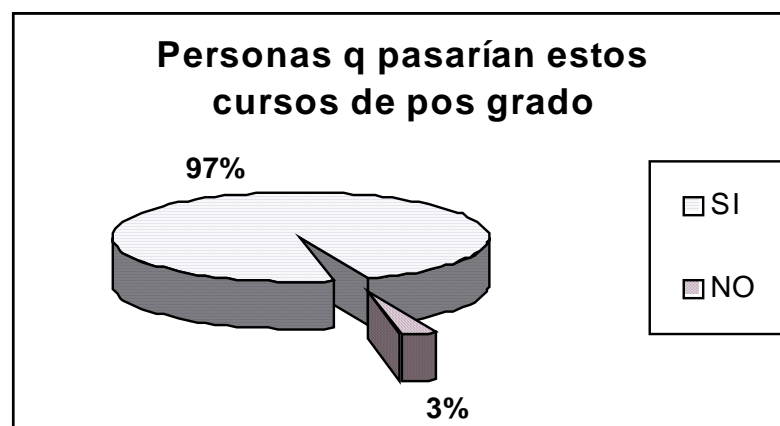
El 70 % de los alumnos no hablan otro idioma además del Español, el 30 % habla Inglés y ninguno el Francés.

**Pregunta N° 29**

¿Le interesaría participar en cursos de post grado donde los profesores de dicho curso sean los docentes de la carrera de Administración de Empresas?

**Cuadro N° 29**

Alternativas	Porcentaje
SI	97%
NO	3%

**Gráfico N° 29****Interpretación**

El 97 % de los alumnos consideran que sería favorable que los profesores de post grado sean los docentes de la Carrera de Administración de Empresas, en tanto que el 3 % preferirían a otros docentes para importar los cursos de posgrado.

**Pregunta N° 30**

¿Qué especialidades le gustaría tomar?

**Cuadro N°30**

Especialidades	% de Personas
Finanzas	13,5
Marketing	29
Producción	10
Recursos Humanos	15
Gestión Empresarial	15
Adm. y Eval. de Proy.	18

Grafico N°30

**Interpretación**

El 28 % estaría motivado por obtener una especialidad en Marketing, el 18 % en Administración y evaluación de proyectos, el 15 % en Recursos humanos y Gestión empresarial, el 14 % en Finanzas y el 10 % en Producción.

### 3.2.4.7 Determinación del tamaño del universo de los docentes titulares de la Carrera de Administración de Empresas

Para realizar esta investigación se tomó en cuenta a todos los docentes que actualmente son titulares de la Carrera de Administración de Empresas, por lo que el estudio abarca a todo el universo, puesto que la realidad de docentes es solo 12, lo que resultó mas accesible para encuestar a todos los componentes de esta institución.

#### CUESTIONARIO

El siguiente cuestionario está dirigido a los docentes titulares de la carrera de Administración de Empresas, el cual permitirá conocer si los docentes están dispuestos a formar parte del programa de postgrado.

1. Le interesaría participar como docente en un programa de Postgrado el cual dependa de las oficinas del mismo plantel?

Si

No

Si su respuesta es negativa fin del cuestionario.

2. ¿En que área ha obtenido maestrías o alguna especialidad?

Finanzas

Marketing

Recursos humanos

Producción

Adm. y Eval. de proyectos

Gestión Empresarial

Ninguno



3. ¿Cuántas materias tiene a su cargo en el Pregrado?

1

2

3

o más

4. ¿Estaría dispuesto cambiar materias de pregrado por materias de postgrado con el mismo sueldo que percibe actualmente?

Si

No

Si su respuesta es negativa, pase a la siguiente pregunta

Si su respuesta es afirmativa, pase a la pregunta N° 7

5. ¿Considera que se debería incrementar el sueldo si cambia materias de pre grado por post grado?

Si

No

Si su respuesta es positiva, pase a la siguiente pregunta

Si su respuesta es negativa, pase a la pregunta N° 7

6. ¿Qué porcentaje considera que se le debería incrementar a su sueldo para ser profesor de Post grado?

-----  
-----

7. ¿Que especialidades considera que son más necesarias de obtener en la actualidad?

-----  
-----

8. En que especialidad le interesaría trabajar como profesor dentro de este programa de post grado?

Finanzas

Marketing

Recursos Humanos

Producción

Adm. y Eval. de proyectos

Otros (especificar)


### 3.2.4.8 Análisis de datos de los docentes titulares de la carrera de Administración de Empresas

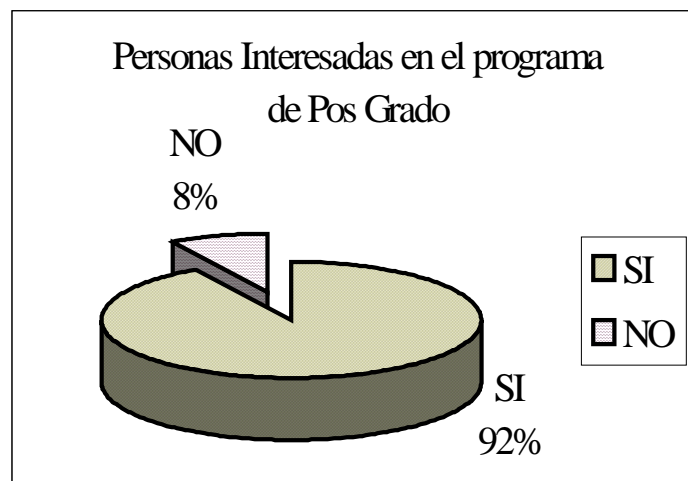
#### *Pregunta N° 1*

¿Le interesaría participar como docente en un programa de Postgrado como profesor el cual dependa de las oficinas del mismo plantel?

**Cuadro N° 1**

Alternativas	N° de personas interesadas
Si	11
No	1

**Gráfico N° 1**



#### *Interpretación*

De los doce docentes que fueron entrevistados el 92% nos indican que si se encuentran interesados en participar en un programa de posgrado como profesores, y el restante 18% indican que no están motivados con esa actividad.

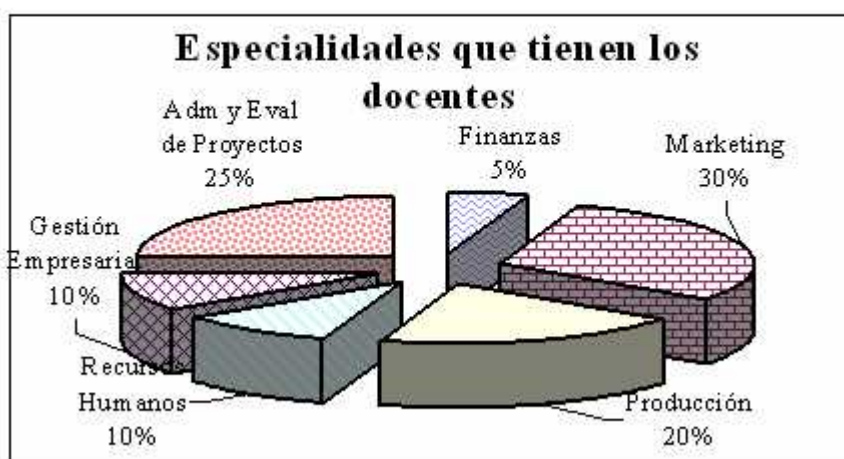
**Pregunta N° 2**

¿En que área tiene usted maestrías o alguna especialidad?

**Cuadro N° 2**

Especialidades que tienen	Nº de Personas
Finanzas	1
Marketing	6
Producción	4
Recursos Humanos	2
Gestión Empresarial	2

Gráfico N°2

**Interpretación**

La gran mayoría de los docentes titulares de nuestra Carrera poseen especialidad en Marketing el cual esta representado por el 30 %, como se puede apreciar en el gráfico anterior, seguido por el 25 % de los cuales tienen su especialidad en Administración y evaluación de proyectos, con el 20 % se encuentra Producción; siendo estas tres áreas en las que mayormente se tiene especialidad, y con un porcentaje mínimo de 10% se encuentran Recursos humanos y Gestión empresarial y con el 5 % está el área de Finanzas.

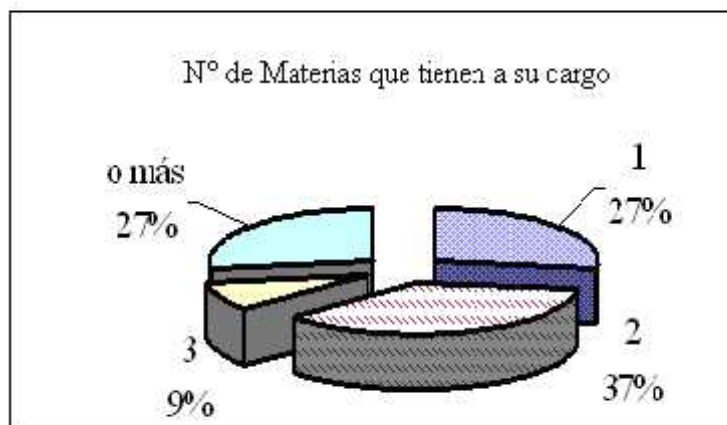
**Pregunta N° 3**

¿Cuántas materias tiene a su cargo en el Pregrado?

**Cuadro N° 3**

N° de materias a cargo	N° de personas
1	3
2	4
3	1
o más	3

Grafico N° 3

**Interpretación:**

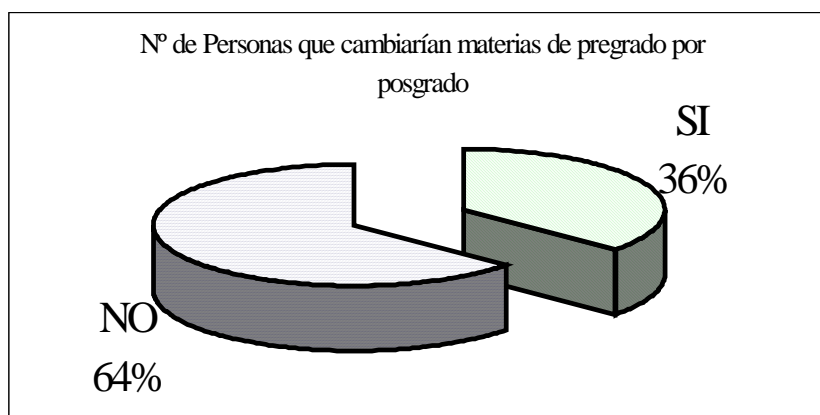
El 37 % de los docentes titulares tienen a su cargo dos materias, con una y más de tres materias están representados por el 27 %, y con el 9 % están los docentes que tienen a su cargo tres materias.

**Pregunta N° 4**

¿Estaría dispuesto cambiar materias de pre grado por materias de post grado con el mismo sueldo que percibe actualmente?

**Cuadro N° 4**

Alternativas	N° de personas interesadas
SI	4
NO	7

**Gráfico N° 4****Interpretación**

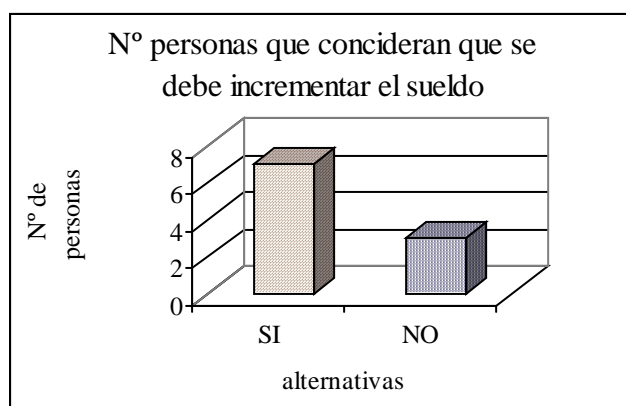
La gran mayoría de los docentes no están dispuestos a cambiar materias de pregrado por las de posgrado como se muestra en el gráfico, los que están representados por el 64 %, mientras que el 36 % restante se encuentra de acuerdo en cambiar las materias de pregrado por materias posibles materias de pos grado.

**Pregunta N° 5**

¿Considera que se debería incrementar el sueldo si cambia materias de pregrado por las de post grado?

**Cuadro N° 5**

Alternativas	N° de personas interesadas
Si	7
No	3

**Gráfico N° 5****Interpretación**

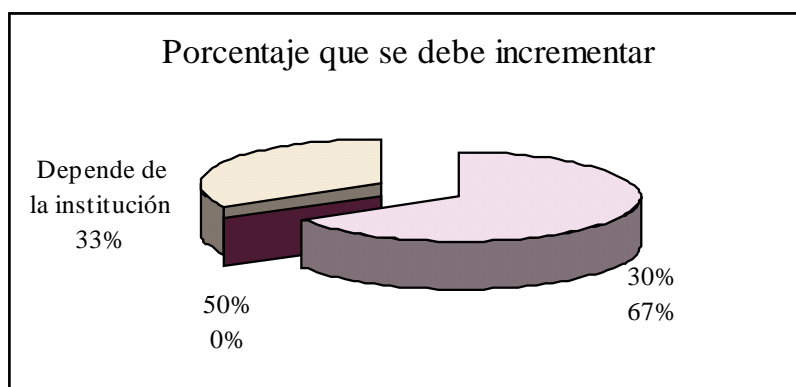
Del 36 % de docentes que están de acuerdo en cambiar materias de pregrado por otras de postgrado muestran que un 70 % de ellos consideran que si se debe incrementar su sueldo actual, y un 30 % están de acuerdo en continuar con el sueldo actual.

**Pregunta N° 6**

¿Qué porcentaje considera que se le debería incrementar a su sueldo para ser profesor de postgrado?

**Cuadro N° 6**

Alternativas en %	Nº de personas interesadas
30%	4
50%	0
Depende de la institución	2

**Gráfico N° 6****Interpretación**

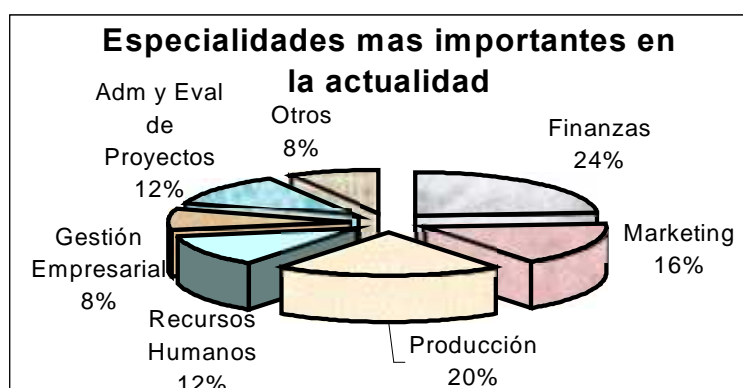
Del 70 % de los docentes que consideran que se debe incrementar su sueldo para cambiar las materias, el 67 % creen que debería existir un incremento del 30 %, y el 3 % restante consideran que ese incremento lo debe determinar la institución de posgrado.

**Pregunta N° 7**

¿Que especialidades considera que son más necesarias de obtener en la actualidad?

**Cuadro N° 7**

Especialidades que son necesarias	Cantidad de Importancia
Finanzas	6
Marketing	4
Producción	5
Recursos Humanos	3
Gestión Empresarial	2
Adm y Eval de Proyectos	3
Otros	2

**Gráfico N° 7****Interpretación**

Los docentes de nuestra carrera consideran que las áreas más necesarias para obtener una especialidad actualmente son: Finanzas con un 24 %, Producción representado con el 20% y Marketing con el 16 % siendo estas las principales para enfrentarse al mundo de nuestras empresas.

**Pregunta N° 8**

¿En que especialidad le interesaría estar de profesor dentro de este programa de post grado?

**Cuadro N° 8**

Especialidades que le interesan tener a cargo	N° de Personas en cada área
Finanzas	5
Marketing	5
Producción	3
Recursos Humanos	2
Gestión Empresarial	2
Adm. y Eval. de Proyectos	1

Grafico N°8

**Interpretación**

Al 28 % de los encuestados les interesaría desempeñarse como docente en el área de Marketing, un 27 % en Finanzas, en Producción esta representado por el 17 %, con el 11 % se encuentran los que se interesarían ejercer la docencia en Recursos humanos y Gestión empresarial y un 6 % en Administración y evaluación de proyectos.

## MATRIZ FODA

### FORTALEZAS

- El prestigio que tiene la Universidad es de un muy buen renombre para los empresarios de Tarija.
- La infraestructura mejoró, proporcionando mayor cabida a los estudiantes.
- Se implementaron normas para que cada curso no sobrepase de 70 alumnos, siendo esto más pedagógico.
- Los empresarios tarijeños prefieren trabajar con profesionales que hayan estudiado en universidades estatales.
- En las áreas de Marketing y Recursos humanos.
- Teóricamente los alumnos se encuentran capaces según los requisitos que exigen las empresas.
- Si la Universidad forma a los alumnos por excelencia también los está formando para dirigir cargos de gestión.
- Al haber implementado el nuevo rediseño curricular se contrataron más docentes, permitiendo que los alumnos mejoren su nivel académico.
- Mayor N° de paralelos

### OPORTUNIDADES

- La Universidad implemente nuevos cursos de maestrías, doctorados, etc., pues las empresas se encuentran en condiciones de contratar personal con estos títulos.
- Con el nuevo sistema semestralizado los alumnos pueden obtener su titulación directa dándoles mayor oportunidad en el campo laboral.
- Que la Universidad desarrolle programas de apoyo en convenio con las empresas de nuestra región.
- Las empresas se encuentran dispuestas a realizar convenios con la universidad para que sus alumnos tengan mayor experiencia al egresar.
- Los alumnos al hacer prácticas en las diferentes empresas adquieren experiencia y formación más real y actualizada.
- El intercambio de servicios entre la Universidad y las empresas beneficiándose ambas.
- Los trabajos desarrollados por los estudiantes en las empresas resultan más económicos, lo que favorece a las empresas.

### DEBILIDADES

- El pensum universitario se encuentra desactualizado.
- necesidad de maestrías, doctorados, etc., para poder competir con otras universidades.
- Años de experiencia que los alumnos tienen al egresar de la Universidad.
- Las áreas de Finanzas y Producción
- La práctica en de la formación de los alumnos, haciendo que las empresas prefieran profesionales de otros lugares de nuestro país, puesto que las universidades tienen convenios con empresas para que hagan prácticas en ellas.

### AMENAZAS

- Los empresarios tarijeños contratan a profesionales que estudiaron en universidades estatales, pero de diferentes partes de Bolivia.

## CONCLUSIONES

1. En base al análisis realizado en el Departamento de Administración se consideró que en los años 2000, 2001, 2002 los alumnos que se titularon de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras de la Universidad Autónoma "Juan Misael Saracho" cumplen con lo propuesto en la misión y visión determinadas por esta Carrera.
2. Al realizar el estudio de mercado en las empresas industriales de nuestra región, estas consideran importante y necesario que se puedan consolidar relaciones más formales entre la Universidad y las empresas tarijeñas, por el hecho de que ambas instituciones resultarían favorecidas.
3. La Universidad tiene gran afluencia de estudiantes, pero al culminar los estudios académicos superiores una gran mayoría de ellos no llegan a obtener su titulación, en cifras estadísticas obtenidas por el DICIT se tiene que del 100% de los estudiantes sólo un 37 % son los que llegaron a culminar su titulación (listas adjuntas en anexos).
4. Después de haber realizado un estudio externo de la situación laboral en la que nos desenvolvemos, se pudo constatar que la gran mayoría de egresados o profesionales consideran que en nuestra ciudad el campo laboral es regular debido a la gran competencia que existe no sólo a nivel regional, sino que también nacional e internacional y como lo mencionaron: " Ya ser licenciado no es suficiente para sobresalir en el medio", por lo que es importante que los estudiantes se esfuercen más por egresar de la Universidad con su titulación, a fin de ser más competitivos en nuestro campo laboral.
5. La Carrera Administración de Empresas posee un gran prestigio en nuestro país, lo que hace que las empresas no tengan inconveniente de crear convenios de pasantías entre las empresas y la Universidad para que los estudiantes de la

Carrera de Administración de Empresas puedan aplicar sus conocimientos en las empresas.

6. Las empresas consideran que el nivel en el área de Recursos humanos es mejor que las áreas de Finanzas, Marketing y Producción.

7. Sobre la base del análisis de mercado que se realizó en las empresas industriales de nuestra ciudad, docentes titulares de la Carrera de Administración de Empresas, y alumnos egresados y titulados de los años 2000, 2001, 2002, se pudo constatar que en los tres estudios sí están de acuerdo en que es necesario que los egresados obtengan alguna especialidad, mejor si se la puede cursar en la misma institución, en un plazo más corto o al culminar el nivel académico de licenciatura.