

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA
AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX
LÓPEZ**

CARRERA DE MARKETING DIGITAL



ESPAMMFL

**ESTUDIO DE DEMANDA OCUPACIONAL Y
ACADÉMICA PARA LA OFERTA DE LA
CARRERA DE MARKETING DIGITAL DE LA
ESPAM MFL**

**COMISIÓN PARA LA CREACIÓN DE NUEVA OFERTA ACADÉMICA
CARRERA DE MARKETING DIGITAL
CALCETA-ECUADOR**



1. NECESIDAD E IMPORTANCIA DEL PROFESIONAL EN MARKETING DIGITAL

El Marketing digital ha crecido de manera sostenida y fuerte en el Ecuador y el mundo, ganando espacio en el escenario empresarial. El uso del marketing digital y la creación de materias en esa rama en las universidades permiten potencializar el alcance y la presencia de productos o servicios en el mercado donde los consumidores están conectados digitalmente cada vez más tiempo.

Actualmente se experimentan muchos cambios a nivel nacional e internacional, donde la tecnología juega un rol preponderante y que se evidenció con mayor claridad con la llegada del Covid-19, situación que provocó procesos de aprendizaje de nuevas estrategias para hacer procesos que anteriormente se podían realizar físicamente, ahora de manera digital. Las características de los consumidores pueden ser influenciadas y variar de acuerdo a los procesos económicos de cada país y las desigualdades, en un mundo que pareciera cada vez más acrecentar las diferencias entre los países denominados desarrollados y subdesarrollados, y con ese antecedente las organizaciones deben resolver problemas con los recursos que disponen que generalmente son escasos, para ello se requiere pensar, y repensar en una reingeniería de la forma en el que se hace marketing entendiendo que el mundo está más allá del límite de nuestras fronteras y que la digitalización nos permite llegar a un alcance de la población más grande.

2. ESTUDIO DE LA DEMANDA OCUPACIONAL

Para conocer la aceptación y pertinencia que tendría la carrera de Marketing Digital ofertada por la ESPAM MFL se desarrolló una encuesta a los empleadores que tienen suscritos convenios con la universidad. La encuesta fue realizada a través de la plataforma de Google Form a 50 empresario, a quienes se aplicó un instrumento de 10 preguntas, reflejando los siguientes resultados:



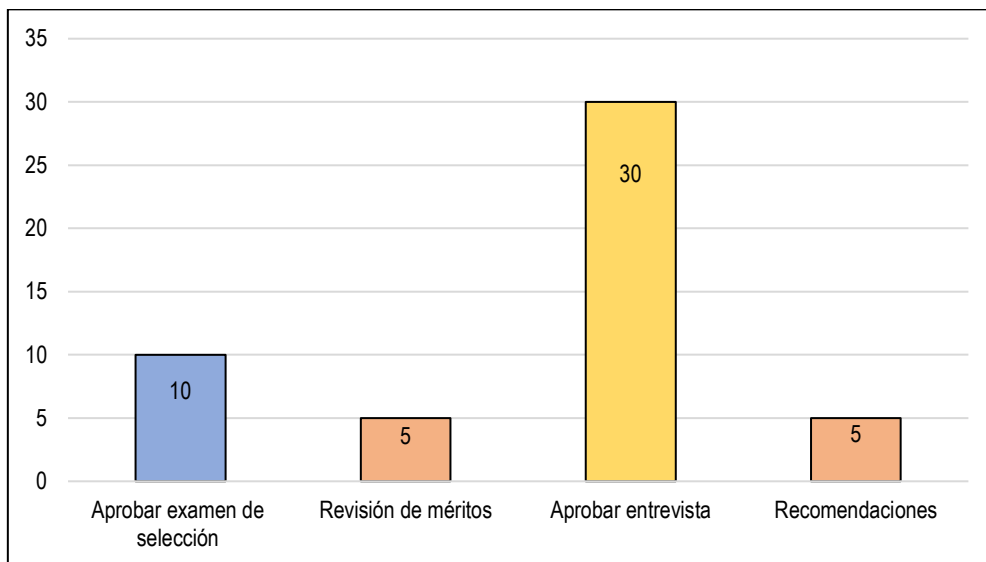
1. Qué condiciones son requeridas para la contratación del personal que labora en la organización.

Tabla 1. Condiciones para la contratación del personal.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTA | FRECUENCIA |
|-----------------------------|-----------|-------------|
| Aprobar examen de selección | 10 | 20% |
| Revisión de méritos | 5 | 10% |
| Aprobar entrevista | 30 | 60% |
| Recomendaciones | 5 | 10% |
| TOTAL | 50 | 100% |

Elaborado por: Los autores fuente Google formulario.

Gráfica 1. Condiciones para la contratación del personal.



Elaborado por: Los autores.

De acuerdo a la tabla 1 y gráfica 1 de los 50 empresarios encuestados, 30 (60%) indicaron que entre las condiciones requeridas para la contratación del personal que labora en la organización es relevante aprobar la entrevista de trabajo, por su parte, 10 (20%) personas señalaron que es pertinente aprobar el examen de selección, mientras que, 5 (5%) personas revelaron que es importante la revisión de méritos y otras 5 (5%) personas manifestaron que es oportuno considerar las recomendaciones personales.



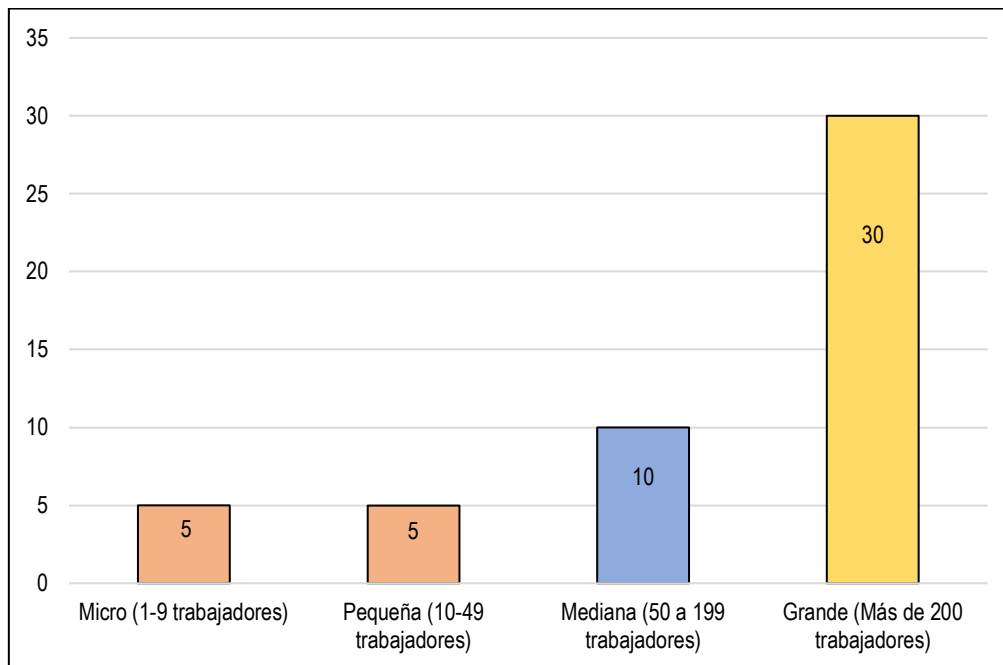
2. Tamaño de la empresa.

Tabla 2. Tamaño de la empresa.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTA | FRECUENCIA |
|----------------------------------|-----------|-------------|
| Micro (1-9 trabajadores) | 5 | 10% |
| Pequeña (10-49 trabajadores) | 5 | 10% |
| Mediana (50 a 199 trabajadores) | 10 | 20% |
| Grande (Más de 200 trabajadores) | 30 | 60% |
| TOTAL | 50 | 100% |

Elaborado por: Los autores fuente Google formulario.

Gráfica 2. Tamaño de la empresa.



Elaborado por: Los autores.

Con base a la tabla 2 y gráfica 2 se puntualiza que, de 50 empresarios encuestados, 30 (60%) coincidieron que el tamaño de su empresa es grande, no obstante, 10 (20%) personas mencionaron que su empresa es mediana, por su parte, 5 (10%) personas señalaron que su empresa es pequeña, y también, 5 (10%) personas manifestaron que su empresa es catalogada como micro.



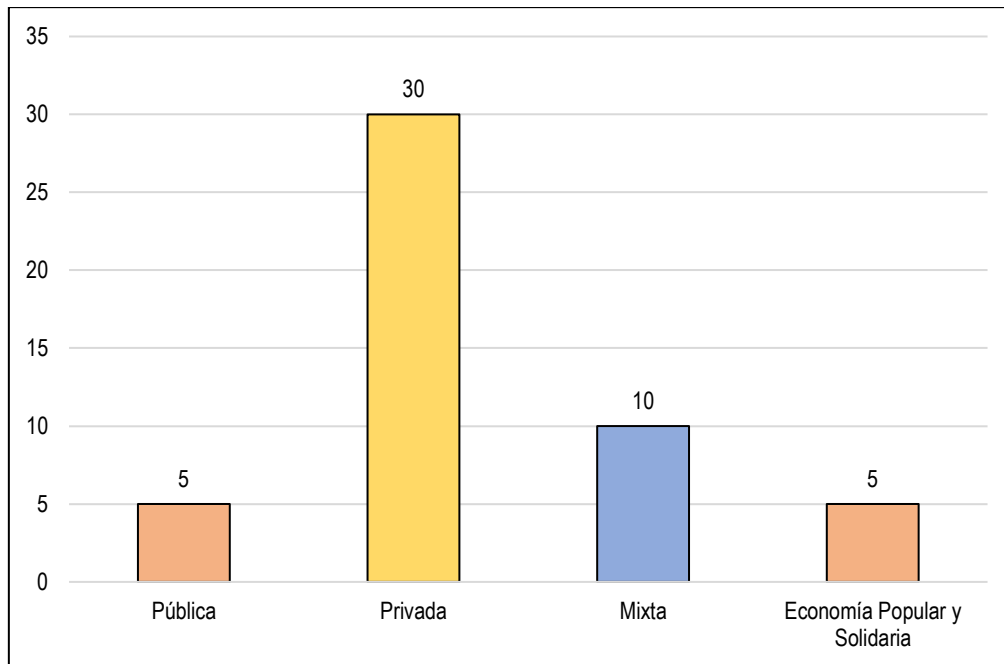
3. Tipo de institución.

Tabla 3. Tipo de institución.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTA | FRECUENCIA |
|------------------------------|-----------|-------------|
| Pública | 5 | 10% |
| Privada | 30 | 60% |
| Mixta | 10 | 20% |
| Economía Popular y Solidaria | 5 | 10% |
| TOTAL | 50 | 100% |

Elaborado por: Los autores fuente Google formulario.

Gráfica 3. Tipo de institución.



Elaborado por: Los autores.

Según la tabla 3 y gráfica 3 de 50 empresarios encuestados, 30 (60%) mencionaron que su tipo de empresa es privada, sin embargo, 10 (20%) personas detallaron que su empresa es mixta, mientras que, 5 (10%) personas indicaron que su empresa es pública, y de igual manera, 5 (10%) personas señalaron que su empresa pertenece al sector de Economía Popular y Solidaria.



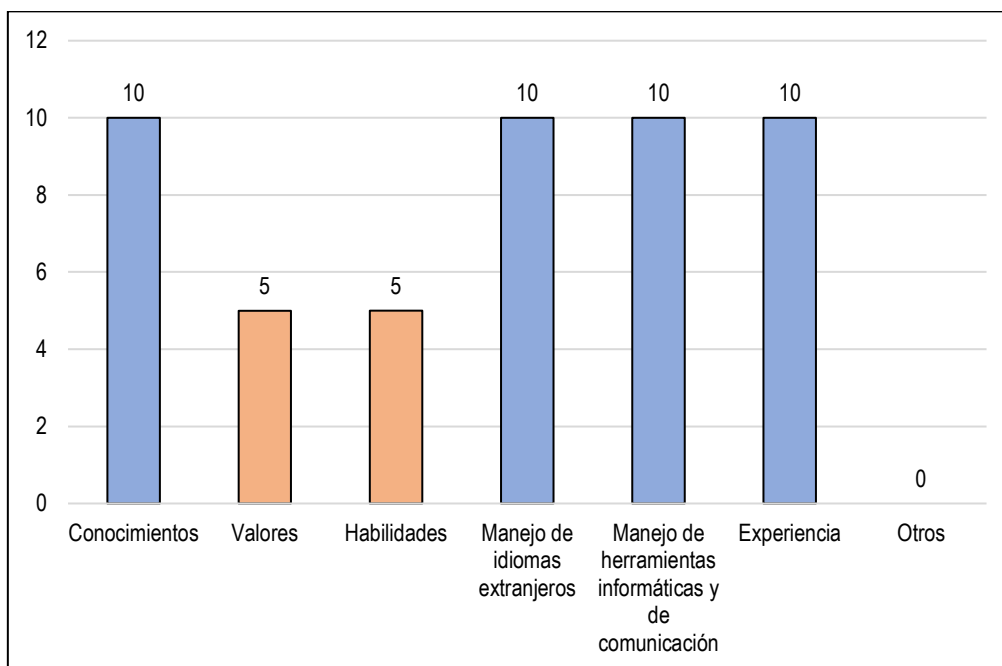
4. Qué aspectos influyen en la contratación de profesionales en su organización.

Tabla 4. Aspectos que influyen en la contratación del personal.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTA | FRECUENCIA |
|---|-----------|-------------|
| Conocimientos | 10 | 20% |
| Valores | 5 | 10% |
| Habilidades | 5 | 10% |
| Manejo de idiomas extranjeros | 10 | 10% |
| Manejo de herramientas informáticas y de comunicación | 10 | 20% |
| Experiencia | 10 | 20% |
| Otros | 0 | 0% |
| TOTAL | 50 | 100% |

Elaborado por: Los autores fuente Google formulario.

Gráfica 4. Aspectos que influyen en la contratación del personal.



Elaborado por: Los autores.

En la tabla 4 y gráfica 4 se observa que, de 50 empresarios encuestados, 10 (20%) señalaron que entre los aspectos que influye en la contratación de profesionales en su



organización se consideran los conocimientos adquiridos, en cambio, 10 (20%) personas indicaron que es pertinente el manejo de idiomas extranjeros, por su parte, 10 (20%) personas sugieren tomar en cuenta el manejo de herramientas informáticas y de comunicación, sin embargo, 10 (20%) personas difieren que es relevante la experiencia laboral, no obstante, 5 (10%) personas destacan la importancia de los valores, al igual que, 5 (10%) personas mencionaron que es de suma importancia las habilidades.

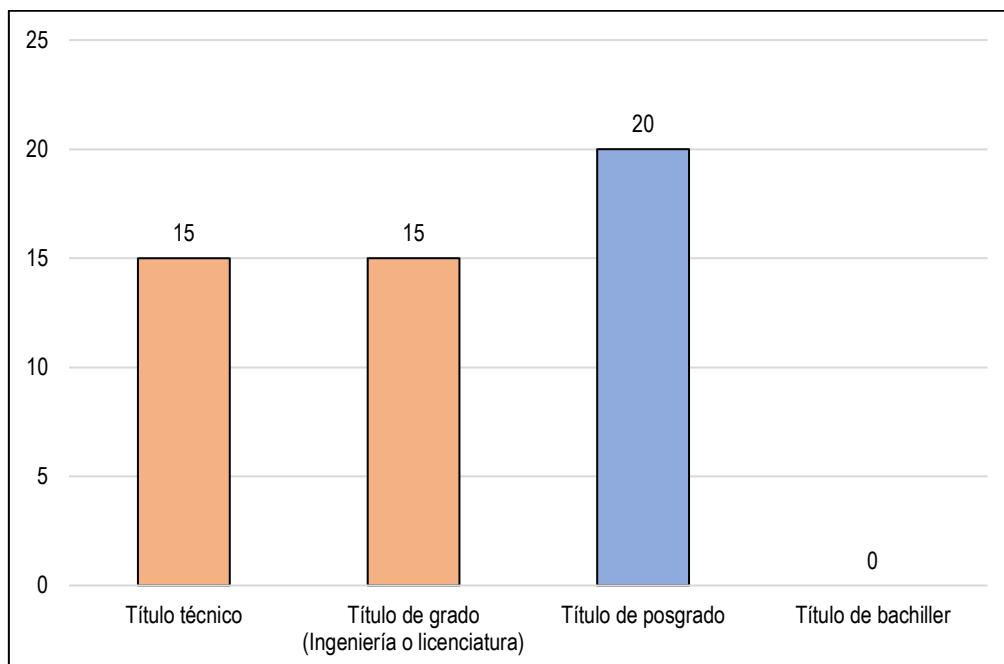
5. Profesionales que son requeridos por la organización con más frecuencia.

Tabla 5. Profesionales requeridos para la organización.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTA | FRECUENCIA |
|--|-----------|-------------|
| Título técnico | 15 | 30% |
| Título de grado (Ingeniería o licenciatura) | 15 | 30% |
| Título de posgrado | 20 | 40% |
| Título de bachiller | 0 | 0% |
| TOTAL | 50 | 100% |

Elaborado por: Los autores fuente Google formulario.

Gráfica 5. Profesionales requeridos para la organización.



Elaborado por: Los autores.



De acuerdo a la tabla 5 y gráfica 5 de los 50 empresarios encuestados, 20 (40%) señalaron que los profesionales requeridos por la organización con mayor frecuencia deben tener título de posgrado, mientras que, 15 (30%) personas manifestaron que los expertos deben tener un título técnico y 15 (30%) personas indicaron que los empleados deben tener un título de grado.

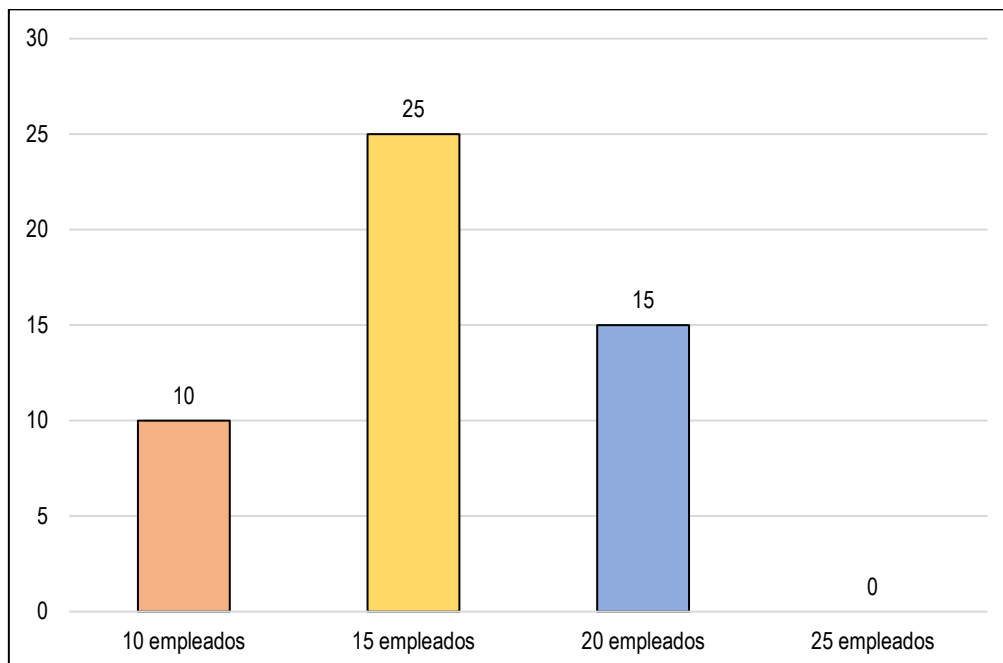
6. Cantidad de empleados que va a requerir para los siguientes años en áreas afines al marketing.

Tabla 6. Cantidad de empleados a requerir para los próximos años.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTA | FRECUENCIA |
|--------------|-----------|-------------|
| 10 empleados | 10 | 20% |
| 15 empleados | 25 | 50% |
| 20 empleados | 15 | 30% |
| 25 empleados | 0 | 0% |
| TOTAL | 50 | 100% |

Elaborado por: Los autores fuente Google formulario.

Gráfica 6. Cantidad de empleados a requerir para los próximos años



Elaborado por: Los autores.

Con base a la tabla 6 y gráfica 6 se evidencia que, de 50 empresarios encuestados, 25 (50%) indicaron que la cantidad de empleados que la empresa va a requerir para los



siguientes años en áreas afines al marketing corresponde a 15 colaboradores, por su parte, 15 (30%) personas puntualizan que la empresa requiere de 20 empleados y 10 (20%) personas manifestaron que la empresa solicita 10 profesionales.

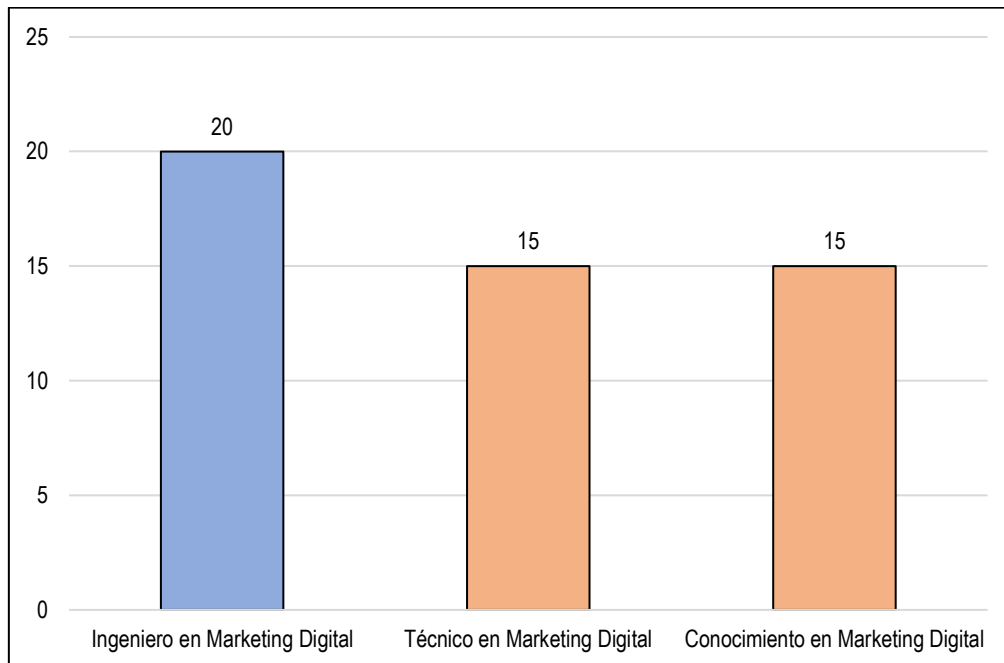
7. Carrera técnica o profesional que debe tener el empleado.

Tabla 7. Carrera que debe tener el empleado.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTA | FRECUENCIA |
|-----------------------------------|-----------|-------------|
| Ingeniero en Marketing Digital | 20 | 40% |
| Técnico en Marketing Digital | 15 | 30% |
| Conocimiento en Marketing Digital | 15 | 30% |
| TOTAL | 50 | 100% |

Elaborado por: Los autores fuente Google formulario.

Gráfica 7. Carrera que debe tener el empleado.



Elaborado por: Los autores.

Según la tabla 7 y gráfica 7 de 50 empresarios encuestados, 20 (40%) indicaron que la carrera técnica o profesional que deben tener los empleados corresponde a ingeniero en marketing digital, no obstante, 15 (30%) personas indicaron que la carrera o profesión



debe ser técnico en marketing digital, y de igual manera, 15 (30%) personas consideran necesario que los empleados tengan conocimiento en marketing digital.

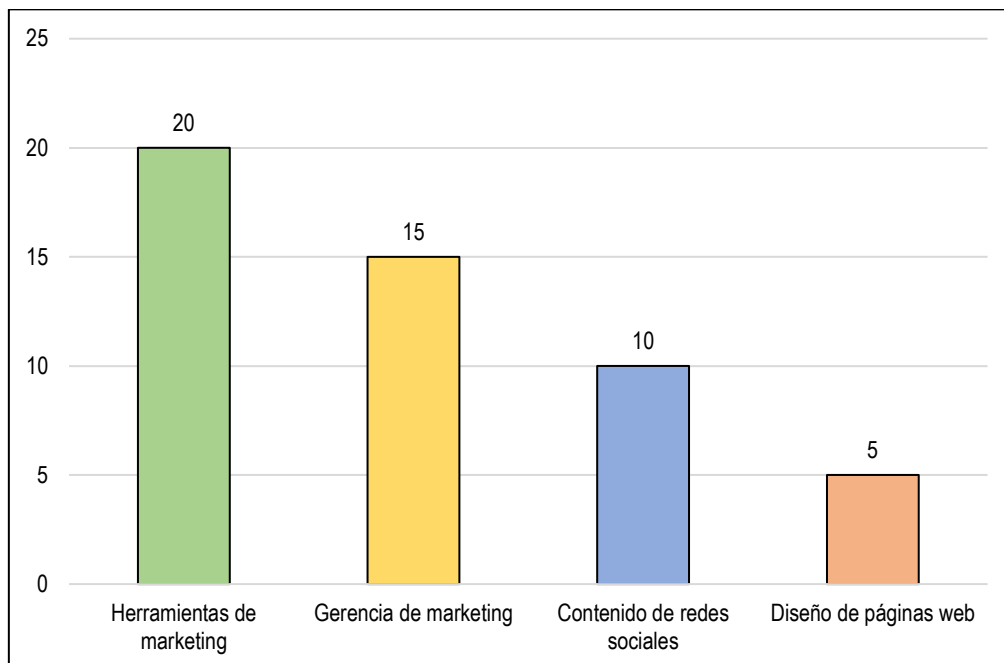
8. Capacitación específica requerida.

Tabla 8. Capacitación específica requerida.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTA | FRECUENCIA |
|-----------------------------|-----------|-------------|
| Herramientas de marketing | 20 | 40% |
| Gerencia de marketing | 15 | 30% |
| Contenido de redes sociales | 10 | 20% |
| Diseño de páginas web | 5 | 10% |
| TOTAL | 50 | 100% |

Elaborado por: Los autores fuente Google formulario.

Gráfica 8. Capacitación específica requerida.



Elaborado por: Los autores.

En la tabla 8 y gráfica se observa que, de 50 empresarios encuestados, 20 (40%) recalcaron que la capacitación específica requerida para los empleados debe basarse en



herramientas de marketing, en cambio, 15 (30%) personas indicaron que es pertinente capacitar al personal con temas relacionados a la gerencia de marketing, por su parte, 10 (20%) personas sugieren tomar en cuenta capacitaciones referentes al contenido de redes sociales y 5 (10%) personas mencionaron que también es pertinente capacitar a los empleados con temas sobre el diseño de páginas web.

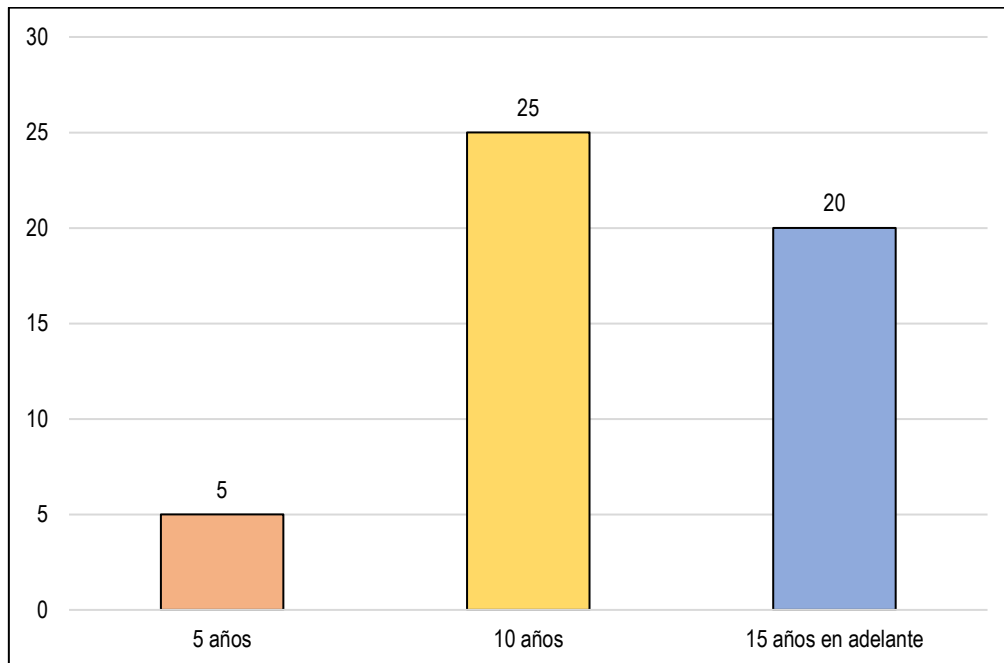
9. Experiencia laboral necesaria para el cargo.

Tabla 9. Experiencia laboral necesaria para el cargo.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTA | FRECUENCIA |
|---------------------|-----------|-------------|
| 5 años | 5 | 10% |
| 10 años | 25 | 50% |
| 15 años en adelante | 20 | 40% |
| TOTAL | 50 | 100% |

Elaborado por: Los autores fuente Google formulario.

Gráfica 9. Experiencia laboral necesaria para el cargo.



Elaborado por: Los autores.

De acuerdo a la tabla 9 y gráfica 9 de los 50 empresarios encuestados, 25 (50%) manifestaron que la experiencia laboral para el cargo debe ser en un tiempo estimado de 10 años, por su parte, 20 (40%) personas señalaron que la experiencia laboral debe ser de



15 años en adelante y 5 (10%) personas consideran que la experiencia laboral puede ser entre 5 años.

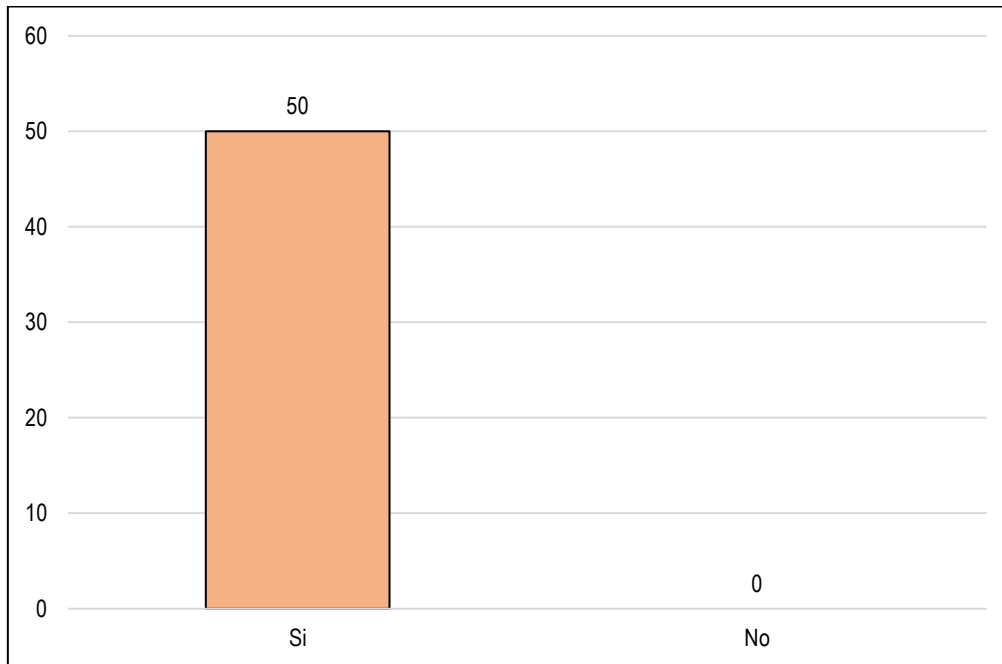
10. Recibe estudiantes universitarios para hacer prácticas profesionales.

Tabla 10. Prácticas profesionales.

| ALTERNATIVAS | RESPUESTA | FRECUENCIA |
|--------------|-----------|-------------|
| Si | 50 | 50% |
| No | 0 | 0% |
| TOTAL | 50 | 100% |

Elaborado por: Los autores fuente Google formulario.

Gráfica 10. Prácticas profesionales.



Elaborado por: Los autores.

Con base a la tabla 10 y gráfica 10 se destaca que los 50 (100%) empresarios encuestados acentuaron que la empresa recibe estudiantes universitarios para hacer prácticas profesionales.

3. ESTUDIO DE LA DEMANDA ACADÉMICA

En octubre de 2021, se designó a un grupo de profesores de la Carrera de Administración de Empresas de la ESPAM MFL para conformar una COMISIÓN DE DISEÑO, REDISEÑO DE CARRERAS DE GRADO Y ACTUALIZACIÓN CURRICULAR. Esta



Comisión, siguiendo los procedimientos planteados en la Guía para la Creación de Nuevas Carreras, elaborada por diferentes universidades de Manabí, realizó entre noviembre de 2021 y febrero de 2022 la toma de datos en instituciones educativas que son las principales proveedoras de estudiantes a la ESPAM MFL, según datos de Dirección de Carrera y Secretaría General de la institución. A partir de esta guía, donde se presentan cuestionarios para la toma de datos se procedió al muestreo de campo respectivo, considerando modificaciones en los cuestionarios planteados, que pueden mejorar el objetivo para el cual se realiza la obtención de datos. Una vez que se han realizado un conjunto de análisis estadísticos se procede a presentar sus resultados en el presente informe.

OBJETIVO

Determinar el potencial ingreso de estudiantes en nuevas carreras que oferta la ESPAM MFL.

METODOLOGÍA

La metodología planteada se encuentra en el documento Guía para Creación de nuevas carreras, es necesario indicar que se realizó un muestreo de campo considerando las instituciones educativas que aportan sus estudiantes a la ESPAM MFL y, a la carrera de Marketing Digital, se tomaron en cuenta para la investigación a los estudiantes del Bachillerato de las diferentes unidades educativas. A los efectos de determinar la demanda del sector estudiantil que permita conocer las aspiraciones de los futuros bachilleres de la Zona 4 de Manabí, se diseñó una encuesta. Esta encuesta se realizó con el objetivo de determinar la existencia de aspirantes a ingresar a la Institución a estudiar en el programa académico objeto de esta propuesta curricular. La encuesta se aplicó a un Muestra de 582 estudiantes del bachillerato de algunas instituciones educativas en las ciudades de Chone, Tosagua, Junín, Bolívar, y Bahía de Caráquez:

- **Chone:**

San Cayetano

- **Tosagua:**

Unidad Educativa Carlos Julio Arosemena Tola

Unidad educativa pedro Schumacher



- **Junín:**
Unidad Educativa Fiscomisional María Mercedes
- **Bolívar:**
Unidad Educativa 13 de octubre
Unidad Educativa Pablo VI
Unidad Educativa Atahualpa
Unidad Educativa Monserrate Álava González
- **Bahía de Caráquez**
Unidad Educativa Fiscal Maura Barreto Falcones

Una vez realizada la toma de datos, se procedió a digitalizar dicha información en hojas de cálculo, para posteriormente realizar el análisis estadístico.

RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados de la investigación, dando como posibles aspirantes interesados en cursar el programa académico objeto de la Propuesta de un universo encuestado de 582 bachilleres, localizados en los diferentes colegios de la Zona Norte de Manabí. Teniendo en consideración la demanda insatisfecha calculada en base al estudio de necesidades de la sociedad, diseñado a tales efectos, se procede a presentar un modelo de encuesta, tomando como base la información recabada en las Instituciones de educación Superior que tienen experiencia en el desarrollo de estos programas académicos.

ÁREAS DE ESTUDIO

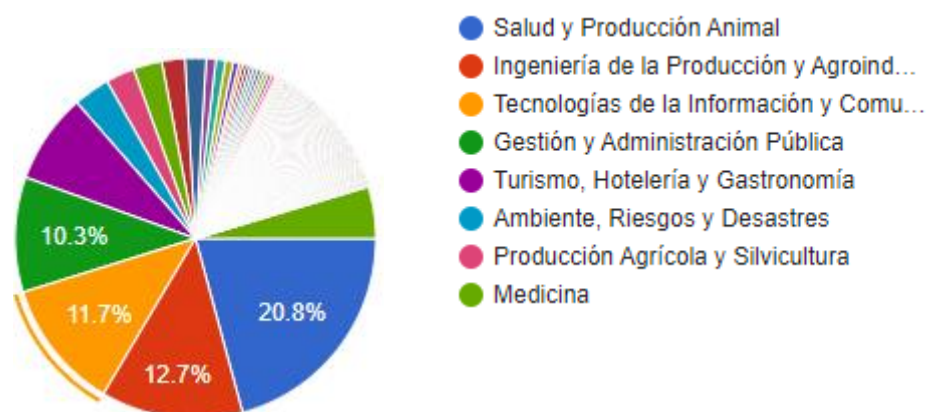




Figura 1. De acuerdo con los datos recabados en la encuesta realizada a los bachilleres y tal como lo muestra la figura 1, se puede apreciar que Gestión y Administración Pública tiene un porcentaje de 10.3%, Tecnologías de la Información y Comunicación 11.7%, Ingeniería de la Producción y Agroindustria 12.7%, ocupando un 20.8% Salud y producción Animal con el mayor porcentaje de preferencia e interés para estudiar en la ESPAM MFL.

Como se aprecian los resultados la salud y producción animal tiene mayor inclinación y preferencia para los estudiantes que desean iniciar sus estudios, esto se debe a que tiene muchas oportunidades laborales y es una carrera que está muy ligada a los avances científicos con una formación práctica que hace uso de la tecnología.

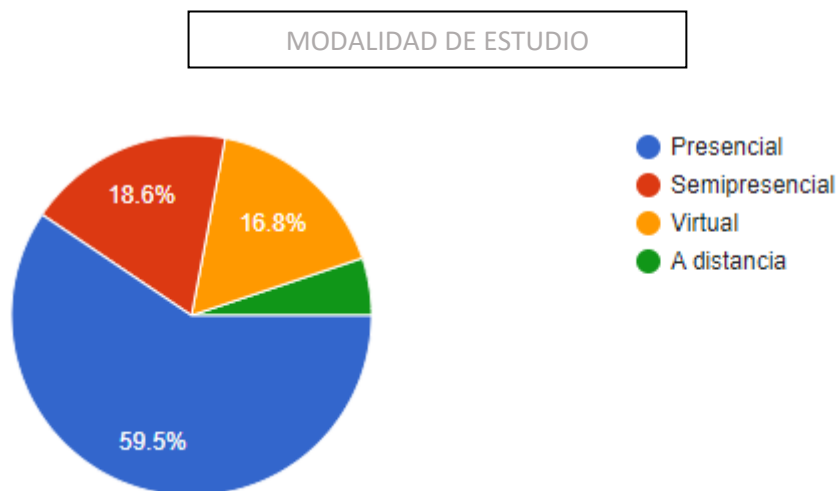


Figura 2. Los encuestados tienen como preferencia en la modalidad de estudio la presencialidad con un porcentaje del 59.5%, teniendo mayor relevancia como opción para recibir clases, debido a que de esta manera tienen mayor facilidad para receptor las clases, como segunda opción está la semipresencial con un 18.6% y dejando como tercera opción la virtualidad con un porcentaje del 16.8%, debido a que muchos estudiantes no cuentan con las condiciones necesarias e instrumentos tecnológicos para recibir clases. Como última opción está la modalidad a distancia con un porcentaje de 5.1%.



HORARIO DE ESTUDIO

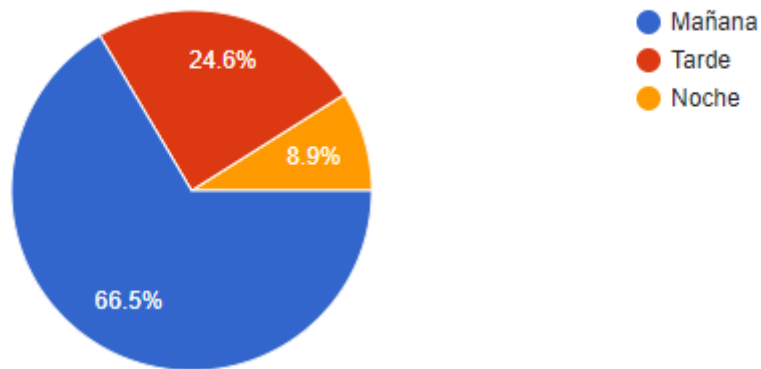


Figura 3. Se aprecia una preferencia de estudio en el horario de la mañana con un porcentaje del 66.5%, es un porcentaje de mucha relevancia, en el horario de la tarde hay una preferencia del 24.6% y en el horario de la noche el 8.9% de preferencia para recibir clases en la ESPAM MFL.