



*Estudio de empleabilidad de los egresados  
de la Maestría en Marketing*

**Propuesta de artículo presentado como requisito para optar al  
título de:**

**Magister en Administración de Empresas**

**Por la/el estudiante:**

**Ana Espinoza ESPINOZA CASTILLO**

**Bajo la dirección de:**

**Cecilia Alexandra PORTALANZA CHAVARRIA PhD (c)**

**TRABAJOS FINALES DE MAESTRÍA**

**MAE201501-07-01**

**Universidad Espíritu Santo  
Facultad de Postgrados  
Guayaquil - Ecuador  
AGOSTO de 2015**

*Estudio de empleabilidad de los egresados y/o graduados de la Maestría en Marketing*

Study employability of graduates from the master's degree in marketing.

**Ana Ivett ESPINOZA CASTILLO<sup>1</sup>**  
**Cecilia Alexandra PORTALANZA CHAVARRIA<sup>2</sup>**

Resumen

El propósito de este artículo es analizar la empleabilidad de los egresados de la Maestría en Marketing de la Universidad Espíritu Santo Ecuador. A través de un estudio empírico se aplicó un cuestionario a los egresados de las cohortes iniciadas en los años 2011 y 2012, el cual fue diseñado tomando en cuenta algunos factores del esquema básico de egresados y siguiendo lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior, el Reglamento de Régimen Académico y las normativas de acreditación de carreras y programas. A partir de los resultados obtenidos en la investigación se puede considerar la importancia que tiene la maestría en desarrollar competencias profesionales, habilidades y contestación rápida a los problemas. Además se pudo obtener los datos generales del graduado, su situación, trayectoria laboral y percepción sobre el programa cursado y la institución.

Palabras clave:

LOES, competencias, estrategias y empleabilidad

Abstract

The purpose of this article is to analyze the employability of graduates from the Master of Marketing of the Espiritu Santo University. Through an empirical study a questionnaire to graduates of the promotions that started in 2011 and 2012, which was designed by taking in reference some outline basic factors of graduates and following the disposed by the Higher Education Law, the Academic Regime Regulations and standards accreditation of courses and programs. From the results of the investigation can be considered the importance of mastery in developing professional skills, abilities and quick response to problems. It was also possible to obtain general information about the graduate, status, work history and perception of the completed program and the institution.

Key words

LOES, competence, strategies and employability

Clasificación JEL  
JEL Classification

J53

<sup>1</sup> Ingeniera Comercial en la Universidad de Estatal de Guayaquil. Estudiante Maestría en administración de Empresas Universidad Espíritu Santo – Ecuador. E-mail: aiespinoza@uees.edu.ec.

<sup>2</sup> Master en administración de Empresas, PhD © en Ciencias de la Dirección de la Universidad del Rosario, Bogotá. [aportalanza@uees.edu.ec](mailto:aportalanza@uees.edu.ec) Profesora Universidad Espíritu Santo- Ecuador.

## INTRODUCCIÓN

El entorno actual de la educación es un tema de reflexión para aquellas instituciones educativas comprometidas a contribuir y mejorar su plan educativo. Ante este panorama, es de mucha importancia la coincidencia y representación de los estudiantes ante la empleabilidad (Román, Franco, & Gordillo, 2014). Con el propósito de mejorar la oferta educativa, las instituciones de educación superior se encuentran reorganizando su plan de trabajo para superar, innovar y realizar procesos oportunos que mejoren los conocimientos, las capacidades y nuevas formas de aprendizaje de los estudiantes, para que su vinculación e inserción laboral sea competitiva y de calidad para su país (Amaro, 2005).

En un informe de la comisión internacional de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) sobre la educación para el siglo XXI se planteó que la educación debe considerar en sus métodos de enseñanza: aprender a conocer, a hacer, a convivir y a ser (Amaro, 2005). Es decir, que su visión actual siempre está en constante cambio, precisando enfoques actuales y nuevas prioridades para el futuro, hechos que mejor en el bienestar colectivo de una sociedad, guiándose en tres principales rectores relevancia, calidad e internacionalización (Alcántara, 2004).

La educación es un derecho de igualdad e irrenunciable de las personas, su objetivo principal es ofrecer una formación profesional y académica a través de medios ya establecidos por la Ley (LOES, 2010). De hecho, es lógico mencionar que los estudiantes con mejor nivel de educación superior son aquellos que adquirieron desde pequeños emulaciones escritas y de lectura,

desarrollando así un mejor nivel de competencia (Torreblanca & Pelles, 1995).

El progreso reciente de la educación y el saber ha fortalecido la validez de que el conocimiento es universal, su obtención, adelanto y expansión se debe a los esfuerzos colectivos de la comunidad académica internacional. Esto revela la arraigada extensión internacional que se está generando en las instituciones académicas en general, alcanzando tanto a los centros de educación superior como a las agrupaciones científicas y estudiantiles (UNESCO, 1995).

El sistema de educación tiene como finalidad mejorar su nivel de pertinencia, logros, calidad de educación y sus competencias (LOES, 2010). Muchas de las críticas y cuestionamientos provienen del mismo gobierno por la inestabilidad entre la demanda y la necesidad de la sociedad, cambios que muchas veces son cuestionados por las mismas instituciones, ya que afectan e invaden su autonomía y limitan sus estrategias ya establecidas (Universidad Nacional de Colombia, 2000).

La educación superior tiene una función social, puesto que debe responder sobre sus metas a un individuo y a toda una sociedad en general (García, 1997).

Uno de los grandes problemas es que se ha confundido la universidad con el sistema de educación superior. Si bien es cierto, la universidad hace parte del sistema de educación superior en cualquier parte del mundo, pero este sistema no es solamente la universidad (Bokova, 2014). Es el sistema en su conjunto es quien debe responder por todas las exigencias de la sociedad, que van encaminadas u orientadas por el modelo de país que se busca alcanzar (Torregrosa, Serrano, Torres, & Puentes, 2012).

La Universidad, al construir su misión, estipula medios apropiados que accedan edificar un buen futuro garantizado para ellos. La falta de claridad a su verdadero compromiso debería enfocarse a ofrecer una educación adecuada con objetivos determinados que faciliten un impulso económico y social para un país (Méndez, 2005). La calidad que estas puedan brindar es de gran importancia ya que esto permite crear condiciones de empleabilidad favorables para sus egresados, enfatizando así la relación universidad y sociedad. No obstante, esta vinculación es de principal importancia para cubrir necesidades de su entorno, por su origen y alimentación de conocimiento (García, 1997).

En Ecuador, la constitución política de la República decreta en agosto de 1998 que el deber del Estado es dar a los ciudadanos el goce al derecho a la educación garantizando la igualdad e inclusión de todas las personas a participar en el proceso educativo (Asamblea Constituyente, 2008). El plan del buen vivir es parte importante del sistema nacional de educación ya que este alcanza los elementos del proceso educativo en los niveles de educación inicial, básica y bachillerato, y articula a la educación superior (SENPLADES, 2013).

Dentro de los niveles de educación existentes en la Educación Superior, se encuentran las Maestrías profesionales y de investigación (RRA, 2013). Las Maestrías profesionales tienen como objetivo: Desarrollar, preparar y profundizar un área específica del conocimiento. Dotando al estudiante con herramientas prácticas que faculten habilidades y recursos prácticos que completen esa base teórica en el campo del saber (EcuadorUniversitario.Com, 2012).

En consecuencia, la educación de cuarto nivel o de postgrado, esta direccionado a la especialización científica o de ejercicio profesional avanzado capaces de construir una sociedad más justa e integradas (Ecuador Universitario.Com,2013).

Las variables y escenarios que se ejecutan actualmente están direccionadas a los objetivos de sociedad del Buen Vivir tanto a nivel nacional e internacional, medio que contribuye a un futuro educativo confiable en calidad y pertinencia facilitando el proceso de evaluación en conocimientos, innovación y tecnología, a fin de crear una diversidad productiva y un valor agregado que beneficie a la sociedad (SENPLADES, 2013).

El reto del Sistema Nacional de Educación Superior conformado por las universidades públicas y privadas, está en ofrecer competencias y destrezas profesionales que estén de acuerdo a los requerimientos del mercado laboral, en que sus estudiantes tengan la capacidad de elegir información de excelencia, con rapidez y calidad para tomar decisiones apropiadas (Hurtado, 2004). Su planificación, regulación y coordinación será observada por el Consejo Nacional de Educación Superior de acuerdo a las obligaciones ya fundadas por la ley (Esquetini & Rodriguez, 2005).

La organización del sistema de educación ecuatoriano es parte crucial de este gobierno así fue que se creó el Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano, el apareamiento de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), del Consejo de evaluación Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES) y del Consejo de Educación Superior (CES) todas estas instituciones permitirán la evaluación y clasificación

de las universidades, al igual que mejorar recursos y crear nuevas entidades educativas especializadas en diferentes campos (Ministerio de Educación, 2013).

El Consejo de evaluación Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES) se encarga de diseñar y construir modelos e instrumentos para el proceso de evaluación y acreditación de institutos superiores. Brindando asistencia técnica en los procesos de auto evaluación y evaluación externa de las instituciones del nivel técnico y tecnológico, o sus equivalentes, a nivel nacional (CEAACES, 2013).

Estos modelos de acreditación están compuestos por criterios e indicadores, los cuales deben ser cumplidos por las Instituciones de Educación Superior (IES). Uno de los criterios a evaluar es la dimensión estudiantes. Las IES deben conocer donde se encuentran sus alumnos y egresados, y entender como lo aprendido en su maestría ha contribuido en el desarrollo profesional del egresado.

Es importante el seguimiento a egresados ya que esta evaluación accederá a los factores claves que se usarán para medir la funcionalidad del centro de conocimiento por la calidad y eficiencia que brindan al estado y a la sociedad. Todo esto demostrara si favoreció al egresado y/o graduado en su empleabilidad mediante la investigación e innovación de su orientación profesional permitiéndose mejorar su desempeño laboral (De la Torre, Roa, Saldívar, Del Real, Roa, & García, 2012; Ruíz, 2010).

En este contexto y por lo expuesto anteriormente, la calidad y evaluación son exigencias que garantizan una formación académica con mejores capacidades y oportunidades que posibiliten un mercado educativo con metas reales (Morales, 1996),

debidamente acreditados y evaluados ya que el improvisar no es permitido, la búsqueda constante de instrumentos que permiten definir rutas estratégicas para conocer productos o servicios, deben cumplir con el plan nacional del buen vivir impuesto por el Gobierno Ecuatoriano (Ruiz , 2011).

La Universidad Espíritu Santo, es una Institución de Educación Superior autofinanciada y tiene como misión: Servir a la sociedad mediante la generación de entornos de aprendizaje para la formación integral de personas que, a través de la docencia, investigación y vinculación, contribuyan al desarrollo del país y su visión: La UEES se visualiza como un centro de docencia, investigación y orientación que aporta alternativas para el desarrollo del país (SENESCYT, 2014).

Realiza sus seguimientos a egresados a través del departamento de bienestar estudiantil para los niveles de enseñanza de tercer nivel.

Los programas de cuarto nivel que ejecuta la UEES son administrados por su facultad de postgrado, la cual tiene entre su oferta académica a la Maestría en Marketing, cuyo objetivo está diseñado para dotar de competencias y fomentar la mente estratégica del estudiante que a través de clases magistrales, talleres estudios de casos y desarrollo de proyectos, conocerá las experiencias de otras organizaciones y reflexionará sobre las futuras decisiones que tenga que tomar en su departamento de marketing (UEES, 2014).

Dentro de este proceso debe considerarse si el proyecto educativo desarrollado está encaminado a la nueva práctica profesional actual, y garantizar el compromiso con las necesidades sociales (Hernández, Tavera, & Jiménez, 2012).

En la actualidad la facultad de postgrado no cuenta con un departamento que se encargue de hacer seguimientos a sus egresados, y considerando que dentro de los criterios de evaluación para la acreditación de los programas de postgrado se evalúa el seguimiento a egresados, esta investigación tiene como objetivo hacer un estudio de los egresados de la Maestría de Marketing y conocer sus características laborales, trayectoria profesional y académica, buscando analizar su articulación con el mercado laboral.

De acuerdo con Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior ANUIES un seguimiento de egresados, consiste en la evaluación de los egresados en relación con sus estudios realizados, es decir, el procedimiento mediante el cual una institución busca conocer la actividad profesional que éstos desarrollan, su campo de acción, su nivel de ingresos, las posibles desviaciones profesionales que han tenido así como sus causas, su ubicación en el mercado de trabajo y su formación académica posterior al egreso (ANUIES 1998).

El objetivo principal de la maestría de marketing es cubrir las necesidades que aquejan las organizaciones ampliando su programa de estudio con calidad, responsabilidad, proyección y sostenibilidad académica y así conseguir éxitos en cuanto a la cultura empresarial apoyada en el liderazgo, creatividad y valor estratégico (Corrales & Tapia, 2000).

Por lo tanto se hace imprescindible conocer donde laboran los egresados y graduados de la Maestría de Marketing los cargos que ocupan y así determinar si el programa ofertado cumple con los sectores empresariales. (García, Díaz, & Meneses, 2009).

Se pretende conocer la realidad de la Maestría en Marketing, tanto en aspectos sociales relacionados con el egresado y/o graduado así como en lo académico; por lo tanto, en esta investigación se considera a la persona egresada cuando: 1) la persona que ha concluido el 100% de su malla curricular, pero no tiene el grado de magister y 2) se considera como graduado al estudiante que ha terminado su malla curricular y tiene su grado de Magister.

El estudio se ha dividido en las siguientes partes: la primera consiste en una revisión de la literatura relacionada con la empleabilidad; en la segunda parte, se detalla el diseño metodológico y la aplicación del cuestionario a los egresados de la Maestría en Marketing y la tercera parte se encuentra el análisis de resultados, conclusiones y recomendaciones.

## **EMPLEABILIDAD**

Es un concepto contemporáneo recientemente adoptado a partir del siglo XXI por sus varias teorías y enfoques a lo largo de todo este tiempo y notable en la vida humana (García & Pérez, 2008; Iriñiz, Romero & Nicolini, 2010) en que se consideran que la principal función de las instituciones universitarias es formular aportes académicos competitivos y de calidad, que puedan manifestarse ante la demanda laboral y conseguir buenos empleos.

La empleabilidad descende de la palabra inglesa *Employability*, que proviene de *employ* que significa empleo y *ability* que significa habilidad. Su significado más adaptado es la habilidad para obtener o conservar un empleo (Campos, 2001). Según lo expuesto anteriormente la empleabilidad es la capacidad del individuo en obtener un empleo que satisfaga las necesidades profesionales,



económicas y de desarrollo a lo largo de su vida (Rentería & Andrade, 2007).

La intranquilidad del gobierno y de la sociedad, acerca de la empleabilidad de los egresados universitarios, es un factor considerado de análisis ya que es una mezcla de varios temas como es el conocimiento y habilidades que permiten crecer las posibilidades de conseguir un empleo satisfactorio a nivel personal y social (Álvarez, Chalco, Espada, & Villarreal, 2012).

Los procesos de mejoras en la educación van enfocados directamente a la empleabilidad lo que se entiende como un conjunto de conocimientos, destrezas y capacidades; por ende se plantea estas mejoras a través del currículo (Valenti, Varela, Gonzalez, & Zurita, 1997). No siempre la universidad influye en la empleabilidad; hasta cierto punto puede incidir ya que es en la institución de educación superior donde adquiere formación y competencias para poder obtener su título profesional que acceda a una adecuada transición e inserción en el mercado laboral (Lantarón, 2014).

Resulta ser pertinente conocer la diferencia entre el concepto de empleabilidad y empleo. Vargas (2007) mide la empleabilidad como las capacidades, habilidades, conocimientos y experiencias que faciliten la situación ocupacional de sus egresados y además son difíciles de ponderar (Ministerio de Educación de Colombia, 2013) mientras que el empleo es simplemente una actividad que no se enfoca en los estudios obtenidos.

Asís, y otros (2009) interpretan la relación entre la educación y la empleabilidad como un tema realmente complejo, lleno de indecisión y nuevos cuestionamientos sobre su posición y pertinencia en la educación superior en la actualidad. Todo esto es una guía de retroalimentación que sirve para la

formación de estudiantes y la producción de factores de cambio dentro de la institución ya que está reacciona de acuerdo a las debidas exigencias, formulando así estrategias innovadoras que capaciten al capital humano e insertándolos a la empleabilidad (Filippi, 2010).

Ayat, Zamora, & Desantes (2010) mencionan que la sociedad también exige rendición de cuentas a las universidades orientadas a certificar que la calidad y mejora de la preparación profesional sea la suficiente para que los titulados consigan empleo.

Para el Instituto Nacional de Capacitación INACAP (2014) es importante tener contacto con los sectores industriales y públicos en general para poder crear una malla de estudio que reúna las necesidades del sector, competencias y capacidades de empleabilidad. La idea central es constituir asignaturas que beneficien estas competencias de modo que se obtenga un mecanismo educativo de calidad, por lo tanto la empleabilidad no es un producto sino el resultado del proceso formativo que adquirió el estudiante para cubrir su necesidad personal y social, donde las posibilidades de encontrar un empleo son mayores por el nivel de formación recibida (Suárez, 2012).

Fundipe (1999) menciona que existen atributos o habilidades correspondientes a la empleabilidad y las clasifica en 4 grupos: a) Las actitudes de la persona, las cuales abarca

las cualidades necesarias que solicita el puesto de trabajo, tales como: motivación, compromiso, y predisposición a los cambios. Lo que motiva a la empresa a invertir en el avance profesional y de autodesarrollo de su personal; b) La seguridad y competencia emocional del empleado que

representa la capacidad que tiene el empleado para relacionarse con los demás; c) la inteligencia práctica o habilidades para la solución de problemas, que constituye el análisis y solución de problemas de acuerdo a la capacidad de comunicación, razonamiento tanto numérico como verbal; y, d) el conocimiento del entorno, el cual analiza el ambiente laboral, de acuerdo a la naturaleza del negocio.

La calidad que un individuo muestre al mercado laboral a lo largo del tiempo, materializa la valoración de su aportación realizada al empleador o a la sociedad en general (García, 2009)

Altamirano (2014) establece dos tipos de empleabilidad: 1) la empleabilidad de inicio o capacidad de inserción laboral, la cual contempla a las personas que acaban de finalizar sus estudios y que buscan trabajo de acuerdo a su ámbito de conocimientos. En esta etapa su enfoque va dirigido a la parte externa, orientada a extender la visibilidad del candidato y el desarrollo más competitivo y potencial de diferenciación ante las empresas (Ruiz & Molero, 2009). En este tipo de empleabilidad es más compleja la inserción de los recién graduados, por los constantes cambios que se notan en el entorno empresarial. Las vacantes que existen dentro de las empresas regularmente son llenadas con los profesionales con experiencias lo que resta posibilidades de empleos a los profesionales con poca experiencia.

La empleabilidad a largo plazo, es la etapa avanzada de la carrera profesional en donde se analiza la parte externa e interna, la misma que va dirigida a la subsistencia que tenga el empleado en conservar su puesto actual.

Actualmente los profesionales prefieren estar en empresas que testifiquen su

crecimiento profesional y que aseguren su puesto de trabajo.

Por los constantes cambios que se dan en el entorno, la empleabilidad no está apartada de esta situación, ya que esto afecta al profesional por las tres tendencias que actúan de forma compatible y que se agrupan bajo un mismo nombre común: dispersión, relación con la globalización; temporal, pueden ser los horarios de trabajo y de funciones, aquellos profesionales que tienen la capacidad de relacionarse e interactuar con personas de diferentes opiniones y destrezas (Círculo del progreso, 2003).

En resumen, las instituciones de educación superior tienen como plan de trabajo beneficiar la empleabilidad de sus egresados y/o graduados diseñando planes de estudios más direccionados al mercado laboral, promoviendo la diversificación curricular, entendiendo que existen competencias que solicitan las empresas para las nuevas formas de organización (Jiménez, 2009:53).

## **METODOLOGIA**

El diseño de la investigación es de tipo cuantitativo, no experimental de corte transaccional, los datos fueron obtenidos en un momento dado y los sujetos son estudiados tal como se dan en su contexto natural (Hernández, Fernández & Baptista, 2010). La investigación fue exploratoria y descriptiva, se buscó conocer y describir un conjunto de variables y tener una visión del objeto de estudio.

La población estuvo constituida por los estudiantes egresados y graduados de la Maestría en Marketing de las cohortes 2011 y 2012 de la modalidad on-line, quienes constituyeron la muestra de estudio.



**Tabla 1.** Cohorte (2011-2012)

Categoría	Frecuencia relativa	Personas
<b>2011</b>	48,39%	15
<b>2012</b>	51,61%	16
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>31</b>

Por ser una investigación exploratoria no se presentan hipótesis y las variables se determinarán de la información original que se obtenga para crear una base de datos ya que el programa de postgrado cuenta con los archivos físicos de los alumnos que se solicitó al momento de su ingreso; sin embargo, éstos no han sido actualizados, se desconoce la situación profesional de los alumnos, más aun de los egresados, que una vez que culminan sus estudios se desvincula de la UEES.

Para la realización del estudio se adaptó un instrumento las preguntas del cuestionario fueron elaboradas a partir de encuestas utilizadas en estudios similares en Universidades de España y Colombia; y, adaptadas de acuerdo a las normas vigentes en la Educación Superior en el Ecuador.

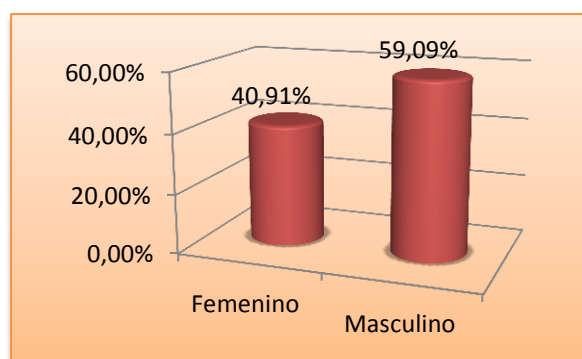
La recolección de los datos se realizó en los meses de Abril, Mayo y Junio del 2015 a través de la herramienta *surveymonkey* realizando 3 envíos de correos masivos a los estudiantes y egresados de la Maestría de Marketing de las cohortes 2011 y 2012, esto se hizo en diferentes fechas insistiendo con los no localizados en un primer momento, además se programaron 2 llamadas en diferentes horarios (primera llamada por la mañana y la segunda por la tarde).

Las preguntas fueron de fácil respuesta, el tiempo para su cumplimiento no superó los 15 minutos. Los datos fueron tabulados y analizados en SPSS.

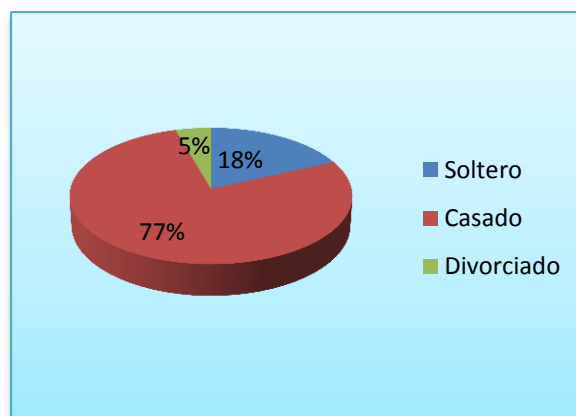
## ANALISIS DE LOS DATOS

De la población instrumentada que decidieron estudiar la Maestría de Marketing (MM) fue el 40,91% que corresponde al género femenino, mientras que el 59,09% son del género masculino.

**Gráfico 1.** Sexo



**Gráfico 2.** Estado Civil



En relación al estado civil el 18.2% son solteros, seguidos por el 77.3% que se encuentran casados y el 4,50 es divorciado. El promedio de edad de los egresados y graduados al momento de aplicar la encuesta era 35 años, en las ciudades de Quito, Portoviejo y Guayaquil se manifestó el 18.8% en cada de ellas y el 18.18% están distribuidos en las ciudades de Samborondon y Cuenca.

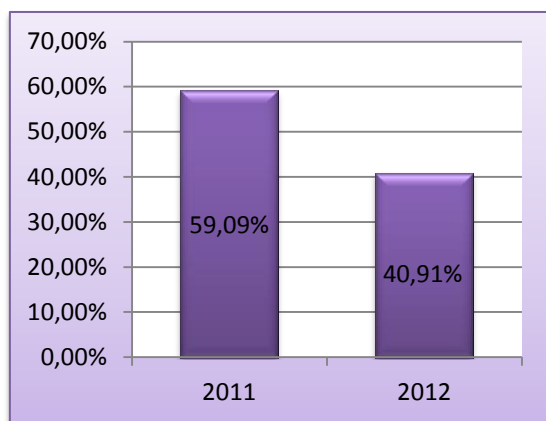
**Tabla 2.** Lugar de Residencia

Categoría	Frecuencia relativa
Quito	18,18%
Samborondon	9,09%
Machala	4,55%
Portoviejo	18,18%
Guayaquil	18,18%
Cayambe	4,55%
Baños	4,55%
Cuenca	9,09%
El Carmen	4,55%
Manta	4,55%
Santa Elena	4,55%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

2.- Trayectoria estudiantil y laboral

En esta sección el análisis se realizara en la parte laboral y estudiantil de los egresados y/o graduados de la Cohorte 2011 y 2012.

**Gráfico 3.** Año en la que inició sus estudios de maestría



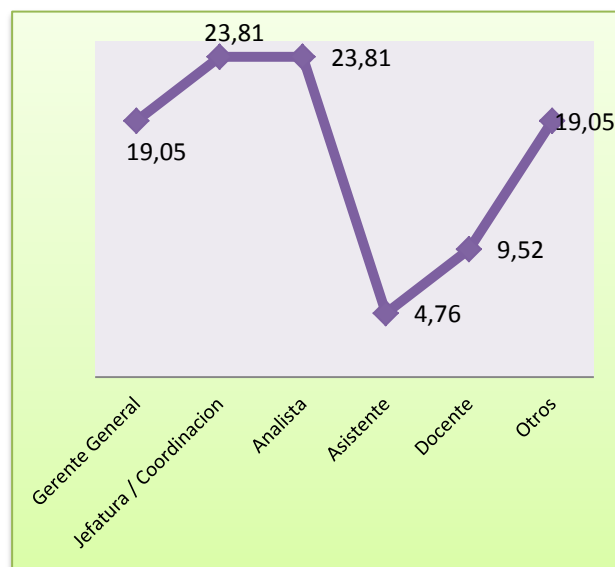
Del total de las personas que contestaron la encuesta se pudo identificar que el 31,8% obtuvo su título de cuarto nivel, en cuanto el 68,20% termino su malla curricular. Se encontró que el 95,5% de alumnos ya tenían trabajo, mientras el 4.5% aún no han conseguido trabajo, lo que refleja que los egresados o graduados de la maestría en marketing tiene una aceptable inserción en el mercado laboral.

3.- Característica de empresa actual

De las personas encuestadas que laboran el 66.67% lo realiza en empresa privada y el 33,33% en empresas públicas, hay que hacer anotar que en su conjunto el 61.9% laboran en empresas grandes y 19,05% en empresas medianas, sin embargo en su mayoría trabajan en empresas nacionales.

Con respecto a los ingresos de los encuestados de la maestría en marketing el 57,14% percibe un ingreso entre \$1.001,00 a \$2.000,00, el 19,05% ganan entre \$2.001,00 a \$3.000,00 y mayor a \$3.000,00 apenas el 9,52 %, que percibe un salario superior. Con lo referente al cargo que desempeña se pudo determinar que el 71,43% ocupa posiciones de Jefatura/Coordinación, Analistas y Otros en tanto que el 19,05% desempeña las funciones de gerente general.

**Gráfico 4.** Cargo que desempeña actualmente

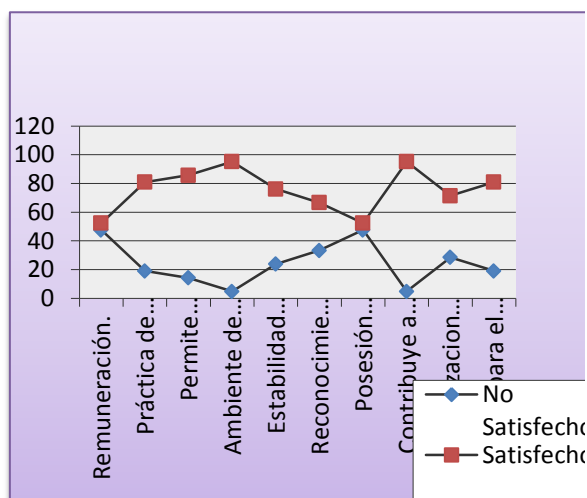


4.-Análisis descriptivo

Percepción sobre formación recibida

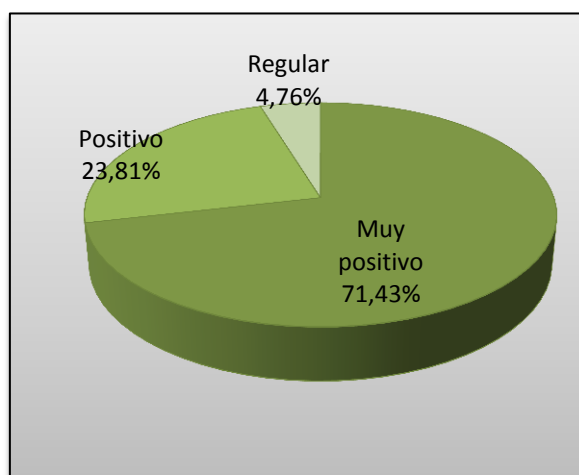
En lo que respecta a la percepción de los estudiantes, a la satisfacción de los servicios recibidos.

**Gráfico 5.** Especifique si está satisfecho/no satisfecho con los siguientes aspectos de su trabajo actual



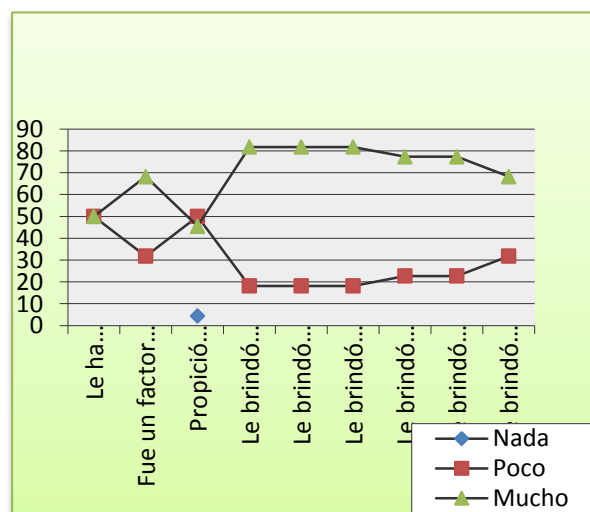
Como se puede observar en la gráfica las satisfacciones que tienen los egresados y graduados en su trabajo actual, es que les agrada el ambiente laboral donde se desempeña su contribución permite solucionar problemas y desarrolla sus propias ideas, también es considerado el desarrollo profesional adquiridos en la UEES, así también unas de las razones por las que no están satisfecho es por la remuneración y posesión jerárquica en sus trabajos actuales.

**Gráfico 6.** A partir de la experiencia laboral ¿Considera usted que su trabajo influye en el desarrollo de la empresa que labora?



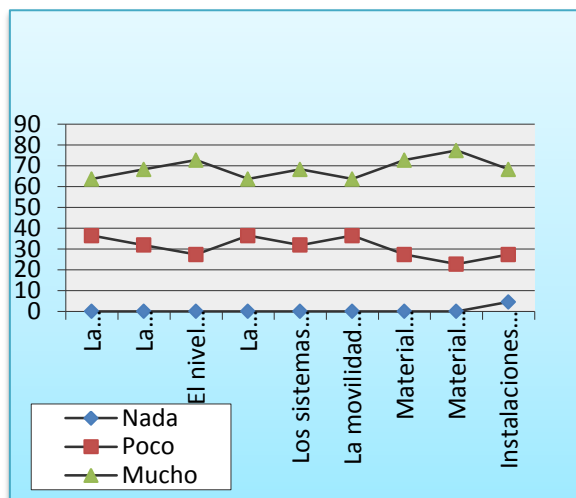
Adicionalmente el 71,43% de los encuestado considera que su trabajo influyo muy positivamente en el desarrollo de la empresa, el 23.81% como positiva y el 4,76% regular. También nos menciona que el 61,9%de encuestados trabaja en empresas grandes y el 19,05% en medianas empresas.

**Gráfico 7.** Califique la formación académica recibida durante los estudios de posgrado:



Como demuestra el grafico precedente nos indica cuales fueron las medidas o elementos que en su formación calificaría como mucho el conocimiento necesario para su ejercicio profesional, las habilidades para identificar y solucionar problemas seguidos por la búsqueda de información y de los que contestaron como poco fue el factor de crecimiento y desarrollo profesional y las habilidades para el trabajo en equipo.

**Gráfico 8.** Indique en qué medida los siguientes aspectos del proceso de formación cubrieron sus expectativas:



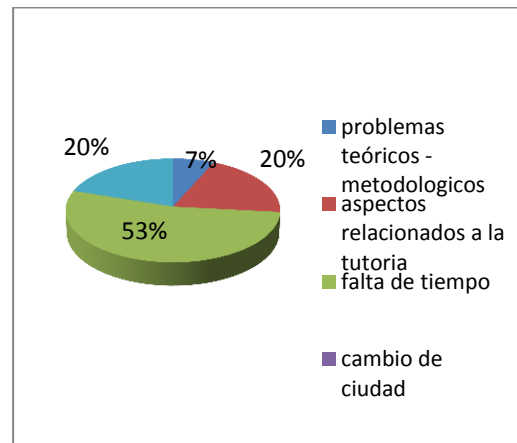
Una de las principales preguntas que se debían conocer es si los profesores asignados a dictar las clases fueron los correctos de las perspectiva de los estudiantes por los cuales arrojé los siguientes resultados: el 77,3% de los graduados y egresados consideran como muy bueno el perfil profesional de los docentes y los conocimientos impartidos de la MM, mientras que el 45,5% considero la comunicación con los estudiantes como regular.

En términos generales se encuentra con una muy buena satisfacción de los estudiantes por los docentes.

## 5. TITULACION

En los resultados obtenidos en la etapa de titulación se encontró que los egresados están medianamente satisfechos con la forma de cómo se evaluó su sistema de tesis y/o preparación del trabajo de titulación. De acuerdo al grado de satisfacción de las tutorías se ubica con mayor porcentaje el 59,1% que corresponde a la opción satisfecho.

**Gráfico 9.** Motivos por los que aún no obtuvo su título:



El motivo principal por lo que muchos egresados aún no han obtenido en su título se debe a la falta de tiempo con el 53% seguido por el 20% que se refiere a los aspectos relacionados con la tutoría y el 20% a problemas teóricos-metodológicos.

## CONCLUSIONES

El objetivo general que se diseñó para este estudio fue conocer la empleabilidad de los estudiantes de la maestría en marketing. De acuerdo a este objetivo se puede testificar que los egresados y/o graduados de esta maestría tienen buena aceptación laboral por parte de las empresas.

A partir de los resultados obtenidos en la investigación se obtuvo un enfoque más claro del ambiente actual con respecto a la empleabilidad de los egresados y/o graduados. Al confrontarla parte conceptual con las experiencias de los encuestados se llegó a la conclusión que esta situación no está lejos de la principal función de las instituciones educativas ya que estas contestan a la demanda laboral actual donde se les permite conseguir empleos satisfactorios al igual que consolidar su experiencia en empresas grandes con sueldos promedios al mercado actual.

De la información recabada, se puede concluir que la empleabilidad es el medio para conseguir y conservar un empleo que cumpla con la oferta y demanda laboral, siempre y cuando se consideren los siguientes aspectos: ejecución de estrategias, desarrollo de competencias, prácticas eficaces y eficientes de acuerdo al perfil del cargo.

En lo que concierne a la educación superior en el Ecuador uno de los criterios de apreciación dentro de las entidades de regulación es dar el seguimiento a los egresados y graduados con la finalidad de evaluar los centros de conocimientos comprobando que cumplen con las expectativas del estado y de la sociedad.

Parte de las estrategias que deben considerarse esta en reconocer las fuentes que ofrecen trabajo, poseer una hoja de vida con información más notable, la vinculación con empresas que les permita hacer carrera, conocer ampliamente el cargo a ocupar y conservar una buena relación con los altos mandos.

Al fortalecer lo antepuesto se recomienda que se creen estrategias de acuerdo al mercado y a las necesidades que se presenten adecuándose al contenido y equilibrando las dificultades que se demuestren.

Entre las limitaciones encontradas se puede considerar el difícil acceso con los estudiantes ya que muchos de estos no contestaron la encuesta. La metodología utilizada vía web no obtuvo la respuesta que se esperaba ya que el 29,03% de los encuestados hicieron caso omiso al correo recibido y a las llamadas que se les efectuó comunicándoles acerca de la encuesta que se estaba realizando.

En lo correspondiente a la muestra se contó con una buena predisposición de parte de la directora académica de la MM

para obtener los datos que guardan en sus archivos con esto se puede hacer actualización de información, sería encantador establecer un trato directo con los egresados y/o graduados de todas las promociones.

Considerando la investigación realizada se permite determinar futuras investigaciones que permitan dar continuidad a los temas tratados en este trabajo, con el fin de profundizar conocimientos, mediciones de empleabilidad y proyectos de operaciones formativas una vez que se reconozcan las necesidades. A partir de este estudio deben considerarse las necesidades actuales del mercado laboral proponiendo nuevas líneas de investigación. Posteriormente debe diseñarse un modelo de servicio integrado entre la orientación académica tanto personal como profesional para que los estudiantes puedan hacer consultas en referencia al ámbito profesional. Como también se puede establecer diseños que permitan medir la empleabilidad, para esta hipótesis se podría considerar la entrevista a los empleadores de los egresados y/o graduados para así saber más de cerca su desenvolvimiento laboral.

Por último, el estudio se ha centrado en conocer la empleabilidad de los egresados de la maestría de marketing ya que esto es muy importante para la institución que permitirá conocer que visión tienen los estudiantes acerca de su servicio.

“Un hombre inteligente es aquel que sabe ser tan inteligente como para contratar gente más inteligente que él” (John F. Kennedy).

## BIBLIOGRAFIA

1. Alcántara, A. (2004). Tendencias Mundiales en la Educación Superior: El papel de los organismos multilaterales.

2. Altamirano, P. (2014). Análisis de la empleabilidad de los graduados de la carrera de Psicología del trabajo de la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca desde Julio 2003 a Abril 2014. Cuenca.
3. Álvarez, C., Chalco, F., Espada, S., & Villarreal, V. (2012). Modelo de formación en competencias de empleabilidad y ciudadanía. Bolivia.
4. Amaro, L. (2005). La enseñanza integral para el cambio en las universidades latinoamericanas. *Revista Cubana de Educación Superior*, 85-102.
5. ANUIES. (1998). ANUIES. Recuperado el 31 de 02 de 2015, de <http://planeacion.uaemex.mx/InfBasCon/LaEducacionSuperiorenelSigloXXI.pdf>
6. Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador (Vol. 449). Quito, Ecuador: Registro Oficial.
7. Asis, F., Planells, J., Almandoz, M., Azevedo, J., Ibarrola, M., Machado, L., y otros. (2009). Retos actuales de la educación técnico-profesional. Madrid: Metas educativas 2021.
8. Ayat, J., Zamora, P., & Desantes, R. (2010). La empleabilidad de los titulados como pilar básico del Espacio Europeo de Educación Superior, en XIII Congreso Universitario de Innovación Educativa en las Enseñanzas Técnicas. Barcelona: UPC.
9. Bokova, I. (2014). Informe de seguimiento de la EPT en el mundo. Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura. Paris: Ediciones Unesco.
10. Campos, G. (2001). Implicaciones del concepto de empleabilidad en la Reforma Educativa. *Revista Iberoamericano de Educación*, 9.
11. CEAACES. (12 de 12 de 2013). [www.ceaaces.gob.ec](http://www.ceaaces.gob.ec). Recuperado el 12 de 8 de 2014, de [www.ceaaces.gob.ec/sitio/evaluacion-institucional](http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/evaluacion-institucional): <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/evaluacion-institucional/>
12. Círculo del progreso. (2003). Informe Infoempleo 2003: Oferta y demanda del empleo cualificado en España. Madrid: Ciudad del progreso.
13. Colombia, U. N. (2000). Cuatro temas críticos de la educación superior en Colombia: Estado, Instituciones, Pertinencia y Equidad Social. Colombia.
14. Corrales, V., & Tapia, M. (2000). Reinserción laboral de egresados de programas de Postgrado en Ciencias Sociales.
15. De la Torre, H., Roa, R., Saldívar, S., Del Real, G., Roa, R., & García, P. (2010). Seguimiento de los egresados, función sustantiva de las demandas de un mercado laboral. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 836-841.
16. Ecuador Universitario.Com. (19 de Marzo de 2013). Recuperado el 01 de Junio de 2015, de <http://ecuadoruniversitario.com/opinion/el-ceaaces-es-vital-en-la-transformacion-de-la-educacion-superior/>
17. EcuadorUniversitario.Com. (12 de Junio de 2012). EcuadorUniversitario.Com. Recuperado



el 01 de Junio de 2015, de EcuadorUniversitario.Com:

<http://ecuadoruniversitario.com/directivos-y-docentes/legislacion/ley-organica-de-la-educacion-superior/niveles-de-formación-de-la-educación-superior-en-el-ecuador/>

18. Esquetini, C. & Rodríguez, E. (Diciembre de 2005). Estructura y titulaciones de Educación Superior en Ecuador. Guatemala.

19. Fundipe, (1999).Informe de empleabilidad. Madrid.

20. García, C. (1997). El valor de la pertinencia en las dinámicas de transformación de la educación superior en América Latina. Caracas: Cresal.

21. García, J. (2009). Hacia el Espacio Europeo de Educación Superior; el reto de la adaptación de la Universidad a Bolonia. En J. García. Oleiros, La Coruña: Netbiblo.

22. García, J., & Pérez, M. (2008). Espacio europeo de educación superior competencias profesionales y empleabilidad. Revista Iberoamericana Educación, 1-12.

23. García, T., Díaz, A., & Meneses, B. (2009). Reporte del estudio de seguimiento de egresados. México.

24. Hernández, C., Tavera, M., & Jiménez, M. (2012). Seguimiento de egresados en tres programas de maestría en una escuela del Instituto Politécnico Nacional en México. Formación Universitario, 41-51.

25. Hurtado, O. (2004). Sistema de Educación Superior del Ecuador.

26. INACAP. (2014). Recuperado el 14 de 06 de 2015, de <http://www.inacap.cl/tportalvp/red-de-bibliotecas-inacap/recursos-de-aprendizaje/recursos-de-aprendizaje/recursos-de-libre-acceso>

27. Iriñiz, A., Romero, S., & Nicolini, J. (2010). La universidad y la inserción laboral de los jóvenes ingenieros: Del empleo a la empleabilidad. Buenos Aires.

28. Jiménez, A. (2009). Contexto actual y determinantes de la inserción laboral de los titulados universitarios. Directrices para el análisis. Salamanca.

29. La formación de profesores en la Universidad de Chile. (2012). Departamento de estudios pedagógicos.

30. Lantarón, B. (2014). La empleabilidad en la Universidad Española. España.

31. LOES. (2010). Ley Orgánica de Educación Superior. Quito: Nacional.

32. Méndez, E. (2005). La pertinencia como requisito para la calidad en educación superior. La planeación institucional y el compromiso como condición esencial para el desarrollo del postgrado. California: Iberoamericana de educación.

33. Ministerio de Educación. (2013). Rendición de cuentas 2012. Quito.

34. Ministerio de Educación de Colombia. (2013). MINEDUCACION. Recuperado el 22 de 05 de 2015, de <http://www.mineducacion.gov.co/1621/w3-article-235585.html>

35. Morales, V. (1996). La experiencia internacional sobre evaluación y educación superior y sociedad, 59-72.
36. Reglamento Régimen Ecuatoriano. (02 de 2013). Consejo de Educación Superior. Recuperado el 16 de 04 de 2015, de <http://www.ces.gob.ec/régimen-academico/plan-de-acompanamiento/category/174-construccion-del-reglamento-de-regimen-academico>
37. Rentería, E., & Andrade, V. (2007). Representaciones y acciones de los alumnos universitarios frente a la empleabilidad. Colombia.
38. Román, J., Franco, R., & Gordillo, A. (2014). Pertinencia Educativa, elementos para su evaluación a partir de la incursión laboral de los egresados. Global conference on Business and Finance Proceedings, 1019-1029.
39. Ruiz, E. (2011). La Construcción de proyectos curriculares orientados a la empleabilidad. La experiencia de las universidades tecnológicas.
40. Ruiz, M. (2010). La evaluación basada en competencia. México.
41. Ruiz, J., & Molero, D. (2009). Ocupación laboral y formación complementaria de los titulados Universitarios. Bordón.
42. Secretaria de Educación Superior, ciencia, tecnología e Innovación. (14 de 07 de 2014) educación superior. Obtenido de <http://www.educacionsuperior.gob.ec/educacion-superior/>
43. Senplades. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir; Quito.
44. Suárez, B. (2012). Los servicios de orientación profesional y apoyo a los estudiantes universitarios en la mejora de la empleabilidad. León.
45. Torreblanca, J., & Puelles, M. (1995). Educación, desarrollo y equidad social. Revista Iberoamericana de Educación, 165-190.
46. Torregrosa, E., Serrano, A., Torres, E., & Puentes, G. (Enero de 2012). Tendencias y Retos de la educación superior en el Mundo Centro de Participación Analítica Rosarista. Análisis Comparado de los Sistemas de Educación en el Mundo. Casos: EEUU, México y Plan Bolonga. Recuperado el 01 de 06 de 2015, de <http://www.urosario.edu.co/Subsitio/foro-seducacionsuperior/Documentos/ponencias/Partuicipacionrosarista.pdf>
47. UEES. (9 de 7 de 2014). Proyecto de Maestría en Marketing desarrollada en la Universidad Espíritu Santo.
48. UNESCO. (1995). Documento de Política para el cambio y el Desarrollo en la Educación Superior. Francia.
49. Valenti, G., Varela, G., González, R., & Zurita, U. (1997). Los egresados de la UAM en el mercado de trabajo. En Los egresados de la UAM en el mercado de trabajo (pág. 156). México.
50. Vargas, M. (2007). Perfiles de empleabilidad y desempeño profesional. Yucatán.

ANEXO 1

**CUESTIONARIO PARA  
EGRESADOS Y/O GRADUADOS DE  
MAESTRIA**

Este cuestionario tiene como objetivo el conocer la percepción que los egresados y/o graduados de las Maestrías de la Universidad Espiritu Santo (UEES), tienen sobre su formación recibida y su aplicación en el mercado laboral.

**I. DATOS GENERALES**

**1. A que programa de maestría pertenecía:**

- Administración de Empresas
- Comunicación Organizacional
- Comunicación y Marketing
- Contabilidad y Finanzas con mención en Gerencia y Planeamiento Tributario
- Derecho Constitucional
- Dirección y Gestión de Empresas de Servicio
- Marketing
- Nutrición Infantil

**2. Sexo:**

- a) Masculino
- b) Femenino

**3. Estado Civil:**

- a) Soltero
- b) Casado
- c) Divorciado
- d) Viudo
- e) Unión Libre

**4.- Edad:**

**5. Lugar de residencia**

**II. TRAYECTORIA ESTUDIANTIL  
Y LABORAL**

**6.- Año en la que inició sus estudios de maestría:**

**7.- ¿Cuánto tiempo le tomo conseguir su primer empleo desde que se graduó/egreso en la UEES?**

- a) No he conseguido empleo
- b) Ya lo tenía desde que era estudiante
- c) De 1 a 4 meses
- d) De 5 a 12 meses
- e) De 12 a 24 meses
- f) Más de 24 meses

**III. CARACTERISTICAS DE  
EMPLEO ACTUAL  
(TRAYECTORIA LABORAL)**

**8.- ¿Trabaja UD actualmente?**

- a) Si
- b) No

**9.- Tipo de empresa en la que labora:**

- a) Pública
- b) Privada

**10.- ¿En este trabajo Ud. es?**

- a) Propietario
- b) Trabajador Independiente
- c) Relación de dependencia
- d) Inversionista o socio

**11.- ¿Cuántos empleados tiene la empresa o institución?**

- a) Trabaja solo (1-9) – Microempresa
- b) Hasta 15 empleados (10 – 49) pequeña empresa.
- c) Entre 16 a 100 empleados. (50 - 199) mediana empresa
- d) mayor a 200 empleados (grande)

**12.-El rango de ingreso mensual que usted percibe en la empresa dónde labora es:**

- a) Menor de 1000
- b) de 1001 de 2000
- c) de 2001 a 3000
- d) Mayor a 3001

**13.- Nivel de cargo que desempeña actualmente.**

- a) Presidente
- b) Gerente General
- c) Director Ejecutivo
- d) Vicepresidente
- e) Jefatura/coordinación
- f) Supervisor
- g) Analista
- h) Asistente
- i) Docente
- j) Juez
- k) Fiscal
- l) Secretario de Juzgado
- m) Independiente
- n) Otro (especifique)

**14.-Especifique si está satisfecho/no satisfecho con los siguientes aspectos de su trabajo actual Satisfecho No Satisfecho**

- Remuneración.
- Práctica de los conocimientos adquiridos por el postgrado que en la UEES
- Permite desarrollar ideas propias.
- Ambiente de Trabajo.
- Estabilidad Laboral.
- Reconocimiento profesional alcanzado.
- Posesión jerárquica lograda.
- Contribuye a solucionar problemas laborales.
- Actualizaciones laborales.
- Apoyo para el desarrollo profesional

**15.- A partir de la experiencia laboral ¿Considera usted que su trabajo influye en el desarrollo de la empresa que labora?**

- a) Muy positiva
- b) Positiva
- c) Regular
- d) Negativa
- e) Muy negativa

**IV.PERCEPCION SOBRE FORMACION RECIBIDA**

**16. Califique la formación académica recibida durante los estudios de posgrado:**

- Mucho Poco Nada
- Le ha procurado beneficios económicos.
- Fue un factor de crecimiento y desarrollo personal.
- Propició relaciones profesionales que le ayudaron en el medio laboral.
- Le brindó conocimientos necesarios para su ejercicio profesional.
- Le brindó habilidades para identificar y solucionar problemas.
- Le brindó habilidades para la búsqueda de información.
- Le brindó herramientas para el análisis y la investigación.
- Le brindó habilidades para la toma de decisiones.
- Le brindó habilidades para el trabajo en equipo.

**17. Indique en qué medida los siguientes aspectos del proceso de formación cubrieron sus expectativas:**

- Mucho Poco Nada
- La organización del plan de estudios
- La actualización del plan de estudios
- El nivel académico de los docentes
- La metodología de enseñanza de los docentes
- Los sistemas de evaluación
- La movilidad académica (intercambio, estancia, cursos en otras instituciones, pasantías etc.)
- Material bibliográfico suficiente
- Material bibliográfico actualizado
- Instalaciones adecuadas y suficientes

**18.- Marque con una X cómo evalúa el trabajo de los profesores de la Maestría (Nacionales e Internacionales)**

- Muy Buena
- Regular
- Malo
- Perfil profesional
- Comunicación con los estudiantes
- Grado de conocimiento de las materias impartidas
- Metodología de enseñanza

**V. TITULACION**

**19. ¿Cómo evalúa el sistema de tesis y/o trabajo de titulación?**

- a) Satisfecho
- b) Medianamente satisfecho
- c) Insatisfecho

**20. ¿Señale el grado de satisfacción con respecto a las tutorías recibidas?**

- a) Satisfecho
- b) Medianamente satisfecho
- c) Insatisfecho

**21.- Marque con una X su status académico de la Maestría:**

- a) Graduado
- b) Egresado

**22.- Motivos por los que obtuvo su título:**

- Para cerrar un ciclo
- Incentivos económicos
- Desarrollo Profesional
- Para seguir con un doctorado
- Otro (especifique)

**23.- Motivos por los que aún no obtuvo su título:**

- Problemas teóricos-metodológicos
- Aspectos relacionados a tutoría

- Falta de tiempo
- Cambio de ciudad
- Otro (especifique)

**DATOS GENERALES**

Apellidos:  
 Nombres:  
 Lugar de Nacimiento:  
 Dirección:  
 Teléfono:  
 Cedula de identidad o Pasaporte:  
 Correo Electrónico:

*Gracias por participar en nuestra encuesta.*

**ANEXO 2**

Base de datos de graduados y/o egresados

No.	APellidos	NOMBRES	MAIL	TELEFONOS	LUGAR DE RESIDENCIA	CARGO	STATUS ENCUESTAS
1	Avila Merdon	Wilson Fabian	avila@facma.net.ec	0989777576	Cuenca	Ambulón	S.C
2	Barrantes Moreno	Carlos Xavier	carlos.barrantes@barran.com.ec	0980920003			NC
3	Calleson Poma	Marcos Del Rocio	calleson@calleson.com	036008460	Guayaquil	Jefatura/coordinación	S.C
4	Cano Piza	Galo Enrique	galo-cano@barran.com	0999528574	Portoviejo	Jefatura/coordinación	S.C
5	Carrillo	Merita Mercedes	carri@vocka@hotmail.com	098585315	Cayambe	Gerente General	S.C
6	Espejoza Alvarez	Diana Paulina	espejoza@barran.com	042465243	Sanborondón	Ambulón	S.C
7	Pérez Silva	Carla Beatriz	carla@silva.com	04291624	Santa Elena	Gerente General	S.C
8	Gilke Moran	Juan Miguel	gilke@barran.com	099563041	Portoviejo	Ambulón	NC
9	Gilke Moran	Nadia Patricia	ngilke@barran.com	033301598			NC
10	Granados perez	Walter walter	granados@facma.net.ec	0999527283	Machala	Ambulón	S.C
11	Hano Salazar	Mario Enrique	hano@barran.com	042565243	Sanborondón	Jefatura/coordinación	S.C
12	Hernandez Quintan	Carlos Rolando	hqn@barran.com	0984762576	Guayaquil	Otro (Coordinadora de Carrera)	S.C
13	Lezon Retonzo	Martín Eder	lezon@barran.com	022591350	Quito	Jefatura/coordinación	S.C
14	Macias Pinzote	Tricia Isabel	macias@barran.com	052422417	Portoviejo	Jefatura/coordinación	S.C
15	Maldonado Tenocota	Mamuel	maldonado@barran.com	022430122	Quito	Gerente General	S.C
16	Mendon Vera	Alejandro Alejandro	vera@barran.com	0997499583	El Carmen	Docente	S.C
17	Mora Alvarez	Mamuel Vicente	mora@barran.com	0980264592	Portoviejo	Otro (especifique)	S.C
18	Molina Cedeño	Andrés Ricardo	molina@barran.com	099682754	Quito	Otro (Docente)	S.C
19	Morales Hidalgo	Clafin Lilian	morales@barran.com				NC
20	Orbe Rivera	Maria Fernanda	orbe@barran.com	022466923	Quito	Asistente	S.C
21	Palomares	Juan Cesar	palomares@barran.com	042882488			NC
22	Pedraza Asquimara	Bryan Danilo	pedraza@barran.com	072900275	Cuenca	Sin empleo	S.C
23	Pérez Chavez	Karen Johanna	perez@barran.com				NC
24	Reyes Vera	Diego Javier	reyes@barran.com	053621091	Morona	Gerente General	S.C
25	Reyes Ochoa	Wilson Hernán	reyes@barran.com	072923713			NC
26	Rosales Chaves	Diego Juanico	rosales@barran.com	072821637			NC
27	Sanchez Jacome	Cecilia Verónica	sanchez@barran.com	095406013			NC
28	Laura Ojaveza	Paola Fernanda	ojaveza@barran.com				NC
29	Vera Ochoa	Javier	vera@barran.com	032742524	Baños	Otro (asesor)	S.C
30	Vieira Ureta	Martin Isabel	vieira@barran.com	095615821	Guayaquil	Ambulón	S.C
31	Zavala Gilr	Patricio Urbano	zavala@barran.com	042920035	Guayaquil	Otro (especifique)	S.C