



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

Apropiación de conocimientos, habilidades y actitudes en estudiantes de mercadotecnia como factor de competitividad formativa

ANTONIO DE JESÚS VIZCAÍNO¹
*JOSÉ DE JESÚS URZÚA LÓPEZ**
MARÍA DE JESÚS OROZCO VALERIO²

RESUMEN

El estudio analiza el nivel de apropiación de conocimientos, habilidades y actitudes que han obtenido los estudiantes de mercadotecnia antes de su egreso, cuyo dominio aporta a la competitividad formativa y por ende al desarrollo profesional. El trabajo de investigación es de tipo cuantitativo, donde a través de un cuestionario se obtuvo una autoevaluación de los conocimientos adquiridos durante su formación académica desde el examen general de egreso de la licenciatura, aplicando una estadística inferencial a través del programa SPSS para la comprobación de la hipótesis, misma que resultó positiva. Los principales resultados son que los estudiantes de mercadotecnia, califican en orden de importancia durante su formación académica los conocimientos, las habilidades y en menor medida las actitudes. Asimismo, la competitividad formativa en las instituciones públicas, está más en función de las habilidades y conocimientos que adquieren sus estudiantes, que en cuanto a las actitudes, producto de su experiencia formativa.

Palabras clave: Competitividad formativa, autoevaluación, conocimientos, habilidades, actitudes.

ABSTRACT

Through this paper is analyzed the level of appropriation of knowledge, skills and attitudes that have obtained marketing students before their graduation, whose domain contributes to competitiveness and therefore formative professional development. This research is quantitative, where through a questionnaire self-assessment of the knowledge acquired during their training from the general exit exam degree, applying inferential statistics through SPSS program for testing was obtained the hypothesis, it was positive. The main results are that marketing students classified in order of importance during their training knowledge, followed by the skills and attitudes to a lesser extent. Likewise, the training competitiveness in public institutions is more depending on the skills and knowledge that students acquire than attitudes about a product of their learning experience.

Keywords: Formative Competitiveness, self-assessment, knowledge, skills, attitudes.

¹ *Universidad de Guadalajara, CUCEA.

² Universidad de Guadalajara, CUCS.

GENERALIDADES DEL ESTUDIO

Los cambios económicos, tecnológicos, sociales y culturales que se viven en nuestro país, crean nuevos retos a las instituciones de educación superior (IES); uno de éstos, es la evaluación interna en forma constante del impacto que tienen los procesos académicos en los propios estudiantes con la finalidad de responder a las necesidades formativas y contribuir al desarrollo social, productivo y económico de la nación.

Desde esta perspectiva, la política educativa se ha enfocado a que las IES, mejoren sus programas educativos, que aseguren el logro de nuevos índices de productividad y desempeño, siendo la evaluación un ejercicio permanente para mejorar lo que se hace institucionalmente, ya que como lo plantea (Bardisa, 2005), la competitividad, las necesidades cambiantes de la sociedad y los retos del futuro, exigen al sistema de educación superior su contribución al empleo de sus egresados y mejorar su competitividad y excelencia a escala mundial.

El realizar una investigación que busca evaluar de manera interna el nivel de conocimientos, habilidades y actitudes obtenidos desde la visión del estudiante, posibilita reflexionar al interior de la academia lo que se está haciendo en el aspecto formativo a fin de que el estudiante realmente obtenga una preparación académica de calidad, de ahí el interés por indagar

¿Qué competitividad formativa han obtenido los estudiantes de mercadotecnia durante su formación académica en función de los conocimientos, habilidades y actitudes?

¿En cuáles áreas (conocimientos, habilidades y actitudes) de la formación en mercadotecnia, se califican con mayor o menor preparación profesional para el futuro ejercicio laboral?

Autoevaluar los conocimientos adquiridos desde el propio estudiante como usuario de un programa educativo, permite obtener indicadores para retroalimentar el currículo, fortalecer la formación profesional, mejorar el hecho educativo y responder de manera propositiva e innovadora al mercado laboral.

El objetivo de la investigación fue evaluar la competitividad formativa en función de la correlación entre los conocimientos, habilidades y actitudes obtenidos por los estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia, producto de su experiencia académica y la visión como actor principal del proceso educativo.

El estudio planteó como hipótesis el que la competitividad formativa en los estudiantes de mercadotecnia de las instituciones públicas, está más en función de las habilidades y conocimientos que adquieren sus estudiantes, que en cuanto a las actitudes producto de su experiencia formativa.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Teóricamente el estudio retoma que el hablar de competitividad formativa implica considerar el concepto calidad, calidad educativa, competitividad, conocimiento y percepción el servicio educativo.

El concepto de calidad ha sido ampliamente debatido y existen numerosas interpretaciones que conllevan distintos modelos de análisis. González (2008), ha identificado la calidad como sinónimo de perfección o consistencia, y se basa en el cumplimiento óptimo de las especificaciones dadas, que el caso del estudio en cuestión son los conocimientos que debe dominar el estudiante antes de su egreso. A esta aportación se agrega la complejidad en el caso educativo de las condicionantes valóricas que orientan toda acción pedagógica. La mayoría de los filósofos de la calidad como Deming, Ishikawa, Juran, Crosby, concuerdan en que es un concepto que alude a una noción operativa. La calidad tiene diferentes enfoques dependiendo del marco teórico desde el que se analiza. Con frecuencia, se afirma que "calidad" en educación es un concepto relativo, por varias razones. Según González y Espinoza, es relativo para quien usa el término y las circunstancias en las cuales lo invoca. De igual manera, el relativismo tiene otra perspectiva, ya que la calidad es de naturaleza similar a la verdad y la belleza, y constituye un ideal difícil de comprometer. Lo anterior lleva a la conclusión de que "calidad" es, además, un término que conlleva los valores del usuario, siendo así altamente subjetivo. (González y Espinoza, 2008). En una primera dimensión, el concepto de calidad puede ser entendido como "eficacia": una educación de calidad sería aquella que logra que los alumnos realmente aprendan lo que se supone deben aprender al cabo de determinados ciclos o niveles. Esta dimensión del concepto pone en primer plano los resultados de aprendizaje efectivamente alcanzados por la acción educativa. Una segunda dimensión está referida a qué es lo que se aprende en el sistema y a su "relevancia" en términos individuales y sociales. En este sentido una educación de calidad sería aquella cuyos contenidos responden adecuadamente a lo que el individuo necesita para desarrollarse como persona y para desempeñarse adecuadamente en los diversos ámbitos de la sociedad. Esta dimensión del concepto pone en primer plano los fines atribuidos a la acción educativa y su concreción en los diseños y contenidos curriculares. Finalmente, una tercera dimensión es la que se refiere a la calidad de los "procesos" y medios que el sistema brinda a los alumnos para el desarrollo de su experiencia educativa. Desde esta perspectiva una educación de calidad sería aquella que ofrece un adecuado contexto físico para el aprendizaje, un cuerpo docente adecuadamente preparado para la tarea de enseñar, buenos materiales de estudio

y de trabajo, estrategias didácticas adecuadas, etc. Esta dimensión del concepto pone en primer plano el análisis de los medios empleados en la acción educativa.

Según Toranzos (2000), las tres dimensiones del concepto son esenciales a la hora de referirnos a la calidad de la educación.

En educación superior, hablar de calidad comprende “especificar objetivos de aprendizaje que impliquen estándares académicos que involucren el cumplimiento de las expectativas de la sociedad, las aspiraciones de los estudiantes, demandas del gobierno, empresas industrias y las necesidades de las instituciones profesionales” Martínez (2008).

Cuando se plantea la calidad como factor de competitividad debe ser analizada en el contexto de los procesos sociales y políticos en los que interactúan agentes y actores. Por lo tanto, es importante entender por competitividad en el subsistema de educación, el nivel en que ésta crea valor, a través de una eficaz gestión de sus recursos y capacidades.

La educación es uno de los factores más importantes para el desarrollo a largo plazo de un país. Es una de las bases sobre las que descansa la competitividad, porque genera mayor productividad utilizando los conocimientos, habilidades y actitudes profesionales para crear productos y servicios con un mayor valor agregado. Es la pieza fundamental para el progreso, para la mejora de la productividad y la calidad de vida de los habitantes de una nación.

La competitividad empresarial y sus conglomerados, la eficiencia gubernamental, la calidad de la educación y enseñanza, emprendimientos, proyectos, obras públicas, enseñanza, etcétera, que se quiera acometer en el país dependen directamente de la calidad profesional y técnica de sus habitantes. Por este motivo no existe necesidad más grande en un país que la educación. Los grandes cambios tecnológicos han surgido de una profunda transformación de la economía global, y las variables fundamentales de esta transformación son la información y el conocimiento. “La fuerza que convierte a una sociedad industrial en una economía del conocimiento es la elevación de la productividad y la competitividad. El tránsito a esa nueva economía es un fenómeno presente en los países altamente industrializados” (Guevara, 2013).

El conocimiento es el recurso más valioso que pueda tener una nación, rebasando por largo la importancia sobre los recursos naturales, la ubicación geográfica, herencia cultural, tamaño de la población y demás variables que podrían explicar la competitividad y el crecimiento de un país. La aplicación del conocimiento al trabajo potencia significativamente la productividad. De ahí la importancia de tener una sociedad educada, preparada para desarrollar trabajos complejos. Se necesita invertir en capital humano para no quedar rezagados. En la actualidad, lo que cuenta es la productividad de los trabajadores, particularmente los no manuales, se requiere aplicar

conocimiento al conocimiento, ya que el conocimiento se ha convertido en un trampolín para el crecimiento y el desarrollo económicos.

Para la universidad, la opinión y percepción del estudiante acerca del servicio que está recibiendo es sumamente importante, porque él es el usuario que juzga el servicio educativo. La evaluación de la calidad del servicio en las universidades, es fundamental, ejercer un control en los procedimientos que se llevan a cabo, y se puedan mejorar o corregir aquellas funciones que se realizan inadecuadamente, debe ser constante, llevar un seguimiento y ser automática. Toda universidad debe de contar con la evaluación de la calidad total, la cual, busca el análisis integral de la institución, midiendo: recursos, procesos y resultados, misma que se ha llevado a cabo fundamentalmente desde tres tipos de metodologías: evaluación institucional, acreditación y, en menor medida, rankings de universidades (Pereira, 2011).

En lo que respecta a los conocimientos que adquiere un estudiante para el futuro desempeño profesional, no se puede prescindir del concepto competencias profesionales, que incluye el cúmulo de conocimientos, el desarrollo de habilidades y la serie de actitudes para un adecuado desempeño profesional, en este sentido Ortiz Torres (2001) citado en Pérez (2011), refiere que las competencias profesionales designan "...la configuración que es expresión de las capacidades de acción e interacción del profesional para su desempeño, que garantizan su proyección humana, social y profesional en el enfrentamiento a situaciones profesionales"; asimismo, las clasifica a partir de aquello que expresan y sintetizan en la relación que le permiten al profesional con el objeto de la profesión. Se dice que posee competencia profesional quien dispone de los conocimientos necesarios para ejercer una profesión, puede resolver problemas de forma autónoma, es flexible, y está capacitado para colaborar en su entorno profesional y en la organización del trabajo, también está dispuesto a seguir aprendiendo y mejorando día con día todo lo relevante a su ámbito de trabajo. (García, 2008).

El término competencias profesionales ha sido conceptualizado de diversas maneras y con varios significados, por lo que tratando de recopilar de manera general el término, en el siguiente cuadro No. 1, se puede visualizar una breve descripción de conceptos referidos al término, a fin de tener una visión general de las diversas acepciones que puede tener el concepto.

Cuadro No. 1 Conceptos de Competencia Profesional

Autor	Año	Concepto
Hartog	1992	Competencias de los graduados, entendidas como los talentos, perfiles y capacidades de los graduados que contribuyen a las ganancias de productividad, son percibidas como un elemento clave para el crecimiento

		económico sostenible y el desarrollo en una economía globalizada.
Mertens	1996	Capacidades de trabajo que están conformadas por una serie de conocimientos, actitudes y aptitudes, hábitos, valores y motivaciones dirigidas al desarrollo profesional.
Fernández	2005	Cualquier característica individual que se pueda medir de un modo fiable, y que se pueda demostrar que diferencia de una manera significativa entre los trabajadores que mantienen un desempeño excelente de los adecuados o entre los trabajadores eficaces e ineficientes.
Delgado García, A.	2005	Una combinación de atribuciones, habilidades y actitudes que se configuran como típicas del ejercicio de una profesión (jurídica, política, socióloga, técnica...), que permiten una formación integral (lifewide learning), y que deben ser desarrolladas a lo largo del proceso de formación de los estudiantes a través de la aplicación de diferentes dinámicas.
Martínez, M. A. y Sauleda Parés, N	2005	Se refiere a capacidades internas, destrezas, habilidades, dominio, prácticas alcanzada por el aprendiz, por lo que precisa de una enseñanza centrada en el estudiante y de una evaluación que no tenga en cuenta solo los conocimientos de los contenidos curriculares, sino del saber hacer procedimental. Es la capacidad de responder a demandas complejas y llevar a cabo tareas diversas de forma adecuada. Supone una combinación de habilidades prácticas, conocimientos, motivación, valores éticos, actitudes, emociones y otros componentes sociales y de comportamiento que se movilizan conjuntamente para lograr una acción eficaz.

Fuente: Elaboración propia, basado en Hartog (1992); Mertens (1996); Fernández (2005); Delgado (2005); Martínez y Sauleda (2005).

Se puede apreciar en la tabla anterior que las definiciones expuestas, son muy similares en la esencia del concepto ya que la mayoría de ellas considera que las competencias profesionales es una combinación de habilidades, conocimientos, y capacidades que deben obtener los alumnos para su desempeño profesional. La competencia profesional se concentra en los resultados del aprendizaje durante la licenciatura, en lo que el alumno es capaz de hacer al término de su carrera y en los procedimientos que le permitirán continuar aprendiendo a lo largo de su vida.

La formación de competencias es un proceso constructivo, socializado, que solo es posible en un espacio interdisciplinar partiendo de una concepción participativa y no directiva del proceso, con el convencimiento de que el contenido es socialmente construido e históricamente desarrollado y, por

ende, sus resultados, competencias indispensables en el profesional, se alcanzan mediante un proceso en el que se trabaja, de manera interrelacionada, los núcleos de conocimientos, las habilidades generalizadas y los valores profesionales y sociales, donde lo interdisciplinario se manifestará en lo académico, lo investigativo y lo laboral. (Sierra, 2010).

Finalmente se considera que la adquisición de competencias profesionales por parte de un profesional es fundamental para hacer frente a los retos cada vez más competitivos para estar en posibilidades de avanzar en un entorno incierto, global y en constante cambio. La mercadotecnia al apoyar en el diseño de estrategias innovadoras permite a las organizaciones responder oportuna y eficazmente a esas condiciones inciertas del mercado. Por lo mismo, los empleadores demandan profesionales competentes que los apoyen para llevar a cabo la gestión eficiente en sus organizaciones (Gastelúm 2013), aunado a lo que Avila y Muñoz (2007) refieren, que debido al efecto de la globalización la exigencia en los perfiles profesionales es cada vez más grande, las empresas ofertan empleos después de un exhaustivo análisis de las competencias de los participantes que aplican a dicho puesto, esto con la finalidad de que la empresa quiere sentirse segura que la persona que ha elegido cumpla satisfactoriamente con las actividades para la cual fue contratada.

Lo anterior determina incluir el término formación académica, al respecto (Hernández, 2009), refiere que el concepto está vinculado a los aprendizajes académicos y al desempeño profesional a largo plazo. (Vázquez, 2001) lo plantea como una experiencia práctica, que necesariamente se enlaza a los conocimientos, habilidades y actitudes.

Para fines del presente trabajo, sólo se retoma el concepto de conocimiento, donde se aglutinan los saberes teóricos, prácticos y formativos que son producto de esa formación académica que debe recibir un estudiante, por lo que el siguiente cuadro No. 2 se exponen algunos conceptos referidos al término.

Cuadro No. 2 Diferentes definiciones del concepto conocimiento

Autor	Definición
(Arévalo, 2010)	Explica que la persona necesita ser capaz de manejar el conocimiento, ponerlo en práctica diariamente en funciones, actividades y tareas profesionales, de tal forma que pueda adaptarse a situaciones nuevas y cambiantes.
(Barnes, 2009)	Plantea que los conocimientos son una mezcla fluida de experiencias enmarcadas en valores, información contextual y pericia de quien provee un marco para evaluar e incorporar nuevas experiencias e información.
(Tobón, 2006)	Dice que lo más importante no es tener conocimientos sino saberlos buscar, procesar, analizar y aplicar con idoneidad.
(Navarro, 2003)	Los conocimientos comprenden la serie de funciones, actividades y tareas profesionales, ya que son un conjunto de tareas o acciones realizadas por

	una persona o un conjunto de personas, éstas se emplean, siempre y en cualquier lugar para poder realizar una acción, en este caso, en la formación académica, son indispensables para poder desempeñarse.
--	--

Fuente: elaboración propia con base en: (Arévalo, 2010); (Barnes, 2009); (Tobón, 2006) y (Navarro, 2003).

Se entiende por conocimientos, toda aquella información que vamos adquiriendo, con el paso del tiempo, estos son parte de nuestra evolución dentro de lo académico, y de nuestra formación como profesionales, con relación a los autores (Barnes, 2009, Arévalo, 2010, Tobón, 2006, Navarro, 2003) son un conjunto de acciones, una mezcla de experiencias que se deben poner en práctica diariamente, y no solo es importante poseerlos, sino buscarlos, procesarlos, analizarlos y aplicarlos en la vida diaria.

METODOLOGÍA Y RESULTADOS DEL ESTUDIO

La investigación fue de tipo descriptiva, interpretativa y transversal. En lo descriptivo, “enfatisa la comprensión y la interpretación desde los sujetos y su proceso de significación en contextos educativos concretos” (Reynaga, 2003:126), en lo interpretativo “trata de penetrar en el mundo personal de los sujetos, busca la objetivación en el ámbito de los significados” (Reynaga, 2003:126) y finalmente en lo transversal se efectuó un corte en el tiempo, dando así cuenta de aquellos elementos que se presentaron con mayor énfasis con relación a la formación académica adquirida al levantamiento de la información desde la percepción de los sujetos estudiados.

En cuanto a la operacionalización de las variables se definió como variable dependiente las competencias formativas del Examen General de Egreso (EGEL), siendo las variables independientes los conocimientos, las habilidades y actitudes, que debe desarrollar un mercadólogo.

El universo lo constituyeron los estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia tanto del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas como del Centro Universitario de la Ciénega, ambos pertenecientes a la Universidad de Guadalajara, que cursaran del 6º. Semestre en adelante.

El estudio contempló un muestreo no probabilístico, donde todos los sujetos de la población tuvieron la misma probabilidad de ser elegidos (Universidad Entre Ríos, 2012), utilizando una fórmula muestral infinita, representada de la siguiente manera:

$$\frac{Z^2(P)(Q)}{E^2}$$

En donde: Z = Valor Normal del Intervalo de Confianza; P= Variabilidad Positiva; Q= Variabilidad Negativa; E= Precisión del Error.

Con base en los resultados se obtuvo una muestra en CUCEA de 100 estudiantes y en CUCIENEGA de 72.

La técnica utilizada fue un cuestionario prediseñado con base en los conocimientos que plantea el EGEL, con la característica de ser autoadministrado.

Dicho instrumento fue validado a través del estadístico Alfa de Cronbach, el cual tomó como base las respuestas obtenidas para realizar la determinación de la fiabilidad del mismo, arrojando los siguientes resultados:

Cuadro No. 3 Prueba de fiabilidad (Alfa de Cronbach)

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.944	76

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta EGEL Mercadotecnia

Conforme al resultado es posible manifestar que el cuestionario utilizado fue completamente fiable en un 94.4%.

Para el análisis de correlación de las variables se utilizó el test de esfericidad de Bartlett y el estadístico de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), que permitieron demostrar la correlación entre cada sección de las variables, arrojando un máximo de 91.9%, como se muestra en el siguiente cuadro

Cuadro No.4 Test de Esfericidad de Bartlett y KMO

KMO y prueba de Bartlett		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		0.919
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	17925.316
	G1	3486
	Sig.	.000

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta EGEL Mercadotecnia

Conforme a lo arrojado por el software estadístico, se puede observar que estadístico de Kaiser-Meyer-Olkin, anuncia que existe un 91.9% de correlación entre las variables, lo cual es muy alto, lo indica que es posible realizar contrastes complejos utilizando básicamente cualquier método, en tanto que la chi-cuadrada muestra que es extremadamente homogénea la cantidad de encuestados que se utilizaron, sin embargo es altamente significativo en su nivel de significancia ya que tendió al cero.

El procedimiento para el análisis de los datos se basó en una primera etapa, en el análisis estadístico, concerniente a las fases de recolección, organización e interpretación de datos

(Hernández, 1991). En una segunda fase se obtuvieron medidas de tendencia central y análisis de correlación de variables, cuyos datos fueron capturados en el programa Microsoft Excel y analizadas en el programa SPSS versión 20 para Windows.

Conforme a las variables del instrumento EGEL para la Licenciatura en Mercadotecnia, se tomaron los tres grupos que contempló el cuestionario que son: Conocimientos, Habilidades y Actitudes, a partir de ellas se realizó la obtención de promedios parciales y uno general con el que se realizó un estudio de regresión lineal para visualizar los coeficientes de regresión, mostrándose lo siguiente:

Cuadro No. 5 Coeficientes de Regresión

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
		B	Error típ.	Beta		
1	(Constante)	-1.03E-13	0		.	.
	PROMCONO CIMENTOS	0.333	0	0.448	.	.
	PROMHABIL IDADES	0.333	0	0.425	.	.
	PROMACTIT UDES	0.333	0	0.275	.	.

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta EGEL Mercadotecnia

Los resultados en los coeficientes tipificados, que mencionan Beta, demuestran que los alumnos de la licenciatura en mercadotecnia evalúan con mayor calificación los conocimientos seguido de las habilidades adquiridas, en tanto que las actitudes se presentan en menor medida; al mismo tiempo resulta interesante que las variables más analizadas por los estudiantes como son conocimientos y habilidades, son muy similares en cuanto a su porcentaje de crecimiento.

La hipótesis del estudio que plantea que: *La competitividad formativa en las instituciones públicas, está más en función de las habilidades y conocimientos que adquieren sus estudiantes, que en cuanto a las actitudes, producto de su experiencia formativa*, se confirma, ya que de acuerdo a los datos obtenidos al momento de realizar la encuesta, los alumnos del CUCEA y CUCIENEGA, consideran que la competitividad formativa efectivamente está más en función de las habilidades y conocimientos que adquieren que en cuanto a las actitudes necesarias para el ejercicio de su profesión. Para comprobar la hipótesis se utilizó el análisis de variables a través de la varianza, efectuando el anova de un factor en los encuestados de cada centro universitario.

La medición de la población encuestada en el CUCEA, arrojó los siguientes resultados:

Cuadro No. 6 ANOVA CUCEA

ANOVA de un factor^a

			Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
PROMCONOCIMIENTOS	Inter-grupos	(Combinados)	64.590	22	2.936	2.780	.001
		Término Ponderado	28.011	1	28.011	26.528	.000
	Intra-grupos	lineal	36.580	21	1.742	1.650	.065
		Desviación	67.578	64	1.056		
Total			132.168	86			
PROMHABILIDADES	Inter-grupos	(Combinados)	44.491	22	2.022	1.674	.057
		Término Ponderado	26.383	1	26.383	21.840	.000
	Intra-grupos	lineal	18.108	21	.862	.714	.803
		Desviación	77.314	64	1.208		
Total			121.805	86			

a. P1 = 1.0

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta EGEL Mercadotecnia

Se observa que en cuanto a la percepción de los conocimientos comparados con las actitudes, la significancia es alta en términos de inter-grupos, contando con un estadístico de Fisher de 2.7 que resulta consistente y una media cuadrática de 2.9, se complementa el estudio con la ponderación lineal de la regresión observando que la consistencia es máxima al arrojar una media cuadrática alta, lo que indica que las actitudes se encuentran relacionadas con los conocimientos, en el caso de las habilidades no existe realmente una significancia y se observa una desestabilización de los casos, es por ello que la F y la media cuadrática no son consistentes.

Éste contraste es también interesante realizarlo en el caso de CUCIENEGA, en donde se obtuvieron estos resultados.

Cuadro No. 7 ANOVA DE CUCIÉNEGA

ANOVA de un factor^a

			Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
PROMCONOCIMIENTOS	Inter-grupos	(Combinados)	74.917	24	3.122	2.207	.010
		Término Ponderado	52.865	1	52.865	37.373	.000

PROMHABILIDADES		lineal	Desviación	22.051	23	.959	.678	.843
		Intra-grupos		67.898	48	1.415		
		Total		142.815	72			
			(Combinados)	57.908	24	2.413	2.040	.018
		Inter-grupos	Término Ponderado	44.511	1	44.511	37.642	.000
			lineal Desviación	13.397	23	.582	.493	.966
		Intra-grupos		56.759	48	1.182		
		Total		114.667	72			

Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta EGEL Mercadotecnia

Se puede observar que en CUCIÉNEGA los conocimientos no se encuentran relacionados directamente con las actitudes medidas en la encuesta, sin embargo, las habilidades resultan aún menos interesantes por lo que se puede decir que no son consistentes ni significantes, de tal manera que los alumnos de mercadotecnia de este centro universitario no valoran realmente este tipo de relaciones.

CONCLUSIONES

Hoy en día se vive en un mundo globalizado por ello, las instituciones de nivel superior públicas requieren de implementar programas de evaluación educativa para medir la competitividad formativa en los diferentes programas educativos, con la finalidad de conocer las habilidades, conocimientos y actitudes que se están desarrollando en los estudiantes en formación.

Al realizar una evaluación interna de esta naturaleza, significa profundizar en el análisis cuantitativo cuyo resultado genere una propuesta a través de la cual se pueda evaluar tanto el programa como el hecho educativo, siendo el propio estudiante en formación producto de su experiencia académica y como actor principal del proceso educativo, quien puede valorar el dominio de conocimientos, habilidades y actitudes fundamentales para su futuro ejercicio profesional, antes de su egreso de la institución.

A través del análisis estadístico efectuado en el presente estudio, se obtuvieron resultados que comprueban la hipótesis, con lo que se determina que la competitividad formativa está más en función de las habilidades y conocimientos.

Los alumnos de la licenciatura en mercadotecnia evalúan con mayor calificación los conocimientos seguido de las habilidades, y en menor medida las actitudes

Los conocimientos y habilidades, son muy similares en cuanto a su porcentaje respectivamente.

Los alumnos encuestados del CUCEA y CUCIENEGA, consideran que la competitividad formativa depende de las habilidades y conocimientos que adquieren, que de las actitudes necesarias para el ejercicio de su profesión, aspecto que puede permitir la reflexión acerca de la carga valoral que desde el punto de vista ético requiere el desempeño profesional y quizá no es plenamente cultivado al interior del plan de estudios.

REFERENCIAS

- Arévalo, R. (2010). Proyecto Tuning: la educación basada en competencias en ESDAI. (Spanish). *Hospitalidad ESDAI*, (17), 131-156.
- Ávila, D. G. V. y Muñoz, I. C. A. J. (2007). Estudio sobre el perfil del egresado en un posgrado de *mercadotecnia en un ambiente de competitividad, en una institución de educación superior*.
- Bardisa, R. T. (2005). La evaluación de la calidad de la UNED en el marco de la convergencia europea. *Congreso sobre Calidad y Acreditación Internacional en Educación Superior a Distancia*. Loja, Ecuador: Universidad Técnica Particular de Loja.
- Delgado García, A. M.^a (Coord.), Borges Bravo, R., García Albero, J. Oliver Cuello, R. y Salomón Sancho, I. (2005). *Competencias y diseño de la evaluación continua y final en el Espacio Europeo de Educación Superior. Programa de estudios y análisis*. Madrid: Dirección General de Universidades, MEC. Recuperado de: <http://www.rieoei.org/deloslectores/2444Manjon.pdf>
- Fernández, G. (Coord.). (2005). *Las competencias: clave para una gestión integrada de los recursos humanos*. Barcelona: Ediciones Deusto. Recuperado de: <http://www.rieoei.org/deloslectores/2444Manjon.pdf>
- García, M. E. C. (2008). La evaluación por competencias en la educación superior. *Profesorado Revista de curriculum y formación de profesorado*, 12(3), 1-16.
- Gastélum Franco, R. L. y Delgado Moreno, V. M. (2013). Competencias de la Licenciatura de Mercadotecnia desde la visión empresarial y egresados del programa. *INVURNUS En busca del conocimiento*, 8(2), 26-27.
- González, L. E. y Espinoza, O. (2008). Calidad de la educación superior: concepto y modelos. *Revista La profesión académica*, 28, 247-276.
- Guevara, I. (2013). Educación superior e investigación para la competitividad productiva internacional. Problemas del Desarrollo. *Revista Latinoamericana de Economía*, Enero-

Marzo, 145-156.

Hartog, J. (1992). *Capabilities, Allocation and Earnings*. Boston: Kluwer. Recuperado de http://revista.inie.ucr.ac.cr/uploads/tx_magazine/turismo.pdf

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista, L. P. (2006). *Metodología de la investigación*. México, D. F. Mc Graw Hill. Cuarta edición.

Martínez, M. A. y Sauleda, N. (2005). La investigación basada en el diseño y el diseño del crédito Europeo, en: *Investigar en diseño curricular. Redes de docencia en el EEE*, I. Alicante: Universidad de Alicante. Editorial Marfil, 7-22. Recuperado de <http://www.rieoei.org/deloslectores/2444Manjon.pdf>

Mertens, L. (1996). *Labour Competence: Emergence, Analytical Frameworks and Institutional Models*. Montevideo: Cinterfor/ILO. Recuperado de: <http://www.rieoei.org/deloslectores/2444Manjon.pdf>

Navarro, R. E. (2003). El rendimiento académico concepto, investigación y desarrollo. *REICE-Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 1(2), 1-15.

Pereira, M. (2011). Nuevas tendencias en la evaluación de la calidad de las universidades los índices de calidad percibida y satisfacción de los egresados (con modelos de ecuaciones estructurales). *Aula Abierta*, 39(3).

Pérez, O. (2011). Apuntes sobre competencia comunicativa, calidad del servicio y competencia profesional. *Avances En Enfermería*, 29(1), 152-158.

Reynaga, Obregón Sonia. (2003). Perspectivas cualitativas de investigación en el ámbito educativo La etnografía y la historia de vida. En *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde la práctica.*: Tlaquepaque, Jalisco, México. Ed. ITESO.

Sierra, R. V. (2010). El proceso de formación del profesional en la educación superior basado en competencias: el desafío de su calidad, en busca de una mayor integralidad de los egresados. *Civilizar*, 117.

Tobón, S. (2006). *Aspectos básicos de la formación basada en competencias*. Recuperado de [http://www.itvalledelguadiana.edu.mx/DOCUMENTOS%20Y%20ADJUNTOS/Documentos,%20propuestas,%20manuales/Norma%20Alicia%20Garc%3%ADa%20Vida%3%B1a/M2_T1_A2_E1_Norma%20Alicia%20Garcia%20Vida%3%B1a\[1\].pdf](http://www.itvalledelguadiana.edu.mx/DOCUMENTOS%20Y%20ADJUNTOS/Documentos,%20propuestas,%20manuales/Norma%20Alicia%20Garc%3%ADa%20Vida%3%B1a/M2_T1_A2_E1_Norma%20Alicia%20Garcia%20Vida%3%B1a[1].pdf)

Toranzos, L., et al. (2000). El problema de la calidad en el plano de la agenda educativa. *Revista Iberoamericana de Educación*, (10). Madrid. Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), para le educación, la ciencia y la cultura.

Universidad Entre Ríos. (2012). *Muestreo*. Facultad de Ingeniería: Mendoza.

Vázquez, Y. A. (2001). Educación basada en competencias. *Educación: revista de educación/nueva época*, 16, 1-29. 4.