

RCD-034-DFCAGEI-UEB  
Guaranda, febrero 8 del 2021

Ingeniera  
Patricia León.-CORDINADORA CARRERAS MARK/MERCAD.  
**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
Presente

De mi consideración:

Para su conocimiento y fines pertinentes doy a conocer a Ud. la resolución adoptada por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática en sesión ordinaria (03) vía video conferencia realizada el **8 de febrero del 2021**, referente al **QUINTO PUNTO.-Análisis y resolución del oficio No. 011 - MDT, suscrito por Ing. Patricia León, Coordinadora Carreras de Marketing/Mercadotecnia (Plan Operativo Anual 2021, Carrera Mercadotecnia)**

**RCD 5.1. El Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e informática en uso de sus atribuciones RESUELVE: “APROBAR el Plan Operativo Anual 2021, Carrera Mercadotecnia”**

Atentamente,

  
**Ing. Mónica Bonilla M.**  
DECANA



MB/lm.



---

# PLAN OPERATIVO ANUAL 2021

## CARRERA DE MERCADOTECNIA

---

Ing. Patricia León Monar  
Coordinadora Académica de Carrera  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



Coordinación Carrera en Marketing y Mercadotecnia

Víctor Hugo Quizhpe Baculima  
Apoyo técnico

Febrero, 2021



## ÍNDICE GENERAL

DEFINICIÓN DE ABREVIATURAS	2
1. DATOS GENERALES	3
2. ANTECEDENTES	3
3. JUSTIFICACIÓN	4
4. MARCO LEGAL	5
5. MISIÓN INSTITUCIONAL	6
6. VISIÓN INSTITUCIONAL	6
7. MISIÓN DE LA CARRERA DE MERCADOTECNIA	7
8. VISIÓN DE LA CARRERA DE MERCADOTECNIA	7
9. VALORES Y PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE LA CARRERA DE MERCADOTECNIA	7
10. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	7
11. OBJETIVOS TÁCTICOS	8
12. FUERZAS IMPULSORAS DE LA GESTIÓN DE LA CARRERA	8
13. DIRECTRICES PARA LA PLANIFICACIÓN	8
14. POLÍTICAS DE GESTIÓN DE LA PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL	8
15. POLÍTICAS PARA GESTIÓN DE LA IMAGEN DE LA CARRERA.	9
16. SEMAFORIZACIÓN PARA LA EVALUACIÓN DE LA EJECUCIÓN OPERATIVA	9
17. RESULTADOS ESPERADOS	10
18. ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PLAN OPERATIVO	10
19. RECOMENDACIONES	10
20. GLOSARIO	11
21. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DEL POA 2021	12



## DEFINICIÓN DE ABREVIATURAS

<b>UEB</b>	Universidad Estatal de Bolívar
<b>FaCAGEI</b>	Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática
<b>POA</b>	Plan Operativo Anual
<b>CES</b>	Consejo de Educación Superior
<b>CECES</b>	Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior
<b>SENESCYT</b>	Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación
<b>CU</b>	Consejo Universitario
<b>CD</b>	Consejo Directivo
<b>PPP</b>	Prácticas Pre Profesionales
<b>SG</b>	Seguimiento a Graduados



## PLAN OPERATIVO ANUAL - 2021

### 1. DATOS GENERALES

<b>Institución:</b>	Universidad Estatal de Bolívar
<b>Función Institucional:</b>	Educación Superior
<b>Facultad:</b>	Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática
<b>Carrera:</b>	Mercadotecnia
<b>Número Total de profesores:</b>	<b>22 docentes</b>
Nombramiento :	11 docentes
Contrato:	11 docentes
<b>Número Total de estudiantes:</b>	<b>169 estudiantes</b>
<b>Número personal Administrativo:</b>	<b>1 Administrativo</b>
Nombramiento:	1 Administrativo

### 2. ANTECEDENTES

La Universidad Estatal de Bolívar se inicia el 22 de octubre de 1977 con el auspicio económico del Consejo Provincial, funcionando como Extensión de la Universidad de Guayaquil, adscrita a la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela de Administración de Empresas Agroindustriales. Finalmente, el desarrollo académico alcanzado por esta extensión universitaria fue reconocida por el CONESUP, mismo que aprobó la creación de la Universidad Estatal de Bolívar (UEB) el 20 de Junio de 1989, mediante decreto No. 32 del H. Congreso Nacional para posteriormente el Presidente Constitucional de la República del Ecuador de aquel entonces Dr. Rodrigo Borja Cevallos, firma el ejecútase el 29 de junio del mismo año y se publica en el registro oficial No 225, el 04 de Julio de 1989. Conmemorando esta fecha como "la creación de la Universidad Estatal de Bolívar UEB"

Luego de cumplir este sueño Bolivarense al contar con un centro de estudios de Educación Superior, que se pone al servicio del desarrollo local y la sociedad en general, se crea la Facultad de Ciencias Administrativas por decisión de la Asamblea Universitaria realizada el 14 de julio de 1989. El proyecto de carrera de Mercadotecnia con Título de Licenciado/a en Mercadotecnia se legalizó ante el CES en el 2016 con RPC-SO-251017 - 650414A01-No.425-2016 del 29 de junio de 2016.

**La carrera rediseñada de Mercadotecnia** de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática de la Universidad Estatal de Bolívar surge como respuesta a los vertiginosos cambios del mercado, en el ámbito local, regional y nacional en donde lo prioritario no es comercializar lo que se produce, sino producir lo que el mercado en realidad necesita. La carrera pretende que los educandos al finalizar su carrera estén en capacidad de realizar investigación y análisis de mercados; identificar oportunidades de negocios; formular planes y estrategias de mercadotecnia; propiciando cambios sustentables, respetando la diversidad, la interculturalidad e inclusión en el marco del ejercicio ético de la profesión y en contribución al Plan Nacional de Desarrollo.



La carrera oferta un currículo con modalidad de estudio presencial, con grado de licenciatura, y nueve (9) periodos académicos; total de horas de la carrera 7200; número de horas por periodo académico 800; total de horas de prácticas pre profesionales 240; total de horas de vinculación con la sociedad 160; total de la unidad de titulación 400; Número de estudiantes por cohorte 30; número de asignaturas 54.

Las prácticas pre profesionales serán desarrolladas a partir del quinto y sexto semestre, cumpliendo con un total de 240 horas, en las siguientes asignaturas: Planeación Estratégica, Mercadotecnia de Servicios y Segmentación y Selección de Mercados.

Para el período académico Ordinario (PAO) Mayo – septiembre 2020 la Carrera de Mercadotecnia cuenta con 140 estudiantes y Marketing con cinco (5) estudiantes, por lo que estuvieron habilitados 08 ciclos con un paralelo cada uno, en horario matutino y vespertino, correspondiendo de Primer a Séptimo Ciclo la Carrera de Mercadotecnia y el Octavo a la carrera de Marketing. En el PAO 2020 -2021 la Carrera de Mercadotecnia cuenta con 169 estudiantes con 08 ciclo habilitados, lo estudiantes han ingresado a la carrera en el marco de sus derechos de acceso y gratuidad a la educación superior.

La planta docente estuvo constituida por el 50% de titulares y el 50% de contratados para el periodo académico 2020 – 2020, es decir, 22 Docentes; 11 de Nombramiento y 11 de Contrato con afinidad al área de conocimiento de la carrera; de los Docentes titulares 10 son a Tiempo Completo y 1 Medio Tiempo; de los profesores contratados 2 son a Tiempo Completo, 8 a Medio Tiempo y 1 Tiempo Parcial. Para el periodo académico 2020 – 2021 similar escenario a excepción de 1 docente que paso de Tiempo Parcial a Medio Tiempo.

Las Instituciones de Educación Superior (IES), hoy en día tienen un gran reto para hacer frente a la pandemia, y la Universidad Estatal de Bolívar (UEB), no ha sido la excepción, asumiendo sus actividades académicas, de investigación y vinculación desde la virtualidad, con el fin de garantizar el bienestar de docentes, estudiantes, personal administrativo frente al COVID-19.

El Plan Operativo Anual de la Carrera de Mercadotecnia se focaliza en cubrir necesidades latentes, considerando la naturaleza, capacidades, competencias y particularidades propias de la carrera, de tal manera que los proyectos y actividades contribuyan con los indicadores exigidos y se mantenga un estado de mejoramiento continuo que garantice la calidad de educación superior.

### 3. JUSTIFICACIÓN

El Plan Operativo Anual de la Carrera de Mercadotecnia permite programar las actividades académicas, de investigación, vinculación, gestión y financiación a corto plazo (1 año) para lograr alcanzar los objetivos estratégicos definidos en el Plan Estratégico de la Carrera y del Plan Gestión de la Carrera.

El Plan Operativo Anual es un programa concreto de acción a corto plazo, el mismo que contiene los siguientes aspectos: objetivos estratégicos, objetivos tácticos, meta anual, indicadores de resultados, fórmula del indicador de resultados, programas, proyectos, actividades, presupuestos, cronogramas, líder y equipo de trabajo por cada unidad académica y administrativa.

El Plan Operativo Anual permite la asignación, acción de recursos humanos, materiales a las actividades que harán posible el cumplimiento de objetivos y metas de las estrategias establecidas, además de ser un instrumento que vincula la planificación con el presupuesto, convirtiéndose en la base para la elaboración de la proforma presupuestaria, la misma que está sujeto a las capacidades y disponibilidad de recursos que dispone la Facultad y la Universidad para su aprobación, ejecución, seguimiento y evaluación.



El POA incluye 4 objetivos estratégicos, 09 objetivos tácticos y 22 proyectos para ser ejecutados en el año 2021 con un presupuesto de \$48800,00

Los resultados esperados tendrán un mínimo de 90% en cada indicador utilizando la semaforización con los siguientes parámetros: Rojo de 0% - 69,99%, Amarillo de 70% - 89,99, Verde 90% -100%.

#### 4. MARCO LEGAL

La Constitución de la República del Ecuador, establece en el artículo 3 como deber principal del Estado Planificar el Desarrollo Nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.

Así también en el Art. 280 de la Constitución se establece que el Plan Nacional de Desarrollo sirve de base y provee los lineamientos estratégicos al que se sujetarán las políticas, programas, proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión, asignación de los recursos públicos; encargándose de coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados.

En el Art. 350.- La Educación Superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

En el código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, en el artículo 54 las instituciones sujetas al ámbito de este código, excluyendo los Gobiernos Autónomos Descentralizados, reportarán a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo sus instrumentos de planificación institucional, para verificar que las propuestas de acciones, programas, proyectos correspondan a las competencias institucionales.

La Ley Orgánica de Educación Superior en la Disposición Quinta, manifiesta que. - "Las universidades y escuelas politécnicas elaborarán planes operativos y planes estratégicos de desarrollo institucional concebidos a mediano y largo plazo, según sus propias orientaciones. Estos planes deberán contemplar las acciones en el campo de la investigación científica y establecer la articulación con el Plan Nacional de Ciencia y Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales, y con el Plan Nacional de Desarrollo."

En el Reglamento de Régimen Académico del Sistema Nacional de Educación Superior, Artículo 3.- refiere sobre los Objetivos. - los objetivos del presente reglamento son:

- a) Garantizar una formación de calidad, excelencia y pertinencia de acuerdo con las necesidades de la sociedad; asegurando el cumplimiento de los principios y derechos consagrados en la Constitución, la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) y demás normativa aplicable;
- b) Articular y fortalecer la investigación; la formación académica profesional; la vinculación con la sociedad, en un marco de calidad innovación y sostenibilidad que propenda al mejoramiento continuo;

Por otro lado, se declara en el Artículo 4.- Funciones sustantivas. - Las funciones sustantivas que garantizan la consecución de los fines de la educación superior, de conformidad con lo establecido en el artículo 117 de la LOES, son las siguientes:

- a) Docencia. - La docencia es la construcción de conocimiento y desarrollo de capacidades y habilidades, resultante de la interacción entre profesores y estudiantes en experiencias de

enseñanza-aprendizaje; en ambientes que promueven la relación de la teoría con la práctica y garanticen la libertad de pensamiento, la reflexión crítica y el compromiso ético.

b) Investigación. - La investigación es una labor creativa, sistemática y sistémica fundamentada en debates epistemológicos y necesidades del entorno, que potencia los conocimientos y saberes científicos, ancestrales e interculturales. Se planifica de acuerdo con el modelo educativo, políticas, normativas, líneas de investigación y recursos de las IES y se implementa mediante programas y/o proyectos desarrollados bajo principios éticos y prácticas colaborativas.

c) Vinculación. - La vinculación con la sociedad, como función sustantiva, genera capacidades e intercambio de conocimientos acorde a los dominios académicos de las IES para garantizar la construcción de respuestas efectivas a las necesidades y desafíos de su entorno. Contribuye con la pertinencia del quehacer educativo, mejorando la calidad de vida, el medio ambiente, el desarrollo productivo y la preservación, difusión y enriquecimiento de las culturas y saberes.

El Estatuto de la Universidad Estatal de Bolívar en el Artículo 44, literal d) Atribuciones del Consejo Directivo, manifiesta: Aprobar la planificación estratégica y el plan operativo anual (POA) de la Facultad y Carreras, y remitir a las instancias correspondientes, y en el literal e) Aprobar la planificación académica de la Facultad, sobre la base de las políticas emitidas por Consejo Universitario para el ciclo correspondiente, y remitir para conocimiento y toma de decisiones a las instancias y organismos, observando el procedimiento de ley.

Así mismo, el Estatuto de la Universidad Estatal de Bolívar establece en el Artículo 51 sobre los Deberes y atribuciones del Coordinador de Carrera:

- a) Elaborar la planificación estratégica, operativa y académica de la carrera a su cargo;
- b) Gestionar las actividades académicas de la carrera;
- c) Presentar informes del desarrollo académico del Decano;
- d) Participar conjuntamente con el decano, en los procesos de aseguramiento de la calidad de la educación superior;
- f) Participar en la planificación y ejecución para la habilitación profesional estudiantil;
- h) Cumplir con las disposiciones establecidas por las autoridades superiores y las determinadas en la Ley, Estatuto y Reglamentos de la Universidad;
- i) Desarrollar proyectos de diseño curriculares para fortalecer las áreas del conocimiento en función a los requerimientos del contexto;
- j) Elaborar las reformas curriculares atendiendo los resultados obtenidos del seguimiento a graduados.

## 5. MISIÓN INSTITUCIONAL

“La Universidad Estatal de Bolívar forma profesionales competentes a través de sus funciones de docencia, investigación y vinculación mediante un sistema de aseguramiento de la calidad que contribuyen al desarrollo local y nacional”.

## 6. VISIÓN INSTITUCIONAL

“En el año 2025 la Universidad Estatal de Bolívar será una Institución de Educación Superior, con altos estándares de calidad, articulada a la sociedad, contribuyendo al desarrollo local y nacional”.

## 7. MISIÓN DE LA CARRERA DE MERCADOTECNIA

“Formamos profesionales en Mercadotecnia competentes, emprendedores, creativos y humanistas, mediante el mejoramiento continuo en la academia e investigación científica para la solución de los problemas del contexto”

## 8. VISIÓN DE LA CARRERA DE MERCADOTECNIA

“Al 2025 la Carrera de Mercadotecnia logrará reconocimiento en la formación de excelentes Mercadólogos, mediante la implementación de procesos de mejoramiento continuo, fortalecimiento del perfil profesional de sus docentes y ejecución de proyectos para el desarrollo de la sociedad”

## 9. VALORES Y PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE LA CARRERA DE MERCADOTECNIA

### Valores de la carrera

1. Responsabilidad
2. Lealtad
3. Respeto
4. Perseverancia
5. Honradez
6. Tolerancia

### Principios

1. Todas nuestras acciones se sustentan en la verdad, y la justicia está presente en la asignación de funciones, responsabilidades y reconocimientos.
2. Actitud proactiva, producto de la actividad humana personal, para la búsqueda autónoma de la resolución de problemas.
3. Valoramos los derechos y deberes de los demás como a los nuestros.
4. Fomentamos liderazgo y excelencia, siendo factores claves para el desarrollo de una sociedad y educación de calidad.
5. Trabajo en equipo para alcanzar objetivos colectivos, respetando opiniones, facilitando la relación interpersonal con la finalidad de resolver conflictos intergrupales.
6. Formar hombres y mujeres que sean íntegros, autóctonos y éticos.

## 10. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. Fortalecer el posicionamiento de la carrera de Mercadotecnia en el país, mejorando la calidad del servicio educativo e incrementando la demanda estudiantil.
2. Incrementar la investigación científica de la Carrera con participación activa de Profesores y estudiantes, elaborando la estructura organizacional y ejecución de la investigación científica.
3. Fortalecer la participación de la carrera en la solución de problemas del contexto regional a través de una estructura organizacional y ejecución de proyectos de vinculación
4. Mejorar la gestión administrativa y de los recursos destinados a la carrera, mediante procesos de gestión y mejora de ambientes de aprendizaje.

## 11. OBJETIVOS TÁCTICOS

- 1.1 Mejorar la calidad del servicio educativo de la carrera Ofertar un currículo innovador, actualizado y pertinente.
- 1.2 Incrementar la demanda estudiantil
  
- 2.1 Estructurar el sistema de investigación de la Carrera de Mercadotecnia (centros y grupos de investigación)
- 2.2 Ejecutar proyectos de investigación que permitan el incremento de la producción científica
  
- 3.1 Estructurar el sistema de vinculación de la Carrera de Mercadotecnia (grupos de investigación)
- 3.2 Ejecutar proyectos de vinculación que permitan la solución de problemas de la región.
  
- 4.1 Implementar procesos de gestión administrativa en la Carrera.
- 4.2 Mejorar los ambientes de aprendizaje

## 12. FUERZAS IMPULSORAS DE LA GESTIÓN DE LA CARRERA

- a. Normativa y regulaciones de Organismos Rectores.
- b. Gestión orientada a procesos clave de Academia, Investigación y Vinculación.
- c. Fortalecimiento de la Formación Profesional del Talento Humano (PHD).
- d. Orientación de la gestión académica en función de la calidad

## 13. DIRECTRICES PARA LA PLANIFICACIÓN

- a. El modelo de gestión de la Carrera de Mercadotecnia es por procesos.
- b. El modelo de organización del conocimiento de la Universidad Estatal de Bolívar es por dominios.
- c. La Carrera contará con el listado de programas validados por las Direcciones de Planeamiento y Financiero, a los cuales se vincularán uno o más proyectos.

## 14. POLÍTICAS DE GESTIÓN DE LA PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL

- a. Los procesos de planeación están vinculados sistemáticamente a los de la evaluación de acciones y estrategias realizadas y a los recursos financieros asignados en el Plan Operativo Anual.
- b. Los Programas Operativos Anuales, son parte constitutiva del sistema de planeación, deben ser coherentes y armonizarse con el Plan Estratégico de la Carrera y los programas estratégicos que éste incluye.
- c. Los planes, programas y proyectos deben elaborarse dentro del cronograma del POA elaborado por la Coordinación de la carrera.
- d. La ejecución de planes, programas y proyectos, así como la certificación de partida presupuestaria para la adquisición de bienes y servicios, se sujetarán al plan operativo anual del año en curso.
- e. La evaluación a los planes operativos anuales se los realizará semestralmente.

- f. Los responsables de procesos académicos y administrativos están obligados a realizar todas las acciones necesarias para garantizar el cumplimiento de los mismos (mínimo aceptable 90%).

#### 15. POLÍTICAS PARA GESTIÓN DE LA IMAGEN DE LA CARRERA.

- a. La gestión y administración de la marca e imagen de la Carrera de Mercadotecnia es de responsabilidad del Coordinador de Carrera y el Docente con horas para la gestión del Plan de Comunicación de la Carrera.
- b. Se dará estricto cumplimiento al Manual de Marca de la Carrera de Mercadotecnia.
- c. Ningún Docente o Administrativo podrá establecer diseños publicitarios o promocionales diferentes a los establecidos en el Plan de Comunicación de la Carrera.
- d. La elaboración de todo proyecto, estrategia, diseños o productos comunicacionales para la difusión de la marca deberán contar con la autorización del responsable del Plan de Comunicación.
- e. La asignación presupuestaria para la ejecución del plan de comunicación institucional, deberá constar en el Plan Operativo Anual de la Carrera.
- f. Semestralmente se presentará un informe de la gestión del Plan de Comunicación, que incluya la gestión del presupuesto asignado y el retorno de la inversión en imagen y posicionamiento de la Carrera.

#### 16. SEMAFORIZACIÓN PARA LA EVALUACIÓN DE LA EJECUCIÓN OPERATIVA

RANGO	DESCRIPCIÓN
0% - 69.99%	<p><b>Evidencia problemas en la gestión:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Proyectos no ejecutados.</li> <li>Metas de baja ejecución.</li> <li>Metas deficientes o no cumplidas.</li> </ul>
70% - 89.99%	<p><b>Ejecución parcial o con retrasos y en riesgo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ejecución incompleta de proyectos.</li> <li>Metas ejecutas de manera parcial.</li> <li>Falta cumplimiento en la programación.</li> </ul>
90% - 100%	<p><b>Meta alcanzada:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Metas ejecutadas en su totalidad.</li> <li>Ejecución eficiente.</li> <li>Ejecución de la totalidad de la meta programada.</li> <li>Supera la meta planificada.</li> </ul>

## 17. RESULTADOS ESPERADOS

- Mejora cuantitativa y cualitativa de indicadores de evaluación y acreditación de carrera.
- La ejecución de planes, programas, proyectos será una práctica común en las actividades académicas y de gestión de la Carrera.
- Todo el personal responsable realizará un seguimiento, monitoreo y evaluación de los proyectos, estrategias bajo su responsabilidad, lo que permitirá tomar decisiones efectivas de manera oportuna.
- Adecuada comunicación y flujo eficiente, eficaz de la información.
- Implementación de una cultura de trabajo en equipo orientada al cumplimiento de objetivos y logro de indicadores.
- Uso correcto de los recursos económicos con énfasis en la academia, investigación y vinculación.
- Cumplimiento de indicadores y metas por proyecto en rangos superiores al 90%.
- Ejecución del presupuesto de la carrera mínimo del 90%.

## 18. ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PLAN OPERATIVO

El presupuesto planteado está sujeto a la disponibilidad presupuestaria institucional y la inclusión de los proyectos de la carrera en el POA institucional.

DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO POR OBJETIVO		
Academia	\$3800,00	7,79%
Investigación	\$10000,00	20,49%
Vinculación	\$5000,00	10,25%
Gestión	\$30000,00	61,48%
<b>TOTAL</b>	<b>\$48800,00</b>	<b>100,00%</b>

## 19. RECOMENDACIONES

- La Universidad Estatal de Bolívar debe asignar el presupuesto requerido en el presente documento para la ejecución de todos los proyectos para garantizar el mejoramiento continuo y acreditación de la Carrera de Mercadotecnia.
- La Universidad Estatal de Bolívar debe garantizar la estabilidad de su personal docente y la titularización de los mismos para cumplir indicadores de acreditación.
- En la asignación de recursos económicos se deben considerar entre otros factores el número de estudiantes y profesores.

## 20. GLOSARIO

- **Plan Operativo Anual.** - Es un documento formal en el que se enumeran, por parte de los responsables de una entidad facturadora (compañía, departamento, sucursal u oficina) los objetivos a conseguir durante el presente ejercicio.
- **Planeación.**- Es la acción de la elaboración de estrategias que permiten alcanzar una meta ya establecida, para ello se debe comprender y analizar una situación en específica, para luego pasar a la definir los **objetivos** que se quieren alcanzar.
- **Administración.** - Es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos, las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz.
- **Gestión.** - Es la acción de gestionar, administrar actividades, destinado a establecer los objetivos y medios para su realización, a precisar la organización de sistemas, con el fin de elaborar la estrategia del desarrollo y a ejecutar la gestión del personal.
- **Planificación Estratégica.** - Es un proceso sistemático de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos.
- **Objetivos Estratégicos.** - se denomina a las metas y estrategias planteadas por una organización para lograr determinadas metas y a largo plazo la posición de la organización en un mercado específico, es decir, son los resultados que la empresa espera alcanzar en un tiempo mayor a un año, realizando acciones que le permitan cumplir con su misión, inspirados en la visión.
- **Objetivo Táctico.** - es "una declaración por escrito que describe una producción prevista". El objetivo táctico simplemente profundiza en cómo se logrará el objetivo estratégico.
- **Plan.** - Es la toma anticipada de decisiones destinada a reducir la incertidumbre y las sorpresas, y a guiar a la acción hacia una situación deseada, mediante una instrumentación reflexiva de medios.
- **Políticas.** - Las políticas son guías para orientar la acción; son lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre algún problema que se repite una y otra vez dentro de una organización.
- En este sentido, las políticas son criterios generales de ejecución que auxilian al logro de los objetivos y facilitan la implementación de las estrategias.
- **Presupuesto.** - Los presupuestos son programas en los que se les asignan cifras a las actividades; implican una estimación de capital, de los costos, de los ingresos, y de las unidades o productos requeridos para lograr los objetivos.
- **Programa.** - Proyecto o planificación ordenada de las distintas partes o actividades que componen algo que se va a realizar.
- **Proyecto.** - es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas. La razón de un proyecto es alcanzar las metas específicas dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido.

## 21. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DEL POA 2021

### PLAN OPERATIVO ANUAL 2021

#### Carrera de Mercadotecnia

Cumplimiento	39%	Misión MDT		"Formamos profesionales en Mercadotecnia competentes, emprendedores, creativos y humanistas, mediante el mejoramiento continuo en la academia e investigación científica"									
		PROYECTOS	META ASES PROYECTO	INDICADOR	FORMULA INDICADOR	ACTIVIDAD	RESPONSABLES DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE PROYECTO	FECHA INICIO	FECHA FIN	VALOR		
I. Fortalecer el posicionamiento	1.1 Mejorar la calidad del servicio educativo de la carrera	P1	Plan de Capacitación Docente	Mín 90% de profesores capacitados al año	Profesores capacitados	Número de profesores capacitados / Número de profesores de la Carrera	Identificación de necesidades de capacitación	Alarcón Gina, Ing.	Coordinación de Carrera	4-ene	5-feb	\$1.700,00	
							Construcción del plan de capacitación (incluye eventos por áreas y generales)	Alarcón Gina, Ing.		4-ene	26-feb		
							Capacitación a docentes y preparación de informes por evento	Alarcón Gina, Ing.		1-may	30-oct		
							Socialización de informe de evaluación al plan de capacitación	Alarcón Gina, Ing.		1-nov	15-dic		
		1.2 Incrementar la demanda estudiantil	P2	Formación Doctoral de los Docentes de la Carrera	Mín 02 profesores en formación doctoral por año	Profesores en programas Doctorales	Por profesores que participan en el plan de formación doctoral / # de profesores que participan en el plan de formación doctoral	Elaborar informe de necesidades de formación doctoral - currículo	Nararajo Jefferson, Ing.	Coordinación de Carrera	14-ene	12-feb	\$0,00
								Elaborar listados de convenios y cronogramas de ejecución de formación doctoral	Nararajo Jefferson, Ing.		14-ene	26-feb	
			P3	Estudios de Pertinencia y Prospectivo	02 estudios en el año	Estudios de pertinencia aprobados / Estudio de prospectiva	# de estudios de pertinencia y prospectiva aprobados / # de estudios de pertinencia y prospectiva	Actualización y aprobación de informes de pertinencia	León Patricia, Ing.	Coordinación de Carrera	4-ene	26-feb	\$1.000,00
								Actualización y aprobación de informes de prospectiva	Alarcón Gina, Ing.		4-ene	26-feb	
			P4	Rediseño Curricular	01 rediseño aprobado	Rediseño aprobado	No. de rediseños aprobados / No. de rediseños planificados	Construcción del Rediseño	León Patricia, Ing.	Coordinación de Carrera	1-ene	30-mar	\$0,00
								Revisión y aprobación por Consejo Directivo, Comisión Académica y Consejo Universitario y CES	Coordinador de Carrera		1-abr	30-sep	
		Ejecución del Rediseño						Coordinador de Carrera	1-nov				
		P5	Plan de Comunicación de la Carrera	01 Plan en ejecución cada año	01 de Plan de publicidad y promoción por carrera	No. Plan de publicidad y promoción por carrera ejecutados / No. Plan de publicidad y promoción por carrera presentados	Elaboración del Plan de Comunicación de la carrera de Mdt	Moyano Mónica, Ing.	Coordinación de Carrera	4-ene	26-feb	\$1.100,00	
	Aplicación de estrategias de promoción y publicidad						Barreto Jessica, Ing.	1-abr		31-dic			
	Informe de evaluación a la ejecución del plan de comunicación de la carrera						Moyano Mónica, Ing.	1-dic		15-dic			
	P6	Fortalecimiento de Tutorías Académicas	10% de estudiantes tutorados cada ciclo	% de estudiantes participantes en las tutorías	Número de estudiantes tutorados / Número de estudiantes matriculados	Elaboración del Proyecto de Tutorías Académicas 20-22 y matriz de operacionalización por PAO	León Patricia, Ing.	Coordinación de Tutorías Académicas	4-ene	26-feb	\$0,00		
						Ejecución del proceso de Tutorías Académicas	Baño Angel, Lic.		4-ene	31-dic			
						Elaboración de informe de cumplimiento del Plan de Tutorías Académicas	Baño Angel, Lic.		4-ene	31-dic			
	P7	Plan de Prácticas Pre Profesionales	90% de estudiantes habilitados para PPP por cada ciclo	No de estudiantes realizando prácticas pre profesionales	No de estudiantes en PPP / No de estudiantes habilitados para PPP	Elaboración del Plan de Prácticas Pre Profesionales	Camacho Wilter, Ing.	Coordinación de PPP	4-ene	26-feb	\$0,00		
						Ejecución del proceso de PPP	Camacho Wilter, Ing.		1-mar	31-dic			
						Elaboración del informe de cumplimiento del proceso de PPP por PAO y anual	Camacho Wilter, Ing.		1-nov	30-nov			
	P8	Fortalecimiento de la Unidad de Titulación	100% de estudiantes habilitados y titulación	No de estudiantes titulados	No de estudiantes titulados / No de estudiantes inscritos en titulación	Elaboración del Plan de titulación 21-23 y matriz de operacionalización por PAO	Yacchirema Iván, Ing.	Coordinación de Titulación	4-ene	26-feb	\$0,00		
						Ejecución del proceso de Titulación	Yacchirema Iván, Ing.		1-mar	31-dic			
						Elaboración de informes de cumplimiento del proceso de Titulación por PAO y anual	Yacchirema Iván, Ing.		1-nov	30-nov			

PLAN OPERATIVO ANUAL 2021

Carrera de Mercadotecnia

Cumplimiento	39%	Misión MDT "Formamos profesionales en Mercadotecnia competentes, emprendedores, creativos y humanistas, mediante el mejoramiento continuo en la academia e investigación científica"																	
2. Incrementar la investigación científica de la Carrera con participación activa de Profesores y estudiantes, elaborando la estructura organizacional y ejecución de la investigación científica.	2.1 Estructurar el sistema de investigación de la Carrera de Mercadotecnia (centros y grupos de investigación)	P9	Estructura organizativa y legal para la realización de la investigación pertinente (centros y grupos de investigación)	Min 01 grupo conformado	Estructura organizativa	No de estructuras organizativas legalizadas / No de estructuras organizativas requeridas	Conformación de centros y grupos de investigación alineados a los programas de la carrera (parte de Plan de	Coordinador de Carrera	Coordinación de Investigación de la carrera	4-ene	30-jun	\$0,00							
							Elaboración y aprobación de la estructura investigativa	Coordinador de Carrera		1-oct	30-oct								
							Implementación de la estructura investigativa	Coordinador de Carrera		1-nov	31-dic								
		P10	Plan de investigación para la carrera	01 Plan en ejecución desde de junio del 2021	Plan de investigación aprobado	# planes aprobados / # planes planificados	Elaboración del plan de investigación (líneas de investigación) de la carrera	León Patricia, Ing.	Coordinación de Investigación de la carrera	4-ene	26-feb	\$0,00							
							Aprobación y aplicación del Plan de investigación de la carrera	León Patricia, Ing.		1-mar	31-dic								
							Evaluación a la ejecución del plan de investigación de la carrera	Nararjo Jefferson, Ing.		13-dic	20-dic								
	2.2 Ejecutar proyectos de investigación que permitan el incremento de la producción científica.	P11	Participación en proyectos de investigación acorde a las líneas de investigación de la carrera	Min 01 proyecto de investigación aprobado por carrera cada año	Proyecto de investigación aprobado	# proyectos de investigación aprobados / # proyectos de investigación planificados	Elaboración de proyectos de investigación según los programas de investigación de la carrera	Grupos de Investigación	Coordinación de Investigación de la carrera	1-mar	30-oct	\$5.000,00							
							Presentación y aprobación de proyectos por el OCAS	Grupos de Investigación		1-abr	31-may								
							Ejecución de proyectos de investigación aprobados	Grupos de Investigación		1-jun	20-dic								
							Evaluación a los informes de avance y ejecución de proyectos de investigación	Coordinador de Carrera		1-dic	20-dic								
							P12	Participación en eventos nacionales e internacionales de investigación y generación de publicaciones científicas		doctes participan en eventos científicos	Docentes participantes en eventos científicos		# docentes que participan / # docentes de la Carrera	Gestión y apoyo a la participación en eventos de investigación nacionales e internacionales	Grupos de Investigación	Coordinación de Investigación de la carrera	1-jun	20-dic	\$5.000,00
														Matriz de producción científica de impacto mundial de los Profesores de la Carrera de Mercadotecnia	Albán Paola, Ing.		4-ene	26-feb	
Matriz de producción científica de impacto regional de los Profesores de la Carrera de Mercadotecnia	Albán Paola, Ing.	4-ene	26-feb																
3. Fortalecer la participación de la carrera en la solución de problemas del contexto regional a través de una estructura organizacional y ejecución de proyectos de vinculación.	3.1 Estructurar el sistema de vinculación de la Carrera de Mercadotecnia (grupos de vinculación)	P13	Plan de vinculación para la carrera	01 Plan en ejecución desde de junio del 2021	Plan de Vinculación aprobado	# planes aprobados / # planes planificados	Elaboración del Plan de Vinculación (objetivos, estrategias) de la carrera MDT	Viscarra Charles, Ing.	Coordinación de Vinculación de la carrera	4-ene	26-feb	\$0,00							
							Aprobación y aplicación del plan de vinculación de la carrera	Viscarra Charles, Ing.		1-mar	31-mar								
							Socialización del informe de evaluación al plan de vinculación de MDT por PAO	Viscarra Charles, Ing.		1-dic	31-dic								
		P14	Generación de proyectos de vinculación con la sociedad multidisciplinarios y transdisciplinarios	01 Proyecto de vinculación aprobado	Proyecto de vinculación aprobado	# proyectos de vinculación aprobados / # proyectos de vinculación planificados	Presentación del proyecto de vinculación según los programas de vinculación de la carrera y la convocatoria	Grupos de Investigación	Coordinación de Vinculación de la carrera	4-ene	30-abr	\$5.000,00							
							Ejecución de proyectos de vinculación aprobados	Grupos de Investigación		1-jun	31-dic								
							Evaluación a los informes de avance y ejecución de proyectos de vinculación	Viscarra Charles, Ing.		1-dic	15-dic								
	P15	Plan de Seguimiento a graduados	0% de graduados con seguimiento cada ciclo	# de estudiantes graduados	No de estudiantes con seguimiento graduados / No de estudiantes graduados	Elaboración del Plan de Seguimiento a Graduados 21-23 y matriz de operacionalización por PAO	León Patricia, Ing.	Coordinación de seguimiento a Graduados	4-ene	26-feb	\$0,00								
						Ejecución del proceso de SG	Moyano Mónica, Ing.		1-mar	31-dic									
						Elaboración de informes de cumplimiento del PSG por PAO	Moyano Mónica, Ing.		1-dic	15-dic									

**PLAN OPERATIVO ANUAL 2021**

**Carrera de Mercadotecnia**

Cumplimiento	39%	Misión MDT	"Formamos profesionales en Mercadotecnia competentes, emprendedores, creativos y humanistas, mediante el mejoramiento continuo en la academia e investigación científica"								
2. Incrementar la investigación científica de la Carrera	2.1 Estructurar el sistema de investigación de la Carrera	P9 Concebir la estructura organizativa y legal para la realización de la	Min 01 grupo conformado	Estructura organizativa	No de estructura organizativas legalizadas / No de estructura organizativas requeridas	Conformación de centros y grupos de investigación alineados a los programas de la carrera (parte de Plan de	Coordinador de Carrera	Coordinación de Investigación de la carrera	4-ene 30-jun 1-oct 30-oct	\$0,00	
4. Mejorar la gestión administrativa y de los recursos destinados a la carrera, mediante procesos de gestión y mejora de ambientes de aprendizaje.	4.1 Implementar procesos de gestión administrativa en la Carrera.	P16 Fortalecimiento de procesos de planificación académica	01 Plan de Fortalecimiento de carrera	Plan de Fortalecimiento aprobado	# planes aprobados / # planes planificados	Actualización del PE de la Carrera de Mercadotecnia 21-25 Informe de ejecución del plan de gestión académica de la carrera de Mercadotecnia por PAO	Quizhpe Victor Hugo Coordinador de Carrera	Coordinación de Carrera	4-ene 31-ene 1-dic 20-dic	\$0,00	
		P17 Implementación del plan de fortalecimiento de carrera	01 Plan de Fortalecimiento de carrera	Plan de Fortalecimiento aprobado	# planes aprobados / # planes planificados	Elaboración de objetivos y estrategias de fortalecimiento de la carrera (plan) Aprobación y aplicación del plan de fortalecimiento de la carrera Evaluación a la ejecución del plan de fortalecimiento de la carrera	Quizhpe Victor Hugo Coordinador de Carrera Quizhpe Victor Hugo	Coordinación de Carrera	1-ene 28-feb 1-mar 20-dic 1-dic 20-dic	\$0,00	
		P18 Plan de Aseguramiento de la Calidad de la carrera	01 Plan de aseguramiento de la calidad ejecutado por año	Plan de Aseguramiento de la Calidad aprobado	# plan de aseguramiento de la calidad aprobados / # planes de aseguramiento de la calidad Planificados	Elaboración del Plan de Aseguramiento de la Calidad Aprobación e implementación del Plan de Aseguramiento de la Calidad Socialización de la evaluación a la ejecución del PAC	Viscarra Charles, Ing. Coordinador de Carrera Viscarra Charles, Ing.	Coordinación de Carrera	4-ene 26-feb 1-mar 31-dic 1-dic 31-dic	\$0,00	
		P19 Gestión de procesos de bienestar estudiantil	01 Informe consolidado de los procesos de bienestar estudiantil	Informe consolidado de los procesos de bienestar estudiantil	# informes de los procesos de bienestar aprobados / # informes de los procesos de bienestar planificados	Gestión incremento del acervo Bibliográfico Matriz de beneficiarios de becas y ayudas económicas (PAO) Matriz de beneficiarios de servicios médicos de Bienestar Universitario	Perez Jorge, Ing. Barreto Jessica, Ing. Barreto Jessica, Ing.	Coordinación de Carrera	4-ene 31-mar 4-ene 26-feb 4-ene 26-feb	\$0,00	
		P20 Proyecto de Mantenimiento y uso de laboratorios de las carreras	01 Proyecto de Mantenimiento y uso de Laboratorio	Proyecto de Mantenimiento y uso de Laboratorio	# planes de mantenimiento y uso de laboratorios elaborados / # planes de mantenimiento y uso de laboratorios	Elaboración del Plan de mantenimiento de laboratorios Evaluación a la ejecución del mantenimiento de laboratorios	Barragán Christian, Ing. Cellery Derynys, Lic.	Técnico Informático de la Carrera	4-ene 26-feb 1-dic 20-dic	\$0,00	
		P21 Repotenciación de Laboratorios	100% de necesidades tecnológicas cubiertas	01 laboratorio repotenciado	No. Laboratorios repotenciados / No. de laboratorios planificados para repotenciación	Elaboración del proyecto de inversión correspondiente Aprobación y asignación de recursos económicos Ejecución del proceso de compra Implementación de equipos	León Patricia, Ing. León Patricia, Ing. León Patricia, Ing. León Patricia, Ing.	Coordinación de Carrera	1-ene 31-ene 1-ene 31-mar 1-abr 31-jul 1-sep 31-dic	\$20.000,00	
		P22 Adquisición de Software académico relacionado a la carrera (simuladores, diseño, entre otros.)	100% de software instalados en los equipos informáticos	No. de Simuladores académicos adquiridos	Simuladores solicitados / Simuladores planificados	Elaboración del proyecto de inversión correspondientes Aprobación y asignación de recursos económicos Ejecución del proceso de compra Implementación de sistemas informáticos adquiridos	Rivadenetra Edgar, Lic. Rivadenetra Edgar, Lic. Rivadenetra Edgar, Lic. Rivadenetra Edgar, Lic.	Coordinación de Carrera	1-feb 15-mar 16-mar 31-mar 1-abr 30-jun 1-jul 31-dic	\$10.000,00	
		<b>PRESUPUESTO</b>									\$48.000,00

**ING. PATRICIA LEÓN MONAR**  
 COORDINACIÓN DE CARRERA MARKETING/MERCADOTECNIA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
  
 Coordinación Carrera en Marketing y Mercadotecnia