

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Universidad de El Salvador
Hacia la libertad por la cultura

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
OBSERVATORIO INFORMATIVO DE LA REALIDAD EMPRESARIAL EN
LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE EL
SALVADOR”.**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

ROXANA MARIA CRUZ PALACIOS CP07014

EUGENIA MARICELA HENRIQUEZ MARTINEZ HM03003

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENERO 2017

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector: (Interino) Lic. Luis Argueta Antillón

Secretaria: Dra. Ana Leticia Zavaleta de Amaya

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Decano: Lic. Nixon Rogelio Hernández Vásquez.

Secretaria: Lic. Vilma Marisol Mejía Murillo.

TRIBUNAL CALIFICADOR

Licenciado Rafael Arístides Campos.

Licenciado José Francisco Cartagena Tejada.

Licenciado Manuel de Jesús Fornos Gómez (Docente Asesor)

ENERO 2017

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

A Dios por haberme permitido culminar otra etapa más de mi vida, porque sin Él, nada de esto sería posible. A mis padres, Marta de Cruz y José Pedro Cruz por su esfuerzo y apoyo incondicional a lo largo de toda mi vida, a mi hermano Manuel por estar pendiente de mí en todo momento, a mi amado esposo por brindarme todo su apoyo. A Maricela mi compañera de lucha y amiga, gracias por tu apoyo, paciencia y por tu esfuerzo en la realización de este proyecto, doña Conchita Carranza por abrirme las puertas de su casa. Y a todas aquellas personas que de una u otra manera siempre estuvieron en cada momento de mi vida.

Roxana María Cruz Palacios

Padre nuestro que estás en los cielos infinitas gracias te doy por haberme dado la fuerza necesaria para terminar esta etapa de mi vida.

A mi amada madre, Conchita Carranza por ser mi mejor amiga al comprenderme y darme su apoyo en todo momento, este trabajo mami te lo dedico. A mí querida hermana Leslie por todos sus consejos, Kenia, Katy y Kevin mis sobrinos, por su amor incondicional.

Amigos muchas gracias por sus palabras de ánimo para continuar.

Roxana, mi compañera de lucha, este trabajo amiga lo realizamos hasta ver a Dios y en muchas ocasiones enfrentamos obstáculos que nos desanimaron, pero en ningún momento perdimos el objetivo propuesto, por toda la alegría compartida gracias.

Eugenia Maricela Henríquez Martínez

Además queremos agradecer al Ing. José Ciriaco Gutiérrez, Lic. David Lima Jaco, Lic. Oscar Vides y el Ing. Oscar Méndez que siempre estuvieron dispuestos en brindarnos sus conocimientos. A nuestro apreciable asesor el Lic. Manuel Fornos por sus consejos

ÍNDICE

RESUMEN.....	i
INTRODUCCIÓN	ii
CAPÍTULO I.....	1
GENERALIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, UNIDADES ACADÉMICAS, LA INFORMACIÓN Y EL OBSERVATORIO.....	1
I. GENERALIDADES INSTITUCIONALES	1
A. GENERALIDADES SOBRE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR	1
1. Historia.....	1
2. Misión y Visión.....	2
3. Ubicación	3
4. Estructura organizativa de la Universidad de El Salvador.....	4
B. GENERALIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS	5
1. Fundación de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador.....	5
2. Misión y Visión.....	8
3. Actualidad y oferta académica	8
4. Estructura organizativa.....	10
C. GENERALIDADES SOBRE LAS UNIDADES ACADÉMICAS	11
1. Definición de Unidad Académica	11
2. Pasos para crear una Unidad Académica	11
3. ¿Cómo funciona una Unidad Académica?	13

4.	Constitución legal de las Unidades Académicas en la Universidad de El Salvador.....	16
5.	Unidades Académicas que funcionan actualmente en la Facultad de Ciencias Económicas	20
D.	GENERALIDADES DE LA INFORMACIÓN Y DEL OBSERVATORIO	21
1.	Generalidades de la información.....	21
a.	¿Qué es sistema de información?	22
b.	Información y conocimiento.....	24
c.	La información como base para el observatorio.....	24
2.	Generalidades del observatorio	25
a.	¿Qué es un observatorio?.....	26
b.	¿Para qué sirve?.....	26
c.	Funciones del observatorio.....	26
E.	GENERALIDADES DE LOS ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD.....	27
1.	PROYECTOS DE INVERSIÓN	27
a.	Definición de proyectos	27
b.	Naturaleza de los proyectos de inversión.....	28
1.	Proyecto de inversión público o social	28
2.	Proyectos privados.....	28
c.	Clasificación de los proyectos de inversión	28
d.	Proceso de elaboración de proyecto	29
	Cuadro elaborador por el equipo investigador	30
2.	FORMULACIÓN DE PROYECTOS.....	30
a.	Estudio de pre-factibilidad	30
i.	Análisis de auditoría interna y externa	31
ii.	Idea, justificación y definición de proyectos	31
iii.	Viabilidad del proyecto	31
3.	ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD	32

a.	ESTUDIO DE MERCADO.....	33
1.	Definición y uso del servicio.....	33
2.	Comportamiento de la oferta.....	34
a.	Análisis de la oferta.....	34
b.	Mercado Proveedor	34
c.	Mercado Consumidor.....	34
d.	Mercado Competidor	34
3.	Comportamiento de la demanda	35
a.	Análisis de la Demanda.....	35
b.	Demanda Potencial Insatisfecha	35
4.	Análisis de comercialización.....	36
b.	ESTUDIO TÉCNICO.....	36
1.	Localización del proyecto.	36
2.	Tamaño del proyecto.....	36
3.	Ingeniería del proyecto.....	36
c.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	37
1.	Planeación	37
2.	Aspecto organizacional	37
d.	ESTUDIO ECONÓMICO.....	38
1.	Fuentes de financiamientos	38
e.	ESTUDIO FINANCIERO	39
f.	ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL	39
4.	EVALUACIÓN DE PROYECTOS.....	40
1.	Ámbitos.....	40
a.	Organizacional	40
b.	Espacial	41
c.	Temporal	41
d.	De negociación.....	41
2.	Actores.	41

3. Enfoque.....	41
CAPÍTULO II.....	42
MÉTODOS Y TÉCNICAS A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN PARA LA CREACIÓN DEL OBSERVATORIO INFORMATIVO DE LA REALIDAD EMPRESARIAL EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.....	42
I. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	42
A. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	42
B. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	42
1. Objetivo General.....	42
2. Objetivos Específicos.....	43
C. MÉTODOS Y TÉCNICAS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN.....	43
1. MÉTODOS UTILIZADOS.....	43
a. Método deductivo.....	43
b. Método analítico.....	44
c. Método sintético.....	44
2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	44
3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	45
a. Investigación descriptiva.....	45
b. Investigación documental.....	45
c. Investigación de campo.....	45
4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	45
A. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	46
1. La encuesta.....	46
2. La entrevista.....	46
3. La observación directa.....	46
B. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	46
1. Cuestionario.....	46

2.	Guía de entrevista.....	47
3.	Lista de cotejo	47
5.	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	47
a.	Primaria.	47
b.	Secundaria.	48
6.	UNIDADES DE ANÁLISIS.....	48
7.	DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA.....	48
a.	Población	48
b.	Muestra	49
i.	Procesamiento de la información	52
ii.	Tabulación.....	52
iii.	Análisis e interpretación de datos	53
II.	TIPO DE INVESTIGACIÓN A UTILIZAR PARA LOS ESTUDIOS: TÉCNICO, ORGANIZACIONAL, ECONÓMICO E IMPACTO SOCIAL.....	53
III.	FORMULACIÓN DEL PROYECTO	55
A.	ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD.....	55
1.	Análisis de auditoría interna y externa.....	55
i.	FODA de la Escuela de Administración de Empresas.	55
ii.	Cuadro N° 7. Análisis FODA.....	55
iii.	Análisis cruzado y formulación de estrategias	56
Significado de FODA.....		57
Nombre de las estrategias del análisis FODA.....		57
a.	Análisis FO (Fortalezas-Oportunidades).....	57
b.	Análisis FA (Fortalezas-Amenazas)	61
c.	Análisis DO (Debilidades-Oportunidades)	64
d.	Análisis DA (Debilidades-Amenazas)	67
2.	Análisis del macro-ambiente.....	70
i.	Análisis del ambiente económico.....	71

ii. Análisis político-legal.....	76
iii. Análisis tecnológico	77
iv. Análisis sociocultural	78
v. Análisis ecológico (medioambiental).....	78
3. Análisis del ambiente competitivo.....	79
i. Análisis de mapas de grupos estratégicos.....	79
ii. El entorno competitivo-análisis de las cinco fuerzas	80
a. Amenaza de nuevos competidores	81
b. Poder de negociación de los clientes.....	81
c. Amenazas de servicios sustitutos	81
d. Poder de negociación de los proveedores	81
4. Idea, justificación y definición del proyecto.....	82
B. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	83
I. Estudio de mercado	83
a. Análisis de la demanda.....	83
II. Estudio técnico	89
a. Ingeniería del proyecto	89
1. Proceso productivo.....	89
2. Inversiones en equipo.....	89
3. Requerimientos de personal	89
4. Distribución de la instalación.....	89
5. Localización de la instalación	90
III. Estudio organizacional	90
a. Planeación.....	90
b. Organización.....	91
c. Aspecto legal	91
IV. Estudio económico	91
V. Estudio del impacto social	91
C. EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	92

1.	Evaluación cualitativa	92
a.	Ámbitos	92
i.	Ámbito organizacional	92
ii.	Ámbito espacial.....	92
iii.	Ámbito temporal	93
iv.	Ámbito de negociación	94
b.	Actores.....	95
c.	Enfoque.....	95
d.	VIABILIDAD DEL PROYECTO.....	97
2.	Evaluación cuantitativa	99
a.	Factibilidad	99
i.	Factibilidad de mercado	99
ii.	Factibilidad técnica	100
iii.	Factibilidad organizacional	100
iv.	Factibilidad social	101
v.	Factibilidad económica	101
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	102
	CAPÍTULO III. PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL OBSERVATORIO INFORMATIVO EMPRESARIAL EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.....	104
A.	Factibilidad de mercado	104
1.	Características y descripción del servicio	104
2.	Definición de observatorio de la realidad empresarial.....	105
B.	Factibilidad técnica	110
1.	Ingeniería del proyecto.....	110
a.	Proceso productivo.....	110
2.	Inversiones en maquinaria y equipo.....	111

a.	Depreciación de mobiliario y equipo	112
3.	Requerimientos de personal	116
4.	Localización de la instalación	117
a.	Instalaciones físicas.....	117
5.	Tamaño de la instalación.....	118
6.	Distribución de la instalación.....	118
C.	Factibilidad organizacional	120
1.	Organización y herramientas administrativas	120
a.	Organización	120
b.	Herramientas administrativas.....	120
D.	Factibilidad económica	130
1.	Inversión total.....	130
a.	Gastos en recursos tecnológicos y mobiliario y equipo	130
b.	Gastos de insumos para la puesta en marcha de la unidad académica.....	131
c.	Gastos de operación	131
d.	Fuentes de financiamientos	135
E.	Factibilidad social	136
F.	Plan de implementación para la creación de la unidad académica en donde funcionará el observatorio informativo de la realidad empresarial.....	139
1.	Planificación de actividades.....	139
a.	Objetivo.....	139
b.	Actividades de implementación de la unidad académica.....	139
c.	Programación de actividades.....	140
2.	Evaluación de la implementación	141
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	142

ANEXOS

Anexo 1: Recopilación de Leyes Universitarias.

Anexo 2: Cuestionario dirigido a los estudiantes de cuarto año, quinto año y egresados de la Escuela de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas.

Anexo 3: Cuestionario dirigido a los docentes de la Escuela de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas.

Anexo 4: Cuestionario dirigido a los administradores de la micro y pequeña empresa del municipio de San Salvador.

RESUMEN

El ser humano a través de los tiempos ha tenido la necesidad de implementar diferentes formas de comunicación, actualmente con los avances de la ciencia, la humanidad hace uso de tecnologías y utilizando el internet facilita el acceso a la información, las plataformas virtuales tienen un papel importante porque facilitan el manejo de la información en un sitio web.

Siguiendo la vanguardia de la tecnología la educación no se ha quedado atrás, utilizando los observatorios como una herramienta educativa para hacer innovación en la enseñanza-aprendizaje. Debido a que la Facultad de Ciencias Económicas no tiene un observatorio, surge la iniciativa de crearlo pero específicamente para la Escuela de Administración de Empresas, con el propósito de mantener informados a la población estudiantil y a la sociedad en general del acontecer empresarial.

Razón por la cual el objetivo de la presente investigación es sustentar mediante el método científico y el deductivo, un estudio de factibilidad para la creación del observatorio informativo de la realidad empresarial, en el que se desarrollaron los estudios de mercado, técnico, organizacional, económico y el impacto social que este generará en la sociedad en general. Para la recopilación de la información se emplearon la técnica de la encuesta, entrevista y la observación directa, así como también instrumentos como el cuestionario el cual fue dirigido a los docentes y estudiantes de cuarto año, quinto año y egresados de la Escuela de Administración de Empresas, administradores de la micro y pequeña empresa para conocer el diagnóstico de la situación actual y la demanda que el observatorio tendrá; además se utilizó la guía de entrevista y la lista de cotejo.

Con base a la investigación realizada se concluye que el proyecto tiene factibilidad de mercado, técnica, económica y de impacto social, razón por la cual se recomienda que la creación del observatorio informativo de la realidad empresarial se ponga en marcha.

INTRODUCCIÓN

El objetivo fundamental de esta investigación es el desarrollar un estudio de factibilidad para crear un observatorio informativo que permita conocer la realidad empresarial en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, mediante una indagación exhaustiva de las condiciones del mercado, técnicas, económicas, organizacional así como también el impacto social.

La presente investigación contiene tres capítulos los cuales se detallan a continuación:

En el capítulo I se presenta las generalidades de: la Universidad de El Salvador y de Facultad de Ciencias Económicas describiendo la historia, misión y visión; entre los aspectos desarrollados en las unidades académicas se encuentran su definición, pasos para constituirlos y sus funciones; además se define el sistema de información; en cuanto al observatorio se presenta su definición, funciones y su utilidad; dentro de los proyectos de inversión se explican la naturaleza, clasificación y el proceso de elaboración y finalmente se muestran los estudios de factibilidad describiendo cada uno de los elementos que lo integran sirviendo como base teórica para la investigación.

En el capítulo II se explica la importancia y los objetivos de la investigación de mercado, además se llevó a cabo la investigación de campo en la que se utilizó el método deductivo; la encuesta, la entrevista y la observación directa como técnicas para la recolección de información, así como también se apoyó del cuestionario como instrumento de la encuesta con el fin de conocer la opinión de los docentes y estudiantes de cuarto año, quinto año y egresados de la Escuela de Administración de Empresas, administradores de la micro y pequeña empresa sobre la creación de un observatorio informativo de la realidad empresarial. Se determinó el universo y la muestra. Además se realizó la formulación del proyecto en el que se desarrolló el estudio de pre-factibilidad, factibilidad y la evaluación del proyecto.

Mediante los resultados obtenidos se logró determinar que al ponerse en marcha el proyecto este tendría demanda ya que los sectores en estudio se apoyarían de la información ahí proporcionada.

En el capítulo III se presenta la propuesta sobre la creación del observatorio informativo de la realidad empresarial. Se desarrolla la factibilidad de mercado en la que se describen las características, diseño, herramientas y anuncios que tendrá la plataforma virtual del observatorio, se define el observatorio informativo de la realidad empresarial, también se incluye dentro de la propuesta la ubicación del enlace de la plataforma virtual, los pasos para acceder a ella y los contenidos que tendrá.

En la factibilidad técnica se describe el proceso productivo, los recursos tecnológicos, insumo, mobiliario y equipo; y recurso humano que se necesita para poner en marcha el proyecto así como también se presenta la ubicación de la instalación y la distribución que tendrá. En la factibilidad organizacional se propone un manual del perfil de puesto así como también se presenta la estructura organizativa de la unidad académica.

En la factibilidad económica se muestra la inversión inicial y el flujo de gastos para dar inicio con las operaciones de la unidad y finalmente en el impacto social se detalla los beneficios que el proyecto trae consigo a la sociedad en general.

Finalizando el documento se detallan las actividades para la puesta en marcha del proyecto y se presentan las fuentes bibliográficas que se consultaron para la elaboración del trabajo, así como también los respectivos anexos.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, UNIDADES ACADÉMICAS, LA INFORMACIÓN Y EL OBSERVATORIO.

I. GENERALIDADES INSTITUCIONALES

A. GENERALIDADES SOBRE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

1. Historia¹

La Universidad de El Salvador fue fundada del 16 de febrero de 1841. El decreto respectivo fue emitido por la Asamblea Constituyente, que recién se había instalado. Fue firmado por Juan José Guzmán, diputado presidencial, y los diputados secretarios Leocadio Romero y Manuel Barberena.

La orden de ejecución fue firmada por Juan Nepomuceno Fernández Lindo y Zelaya, quien gobernó el país en su carácter de jefe provisorio de Estado, del 7 de enero de 1841 al 1 de febrero de 1842.

La ejecución del decreto de fundación corrió a cargo del jefe de sección encargado del Ministerio de Relaciones y Gobernación, quien dispuso su impresión, publicación y circulación. La UES inició sus actividades hasta 1843, impartiendo matemáticas puras, lógica, moral, metafísica y física general. En 1880 se subdividió en facultades, algunas de las cuales desaparecieron tiempo después, mientras que otras nuevas fueron creadas.

¹ Universidad de El Salvador. [En Línea]. Recuperado en: www.ues.edu.sv/descargas/el_universitario>Consultado el 23 de agosto de 2015.

Es el primero y más grande centro de estudios superiores de la República de El Salvador. También es la única universidad pública del país. Ciudad Universitaria, su campus central, está ubicado en la ciudad de San Salvador; también cuenta con sedes en las ciudades de Santa Ana, San Miguel y San Vicente. Ha desempeñado un papel fundamental en el desarrollo de la sociedad salvadoreña sobre los ámbitos educativo, social, económico y político. Algunos de los principales personajes de la historia de El Salvador se han formado en esta universidad.

2. Misión y Visión²

Misión

Institución en nuestro país eminentemente académica, rectora de la educación superior, formadora de profesionales con alore éticos firmes, garante del desarrollo, de la ciencia, el arte, la cultura y el deporte. Crítica de la realidad, con capacidad de proponer soluciones a los problemas nacionales a través de la investigación filosófica, científica artística y tecnológica; de carácter universal.

Visión

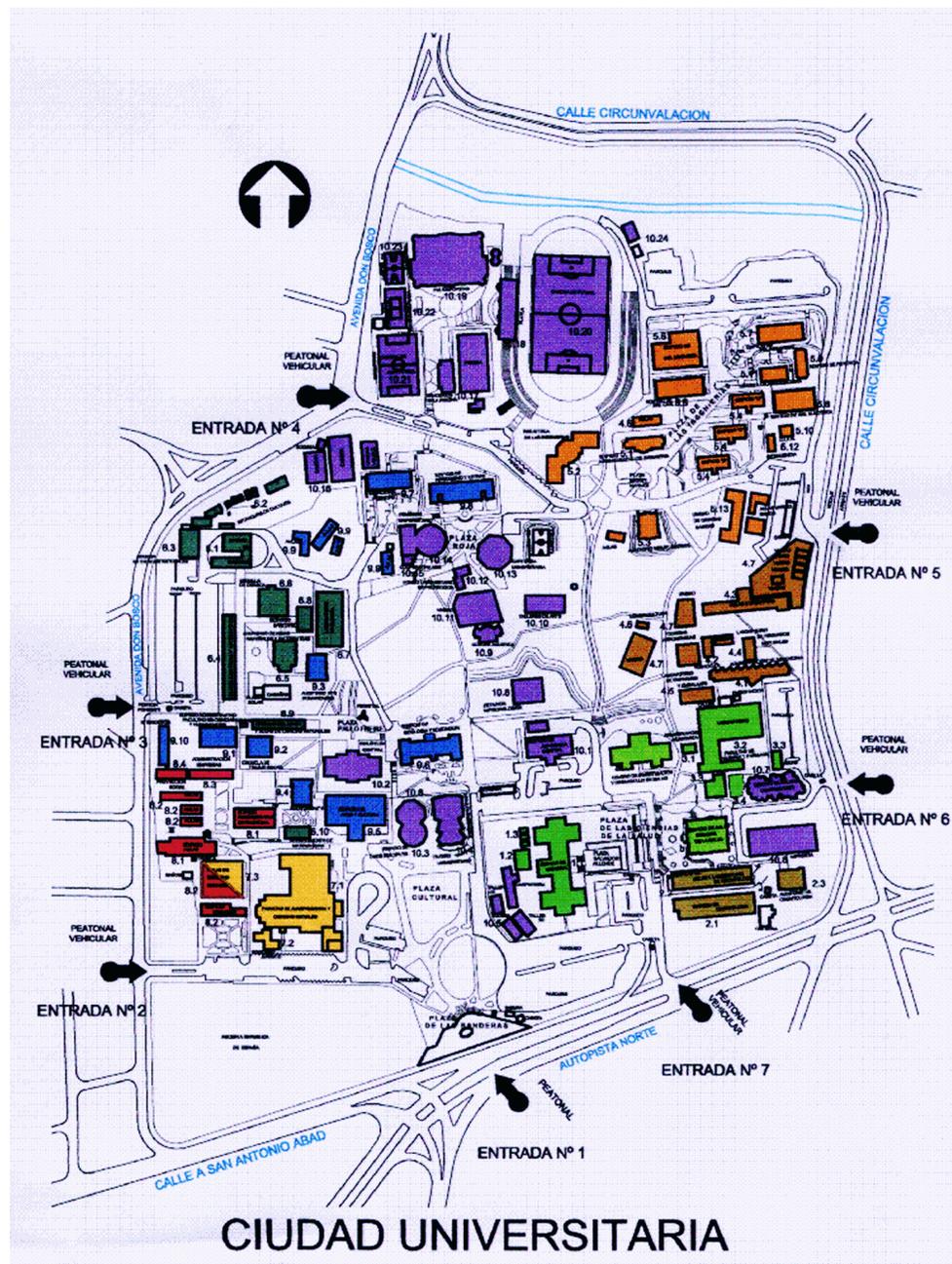
Ser una universidad transformadora de la educación superior y desempeñar un papel protagónico relevante, en la transformación de la conciencia crítica y prepositiva de la sociedad salvadoreña, con liderazgo en la innovación educativa y excelencia académica, a través de la integración de las funciones básicas de la universidad: la docencia, la investigación y la proyección social.

² Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de El Salvador. [En Línea]. Recuperado en: <http://www.fce.ues.edu.sv/index.php/escuelas/universidad>.> Consultado el 23 de agosto de 2015.

3. Ubicación

La Universidad de El Salvador se encuentra ubicada en la Autopista Norte y Final 25° Avenida Norte, Ciudad Universitaria, San Salvador.

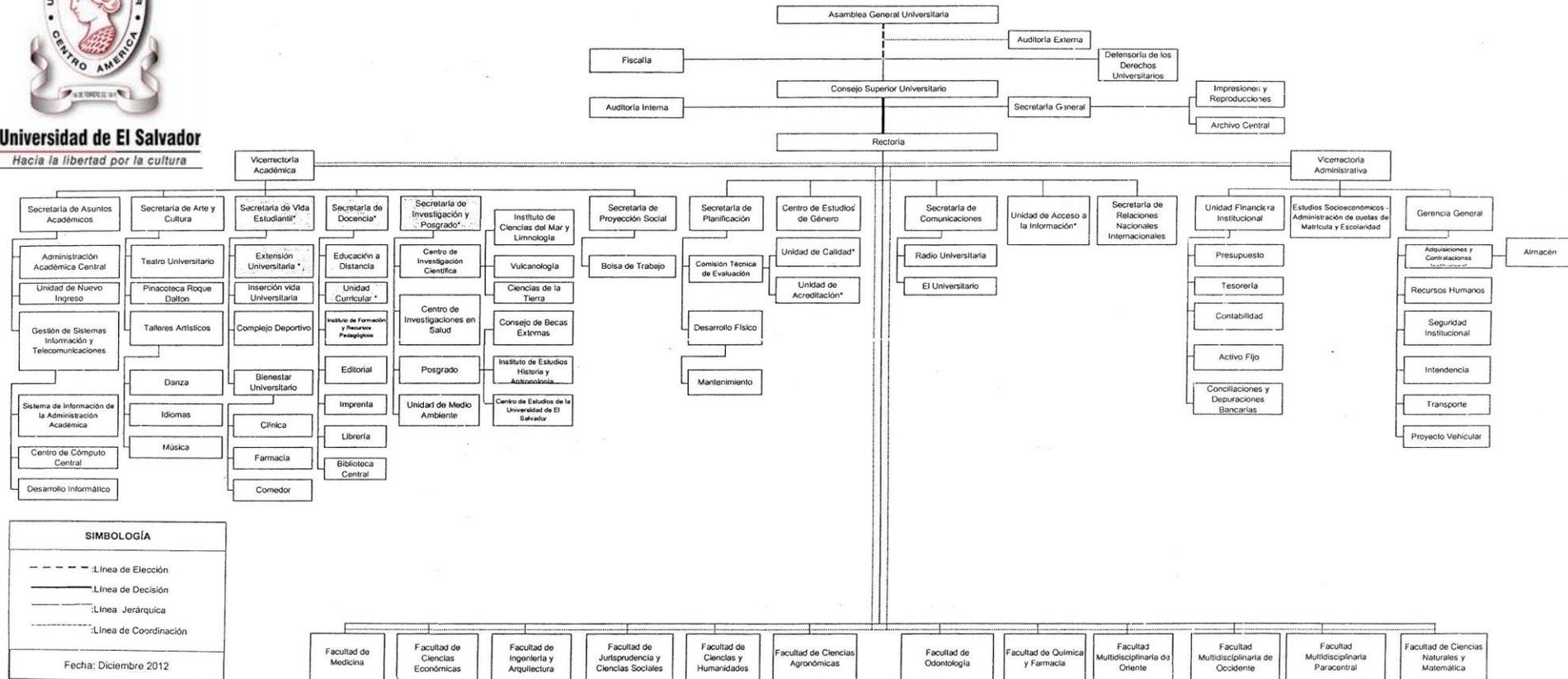
Imagen N° 1: Croquis de la Universidad de El Salvador



4. Estructura organizativa de la Universidad de El Salvador



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL



Elaborado por : Secretaría de Planificación

Unidades Proyectadas

Fecha: Diciembre de 2012

Elaborado por Secretaria de planificación UES

B. GENERALIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

1. Fundación de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador³

La iniciativa de la fundación de la Facultad de Economía y Finanzas (actualmente Facultad de Ciencias Económicas) nació el 7 de febrero de 1946.

En efecto, Antonio Ramos Castillo y Gabriel Piloña Araujo, Presidente y Secretario, respectivamente, de la Corporación de Contadores de El Salvador, dirigieron un oficio al Dr. Carlos A. Llerena, exponiéndole que la corporación consideraba de necesidad establecer en el país, estudios de Economía y Finanzas, por lo cual solicitaba que el Consejo Superior Directivo de la Universidad, creara la Facultad del mismo nombre (Economía y Finanzas).

La Corporación de Contadores de El Salvador, considerando que el presupuesto de la Universidad carecía de fondos, para la creación y sostenimiento de la Facultad en proyecto, ofreció al Consejo Universitario su ayuda económica en forma de donativos mensuales, a fin de financiar, en parte siquiera, los gastos de mantenimiento en el año de 1946.

La resolución de fundación de la Facultad de Economía y Finanzas fue acordada por unanimidad de votos.

Para afrontar el problema financiero de la nueva Facultad, aportaron su ayuda las siguientes personas: C.K. Vilanova e Hijos, H. de Sola e Hijos, Regalado Hermanos,

³ Universidad de El Salvador [en línea]. Recuperado en [http://www.ues.edu.sv/descargas/El Universitario PDF/Eluniversitario17.pdf](http://www.ues.edu.sv/descargas/El%20Universitario%20PDF/Eluniversitario17.pdf).> consultado el 23 de agosto de 2015

Sucursal Miguel Dueñas, René Keilhaüer, Benjamín Bloom, Familia Meza Ayau, Safié Hermanos, Mario Henríquez, Andrés Molins, Santiago Letona, Jorge Meléndez, Goldtree Liebes y Cía. y Ricardo A. Kriete. El total donado por las personas mencionadas, ascendió a la suma de 12,000 colones.

Además, la Corporación de Contadores de El Salvador, dio 500 colones, mensuales hasta cubrir la suma de 2,500 colones y una máquina de escribir.

La inscripción de la matrícula finalizó el 14 de mayo 1946 y las clases comenzaron el día siguiente. De los 181 aspirantes a ingresar a la Facultad, sólo 78 obtuvieron matrícula definitiva en el Primer Curso. El primer año escolar terminó el 14 de diciembre de 1946 y el período de exámenes estuvo comprendido entre el 15 de enero y el 15 de febrero de 1947.

Se puede determinar que la Facultad ha tenido 5 etapas:

Primera: “de 1946 hasta 1955 en que prácticamente era una dependencia y ampliación de la Facultad de Derecho.

Segunda: de 1955 a 1959 hay independencia de la estructura anterior; no obstante, ciertos lineamientos de los Contadores Públicos se denotan en sus actuaciones.

Tercera: de 1959 a 1962 que es una etapa de transición para su futuro desarrollo, esto se marca por la fundación de la Escuela de Administración de Empresas y el desarrollo de la Biblioteca y mayor actividad al Instituto de Investigaciones Económicas.

Cuarta: de 1962 hasta la fecha en que se estructura un nuevo plan más acorde con una elevación del nivel técnico de la especialización de la Economía, este punto de despegue

continúa en sentido ascendente hasta la actualidad en que se espera que el desarrollo, fruto de la acumulación de factores positivos, sea aún mayor”.⁴

Quinta: en 1986, la Facultad de Ciencias Económicas perdió su edificio de aulas y su principal edificio administrativo y de dirección. Se utilizaron aulas provisionales por más de diez años, se construye el primer edificio formal de dos niveles hoy llamado Carlos Rodas.

Luego en 2002, se reconstruye la UES y la Facultad de Ciencias Económicas logra desarrollar un edificio de tres niveles en el cual comparte aulas con la Facultad de Jurisprudencia, llamado Edificio Compartido, también logró reacomodar el edificio administrativo.

Más tarde inicia la construcción del segundo edificio de dos niveles, llamado Felipe Peña Mendoza.

En 2009-2014, las últimas gestiones en materia de desarrollo físico permiten a la Facultad de Ciencias Económicas construir el edificio de usos múltiples, nominado Dr. Rafael Menjívar, cuenta con dieciocho aulas con capacidad de sesenta alumnos cada una, cuenta con un auditorium para doscientas personas y dos laboratorios de informática donde se podrán atender a noventa estudiantes en ambos laboratorios.

Desde hace varios años, la dirección de la Facultad viene desarrollando inversiones en equipo informático, con el objeto de aprovechar los recursos en tecnología de información y comunicaciones para innovar y facilitar los procesos de aprendizaje, de esta forma el nuevo edificio cuenta con equipo de computadoras, cañones interactivos, internet y red wifi, a disposición de docentes y alumnos; estos recursos amplían las posibilidades metodológicas para el desarrollo de los procesos formativos, con lo cual es posible incrementar sustancialmente la calidad de formación.

⁴ Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de El Salvador [en línea] Recuperado en: <http://www.fce.ues.edu.sv/index.php/escuelas/universidad>.> Consultado el 23 de agosto de 2015.

Actualmente se está construyendo un nuevo edificio el cual será Edificio de Dirección.

2. Misión y Visión⁵

Misión

La Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, es una institución pública, formadora de profesionales en las ciencias económicas, dotados de conocimientos, habilidades, destrezas, y capacidades, científicas y técnicas; con una sólida formación humana, actitud creativa, innovadora y solidaria; capaz de contribuir al desarrollo económico-social equitativo y sustentable de El Salvador.

Visión

Ser líder en la formación de profesionales en Ciencias Económicas, capaces y comprometidos con el desarrollo económico-social equitativo y sustentable de El Salvador.

3. Actualidad y oferta académica

La Facultad de Ciencias Económicas es una institución formadora de profesionales en las ciencias económicas, desarrollando en ellos amplios conocimientos, habilidades, destrezas y capacidades científicas y técnicas, conciencia crítica de la realidad empresarial, con una sólida formación humana, capaz de proponer medidas de solución mediante la investigación y la innovación académica.

Actualmente (2016) la Facultad cuenta con Licenciatura en Administración de Empresas, Licenciatura en Contaduría Pública, Licenciatura en Mercadeo Internacional

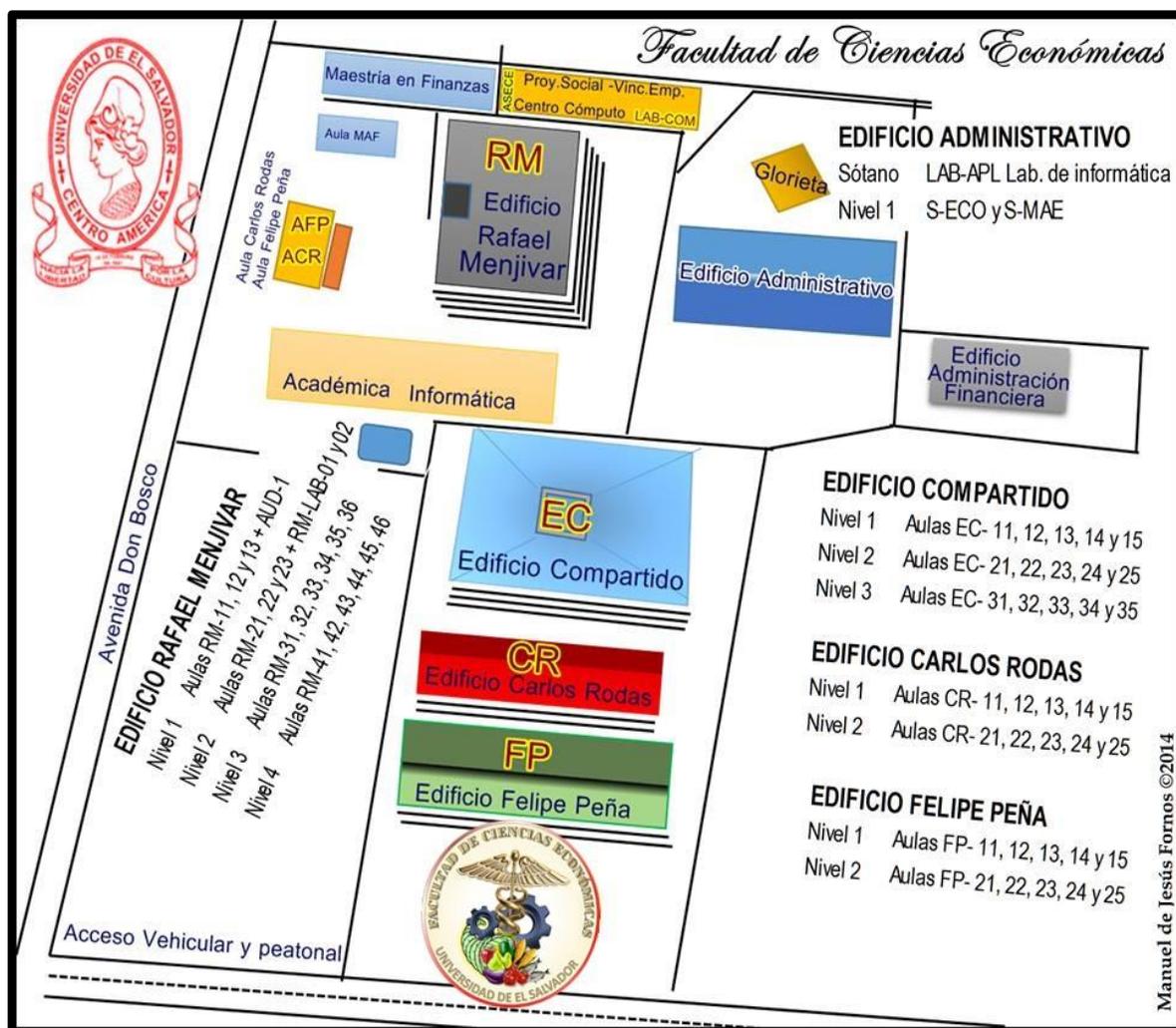
⁵ Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de El Salvador. [En Línea]. Recuperado en: <http://www.fce.ues.edu.sv/index.php/escuelas/universidad>.> Consultado el 23 de agosto de 2015.

y Licenciatura en Economía, tienen un plan de estudio con una duración de cinco años. Además pone a disposición de los profesionales maestrías en Administración Financiera, Consultoría Empresarial y Economía para el Desarrollo.

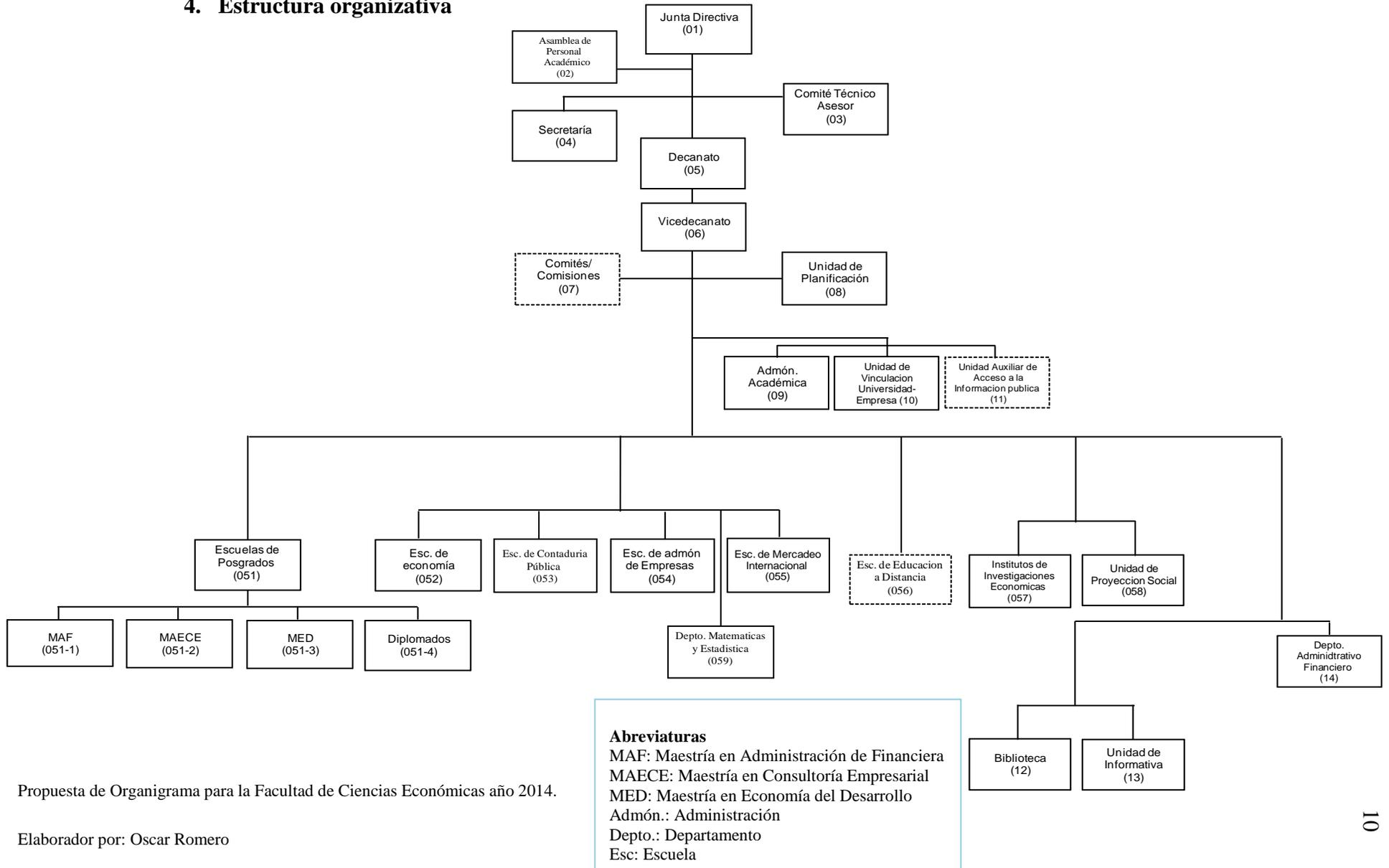
Cuenta con docentes altamente capacitados en la investigación científica, críticos, autodidactas, innovadores en la educación enseñanza-aprendizaje y con altos valores éticos.

Además posee nuevos y amplios edificios los cuales tienen equipo informático.

Ubicación



4. Estructura organizativa



Abreviaturas

MAF: Maestría en Administración de Financiera

MAECE: Maestría en Consultoría Empresarial

MED: Maestría en Economía del Desarrollo

Admón.: Administración

Depto.: Departamento

Esc: Escuela

Propuesta de Organigrama para la Facultad de Ciencias Económicas año 2014.

Elaborador por: Oscar Romero

C. GENERALIDADES SOBRE LAS UNIDADES ACADÉMICAS

1. Definición de Unidad Académica

Las Unidades Académicas son las estructuras fundamentales por medio de las cuales la Universidad realiza sus funciones de docencia, investigación y proyección social. Su adecuado reglamento garantiza el cumplimiento de las funciones de la Universidad.⁶

2. Pasos para crear una Unidad Académica

Las autoridades que intervienen en el proceso para crear una unidad académica son las siguientes:

✓ Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas

Según el Artículo 9 del Reglamento de la Facultad de Ciencias Económicas, establece: La Junta Directiva será la autoridad máxima de la Facultad.

✓ Consejo Superior Universitario

Es el máximo organismo en las funciones administrativas, docente, técnica y disciplinaria de la Universidad; al efecto, dictará las resoluciones pertinentes para el cumplimiento de las disposiciones de esta ley y los reglamentos universitarios correspondientes.⁷

Comisión de Administración Financiera: Según el reglamento del Consejo Superior Universitario en el Artículo 8, inciso 3, establece: tendrá con principal atribución

⁶ Definición de unidad académica [En Línea]. Recuperado en: www.javerianacali.edu.co/documentos/reglamento_unidad. >Consultado el: 25 de agosto de 2015.

⁷ Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador, Asamblea General Universitaria, Decreto Legislativo 597. (Publicada en Diario Oficial el Año 2012).

emitir dictámenes administrativos y financieros en materias que son competencias del Consejo Superior Universitario y que sean remitidos por este. Esta comisión será coordinada por el vicerrector administrativo.

✓ **Asamblea General Universitaria (AGU)**

La Asamblea General Universitaria (AGU) es el máximo organismo normativo y elector de la Universidad; es, además, el órgano supremo para la interpretación de sus fines y la conservación de sus instituciones, todo dentro del marco de las atribuciones que la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador determina (artículo 16, Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador).

Comisión de Legislación: El trabajo de la comisión se fundamenta en la revisión y el análisis de los documentos, con la consecuente propuesta al pleno de la Asamblea la ratificación o no de los convenios, contribuyendo con esto al desarrollo de la Universidad de El Salvador.⁸

Cuadro N°1: Pasos para crear una unidad académica

Pasos a seguir para crear una Unidad Académica

1	Proyecto
2	Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas
3	Consejo Superior Universitario
4	Comisión Administrativa Financiera
5	Consejo Superior Universitario
6	Asamblea General Universitaria
7	Comisión de Legislación
8	Dictamen
9	Fin

Elaborado por el equipo investigador

⁸Asamblea General Universitaria [En Línea]. Recuperado en: www.agu.edu.sv/ Boletín informativo No 01-2013-2015.8P. Consultado: 30 de noviembre de 2015.

A continuación se dará una breve explicación de los pasos a seguir para la creación de una unidad académica y de acuerdo a la tabla anterior se procede de la siguiente manera:

1. La creación de una unidad académica se realiza según la necesidad que tenga la Facultad, para ello se debe de llevar a cabo un estudio de factibilidad.
2. Se presenta el proyecto a la Junta Directiva de la Facultad la cual procede de la siguiente manera:
 - ⇒ Si el proyecto es rechazado lo revisan o lo postergan.
 - ⇒ Si la Junta acepta el proyecto se lo transfieren al Consejo Superior Universitario.
3. El Consejo Superior Universitario recibe la propuesta del proyecto y lo transfiere a la Comisión de Administración Financiera, esta emite el dictamen y si es favorable lo transfieren nuevamente al Consejo Superior Universitario en donde se le da la aprobación.
4. La Asamblea General Universitaria recibe el proyecto ya aprobado por el Consejo Superior Universitario y lo transfiere a la Comisión de Legislación que se encarga de revisar y analizar el documento para hacer el dictamen, si es favorable se ratifica y si el dictamen es desfavorable regresa al Consejo Superior Universitario.

3. ¿Cómo funciona una Unidad Académica?

Facultades

- ✓ Constituyen una Facultad las siguientes Unidades Académicas: Escuelas, Departamentos, Institutos y otras unidades académicas.

- ✓ Las Facultades integran, interrelacionan y evalúan permanentemente las actividades académicas, del Medio Universitario y administrativas, que realizan los Profesores, Estudiantes y Personal Administrativo, con el soporte de las demás dependencias de la Universidad, según la organización y las funciones señaladas al respecto en los Reglamentos de la Universidad.
- ✓ Las Facultades deben constituirse en espacios que propicien la creación de los enfoques y las modalidades de trabajo interdisciplinario más apropiadas a la naturaleza y problemáticas de las ciencias, disciplinas, artes, saberes tecnológicos y profesiones que les correspondan.

Escuelas

- ✓ La función esencial de las Escuelas es el desarrollar o impartir al menos una disciplina o carrera.
- ✓ Las Escuelas son las Unidades Académicas responsables del desarrollo de una actividad académica que culminan con un Título, o Certificado de Especialización.
- ✓ Las Escuelas propician la participación en el quehacer económico social y político nacional, a través de la investigación-docencia con el apoyo académico requerido por otras Facultades.

Departamentos

- ✓ Los Departamentos corresponden a un área del conocimiento con el suficiente desarrollo y madurez para que se les reconozca inequívocamente una identidad científica, tecnológica, humanística.
- ✓ Corresponde al Departamento garantizar la calidad académica de todas las actividades de investigación, docencia y servicio que se desarrollen en la Universidad en su respectiva área del conocimiento.

- ✓ Los Departamentos deben procurar que en el desarrollo de sus actividades de investigación, docencia y servicio se propicia en distintas formas de interdisciplinariedad en la Universidad.

Institutos

- ✓ Los Institutos son las Unidades Académicas responsables de la investigación y la consulta de una problemática, tiene una clara relevancia social y científica, y demanda una especial dedicación investigativa interdisciplinaria. La permanencia de un Instituto dependerá de la vigencia de su problemática para la Universidad.
- ✓ Los Institutos deben originarse en una capacidad académica, previamente desarrollada en la Universidad y expresada en la existencia de proyectos de investigación o consultoría que no pueden ser atendidos en la actividad ordinaria.
- ✓ Solamente podrán ofrecer educación continua y servicios docentes, directamente relacionados con sus proyectos de investigación y consultoría, y que por su carácter especial no puedan ser atendidos por las escuelas o departamentos de la Universidad.

Postgrados

- ✓ Los Postgrados son las Unidades Académicas responsables del desarrollo de un Programa Académico conducente a un título universitario de Especialización, Maestría o Doctorado.
- ✓ Los Postgrados, de acuerdo con la naturaleza propia de cada programa, formarán a sus Estudiantes como investigadores, como profesionales capaces de utilizar los resultados de la investigación en los campos de su competencia, y los preparará para las exigencias del trabajo en equipos multiprofesionales y multidisciplinarios, dedicados a la solución de problemas complejos.

4. Constitución legal de las Unidades Académicas en la Universidad de El Salvador

a. La Constitución, Decreto Ejecutivo de la República de El Salvador

Art. 61. La educación superior se regirá por una ley especial. La universidad de El Salvador y las demás del Estado gozarán de autonomía en los aspectos docentes, administrativos y económicos. Deberán prestar un servicio social, respetando la libertad de cátedra. Se regirá por estatutos enmarcados dentro de dicha ley, la cual sentarán los principios generales para su organización y funcionamiento.

Inciso II, la ley especial regulará también la creación y funcionamiento de universidades privadas, respetando la libertad de cátedra. Estas universidades prestarán un servicio social y no perseguirán fines de lucro. La misma ley regulará la creación y el funcionamiento de los institutos tecnológicos oficiales y privados.

El Estado velará por el funcionamiento democrático de las instituciones de educación superior y por su adecuado nivel académico.

b. Ley de Educación Superior

Art. 1. La presente Ley tiene por objeto regular de manera especial la educación superior, así como la creación y funcionamiento de las instituciones estatales y privadas que la impartan.

Art. 2. Son objetivos de la Educación Superior:

- a. Formar profesionales competentes con fuerte vocación de servicio y sólidos principios éticos;
- b. Promover la investigación en todas sus formas;

- c. Prestar un servicio social a la comunidad; y,
- d. Cooperar en la conservación, difusión y enriquecimiento del legado cultural en su dimensión nacional y universal

Art. 3.- La educación superior integra tres funciones: La docencia, la investigación científica y la proyección social. **La docencia** busca enseñar a aprender, orientar la adquisición de conocimientos, cultivar valores y desarrollar en los estudiantes habilidades para la investigación e interpretación, para su formación integral como profesionales.

La investigación es la búsqueda sistemática y análisis de nuevos conocimientos para enriquecer la realidad científica, social y ambiental, así como para enfrentar los efectos adversos del cambio climático.

La proyección social es la interacción entre el quehacer académico con la realidad natural, social, ambiental y cultural del país.

Art. 4.- La educación superior es todo esfuerzo sistemático de formación posterior a la enseñanza media y comprende: La Educación Tecnológica y la Educación Universitaria.

La Universidad de El Salvador establecerá las Facultades, Escuelas, Departamentos, Institutos y Centros de Extensión Universitaria, formando una sola entidad, de acuerdo con las necesidades de la educación y de los recursos que disponga cada unidad académica

Cuadro N° 2: Reglamento General de la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador y la Facultad de Ciencias Económicas sobre las unidades académicas

UNIDADES ACADÉMICAS	REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY ORGÁNICA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR	REGLAMENTO GENERAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTADES	<p>Art. 49. - Las Facultades constituyen unidades académicas que agrupan y coordinan áreas afines de desarrollo y podrán estar integradas por Institutos, Escuelas, Departamentos u otra estructura que obedezca a las necesidades propias de la especialidad, la cual estará regulada en el Reglamento General de la Facultad respectiva.</p>	<p>Art. 4. - La Facultad es una unidad académica constituida de la Universidad de El Salvador, que goza de autonomía administrativa, técnica y financiera.</p>
ESCUELAS	<p>Art. 50. - Las Escuelas son unidades académicas que integran una Facultad y a las que les corresponde la planeación, ejecución y evaluación de la Docencia, Investigación y Proyección Social.</p>	<p>Art. 17. - Las Escuelas son unidades académicas de docencia, investigación, y proyección social que desarrollan o imparten al menos una disciplina o carrera.</p>

DEPARTAMENTOS	Art. 51. - inciso 2, Los Departamentos son unidades académicas que no administran carreras, sino que se encargan de planear y ejecutar programas de enseñanza de disciplinas o grupo de disciplinas afines y estarán regulados por el Reglamento General de cada Facultad, en el que también se establecerá la organización de Escuelas, Departamentos y Secciones, según sean las necesidades de la Facultad.	Art. 24. - Para el cumplimiento de los objetivos, la organización y funcionamiento de la Facultad, existirán Departamentos Académicos.
INSTITUTOS	Art. 55. - Los Institutos son unidades académicas dedicadas a la investigación, capacitación y actividades de difusión; en una o varias disciplinas científicas, culturales, artísticas o tecnológicas y de problemas de interés nacional y/o centroamericano.	Artículo 27. - Para el desarrollo de la investigación científica y tecnológica en la Facultad.

Cuadro elaborado por el equipo investigador

VER ANEXO 1

5. Unidades Académicas que funcionan actualmente en la Facultad de Ciencias Económicas

Según el Reglamento de la Facultad de Ciencias Económicas, en el capítulo cuatro, sección primera, artículo veinte, reconoce la existencia de las siguientes Escuelas:

Cuadro N° 3: Unidades académicas de la Facultad de Ciencias Económicas

<u>FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS</u>	
Escuelas	Departamentos
Escuela de Economía	Matemática
Escuela de Administración de Empresas	Informática y Estadística
Escuela de Contaduría Pública	
Escuela de Mercadeo Internacional	
Escuela de Postgrados	

Cuadro elaborado por el equipo investigador con base al reglamento de la Facultad de Ciencias Económicas.

En la sección segunda, del artículo veinticinco, establece que, con la finalidad de prestar servicios a las Escuelas de la Facultad cuenta con los Departamentos de Matemática, Informática y Estadística.

D. GENERALIDADES DE LA INFORMACIÓN Y DEL OBSERVATORIO

1. Generalidades de la información

Ante la necesidad del ser humano de comunicarse; a través del tiempo a inventando diferentes formas para transmitir los mensajes y registrarlos para una comunicación posterior, y es ahí donde se busca un medio para perpetuar datos importantes.

“En los siglos V hasta el siglo XV (401 hasta 1500) de la edad media, se tenía un acceso y uso limitado de información, pues solo se realizaba en la biblioteca de los monasterios en forma manual. En los siglos XVI hasta el siglo XVII (1501 hasta 1800) de la edad moderna, con el nacimiento de la imprenta, también los libros comienzan a fabricarse en serie. Y surgen los primeros periódicos. Durante el siglo veinte (1901 hasta el 2000) se inicia la primera retransmisión de televisión lo cual afectó al manejo y tratamiento de la información con gran impacto en los métodos de comunicación social. Con la llegada de la revolución de las tecnologías, la información y la comunicación, se industrializa el procesamiento de la información y nace así la Ciencia de la Computación. La humanidad entra en la Era Digital usando el transistor y la numeración binaria para simbolizar, transmitir y compartir la información. En este mismo siglo también se descubren los principios de los códigos de ADN, que forman un sistema de información. En la década de 1960, nace la Internet cuando se establece la primera conexión de computadoras, con el objetivo inicial de facilitar una red de comunicaciones, su expansión popular facilita el conocimiento transformando radicalmente las relaciones económicas, sociales y culturales en un mundo más interdependiente.

Actualmente, en un corto período de tiempo, el mundo desarrollado se ha propuesto lograr la globalización del acceso a los enormes volúmenes de información existentes en medios cada vez más complejos, con capacidades exponencialmente crecientes de almacenamiento y en soportes cada vez más reducidos. A pesar de ello todavía existen

muchas fuentes de información en formato no digital o inaccesible digitalmente por diversas causas. El incremento de redes de transmisión de datos e información, de bases de datos con acceso en línea, ubicadas en cualquier lugar, localizables mediante Internet, permiten el hallazgo de otras redes y centros de información de diferentes tipos en cualquier momento desde cualquier lugar, dando como resultado datos gestionados a través de aplicaciones informáticas donde los datos son procesados y transformados en información”⁹.

a. ¿Qué es sistema de información?

Un Sistema de Información, así como la información se puede implementar de maneras diferentes en el mundo real, se puede considerar entonces que la información es la materia prima de todo sistema de información.

Definición:

La información: es conocimiento transferible, recopilable y procesable que se representa mediante datos almacenados en un soporte (Medio de difusión capaz de transmitir en conocimiento del público un mensaje)¹⁰

Un sistema de Información: reúne, almacena, procesa y distribuye conjunto de información que lleva desde tener el dato hasta convertirse en conocimiento.¹¹

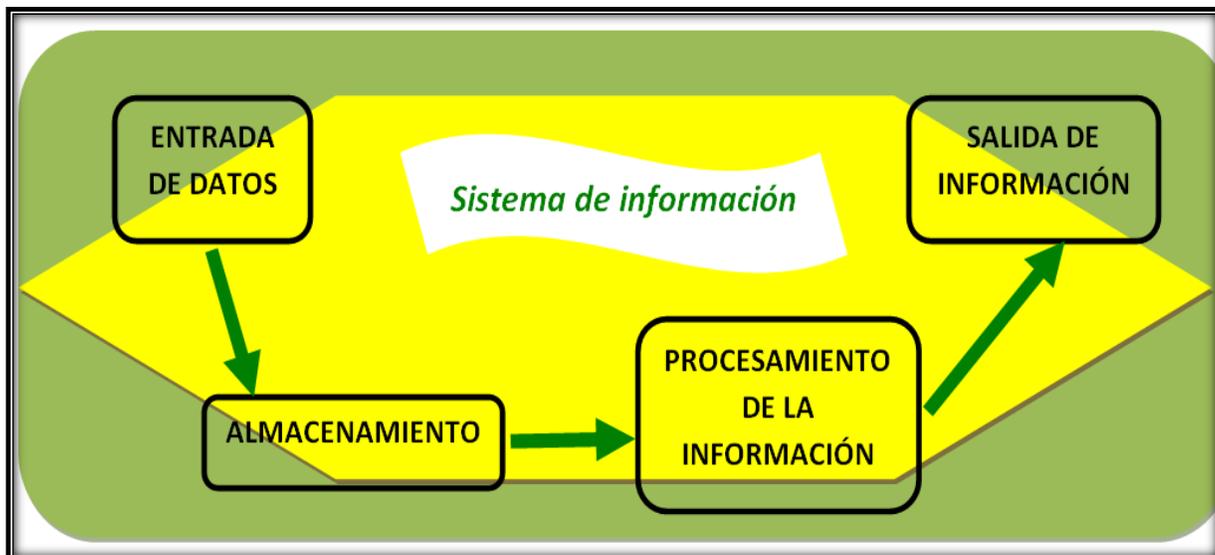
Es necesario agrupar todas las actividades en un mismo sistema de información, para ello se detallan las cuatro actividades básicas:

⁹Generalidades de la información [en línea]. Recuperado en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Información>.>Consultado el: 24 de noviembre de 2015.

¹⁰ Pastor i Collado Joan Antoni, 2002, Concepto de Sistema de Información en la Organización, 5ª Edición, 8p [en línea]. >Consultado el: 26 de noviembre de 2015.

¹¹ IBID, p. 7.

Imagen N° 2: Sistema de información



1. **Entrada de datos:** Proceso en el cual, el sistema toma los datos que requiere para procesar la información, esta toma de datos puede ser por sistema manual, mecanizado, o electrónico, utilizando hardware y software informático variado.
2. **Almacenamiento:** Es una de las actividades más indispensable en un sistema de información útil, es a través del almacenamiento que el sistema puede recordar la información guardada en la sesión o proceso anterior.
3. **Procesamiento de la Información:** Permite la transformación de los datos fuente en información que puede ser utilizada para la toma de decisiones.
4. **Salida de Información:** Es la capacidad de un sistema de información para sacar la información procesada o bien datos de entrada al exterior. Estas salidas pueden variar en forma, ya que depende de las condiciones de la información y su uso posterior; puede ser a nivel visual, escrito, por medio de sonidos, o cualquier forma que resulte útil al conocimiento.

Un sistema de información es un proceso complejo, largo y muy bien pensado, al que se le debe dedicar tiempo y esfuerzo.

b. Información y conocimiento

Como ya se mencionó anteriormente la información es conocimiento del cual el ser humano necesita conocer, por esto resulta de un enorme interés entender cómo se forman o adquieren conocimientos a partir de las realidades existentes, entonces se define que es conocimiento: El conocimiento es un conjunto de información almacenada mediante la experiencia en el sentido más amplio del término, se trata de la posesión de múltiples datos interrelacionados que al ser tomados por sí solos, poseen un menor valor cualitativo es decir tomando como base la forma en que las personas controlamos los procesos cognitivos. A través de la historia el conocimiento se ha convertido en uno de los temas fundamentales de riqueza y progreso, considerando que sin conocimiento ninguna lucha o proyecto puede resultar victorioso, dado que el conocimiento constituye un aspecto tan esencial para el desarrollo, es importante invertir en recursos y esfuerzos para que el conocimiento se pueda crear, tener, conservar, divulgar y enriquecer más cada día.

c. La información como base para el observatorio

La información junto a los procesos de almacenamiento y consulta constituyen la parte importante de un observatorio. De manera más amplia puede decirse, que cualquiera que sea la naturaleza de un proyecto, este no vive sino se tiene la información debidamente, organizada, originada y actualizada a partir de datos que se generan en el entorno. Por otra parte, la información debe tener una serie de características implícitas para que se puedan utilizar, debe ser fidedigna y estar a tiempo. Asumiendo que estos requisitos se cumplen se pasa a la etapa de la razón en donde se pueda transformar esa información en conocimiento y es en ese momento donde culmina el ciclo de funciones del observatorio, es decir, a partir de datos se genera información y esta a su vez se transforma en conocimiento.

2. Generalidades del observatorio

Comúnmente las personas, cuando escuchan la palabra observatorio, lo asocian con la ciencia de la astronomía, y esto es comprensible, por una parte, porque el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, lo traduce como derivado de observar o como lugar o posición para hacer observaciones y por otro lado, los observatorios astronómicos fueron los primeros en existir, sin embargo, y tomando como base la definición que nos da la Real Academia de la Lengua Española, un observatorio de manera muy generalizada, es cualquier medio que permita observar algo, tal cual se usa en la práctica cotidiana un observatorio que solo muestra “algo”, termina siendo obsoleto en poco tiempo.

Actualmente existen Observatorios de Medios, donde identifica, analiza y estudia temas de interés de la realidad. Se Considera como objeto de trabajo los procesos básicos de generación, emisión, circulación y recepción de información a través de los medios de comunicación. Usualmente, un observatorio de medios busca la relación entre los contenidos producidos y presentados, y la función informativa de dichos contenidos.

Los observatorios no deben considerarse nunca como una herramienta informática (computadoras), sino como una herramienta de consulta y análisis de la información, donde la informática es solo un apoyo que se convierte en una herramienta que permite manipular los datos ahí concentrados.

Con la llegada del internet se desarrollan las plataformas virtuales, las cuales son software (conjunto de programas que permiten ejecutar diferentes tareas en una computadora) diseñados para facilitar el manejo de la información en un sitio web (espacio virtual en internet, y está conformado por un conjunto de páginas web desde un mismo dominio w.w.w (Word Wide Web)).

Por lo tanto los observatorios se apoyan de las plataformas virtuales para volver accesible el manejo de la información.

a. ¿Qué es un observatorio?

Un observatorio es una institución (Organismo público o privado que ha sido fundado para desempeñar una determinada labor cultural, científica, política o social), desde la cual se investigan y registran objetos, eventos y situaciones de carácter natural o social. En las últimas décadas han surgido múltiples instituciones dedicadas a diversas áreas sociales que han adoptado el nombre de observatorios. Un Observatorio es un sistema permanente y actualizado que integra información parcialmente dispersa, de un tema en particular.

b. ¿Para qué sirve?

La principal utilidad del observatorio es para la toma de decisiones, ya que proporciona información confiable y transparente sobre cualquier tema en particular, facilitando así el acceso a la información la cual se encuentra en constante cambio, proporcionando un gran beneficio a quienes consultan el observatorio.

c. Funciones del observatorio

1. Investigar; es hacer indagaciones en la cual se lleva a cabo estudios exhaustivos sobre el tema de interés.
2. Documentar; se trata de aquella actividad que se ocupa de reunir y analizar los documentos, almacenando la información que contienen para poder recuperarla y difundirla para ponerla al alcance rápida y eficazmente a quienes puedan utilizarla.¹²

¹² Definición de documentar [En línea]. Recuperado en: <http://html.rincondelvago.com/documentacion-informativa.html>.>Consultado el 20 de septiembre de 2015.

3. Sistematizar; es el proceso mediante el cual se organiza la información a través de una serie de elementos, pasos, etapas, etc., con el fin de generar conocimiento.
4. Analizar; es conocer, comprender más profundamente un tema de interés.
5. Transferir conocimientos; proceso colaborativo que permite transmitir a un tercero el conocimiento generado.

E. GENERALIDADES DE LOS ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD

1. PROYECTOS DE INVERSIÓN

a. Definición de proyectos

Un proyecto de inversión, es el proceso mediante el cual se elabora una propuesta, y si, se le asigna un determinado monto y los insumos necesarios podrá producir un bien o servicio útil para la sociedad.

“No son ni más ni menos que la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana”¹³. Los proyectos son “el proceso mediante el cual se elaboran propuestas para la adquisición de activos no corrientes en concordancia con los planes estratégicos, que será sometida a una rigurosa evaluación, junto a otras alternativas, para asignar los recursos necesarios para su ejecución a la alternativa que garantice la mayor rentabilidad e incremento de valor de la entidad, como parte integral del presupuesto de inversiones a Largo Plazo”¹⁴

¹³ Sapag Chain, N. 2011. Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos. 2a. Ed. Naucalpan de Juárez, Edo. de México: McGraw Hill Interamericana de México. 388p.

¹⁴ Fornos Gómez, Manuel de Jesús. 2014. Administración Financiera II. 2a. Ed. San Salvador, El Salvador.: Ediciones Contables, 252 p.

b. Naturaleza de los proyectos de inversión¹⁵

1. Proyecto de inversión público o social

Son aquellos proyectos que resuelven problemas de las comunidades que deben ser identificados adecuadamente el cual implican la utilización de recursos. Siendo el objetivo social, no se busca ganancia.

2. Proyectos privados

Los proyectos privados tienen como objetivo, obtener una ganancia por la inversión realizada.

c. Clasificación de los proyectos de inversión

1. De acuerdo al tipo de activo en el estado de situación financiera.

- **Capital de trabajo:** Son aquellas inversiones que realiza la entidad en activos líquidos (efectivo, equivalentes de efectivo, instrumentos financieros, inventarios (materia prima, producto terminado y productos en procesos) y cartera) para que pueda operar en el corto plazo.
- **Activo fijo:** Son aquellos recursos en los que invierte la entidad como mobiliario, inmuebles, planta y equipo los cuales le sirven para comercializar y/o producir un bien o un servicio.
- **Activos intangibles:** Se refiere a las inversiones en servicios (marcas, patentes, licencias y franquicias) o derechos (derechos de autor y software) necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

¹⁵ Cañas Martínez, Balbino Sebastián 2006. Manual para Formulación y Evaluación de proyectos. 4ª Edición. Impreso en El Salvador.

- **Inversiones sociales:** Son inversiones destinadas para mejorar las condiciones de trabajo de la población en general. Inversiones en muebles, mobiliario, planta y equipo.

2. Según el sector que ejecuta el proyecto.

- **Sector privado:** Son inversiones que generan valor económico en las empresas.
- **Sector público:** En este tipo de inversión lo que se busca es el bienestar de la sociedad en general.

3. Según el horizonte de la inversión.

- **A corto plazo:** Inversiones que se llevan a cabo en el corto tiempo, es decir, en un periodo menor a un año.
- **A largo plazo:** Son inversiones que se realizan durante un largo período de tiempo, es decir, mayor de un año.

d. Proceso de elaboración de proyecto

Para tomar decisiones sobre la ejecución de un proyecto es necesario realizar un análisis detallado para su desarrollo, debido a la diversidad de aspectos que involucra.

Para los estudios de factibilidad dependiendo la naturaleza del proyecto es decir, proyecto privado o social, ambos tienen el mismo proceso de elaboración con la diferencia que los proyectos de inversión privados buscan ganancias, mientras que los proyectos de inversión social son de impacto social.

Para este proyecto en estudio “Creación de un observatorio informativo de la realidad empresarial en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador” en particular, su finalidad es social debido a que busca el bienestar de la población en general.

En la elaboración de un proyecto se distinguen las etapas:

Cuadro N° 4: Proceso de elaboración de un proyecto de inversión social

Proyecto de inversión social		
Proceso de elaboración	Definición	Etapas
Pre-inversión	Reune la información necesaria para decidir la ejecución del proyecto a realizar.	<p>Ideas de proyectos: En esta parte se identifica el problema a partir de la información existente y el juicio común, y de forma preliminar, las alternativas de solución.</p> <p>Perfil del proyecto: En esta etapa se realizan los análisis preliminares de los estudios de: mercado, organizacionales técnicos, impacto social, económicos, y de evaluación económica que debe de alcanzar un proyecto.</p> <p>Estudio de pre-factibilidad: En esta etapa se realiza un análisis más profundo de los estudios realizados en la etapa del perfil.</p> <p>Estudio de factibilidad: Se realiza un estudio completo de la alternativa que se ha considerado viable en la pre-factibilidad.</p>
Inversión	Tomada la decisión de realizar el proyecto, se efectúa una revisión y actualización del estudio de pre-factibilidad.	
Operación o Funcionamiento	Una vez ejecutado el proyecto, la etapa siguiente es la puesta en marcha o funcionamiento, donde se hace funcionar la nueva unidad académica.	

Cuadro elaborado por el equipo investigador

2. FORMULACIÓN DE PROYECTOS

La formulación de un proyecto implica identificar el origen, nacimiento y diseño de las diferentes ideas, el cual permite que los proyectos pasen de ser ideas o soluciones tentativas a convertirse en un proyecto real escrito en un documento, para que posteriormente se ponga en marcha.

a. Estudio de pre-factibilidad

En esta etapa se debe de analizar con detalle de entre todas las alternativas la más conveniente con relación a las condiciones existentes, es decir, se debe de seleccionar

aquella alternativa que sea la más viable. Para este estudio en particular se ha examinado como alternativa la creación del observatorio informativo de la realidad empresarial.

i. Análisis de auditoría interna y externa

El análisis de auditoría interna consiste en identificar las fortalezas y debilidades que están dentro de la Escuela de Administración de Empresas, es decir, aquellos factores que pueden ser controladas por esta. Mientras que en el análisis de auditoría externa se identifica las oportunidades y amenazas, es decir, son factores que la Escuela no puede o tiene poco control debido a que dependen del ambiente externo.

ii. Idea, justificación y definición de proyectos

Para ejecutar un proyecto de inversión, es importante realizar un buen diagnóstico de la entidad en donde se desea llevar a cabo el proyecto, de tal modo que surja una idea como consecuencia de necesidades insatisfechas, problemas, oportunidades, planes gerenciales o potencialidades de la entidad.

En la justificación se explica por qué se debe de realizar el proyecto, es decir, se argumenta si al ejecutar el proyecto va a satisfacer la necesidad, resolver el problema, aprovechar una oportunidad de mercado, ejecutar un plan gerencial o desarrollar el potencial de la entidad.

En la definición se puntualiza en qué consiste el proyecto de inversión, el problema que se está resolviendo, ó la necesidad que está satisfaciendo, ó la oportunidad de mercado que se está aprovechando ó el plan que se está desarrollando.

iii. Viabilidad del proyecto

La viabilidad es un proceso que consiste en determinar si un proyecto puede ser ejecutado o no, esto dependerá de **las condiciones técnicas**, es decir, si cuenta o no con personal capacitado; **de mercado**, si tiene o no demanda; **legal**, es decir, si es o no pertinente; **gerencial**, si hay o no capacidad gerencial para su implementación;

medioambiental, es decir, si es amigable con el medio ambiente y **político** donde se analizan los factores para ejecutar el proyecto y darle continuidad en los proyectos sociales.

3. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD

a. Estudio

El estudio es el proceso por el cual una persona se expone a lo largo de toda su vida a incorporar información útil en lo que respecta a un tema o disciplina, en la medida en que necesita estar continuamente adquiriendo conocimiento.

b. Factibilidad

Es la probabilidad de éxito de un proyecto de inversión.

c. Estudio de factibilidad

1. Definición

Consiste en profundizar el estudio de la viabilidad técnica, mercadológica, legal, gerencial, ambiental y política desarrollados en la pre-factibilidad, agregando la viabilidad económica. Tiene por finalidad tomar las decisiones de postergar el proyecto, reformular el proyecto, abandonar el proyecto o ejecutar el proyecto.¹⁶

Según Baca Urbina (2013), el estudio de factibilidad profundiza la investigación en fuentes primarias y secundarias en la investigación de mercados, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos y rentabilidad económica del proyecto y es la base en la que se apoyan los inversionistas para tomar sus decisiones.

¹⁶ Fornos Gómez, OP. CIT., p. 430

Para el equipo investigador el estudio de factibilidad se puede definir como:

Es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones, apoyándose en el análisis de los estudios de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y gerencial, estudio económico y de estudio de impacto social, y, con base a esa información medir la posibilidad de que se implemente o no el proyecto de inversión.

Para el caso particular “Estudio de factibilidad para la creación de un observatorio informativo de la realidad empresarial en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador”, deberá cumplir con los componentes que integran el estudio, estudios que según Baca Urbina son: estudio técnico, estudio de mercado, estudio económico e impacto social, desarrollando únicamente aquellos elementos de cada estudio que tienen relación con el proyecto o que se consideren relevantes.

a. ESTUDIO DE MERCADO

El mercado es el área donde se instalan los vendedores para ofrecer sus productos o servicios, con el fin que los compradores adquieran dichos productos o servicios.

El estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para conocer el mercado (demanda), proveedores y competencia (oferta)) ante un producto o servicio.

En conclusión el estudio de mercado da a conocer a quienes se les ofertará el bien o servicio que se producirá y quienes lo demandarán.

Debido a la naturaleza de este proyecto en particular, solamente se realizará dentro del estudio de mercado el análisis de la oferta y el análisis de la demanda.

1. Definición y uso del servicio

Un observatorio de manera muy generalizada, es un sistema permanente y actualizado que integra información parcialmente dispersa sobre un tema en particular. Su principal

función es transmitir información a través del conocimiento y la finalidad del uso es informativo de la realidad empresarial por medio de cualquier equipo tecnológico con acceso a internet.

2. Comportamiento de la oferta

a. Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del consumidor en un determinado tiempo y lugar para que estos los adquieran. Para este estudio el análisis de la oferta se centrará en el servicio que brindará el observatorio, el cual es el de difundir información de la realidad empresarial.

b. Mercado Proveedor

Para prestar el servicio del observatorio empresarial es necesario obtener de los proveedores un conjunto de insumos los cuales son: los recursos tecnológicos (computadoras, UPS, teléfono, impresora multifuncional, fax) y mobiliario de oficina.

c. Mercado Consumidor

Son aquellas personas que se pretenden usarán el servicio del observatorio informativo empresarial. Para este proyecto en particular serán los docentes y estudiantes de cuarto año, quinto año y egresados de la Escuela de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, administradores de la micro y pequeña empresa y la sociedad en general.

d. Mercado Competidor

En este apartado se investigarán todas aquellas entidades que tengan la misma función del observatorio informativo, es decir, que brinden información de la realidad empresarial.

Para este estudio se ha indagado que no existe mercado competidor, debido a que no hay en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador ni en el país ningún observatorio que brinde información solo de la realidad empresarial y áreas de la administración.

3. Comportamiento de la demanda

a. Análisis de la Demanda

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.¹⁷

“El análisis de la demanda pretende cuantificar el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto”¹⁸.

b. Demanda Potencial Insatisfecha

Para este estudio hay demanda insatisfecha ya que en el mercado no existen oferentes que brinden esta clase de servicio, es decir, un observatorio que proporcione información de la realidad empresarial, por lo que se puede determinar que los docentes y estudiantes de cuarto año, quinto año y egresados de la Escuela de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, los encargados de la micro y pequeña empresa y la sociedad en general son el mercado potencial para este estudio. Por lo que se ha puesto en marcha la iniciativa de crear el observatorio de la realidad empresarial dentro de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador para cubrir este segmento de mercado.

¹⁷ Baca Urbina. Evaluación de Proyectos 2013. 7ma Ed. México D.F.: McGraw Hill Interamericana Editores., 24 p.

¹⁸ Sapag Chain, OP. CIT., p. 32.

4. Análisis de comercialización

“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”¹⁹.

Para que el observatorio informativo brinde un buen servicio debe tener información actualizada, fácil acceso a la plataforma desde cualquier dispositivo con acceso a internet, interacción e información confiable.

b. ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se determinan los factores que tienen que ver con el funcionamiento y operatividad del proyecto como la localización, tamaño e ingeniería del proyecto.

1. Localización del proyecto.

Es el lugar idóneo donde se instalará el observatorio informativo de la realidad empresarial. La Facultad de Ciencias Económicas dispone de espacios en el cual se puede instalar el proyecto, facilitando de esta manera el acceso a los recursos y equipos.

2. Tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad de producción instalada, teniendo en cuenta todos los recursos que se tienen disponibles como la instalación, recurso humano, tecnología, experiencia/conocimientos, que se puede lograr durante un período de tiempo determinado, ya sea diaria, semanal, por mes o por año.

3. Ingeniería del proyecto.

Una vez definido el tamaño del proyecto, se debe de resolver todo lo que concierne a la instalación y funcionamiento de la unidad. Para ello se hace una descripción del proceso

¹⁹ Baca Urbina, OP. CIT., p. 52.

del servicio que brindará el observatorio, la adquisición de la tecnología que se utilizará y la distribución que tendrá la unidad.

c. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

1. Planeación

A través de la planeación se plantea el rumbo hacia donde se dirige la organización mediante el establecimiento de objetivos, metas y estrategias para alcanzar esas metas.

2. Aspecto organizacional

a. Organigrama

Es una representación gráfica de la estructura de una organización.

Por lo tanto para este proyecto, es importante establecer una estructura funcional y/o divisional de tipo formal o informal, que apoyen y faciliten las relaciones entre personal, sean empleados o gerentes, de tal manera que haya un mejor aprovechamiento de los recursos especializados y mayor eficiencia y eficacia así como también una buena coordinación entre los que integran la unidad.

b. Perfil del puesto

✓ Perfil

Son las características que debe cumplir una persona para ocupar un puesto de trabajo, como nivel de formación académica, actitud, experiencia, habilidades intelectuales y/o físicas.

✓ **Puesto**

Son los deberes y responsabilidades asignadas por una autoridad competente, para que sean realizados por una persona durante la jornada de trabajo.

✓ **Perfil del puesto**

Consiste en la descripción de los requisitos, competencias y características necesarias que un trabajador debe tener para ejercer eficientemente un puesto de trabajo dentro de una institución, como: nivel de estudios, experiencia, habilidades intelectuales y/o físicas, además dentro del perfil se tiene que definir las funciones del puesto.

d. ESTUDIO ECONÓMICO

Partiendo de los resultados obtenidos de los estudios anteriores se debe determinar el monto total de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, para definir cuánto se va a invertir, los costos de funcionamiento y la forma como se va a financiar. En general se debe de realizar un presupuesto para determinar la inversión inicial necesaria para la puesta en marcha el proyecto.

1. Fuentes de financiamientos

Se determina la manera de captar los recursos para la inversión inicial y los costos de operación, examinando las posibles fuentes de financiamiento las cuales pueden ser internas (fondos propios) o externas (préstamos o cooperación de otras entidades o donaciones).

El estudio económico que se realizará en este trabajo, es importante para la definición de su factibilidad, debido a que se tiene que hacer la valoración de las distintas formas de

financiar el proyecto, dado que este no generará beneficio económico por tratarse de un proyecto social.

e. ESTUDIO FINANCIERO

Por el tipo de proyecto que se está llevando a cabo no se desarrollará este estudio, debido a que, con la realización de este proyecto lo que se pretende es beneficiar a la población en general con un observatorio que brinde información de la realidad empresarial.

Es por ello que se desarrollará el siguiente estudio.

f. ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL

Una vez demostrado que el proyecto es factible en todos los estudios anteriores, se determina el impacto que este tendrá en la sociedad mediante una evaluación social.

De acuerdo a lo antes expuestos se presentan la siguiente definición:

Según Sapag Chain, Nassir y otros (2008), “el impacto social se puede definir como la comparación de los beneficios y costos que un proyecto pueda tener para la comunidad en su conjunto”.

En relación a la definición anterior se puede decir que la evaluación social, busca medir el impacto que una inversión tendrá sobre un grupo de personas, razón por la cual esta evaluación es importante y necesaria ya que proporciona a los que realizan el proyecto una pauta del impacto que este tendrá dentro de la sociedad, determinando así, si el proyecto será realmente necesario llevarlo a cabo independientemente que los costos sean elevados.

Para efecto del Estudio de factibilidad para la creación de un observatorio informativo de la realidad empresarial en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, el estudio de impacto social se comparará en función de los beneficios y costos.

4. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

“Es el proceso mediante el cual se analizan los elementos cualitativos y elementos cuantitativos asociados a proyectos de inversión, para determinar el impacto, la viabilidad y la factibilidad de cada uno de ellos y en consecuencia seleccionar el o los proyectos que más convengan a la entidad”²⁰.

1. Ámbitos.

Es el entorno donde impactará el observatorio informativo, permitiendo identificar los impactos relevantes los cuales son internos y externos. Los ámbitos dependen de los objetivos y características del observatorio y también en parte del enfoque de evaluación.

El observatorio actuará en un ámbito específico los cuales son:

a. Organizacional

Se analizará el impacto que tendrá el observatorio informativo desde la estructura organizacional la cual incluye las personas, las áreas, las funciones y los departamentos; así como también las implicaciones con el recurso humano que se necesitará para ejecutar el proyecto.

²⁰ Fornos Gómez, OP. CIT., p. 487

b. Espacial

Se refiere al área geográfica (ubicación) en donde tendrá influencia el observatorio informativo, que para el estudio será la Facultad de Ciencias Económicas.

c. Temporal

Es el tiempo de vida útil que tendrá el observatorio informativo, tiempo durante el cual se espera que el proyecto funcione de manera permanente.

d. De negociación

La ejecución del observatorio informativo implica un impacto económico y social, por lo que se debe tomar en cuenta las opiniones, sugerencias y observaciones de todos aquellos individuos que se ven afectados por el proyecto para negociar los términos de implementación para adquirir compromisos mutuos.

2. Actores.

Son todas aquellas personas que se ven afectados con la creación del observatorio informativo. Para este proyecto en particular los grupos de interés son: los docentes de la Escuela de Administración de Empresas, los estudiantes de cuarto año, quinto año y egresados de la Escuela de Administración de Empresas, administradores de la micro y pequeña empresa, y la sociedad en general.

3. Enfoque.

Depende del tipo de proyecto que se está realizando. Para este estudio el enfoque es de evaluación económica (social).

CAPÍTULO II

MÉTODOS Y TÉCNICAS A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN PARA LA CREACIÓN DEL OBSERVATORIO INFORMATIVO DE LA REALIDAD EMPRESARIAL EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.

I. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

A. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

La relevancia de la investigación radica en que se pretende dar un aporte a la Escuela de Administración de Empresas, mediante un estudio de factibilidad para la creación de un observatorio que proporcione información de la realidad empresarial; beneficiando de esta manera no solo a los docentes y estudiantes de dicha Escuela, sino también a los empresarios como a la sociedad en general y contribuyendo en el desarrollo de la enseñanza y el aprendizaje.

B. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1. Objetivo General

Realizar una investigación de campo para conocer la situación actual de la Facultad de Ciencias Económicas sobre la creación de un observatorio informativo de la realidad empresarial.

2. Objetivos Específicos

- ✓ Identificar la situación actual de los recursos humanos, tecnológicos, económico, impacto social e infraestructura de la Facultad de Ciencias Económicas.
- ✓ Conocer la opinión del sector docente, estudiantil, microempresarios y pequeños empresarios con la finalidad de obtener información relevante en cuanto a la creación de un observatorio para la Escuela de Administración de Empresas ubicado en la Facultad.
- ✓ Identificar las necesidades de obtener información empresarial con el propósito de crear las bases para una futura implementación de un observatorio de la realidad empresarial.

C. MÉTODOS Y TÉCNICAS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron los métodos y técnicas siguientes:

1. MÉTODOS UTILIZADOS

En la realización de la investigación se utilizó el método científico para recopilar, analizar y presentar la información, que contribuyó a desarrollar el presente estudio de factibilidad, por lo tanto se utilizaron técnicas e instrumentos de las cuales se obtuvo información relevante.

a. Método deductivo

Se consideró este método, porque permitió progresar en la investigación, partiendo de lo general a lo particular, es decir, se partió de obtener información sobre el objeto de estudio por medio de trabajos de investigación, libros, revistas, internet, etc., y utilizando instrumentos científicos, se argumentó enunciados particulares, de tal manera

que diera respuesta al estudio sobre su factibilidad o no de la creación del observatorio informativo de la realidad empresarial.

b. Método analítico

El uso del método analítico, consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolos en sus partes o elementos para observar las causas, naturaleza y efectos²¹. Este método permitió visualizar y comprender de una forma clara el tema investigado ya que para conocer el fenómeno fue necesario descomponerlo.

c. Método sintético

El uso de este método facilitó el análisis de los elementos y aspectos relacionados con la creación del observatorio informativo de la realidad empresarial, dando una respuesta general del tema planteado.

2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Se utilizó el diseño no experimental, caracterizándose porque no se manipularon las variables dependientes e independientes a estudiar. Es decir, que se basaron en los hechos tal y como están en la realidad, mediante el instrumento de recolección seleccionado.

²¹ Analítico: adj. Perteneciente o relativo al análisis – que procede descomponiendo, o que pasa del todo a las partes. Diccionario Enciclopédico Quillet Editorial Cumbres, S.A. México Tomo uno.

3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

En toda investigación se necesita determinar la metodología a seguir, por lo tanto para obtener información de este proyecto se han definido los siguientes tipos de investigación:

a. Investigación descriptiva

Descriptiva porque se describen o especifican ciertos rasgos del fenómeno investigado, es decir, se describieron las situaciones y eventos relacionados con el tema escogido, cuando se formularon las hipótesis y al momento de elaborar los instrumentos de recolección de datos para la obtención de la información necesaria para la investigación, todo esto con el objetivo de explicar paso a paso el desarrollo del presente estudio.

b. Investigación documental

Consistió en la recopilación de información por medio de diferentes tipos de documentos sobre el tema en estudio utilizando para ello: trabajos de investigación, libros, artículos, periódicos, revistas, decretos, leyes y toda aquella información que sirviera de base para el estudio.

c. Investigación de campo

Por medio de esta investigación se recopiló información directamente de los usuarios que demandarán el uso del observatorio informativo de la realidad empresarial. La metodología para recolectar la información se realizó haciendo uso de la encuesta.

4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Con el objetivo de tener datos confiables, válidos y oportunos, se utilizaron diferentes técnicas de investigación lo que permitió aplicar un procedimiento racional en la recolección, tabulación, análisis e interpretación de la información.

A. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1. La encuesta

Esta técnica permitió obtener datos de una muestra representativa mediante un cuestionario previamente elaborado, el cual fue dirigido a los docentes y estudiantes de cuarto año, quinto año y egresados de la Escuela de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas, administradores de microempresas y de las pequeñas empresas, con el objetivo de conocer su opinión sobre la creación de un observatorio informativo de la realidad empresarial.

2. La entrevista

La entrevista como instrumento de recolección para la investigación fue de importancia ya que permitió tener contacto directo con los sujetos del estudio de los cuales pudo obtenerse información de primera mano necesaria para la investigación.

3. La observación directa

Esta técnica permitió observar de manera directa el fenómeno, que para el estudio es el tema en cuestión, en este caso se visitaron los distintos observatorios que existen en el país mediante internet, con el objetivo de recoger información relevante para el estudio. Además se visitaron las futuras instalaciones en donde estará ubicado el observatorio informativo de la realidad empresarial.

B. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1. Cuestionario

Se utilizó el cuestionario como instrumento de la encuesta, en ella se plasmaron las diferentes interrogantes que respondieron los encuestados, la cual sirvió para obtener información del tema en estudio.

Las preguntas para los docentes fueron 16 y para los empresarios y estudiantes fueron 14, de las cuales para los tres sectores en estudio poseían dos preguntas abiertas y las restantes eran cerradas de opción múltiple.

2. Guía de entrevista

Para este estudio en particular la entrevista que se utilizó fue la no estructurada a las siguientes personas:

- ✓ Jefe de la Escuela de Administración de Empresas
- ✓ Jefe de la Unidad de Comunicaciones de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales.
- ✓ Jefe de planificación

3. Lista de cotejo

Esta consistió en investigar la parte física que es lugar donde se encontrará el observatorio en la que se verificó los recursos humanos y tecnológicos, infraestructura, insumos, mobiliario así como también su estructura organizacional; por otra parte se visitaron los diferentes observatorios que existen en el país mediante internet para conocer el diseño de una plataforma virtual.

5. FUENTES DE INFORMACIÓN

a. Primaria.

Las fuentes primarias que se utilizaron para el desarrollo de la investigación, fueron de dos tipos; las de tipo cualitativa y las de tipo cuantitativa. Dentro de la tipo cualitativa, se utilizó la observación directa ya que se realizaron indagaciones de los observatorios que existen, con el propósito de obtener información útil para la investigación. En cuanto a la tipo cuantitativa, se utilizó la encuesta como fuente de información para luego ser procesada.

b. Secundaria.

Dentro de las fuentes secundarias que sustentaron la investigación se pueden mencionar las siguientes: Libros, folletos, decretos, leyes, reglamentos, periódicos, trabajos de investigación relacionados con el tema en cuestión.

6. UNIDADES DE ANÁLISIS

Las unidades de análisis que componen este estudio se detallan a continuación:

- ✓ Docentes y estudiantes de cuarto año, quinto año y egresados de la Escuela de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas.
- ✓ Administradores de las microempresas y pequeñas empresas del municipio de San Salvador a quienes se les abordó con el cuestionario previamente elaborado sobre el tema en cuestión.

7. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA.

a. Población

La población es un conjunto finito o infinito de personas, sobre la cual se requiere hacer un estudio en un momento determinado.

Para el caso en estudio la población está constituida por tres poblaciones: la primera por 26 docentes de la Escuela de Administración de Empresas, la segunda por 2,266 estudiantes de dicha Escuela de cuarto año, quinto año y egresados del ciclo I-2016 y la última por 67,713 administradores de la micro y pequeña empresa.

b. Muestra

La muestra debe obtenerse de la población que se desea estudiar; una muestra debe ser definida sobre la base de la población determinada, en el caso particular, para obtener la muestra en esta investigación se procedió de la siguiente manera:

1. Docentes y estudiantes de la Escuela de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas.

Cuadro N° 5. Docentes y estudiantes

Docentes	26
Estudiantes Ciclo I-2016	2,266

Fuente: Administración Académica de la Facultad de Ciencias Económicas.

Docentes

Para el caso de los docentes, por ser el universo de 26 personas se realizó un censo para recolectar la información.

Estudiantes de cuarto año, quinto año y egresados

El universo de estudiantes es de 2,266, por lo tanto para calcular la muestra los datos se establecen como sigue:

$Z = 0.95/2 = 0.475$ este resultado se busca en la tabla bajo la curva normal dando como resultado $Z = 1.96$.

Z= Nivel de confianza	Z= 1.96 (nivel de confianza 95%)
P= Probabilidad de éxito	P= 0.50
Q= Probabilidad de fracaso	Q= 0.50
E= Error muestral permisible, es decir, la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.	E= 0.10
N= Universo	N= 2,266

Para el cálculo de la muestra (n) se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Sustituyendo:

$$n = \frac{1.96^2(0.50)(0.50)(2,266)}{0.1^2(2,266 - 1) + 1.96^2(0.50)(0.50)} = \frac{2,176.2664}{23.6104}$$

$$n = 92 \text{ personas}$$

2. Pequeñas y Microempresas del Municipio de San Salvador

Cuadro N° 6. Pequeñas y Microempresas del Municipio de San Salvador

Microempresa	64,185
Pequeña empresa	3,528
TOTAL	67,713

Fuente: Cámara de Comercio de El Salvador.

Según la Cámara de Comercio de El Salvador se encuentran legalmente registradas 64,185 Microempresas y 3,528 Pequeñas empresas, haciendo un total de 67,713 establecimientos.

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Donde:

$$Z = 1.96$$

$$N = 67,713$$

$$P = 0.50$$

$$Q = 0.50$$

$$e = 0.10$$

Sustituyendo

$$n = \frac{1.96^2(0.50)(0.50)(67,713)}{0.10^2(67,713 - 1) + 1.96^2(0.50)(0.50)} = \frac{65,031.5652}{678.0804}$$

$$n = 96 \text{ personas}$$

Para definir el número de cuestionarios a pasar a los administradores de la micro y pequeña empresa, se recurrió a la probabilidad subjetiva. El equipo de investigación utilizó la regla de tres simple con el objeto de definir el número de empresarios encuestados, por lo que los microempresarios por ser una población más grande se le ponderó con un 70% mientras que para los pequeños empresarios se aplicó el restante, es decir, el 30%, haciendo un total del 100% quedando de la siguiente manera:

Administradores de la Microempresas

$$96 \text{-----} 100\%$$

$$x \text{-----} 70\%$$

Despejando

$$\frac{96x70}{100} = 67.20 \approx 67 \text{ personas}$$

Administradores de la Pequeña empresa

96-----100%

x-----30%

Despejando

$$\frac{96x30}{100} = 28.8 \approx 29 \text{ personas}$$

De lo anterior se puede concluir que el 70% de las encuestas se pasaron a los administradores de las microempresas correspondiendo a 67 establecimientos y del 30% restante se encuestaron a los administradores de la pequeña empresa los cuales fueron 29 establecimientos.

i. Procesamiento de la información

Los datos recabados mediante el proceso de recopilación de la información se procesaron por medio de Microsoft Excel, esta herramienta fue de ayuda para el equipo investigador ya que permitió presentar cuadros estadísticos y gráficos para posteriormente presentar la interpretación de los resultados.

ii. Tabulación

La información recopilada se tabuló con base a cada una de las preguntas formuladas en la encuesta, ordenadas según el objetivo del estudio, su representación se hizo mediante cuadros estadísticos así como la de sus respectivos gráficos.

iii. Análisis e interpretación de datos

Una vez finalizado el proceso de tabulación de los datos, se realizó el análisis de los resultados por cada pregunta tabulada, y esto se hizo mediante la interpretación de los gráficos.

II. TIPO DE INVESTIGACIÓN A UTILIZAR PARA LOS ESTUDIOS: TÉCNICO, ORGANIZACIONAL, ECONÓMICO E IMPACTO SOCIAL.

ESTUDIO TÉCNICO

En este estudio de factibilidad se estableció que el lugar ideal para ubicar la localización de la instalación de este proyecto es en uno de los edificios que tiene la Facultad de Ciencias Económicas, se determinó el personal que era necesario para el proyecto, así como también los recursos e insumos que necesitó el proyecto del observatorio informativo de la realidad empresarial, todo esto sirvió para el tamaño de la instalación. Además en este estudio se determinó la ingeniería del proyecto, que incluye el proceso de producción (servicio), la inversión en equipo (recursos tecnológicos), es necesario mencionar que a pesar que este proyecto es social, se establecerá un valor razonable. Las finanzas servirán para calcular las depreciaciones de acuerdo a la vida útil del activo, esto para reemplazarlo posteriormente, por último la distribución que tendrá la unidad donde se incluyó las medidas respectivas de la distribución de los recursos.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y GERENCIAL

En el estudio de factibilidad gerencial se implementó todo conocimiento relacionado con la planeación. En el estudio organizacional se estableció en el organigrama que esta propuesto actualmente en la Facultad de Ciencias Económicas, la unidad académica del observatorio informativo de la realidad empresarial, y para que el proyecto funcione en

óptimas condiciones se incluyó además las principales funciones del personal dentro la unidad académica.

ESTUDIO ECONÓMICO

Uno de los aspectos más importantes que se consideró dentro del estudio económico es que este proyecto por ser social no generará ninguna retribución económica, por lo cual se llevó un registro en el que se cuantificó la inversión inicial así como también el flujo de gastos que tendría la unidad académica durante los primeros cinco años.

ESTUDIO DEL IMPACTO SOCIAL

Con la realización del presente estudio de factibilidad se pretende hacer innovación en la enseñanza-aprendizaje, ya que se está creando un observatorio informativo con el propósito de proporcionar información actualizada, relevante y oportuna de la realidad empresarial, beneficiando así a la sociedad en general.

III. FORMULACIÓN DEL PROYECTO

A. ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD

1. Análisis de auditoría interna y externa

i. FODA de la Escuela de Administración de Empresas.

ii. Cuadro N° 7. Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Proyectos realizados para la comunidad estudiantil	Pensum desactualizado	Que se pueda crear cualquier proyecto de inversión para el proceso enseñanza aprendizaje	La existencia de otras universidades con licenciatura en administración de empresas implementada en línea.
Personal docente capacitado	Horarios de clases pocos accesibles	Convenios con organismos internacionales para ejecutar proyectos	Otras universidades cuentan con pensum actualizado de acuerdo a las exigencias del mercado laboral
La Escuela cada año gradua profesionales en Administración de Empresas.	Jubilación de personal capacitado	Con el apoyo de los docentes los estudiantes realicen las horas sociales	Contratación de personal poco capacitado
Disponibilidad de recurso tecnológico	Instalaciones no adecuadas para discapacitados	Carrera en línea	Mínimo ingreso de estudiantes con discapacidades
La Escuela de Administración es parte integral de la filosofía institucional de la F.C.E.	Cierre de instalaciones	Que la escuela de administración de empresas tenga mayor presupuesto	Apertura de nuevas universidades
Tiene maestrías	La Escuela de Administración tiene espacio reducido y mala distribución de cubículo de docentes.	Demanda creciente de estudiantes	Privatización de la Universidad

iii. Análisis cruzado y formulación de estrategias

Cuadro N° 8. Matriz FODA

FACTORES INTERNOS			
Fortalezas	Estrategias FO	Estrategias DO	Oportunidades
Disponibilidad de recurso tecnológico	Aprovechar el recurso tecnológico que tiene la Escuela de Administración de Empresas para implementar el nuevo sistema de enseñanza.	Ampliar el horario de clases e implementarlo en el nuevo sistema de enseñanza	Carrera en línea
La Escuela cada año gradúa profesionales en Administración de Empresas.	Aumentar el número de profesionales graduados de la carrera de administración de empresas.	Aprovechar la demanda de estudiantes, actualizando el pensum	Demanda creciente de estudiantes
Proyectos realizados en beneficio de la comunidad estudiantil	Crear nuevos proyectos en beneficio de la comunidad estudiantil	Crear diferentes proyectos de inversión con la finalidad de que sirvan de apoyo al proceso enseñanza-aprendizaje, en la Escuela de Administración de Empresas	Creación de proyectos de inversión para el proceso enseñanza-aprendizaje
Cuenta con maestrías	Ampliar el portafolio de las maestrías asignándole mayor presupuesto a la Escuela de Administración de Empresas	Instalaciones más adecuadas asignándole mayor presupuesto a la Escuela de Administración de Empresas	Mayor presupuesto para la Escuela de Administración de Empresas
Personal docente capacitado	Aprovechar los conocimientos adquiridos del personal docente para que los estudiantes los pongan en prácticas en la realización de su servicio social.	Permitir que los estudiantes realicen su servicio social para que pongan en práctica todos los conocimientos adquiridos previamente	Realización de servicio social
La Escuela de Administración de Empresas es parte integral de la filosofía institucional de la Facultad	Poner en práctica la filosofía institucional, mediante los convenios con organismos internacionales.	Ejecutar proyectos de inversión con la ayuda de convenios con organismos internacionales	Convenios con organismos internacionales para la ejecución de proyectos
Debilidades	Estrategias DA	Estrategias FA	Amenazas
Horarios de clases pocos accesibles	Implementar la licenciatura en Administración de Empresas en línea	Continuar graduando profesionales en Administración de Empresas, implementando la licenciatura en línea	La existencia de otras universidades con Licenciatura en Administración de Empresas implementada en línea
Pensum desactualizado	Actualizar el pensum de la Escuela de Administración de Empresas	Crear nuevas maestrías de acuerdo a las exigencias del mercado laboral	Otras universidades cuentan con pensum actualizado de acuerdo a las exigencias del mercado laboral.
Espacio reducido y mala distribución de cubículos de docentes	Ampliar las instalaciones de la Escuela de Administración de Empresas	Aprovechar la disponibilidad de los recursos tecnológicos	Apertura de nuevas universidades con mejores salarios y mayores recursos
Instalaciones no adecuadas para discapacitados ni personal capacitado	Reestructurar las instalaciones para aumentar el ingreso de estudiantes con discapacidad.	Aumentar el ingreso de estudiantes con discapacidades (capacidades especiales)	Mínimo ingreso de estudiantes con discapacidad
Jubilación de personal capacitado	Contratación de personal capacitado	Realizar contratación y aprovechar los conocimientos del personal capacitado	Contratación de personal poco capacitado
Cierre de instalaciones	Mayor presupuesto a la Universidad de El Salvador	Realizar proyectos para beneficiar a la comunidad estudiantil	Privatización de la Universidad
FACTORES EXTERNOS			

Significado de FODA

El análisis FODA es una herramienta que se utilizó para conocer la situación actual de la Escuela de Administración de Empresas en la que se analizan los factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) con el propósito de formar las mejores estrategias.

Matriz FODA

Una vez bien definido el FODA se procede a vaciar la información obtenida en una tabla, para desarrollar las estrategias con el propósito de potencializar los factores internos.

Los análisis desarrollados a continuación, se realizaron mediante la observación directa a la Escuela de Administración de Empresas.

Nombre de las estrategias del análisis FODA

a. Análisis FO (Fortalezas-Oportunidades)

Análisis FO (Fortaleza-Oportunidad)	
Estrategia	Nombre de la estrategia
FO	Ofensiva-Ofensiva

1. Fortaleza: Disponibilidad de recurso tecnológico

Oportunidad: Carrera en línea

Estrategia: Aprovechar el recurso tecnológico que tiene la Escuela de Administración de Empresas para implementar el nuevo sistema de enseñanza.

Análisis: La llegada de la tecnología y el internet no solo ha permitido la facilidad de comunicarse desde cualquier sitio, sino también ha dado un nuevo giro a la educación, pues actualmente existen las carreras en línea como un nuevo sistema de enseñanza, diseñado para que aquellos estudiantes que de alguna manera no pueden asistir a clases presenciales y quieran comenzar y/o terminar sus estudios, la Escuela de Administración de Empresas aprovechando los recursos tecnológicos que tiene, puede implementar esta modalidad para seguir creciendo en la innovación de la enseñanza-aprendizaje.

2. Fortaleza: La Escuela cada año gradúa profesionales en Administración de Empresas.

Oportunidad: Demanda creciente de estudiantes

Estrategia: Aumentar el número de profesionales graduados de la carrera de administración de empresas.

Análisis: El objetivo de la carrera de Administración de Empresas es formar administradores capaces de analizar e interpretar todos aquellos factores económicos, financieros, políticos y sociales que afectan el funcionamiento de la empresa, razón por la cual las empresas buscan de profesionales por las condiciones cambiantes del medio, es por ello que la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad de El Salvador cada año tiene demanda en esta licenciatura y por consiguiente gradúa a profesionales cada año.

3. Fortaleza: Proyectos realizados en beneficio de la comunidad estudiantil

Oportunidad: Creación de proyectos de inversión para el proceso enseñanza-aprendizaje.

Estrategia: Crear nuevos proyectos en beneficio de la comunidad estudiantil

Análisis: Aprovechando la capacidad de los egresados que salen cada año y en colaboración con los diferentes asesores capacitados en las áreas de recursos humanos, finanzas, formulación y evaluación de proyectos y el área social que tiene la Escuela de Administración de Empresas, se pueden crear diferentes proyectos de inversión, con la finalidad de que sirvan de apoyo al proceso enseñanza-aprendizaje en beneficio de la comunidad estudiantil.

4. Fortaleza: Cuenta con maestrías

Oportunidad: Mayor presupuesto para la Escuela de Administración de Empresas

Estrategia: Ampliar el portafolio de las maestrías asignándole mayor presupuesto a la Escuela de Administración de Empresas

Análisis: Hoy en día contar con una maestría ya no es un privilegio, sino una necesidad, la Escuela de Administración actualmente cuenta con tres maestrías, por lo que se ve en la necesidad de ampliar el portafolio de las maestrías relacionadas con la administración, esto debido a los constantes cambios tecnológicos, económicos, sociales que enfrentan las empresas ya que estas cada vez exigen que sus colaboradores estén preparados para enfrentar nuevos desafíos.

Pero, para llevarlo a cabo, se necesita de espacios donde impartir las nuevas maestrías se tiene que invertir en edificios, mobiliario y equipo, en personal capacitado y todo lo que se necesite para estar a la vanguardia de las nuevas exigencias del mercado laboral.

5. Fortaleza: Personal docente capacitado

Oportunidad: Realización de servicio social

Estrategia: Aprovechar los conocimientos adquiridos del personal docente para que los estudiantes los pongan en prácticas en la realización de su servicio social.

Análisis: Una de las fortalezas que tiene la Escuela es el personal docente capacitado, pues son de ellos que los estudiantes adquieren todo el conocimiento teórico proveniente de sus enseñanzas, y con la realización de su servicio social ya sea dentro o fuera de las instalaciones de la Escuela o de la Facultad de Ciencias Económicas estos pongan en práctica todos los conocimientos, habilidades y destrezas en las diferentes áreas y funciones en la que sean asignados para cumplir una tarea en particular.

6. Fortaleza: La Escuela de Administración de Empresas es parte integral de la filosofía institucional de la Facultad de Ciencias Económicas

Oportunidad: Convenios con organismos internacionales para la ejecución de proyectos

Estrategia: Poner en práctica la filosofía institucional mediante convenios con organismos internacionales.

Análisis: La Facultad de Ciencias Económicas tiene en su filosofía institucional formar profesionales capaces de contribuir al desarrollo económico-social de El Salvador, con

la ejecución de proyectos que se realizarán mediante convenios con organismos internacionales beneficiará a la comunidad estudiantil y a la sociedad en general.

b. Análisis FA (Fortalezas-Amenazas)

Análisis FA (Fortaleza-Amenaza)	
Estrategia	Nombre de la estrategia
FA	Ofensiva-Defensiva

1. Fortaleza: Proyectos realizados para la comunidad estudiantil

Amenaza: Privatización de la Universidad

Estrategia: Realizar proyectos para beneficiar a la comunidad estudiantil

Análisis: Todo proyecto que realiza la Escuela de Administración de Empresas es con la finalidad de beneficiar a la población estudiantil para seguir brindando oportunidades de que más estudiantes puedan acceder a la educación superior. Un temor es que en un futuro las autoridades del país quieran convertir a la única universidad pública de El Salvador en una universidad privada.

2. Fortaleza: Personal docente capacitado

Amenaza: Contratación de personal poco capacitado

Estrategia: Realizar contratación y aprovechar los conocimientos del personal capacitado

Análisis: La Escuela de Administración de Empresas cuenta con personal altamente capacitado en todas las áreas de la administración como: finanzas, personal,

mercadotecnia y producción, que la Escuela a través de los docentes imparte, esto es bueno ya que como formadores de profesionales necesitan transmitir conocimiento.

3. Fortaleza: La Escuela cada año gradúa profesionales en Administración de Empresas

Amenaza: La existencia de otras universidades con licenciatura en Administración implementado en línea

Estrategia: Continuar graduando profesionales en Administración de Empresas, implementando la licenciatura en línea.

Análisis: Ante la presencia de un mundo que está en constante cambio en donde las exigencias son cada vez más grandes, y el ritmo de vida acelerado, las empresas necesitan de profesionales sin problemas de horario para desempeñar las funciones asignadas en su puesto de trabajo, razón por la cual la Escuela de Administración necesita implementar la carrera en línea, de esta forma podría seguir formando profesionales, no solo en la modalidad presencial, sino también en línea.

4. Fortaleza: Disponibilidad de recursos tecnológicos

Amenaza: Apertura de nuevas universidades con mejores salarios y mayores recursos

Estrategia: Aprovechar la disponibilidad de los recursos tecnológicos.

Análisis: En la actualidad, los recursos tecnológicos son una parte imprescindible ya que es utilizada en los hogares, por empresas y dentro del ámbito educativo, la tecnología se ha convertido en una gran ayuda para la realización de todo tipo de tareas.

Muchas son las ventajas que los recursos tecnológicos ofrecen dentro del ámbito docente, ya que otorgan dinamismo a la hora de impartir las distintas materias y también que facilitan enormemente el aprendizaje de los alumnos.

La Escuela de Administración de Empresas necesita aprovechar la disponibilidad de los recursos tecnológicos con los que cuenta, de esta manera los estudiantes tendrán a su disposición una amplia variedad de textos, vídeos y archivos audiovisuales que les ayudan a comprender y asimilar las distintas asignaturas lo que se traduce en una mejora incuestionable de los resultados académicos.

5. Fortaleza: La Escuela de Administración es parte integral de la filosofía institucional de la Facultad de Ciencias Económicas

Amenaza: Mínimo ingreso de estudiantes con discapacidades

Estrategia: Aumentar el ingreso de estudiantes con discapacidades (capacidades especiales)

Análisis: Parte de la filosofía institucional de la Facultad de Ciencias Económicas establece que será formadora de profesionales con una sólida formación humana, de esta manera la Escuela debería preocuparse por tener unas instalaciones adecuadas y docentes capacitados para atender a estudiantes que de alguna manera tiene alguna discapacidad, de esta forma se seguiría respetando el derecho que tiene cada persona a la educación.

6. Fortaleza: Cuenta con maestrías

Amenaza: Otras universidades cuentan con pensum actualizado de acuerdo a las exigencias del mercado laboral.

Estrategia: Crear nuevas maestrías de acuerdo a las exigencias del mercado laboral

Análisis: Las maestrías forman parte de proceso académico, en la actualidad la Escuela de Administración deberá crear nuevas maestrías de acuerdo a las exigencias del mercado laboral, así como lo han implementado otras universidades.

c. Análisis DO (Debilidades-Oportunidades)

Análisis DO (Debilidad-Oportunidad)	
Estrategia	Nombre de la estrategia
DO	Defensiva-Ofensiva

1. Debilidad: Horarios de clases pocos accesibles

Oportunidad: Carrera en línea

Estrategia: Ampliar el horario de clases e implementarlo en el nuevo sistema de enseñanza

Análisis: Las carreras en línea son una oportunidad que la Escuela de Administración de Empresas necesita implementar para continuar innovando la educación en la enseñanza y aprendizaje permitiendo ampliar los horarios de clases, facilitando al estudiante que se conecte desde cualquier sitio y en el tiempo que mejor le convenga, continuando de esta manera los estudios.

2. Debilidad: La Escuela de Administración de Empresas tiene Espacio reducido

Oportunidad: Creación de proyecto de inversión para el proceso enseñanza aprendizaje

Estrategia: Crear diferentes proyectos de inversión con la finalidad de que sirvan de apoyo al proceso enseñanza-aprendizaje en la Escuela de Administración de Empresas.

Análisis: Una forma de apoyar al proceso de educación es crear proyectos que le permita a la Escuela de Administración tener un espacio más amplio, para que pueda mejorar las condiciones de los docentes, con una distribución de los cubículo en donde se asigne a uno o dos docentes y no a tres o cuatro como está actualmente; al tener un espacio más amplio se podría realizar un proyecto para crear una sección en la que el coordinador de seminario de graduación guarde todos los anteproyectos allí presentados, esto generaría mayor fluidez de información al momento que el estudiante quiera hacer consultas y se vería más ordenado.

3. Debilidad: Jubilación de personal capacitado

Oportunidad: Realización de horas sociales de los estudiantes

Estrategia: Permitir que los estudiantes realicen su servicio social para que pongan en práctica todos los conocimientos adquiridos previamente.

Análisis: Una oportunidad que tiene los estudiantes al realizar su servicio social en apoyo a los docentes de la Escuela de Administración es que permiten poner en práctica todos los conocimientos ya adquiridos, pero también permite que se refuerce todo tema de interés, por otra parte el docente con la experiencia adquirida por el paso de los años, transmite el conocimiento de docencia al estudiante, le enseña el trabajo en equipo y a

que cumpla las tareas encomendadas, la práctica de los valores y la responsabilidad del trabajo es tarea de ambos.

4. Debilidad: Instalaciones no adecuadas para discapacitados.

Oportunidad: Que la Escuela de Administración de Empresas tenga mayor presupuesto

Estrategia: Instalaciones adecuadas asignándole mayor presupuesto a la Escuela de Administración de Empresas

Análisis: Asignar un presupuesto con la finalidad de hacer instalaciones adecuadas para cualquier persona, esto sería de gran ayuda para aquellas personas que tiene alguna discapacidad (personas con capacidades especiales), haciendo remodelaciones con rampas de acceso o elevadores para moverse así como también incorporando señalética para cuando quieran realizar cualquier trámite que tenga dentro de la Escuela de Administración de Empresas o la Facultad de Ciencias Económicas se les pueda facilitar el libre desplazamiento.

5. Debilidad: Pensum desactualizado

Oportunidad: Demanda creciente de los estudiantes

Estrategia: Aprovechar la demanda de estudiantes actualizando el pensum.

Análisis: La Escuela de Administración de Empresas debe de aprovechar la demanda de estudiantes que tiene año con año y ofrecer un pensum actualizado que se acerque a las demandas laborales que tienen las empresas al momento de buscar el personal idóneo para que laboren en ella. De esta manera la Escuela de Administración estaría ofreciendo profesionales más competitivos y multifuncionales, capaces de adaptarse en cualquier área laboral.

6. Debilidad: Cierre de instalaciones

Oportunidad: Convenios con organismos internacionales para ejecutar proyectos

Estrategia: Ejecutar proyectos de inversión con la ayuda de organismos internacionales.

Análisis: Los convenios con organismos internacionales son una gran ayuda al momento de ejecutar cualquier proyecto de inversión, ya que con la contribución que ellos hacen a través de donaciones en recursos tecnológico, material o financiero se pueden implementar para beneficiar a la comunidad universitaria, para mejorar las condiciones tanto de los docentes, personal administrativo y al estudiante. Al realizar más proyectos se ofrece una garantía para que la Escuela de Administración de Empresas continúe ofreciendo una mejor oferta académica y unas instalaciones adecuadas, garantizando así que siga teniendo demanda de estudiantes por ingresar a la carrera de Administración de Empresa.

d. Análisis DA (Debilidades-Amenazas)

Análisis DA (Debilidad-Amenaza)	
Estrategia	Nombre de la estrategia
DA	Defensiva-Defensiva

1. Debilidad: Pensum desactualizado

Amenaza: Otras universidades cuentan con pensum actualizado de acuerdo a las exigencias del mercado laboral.

Estrategia: Actualizar el pensum de la Escuela de Administración de Empresas.

Análisis: Es importante tener en cuenta que en el mundo globalizado en el que vivimos todo cambia y la educación superior no es la excepción ya que, con las exigencias del mercado laboral las universidades se ven obligadas a formar y entrenar estudiantes con planes de estudio que se adapten a la realidad actual, es por ello que es de vital importancia que la Escuela de Administración de Empresas cuente con un pensum que se actualice constantemente de acuerdo a los cambios que tenga la sociedad, con el propósito de que los futuros profesionales adquieran las habilidades y competencias necesarias para que le hagan frente a las necesidades que requiere el entorno en el que se desenvuelven.

2. Debilidad: Jubilación de personal capacitado

Amenaza: Contratación de personal poco capacitado

Estrategia: Contratación de personal capacitado

Análisis: Debido a los cambios continuos que se dan en la actualidad, es importante tener recurso humano con capacidad para responder a las exigencias que demanda la Escuela de Administración de Empresas, ya que entre mayor sea el grado de formación y preparación del personal contratado, mayor será su nivel de desempeño en las tareas que le sean asignadas.

3. Debilidad: Horarios de clases pocos accesibles.

Amenaza: La existencia de otras universidades con Licenciatura en Administración de Empresas implementada en línea.

Estrategia: Implementar la licenciatura en Administración de Empresas en línea.

Análisis: Con los avances tecnológicos que existen en la actualidad, las universidades pensando en aquellos estudiantes que se les dificulta y/o no pueden asistir a clases presenciales por los horarios pocos accesibles, se han visto en la

necesidad de ajustar sus métodos tradicionales para impartir clases, implementado las carreras en línea como un nuevo sistema de enseñanza-aprendizaje, con el objetivo de facilitarles a los estudiantes el acceso a la educación superior.

4. Debilidad: Instalaciones no adecuadas para discapacitados

Amenaza: Mínimo ingreso de estudiantes con discapacidad

Estrategia: Reestructurar las instalaciones para aumentar el ingreso de estudiantes con discapacidad.

Análisis: En la actualidad de las universidades se han olvidado de la existencia de personas que poseen necesidades especiales, como es el caso de los discapacitados, pues las instalaciones que poseen no son las adecuadas, razón por la cual el ingreso de estudiantes con alguna discapacidad a la Universidad son mínimas, es por ello, que la universidad debe preocuparse por mejorar las instalaciones, poniendo ascensores, ampliando los pasillos, colocando más rampas donde hay desniveles, entre otros.

5. Debilidad: Espacio reducido y mala distribución de cubículos de docentes

Amenaza: Apertura de nuevas universidades

Estrategia: Ampliar las instalaciones de la Escuela de Administración de Empresas

Análisis: Las instalaciones de la Escuela de Administración de Empresas son reducidas, por lo que los docentes se ven obligados a compartir sus cubículos con uno o hasta 3 de sus compañeros lo que hace que el espacio se vea aún más pequeño, y por consiguiente hace que el área de trabajo se torne incómodo. Hay que tomar en cuenta que la Escuela es el área donde el docente pasa la mayor parte del tiempo en el desarrollo de sus

funciones, es por ello que el espacio tiene que ajustarse en tamaño a la necesidad de la labor que cada docente realiza, tener silla ergonómica, mobiliario, equipo apropiado y funcional.

6. Debilidad: Cierre de instalaciones

Amenaza: Privatización de la Universidad

Estrategia: Mayor presupuesto a la Universidad de El Salvador

Análisis: La Universidad de El Salvador es la única institución autónoma en nuestro país, por lo que los estudiantes ingresan por las bajas mensualidades que esta tiene y por el personal altamente capacitado que forman parte del Alma Mater, razón por la cual al hablar de privatización los docentes, estudiantes, personal administrativo se oponen debido a los cambios drásticos que esto implica, es por ello que El Estado debe de asignarle el presupuesto que la Universidad año con año pide para que siga formando a profesionales calificados de las distintas carreras existentes.

2. Análisis del macro-ambiente

En este análisis se identifican aquellos factores externos tales como el ambiente económico, ambiente político-legal, ambiente tecnológico, ambiente ecológico y; el ambiente social y cultural que afectan directa o indirectamente al proyecto del observatorio informativo de la realidad empresarial.

i. Análisis del ambiente económico

En este ambiente evalúan los factores que influyen en la capacidad adquisitiva de los consumidores, es decir, los docentes y estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas, administradores de la micro y pequeña empresa y la sociedad en general, entre las cuales se pueden mencionar las tasas de interés, el tipo de cambio, las tasas de inflación y la devaluación de la moneda.

1.1. Comportamiento de las variables económicas que afectan el proyecto para la Facultad de Ciencias Económicas.

1.1.1. Tasas de interés activas y pasivas

En el salvador las tasas de interés fluctúan cada año, como se puede observar en el cuadro siguiente, tanto las tasas de interés que cobran los bancos por prestar dinero a sus clientes (tasas activas) como las tasas que paga el banco por ahorrar dinero con ellos (tasas pasivas) presentan un alza tanto en las tasas históricas como en las proyectas.

Cuadro N° 9. Proyección de tasas de interés activas y pasivas de El Salvador

El Salvador			Actual		PROYECCIÓN QUINQUENAL			
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Activas	5.4	5.7	6.5	7.3	8.0	8.5	9.0	9.5
pasivas	1.9	3.3	3.6	4.0	4.5	5.1	5.5	5.5

Fuente: proyecciones macroeconómicas quinquenales. El Salvador 2014-2018. Consultores para el Desarrollo Empresarial (COPADES)

Cabe mencionar que una tendencia al alza de las tasas de interés activas no tiene influencia en el observatorio informativo de la realidad empresarial porque no se realizará ningún préstamo para la compra de recursos tecnológicos (computadoras, UPS, impresora multifuncional), mobiliario e insumos.

En cuanto a las personas que hagan uso del servicio que les brinde el observatorio informativo de la realidad empresarial no les afecta el alza o disminución de las tasas activas porque para consultar la información ahí presentada no se les hace ningún tipo de cobro.

1.1.2. Tipo de cambio

El 30 de noviembre del año 2000 se aprobó la Ley de Integración Monetaria (introducción del dólar como moneda de curso legal en El Salvador) y entró en vigencia a partir del 1° de enero de 2001, la Ley establece el tipo de cambio entre el colón y el dólar de los Estados Unidos de América en 8.75 colones por \$1.00.

Cuadro N° 10. Tipo de cambio

PAIS	NOMBRE DE LA MONEDA	MONEDA LOCAL POR USD
EL SALVADOR	COLÓN SALVADOREÑO	\$8.75

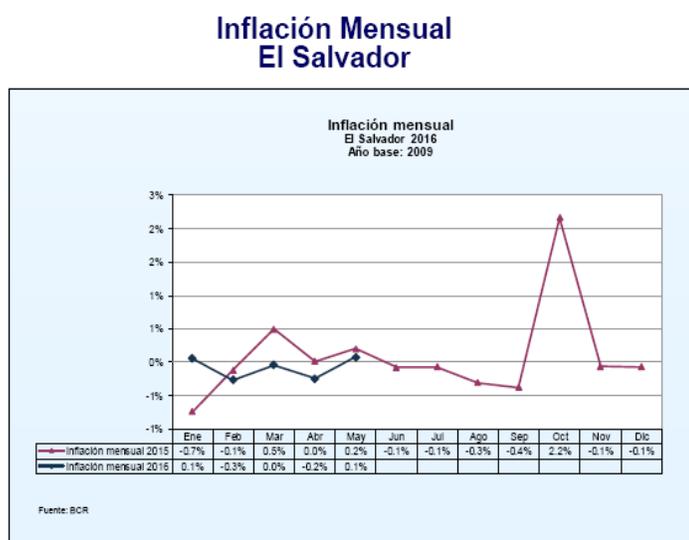
Fuente: Banco Central de Reserva

Esto por supuesto no afecta al proyecto debido a que la información contenida en el observatorio informativo de la realidad empresarial no será comercializada de forma monetaria ni dentro ni fuera del país, porque lo que se pretende con este proyecto es beneficiar a la sociedad en general con una nueva modalidad en la enseñanza-aprendizaje, es por ello que el servicio que brindará será gratuito para todas aquellas personas que quieran consultarlo.

1.1.3. Tasa de inflación

Ante un aumento generalizado de los precios de bienes y servicios en un momento determinado, la capacidad adquisitiva de los usuarios del observatorio informativo de la realidad empresarial disminuye, por lo que buscan la manera de realizar ajustes en su presupuesto para gastar menos, prefiriendo consultar información en internet que comprar libros, periódicos o revistas para obtener la información que buscan.

Cuadro N° 11. Representación gráfica de la tasa de inflación



Fuente: Banco Central de Reserva

Como se puede ver en el gráfico, la inflación para el mes de mayo de 2016 aumentó un 0.1% en comparación del mes anterior, esto hace que el observatorio tenga más demanda ya que los usuarios al no contar con los recursos monetarios suficientes consultarán la información ahí publicada, ya que por la utilización de la información no se cobra ninguna tarifa para que puedan acceder a la plataforma virtual.

1.2. Análisis de las fuerzas motrices de cambios en la industria

1.2.1 Cambio en el índice de crecimiento a largo plazo de la industria

La nueva economía exige una rápida adaptación a los cambios, estos se producen con rapidez, y por lo tanto los cambios hacia arriba o hacia debajo de crecimiento influyen de manera significativa a las industrias debido a que afectan el equilibrio entre la oferta y demanda del comprador.

Es importante tomar en cuenta el crecimiento económico, porque es una condición necesaria para que puedan mejorar o no los niveles de vida de las industrias y de la sociedad en general.

1.2.2 Cambio en quienes compran el producto y en la forma en que lo utilizan

Hoy en día la sociedad está muy comunicada y los consumidores han cambiado la forma en que absorben, rechazan o clasifican la información. El consumidor es el elemento más importante para las organizaciones, debido a que este es el que usa el producto, es por ello que al definir las estrategias las empresas deben de tener en cuenta el comportamiento que estos tengan en cuanto a sus gustos y preferencias.

En conclusión es importante conocer en detalle cómo piensa y se comporta el consumidor con el objetivo de ofrecer una mejor experiencia al usuario al momento de consultar la información contenida en la plataforma virtual del observatorio informativo de la realidad empresarial.

1.2.3 Innovación del servicio y cambio tecnológico

Los cambios tecnológicos o las nuevas tecnologías que existen en la actualidad, han permitido que muchas empresas creen y/o desarrollen nuevos y/o mejores productos o servicios, con la finalidad de obtener una ventaja competitiva frente a otras industrias, pero para permanecer e ir adelante con esa ventaja en un mundo cambiante las empresas tienen que innovarse constantemente para responder a las necesidades y exigencias del mercado (clientes). Es por ello que el observatorio informativo de la realidad empresarial como medio de apoyo a la enseñanza y el aprendizaje debe de innovarse constantemente de acuerdo a las exigencias del entorno, estas innovaciones pueden ser en el diseño de la plataforma, en las herramientas que esta tenga o con la información ahí contenida, con el propósito que los usuarios del observatorio tengan un panorama de lo que sucede en la actualidad y al mismo tiempo puedan consultar información relacionada a su quehacer diario.

1.2.4 Innovación de mercadotecnia

Las empresas para dar a conocer sus productos y comercializarlos se apoyan de la mercadotecnia, con el objetivo de retener y fidelizar a los clientes actuales mientras que intenta sumar nuevos compradores, por lo que el observatorio informativo de la realidad empresarial debe de implementar diferentes estrategias como imprimir y repartir folletos, volantes, cambiar el diseño de la plataforma virtual constantemente para que no solo los estudiantes y docentes de la Escuela de Administración de Empresas, los microempresarios y pequeños empresarios lo visiten si no todos aquellos que quieran mantenerse informados del acontecer actual.

1.2.5 Cambios en el costo y la eficiencia

La eficiencia que tenga el observatorio es importante, debido a que la meta que persigue es proporcionar información de la realidad empresarial, pero para ello debe de aprovechar los recursos humanos, tecnológicos, financieros, físicos que se tienen para conseguirlo, ya que cuanto mejor los haya aprovechado mayor será la forma de alcanzar dicha meta, es por ello que el observatorio debe poner especial atención a la eficiencia para que la información llegue a los usuarios en el menor tiempo posible utilizando de la manera más adecuada los recursos antes mencionados. En cuanto a los cambios en los costos, esto no le afecta a los usuarios del observatorio debido a que por la información que este ponga a disposición de los usuarios no se les cobrará ninguna tarifa.

1.2.6 Influencia reguladora y cambios en la política del gobierno

Los cambios en las políticas y las acciones que tome el gobierno pueden influir en las estrategias que tome una industria para mantenerse en el mercado, para el observatorio tales acciones no le afectan debido a que estará en las instalaciones de la Universidad de El Salvador y específicamente en la Facultad de Ciencias Económicas por lo tanto las acciones que se tomen estarán reguladas por las leyes y reglamentos que tanto la Universidad como la Facultad tengan.

ii. Análisis político-legal

Entre los aspectos que un observatorio informativo de la realidad empresarial debe considerar son las leyes vinculadas directamente con la puesta en marcha de un observatorio, de las cuales se mencionan a continuación:

✓ **Ley de propiedad intelectual. Decreto Legislativo No. 604. De la República de El Salvador.**

Con el objetivo de informar para la enseñanza y aprendizaje, el observatorio informativo de la realidad empresarial debe tomar en cuenta esta ley, ya que es importante que se respete en todas sus publicaciones la propiedad intelectual, entendiendo que es toda creación de la mente humana con respecto a los inventos, literatura, y la industria, de los derechos de los diferentes autores.

✓ **Ley especial contra delitos informáticos. Decreto Legislativo No. 260. De la República de El Salvador.**

Un aspecto que tiene que considerar el observatorio informativo de la realidad empresarial en esta ley es la de los bienes jurídicos que se refieren a los bienes tanto materiales como inmateriales, y que son protegidos por el derecho, es decir, salud, vida, integridad libertad, patrimonio, esta ley protege los bienes jurídicos de aquellas conductas delictivas cometidas por medio de las tecnologías de la información, el término tecnología de la información se usa para referirse a cualquier forma de hacer computo, planificar y gestionar las estructuras de los sistemas de red, así como considerar un software confiable, fácil de usar con la eficiencia y eficacia que se requiere en un sistema de información, de esta manera se puede prever que se cometa algún delito en perjuicio de los datos almacenado, procesados o transferidos, los sistemas, su infraestructura o cualquiera de los componentes que el observatorio pueda tener.

Otro aspecto importante es la ciberseguridad. En la actualidad se entiende que el delito cibernético no reconoce fronteras nacionales y que se requiere un esfuerzo para abordar la cantidad de amenazas informáticas, de esta manera las instituciones gubernamentales y las empresas han llegado a reconocer la necesidad de tener fuertes medidas y capacidades de seguridad cibernética, ya que no se puede ignorar la creciente conectividad y dependencia de las plataformas virtuales y servicios basados en Internet, se ha logrado que haya aumentado considerablemente la exposición al riesgo de los ataques cibernéticos, que es un método por el cual un individuo, mediante un sistema informático, intenta tomar el control, desestabilizar o dañar otro sistema informático (ordenador, red privada).

El observatorio informativo de la realidad empresarial por tratarse de una plataforma virtual en un sitio web y la conectividad que tiene con el internet, debe considerar tener en cuenta la ciberseguridad, de esta forma puede utilizarse para proteger los activos del observatorio así como también a los usuarios en el ciberentorno.

iii. Análisis tecnológico

La tecnología aporta grandes beneficios a la humanidad, su papel principal es crear mejores herramientas útiles para simplificar el ahorro de tiempo y esfuerzo de trabajo, la tecnología juega un papel principal en nuestro entorno social ya que gracias a ella podemos comunicarnos de forma inmediata.

El internet se utiliza para compartir ideas y colaborar en la educación, la Facultad de Ciencias Económicas cuenta en sus edificios con equipo multimedia en cada aula, así también cuenta con internet gratuito para los estudiantes, la innovación de la Escuela de Administración de Empresas es contar con el curso en línea semi-presencial para seminario de graduación en la carrera de Administración de Empresas.

La realidad hoy en día es que la innovación de los recursos tecnológicos y la llegada del Internet han revolucionado la forma en que interactuamos con los demás y el mundo que nos rodea. Es importante que el observatorio informativo de la realidad empresarial continúe a la vanguardia de la tecnología.

iv. Análisis sociocultural

Los aspectos sociales y culturales de una comunidad o sociedad, tienen que ver con el crecimiento demográfico, los gustos, preferencias, los valores que tengan un país, región o zona. El crecimiento demográfico es fundamental para el observatorio ya que son las personas quienes conforman su mercado y si este aumenta también aumenta la demanda, ya sea de los docentes o de los estudiantes de la Escuela de Administración de Empresas o aumente el número de empresarios y de la población en general. Los gustos y preferencias que muestran todos los clientes potenciales le benefician al observatorio debido a que todos hacen uso de tecnologías avanzadas para la búsqueda de información usando el internet para mantenerse informado de algún tema en particular.

v. Análisis ecológico (medioambiental)

Algunas actividades de la industria dañan el medio ambiente ya que algunos insumos o materias primas requeridos para la elaboración de sus productos provienen de los recursos naturales, para este proyecto en particular el recurso que se utiliza es la energía eléctrica, la cual se obtiene de las corrientes de los ríos, motivo por el cual se necesita de la construcción de grandes embalses para acumular el agua que es sustraída de otros usos, como la que se utiliza en los hogares, es por ello que se debe de hacer un buen uso racional de la energía ya que entre menos se use menos dañará el medio ambiente o bien adquirir equipos tecnológicos que sean amigables con el medio ambiente, como la adquisición de paneles solares.

3. Análisis del ambiente competitivo

La Universidad de El Salvador, la Facultad de Ciencias Económicas y específicamente la Escuela de Administración de Empresas hacen un constante trabajo por facilitar el aprendizaje.

El observatorio informativo de la realidad empresarial se establece en un mercado de servicio que se encuentra con políticas y normas establecidas en cuanto a calidad en la educación y el servicio que este presta dentro del sector educativo.

A pesar de ser un proyecto social del que solo se obtendrán beneficios y no ganancia, el observatorio informativo de la realidad empresarial deberá establecer estrategias para incrementar sus esfuerzos de competencia que le permita impactar positivamente en la población estudiantil de la Escuela de Administración de Empresas, así como también de la población en general.

i. Análisis de mapas de grupos estratégicos

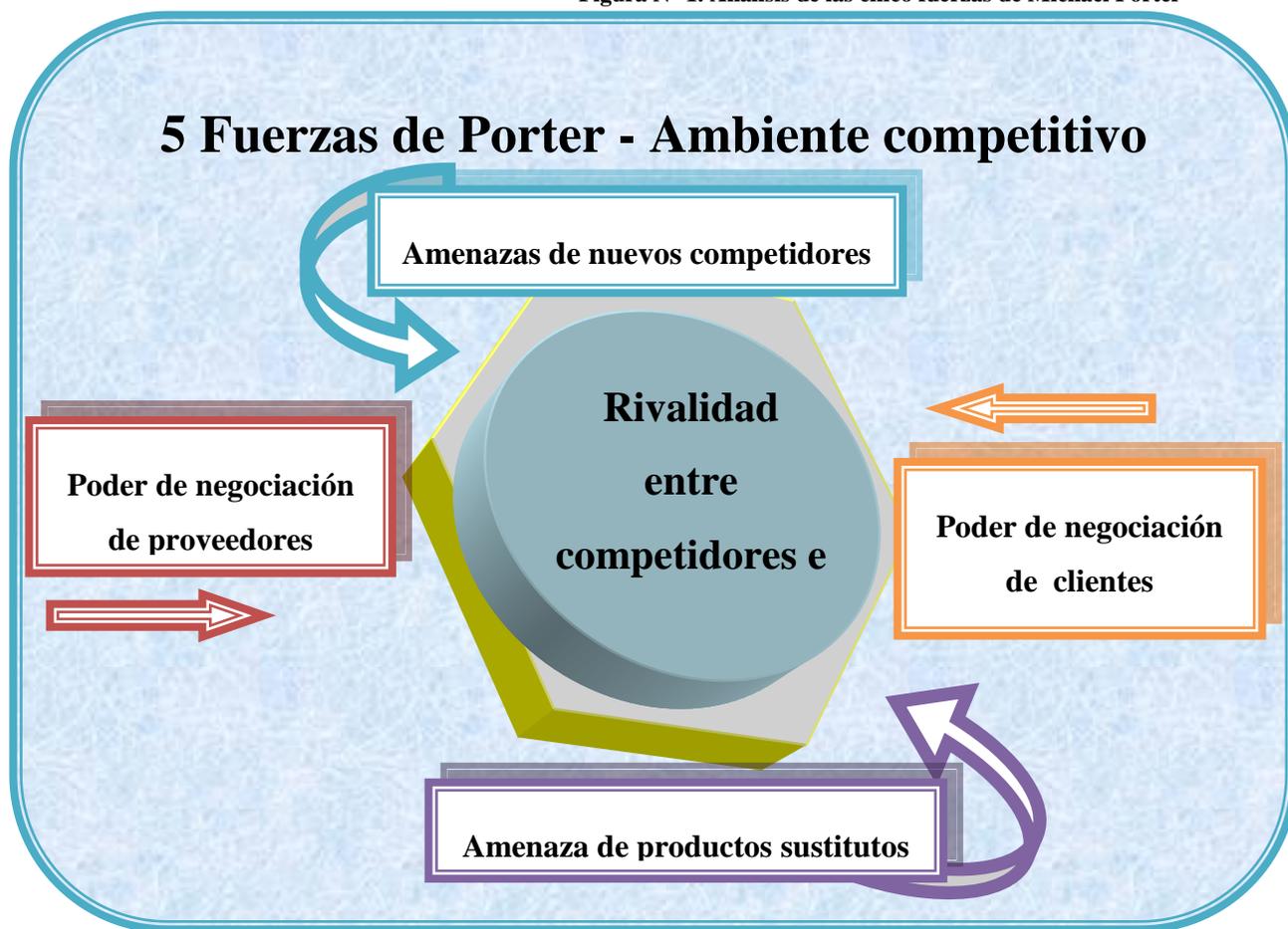
Este proyecto por ser único y novedoso, no tiene competencia directa, debido a que, en el país no existe un observatorio que brinde información de la realidad empresarial a la sociedad en general.

Pero bajo el supuesto de que el observatorio tuviera competencia se tendría que elaborar el mapa de grupos estratégicos, pues es de esta manera como se identifican aquellos sectores que siguen estrategias similares, por lo que se tendría que analizar aquellas instituciones que tienen objetivos similares al del proyecto, que para este caso en particular serían las universidades, ya que todas persiguen un mismo fin que es la de formar profesionales altamente capacitados mediante la innovación en la enseñanza, y ya que todas cuentan con recursos tecnológicos actualizados, esto les facilita la implementación de un observatorio que brinde información de la realidad empresarial.

En conclusión, el observatorio al tener competencia tiene que establecer estrategias que le permitan permanecer y crecer en un mercado cada vez más competitivo.

ii. El entorno competitivo-análisis de las cinco fuerzas

Figura N° 1. Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter²²



²² Experto Business. 2013. Cinco Fuerzas de Porter. ¿Cuáles son los elementos que impactan en la rentabilidad?, [s.l.], El

periódico Marketing. Recuperado en:

<http://periodico-marketing.com/2013/12/25/cuales-son-los-elementos-que-impactan-en-la-rentabilidad/>

Consultado el: sábado 02 de julio del 2016.

a. Amenaza de nuevos competidores

En este punto se identifican los nuevos competidores para el proyecto, los cuales son las universidades existentes en el país, ya que estas pueden crear una plataforma virtual con información relacionada a la realidad empresarial.

b. Poder de negociación de los clientes

Actualmente en el mercado no existen observatorios que ofrezcan el servicio de proporcionar información de la realidad empresarial.

Debido a esto los clientes mantienen un bajo poder de negociación, ya que los demandantes no tienen la oportunidad de elegir un observatorio que les brinde información actualizada confiable y oportuna en cuanto a la realidad empresarial.

c. Amenazas de servicios sustitutos

Los servicios sustitutos son aquellos que tienen la misma función del observatorio, por lo que los interesados en obtener información relacionada a su quehacer diario pueden hacer uso de libros, revistas, periódicos, folletos o la televisión, con la desventaja de estos servicios es que el usuario tendría que pagar por comprar o fotocopiar libros, revistas o folletos, razón por la cual al usuario le convendría más hacer uso del observatorio debido a que, para consultar la información ahí contenida, solo necesita conectarse a internet desde cualquier recurso tecnológico que tenga disponible, para informarse del acontecer empresarial y sobre temas relacionados tanto a su quehacer económico, docente y/o estudiantil.

d. Poder de negociación de los proveedores

Se debe de considerar programas de alianzas estratégicas con los proveedores, para trabajar con ellos, ya que no existe un solo proveedor del cual se obtiene la información necesaria, que a la vez es materia prima para seguir operando, el grado de negociación

de los proveedores es baja, ya que uno solo no puede satisfacer la calidad de la educación.

4. Idea, justificación y definición del proyecto

Idea: La idea surge como consecuencia de la creación de un trabajo de investigación que diera un aporte a la Escuela de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas, razón por la cual se acudió al Ingeniero José Ciriaco Gutiérrez secretario en funciones de ese entonces (2015), quien propuso la creación de un observatorio que diera información relacionada a la carrera, tomando esa idea se propuso el tema “Estudio de factibilidad para la creación de un observatorio informativo de la realidad empresarial para la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador” siendo aprobado por Junta Directiva, por lo que se procedió a realizar el estudio con el propósito de conocer la factibilidad que tendría el observatorio informativo.

Justificación: Con la creación del observatorio informativo permitirá a los docentes y estudiantes de la Escuela de Administración de Empresas y la población en general, estar informados de la realidad empresarial de una manera más fácil, ya que pueden consultar la información publicada en el observatorio desde cualquier dispositivo con conexión a internet.

Otro punto importante es que con la creación de este proyecto no solo beneficiará a la Escuela, si no también servirá de guía para que las otras Escuelas puedan implementarlo en sus diferentes áreas de especialización.

Definición: La Universidad de El Salvador, específicamente la Facultad de Ciencias Económicas, a través de la unidad académica y mediante la creación de un observatorio de la realidad empresarial, tiene como finalidad, transmitir conocimiento sobre Administración de Empresa, proporcionando información relevante que sea útil para la

toma de decisiones y que le ayude al usuario (interesado) a obtener información de cualquier tema de interés del acontecer de la realidad empresarial.

B. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

I. Estudio de mercado

a. Análisis de la demanda

Para la realización de este análisis se elaboraron tres cuestionarios para los sectores en estudio los cuales son docentes, estudiantes y empresarios, con una muestra de 214 personas.

1. Análisis de la demanda de los estudiantes de cuarto año, quinto año y egresados de la Escuela de Administración de Empresas para el observatorio informativo de la realidad empresarial.

De la información recopilada entre los estudiantes de la Escuela de Administración de Empresas de la Facultad se tienen los siguientes resultados:

- ✓ De acuerdo a la información obtenida, el 42% estudiantes son egresados, seguido de quinto año y solo un pequeño porcentaje es de cuarto año, por lo que los usuarios del proyecto serían en mayor proporción los egresados, beneficiándolos porque con la creación del observatorio le serviría para ponerlo en práctica en el quehacer laboral. (ver anexo 2, datos generales).

- ✓ Del total de los estudiantes de la Escuela de Administración de Empresas, la frecuencia de visita que mayor proporción tiene es la semanal, debido a que la información cambia más o menos en ese período de tiempo, por lo que la

creación del observatorio sería demandado por parte de este sector estudiantil. (ver anexo 2, cuadro 12).

- ✓ En cuanto si se apoyarían de este medio para usarlo en sus actividades académicas, una gran proporción de estudiantes manifestaron que efectivamente lo harían para el desarrollo de las diferentes áreas que tiene la administración. (ver anexo 2, cuadro 14)

2. Análisis de la demanda de los docentes de la Escuela de Administración de Empresas para el observatorio informativo de la realidad empresarial.

De la recopilación de información proporcionada por los docentes se obtuvieron los siguientes resultados:

- ✓ De la totalidad de docentes encuestados más de la mitad tiene una educación a nivel de licenciatura seguido de estudios de post-grado.(ver anexo 3, datos generales)
- ✓ De los 26 docentes encuestados, 12 de ellos respondieron que visitaría el observatorio diariamente, razón por la cual se puede decir que los docentes demandaran este servicio al consultar las publicaciones que este tenga. (ver anexo 3, cuadro 12).
- ✓ Los docentes respondieron que se apoyarían de la información contenida en el observatorio, lo que permite decir que al ponerlo en marcha sería de gran ayuda para su quehacer que como docente realiza, ya que ese medio almacenará contenidos referentes a áreas administrativas. (ver anexo 3, cuadro 13).

3. Análisis de la demanda de los micros y pequeños empresarios del municipio de San Salvador para el observatorio informativo de la realidad empresarial.

De la información recopilada se obtuvieron los siguientes resultados:

- ✓ Del total de empresarios 69 pertenecen a la microempresa y 29 a la pequeña empresa. (ver anexo 4 datos generales).
- ✓ El nivel de educación de los empresarios encuestados muestra que la mitad de ellos poseen educación a nivel de bachillerato y solo una pequeña proporción tiene alguna formación en una carrera universitaria, lo que demuestra que no tienen los conocimientos necesarios en cuanto a procesos administrativos, en ese sentido el observatorio sería de apoyo. (ver anexo 4 datos generales).
- ✓ De los empresarios, el 76% están dispuestos en apoyarse de la información proporcionada por la plataforma virtual, por lo que consideran que es necesario que se implemente el observatorio para aplicarlo en su actividad económica.(ver anexo 4, cuadro número 13).
- ✓ Los empresarios están dispuestos en visitar el observatorio semanalmente, razón por la cual se puede decir que lo consultarán con el propósito de ponerlo en práctica en su negocio, entonces, se puede afirmar la importancia que tiene el observatorio para esta parte de la población (ver anexo 4, cuadro número 12).

En resumen:

Para comprender mejor lo antes expuesto se presentan los siguientes cuadros, haciendo una comparación de los tres sectores en estudio, tal y como se muestra a continuación:

Cuadro N° 12. Visita al observatorio informativo de la realidad empresarial

Número de Pregunta según el cuestionario	Sectores	Frecuencia de visita	Respuesta	Frecuencia
12	Empresarios	Semanalmente	45	47%
12	Docentes	Diariamente	12	46%
12	Estudiantes	Semanalmente	51	55%

Como se puede observar en el cuadro anterior, los tres sectores muestran interés por visitar el observatorio aunque en diferentes frecuencias, esto permite asegurar que al poner en marcha este proyecto tendrá demanda ya que hay personas que están dispuestas a consultar la información contenida en la plataforma virtual.

Cuadro N° 13. Apoyo de la información proporcionada por al observatorio informativo de la realidad empresarial

Número de Pregunta según el cuestionario	Sectores	Se apoyaría en la información de un observatorio	Respuesta	Frecuencia
13	Empresarios	Si	73	76%
13	Docentes	Si	21	81%
14	Estudiantes	Si	77	84%

Y, para darle un mayor respaldo al cuadro número 12, se presenta el cuadro anterior en el que los docentes, estudiantes y empresarios manifestaron que se apoyarían de la información que el observatorio diera sobre la realidad empresarial y también de temas relacionados a la administración, por lo que se considera de suma importancia la creación del observatorio, ya que este sí tiene demanda como para ejecutar el proyecto.

1. Producto

Un producto es un conjunto de atributos que tiene un bien o servicio que satisface las necesidades de un consumidor. Para lograr que un cliente potencial esté interesado en adquirir un producto este debe contar con una serie de atributos y además debe de cumplir sus expectativas de satisfacción.

Con la investigación de campo se pudo determinar que, para que puedan consultar el observatorio informativo de la realidad empresarial, los docentes y estudiantes de la Escuela de Administración de Empresas y empresarios, opinaron que debe de contar con una serie de características y herramientas, con el propósito de facilitar el manejo de información ahí publicada, tal como se muestra a continuación:

Características:

- ✓ Fácil acceso a la plataforma desde cualquier medio
- ✓ Información actualizada veraz y oportuna
- ✓ Interacción
- ✓ Transparencia
- ✓ Ética

Herramientas

- ✓ Foros de discusión
- ✓ Chat
- ✓ Videoconferencias
- ✓ Mensajería interna

(Ver anexo número 2, 3 y 4 preguntas 10 y 11 para los tres sectores).

2. Promoción

La comunicación es muy importante a la hora de informar y persuadir; puesto que, los posibles clientes y consumidores del servicio necesitan información.

Con respecto a este punto, se utiliza la publicidad de boca en boca, como elemento de la promoción para dar a conocer el observatorio informativo de la realidad empresarial, la cual consiste en transmitir información verbalmente a cerca del servicio de una persona a otra.

Considerando los datos obtenidos se determinó que tanto los empresarios con un 75% como los docentes con un 88% respondieron que sí, estarían dispuestos a colaborar incentivando a terceros para que consulten el observatorio informativo de la realidad empresarial (ver anexo número 2, pregunta 16 de docentes y anexo número 3, pregunta 14 de empresarios).

A continuación se presenta un cuadro comparativo mostrando la proporción de docentes y empresarios dispuestos a colaborar por medio de la incentivación a terceros.

Cuadro N° 14. Docentes y empresarios dispuestos a colaborar

Número de Pregunta según el cuestionario	Sectores	Colaboraría incentivando a terceros	Respuesta	Frecuencia
14	Empresarios	Si	72	75%
16	Docentes	Si	23	88%

II. Estudio técnico

a. Ingeniería del proyecto

1. Proceso productivo

ENTRADA	PROCESO PRODUCTIVO	SALIDA
Información	1. Entrada de datos 2. Almacenamiento 3. Procesamiento de la información	Información

2. Inversiones en equipo

Todo proyecto requiere de la adquisición de ciertos recursos para ponerlo en marcha. Para que el observatorio pueda brindar su servicio, es decir, el de informar sobre la realidad empresarial, tiene que invertir en recursos tecnológicos, mobiliario de oficina y de insumos para su funcionamiento.

3. Requerimientos de personal

Para que el observatorio informativo funcione se hace necesaria la contratación de personal calificado para los puestos requeridos por la unidad académica, con el propósito de brindar un buen servicio a los usuarios del proyecto.

4. Distribución de la instalación

El espacio físico disponible para la puesta en marcha del observatorio informativo de la realidad empresarial, tiene los espacios necesarios para ordenar tanto el recurso

tecnológico como el personal de una manera que garantice el flujo continuo de trabajo logrando de esta manera una buena prestación del servicio.

5. Localización de la instalación

i. Instalaciones físicas

El espacio físico destinado para que el observatorio informativo de la realidad empresarial funcione, se encuentra en uno de los edificios que tiene la Facultad de Ciencias Económicas, esto debido a que el proyecto va dirigido a la Escuela de Administración de Empresas.

1. Tamaño de la instalación

Para el observatorio informativo de la realidad empresarial, se ha destinado un espacio físico el cual es confortable y con buenas dimensiones, lo cual permitirá iniciar operaciones en una forma efectiva.

III. Estudio organizacional

a. Planeación

La realización de este proyecto surge como consecuencia de una idea sobre la creación de un observatorio dada por el secretario en funciones de la Facultad de Ciencias Económicas en el año 2015, por lo que se decide plasmar esa idea realizando un estudio de factibilidad para la creación del observatorio informativo empresarial, con el propósito de que el proyecto se ponga en marcha y así contribuir al proceso de formación de los estudiantes de la Escuela de Administración de Empresas y a todo aquel interesado en los temas ahí publicados, para lo cual se han seguido todos los pasos establecidos por la legislación universitaria para la presentación de proyectos.

b. Organización

En la estructura organizativa que actualmente esta propuesta para la Facultad de Ciencias Económicas, se adjuntará como dependencia de la Escuela de Administración de Empresas la estructura que tendrá el observatorio informativo de la realidad empresarial.

c. Aspecto legal

Para la creación de unidades académicas dentro de la Facultad, se tienen que seguir ciertos pasos tal y como se explica en la página 11 del capítulo I, mientras que las especificaciones de cada unidad académica están contempladas en la Ley y el Reglamento que tiene la Universidad de El Salvador, así como también del respectivo Reglamento de la Facultad de Ciencias Económicas. Los artículos concernientes al proyecto están detallados en el anexo número 1 de este documento.

IV. Estudio económico

La realización de este estudio fue muy importante, debido a que partiendo de la información obtenida de los estudios anteriores y específicamente del estudio técnico, se define el monto de la inversión inicial que se necesita para poner en marcha el proyecto así como también en los costos que se incurrirá durante el proyecto esté en funcionamiento.

V. Estudio del impacto social

El impacto de este proyecto tanto para los estudiantes, docentes y empresarios de la micro y pequeña empresa y todo aquel interesado fue positivo, ya que mediante la creación del observatorio informativo de la realidad empresarial se mantendrán

informados del acontecer empresarial al mismo tiempo que encontrarán información relevante a su quehacer diario.

C. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Existen dos tipos de evaluación, las cuales son de importancia para establecer la factibilidad del proyecto, la primera es la evaluación cualitativa, en esta se destacan las diferentes áreas como lo son los actores, el enfoque y la viabilidad; la segunda es la evaluación cuantitativa en la cual se evalúan la factibilidad de los estudios de mercado, técnico, económico organizacional y social.

1. Evaluación cualitativa

a. Ámbitos

Los ámbitos se evaluarán con las áreas de influencia sobre el proyecto, se mencionan a continuación el tiempo, espacio, y los involucrados del proyecto.

i. Ámbito organizacional

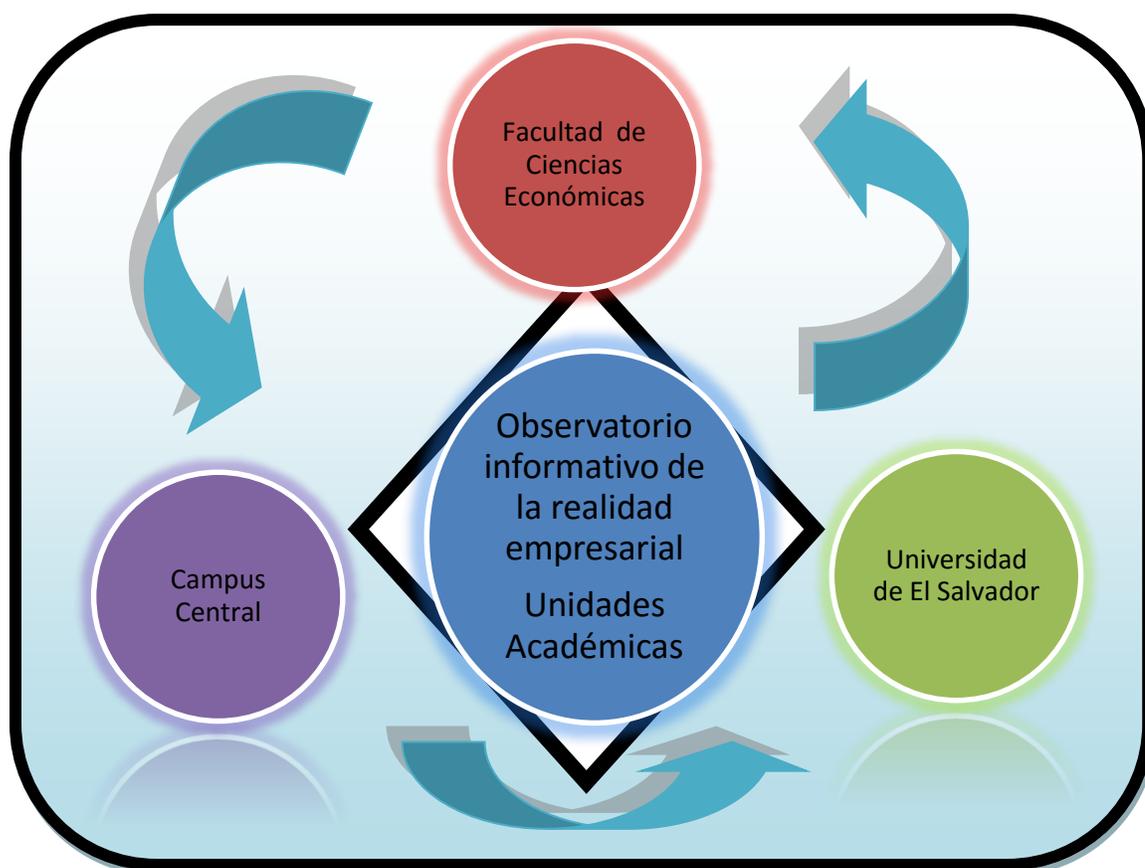
Para establecer la jerarquía que tendrá la nueva unidad académica, se utilizará el organigrama propuesto en el año 2012 para la Facultad de Ciencias Económicas, incorporando a la Escuela de Administración de empresas una nueva dependencia la cual será llamada “observatorio informativo de la realidad empresarial”, para la puesta en marcha de este proyecto se necesitará de la contratación de cuatro personas.

ii. Ámbito espacial

Dado que el proyecto va dirigido a la Escuela de Administración de Empresas, el área geográfica en donde tendrá influencia el “observatorio informativo de la realidad

empresarial” será la Facultad de Ciencias Económicas, pues es en uno de los espacios que esta tiene en donde estará ubicado.

Figura N° 2. Ámbito espacial del observatorio informativo de la realidad empresarial



Fuente: Elaboración propia

iii. Ámbito temporal

El impacto del proyecto a través del tiempo se considera indefinido, sin embargo los recursos tecnológicos que el observatorio utilizará tienen una vida útil, así para la computadora su vida depende de varios factores como el desgaste natural y la

obsolescencia, por lo que se considera que se cambian cada tres a cinco años, mientras que la impresora y el UPS tiene una vida útil de cinco años.

iv. Ámbito de negociación

Con la ejecución de un proyecto se puede afectar el entorno en el que se piensa realizar, por lo que se hace necesario hacer negociaciones con los afectados, para la puesta en marcha del proyecto observatorio informativo de la realidad empresarial, se tiene que negociar la contratación del personal que se necesitará.

Para la aprobación de la unidad académica se debe negociar con los involucrados, que según la legislación universitaria son:

- ✓ **Decano de la Facultad de Ciencias Económicas:** Para que la creación de la nueva unidad académica se pueda llevar a cabo, tiene que pasar a revisión para su aprobación, primeramente por el decano, por ser el máximo funcionario ejecutivo a nivel de la Facultad, tiene además entre sus deberes y atribuciones el de proponer a la Junta Directiva asuntos relacionados a los servicios que presta la Facultad, para que posteriormente el estudio de factibilidad sobre la creación de un observatorio informativo de la realidad empresarial sea propuesto a la Junta Directiva.
- ✓ **Jefe de la Escuela de Administración de Empresas:** Es la persona encargada de proporcionar toda la información y la firma de toda documentación requerida para el proyecto.
- ✓ **Docentes de la Escuela de Administración de Empresas:** Estos son los que apoyarán al observatorio informativo de la realidad empresarial ya que ellos saben todo en cuanto a administración de empresas se refiere, por lo tanto son esenciales para la publicación de información que ahí se realice.
- ✓ **Unidad financiera:** Está es la responsable de recibir todos los presupuestos de las diferentes unidades académicas que componen la Facultad de Ciencias Económicas para su funcionamiento.

- ✓ **Junta directiva de la Facultad de Ciencias Económicas:** Es el órgano de mayor jerarquía dentro de la Facultad y el responsable de proponer al Consejo Superior Universitario la creación de la nueva unidad académica a fin de que sea aprobada.
- ✓ **Asamblea General Universitaria:** Es el órgano responsable de ratificar previo al estudio de factibilidad y de acuerdo a las necesidades de enseñanza el observatorio informativo de la realidad empresarial como nueva unidad académica.

b. Actores

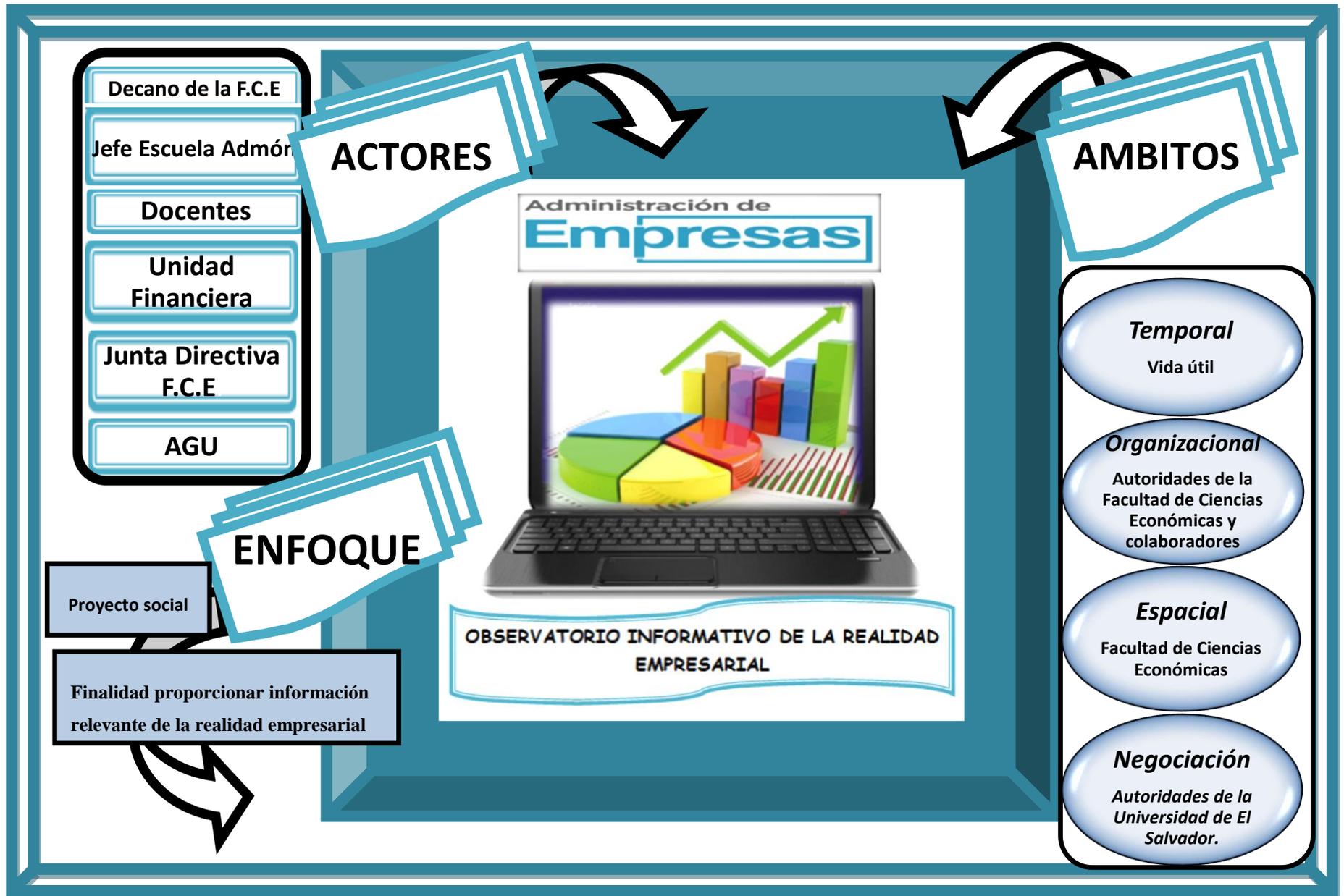
Los actores del proyecto del observatorio informativo de la realidad empresarial son los diferentes grupos de interés sobre el cual impactará ya sea de una manera positiva o negativa, los cuales son:

- ✓ Decano de la Facultad de Ciencias Económicas
- ✓ Jefe de la Escuela de Administración de Empresas
- ✓ Los docentes que laboran en la Escuela de Administración de Empresas
- ✓ Los empresarios de la microempresa y pequeña empresa
- ✓ Sociedad en general
- ✓ La unidad financiera
- ✓ La Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas
- ✓ Asamblea General Universitaria

c. Enfoque

El enfoque que tiene este proyecto es social, debido a que no persigue ninguna retribución económica, sino más bien la finalidad del observatorio, es proporcionar información relevante sobre la realidad empresarial a todo aquel interesado en conocerla, razón por la cual no se hará ningún tipo de cobro por consultar la información ahí presentada, contribuyendo así a la enseñanza.

Figura N° 3. Evaluación de elementos cualitativos del proyecto



Fuente: Elaboración propia

d. VIABILIDAD DEL PROYECTO

En este punto se evalúa el proyecto con el propósito de identificar si es viable o no, es decir, si este puede o no ser ejecutado, por lo que se tiene que determinar si reúne las dimensiones técnicas, de mercado, gerenciales, medioambientales y legales.

A continuación se desarrollan cada uno los puntos mencionados anteriormente para el proyecto creación de un observatorio informativo de la realidad empresarial.

✓ Viabilidad técnica:

Aquí se identifican los requerimientos de recursos que se necesitan para que el observatorio pueda llevarse a cabo, por lo tanto este proyecto es técnicamente viable ya que cuenta con las instalaciones adecuadas ubicadas en uno de los edificios de la Facultad de Ciencias Económicas, además se tiene la capacidad para adquirir los recursos tecnológicos necesarios para la implementación y, se cuenta con personal calificado para la utilización de todo el equipo que se necesita para la operación del proyecto una vez que se ponga en marcha.

✓ Viabilidad de mercado:

Se analizó el mercado, lo que permitió constatar que para el observatorio existe demanda, razón por la cual este proyecto cuando se ponga en marcha tendrá la demanda de aquellos usuarios que quieran mantenerse informados de la realidad empresarial y de temas relacionados tanto a su actividad docente, estudiantil o económica según sea el caso.

✓ Viabilidad legal:

Para este proyecto se siguieron los pasos para crear una unidad académica, y esto se hizo mediante la Ley Orgánica y el reglamento de la Universidad de El Salvador, así como también del reglamento que tiene la Facultad de Ciencias Económicas, por lo que se puede decir que es viablemente legal ya que está conforme a lo estipulado en las leyes y reglamentos antes mencionados.

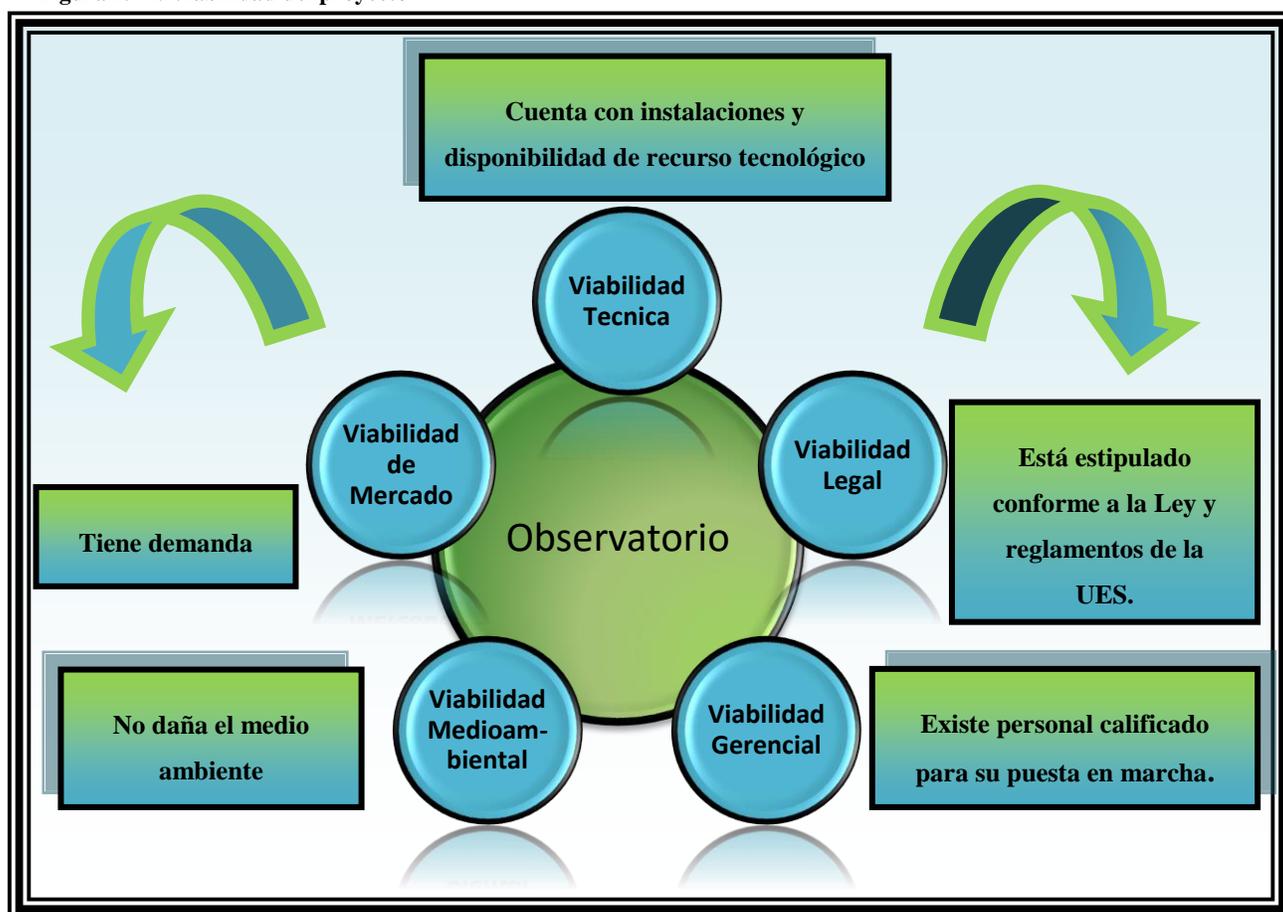
✓ **Viabilidad gerencial:**

Se identifica si se cuenta con personal calificado, para este caso en particular, el proyecto reúne las condiciones gerenciales para ser ejecutado, por lo que al implementarlo permitirá que se realice una eficiente administración de los recursos necesarios para su puesta en marcha.

✓ **Viabilidad medioambiental:**

Es importante a la hora de poner en marcha un proyecto el impacto que este tendrá en el entorno, para este caso en particular, la implementación de este proyecto no dañará el medio ambiente, razón por la cual es viable ambientalmente.

Figura N° 4. Viabilidad del proyecto



2. Evaluación cuantitativa

a. Factibilidad

El estudio de factibilidad es un análisis que se le realiza a un proyecto, con el propósito de determinar la posibilidad de ser realizado en forma efectiva. Además los resultados de este estudio proveen información para tomar una decisión de iniciar o no el proyecto.

A continuación se mencionan la factibilidad de mercado, técnica, organizacional y gerencia, económica y social para el proyecto en estudio.

i. Factibilidad de mercado

Caracterización del mercado

Para que el observatorio informativo de la realidad empresarial tenga más visitas y consultas, este debe de cumplir con ciertas condiciones, razón por la cual es necesario que el observatorio tenga características tal y como se menciona en la pregunta once del cuestionario dirigido para los tres sectores, los cuales son los docentes, estudiantes y empresarios. (Ver pregunta 10 del anexo 2, 3 y 4 para los tres sectores).

Otro punto importante para los sectores antes mencionados es que la plataforma virtual del observatorio tenga ciertas herramientas, con el propósito de que se pueda hacer más fácil el acceso a la información ahí presentada. (Ver pregunta 11 del anexo 2, 3 y 4 para los tres sectores).

El observatorio debe de poner especial atención tanto a las características como a las herramientas, porque pueden influenciar a la demanda a que consulten el servicio con una mayor confianza.

Demanda potencial del observatorio informativo de la realidad empresarial

La demanda potencial al crear el observatorio informativo de la realidad empresarial es de 96 empresarios, 26 docentes y 92 estudiantes, dando como resultado un total de 214

personas, las cuales estarían interesados en visitar el observatorio, tal y como se menciona en la pregunta doce formulada en el cuestionario de los tres sectores antes mencionados, en la cual se les preguntó la frecuencia de visita al observatorio dando como resultado que un 46% de los docentes visitaría el observatorio diariamente, un 47% de empresarios lo haría semanalmente al igual que los estudiantes con un 55%.

Por lo tanto se puede decir que independientemente de la frecuencia de visitas que tengan al observatorio todos los encuestados estarían dispuestos a visitarlo.

Además, para darle un mayor respaldo a la pregunta doce, en la pregunta trece formulada para los empresarios y docentes, y en la pregunta catorce para los estudiantes, se les preguntó si se apoyarían de la información que le proporcionara el observatorio, en la cual se pudo afirmar por medio de la investigación que un 76% de los empresarios, 81% de los docentes y un 84% de los estudiantes, manifestaron que sí, se apoyarían de la información que el observatorio de la realidad empresarial publicara.

ii. Factibilidad técnica

El observatorio informativo de la realidad empresarial de la Facultad de Ciencias Económicas, es factible técnicamente, ya que su posible aplicación en el proyecto implica la compatibilidad entre los procesos técnicos propuestos, el tamaño, la ubicación de las instalaciones así como también la selección de tecnologías.

iii. Factibilidad organizacional

El observatorio informativo de la realidad empresarial es factible organizacionalmente, ya que implica la creación de las unidades académicas dentro de la universidad de El Salvador, específicamente en la Legislación Universitaria (pasos a seguir para su constitución detallada en el capítulo 1), el cual es adecuado para el proyecto.

iv. Factibilidad social

El presente proyecto sobre la creación del observatorio informativo de la realidad empresarial, tiene un impacto social positivo tanto en los docentes y estudiantes de la Escuela de Administración de Empresas, así como también los empresarios y para todo aquel interesado en consultar la información publicada en el observatorio, ya que de esta manera se está contribuyendo al proceso de la enseñanza y el aprendizaje mediante una nueva y moderna modalidad, como lo es la creación de la plataforma virtual con fines educativos. Por lo tanto el proyecto es socialmente factible.

v. Factibilidad económica

La creación del observatorio informativo es económicamente factible, ya que al evaluar los resultados de los estudios anteriores se determinó el costo total de los recursos requeridos para la puesta en marcha del proyecto y además se tiene la capacidad para invertir en dichos insumos

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Con base a los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los docentes, estudiantes de cuarto año, quinto año y egresados de la Escuela de Administración de Empresas, micro y pequeños empresarios se determinó lo siguiente:

- ✓ Al poner en marcha el observatorio informativo de la realidad empresarial este sí tendría demanda, ya que tanto los docentes, estudiantes y empresarios estarían dispuestos en apoyarse de la información que el observatorio brindará.
- ✓ Mediante la encuesta se comprobó que los usuarios antes mencionados, para que visiten el observatorio este debe de cumplir con ciertos requisitos para el fácil acceso de la información ahí publicada.
- ✓ Los empresarios y docentes están dispuestos a colaborar mediante la publicidad de boca en boca para que terceras personas consulten la información publicada por el observatorio informativo de la realidad empresarial.
- ✓ Los docentes están dispuestos a colaborar con investigaciones que han realizado a lo largo de su carrera profesional, para que estas puedan publicarse en el observatorio informativo de la realidad empresarial.
- ✓ Los estudiantes colaborarían con anuncios para que sean publicados en la plataforma virtual del observatorio, con el propósito de beneficiar a la población estudiantil.

Recomendaciones

- ✓ Crear el observatorio informativo de la realidad empresarial, debido a que este tiene demanda para que se pueda llevar a cabo, razón por la cual las autoridades de la Universidad de El Salvador deben de aprobar su creación para que los docentes, estudiantes, empresarios y todo aquel interesado puedan apoyarse de la información ahí contenida.
- ✓ Tomar en cuenta la opinión de los tres sectores antes mencionados, a la hora de diseñar la plataforma virtual del observatorio, ya que esto permitirá que los usuarios se sientan más seguros a la hora de ingresar a la plataforma.
- ✓ Aprovechar la colaboración de los docentes y empresarios dando a conocer la existencia del servicio mediante la publicidad de boca en boca ya que de esta manera se ahorrará gastos por promocionarlo.
- ✓ Aprovechar los conocimientos que tienen los docentes de la Escuela de la Facultad, ya que ellos son los que conocen las áreas de interés que se publicarán en el observatorio.
- ✓ Con la ayuda de los estudiantes publicar anuncios que beneficien la población estudiantil como ofertas de empleo, pasantías, servicio social.

CAPÍTULO III. PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL OBSERVATORIO INFORMATIVO EMPRESARIAL EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.

A. Factibilidad de mercado

1. Características y descripción del servicio

Partiendo de la investigación de campo que se realizó, se elaboró la propuesta de la plataforma virtual del Observatorio Informativo de la Realidad Empresarial, para la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, dicha propuesta también se especifica de la siguiente manera:

Cuadro N° 15: Elementos de la plataforma virtual del observatorio

Elemento	Descripción
Características	Para facilitar el proceso se propone que la plataforma del Observatorio de la Realidad Empresarial tenga las siguientes características: <ul style="list-style-type: none"> • Fácil acceso a la plataforma desde cualquier medio. • Información actualizada veraz y oportuna.
Diseño	Se propone un diseño único, y con una imagen representativa del Observatorio Informativo de la Realidad Empresarial la cual es la imagen del edificio de Direcciones.
Herramientas	Para la plataforma del Observatorio Informativo de la Realidad Empresarial se propone que se utilice las siguientes herramientas: <ul style="list-style-type: none"> • Foros de discusión. • Video conferencia.
Anuncios	También se propone incluir los siguientes anuncios: <ul style="list-style-type: none"> • Ofertas de empleo. • Servicio social.

2. Definición de observatorio de la realidad empresarial

El observatorio de la Escuela de Administración de Empresas, es un sistema permanente y actualizado, tiene como propósito fundamental transmitir conocimiento de la realidad empresarial y de las áreas de la administración a través de la investigación, documentación, sistematización y análisis de la información.

También se incluye en la propuesta la ubicación del enlace de la plataforma virtual del Observatorio informativo de la Realidad Empresarial y la forma en cómo el usuario puede acceder a ella, de igual manera se especifica su respectivo contenido el cual formará parte de la información que allí se proporcionará, los pasos se muestran de la siguiente manera: Cuadro N° 16: Pasos para acceder a la plataforma virtual del observatorio

Paso 1	Se propone que el enlace de la plataforma virtual del Observatorio de la Realidad Empresarial sea colocado en la plataforma virtual de la Facultad de Ciencias Económicas.
Paso 2	Se accede a la plataforma virtual del Observatorio Informativo de la Realidad Empresarial en el cual se propone los contenidos informativos cada uno con sus respectivos enlaces para acceder a ellos de la siguiente manera: <ul style="list-style-type: none"> • Observatorio Informativo de la Realidad Empresarial. • Realidad Empresarial. • Administración de Empresas. • Escuela de Administración de Empresas.
Paso 3	En cada enlace mencionado anteriormente se propone los contenidos respectivos para cada uno de ellos.
Paso 4	Con respecto al enlace de Administración de empresas se propone las diferentes áreas de interés en el cual al acceder a estos se despliega otras opciones de búsqueda en donde se muestra su respectivo contenido.

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

A continuación se muestra la forma de acceder a ella de acuerdo a la tabla anterior

Paso 1: Ubicación del observatorio en la plataforma virtual de la Facultad de Ciencias Económicas



Paso 2. Plataforma virtual del observatorio informativo de la realidad empresarial



Paso 3: Contenidos del observatorio informativo de la realidad empresarial

Observatorio Informativo de la Realidad Empresarial	Realidad Empresarial	Administración de Empresas	Escuela de Administración de Empresas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Historia ✓ Misión ✓ Visión ✓ Valores 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Empresarial ✓ Leyes ✓ Medio ambiente ✓ Ética empresarial ✓ Salud ✓ Educación 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Administración General ✓ Administración Financiera ✓ Administración de Recursos Humanos ✓ Administración de la Producción ✓ Administración de Mercadotecnia ✓ Tecnología de la Información 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Eventos estudiantiles ✓ Ofertas de empleo ✓ Servicio social



Paso 4: Temas de interés de la administración de empresas

Administración de Empresas



- | | | | | | |
|--|---|---|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Planificación ✓ • Organización • Liderazgo • Ejecución y control • Planificación estratégica ✓ | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Análisis e interpretación de estados financieros ✓ Administración financiera ✓ Estudios de factibilidad para proyectos de inversión | <ul style="list-style-type: none"> • Reclutamiento y selección de personal • Contratación e inducción • Salarios y planillas • Ética laboral • Leyes laborales | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Administración de la cadena de suministros ✓ Salud y seguridad industrial ✓ Calidad total ✓ Leyes ISO | <ul style="list-style-type: none"> • Administración de mercado • Identificar necesidades de mercado • Satisfacer deseos de mercado • Estrategias de ventas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reingeniería ✓ Cambios de paradigma ✓ Capacitaciones sobre sistemas de información ✓ Innovación en computadoras |
|--|---|---|--|--|--|

Análisis de la demanda

Debido a que la naturaleza del proyecto es social, el número de usuarios que demandaran el servicio del observatorio informativo de la realidad empresarial es infinito.

Por lo que se propone que al momento que el proyecto se ejecute, el encargado de crear la plataforma virtual del observatorio agregue un contador de visitas, en el cual se pueda cuantificar a los usuarios que consulten el observatorio.

B. Factibilidad técnica

1. Ingeniería del proyecto

En este apartado se mencionarán todos los insumos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, así como también el proceso productivo.

a. Proceso productivo

Las actividades que se realizarán para llevar a cabo el proceso de transferencia de la información sobre la realidad empresarial y temas sobre la administración se detallan a continuación:

- ✓ **Entrada de datos:** Proceso por el cual se requiere hacer indagaciones a través de la investigación sobre temas de interés, para procesar la información obtenida posteriormente.

- ✓ **Almacenamiento:** Reúne y analiza los datos, almacenando la información guardada en el proceso anterior.

- ✓ **Procesamiento de la información:** Proceso que organiza la información, a través de una serie de elementos, la transformación de los datos puede ser utilizada para la toma de decisiones.

- ✓ **Salida de información:** Es el último proceso, el cual se refiere a presentar la información obtenida anteriormente para ser transferida a un tercero, estas salidas puede ser de diversas formas a nivel visual, por medio de sonidos y escrito.

2. Inversiones en maquinaria y equipo

Para que la unidad académica funcione en óptimas condiciones deberá contar con recursos tecnológicos, mobiliario y equipo así como también de insumos que garanticen la adecuada prestación de los servicios que el observatorio ofrecerá.

Cuadro N° 17: Detalle de los recursos para el funcionamiento de la unidad

Descripción	Cantidad
Recursos tecnológicos	4- Computadoras HP 4- UPS 1- Impresora multifuncional
Mobiliario y equipo	1- Mesa para impresora 4- Escritorios 1- Credenza 3- Archivos 7- Sillas secretariales 1- Teléfono con fax 3- Teléfonos 1- Pizarra 2- Sillones de espera
Insumos	1- Resma de papel 3- Borradores para pizarra 3- Cajas de folder tamaño carta 1- Caja de lapiceros de 24 unidades 1- Caja de lápices de 24 unidades 4- Perforadores 4- Engrapadoras 2- Cajas de fasteners de 100 unidades 1- Caja de pilot para pizarra de 12 unidades

a. Depreciación de mobiliario y equipo

El mobiliario y equipo que se utilizará para el funcionamiento de la unidad académica se depreciarán, debido a que sufrirán un desgaste por el uso que se haga de ellos, es de mencionar que por ser más de un mobiliario y equipo lo que se requerirá, solamente se realizará un cuadro en donde se calculará la depreciación de uno en representación de los restantes.

4 Computadoras

Cuadro N° 18. Cálculo de la depreciación para una de las 4 computadoras

PERIODO (AÑOS)	PRECIO	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
0	\$1,490.00	\$0.00	\$0.00
1	\$1,192.00	\$298.00	\$298.00
2	\$894.00	\$298.00	\$596.00
3	\$596.00	\$298.00	\$894.00
4	\$298.00	\$298.00	\$1,192.00
5	\$0.00	\$298.00	\$1,490.00

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

4 UPS

Cuadro N° 19. Cálculo de la depreciación para uno de los 4 UPS

PERIODO (AÑOS)	PRECIO	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
0	\$97.00	\$0.00	\$0.00
1	\$77.60	\$19.40	\$19.40
2	\$58.20	\$19.40	\$38.80
3	\$38.80	\$19.40	\$58.20
4	\$19.40	\$19.40	\$77.60
5	\$0.00	\$19.40	\$97.00

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

Impresora multifuncional HP

Cuadro N° 20. Cálculo de la depreciación de 1 impresora

PERIODO (AÑOS)	PRECIO	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
0	\$1,425.00	\$0.00	\$0.00
1	\$1,140.00	\$285.00	\$285.00
2	\$855.00	\$285.00	\$570.00
3	\$570.00	\$285.00	\$855.00
4	\$285.00	\$285.00	\$1,140.00
5	\$0.00	\$285.00	\$1,425.00

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

1 mesa para impresora

Cuadro N° 21. Cálculo de la depreciación de 1 mesa para impresora

PERIODO (AÑOS)	PRECIO	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
0	\$85.00	\$0.00	\$0.00
1	\$68.00	\$17.00	\$17.00
2	\$51.00	\$17.00	\$34.00
3	\$34.00	\$17.00	\$51.00
4	\$17.00	\$17.00	\$68.00
5	\$0.00	\$17.00	\$85.00

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

4 escritorios

Cuadro N° 22. Cálculo de la depreciación para uno de los 4 escritorios

PERIODO (AÑOS)	PRECIO	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
0	\$465.00	\$0.00	\$0.00
1	\$372.00	\$93.00	\$93.00
2	\$279.00	\$93.00	\$186.00
3	\$186.00	\$93.00	\$279.00
4	\$93.00	\$93.00	\$372.00
5	\$0.00	\$93.00	\$465.00

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

1 credenza

Cuadro N° 23. Cálculo de la depreciación de 1 credenza

PERIODO (AÑOS)	PRECIO	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
0	\$400.00	\$0.00	\$0.00
1	\$320.00	\$80.00	\$80.00
2	\$240.00	\$80.00	\$160.00
3	\$160.00	\$80.00	\$240.00
4	\$80.00	\$80.00	\$320.00
5	\$0.00	\$80.00	\$400.00

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

3 archivo

Cuadro N° 24. Cálculo de la depreciación para uno de los 3 archivos

PERIODO (AÑOS)	PRECIO	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
0	\$128.50	\$0.00	\$0.00
1	\$102.80	\$25.70	\$25.70
2	\$77.10	\$25.70	\$51.40
3	\$51.40	\$25.70	\$77.10
4	\$25.70	\$25.70	\$102.80
5	\$0.00	\$25.70	\$128.50

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

7 sillas secretariales

Cuadro N° 25. Cálculo de la depreciación para una de las 7 sillas secretariales

PERIODO (AÑOS)	PRECIO	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
0	\$65.00	\$0.00	\$0.00
1	\$52.00	\$13.00	\$13.00
2	\$39.00	\$13.00	\$26.00
3	\$26.00	\$13.00	\$39.00
4	\$13.00	\$13.00	\$52.00
5	\$0.00	\$13.00	\$65.00

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

1 teléfono con fax

Cuadro N° 26. Cálculo de la depreciación para 1 teléfono con fax

PERIODO (AÑOS)	PRECIO	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
0	\$170.00	\$0.00	\$0.00
1	\$136.00	\$34.00	\$34.00
2	\$102.00	\$34.00	\$68.00
3	\$68.00	\$34.00	\$102.00
4	\$34.00	\$34.00	\$136.00
5	\$0.00	\$34.00	\$170.00

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

1 pizarra

Cuadro N° 27. Cálculo de la depreciación para 1 pizarra

PERIODO (AÑOS)	PRECIO	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
0	\$229.00	\$0.00	\$0.00
1	\$183.20	\$45.80	\$45.80
2	\$137.40	\$45.80	\$91.60
3	\$91.60	\$45.80	\$137.40
4	\$45.80	\$45.80	\$183.20
5	\$0.00	\$45.80	\$229.00

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

2 sillones de espera

Cuadro N° 28. Cálculo de la depreciación para uno de los 2 sillones de espera

PERIODO (AÑOS)	PRECIO	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
0	\$152.00	\$0.00	\$0.00
1	\$121.60	\$30.40	\$30.40
2	\$91.20	\$30.40	\$60.80
3	\$60.80	\$30.40	\$91.20
4	\$30.40	\$30.40	\$121.60
5	\$0.00	\$30.40	\$152.00

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

Cuadro N° 29: Cuadro resumen de las depreciaciones anuales

CANTIDAD	PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	DEPRECIACIÓN	TOTAL
4	COMPUTADORA	\$ 1,490.00	\$ 298.00	\$ 1,192.00
4	UPS	\$ 97.00	\$ 19.40	\$ 77.60
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	\$ 1,425.00	\$ 285.00	\$ 285.00
4	ESCRITORIO	\$ 465.00	\$ 93.00	\$ 372.00
1	CREDENZA	\$ 400.00	\$ 80.00	\$ 80.00
3	ARCHIVO	\$ 128.50	\$ 25.70	\$ 77.10
1	MESA P/ IMPRESORA	\$ 85.00	\$ 17.00	\$ 17.00
7	SILLA SECRETARIAL	\$ 65.00	\$ 65.00	\$ 455.00
1	TELÉFONO CON FAX	\$ 170.00	\$ 34.00	\$ 34.00
3	TELÉFONO	\$ 20.00	\$ 4.00	\$ 12.00
2	SILLON DE ESPERA	\$ 152.00	\$ 30.40	\$ 60.80
1	MESA P/ JUNTA	\$ 430.00	\$ 86.00	\$ 86.00
1	PIZARRA	\$ 229.00	\$ 45.80	\$ 45.80
	TOTAL			\$ 2,794.30

Para efectos de este proyecto se ha realizado las depreciaciones financieramente, pero para efectos fiscales no son aplicables a la Universidad, razón por la cual no se verá reflejado en el flujo de egresos.

3. Requerimientos de personal

Para que la unidad académica funcione se necesita de la contratación del siguiente personal, los cuales deberán estar capacitados para realizar las actividades propias de su profesión para garantizar la prestación de un eficiente servicio:

- ✓ Jefe de la unidad académica (administrador de empresas)
- ✓ Apoyo al jefe (Administrador de empresas)
- ✓ Ingeniero en sistemas (apoyo de la unidad de informática)

El personal mencionado anteriormente se contratará a tiempo completo, teniendo el mismo horario del personal administrativo que labora en la Facultad de Ciencias Económicas, es decir, de 8:00 a.m. a 4:00 p.m.

Cabe mencionar que el ingeniero en sistemas a pesar que se necesita para que le dé mantenimiento al equipo informático y soporte al personal de la unidad académica, no se requiere de su contratación ya que la Facultad de Ciencias Económicas cuenta con un área llamada “Unidad de Informática” la cual se encarga de cumplir todos los requerimientos demandados por dicha Facultad, razón por la cual el observatorio informativo de la realidad empresarial tiene que trabajar junto con esta unidad para que supla todas sus necesidades informáticas.

4. Localización de la instalación

a. Instalaciones físicas

La localización de la instalación es importante dentro del área técnica de este proyecto ya que se buscó el lugar más adecuado para ubicar el observatorio informativo de la realidad empresarial. Para este proyecto, como se ha mencionado en apartados anteriores el lugar destinado para su puesta en marcha está ubicado dentro de las instalaciones de la Facultad de Ciencias Económicas.

Específicamente en el edificio de Administración Académica, en el que actualmente se están desarrollando todas las gestiones necesarias para realizarle una readecuación a todo el edificio, queda un espacio disponible en el que se puede ubicar. Razón por la cual el presente proyecto se ubicará dentro de mencionado edificio, porque contará con el espacio físico ideal para que el observatorio funcione en óptimas condiciones.

5. Tamaño de la instalación

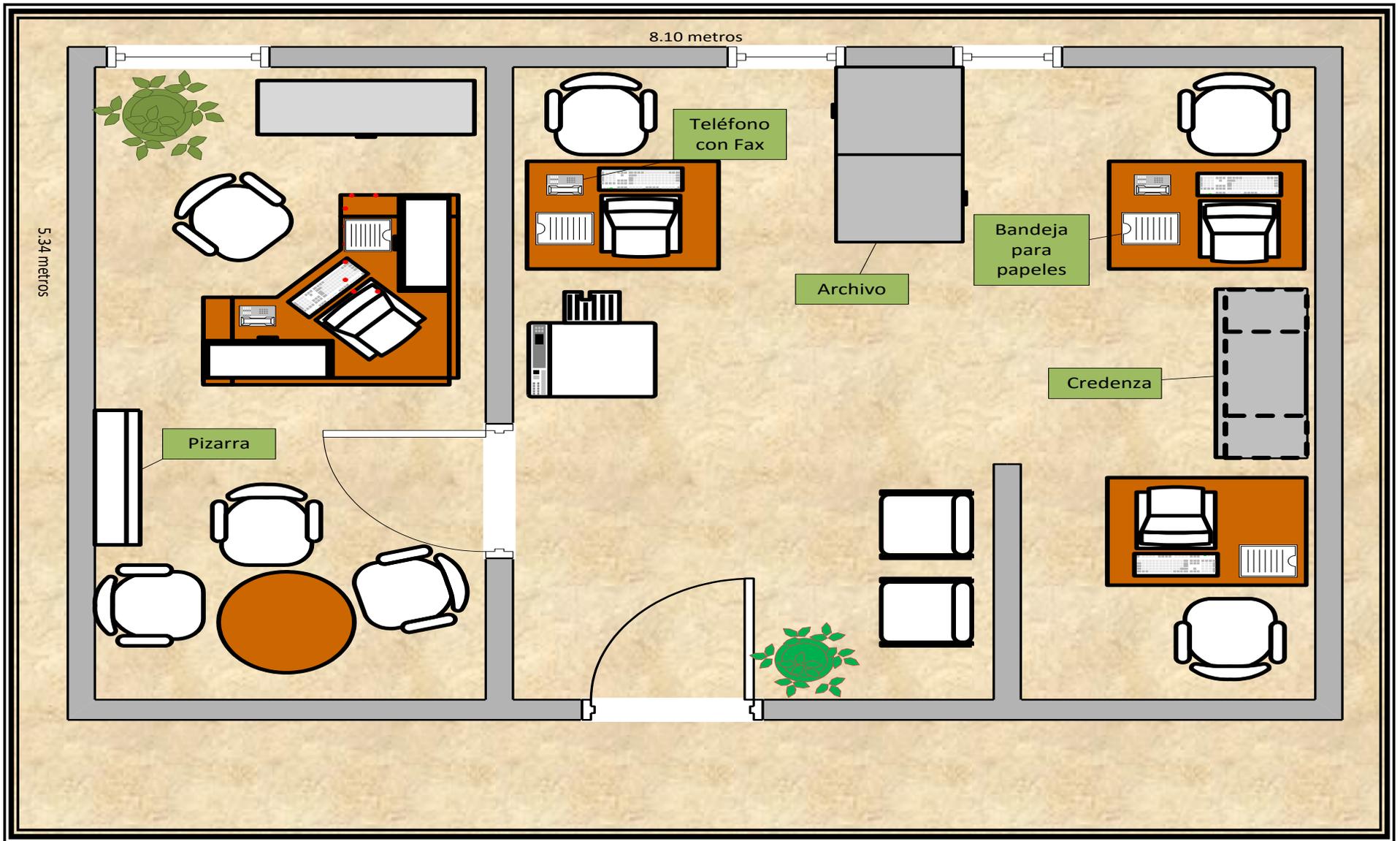
El tamaño de la instalación una vez se realice la remodelación del edificio tendrá aproximadamente las siguientes dimensiones 8.10 metros de largo por 5.34 metros de ancho, contando con el espacio suficiente para que la unidad académica funcione.

6. Distribución de la instalación

La distribución de la instalación está determinada tanto por el espacio con el que se cuenta como por la cantidad de personas y recursos que se necesitan para que el proyecto se pueda ejecutar.

Considerando el espacio disponible para la puesta en marcha del proyecto a continuación se detalla cómo quedaría distribuido el espacio físico:

Figura N° 5



Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

C. Factibilidad organizacional

1. Organización y herramientas administrativas

a. Organización

La estructura de la unidad académica debe de estar diseñada de tal manera que sea clara para todos, por lo que se requiere el establecimiento de una estructura organizativa en la cual se pueda definir el grado de autoridad.

Como se había mencionado en apartados anteriores, la unidad académica formará parte del organigrama propuesto para la Facultad de Ciencias Económicas, el cual se ubicará como dependencia de la Escuela de Administración de Empresas. (Ver figura 2 de la pág. 129 de este documento).

b. Herramientas administrativas

El análisis y descripción de puestos que están determinados como propuesta dentro de la unidad académica se describen de la siguiente manera:

En el análisis de puesto se detallan los requisitos, responsabilidades que se exige para desempeñarlo adecuadamente. Mientras que en la descripción de puestos se deja por escrito las tareas específicas que distingue a un puesto de otro.

Para la unidad académica se detalla el perfil de las personas que ocuparán los puestos de trabajo. Los cuales se detallan a continuación:

	Unidad académica	
	Observatorio Informativo de la Realidad Empresarial Escuela de Administración de Empresas	
	Manual de análisis y descripción de puesto	Fecha 21/09/2016

Manual de Análisis Y Descripción de Puestos

Elaborado por: Equipo de trabajo

	Unidad académica Observatorio Informativo de la Realidad Empresarial Escuela de Administración de Empresas	
	Manual de análisis y descripción de puesto	Fecha 21/09/2016

Descripción del puesto

INFORMACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del puesto:	Jefe de la unidad académica
Cantidad de personas para el puesto:	1
Departamento ò Área :	Administración
Denominación de puesto:	Unidad académica, observatorio
Salario:	\$ 1,300.00
Días laborales:	Lunes – Viernes
Horarios de trabajo:	8:00 am – 4:00 pm
Tipo de plaza:	Permanente
Concurso:	Interno

Objetivo del puesto

Dirigir, organizar, supervisar, controlar y evaluar el personal a su cargo con la finalidad de optimizar la operatividad de la Unidad Académica.

Descripción general del puesto

- ✓ El trabajo requiere que se siga la misión, visión, políticas y valores que la Facultad de Ciencias Económicas tiene.
- ✓ Se requiere trabajo con eficiencia y eficacia. También capacidad para supervisar al personal subalterno. Le corresponde asignar, coordinar, supervisar, analizar y tomar decisiones de todo el trabajo de todo el personal de la unidad académica.
- ✓ El trabajo será evaluado por las respectivas autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas.

	Unidad académica Observatorio Informativo de la Realidad Empresarial Escuela de Administración de Empresas	
	Manual de análisis y descripción de puesto	Fecha 21/09/2016

Descripción de funciones diarias:

- ✓ Realizar un análisis de toda la información que se obtenga, para que posteriormente sea publicada en el Observatorio de la Realidad Empresarial.

Descripciones de funciones periódicas:

- ✓ Asistir a reuniones con superiores, compañeros y subalternos con el fin de coordinar actividades, mejorar métodos y procedimientos de trabajo, analizar y resolver problemas que se presenten en el desarrollo de las labores.

Descripciones de funciones eventuales:

- ✓ Nombrar un encargado de la unidad académica en caso de ausencia.

Requisitos del puesto:

Nivel académico:	✓ Licenciado en Administración de Empresas
Edad:	Entre 30 y 50 años
Cursos o estudios realizado para el puesto:	Administración de personal
Competencias requeridas:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimiento básico de idioma inglés ✓ Conocimiento básico de informática. ✓ Conocimiento en leyes ✓ Conocimiento del puesto
Años de experiencia:	Tres años de experiencia relacionada con la actividad del puesto.
Género:	Ambos sexos.



Unidad académica
Observatorio Informativo de la Realidad Empresarial
Escuela de Administración de Empresas

**Manual de análisis y
 descripción de puesto**

Fecha
 21/09/2016

Habilidades:

- ✓ Manejo de programas informáticos (Word, Excel, Power Point , entre otros)
- ✓ Habilidad mental, liderazgo e iniciativa para resolver problemas
- ✓ Capacidad para trabajar en equipo
- ✓ Capacidad para redactar y analizar la información obtenida
- ✓ Excelentes relaciones personales
- ✓ Analizar situaciones y tomar decisiones.
- ✓ Flexible y con alta disposición a los cambios

Características personales requeridas:

- ✓ Dinámico
- ✓ Responsable
- ✓ Honesto
- ✓ Creativo

Responsabilidades:

- ✓ Número de personas bajo supervisión: personal de la unidad académica.
- ✓ Equipo: mobiliario, recursos tecnológicos, de la unidad académica.

Autorización del perfil de puesto: F. _____

Decano Facultad de Ciencias Económicas

	Unidad académica Observatorio Informativo de la Realidad Empresarial Escuela de Administración de Empresas	
	Manual de análisis y descripción de puesto	Fecha 21/09/2016

Descripción del puesto

INFORMACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del puesto:	Apoyo en unidad académica.
Cantidad de personas para el puesto:	2
Departamento ò Área :	Administrativo
Denominación de puesto:	Unidad académica, observatorio
Salario:	\$ 850.00
Días laborales:	Lunes – Viernes
Horarios de trabajo:	8:00 am – 4:00 pm
Tipo de plaza:	Permanente
Concurso:	Interno

Objetivo del puesto:

Brindar apoyo y asistencia administrativa directamente al jefe para el funcionamiento de la unidad académica.

Descripción general del puesto:

- ✓ El trabajo se realizará con la eficiencia y eficacia para detallar la información y realizar su respectivo análisis.
- ✓ El trabajo requiere que se realice en equipo, para coordinar las tareas.

	Unidad académica Observatorio Informativo de la Realidad Empresarial Escuela de Administración de Empresas	
	Manual de análisis y descripción de puesto	Fecha 21/09/2016

Descripción de funciones diarias:

- ✓ Realizar investigaciones para obtener información relevante sobre las áreas de interés relacionadas con la administración y la realidad empresarial.
- ✓ Analizar la información obtenida, y darle su respectiva redacción.
- ✓ Llevará un registro sistemático de toda la información obtenida a través de una base de datos. Y revisará las publicaciones de la plataforma virtual del observatorio.
- ✓ Llevar un registro de las diferentes actividades que se den dentro de la unidad académica.

Descripción de funciones periódicas:

- ✓ Asistir a reuniones, colaborar con el fin de coordinar las actividades que se lleven a cabo en la unidad.
- ✓ Realizar otras tareas propias al puesto.

Descripción de funciones eventuales:

- ✓ Verificar la información obtenida, así como también de las publicaciones, en la plataforma virtual del observatorio de la realidad empresarial.

Consecuencias del error:

- ✓ Los errores cometidos pueden causar atrasos de consideración en las respectivas actividades que se realizan en la unidad académica.

	Unidad académica Observatorio Informativo de la Realidad Empresarial Escuela de Administración de Empresas	
	Manual de análisis y descripción de puesto	Fecha 21/09/2016

Requisitos del puesto:

Nivel académico:	Licenciado en Administración de Empresas
Edad:	Entre 30 y 40 años
Cursos o estudios realizado para el puesto:	Cursos en programación
Competencias requeridas:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimiento básico de idioma inglés. ✓ Conocimiento de manejo de plataformas virtuales.
Años de experiencia:	Un año de experiencia relacionado con la actividad del puesto
Género:	Ambos sexos

Habilidades:

- ✓ Manejo de programas informáticos (Word, Excel, Power Point , entre otros)
- ✓ Capacidad para trabajar en equipo
- ✓ Capacidad para redactar y analizar
- ✓ Excelentes relaciones personales

Características personales requeridas:

- ✓ Dinámico
- ✓ Responsable
- ✓ Honesto
- ✓ Trabajador
- ✓ Creativo

	<p align="center">Unidad académica Observatorio Informativo de la Realidad Empresarial Escuela de Administración de Empresas</p>	
	<p align="center">Manual de análisis y descripción de puesto</p>	<p align="center">Fecha 21/09/2016</p>

Responsabilidades:

- a. Equipo: recursos tecnológicos.
- b. Manejo de información confidencial:
 - ✓ Documentos confidenciales sobre la información referida en la unidad académica.

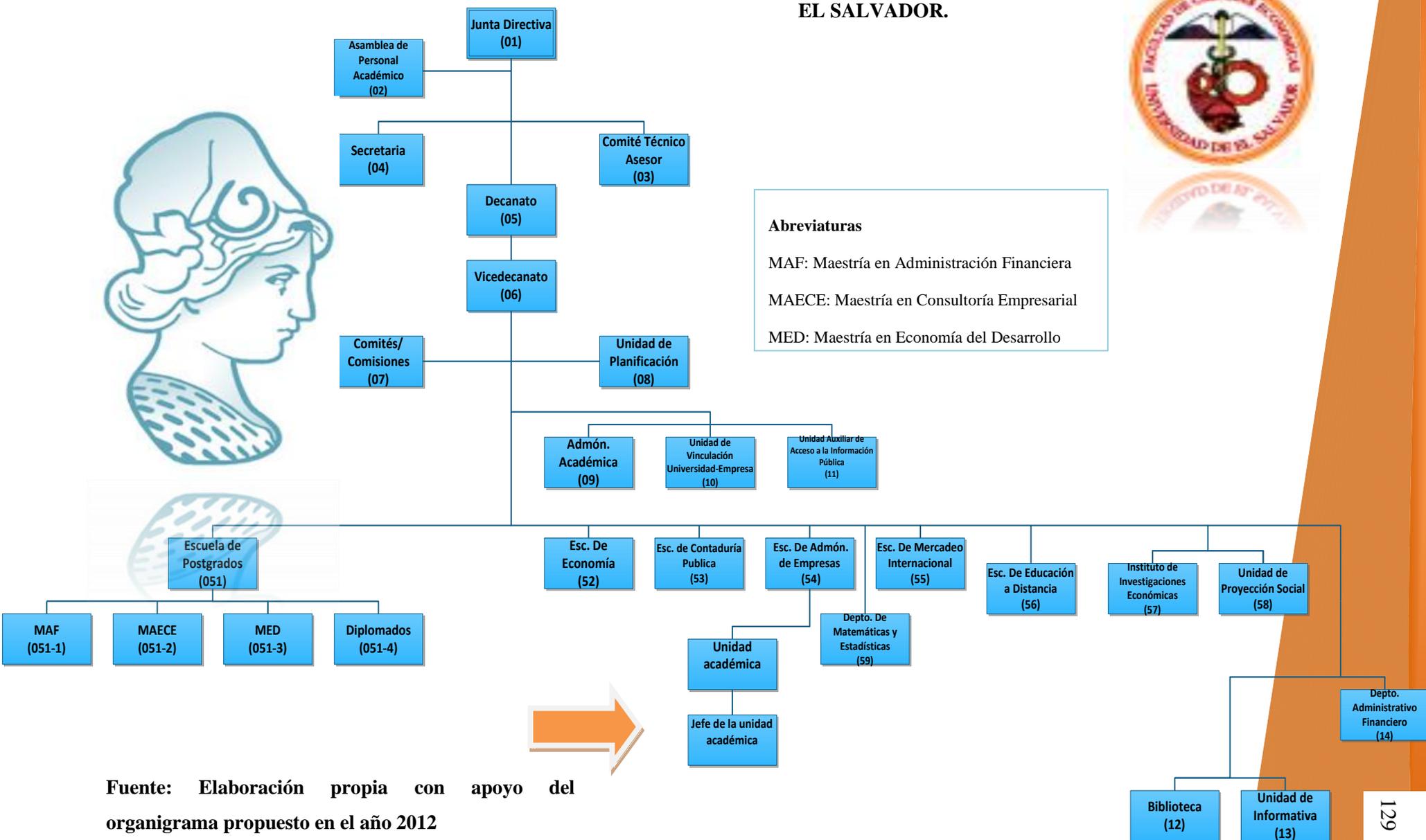
Autorización del perfil de puesto:

f. _____

Decano Facultad de Ciencias Económicas

Figura N° 6

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.



Fuente: Elaboración propia con apoyo del organigrama propuesto en el año 2012

D. Factibilidad económica

1. Inversión total

Para la creación de la unidad académica se requiere de una serie de recursos, tal y como se han detallado en el estudio técnico de este proyecto, por lo que la suma de todos esos recursos serán tomados para determinar la inversión inicial que se necesita para la implementación y sostenimiento de dicha unidad.

a. Gastos en recursos tecnológicos y mobiliario y equipo

En el siguiente cuadro se muestran los costos totales y unitarios de los recursos y mobiliarios que se necesitan para el funcionamiento de la unidad. Los gastos han sido calculados con base a la información proporcionada por activo fijo de la Facultad de Ciencias Económicas.

Cuadro N° 30. Inversión inicial

CANTIDAD	PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	TOTAL
4	COMPUTADORA	\$ 1,490.00	\$ 5,960.00
4	UPS	\$ 97.00	\$ 388.00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	\$ 1,425.00	\$ 1,425.00
4	ESCRITORIO	\$ 465.00	\$ 1,860.00
1	CREDENZA	\$ 400.00	\$ 400.00
3	ARCHIVO	\$ 128.50	\$ 385.50
1	MESA P/ IMPRESORA	\$ 85.00	\$ 85.00
7	SILLA SECRETARIAL	\$ 65.00	\$ 455.00
1	TELÉFONO CON FAX	\$ 170.00	\$ 170.00
3	TELÉFONO	\$ 20.00	\$ 60.00
2	SILLON DE ESPERA	\$ 152.00	\$ 304.00
1	MESA P/ JUNTA	\$ 430.00	\$ 430.00
1	PIZARRA	\$ 229.00	\$ 229.00
SUB-TOTAL			\$ 12,151.50
IMPREVISTOS 10%			\$ 1,215.15
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			\$ 13,366.65

Fuente: Elaborado por el equipo investigador con apoyo de activo fijo de la Facultad de Ciencias Económicas

El monto de la inversión inicial se obtuvo de sumar el total de los gastos de los recursos tecnológicos, el mobiliario y el equipo necesario para el inicio de las operaciones de la unidad académica, además se le calculó un 10% al monto total con el propósito de cubrir gastos con los que no se contaba y que se pueden presentar durante la ejecución del proyecto (imprevistos).

b. Gastos de insumos para la puesta en marcha de la unidad académica

Los complementos (insumos) que se utilizarán en el proceso para que la unidad académica logre brindar el servicio, se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 30. Insumos de oficina

CANTIDAD	PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	RESMA DE PAPEL	\$ 3.00	\$ 3.00
3	BORRADOR P/ PIZARRA	\$ 2.00	\$ 6.00
3	FOLDER T/C	\$ 3.00	\$ 9.00
1	LAPICEROS 24 UNIDADES	\$ 3.80	\$ 3.80
1	LAPICES CAJA DE 12 UNIDADES	\$ 2.00	\$ 2.00
4	PERFORADOR HP	\$ 5.00	\$ 20.00
4	ENGRAPADORAS	\$ 6.00	\$ 24.00
2	FASTENER CAJA 100 UNIDADES	\$ 5.00	\$ 10.00
1	PILOT P/ PIZARRA 12 UNIDADES	\$ 7.00	\$ 7.00
TOTAL INSUMOS DE OFICINA		\$ 36.80	\$ 84.80

Fuente: Elaborado por el equipo investigador con apoyo de activo fijo de la Facultad de Ciencias Económicas

c. Gastos de operación

Los gastos de operación son los gastos de efectivo que son necesarios para las actividades diarias de la unidad académica, los cuales se detallan a continuación:

✓ **Servicios básicos:**

Acá se incluyen los gastos por energía eléctrica, pago de consumo de llamadas telefónicas, agua e internet.

✓ **Insumos**

Debido a que en la tabla anterior se especificó los insumos que se necesitan, en este apartado solamente se traerá el monto de los gastos para que se vean reflejados en el cuadro resumen.

✓ **Sueldos**

En cuanto al pago del jefe de la unidad y los dos administradores, se propone que los sueldos sean de \$1,300 y \$850 respectivamente.

✓ **Imprevistos**

Para el cálculo de gastos que no se han planeado, pero que pudieran surgir en un momento dado durante la operación del proyecto, se estima un porcentaje del 10% para cubrirlos.

✓ **Contribuciones patronales**

Se establece el monto que la universidad pagará en concepto del personal contratado en la unidad académica las cuales son de ley.

Cuadro N° 31. Cálculo de contribuciones patronales

TITULO DE LA PLAZA	N° DE PLAZAS	SUELDO MENSUAL	MONTO ANUAL
Jefe de la unidad académica	1	\$ 1,300.00	\$ 12,000.00
administradores	2	\$ 850.00	\$ 20,400.00
TOTAL			\$ 32,400.00
CONTRIBUCIONES PATRONALES			
AFP (6.75%)			\$ 2,187.00
ISSS (7.5%)			\$ 2,430.00
TOTAL CONTRIBUCIONES			\$ 4,617.00

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

Al seguro social, el patrono deberá pagar una contribución patronal del 7.5%, teniendo un techo de cotización de \$1,000 el cual entró en vigencia a partir de agosto del 2016, aplicado para aquellos empleados que ganen igual o más del salario establecido; y la contribución patronal al AFP es del 6.75% .

Cálculos

Cuadro N° 32. Cálculos del ISSS y AFP

ISSS		AFP	
N° plaza (1*\$1,000) * 12 meses = \$12,000		\$32,400*0.0675= \$2,187	
ISSS 7.5%	(\$12,000+ \$20,400 *0.075) = \$2,430		
TOTAL ISSS	\$2,430	TOTAL AFP	\$2,187

Resumen de gastos de implementación y operación de la unidad académica

Cuadro N° 33. Resumen de gastos

CANTIDAD	PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	TOTAL
4	COMPUTADORA	\$ 1,490.00	\$ 5,960.00
4	UPS	\$ 97.00	\$ 388.00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	\$ 1,425.00	\$ 1,425.00
4	ESCRITORIO	\$ 465.00	\$ 1,860.00
1	CREDENZA	\$ 400.00	\$ 400.00
3	ARCHIVO	\$ 128.50	\$ 385.50
1	MESA P/ IMPRESORA	\$ 85.00	\$ 85.00
7	SILLA SECRETARIAL	\$ 65.00	\$ 455.00
1	TELÉFONO CON FAX	\$ 170.00	\$ 170.00
3	TELÉFONO	\$ 20.00	\$ 60.00
2	SILLON DE ESPERA	\$ 152.00	\$ 304.00
1	MESA P/ JUNTA	\$ 430.00	\$ 430.00
1	PIZARRA	\$ 229.00	\$ 229.00
SUB-TOTAL			\$ 12,151.50
IMPREVISTOS 10%			\$ 1,215.15
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			\$ 13,366.65
DESCRIPCION		MENSUAL	TOTAL ANUAL
INSUMOS		\$ 84.80	\$ 1,017.60
SERVICIOS BASICOS		\$ 130.00	\$ 1,560.00
AGUA	\$ 15.00		
LUZ	\$ 25.00		
TELÉFONO	\$ 35.00		
INTERNET	\$ 55.00		
PROFESIONALES UNIVERSITARIOS		\$ 2,700.00	\$ 32,400.00
JEFE DE LA UNIDAD	\$ 1,300.00	\$ 1,000.00	
ADMINISTRADOR	\$ 850.00	\$ 850.00	
ADMINISTRADOR	\$ 850.00	\$ 850.00	
CONTRIBUCIÓN PATRONAL			\$ 4,617.00
SUB-TOTAL			\$ 39,594.60
IMPREVISTOS 10%			\$ 3,959.46
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN			\$ 43,554.06
INVERSIÓN INICIAL + GASTOS DE OPERACIÓN			\$ 56,920.71

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

Flujo de gastos de la unidad académica

En el siguiente cuadro se muestra la proyección de gastos que tendrá la unidad académica para cinco años.

Cuadro N° 34. Flujo de gastos de la unidad académica

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION INICIAL	\$13,366.65					
GASTOS DE INSUMO		\$ 1,017.60	\$ 1,017.60	\$ 1,017.60	\$ 1,017.60	\$ 1,017.60
SERVICIOS BÁSICOS		\$ 1,560.00	\$ 1,560.00	\$ 1,560.00	\$ 1,560.00	\$ 1,560.00
RECURSO HUMANO		\$ 32,400.00	\$ 32,400.00	\$ 32,400.00	\$ 32,400.00	\$ 32,400.00
IMPREVISTOS		\$ 3,959.46	\$ 3,959.46	\$ 3,959.46	\$ 3,959.46	\$ 3,959.46
CONTRIBUCIÓN PATRONAL		\$ 4,617.00	\$ 4,617.00	\$ 4,617.00	\$ 4,617.00	\$ 4,617.00
TOTAL GASTOS	\$13,366.65	\$ 43,554.06	\$ 43,554.06	\$ 43,554.06	\$ 43,554.06	\$ 43,554.06

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo

Cabe mencionar que para los servicios básicos se está haciendo un estimado de cuánto podría gastar en consumo la unidad académica, razón por la cual al reflejarse en el flujo de gastos se mantienen constantes. Es importante recalcar que el agua, luz eléctrica y consumo de llamadas telefónicas al estar en funcionamiento la unidad serán cubiertos por la Universidad.

d. Fuentes de financiamientos

Para la puesta en marcha de la unidad académica se propone que se pueda realizar de dos formas:

1. De los fondos generales que se le asignan cada año a la Facultad de Ciencias Económicas, establecer un monto con el cual la unidad académica pueda funcionar.
2. Buscar una fuente externa de financiamiento, es decir, formar convenios con los organismos que la Universidad tiene para que donen todos los recursos que se

necesitan para que la unidad académica funcione, o bien, para que cooperen con cierta parte de lo que se requiere.

E. Factibilidad social

En la evaluación social de este proyecto, se mide el impacto que la ejecución de éste generará. Para efecto del Estudio de factibilidad para la creación de un observatorio informativo de la realidad empresarial en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, el estudio de impacto social se comparará en función de los beneficios y costos de la siguiente manera:

Dentro de los beneficios generales que tendrá el proyecto se pueden mencionar:

- ✓ La Universidad de El Salvador, y específicamente la Facultad de Ciencias Económicas tenga mayor presencia dentro de la sociedad.
- ✓ El observatorio será un medio que va a informar del día a día del quehacer académico de la Universidad de El Salvador.
- ✓ El observatorio informativo contribuirá en el área de Administración de Empresas, al proporcionar información de la realidad empresarial.
- ✓ La cooperación que los docentes realizarán, a través de las investigaciones, no generará ningún costo adicional, para la Facultad de Ciencias Económicas.
- ✓ El observatorio proporcionará información actualizada ya que esta se encontrará en constante cambio.
- ✓ Mejorará el acceso a la información, ya que podrán consultar la información desde cualquier dispositivo con acceso a internet.

- ✓ La información a consultar será más rápida, porque en un solo sitio se encontrarán temas de interés académico, social, ambiental y empresarial.
- ✓ El acceder a la plataforma virtual del observatorio será gratuita.

Beneficiarios internos y externos del observatorio informativo de la realidad empresarial

Beneficiarios	
Internos	Externos
✓ Población estudiantil de la Escuela de Administración de Empresas.	✓ Administradores de la micro y pequeña empresa
✓ Docentes de la Escuela de Administración de Empresas.	
✓ Población universitaria en general	✓ Población en general

Los beneficios específicos internos y externos que tendrá el proyecto a los usuarios que lo consulten para tener información relevante sobre la realidad empresarial así como también de las diferentes áreas de la administración de empresas, se mencionan a continuación:

Beneficios internos del proyecto

- ✓ Se tendrá un sitio en el cual los docentes puedan realizar publicaciones de sus investigaciones.

- ✓ Se contará con un espacio dentro de la plataforma virtual en el cual se podrán publicar logros académicos realizados por docentes, así como también de las diferentes actividades extracurriculares que ellos lleven a cabo.
- ✓ Los docentes estarán al corriente de las innovaciones sobre temas relacionados con la administración para compartirlos con sus estudiantes.
- ✓ A los estudiantes el observatorio les servirá como una guía para retroalimentar los conocimientos previamente adquiridos.
- ✓ El observatorio será un medio de apoyo para la población universitaria para obtener información relevante de la realidad empresarial y sobre las áreas de la administración, así como también de las diferentes actividades que se llevarán a cabo dentro de la Facultad de Ciencias Económicas y específicamente de la Escuela de Administración de Empresas.

Beneficios externos

- ✓ Para los empresarios será un apoyo que les servirá para tomar decisiones en su actividad económica.
- ✓ El observatorio será un medio de apoyo para la sociedad en general para obtener información relevante de la realidad empresarial y sobre las áreas de la administración.

Costos:

Los costos de inversión que tenga el proyecto, son mínimos en comparación con los beneficios que traerá consigo la implementación y puesta en marcha del observatorio informativo de la realidad empresarial.

F. Plan de implementación para la creación de la unidad académica en donde funcionará el observatorio informativo de la realidad empresarial.

Una vez determinada la viabilidad del proyecto el paso siguiente es tomar la decisión de implementarlo.

Para la implementación se debe contar con un plan que determine en forma detallada y ordenada en la que se van a desarrollar las actividades para alcanzar los objetivos planeados.

1. Planificación de actividades

a. Objetivo

Desarrollar un plan en el que se muestre de una manera detallada y cronológicamente las actividades necesarias para la implementación de la unidad académica.

b. Actividades de implementación de la unidad académica

A continuación se describen todas las actividades que deben ejecutarse para su creación:

1. Gestionar la aprobación para la creación de la unidad académica en la Facultad de Ciencias Económicas.

En esta actividad se tiene que realizar los trámites legales necesarios con la finalidad de obtener la aprobación de las autoridades correspondientes para que pueda estar legalmente constituida como unidad académica, los pasos se detallaron en el capítulo I de este documento.

2. Reclutamiento y selección del recurso humano

Acá se pondrán a concurso interno los puestos, con el propósito de contratar al recurso humano que se necesita para la puesta en marcha de la unidad, el cual se realizará de acuerdo al perfil propuesto en el capítulo III de este documento, apoyándose además del reglamento interno de la Universidad de El Salvador y de la Facultad de Ciencias Económicas.

3. Alternativa de ubicación

El lugar idóneo para ubicar la unidad se especificó en este capítulo para su respectivo acondicionamiento.

4. Adquisición del mobiliario y equipo

En esta actividad se debe de realizar en detalle los recursos tecnológicos, mobiliario e insumos que se requieren para equipar la unidad, por lo que se tendrán que hacer los trámites pertinentes para su obtención. Cabe mencionar que las especificaciones para el equipamiento fueron descritas en este capítulo.

5. Acondicionamiento de la unidad académica

Se refiere a la ubicación del recurso humano y tecnológico, mobiliario e insumos de acuerdo al espacio físico que ha sido asignado para la unidad, por lo que se tomará como base la distribución propuesta en el capítulo III de este documento.

6. Puesta en marcha de la unidad académica

Esta actividad se refiere a la ejecución del proyecto, es decir, al inicio de las operaciones de la Unidad.

c. Programación de actividades

Para ejecutar el proyecto dentro de un plazo determinado se hará uso del cronograma, con base a esta herramienta se especificarán las actividades a realizar para la implementación de la unidad buscando así optimizar los recursos humanos, materiales y financieros.

A continuación se detallan las actividades con su respectivo tiempo de realización para llevar a cabo la implementación de la unidad académica.

Cuadro N° 31. Cronograma de actividades para la puesta en marcha de la unidad académica

ACTIVIDADES	MESES					
	1	2	3	4	5	6
1. Gestionar la aprobación para la creación de la unidad académica						
2. Reclutamiento y selección del recurso humano						
3. Alternativa de ubicación de la unidad						
4. Adquisición del mobiliario y equipo						
5. Acondicionamiento de la unidad						
6. Puesta en marcha						

2. Evaluación de la implementación

Es importante hacer una revisión de las actividades realizadas respecto a las previstas, es por ello que se debe evaluar la implementación de la unidad académica, porque de esta manera se podrá verificar si el plan propuesto se ha ejecutado conforme a lo diseñado previamente, de no ser así, se deberán de realizar las medidas correctivas necesarias en cuanto al tiempo y otras especificaciones no previstas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS

- ✓ Baca Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos, Séptima Edición, McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V., México D.F, 2013.
- ✓ Cañas Martínez Balbino Sebastián, Manual para Formulación, Evaluación y Ejecución de Proyectos, Cuarta Edición, Impreso en El Salvador, 2006.
- ✓ Fornos Manuel de Jesús, Administración Financiera I, Segunda Edición, Ediciones Contables, El Salvador, 2014.
- ✓ Fornos Manuel de Jesús, Administración Financiera II, Segunda Edición, Ediciones Contables, El Salvador, 2014.
- ✓ Grupo Océano, España. Tutor interactivo: Enciclopedia General para la Enseñanza. Primera Edición, Océano, Barcelona, España, 2002.
- ✓ Sapag Chain, Nassir y otros, Preparación y Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, McGraw-Hill, Latinoamericana, S.A, México D.F, 2008.
- ✓ Soriano Raúl Roja, Guía para realizar Investigaciones Sociales, Edición 40, Editado en México Plaza y Valdez S.A de C.V.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

- ✓ Estudio de factibilidad técnico económico para el montaje de una procesadora de sorbete artesanal, elaborado a partir de las frutas de estación cosechadas por las familias pertenecientes a la asociación cooperativa de producción agropecuaria “La Libertad” de R.L., ubicada en Tamanique, Departamento de la Libertad.
- ✓ Estudio de factibilidad para la creación de la unidad de socorro administrativo-contable y económico que genere un vínculo de práctica y desarrollo entre la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de el Salvador y las microempresas del área urbana del municipio de San Salvador.

LEYES

- ✓ Ley de Educación Superior, artículos 1, 2, 3 y 4, Decreto 468, año 2013.
- ✓ Ley Orgánica de La Universidad de El Salvador, capítulo III, sección primera, artículo 10, Decreto N° 597, año 2012.
- ✓ Reglamento General de la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador, capítulo V, de las Escuelas, Departamentos, Institutos.
- ✓ Reglamento General de la Facultad de Ciencias Económicas, Capítulo IV, de las Escuelas, Departamentos, Institutos y Otras Unidades Académicas, Asamblea General Universitaria, Decreto Legislativo 83, año 2013.

ENTREVISTAS

- ✓ Lic. Rogel Meléndez, jefe de Unidad de Comunicaciones, Facultad de Ciencias y Humanidades, Universidad de El Salvador, información sobre el observatorio que tienen en funcionamiento en su Facultad.
- ✓ Lic. Luis Hernández, jefe de la Escuela de Administración de Empresas.
- ✓ Lic. Oscar Romero Rivas , jefe de planificación

OTROS

- ✓ Facultad de Ciencias Económicas Universidad de El Salvador. Recuperado en: <http://www.fce.ues.edu.sv/index.php/facultad>. Consultado el 23 de agosto de 2015.
- ✓ Programa en línea <http://www.google.com.sv/maps/> consultado el: 24 de septiembre de 2015.
- ✓ Cámara de Comercio de El Salvador.

ANEXOS

ANEXO 1

1. Ley Orgánica de La Universidad De El Salvador

En el capítulo III, sección primera, Art. 10, inciso segundo establece que; Para el cumplimiento de sus fines, la Universidad conservará y establecerá las Facultades, Escuelas, Departamentos, Institutos y Centros de Extensión Universitaria que juzgue conveniente, de acuerdo con las necesidades educacionales y los recursos de que disponga. Todos estos organismos formarán una sola entidad cohesiva y correlacionada en la forma más estrecha.

2. Reglamento General de la Ley Orgánica de La Universidad de El Salvador

En el capítulo V:

De las Facultades

Art. 49. Las Facultades constituyen unidades académicas que agrupan y coordinan áreas afines de desarrollo y podrán estar integradas por Institutos, Escuelas, Departamentos u otra estructura que obedezca a las necesidades propias de la especialidad, la cual estará regulada en el Reglamento General de la Facultad respectiva.

Con el objeto de propiciar la unidad en el quehacer académico de la Universidad y la interdisciplinariedad científica, el CSU podrá crear unidades interfacultades, sin perjuicio de lo establecido en el inciso segundo del artículo 10 de la Ley Orgánica.

De las Escuelas

Art. 50. Las Escuelas son unidades académicas que integran una Facultad y a las que les corresponde la planeación, ejecución y evaluación de la Docencia, Investigación y Proyección Social.

Desarrollan actividades académicas que culminan con un Grado Académico o un Título, Diploma o Certificado de Especialización. Ofrecen además, apoyo académico requerido por otras Facultades.

Unidades Académicas Administrativas en las Facultades

Art. 51. Dentro de una misma Facultad, todas las unidades académicas que administran carrera, deberán tener la categoría de Escuela y en las Facultades que administran una sola, podrán hacerlo de acuerdo a su funcionamiento.

Los Departamentos son unidades académicas que no administran carreras, sino que se encargan de planear y ejecutar programas de enseñanza de disciplinas o grupo de disciplinas afines y estarán regulados por el Reglamento General de cada Facultad, en el que también se establecerá la organización de Escuelas, Departamentos y Secciones, según sean las necesidades de la Facultad.

De los Institutos

Art. 55. Los Institutos son unidades académicas dedicadas a la investigación, capacitación y actividades de difusión; en una o varias disciplinas científicas, culturales, artísticas o tecnológicas y de problemas de interés nacional y/o centroamericano.

Los Institutos pueden estar adscritos a una Facultad o Escuela, según la naturaleza del mismo o bien formar una unidad académica independiente de ellas, conforme lo disponga el CSU.

El acuerdo de creación de los Institutos estará sujeto a la aprobación previa de su Reglamento Interno el cual regulará su organización y funcionamiento. El reglamento será aprobado por la AGU a propuesta del CSU.

3. Reglamento General de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador

Capítulo II

DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Art. 4. La Facultad es una unidad académica constituida de la Universidad de El Salvador, que goza de autonomía administrativa, técnica y financiera según lo dispuesto en el Art. 10, inciso final de la Ley Orgánica y demás Reglamentos vigentes de la Universidad de El Salvador, para prestar servicios de educación superior y formar profesionales en las disciplinas de las ciencias económicas.

Art. 5. La Facultad tendrá como finalidades específicas las siguientes:

- a) La enseñanza superior de las disciplinas académico científicas que administre de conformidad a los planes de estudio vigentes;
- b) Fomentar la investigación en las referidas disciplinas y otras relacionadas, en busca de soluciones a problemas nacionales, regionales y de la humanidad; y
- c) Promover la integración del pensamiento universitario a la problemática económica social, en función de su visión y misión.

En el cumplimiento de sus finalidades la Facultad tendrá amplias relaciones y colaborará estrechamente con las diferentes Facultades y demás Unidades Académicas y Administrativas de la Universidad; asimismo podrá establecer relaciones de cooperación con entidades académicas-científicas, culturales, gremiales, y otras instituciones públicas y privadas, nacionales y extranjeras, que teniendo finalidades similares, puedan contribuir al desarrollo científico tecnológico de las ciencias económicas.

Capítulo IV

DE LAS ESCUELAS, DEPARTAMENTOS, INSTITUTOS Y OTRAS UNIDADES ACADEMICAS

Sección Primera

De las Escuelas

Art. 17. Las Escuelas son unidades académicas de docencia, investigación, y proyección social que desarrollan o imparten al menos una disciplina o carrera.

Sección segunda

Art. 24. Para el cumplimiento de los objetivos, la organización y funcionamiento de la Facultad, existirán Departamentos Académicos, los cuales estarán integrados por un jefe, cuyas funciones y atribuciones están determinadas en el presente Reglamento.

Los Departamentos estarán enfocados a la gestión de un área o disciplina específica del conocimiento, dependerán funcionalmente del Decano con la finalidad de prestar servicios a las Escuelas de la Facultad.

De los Institutos

Instituto de Investigaciones Económicas (INVE-UES)

Artículo 27. Para el desarrollo de la investigación científica y tecnológica en la Facultad, existe el Instituto de Investigación Económica, que se abrevia “INVE-UES”; el cual prioritariamente, potenciará el vínculo investigación- docencia, que permita incidir en el desarrollo económico y social del país. Para este efecto, deberá cumplir las funciones que establece el artículo 56 del Reglamento de la Ley Orgánica y las que le atribuya en el Reglamento Interno del INVE-UES.

De las Escuelas de Postgrado

Artículo 29. Habrá una Escuela de Postgrado que tendrá como objetivo general, coordinar todas aquellas actividades relacionadas con el desarrollo y funcionamiento de los programas de postgrado de la Facultad.

La Escuela estará regulada por el Reglamento General de Postgrado de la UES y su funcionamiento estará regulado por el Reglamento específico de la misma.

ANEXO 2

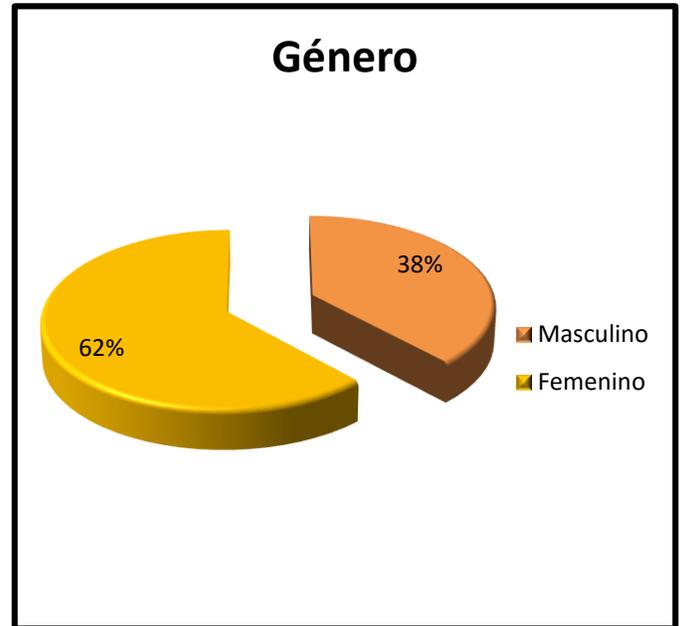
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

ESTUDIANTES

Los estudiantes de la Escuela de Administración de Empresas en la Facultad de Ciencias Económicas que respondieron el cuestionario fueron 92, cuyas respuestas se presentan a continuación

DATOS GENERALES

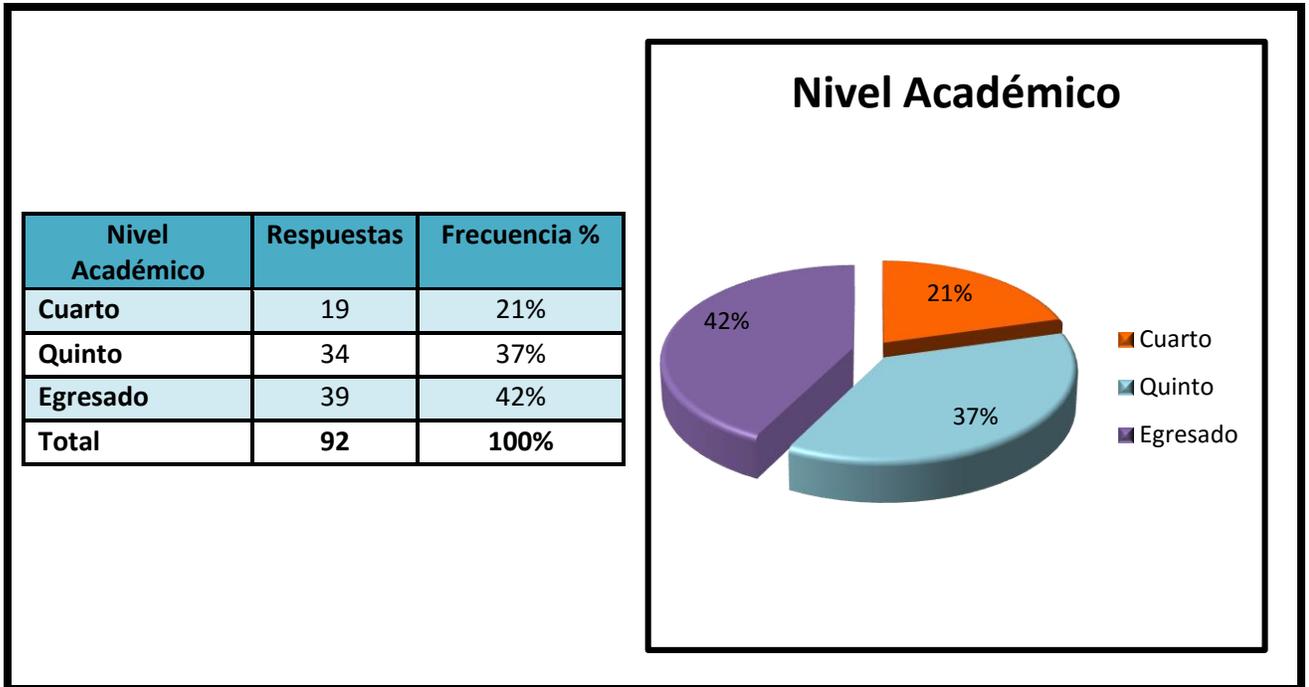
Género	Respuestas	Frecuencia %
Masculino	35	38%
Femenino	57	62%
Total	92	100%



Interpretación:

Los datos generales que se presentan a continuación pertenecen a noventa y dos estudiantes que respondieron el cuestionario. El 62% de los estudiantes son del género femenino y tan solo el 38% de los encuestados son del género masculino.

Nivel académico

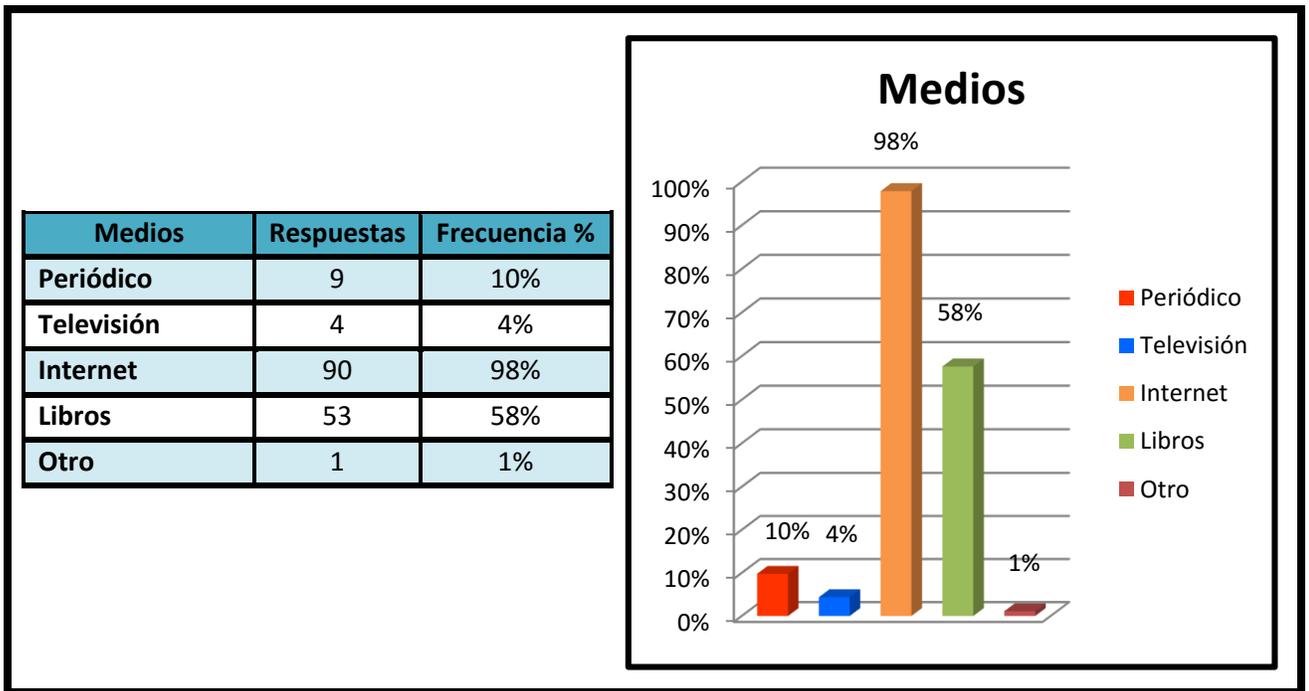


Interpretación:

Como se puede observar en la gráfica anterior de los 92 estudiantes que colaboraron en contestar el cuestionario 39 de ellos son egresados, seguido de estudiantes de quinto año y solo un pequeño porcentaje contestaron ser de cuarto año de la población estudiantil de la Escuela de Administración de Empresas.

1. ¿Cuáles son los medios que utiliza para obtener información relevante sobre el quehacer de su actividad académica?

Cuadro N° 1. Medios para obtener información para su actividad académica

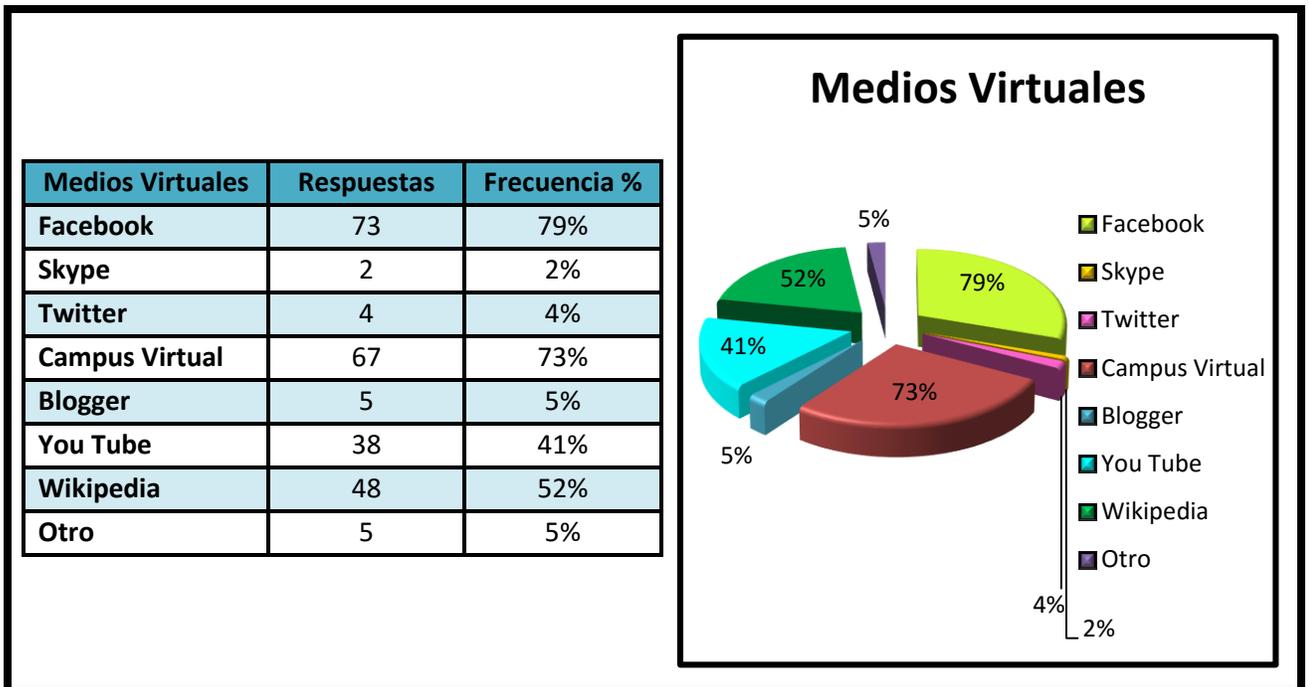


Interpretación:

Los medios para obtener información representan, el internet con mayor demanda, pues un 98% de los encuestados respondió que le ayuda a obtener información relevante para su actividad académica, y en un 58% consideran que los libros es el medio que utiliza para obtener información. Por lo tanto el observatorio debe darle mayor relevancia al internet, pues el facilita cualquier búsqueda informativa.

2. De los siguientes medios virtuales ¿En cuáles se apoya para el quehacer de su actividad académica?

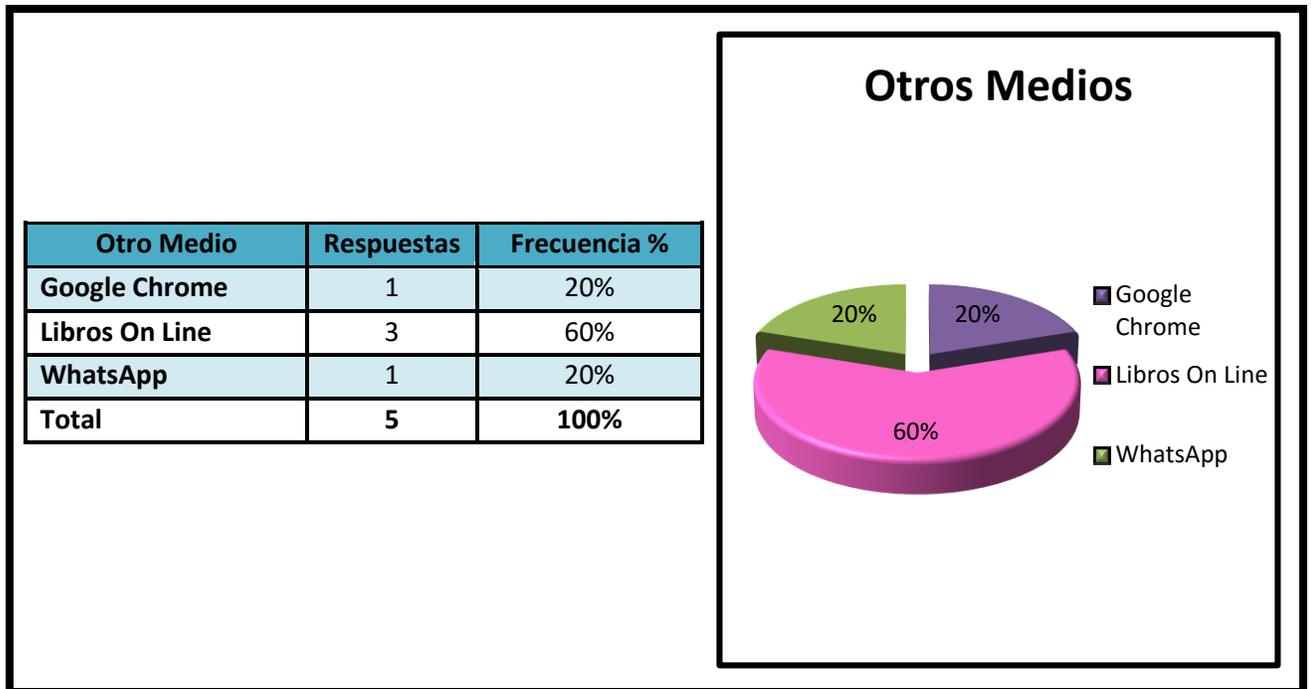
Cuadro N° 2. Medios virtuales en los que se apoya para su actividad académica



Interpretación:

Con un 79% el Facebook representa la mayor demanda para los encuestados ya que es el medio virtual en el que más se apoyan para el quehacer de su actividad académica, mientras tanto el campus virtual también es representativo ya que representa el segundo medio más consultado según los encuestados y Wikipedia representa el tercer medio virtual de consulta más visitado por los encuestados, para apoyarse y así obtener información.

Cuadro N° 2.1. Otros medios virtuales



Interpretación:

Como se mencionó en la pregunta anterior algunos prefieren consultar otro medio virtual para apoyarse en su actividad académica de la siguiente forma, los libros online representa el principal medio para obtener información con un 60%, este medio virtual se convierten en otra alternativa de consulta para los interesados.

3. De los medios virtuales que seleccionó en la pregunta anterior ¿Con qué frecuencia los consulta?

Cuadro N° 3. Medios virtuales que frecuentemente consulta

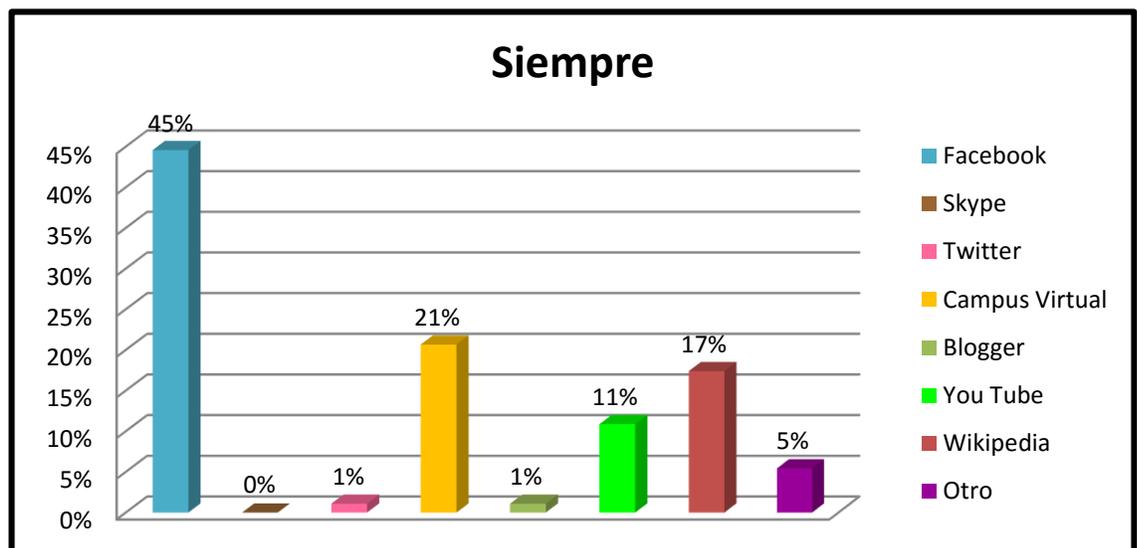
Medios Virtuales	Respuestas				Frecuencia %			
	Siempre	Casi siempre	Casi Nunca	Nunca	Siempre	Casi siempre	Casi Nunca	Nunca
Facebook	41	35	21	0	45%	38%	23%	0%
Skype	0	1	3	5	0%	1%	3%	5%
Twitter	1	4	2	5	1%	4%	2%	5%
Campus Virtual	19	40	11	0	21%	43%	12%	0%
Blogger	1	3	4	5	1%	3%	4%	5%
You Tube	10	25	9	0	11%	27%	10%	0%
Wikipedia	16	25	7	0	17%	27%	8%	0%
Otro	5	5	4	0	5%	5%	4%	0%

Interpretación:

El cuadro anterior contiene un resumen de los medios virtuales seleccionados anteriormente y observando las respuestas se determinan que del total de los que contestaron el cuestionario opinan que los medios virtuales que más frecuentemente consultan de alguna manera ya sea esta siempre, casi siempre, casi nunca, nunca son en primer lugar el Facebook, en segundo lugar el campus virtual, en tercer lugar Wikipedia y por ultimo You Tube.

Cuadro N° 3.1. Frecuencia y gráfica de medios virtuales consultados siempre

Medios Virtuales	Siempre	Frecuencia %
Facebook	41	45%
Skype	0	0%
Twitter	1	1%
Campus Virtual	19	21%
Blogger	1	1%
You Tube	10	11%
Wikipedia	16	17%
Otro	5	5%

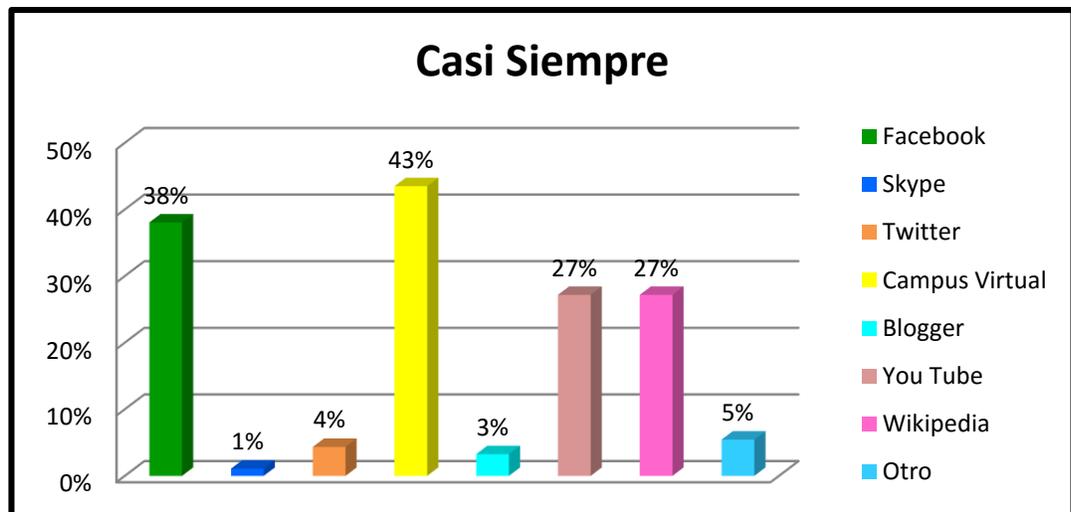


Interpretación:

De acuerdo con los datos obtenidos, se evalúa que el medio virtual que siempre consultan los participantes de este cuestionario es Facebook teniendo una demanda muy alta al momento de consultarlo con un 45% de uso, en comparación del campus virtual que tan solo representa un 21% de consulta para los interesados.

Cuadro N° 3.2. Frecuencia y gráfica de medios virtuales consultados casi siempre

Medios Virtuales	Casi siempre	Frecuencia %
Facebook	35	38%
Skype	1	1%
Twitter	4	4%
Campus Virtual	40	43%
Blogger	3	3%
You Tube	25	27%
Wikipedia	25	27%
Otro	5	5%

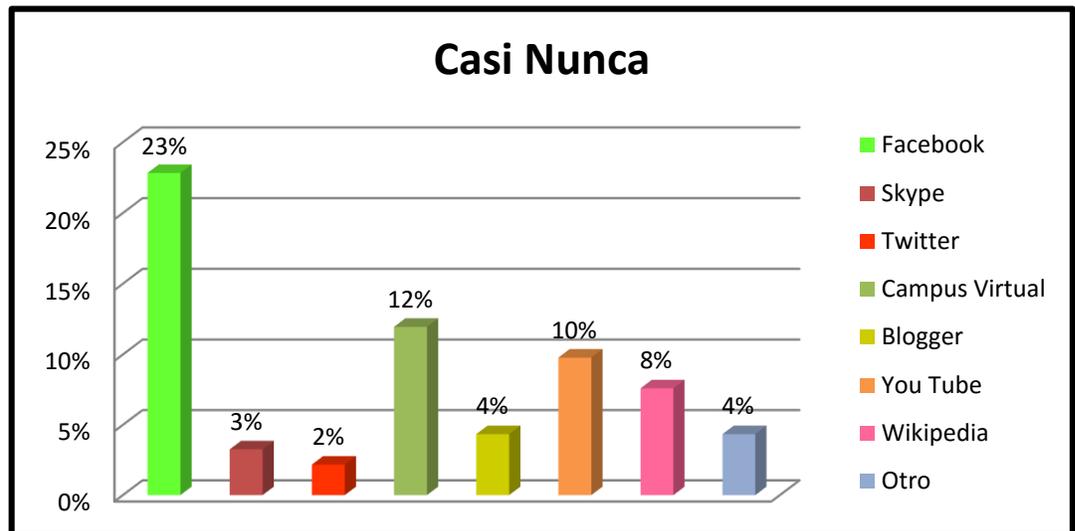


Interpretación:

Las respuestas a esta pregunta tienen relación con la pregunta anterior y eso es bueno porque se trata de conocer la preferencia de los participantes al momento de efectuar una búsqueda por cualquier medio virtual, y como se puede observar el uso de frecuencia es casi siempre consultado con un 43% el campus virtual para obtener cualquier tipo de información y un 38% Facebook se convierte en el segundo medio virtual en el cual los interesados casi siempre consultan para obtener información.

Cuadro N° 3.3. Frecuencia y gráfica de medios virtuales consultados casi nunca

Medios Virtuales	Casi Nunca	Frecuencia %
Facebook	21	23%
Skype	3	3%
Twitter	2	2%
Campus Virtual	11	12%
Blogger	4	4%
You Tube	9	10%
Wikipedia	7	8%
Otro	4	4%

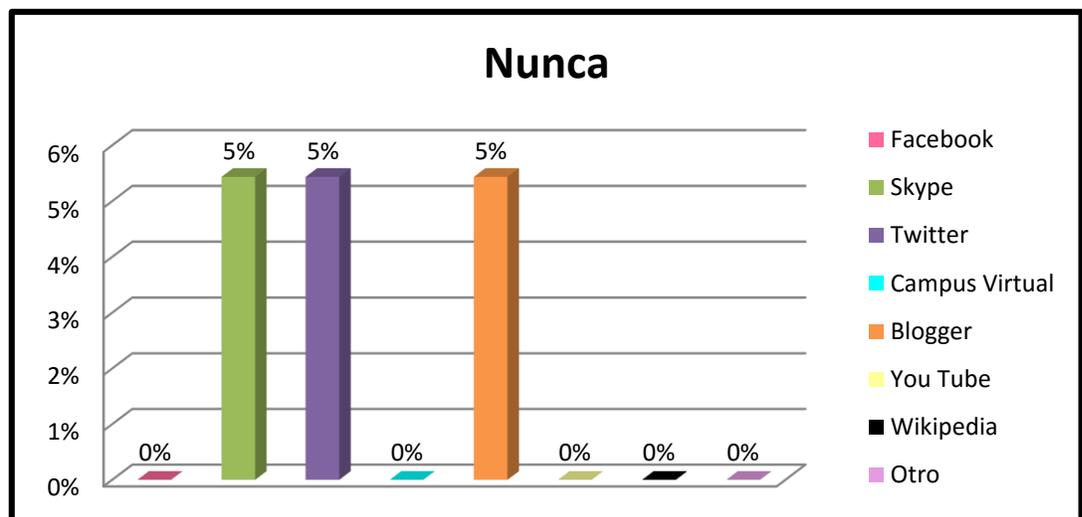


Interpretación:

Al momento de buscar algún tipo de información es determinante en la elección que realiza cada persona para utilizar algún tipo de medio virtual, y por supuesto la frecuencia con que hace cada consulta, los resultados obtenidos de este cuestionario son con un 23% para Facebook, con un 12% para el campus virtual, esto quiere decir que casi nunca se realizan las visitas de consultas en estos medios virtuales.

Cuadro N° 3.4. Frecuencia y gráfica de medios virtuales consultados nunca

Medios Virtuales	Nunca	Frecuencia %
Facebook	0	0%
Skype	5	5%
Twitter	5	5%
Campus Virtual	0	0%
Blogger	5	5%
You Tube	0	0%
Wikipedia	0	0%
Otro	0	0%

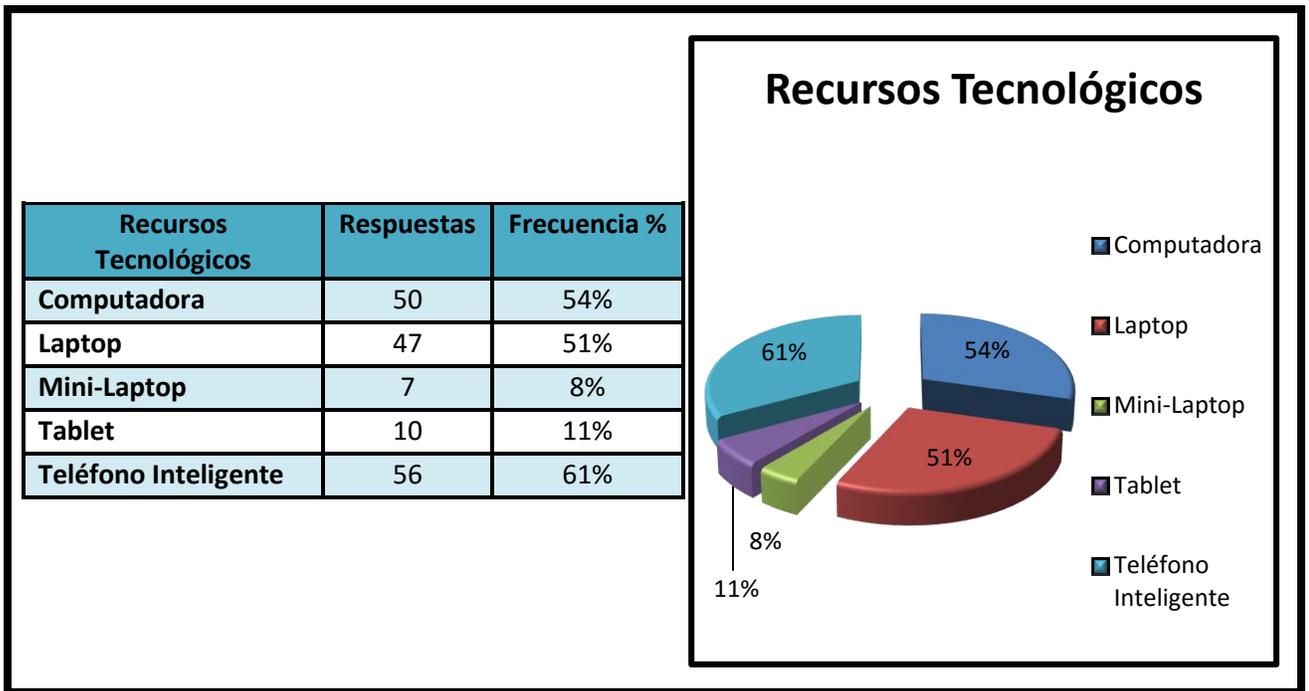


Interpretación:

Los medios virtuales que los participantes nunca consultan son con un 5% Skype, Blogger y Twitter respectivamente, lo cual significa que los participantes de este cuestionario no se apoyan de estos medios para su actividad académica.

4. De los siguientes recursos tecnológicos ¿Cuál utiliza para conectarse a un sitio web?

Cuadro N° 4. Recurso tecnológico que utiliza para conectarse a un sitio web

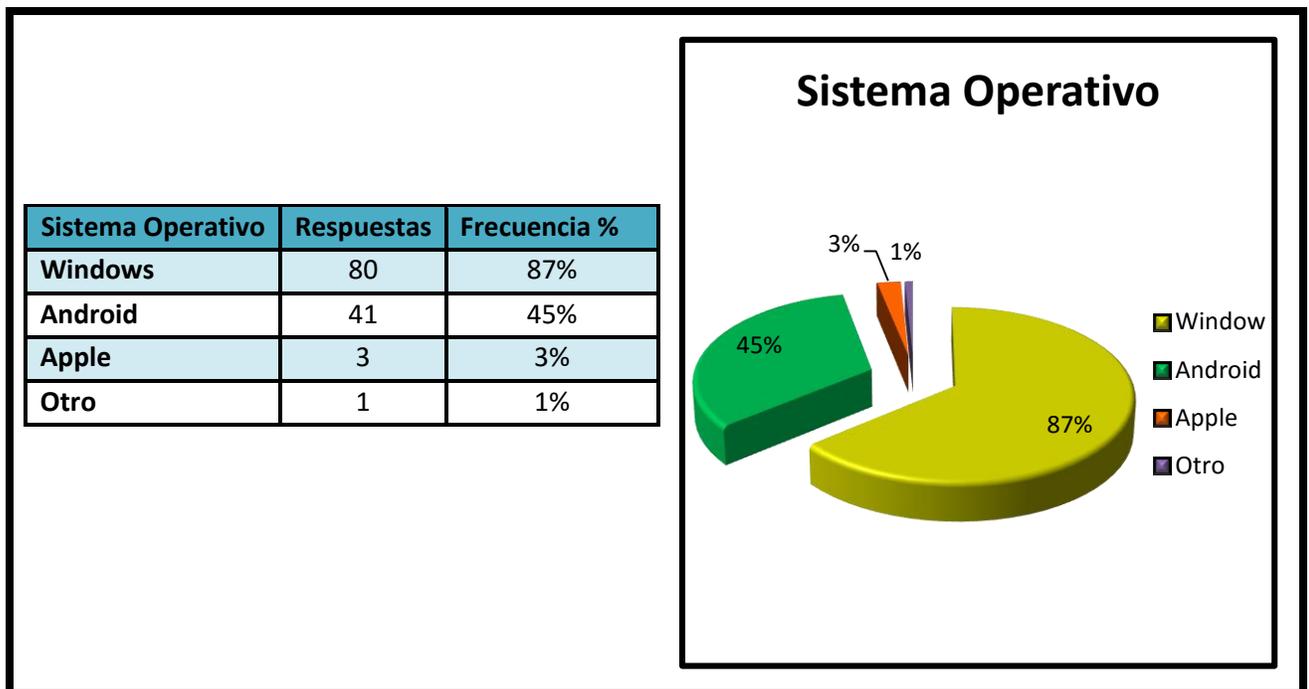


Interpretación:

Los recursos tecnológicos se han convertido en una alternativa que le permite al usuario satisfacer una necesidad de obtener información para conectarse algún sitio web, los resultados obtenidos expresan, que el teléfono inteligente es el más utilizado para conectarse a un sitio web, la computadora opinan que se convierte en una buena elección posicionándose en segundo lugar y la preferencia al utilizar una laptop es de un 51%, de los encuestados que hacen uso de ella para conectarse a un sitio web

5. De los recursos tecnológicos que seleccionó en la pregunta anterior ¿Qué sistema operativo utiliza?

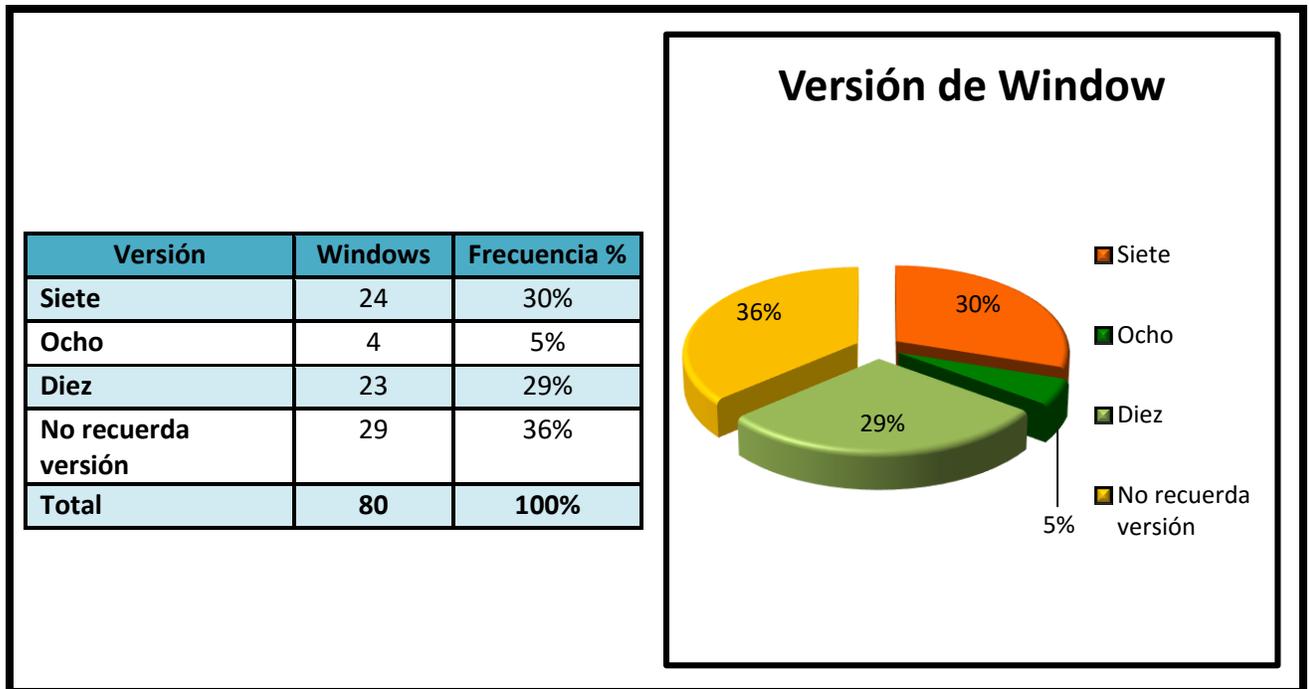
Cuadro N° 5. Sistema operativo que utiliza en los recursos tecnológicos



Interpretación:

Las respuestas a esta pregunta tienen relación con la pregunta anterior, pues todo recurso tecnológico necesita de un sistema operativo que le permita administrar de forma eficaz los recursos y por supuesto que permita además la interacción con el usuario, esto es muy importante en la toma de decisiones de cada participante por lo tanto los resultados obtenidos son en un 87% opina que Windows es el sistema operativo que más utiliza, del total de los encuestados tiene como sistema operativo en sus recursos tecnológicos el sistema operativo Android un 45% de los interesados lo utiliza.

Cuadro N° 5.1. Frecuencia y grafica de versión Windows



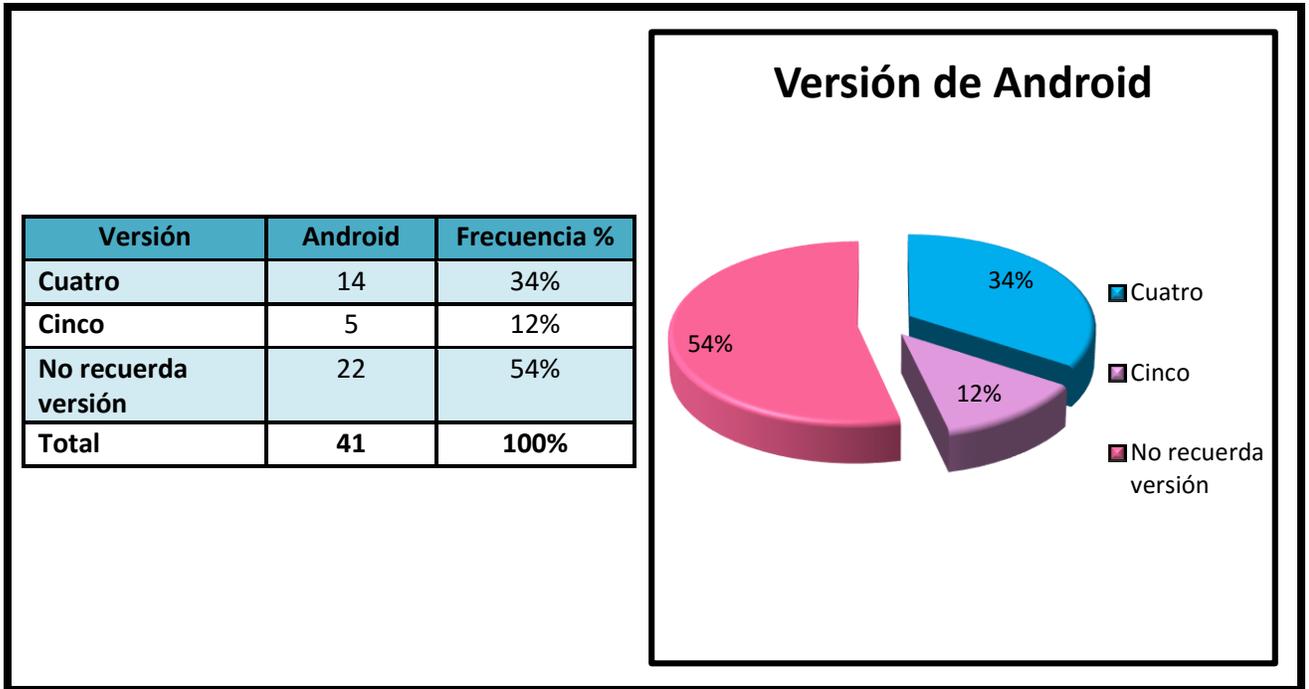
Interpretación:

Windows es el sistema operativo más utilizado por los usuarios, Windows siete es la versión más utilizada con un 30% según opinan los encuestados esta versión está diseñada para uso en PC, incluyendo equipos de escritorio en hogares y oficinas así como también en equipos portátiles.

La preferencia de tener Windows diez es del 29% ya que esta versión hace que el usuario tenga una experiencia de uso mucho más familiar.

Y tan solo un 5% de los encuestados tiene Windows ocho, esta versión presenta cambios en el menú de inicio, en la interacción y en la conectividad.

Cuadro N° 5.2. Frecuencia y gráfica de versión Android



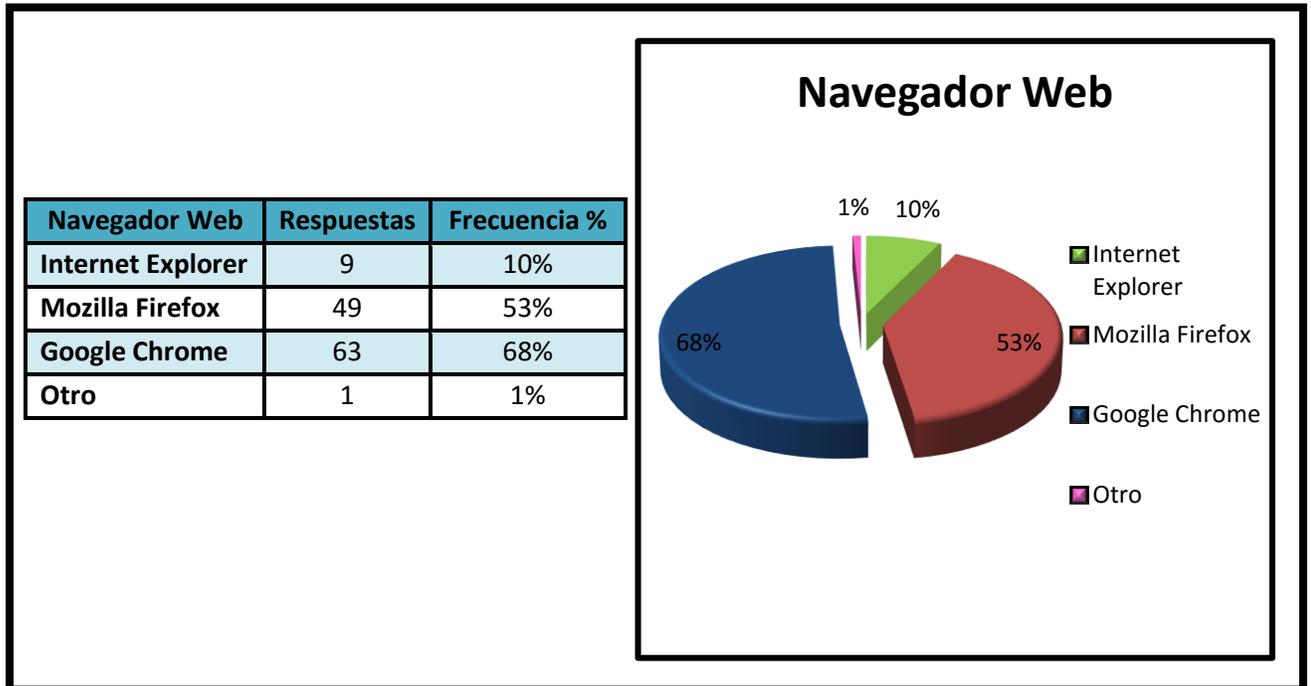
Interpretación:

Android es un sistema operativo inicialmente pensado para teléfonos móviles con pantalla táctil como teléfonos inteligentes y Tablet. Lo que lo hace diferente es que está basado en Linux, un núcleo de sistema operativo libre, gratuito y multiplataforma.

Es importante señalar que tan solo el 34% opina que utiliza alguna de las cuatro sub-versiones que tiene la versión de Android cuatro, y un 12% de los encuestados prefieren a utilizar alguna de las cuatro sub-versiones de la versión cinco.

6. ¿Qué tipo de navegador web utiliza con mayor frecuencia?

Cuadro N° 6. Tipo de navegador web que utiliza con mayor frecuencia



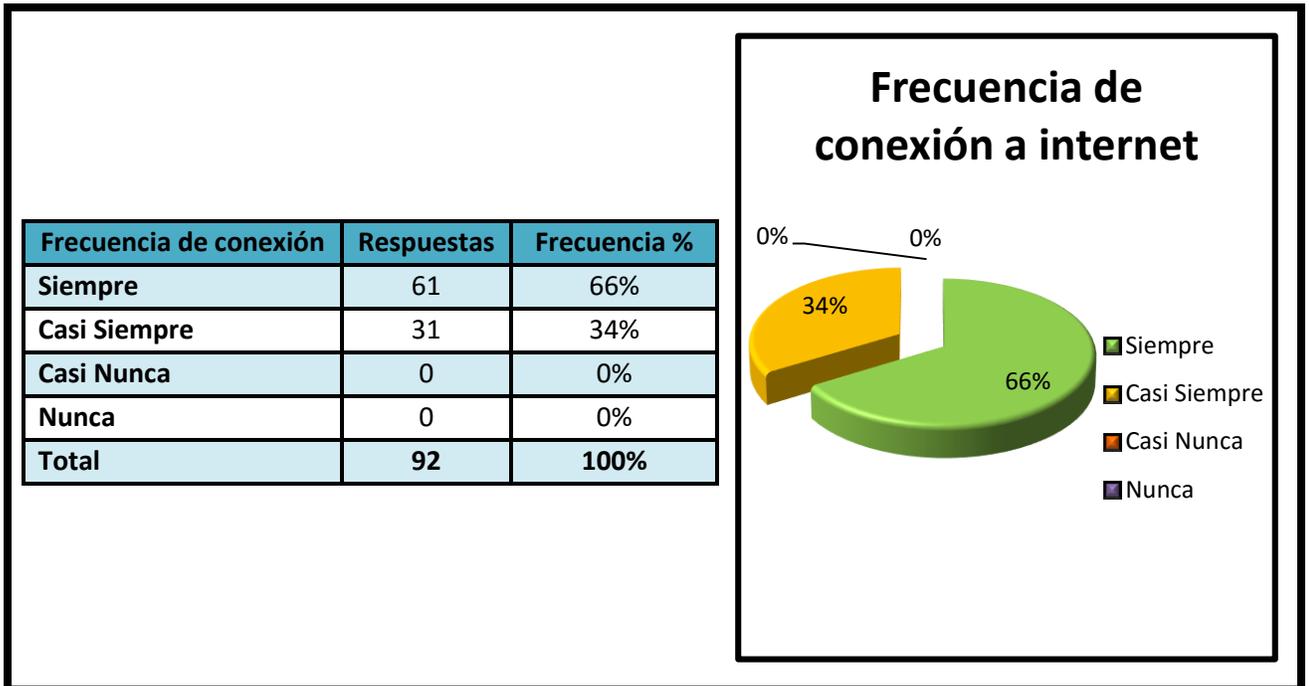
Interpretación:

La funcionalidad básica de un navegador web es permitir la visualización de documentos de texto, posiblemente con recursos multimedia incrustados. Además, permite visitar páginas web y hacer actividades en ella, es decir, enlazar un sitio con otro, imprimir, enviar y recibir correo, entre otras funcionalidades más.

Google Chrome es el navegador web con mayor demanda y preferencia por los estudiantes, el 68% opina que es el más utilizado para obtener algún tipo de información. El 53% de los estudiantes opinan que para conectarse a un sitio web prefieren utilizar Mozilla Firefox para realizar búsquedas de información.

7. ¿Con qué frecuencia se conecta al internet?

Cuadro N° 7. Frecuencia para conectarse a internet

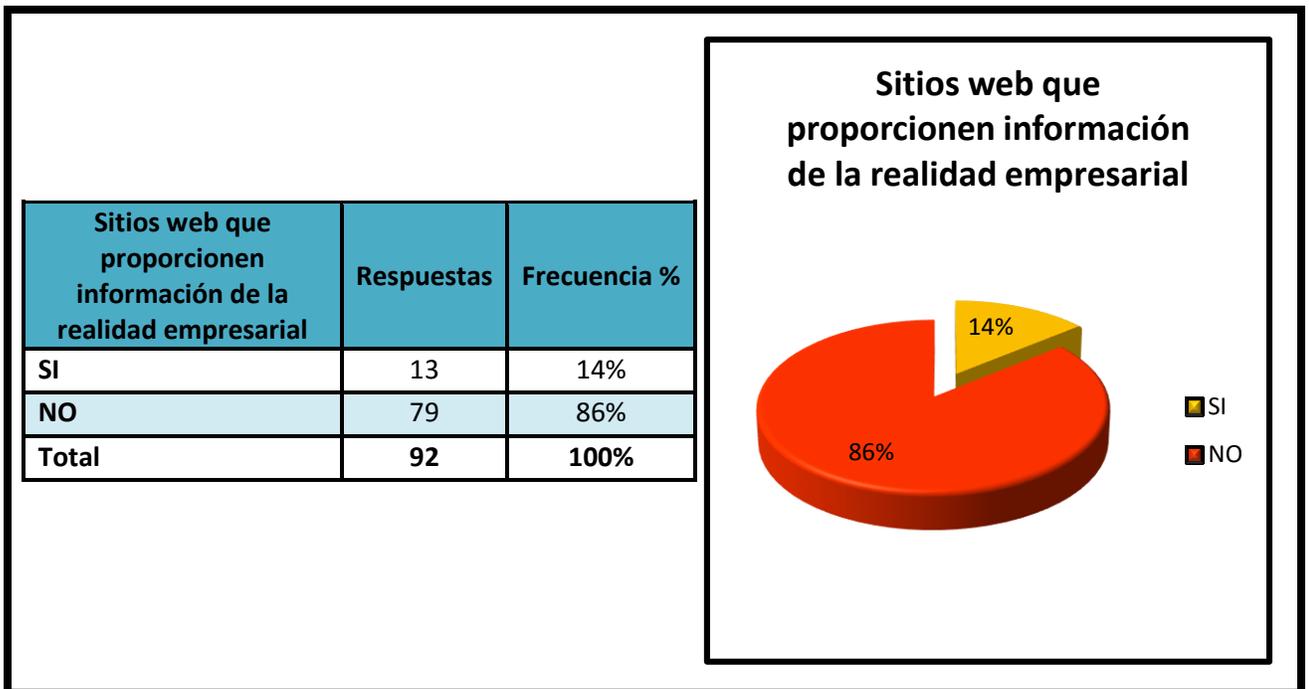


Interpretación:

Con esta pregunta lo que se pretende es conocer la frecuencia con que utiliza el estudiante el internet, de esta manera los que participaron respondiendo el cuestionario expresan que el 66% hace uso del internet conectándose siempre, con la finalidad de obtener información de interés para ellos. Mientras tanto solo el 34% opina que casi siempre hacen uso del internet como medio para obtener información.

8. ¿Conoce usted sitios web que proporcionen información vital sobre la realidad empresarial que le ayuden en el quehacer de su actividad académica?

Cuadro N° 8. Sitios web que proporcionen información vital sobre la realidad empresarial que le ayuden en su actividad académica



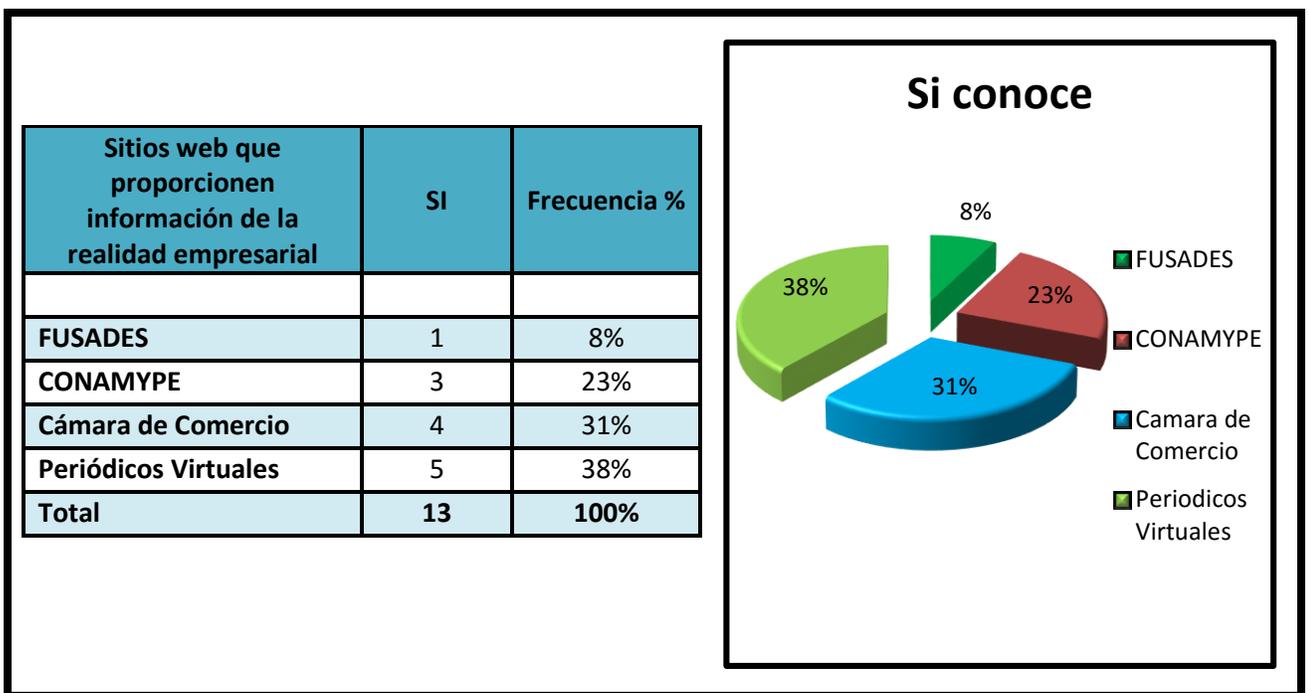
Interpretación:

De los que respondieron el cuestionario el 86% opina que no conocen sitios web que proporcione algún tipo de información de la realidad empresarial por lo tanto no tienen un sitio en la web que le sirva como apoyo en el quehacer de su actividad académica. Pero un 14% respondió que si conoce sitios web que proporcionan información sobre la realidad empresarial y que estos sitios web si les ayuda en el que hacer de su actividad académica.

Los resultados obtenidos en esta pregunta son de gran relevancia ya que la finalidad es que ese 86% que no conoce sitios web, conozcan al realizar el estudio de factibilidad de

este proyecto que va enfocado en que al crear el observatorio se pueda dar a conocer toda aquella información de la realidad empresarial a través de la plataforma virtual en su sitio web y que sirva de utilidad para todo aquel estudiante que lo consulte y de apoyo en su actividad académica.

Cuadro N° 8.1. Sitios web que conoce que proporcionen información de la realidad empresarial



Interpretación:

En relación a la pregunta anterior los sitios web mencionados por un 14% de los estudiantes que respondió que sí, y que de alguna forma proporcionan información sobre la realidad empresarial y que estos sitios web si les ayuda en que hacer de su actividad académica. Se observa que el 38% de los encuestados obtienen algún tipo de información sobre la realidad empresarial en los periódicos virtuales, y tan solo un 31%

de la Cámara de Comercio, tomando en cuenta que esta institución solo brinda información sobre como elevar la productividad, calidad y competitividad de los negocios.

9. ¿Qué nivel de confianza le produciría la información de un observatorio de la realidad empresarial si fuera propuesto por cada una de las siguientes instituciones?

Cuadro N° 9. Nivel de confianza que le produciría la información de un observatorio de la realidad empresarial si fuera propuesto por las siguientes instituciones.

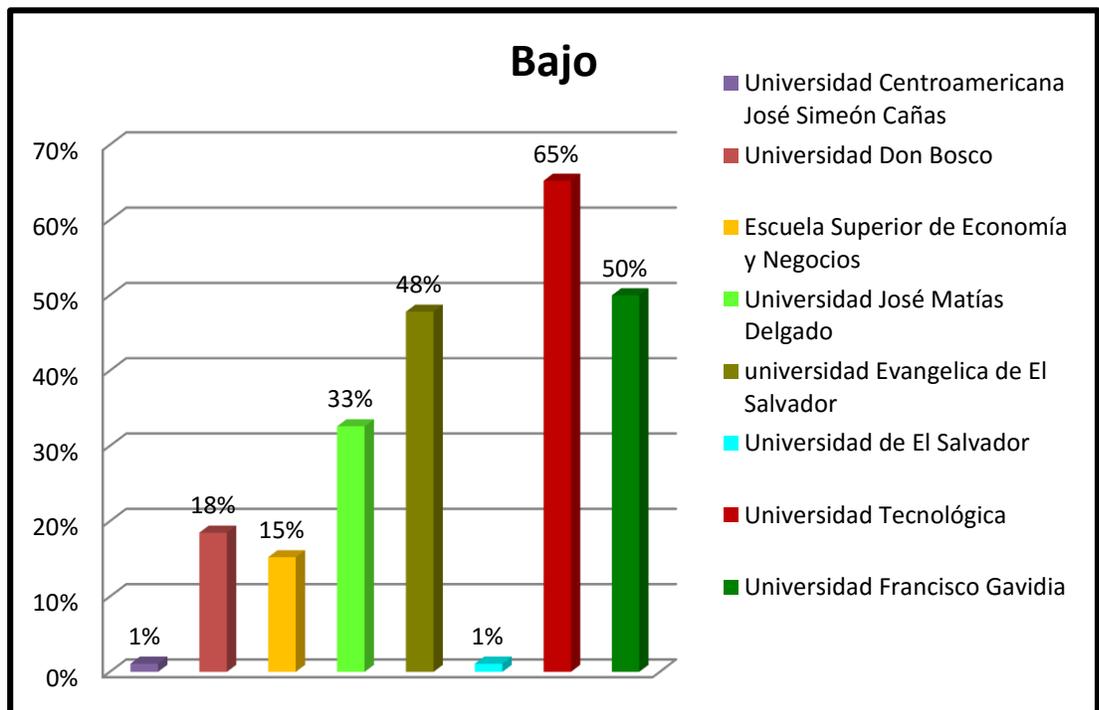
Instituciones	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas	1	18	73	1%	20%	79%
Universidad Don Bosco	17	48	27	18%	52%	29%
Escuela Superior de Economía y Negocios	14	30	48	15%	33%	52%
Universidad José Matías Delgado	30	40	22	33%	43%	24%
universidad Evangélica de El Salvador	44	40	8	48%	43%	9%
Universidad de El Salvador	1	17	74	1%	18%	80%
Universidad Tecnológica	60	29	3	65%	32%	3%
Universidad Francisco Gavidia	46	42	4	50%	46%	4%

Interpretación:

En el cuadro anterior se mencionan ocho instituciones educativas a nivel de universidades, se pretende hacer una comparación entre las instituciones, conociendo a través de los resultados que nivel de confianza señalada como bajo, medio, alto, le produce a cada estudiante si las instituciones brindaran información de un observatorio informativo de la realidad empresarial, los resultados se desglosan a continuación.

Cuadro N° 9. 1. Frecuencia y gráfica de nivel de confianza bajo

Instituciones	Bajo	Frecuencia %
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas	1	1%
Universidad Don Bosco	17	18%
Escuela Superior de Economía y Negocios	14	15%
Universidad José Matías Delgado	30	33%
universidad Evangélica de El Salvador	44	48%
Universidad de El Salvador	1	1%
Universidad Tecnológica	60	65%
Universidad Francisco Gavidia	46	50%



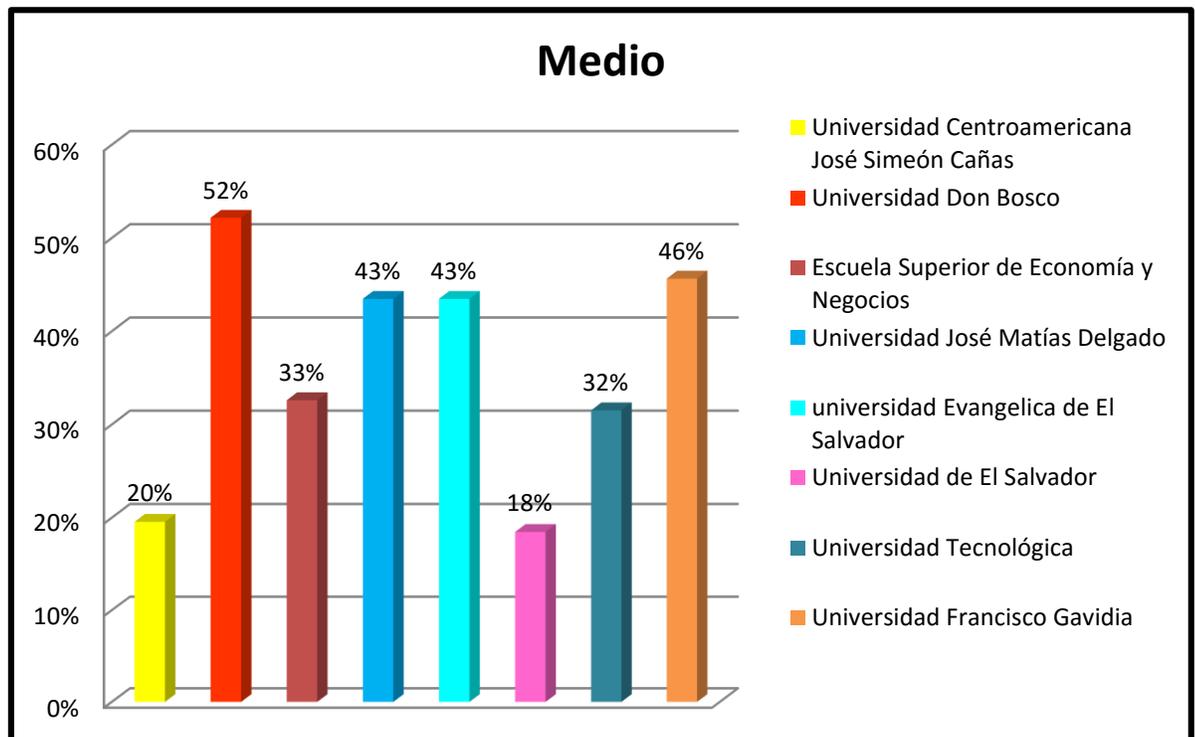
Interpretación:

En relación a la pregunta anterior se observa en los resultados que al comparar entre las instituciones se obtiene que la universidad Tecnológica es la institución que en la

opinión de los encuestados le producen el más bajo nivel de confianza con un 65%, esto quiere decir que en el supuesto que esta universidad brindara información de un observatorio de la realidad empresarial fuera muy baja la confianza que le tendrían a dicha información.

Cuadro N° 9.2. Frecuencia y gráfica de nivel de confianza medio

Instituciones	Medio	Frecuencia %
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas	18	20%
Universidad Don Bosco	48	52%
Escuela Superior de Economía y Negocios	30	33%
Universidad José Matías Delgado	40	43%
universidad Evangélica de El Salvador	40	43%
Universidad de El Salvador	17	18%
Universidad Tecnológica	29	32%
Universidad Francisco Gavidia	42	46%

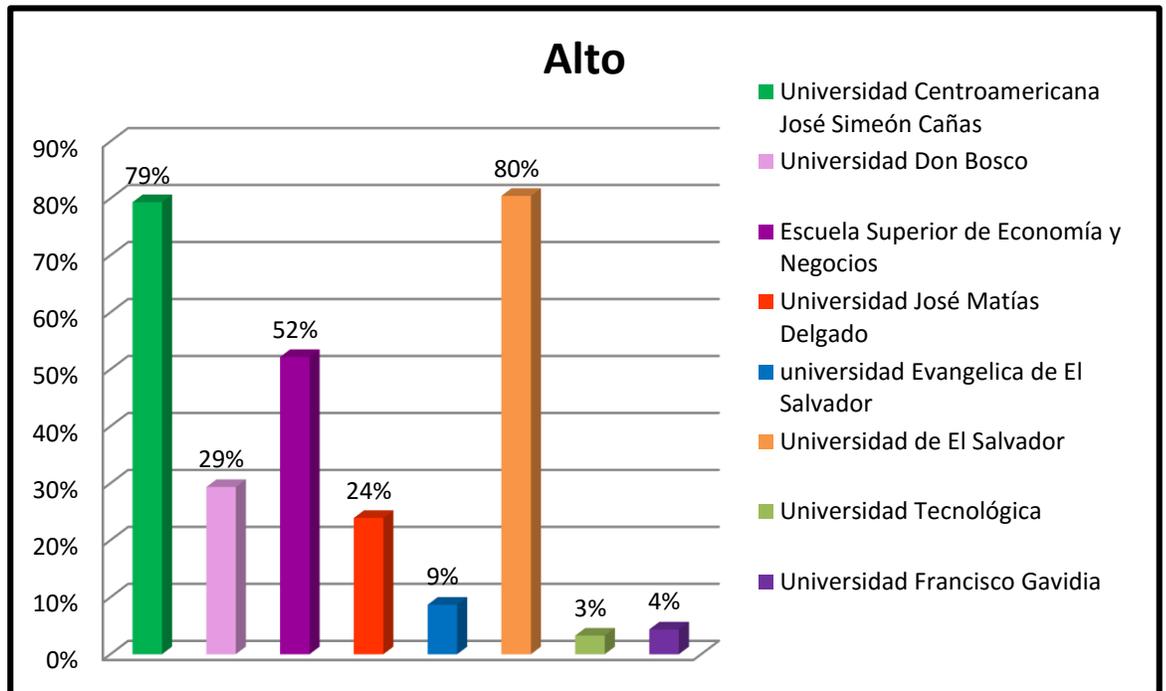


Interpretación:

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron al evaluar a cada una de las instituciones y que se pueden observar en el cuadro anterior la gran mayoría opina con un 52% que la universidad Don Bosco produce un grado de confianza de nivel medio, opinan los estudiantes que si esta institución proporcionara algún tipo de información sobre la realidad empresarial, esta produciría una aceptación de nivel medio aseguran los que colaboraron al contestar el cuestionario.

Cuadro N° 9.3. Frecuencia y gráfica de nivel de confianza alto

Instituciones	Alto	Frecuencia %
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas	73	79%
Universidad Don Bosco	27	29%
Escuela Superior de Economía y Negocios	48	52%
Universidad José Matías Delgado	22	24%
universidad Evangélica de El Salvador	8	9%
Universidad de El Salvador	74	80%
Universidad Tecnológica	3	3%
Universidad Francisco Gavidia	4	4%



Interpretación:

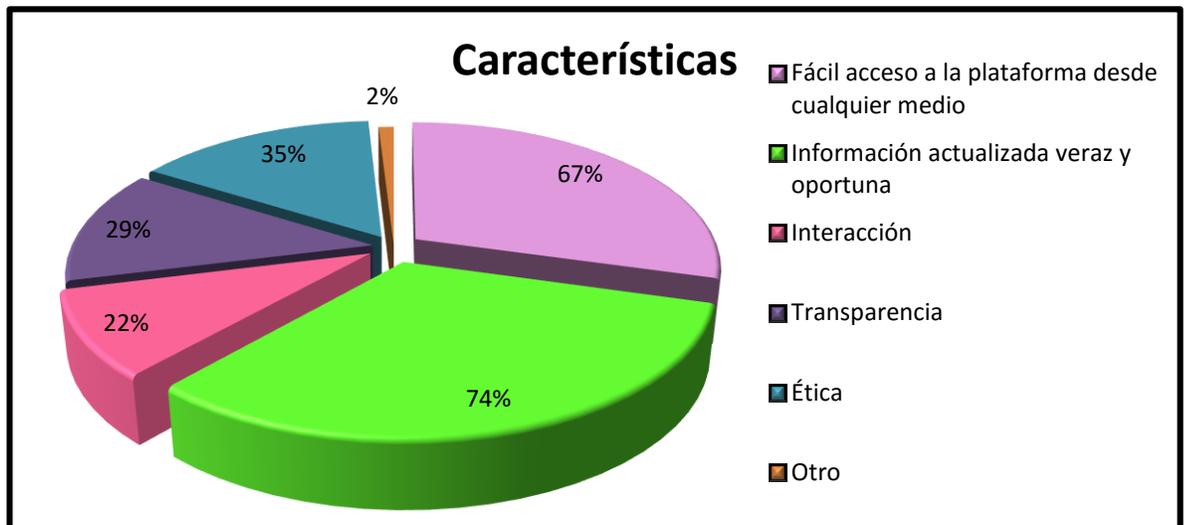
De las ocho instituciones que se propusieron para evaluarlas entre ellas en el nivel de confianza, los resultados que se obtuvieron de los que participaron en el cuestionario es

que la institución que produce un nivel de confianza alto es la universidad de El Salvador, los estudiantes opinan que si esta institución proporcionara un observatorio informativo de la realidad empresarial, la información que allí se publicara les serviría de gran apoyo en su actividad académica esto lo opina el 80% de los encuestados.

10. ¿Qué características esperaría que tuviera un observatorio informativo de la realidad empresarial para que usted lo visite?

Cuadro N° 10. Características que tuviera un observatorio informativo de la realidad empresarial

Características	Respuestas	Frecuencia %
Fácil acceso a la plataforma desde cualquier medio	62	67%
Información actualizada veraz y oportuna	68	74%
Interacción	20	22%
Transparencia	27	29%
Ética	32	35%
Otro	2	2%



Interpretación:

Con esta pregunta lo que se pretende es conocer las características que tienen más relevancia para los interesados al momento de utilizar por medio de consultas en la web un observatorio informativo de la realidad empresarial.

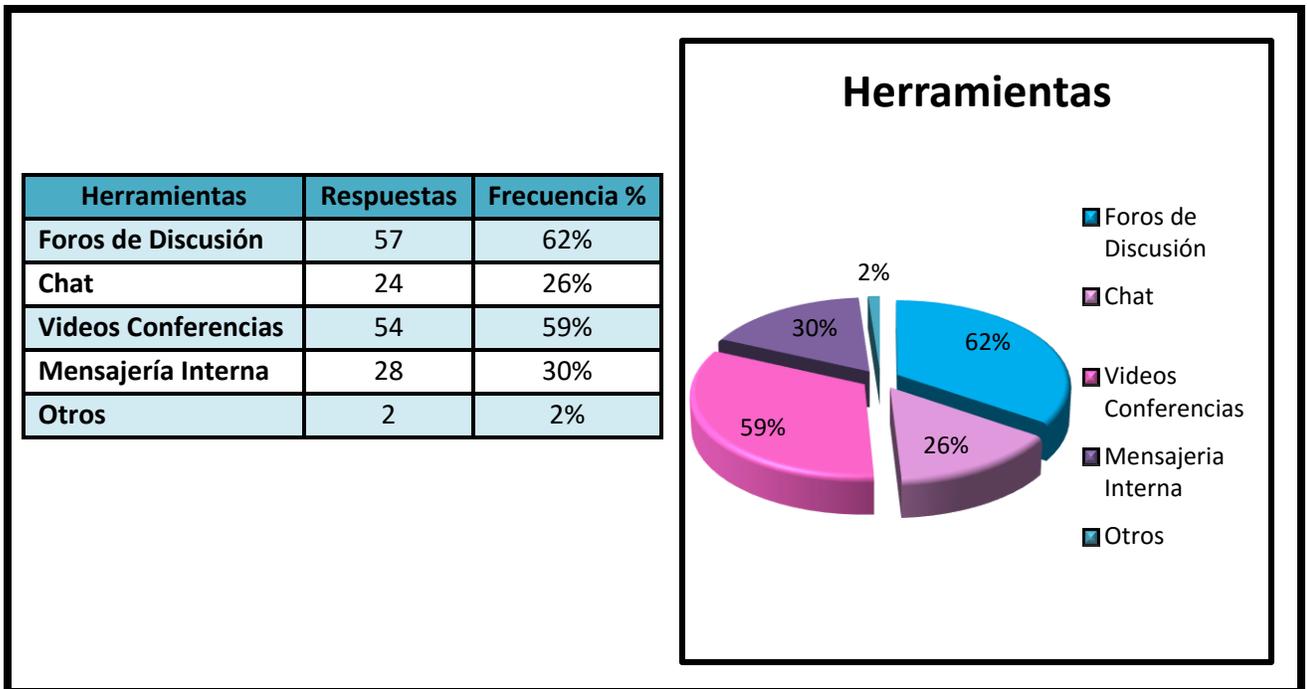
La gran mayoría de los estudiantes opina que la información actualizada veraz y oportuna figura como uno de los principales servicios, el 74% opina que esta es una de las principales características que debería tener un observatorio informativo de la realidad empresarial,

El 67% de los estudiantes expresan que una de las características que debería tener un observatorio informativo es fácil acceso a la plataforma desde cualquier medio, esto facilitaría cada búsqueda que se realizara.

Tan solo es 35% de los que respondieron el cuestionario opinan que la ética es una de las características importantes que debe tener un observatorio, pues la puesta en práctica de los valores es fundamental en cualquier información que allí se publique así como también de los encargados en coordinar los trabajos de el observatorio.

11. ¿Qué herramientas le gustaría que tuviera la plataforma virtual de un observatorio informativo de la realidad empresarial?

Cuadro N° 11. Herramientas que le gustaría que tuviera la plataforma virtual de un observatorio informativo de la realidad empresarial.

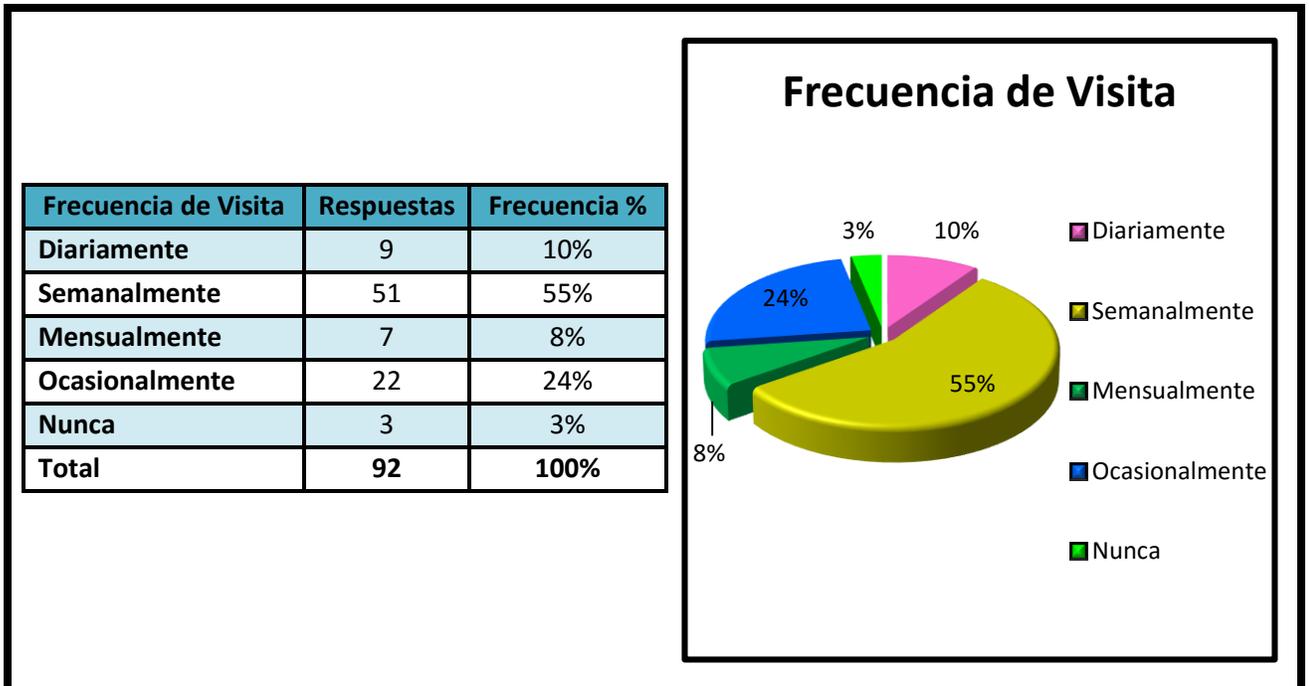


Interpretación:

Sin duda alguna las plataformas virtuales se refieren a la tecnología utilizada para crear cursos didácticos o informativos de cualquier tema de interés del que se pretenda hablar, se utilizan con la finalidad de mejorar la comunicación en el aprendizaje y enseñanza. Es por eso la importancia de conocer cuales herramientas son necesarias para el buen funcionamiento del observatorio informativo de la realidad empresarial siendo estas, los foros de discusión ya que representan el 62% para los estudiantes que contestaron el cuestionario, con un 59% opina que la video conferencia sería una herramienta que ayudaría en la plataforma virtual, estas herramientas es lo que la gran mayoría esperaba que tuviese la plataforma virtual de un observatorio informativo de la realidad empresarial.

12. ¿Con qué frecuencia visitaría un observatorio informativo de la realidad empresarial?

Cuadro N° 12. Frecuencia de visita de un observatorio informativo de la realidad empresarial



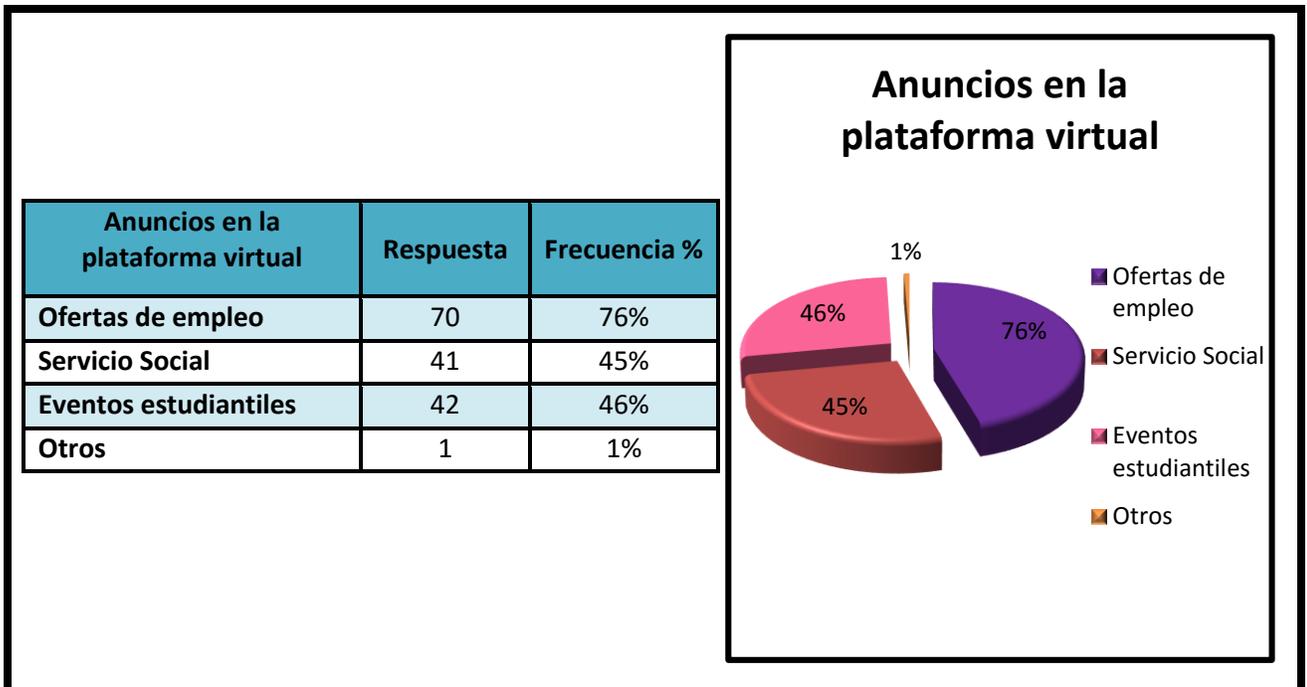
Interpretación:

La finalidad de esta pregunta es conocer la frecuencia con que cada estudiante haría uso de la plataforma virtual para obtener información relevante por medio del observatorio informativo de la realidad empresarial para que le ayude por supuesto en su actividad académica.

La mayoría de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas de la Escuela de Administración de Empresas opinan un 55% que efectuaría las consultas del observatorio informativo de la realidad empresarial semanalmente.

13. ¿Con cuáles anuncios de los que se mencionan a continuación estaría dispuesto a colaborar para que se publiquen en la plataforma virtual del observatorio informativo de la realidad empresarial?

Cuadro N° 13. Anuncios para que se publiquen en la plataforma virtual de un observatorio



Interpretación:

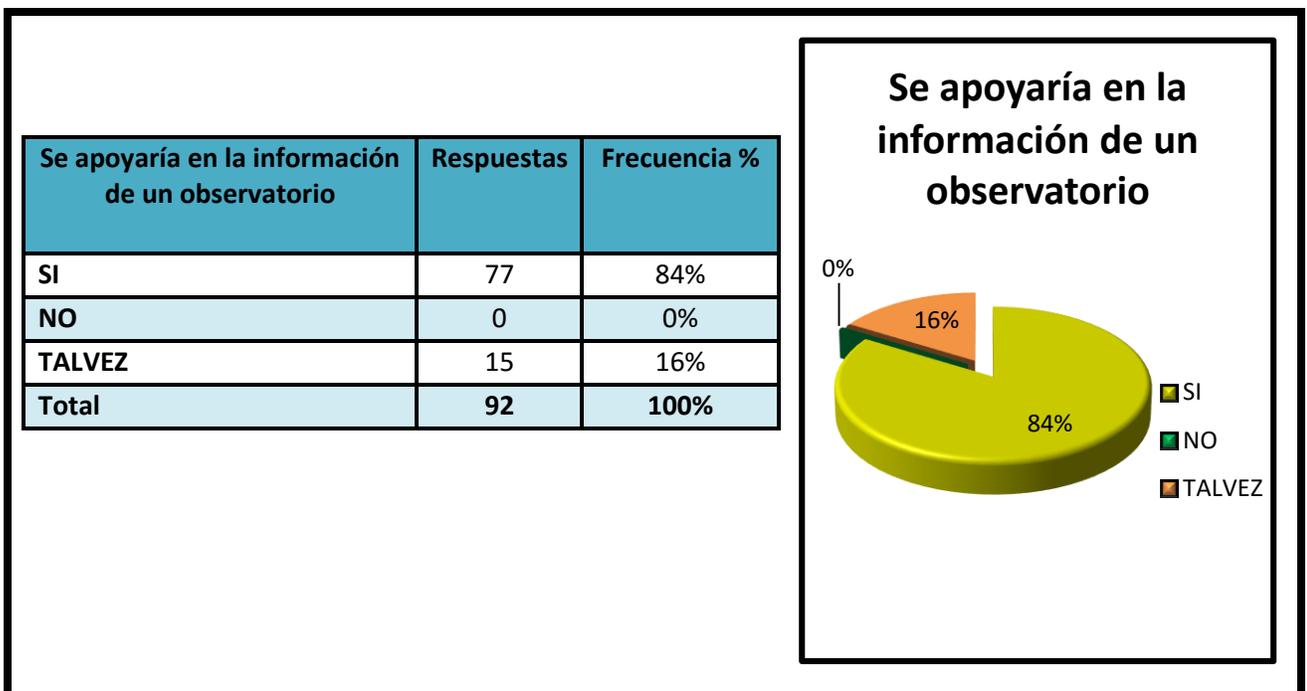
Esta pregunta se realizó con la finalidad de brindar algún tipo de ayuda a la comunidad estudiantil, es por eso la importancia por conocer con cual o cuales anuncios estarían dispuesto a colaborar los estudiantes de la escuela de Administración de Empresas dando como resultado que las ofertas de empleo seria el anuncio en el que más colaborarían los estudiantes, ya que ellos más que nadie conoce las necesidades que tiene la comunidad estudiantil de la Facultad de Economía.

Los estudiantes prefieren colaborar en el anuncio de oferta de empleo con un 76% de los resultados obtenidos, opinan con un 46% los estudiantes que estaría bien colaborar en la

publicación del anuncio los eventos estudiantiles con el propósito de participar en las actividades académicas.

14. ¿Se apoyaría usted en la información que le proporcionara un observatorio informativo de la realidad empresarial para complementar sus actividades académicas?

Cuadro N° 14. Se apoyaría en la información proporcionada un observatorio informativo de la realidad empresarial para sus actividades académicas



Interpretación:

El 84% de los que participaron respondiendo el cuestionario expresan que si se apoyarían en la información que allí se publique esto con el objetivo de complementar las actividades académicas de cada estudiante.

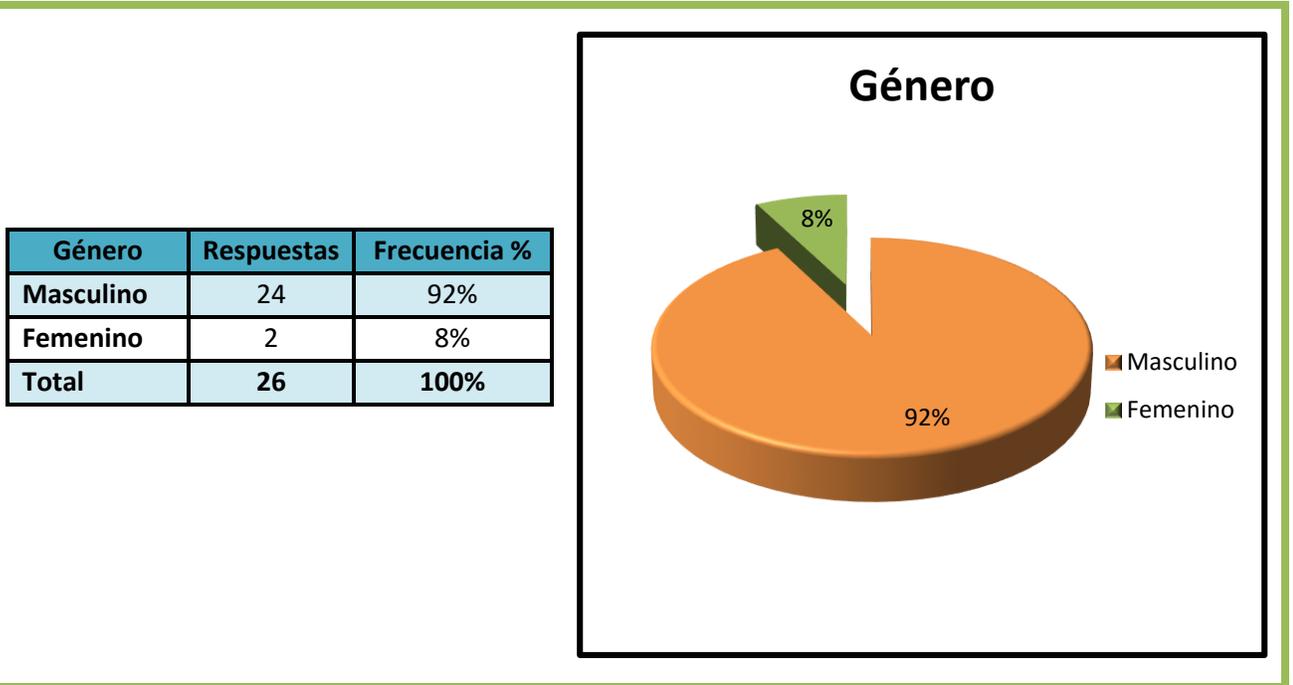
ANEXO 3

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

DOCENTES

Los docentes de la Escuela de Administración de Empresas en la Facultad de Ciencias Económicas que respondieron el cuestionario fueron 26, cuyas respuestas se presentan a continuación

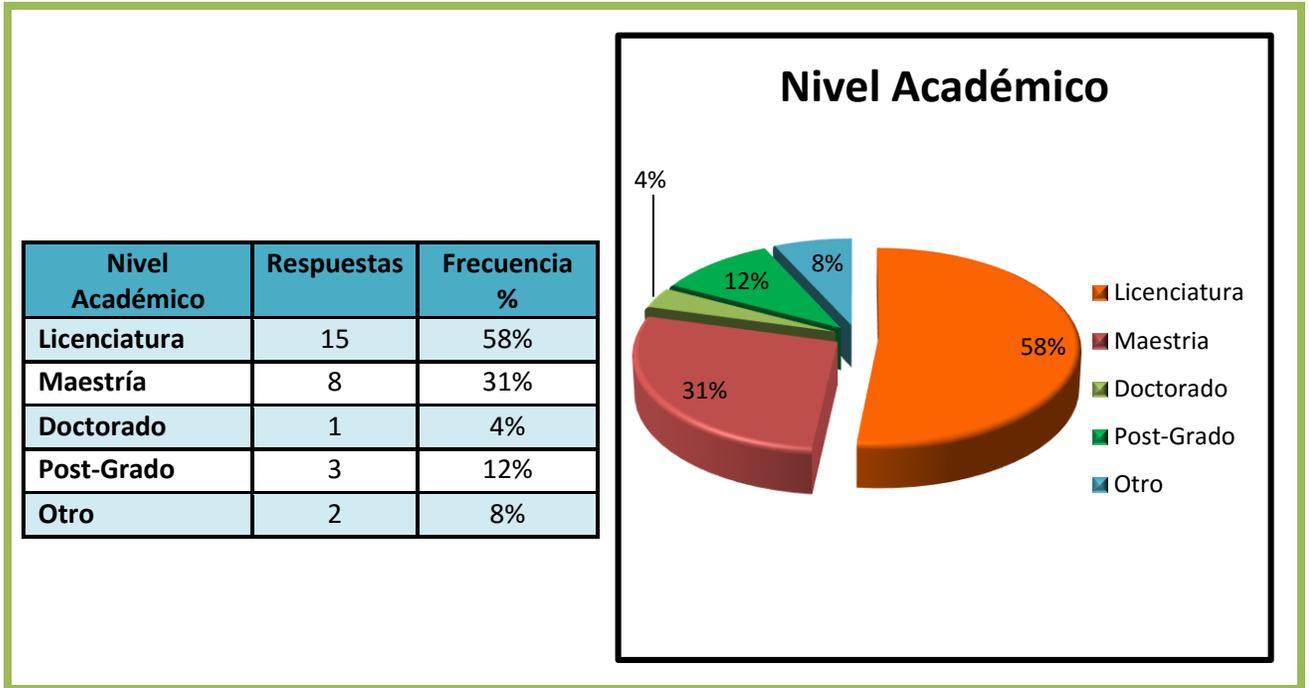
DATOS GENERALES



Interpretación:

De los 26 docentes encuestados de la Escuela de Administración de Empresas, casi en su totalidad con hombres y solo una pequeña proporción son mujeres.

Nivel académico

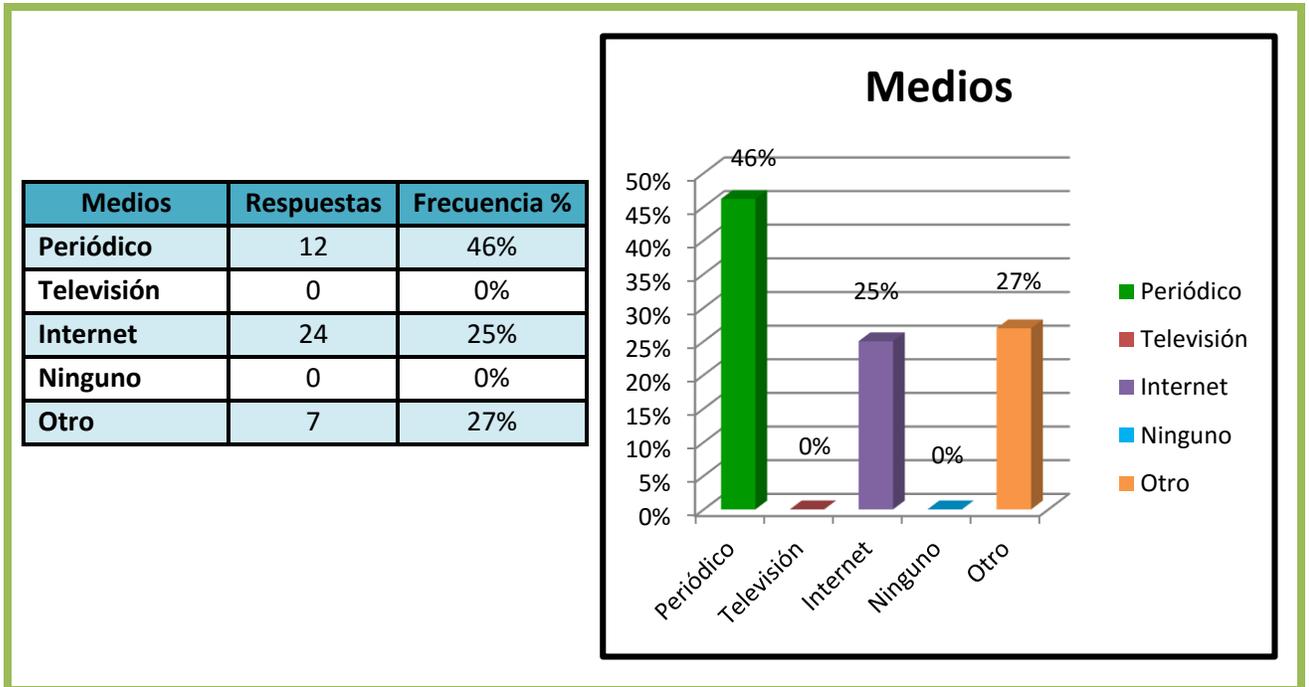


Interpretación:

Más de la mitad de los encuestados indicó que tienen una licenciatura, una proporción indicó que tienen una maestría mientras que un pequeño porcentaje dijo tener un estudio de post-grado.

1. ¿Cuáles son los medios que utiliza para obtener información relevante sobre el quehacer de su actividad docente?

Cuadro N° 1. Medios que utiliza para obtener información para su actividad docente

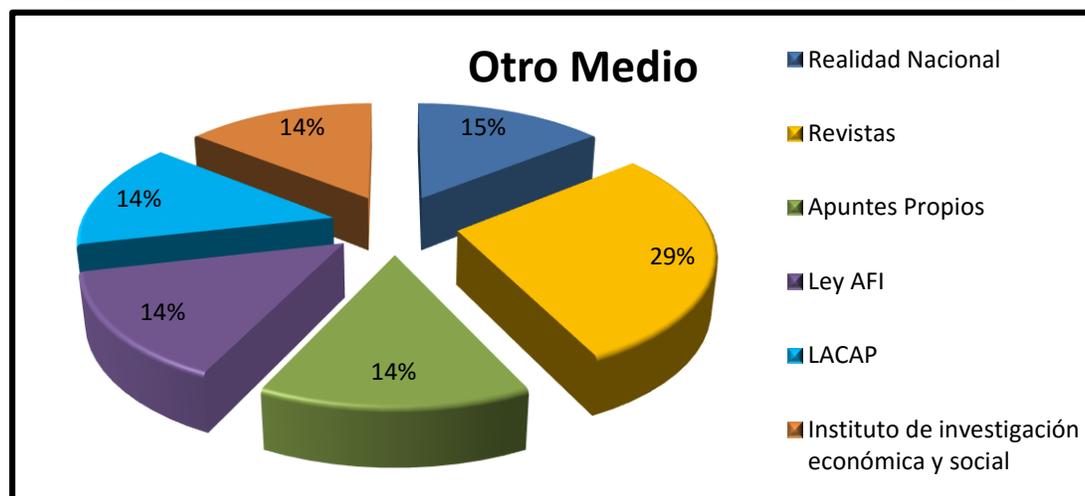


Interpretación:

De acuerdo a la interrogante planteada, un alto porcentaje de los docentes cuando necesitan informarse de temas relevantes referente a su labor docente hace uso del periódico como fuente para buscar información, mientras que un pequeño porcentaje hace uso del internet y de otros medios para la obtención de información sobre el que hacer de su actividad docente para mantenerse actualizado referente a temas de interés.

Cuadro N° 1.1. Otros medios para obtener información

Otro Medio	Respuestas	Frecuencia %
Realidad Nacional	1	14%
Revistas	2	29%
Apuntes Propios	1	14%
Ley AFI	1	14%
LACAP	1	14%
Instituto de investigación económica y social	1	14%
Total	7	100%

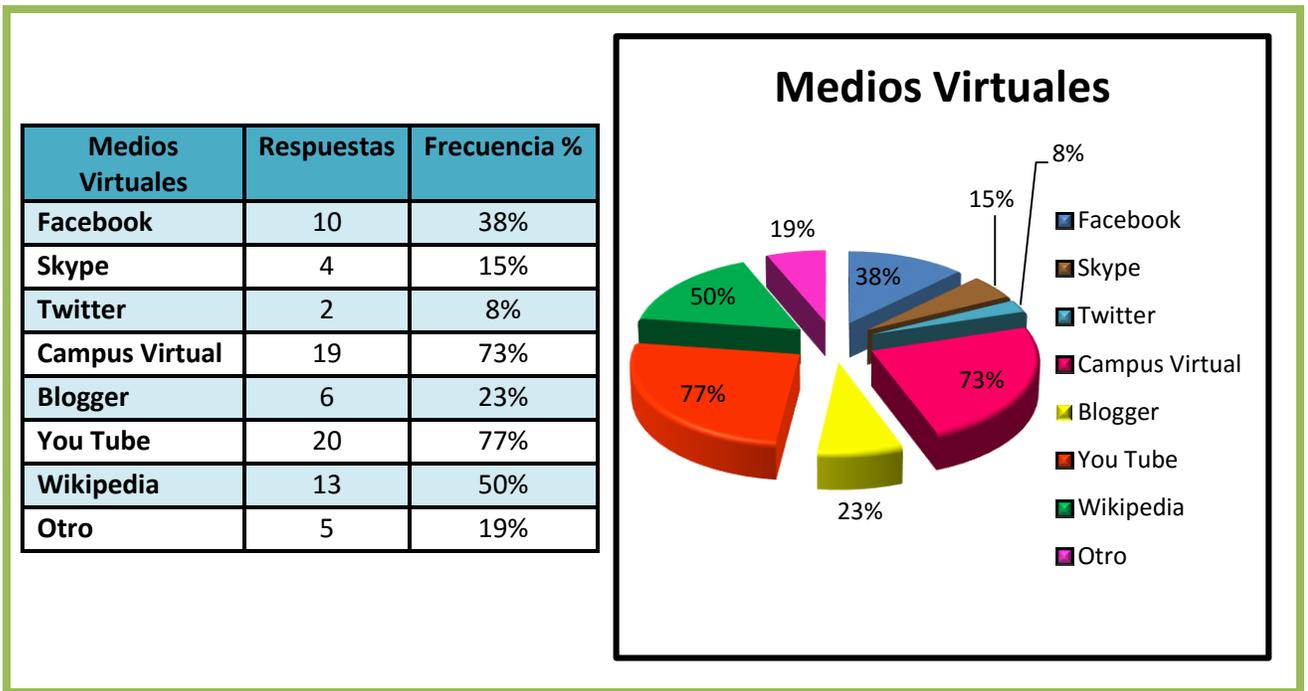


Interpretación:

Los otros medios que los docentes utilizan para mantenerse informados sobre temas relevantes que tienen que ver con su labor docente son las revistas, posicionándose en primer lugar ya que ellos se apoyan de dicho medio para buscar información, mientras que el restante se apoyan de lo que sucede en la realidad nacional, apuntes propios, ley AFI y ley LACAP, con el objetivo de apoyarse para la toma de decisiones.

2. De los siguientes medios virtuales ¿En cuáles se apoya para el quehacer de su actividad docente?

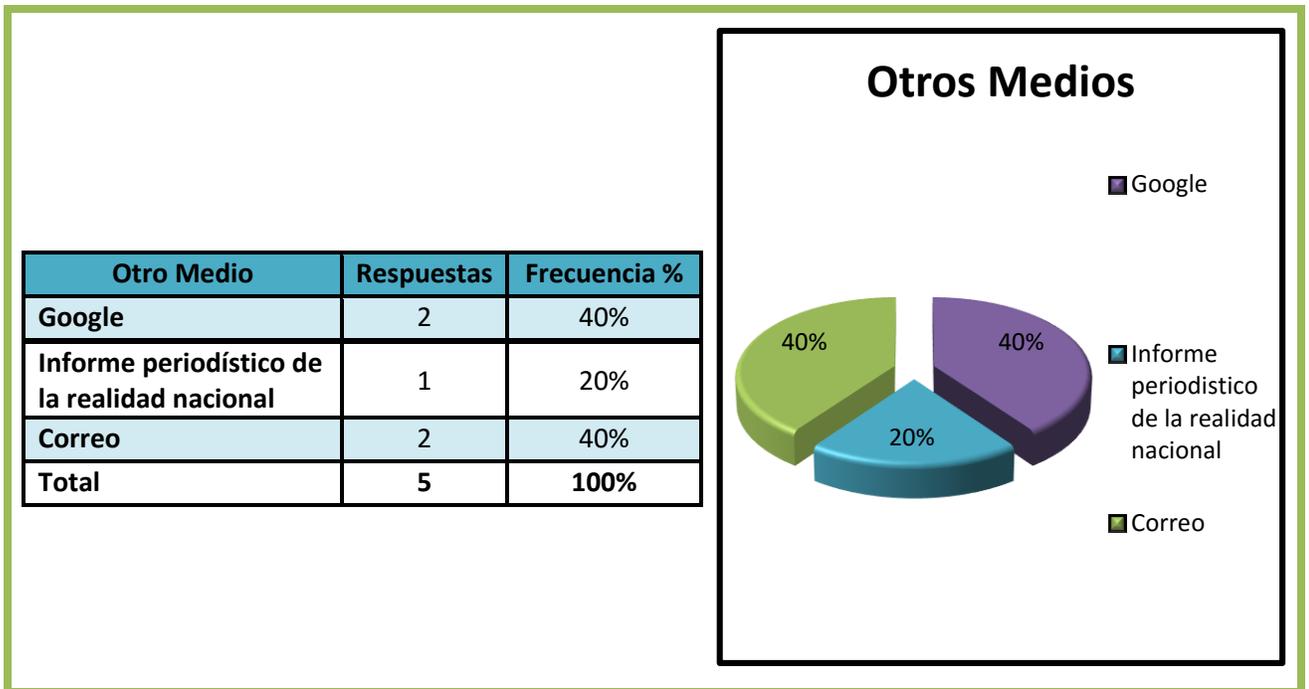
Cuadro N° 2. Medios virtuales en los que se apoya para su actividad docente



Interpretación:

Al momento de cuestionar a los docentes sobre la interrogante planteada un alto porcentaje de ellos se apoya del You Tube como medio virtual para apoyarse en su labor que como docente realiza, ya sea para verlo ellos y/o para compartirlo con los estudiantes, quedando como el segundo medio virtual más utilizado el campus virtual que la Facultad de Ciencias Económicas posee, utilizándolo para realizar parciales y/o para subir actividades.

Cuadro N° 2.1. Otros medios virtuales en los que se apoya para su actividad docente



Interpretación:

De los encuestados que respondieron que utilizaban otro medio virtual para apoyarse en su labor docente, opinaron que utilizan el Google para buscar información relevante y el correo para enviar información y/o recibir actividades ex aulas a sus estudiantes, mientras que el restante se apoya de los informes periodísticos de la realidad nacional para el que hacer de su actividad docente.

3. De los medios virtuales que seleccionó en la pregunta anterior ¿Con qué frecuencia los consulta?

Cuadro N° 3. Medios virtuales que frecuentemente consulta

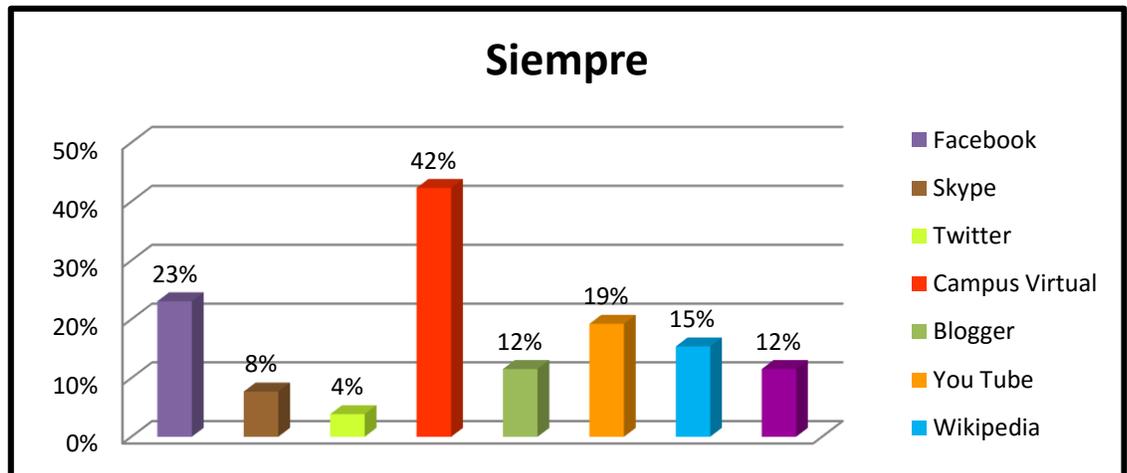
Medios Virtuales	Respuestas		Frecuencia %	
	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre
Facebook	6	4	23%	15%
Skype	2	1	8%	4%
Twitter	1	0	4%	0%
Campus Virtual	11	9	42%	35%
Blogger	3	3	12%	12%
You Tube	5	14	19%	54%
Wikipedia	4	10	15%	38%
Otro	3	1	12%	4%

Interpretación:

Los resultados de la tabla anterior muestran los medios virtuales que los encuestados utilizan para apoyarse en la toma de decisiones en su actividad docente, el Campus Virtual figura como uno de los medios que frecuentan siempre con un 42%, mientras que el You Tube es el medio virtual que casi siempre lo consultan con un 54%.

Cuadro N° 3.1. Frecuencia y gráfica de medios virtuales consultados siempre

Medios Virtuales	Siempre	Frecuencia %
Facebook	6	23%
Skype	2	8%
Twitter	1	4%
Campus Virtual	11	42%
Blogger	3	12%
You Tube	5	19%
Wikipedia	4	15%
Otro	3	12%

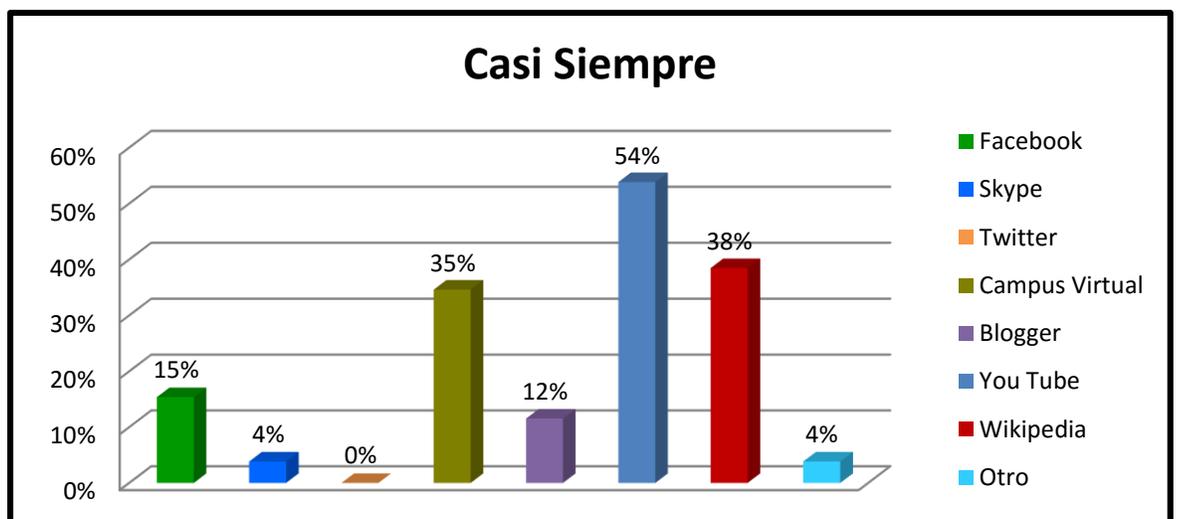


Interpretación:

De los medios virtuales que los docentes consultan siempre para obtener alguna información sobre su actividad docente un alto porcentaje utiliza el Campus Virtual como medio de apoyo en su quehacer docente quedando dicho medio en primer lugar, mientras que el Facebook es el segundo medio que más utilizan a la hora de obtener información relevante, mientras que en pequeños porcentajes los encuestados consultan siempre la Wikipedia, el Blogger, el Skype y el Twitter.

Cuadro N° 3.2. Frecuencia y gráfica de medios virtuales consultados casi siempre

Medios Virtuales	Casi siempre	Frecuencia %
Facebook	4	15%
Skype	1	4%
Twitter	0	0%
Campus Virtual	9	35%
Blogger	3	12%
You Tube	14	54%
Wikipedia	10	38%
Otro	1	4%

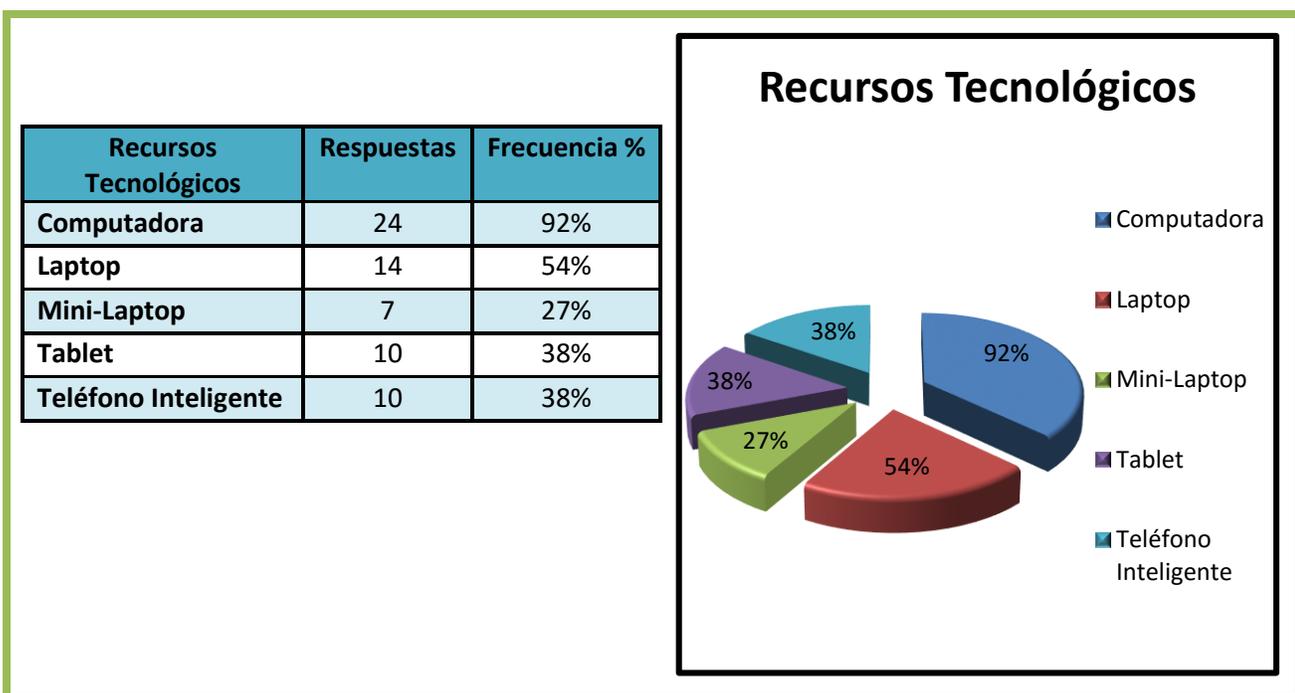


Interpretación:

Al indagar sobre los medios virtuales que los docentes utilizan casi siempre los más representativos son el You Tube utilizándolo para obtener alguna información relevante referente a su quehacer docente, seguido de la Wikipedia consultándola para mantenerse informado sobre temas relacionados a su actividad docente.

4. De los siguientes recursos tecnológicos ¿Cuál utiliza para conectarse a un sitio web?

Cuadro N° 4. Recursos tecnológicos que utiliza para conectarse a un sitio web



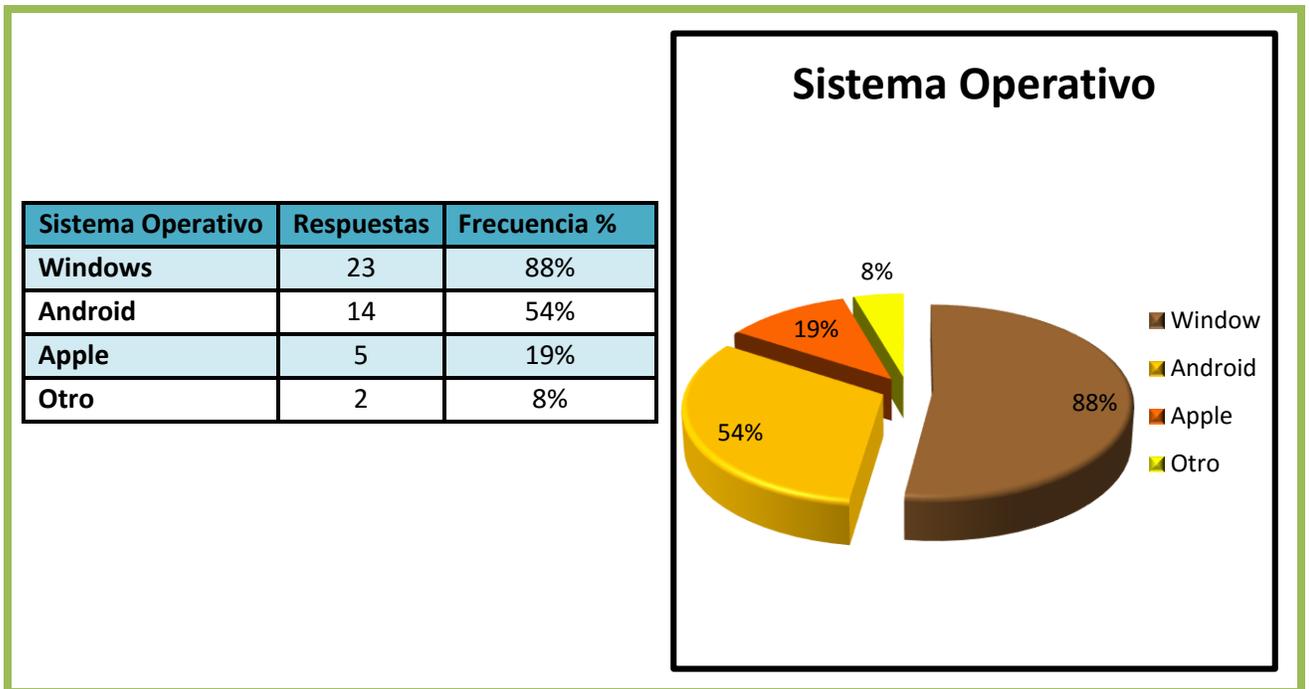
Interpretación:

Con el desarrollo tecnológico que se ha producido en la actualidad ha permitido obtener información desde cualquier dispositivo con acceso a internet.

Al cuestionar a los docentes sobre el recurso que utilizaban un alto porcentaje de los encuestados respondieron que utilizan la computadora, y esto se debe a su disponibilidad ya que los docentes poseen este recurso en sus respectivos cubículos como medio para conectarse a algún sitio web para buscar información de su interés, le sigue la laptop como segundo recurso para conectarse a un sitio web, mientras que la mini-laptop, la Tablet y el teléfono inteligente es el recurso que menos utilizan.

5. De los recursos tecnológicos que seleccionó en la pregunta anterior ¿Qué sistema operativo utiliza?

Cuadro N° 5. Sistema operativo utilizado en los recursos tecnológicos

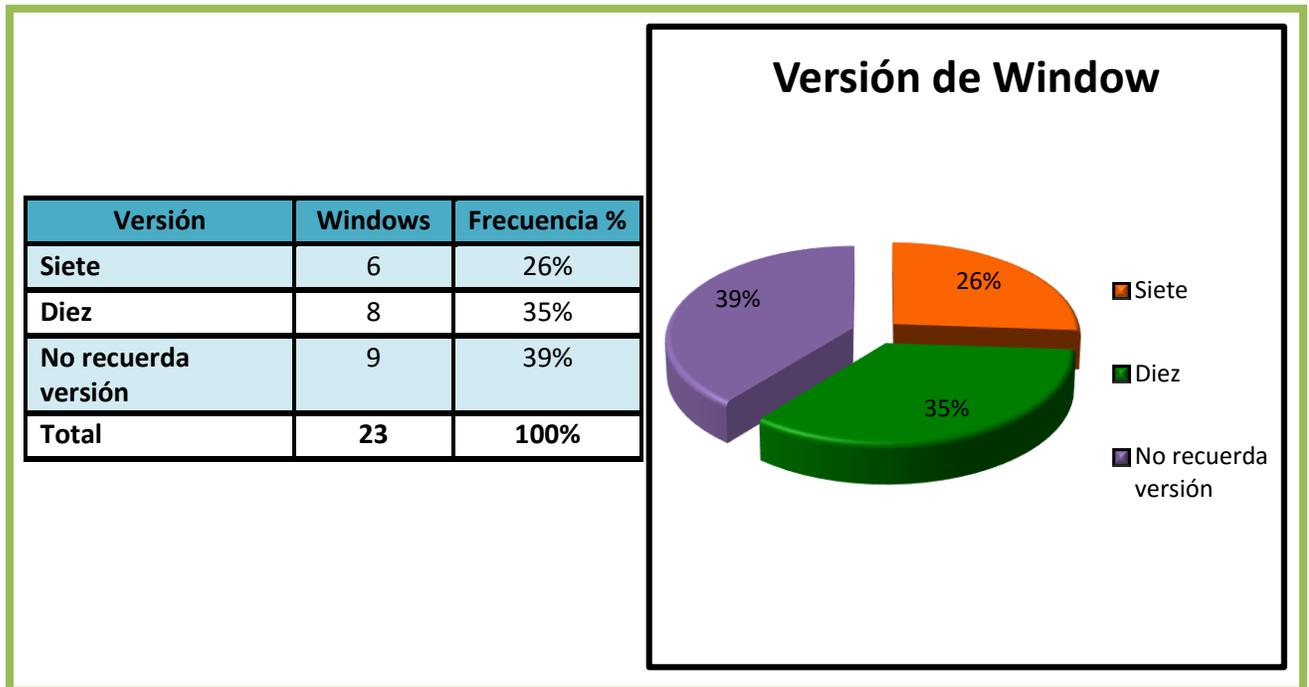


Interpretación:

Es importante tener en cuenta que los sistemas operativos funcionan tanto en las computadoras como en otros dispositivos con el objetivo de que los usuarios puedan interactuar con los programas que estos tienen.

En relación a la interrogante recursos tecnológicos que utiliza para conectarse a un sitio web, un alto porcentaje de los encuestados tiene un sistema operativo Windows en su computadora, laptop o mini-laptop, mientras que en pequeños porcentajes tiene un sistema operativo Android en su Tablet o teléfono inteligente.

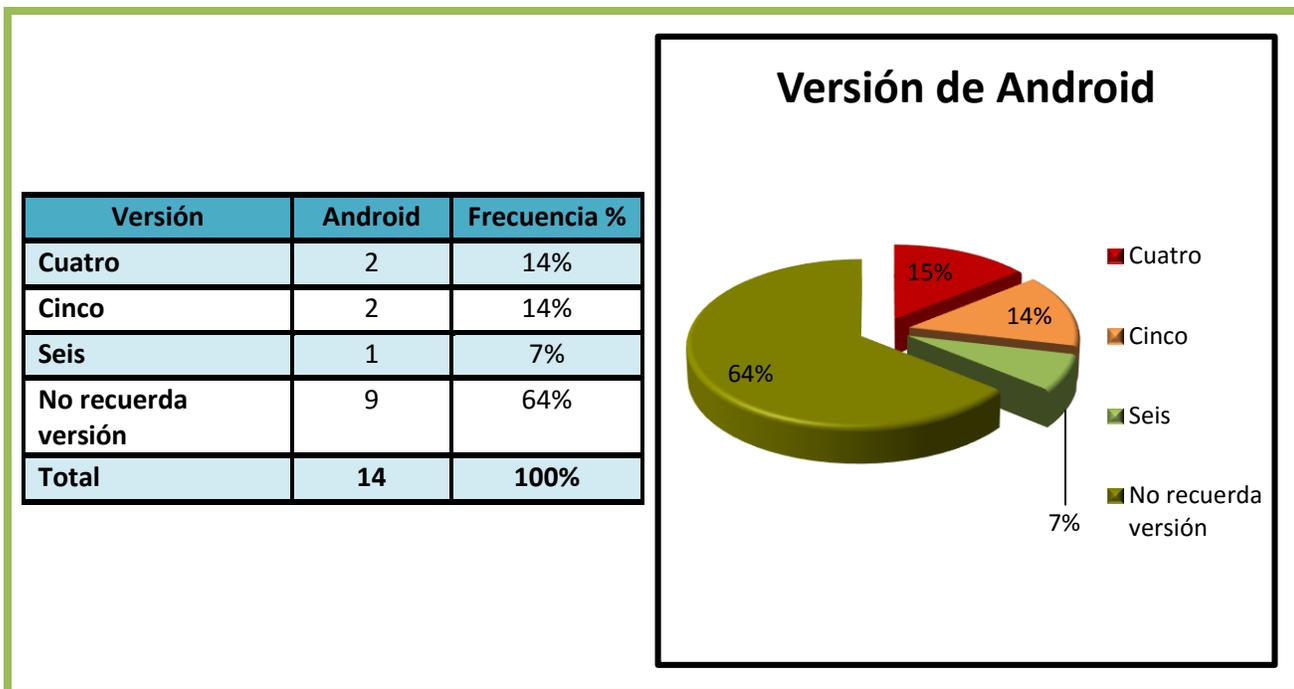
Cuadro N° 5.1. Frecuencia y gráfica de versión Windows



Interpretación:

Como se puede observar al preguntar a los encuestados sobre las versiones de Windows que utiliza su recurso tecnológico para poder visualizar una página web, un pequeño porcentaje de docentes dijo que tiene instalado Windows 2010 mientras que una proporción de los encuestados al momento de contestar esta pregunta no recordó que versión tenía instalada.

Cuadro N° 5.2. Frecuencia y gráfica de versión Android

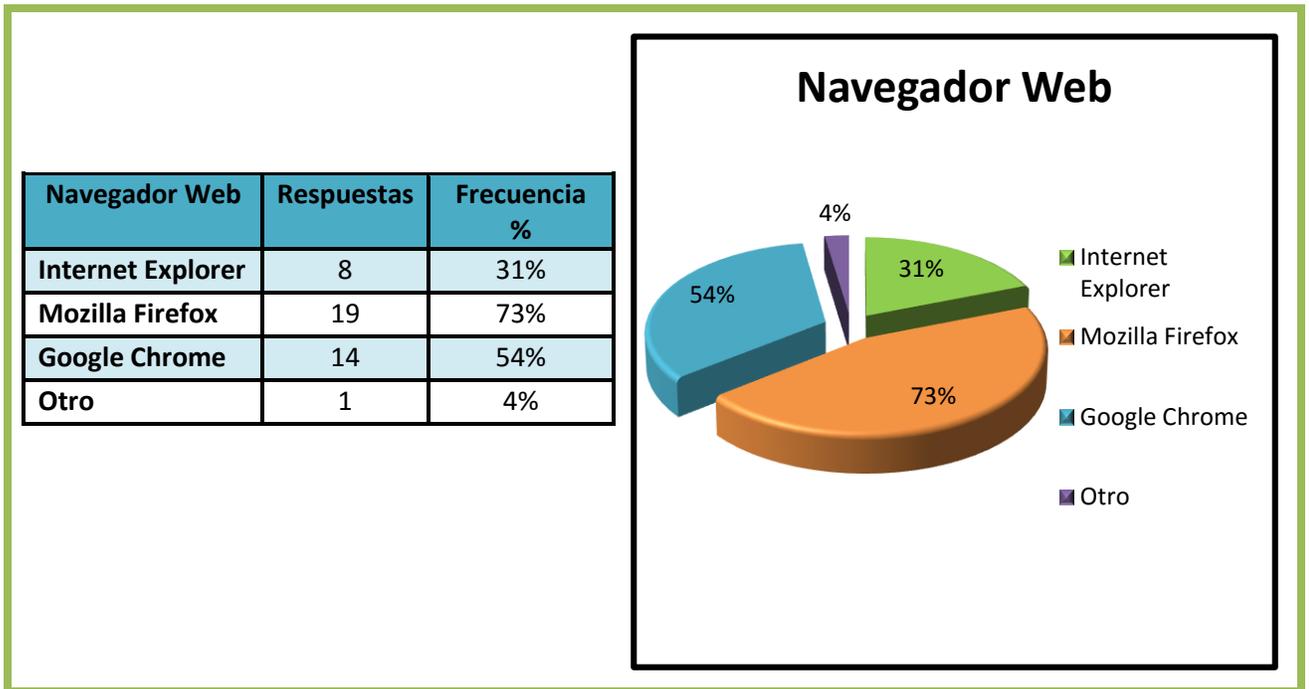


Interpretación:

Según los resultados obtenidos los docentes encuestados manifestaron que sus recursos tecnológicos que tienen sistemas operativos Android del total de los encuestados que dijo tener ese sistema no lo recordó al momento de llenar el cuestionario, mientras que pequeños porcentajes de los encuestados manifestaron que tienen un versión de Android cuatro, cinco y seis en sus distintas sub-versiones. En conclusión al crear una plataforma virtual esta debe ser compatible con las versiones de Android antes mencionadas para que los usuarios puedan acceder desde cualquier dispositivo con sistema operativo Android.

6. ¿Qué tipo de navegador web utiliza con mayor frecuencia?

Cuadro N° 6. Tipo de navegador web utilizado con mayor frecuencia

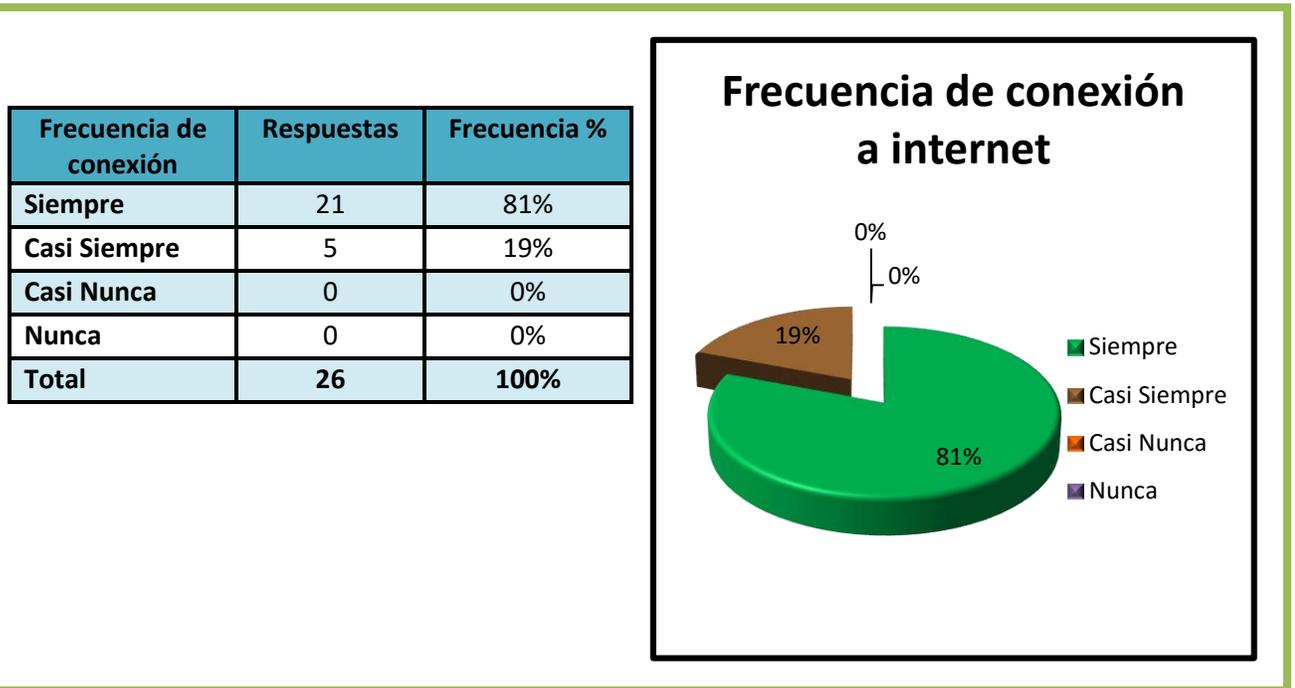


Interpretación:

Como se puede apreciar un alto porcentaje de los docentes encuestados manifiesta que utiliza el programa Mozilla Firefox en su recurso tecnológico para la búsqueda de información concerniente a su labor docente o alguna otra información de su interés, seguido del Google Chrome como navegador para visitar una página en internet, por lo que al crear una plataforma virtual se debe de tomar en cuenta esta información ya que esta tiene que ser compatible con estos navegadores por ser los más utilizados.

7. ¿Con qué frecuencia se conecta al internet?

Cuadro N° 7. Frecuencia para conectar al internet

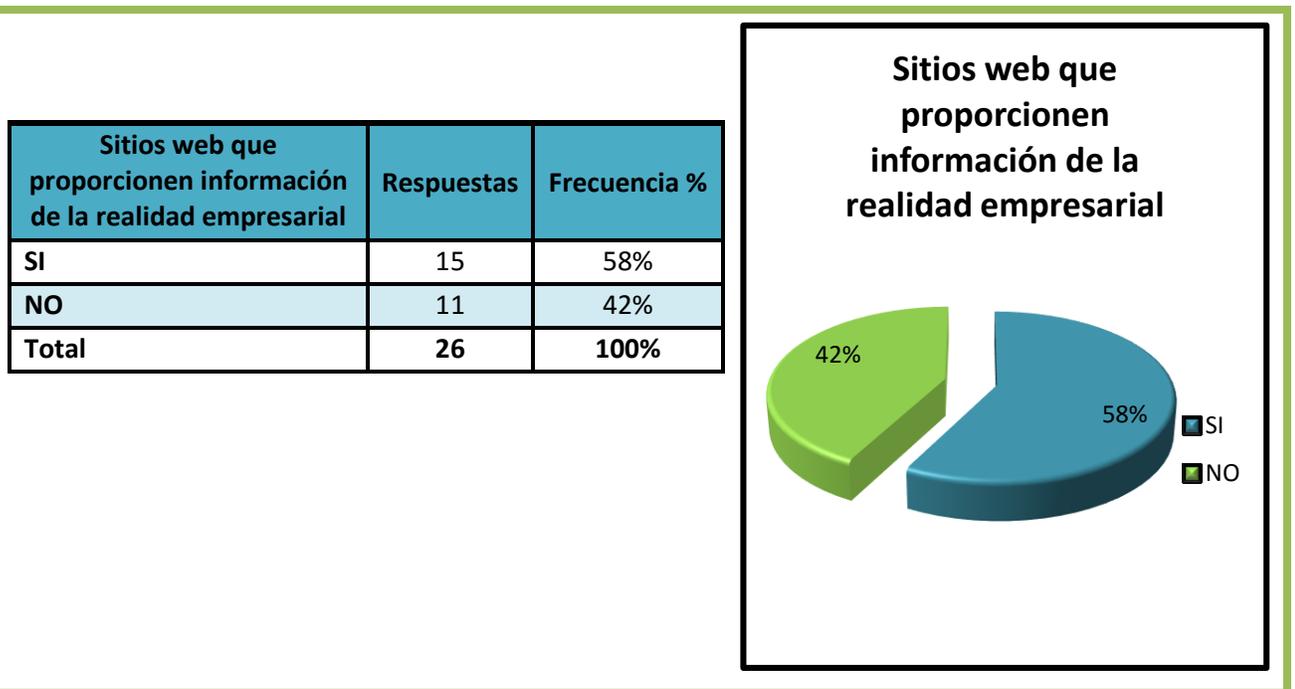


Interpretación:

Un alto porcentaje de docentes indica que siempre están conectados a internet, mientras que un pequeño porcentaje de encuestados opinó que se conectan al internet casi siempre, lo que indica que todos los docentes tienen acceso a dicho recurso para la búsqueda de información.

8. **¿Conoce usted sitios web que proporcionen información vital sobre la realidad empresarial que le ayuden en el que hacer de su actividad docente?**

Cuadro N° 8. Sitios web que proporcionen información vital sobre la realidad empresarial que le ayuden en su actividad docente

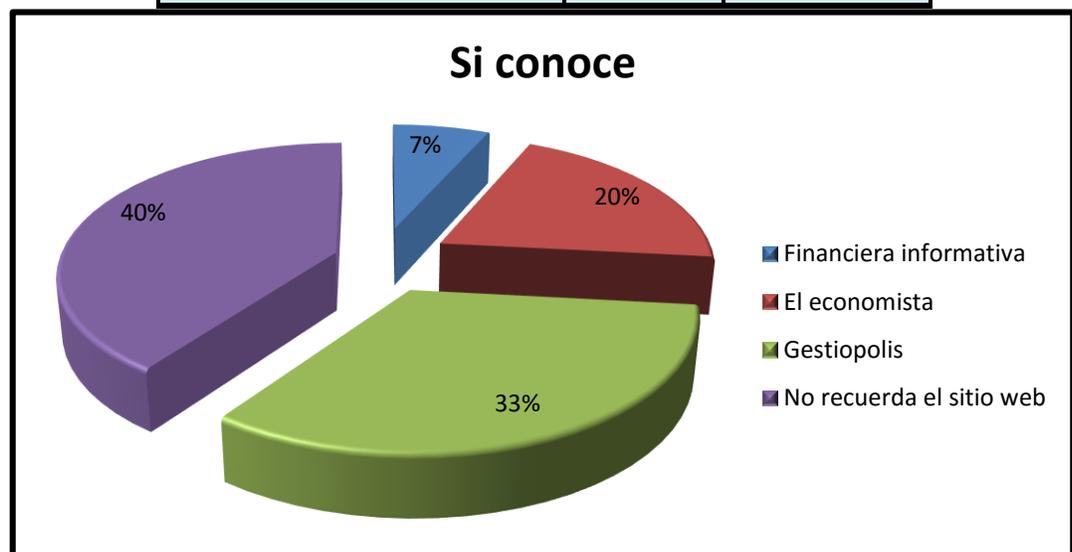


Interpretación:

Al cuestionar a los encuestados si conocían algún sitio en la web que les proporcione información vital para la toma de decisiones en su labor que como docente realiza, más de la mitad opinó que si conocían el sitio, mientras que un pequeño porcentaje de encuestados manifestó que no conocían ningún sitio que les proporcionara esa clase de información. Por ese pequeño porcentaje de encuestados que no conocen sitios web, sería conveniente que se creara un observatorio informativo para que les proporcione información vital de la realidad empresarial en la que puedan apoyarse para el quehacer de su actividad docente.

Cuadro N° 8.1. Sitios web que conoce que proporcionen información de la realidad empresarial

Sitios web que proporcionen información de la realidad empresarial	SI	Frecuencia %
Financiera informativa	1	7%
El economista	3	20%
Gestiopolis	5	33%
No recuerda el sitio web	6	40%
Total	15	100%



Interpretación:

De los docentes que respondieron que si conocían algún sitio web que les proporciona información vital que como docente realiza, la proporción más representativa de encuestados no recordó el sitio que utilizaban para obtener información al momento de llenar el cuestionario, mientras que una pequeño porcentaje de docentes dijeron que se apoyan de Gestiopolis y otros se apoyan del economista y de la información financiera.

9. ¿Qué nivel de confianza le produciría la información de un observatorio de la realidad empresarial si fuera propuesto por cada una de las siguientes instituciones?

Cuadro N° 9. Nivel de confianza que le produciría la información de un observatorio de la realidad empresarial si fuera propuesto por las siguientes instituciones

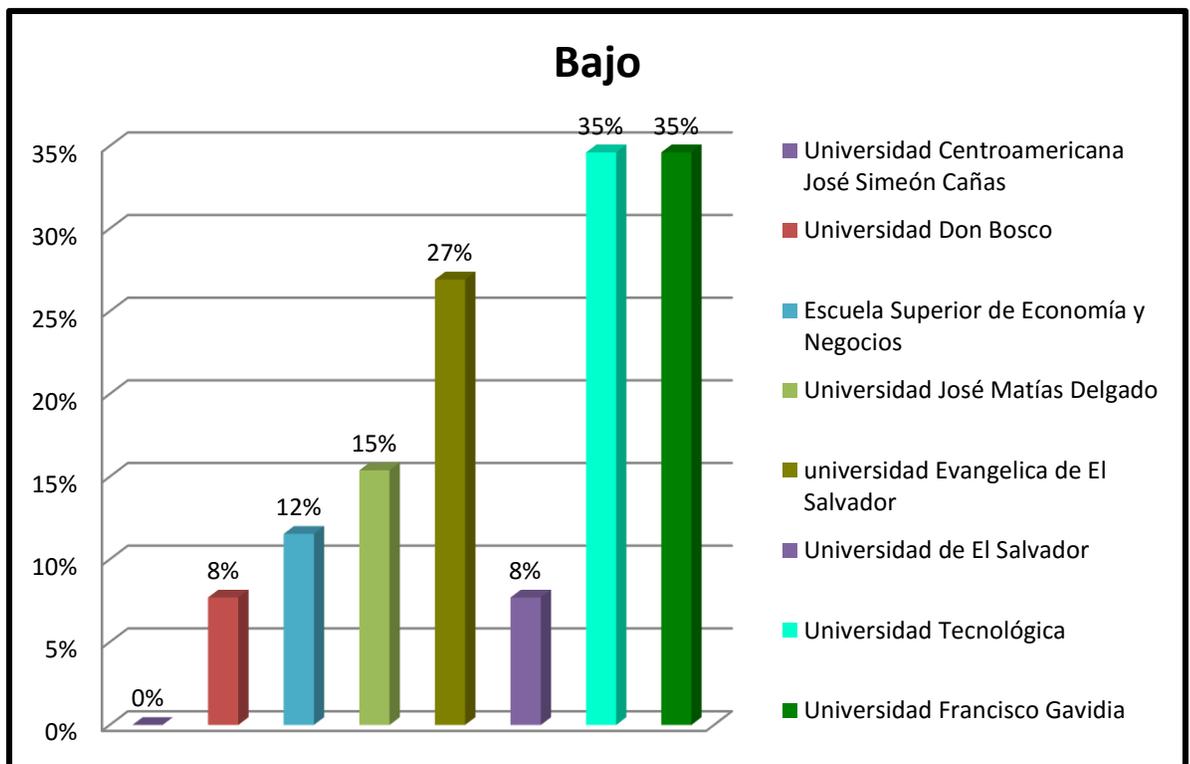
Instituciones	Respuestas			Frecuencia %		
	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas	0	6	20	0%	23%	77%
Universidad Don Bosco	2	15	9	8%	58%	35%
Escuela Superior de Economía y Negocios	3	12	11	12%	46%	42%
Universidad José Matías Delgado	4	17	5	15%	65%	19%
universidad Evangélica de El Salvador	7	16	3	27%	62%	12%
Universidad de El Salvador	2	10	14	8%	38%	54%
Universidad Tecnológica	9	15	2	35%	58%	8%
Universidad Francisco Gavidia	9	14	3	35%	54%	12%

Interpretación:

En el cuadro anterior se mencionan ocho instituciones educativas a nivel de universidades, se pretende hacer una comparación entre las instituciones, conociendo a través de los resultados que nivel de confianza señalada como bajo, medio, alto, le produce a cada docente si las instituciones brindaran información de un observatorio informativo de la realidad empresarial, los resultados se desglosan a continuación.

Cuadro 9.1. Frecuencia y gráfica de nivel de confianza bajo

Instituciones	Bajo	Frecuencia %
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas	0	0%
Universidad Don Bosco	2	8%
Escuela Superior de Economía y Negocios	3	12%
Universidad José Matías Delgado	4	15%
universidad Evangélica de El Salvador	7	27%
Universidad de El Salvador	2	8%
Universidad Tecnológica	9	35%
Universidad Francisco Gavidia	9	35%



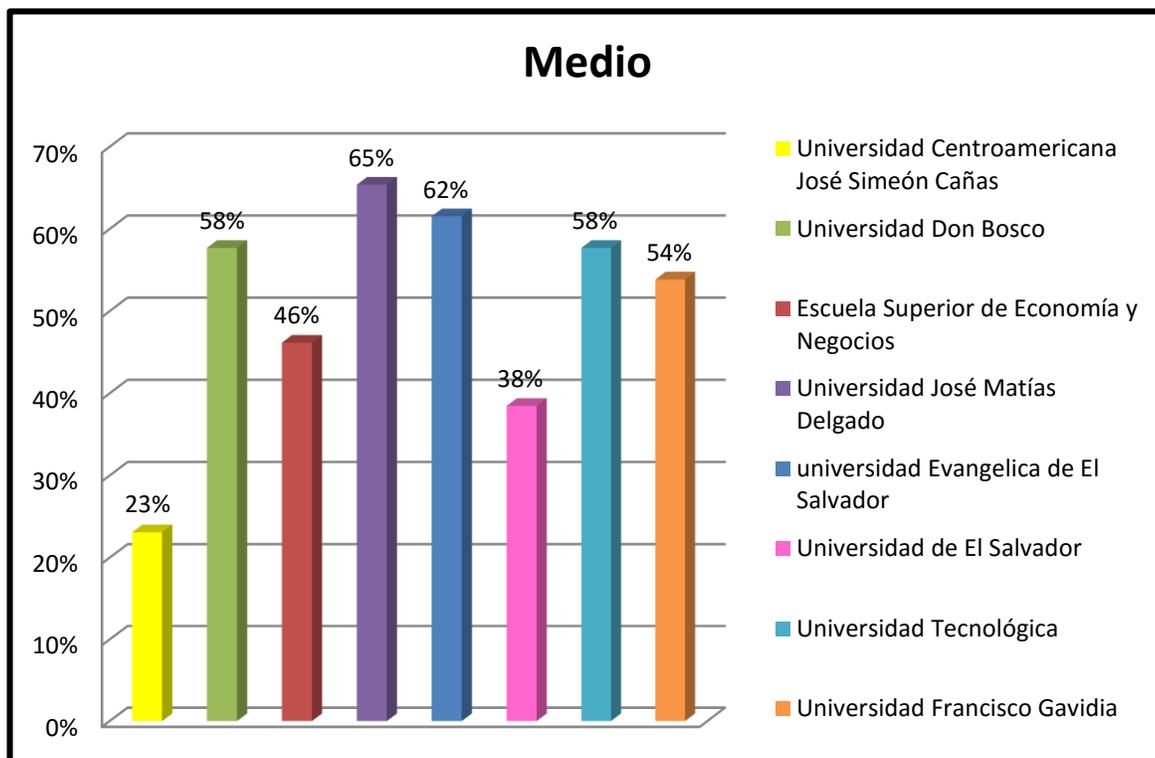
Interpretación:

En relación a la pregunta anterior se observan los resultados y se determina que ambas instituciones obtuvieron igual número de resultados así que con un 35% respectivamente, las universidades que tienen el más bajo nivel de confianza según los

docentes son la Universidad Tecnológica y Universidad Francisco Gavidia, esto significa que la información que se brindase allí sería de baja confiabilidad para los docentes.

Cuadro N° 9.2. Frecuencia y gráfica de nivel de confianza medio

Instituciones	Medio	Frecuencia %
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas	6	23%
Universidad Don Bosco	15	58%
Escuela Superior de Economía y Negocios	12	46%
Universidad José Matías Delgado	17	65%
universidad Evangélica de El Salvador	16	62%
Universidad de El Salvador	10	38%
Universidad Tecnológica	15	58%
Universidad Francisco Gavidia	14	54%

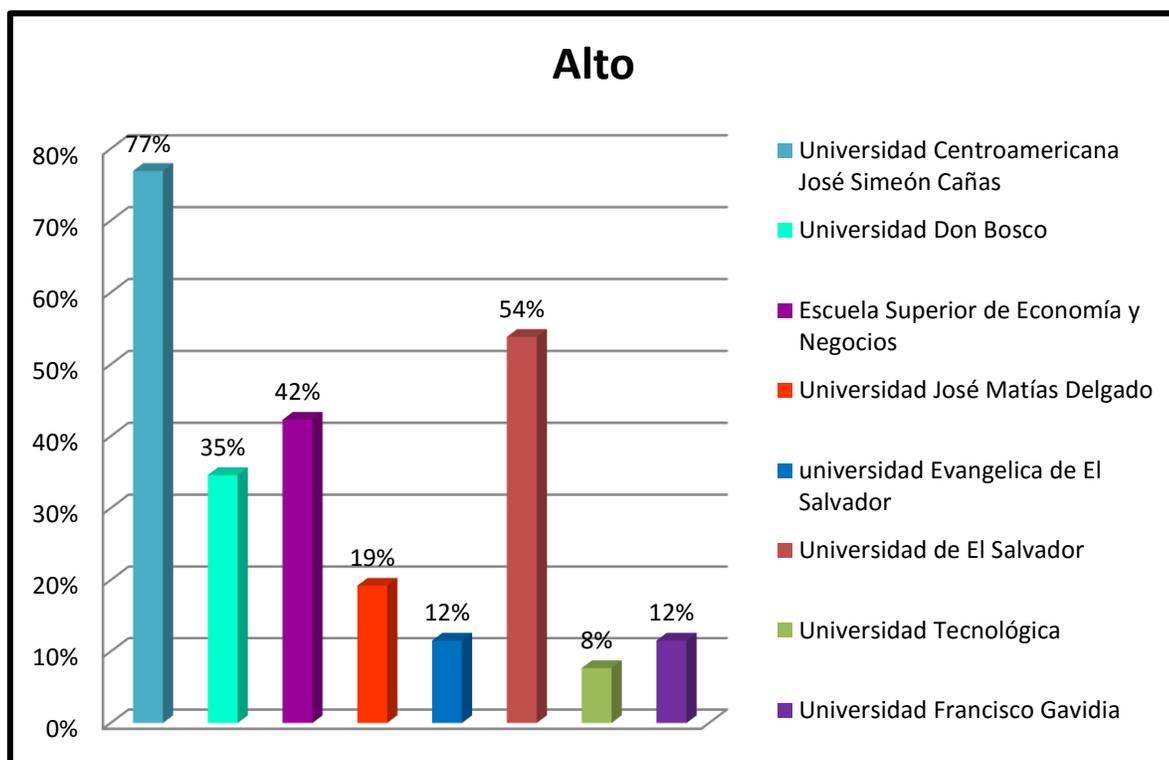


Interpretación:

La universidad José Matías Delgado figura como la institución más seleccionada por los docentes ya que los resultados observados en el cuadro anterior demuestra que produce un nivel de confianza medio pues los docentes con un 65%, opinan que si esta institución proporcionara algún tipo de información sobre un observatorio informativo de la realidad empresarial, dicha información fuera aceptada a un nivel de confianza medio.

Cuadro N° 9.3. Frecuencia y gráfica de nivel de confianza alto

Instituciones	Alto	Frecuencia %
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas	20	77%
Universidad Don Bosco	9	35%
Escuela Superior de Economía y Negocios	11	42%
Universidad José Matías Delgado	5	19%
universidad Evangélica de El Salvador	3	12%
Universidad de El Salvador	14	54%
Universidad Tecnológica	2	8%
Universidad Francisco Gavidia	3	12%



Interpretación:

Para los docentes que participaron en responder el cuestionario evaluando a las ocho instituciones que se propusieron en el cuadro anterior, expresaron que la Universidad

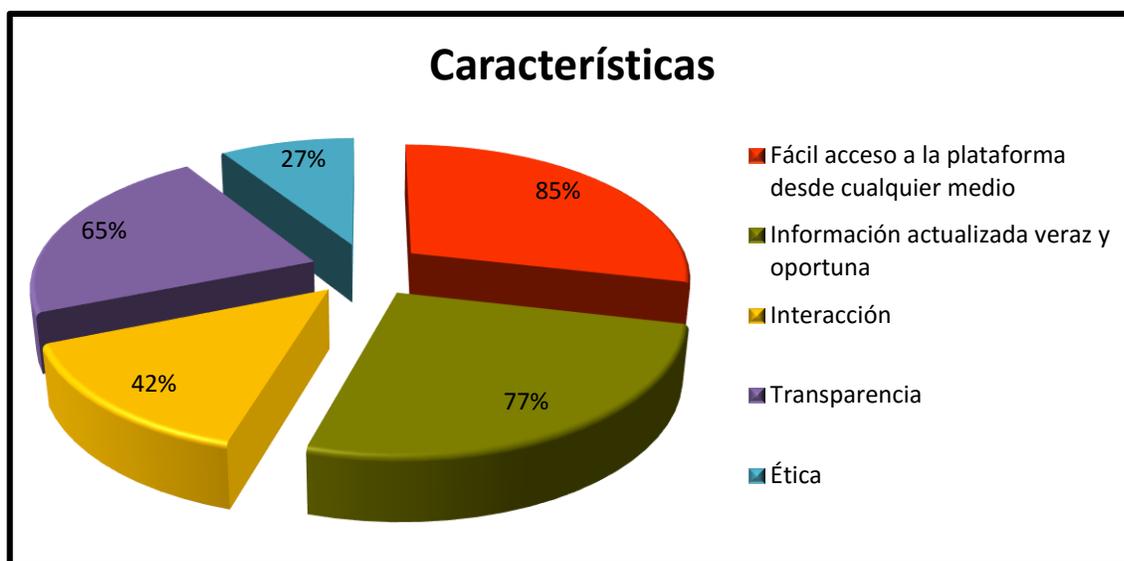
Centroamericana José Simeón Cañas les produce un nivel de confianza alto de un 77%, opinan que si esta institución proporcionara alguna información de la realidad empresarial y que esta fuera publicada a través de un observatorio informativo les produciría un nivel de confianza alto ya que sería de apoyo en la actividad docente que realizan.

Es notorio observar que solo un 54% opina que la información que se publicara en la Universidad de El Salvador le sería confiable a un nivel alto, esto lo expresan los docentes de la Escuela de Administración de Empresas del alma mater.

10. ¿Qué características esperaría que tuviera un observatorio informativo de la realidad empresarial para que usted lo visite?

Cuadro N° 10. Características que tuviera un observatorio informativo de la realidad empresarial

Características	Respuestas	Frecuencia %
Fácil acceso a la plataforma desde cualquier medio	22	85%
Información actualizada veraz y oportuna	20	77%
Interacción	11	42%
Transparencia	17	65%
Ética	7	27%



Interpretación:

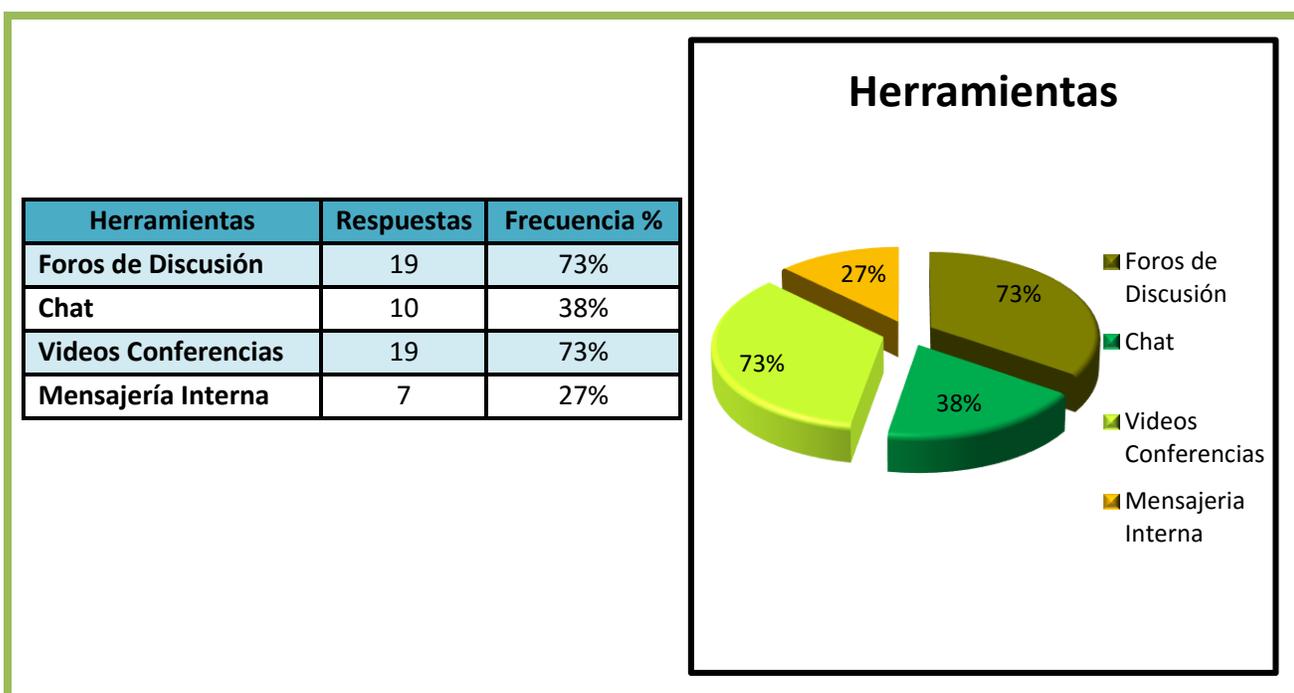
Se pretende con esta pregunta conocer las características que para los docentes que respondieron el cuestionario tienen más relevancia, utilizando la web como medio para hacer consultas y así obtener información a través de un observatorio informativo de la realidad empresarial.

El 85% de los docentes de la escuela de Administración de Empresas respondió que el fácil acceso a la plataforma desde cualquier medio sería una característica relevante y de utilidad a un observatorio informativo.

La información actualizada veraz y oportuna se considera como la segunda característica más importante, porque toda información debe actualizarse constantemente para que sirva a los lectores al momento de tomar alguna decisión esto lo opinan el 77% de los docentes.

11. ¿Qué herramientas le gustaría que tuviera la plataforma virtual de un observatorio informativo de la realidad empresarial?

Cuadro N° 11. Herramientas de la plataforma virtual

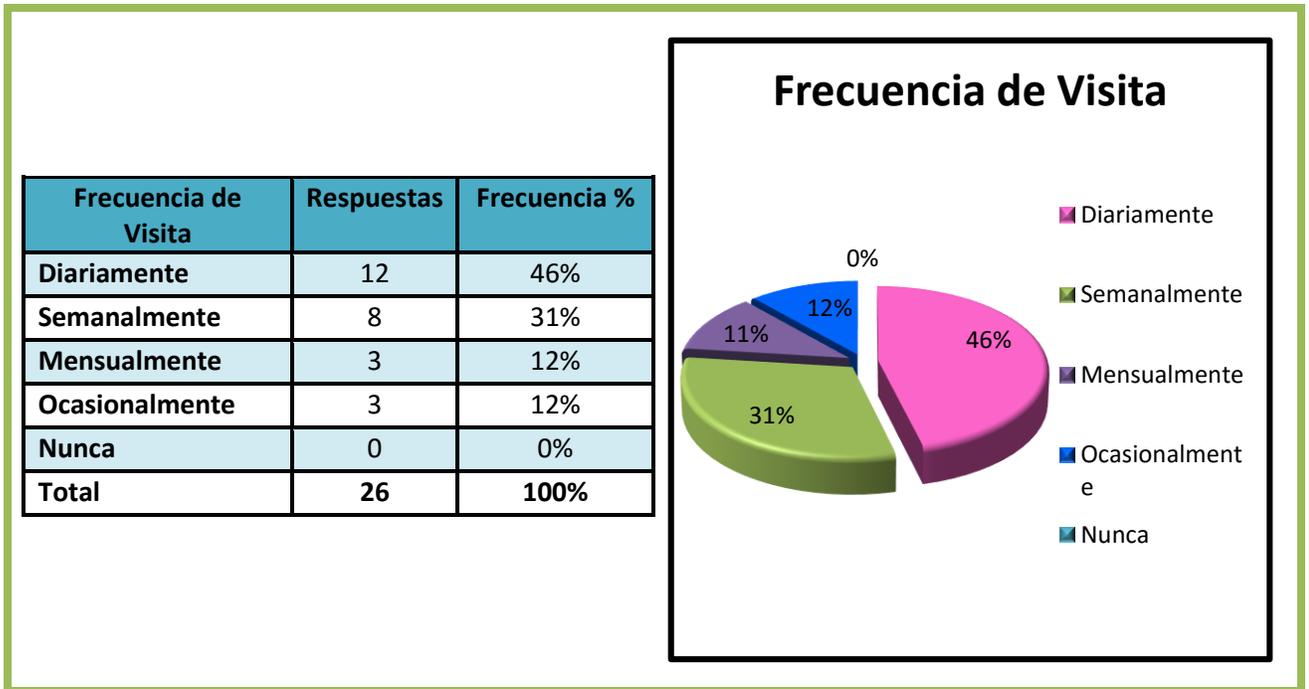


Interpretación:

Ya que se consideran que las plataformas virtuales facilitarán la relación enseñanza aprendizaje. Los foros de discusión y las videos conferencias figuran con mayor preferencia en las principales herramientas que debiera tener en la plataforma virtual de un observatorio informativo, esto lo opinan el 73% respectivamente.

12. ¿Con qué frecuencia visitaría un observatorio informativo de la realidad empresarial?

Cuadro N° 12. Frecuencia de visita de un observatorio informativo de la realidad empresarial

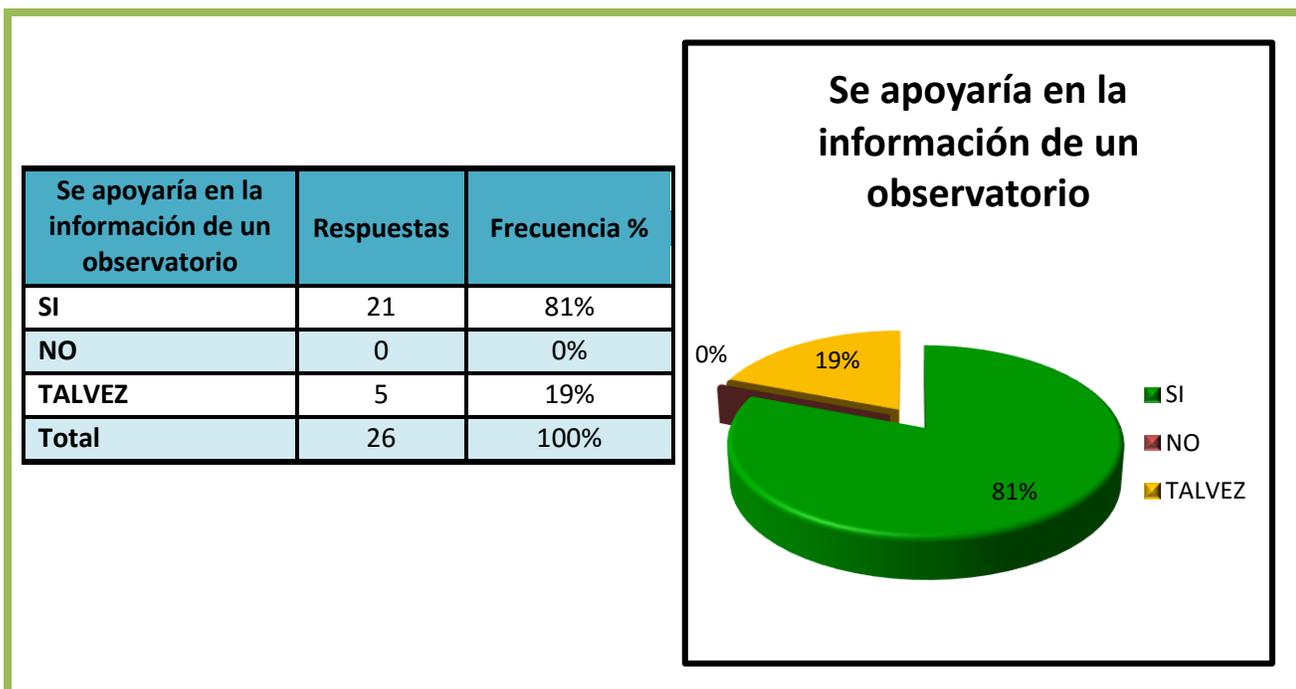


Interpretación:

Con esta pregunta se conoce la frecuencia con que cada docente utilizará la plataforma virtual, en este caso en particular se haría diariamente, para obtener información que le ayude en su actividad docente a través de consultar el observatorio informativo de la realidad empresarial. Observando los resultados en la tabla anterior la gran mayoría de docentes de la Escuela de Administración de Empresas expresa su opinión con un 46%.

13. ¿Se apoyaría usted en la información que le proporcionara un observatorio informativo de la realidad empresarial para el desarrollo de sus cátedras?

Cuadro N° 13. Se apoyaría en la información que le proporcionara un observatorio informativo empresarial para el desarrollo de sus cátedras

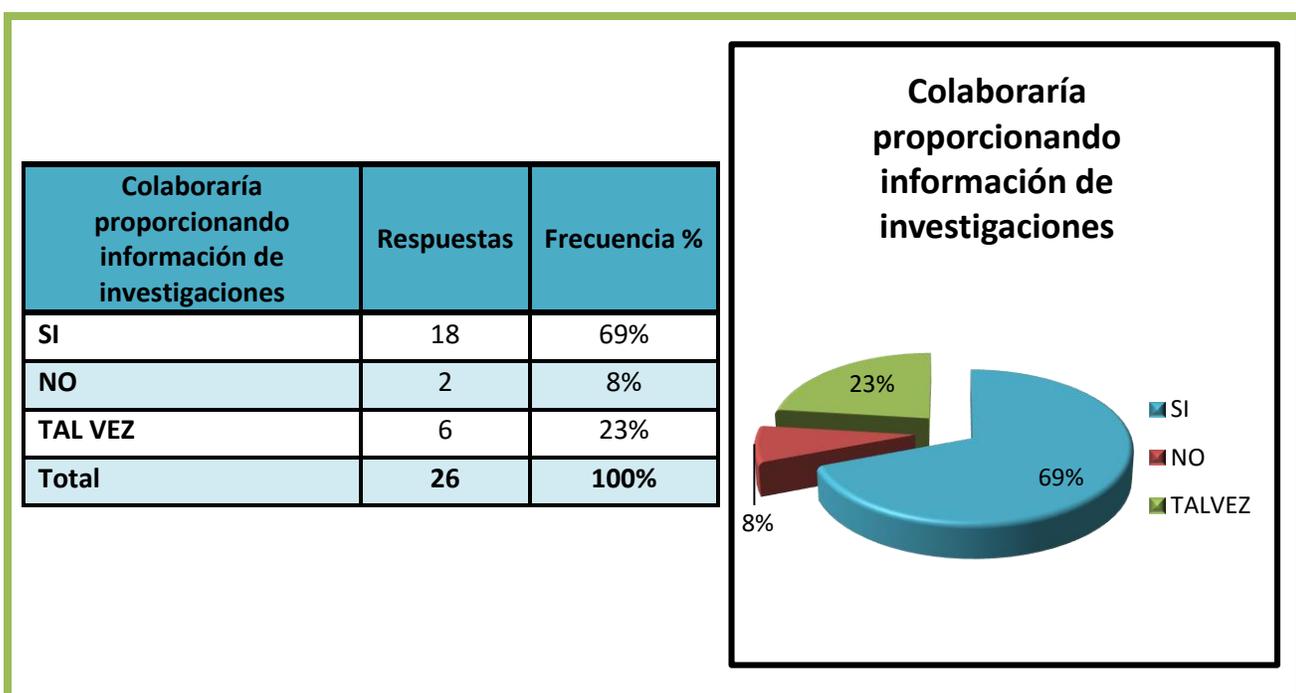


Interpretación:

Los docentes respondieron al cuestionario con un 81% que si se apoyarían en la información que proporcionará un observatorio informativo empresarial y utilizarlo en el desarrollo de sus cátedras.

14. ¿Estaría dispuesto a colaborar proporcionando informacion de investigaciones que como docente ha realizado para que se publique en la plataforma virtual de un observatorio informativo de la realidad empresarial?

Cuadro N° 14. colaboraría proporcionando informacion de investigaciones que como docente ha realizado

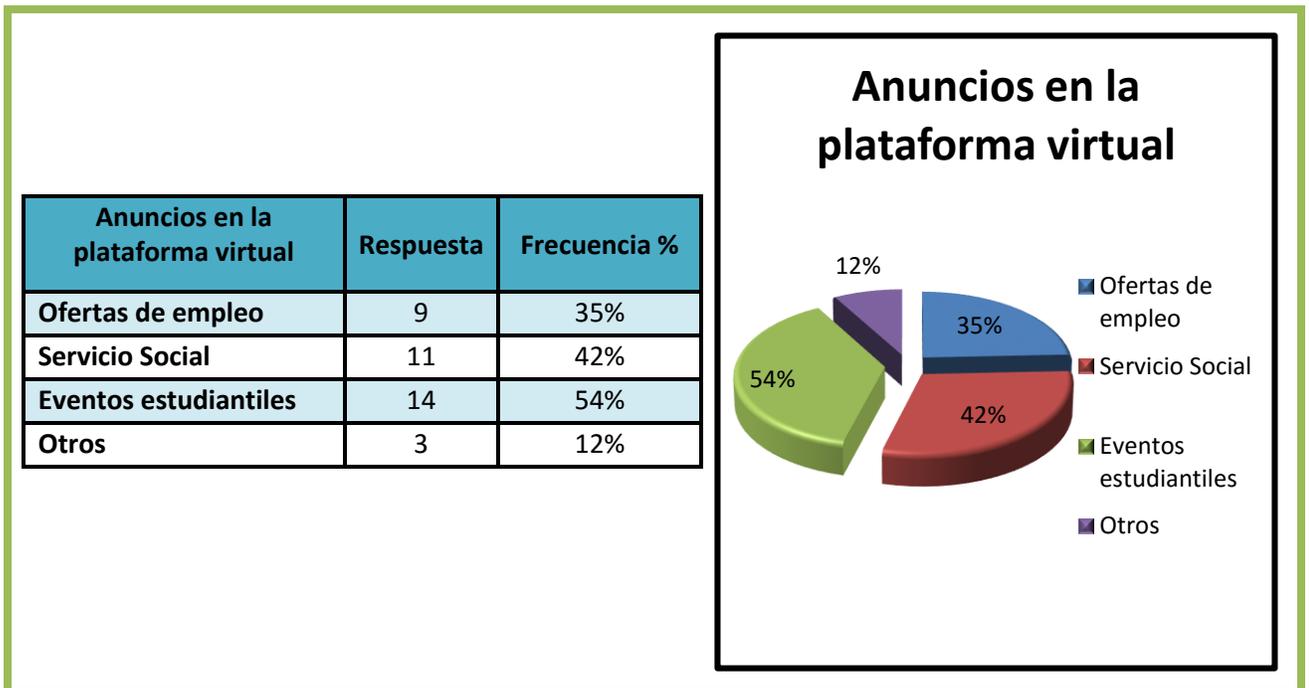


Interpretación:

Los docentes de la Escuela de Administracion de Empresas opinan en un 69% que si estarían dispuestos en colaborar proporcionando informacion de investigaciones que han realizado, con la finalidad de que se publiquen en un observatorio informativo de la realidad empresarial.

15. ¿Con cuáles anuncios de los que se mencionan a continuación estaría dispuesto a colaborar para que se publiquen en la plataforma virtual de un observatorio informativo de la realidad empresarial?

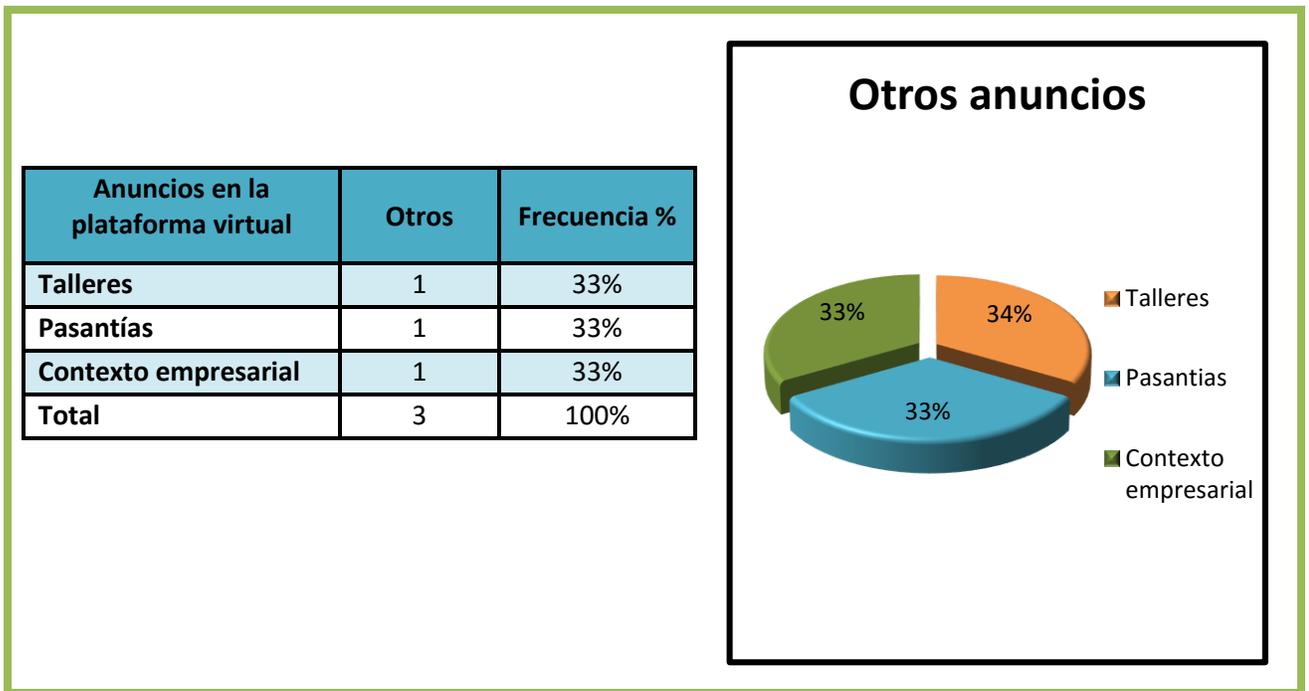
Cuadro N° 15. Anuncios para que se publiquen en la plataforma virtual de un observatorio



Interpretación:

Con la importancia de conocer la opinión de los docentes de la Escuela de Administración de Empresas por cuales anuncios de los que se mencionan en el cuadro anterior estarían dispuestos a colaborar, esto con la finalidad de brindar algún tipo de ayuda a la comunidad estudiantil respondieron la mayoría con un 54% que los eventos estudiantiles le serviría de gran ayuda a los estudiantes para promover actividades académicas, por otra parte solo un 42% opina que colaborarían en el anuncio de servicio social, esto con el propósito de apoyar al alumno a que tenga una oportunidad de realizar su servicio social obligatorio.

Cuadro N° 15.1. Otros anuncios para que se publiquen en la plataforma virtual

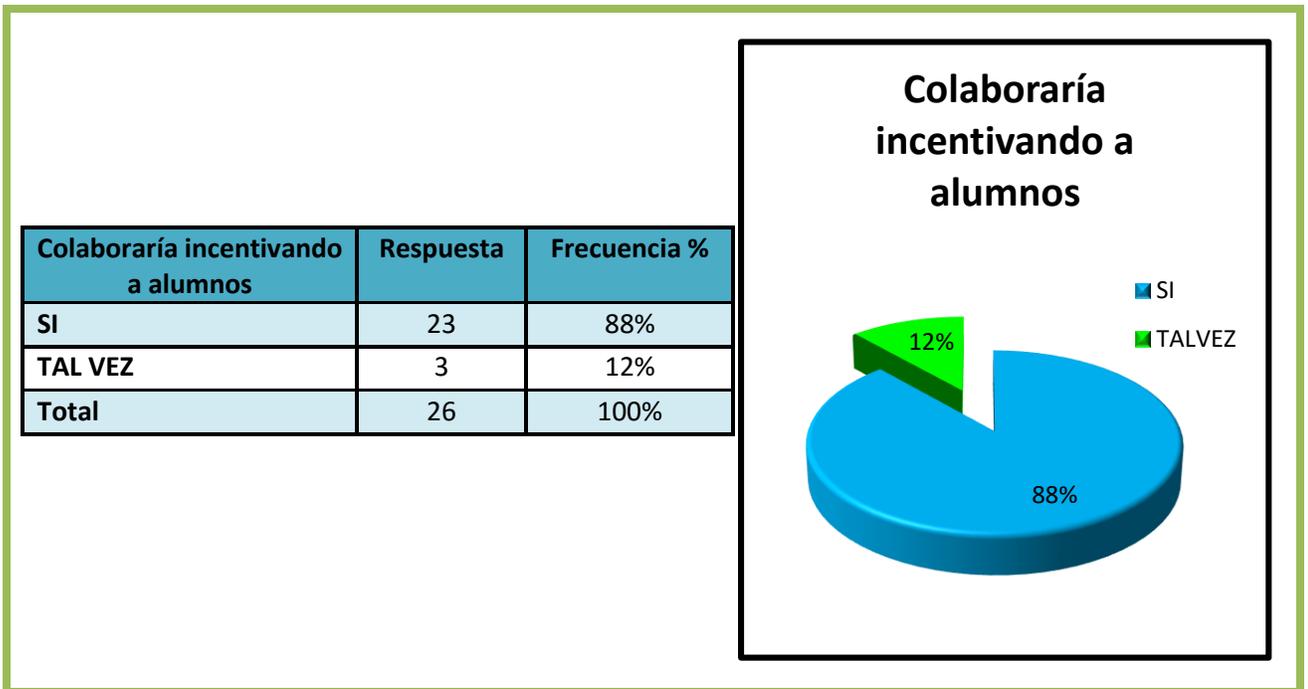


Interpretación:

En relación con la pregunta número 15 en donde un 12% de los docentes opinan que debería haber más anuncios para publicar en la plataforma virtual de un observatorio informativo de la realidad empresarial, dando como resultado que un 33% respectivamente opina que algunos de ellos son talleres, pasantías y temas del contexto empresarial. Esto con la finalidad de beneficiar a toda la comunidad docente y estudiantil que pertenecen a la Escuela de Administración de Empresas.

16. ¿Estaría dispuesto a colaborar incentivando a los alumnos para que hagan uso de la plataforma virtual de un observatorio informativo de la realidad empresarial?

Cuadro N° 16. Colaboraría incentivando a los alumnos para que hagan uso de la plataforma virtual de un observatorio informativo de la realidad empresarial.



Interpretación:

La finalidad de esta pregunta es conocer a través de los resultados obtenidos si los docentes de la Escuela de Administración de Empresas estaría dispuesto a colaborar incentivando a los alumnos para que hagan uso de la plataforma virtual de un observatorio informativo de la realidad empresarial, el 88% expresó que si colaborarían incentivando a los alumnos y esto es bueno ya que hay apoyo por parte de los docentes.

ANEXO 4

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

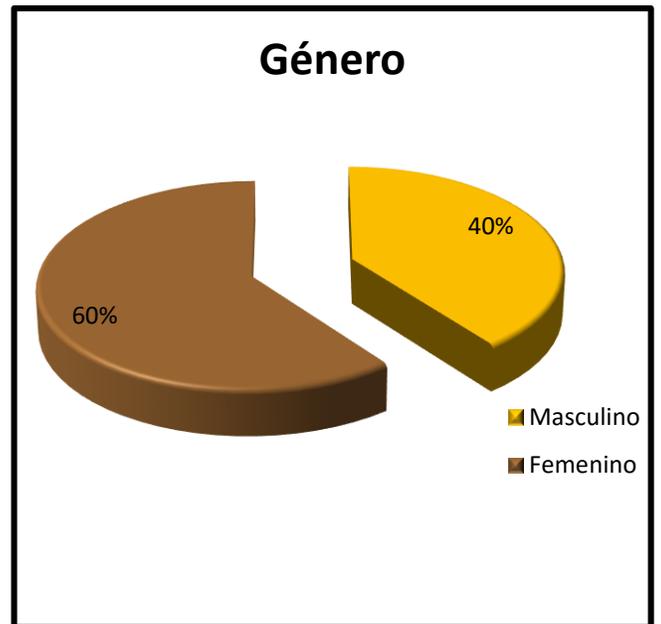
EMPRESARIOS

Los administradores de la micro y pequeña empresa que respondieron el cuestionario fueron 96, cuyas respuestas se presentan a continuación

DATOS GENERALES

Género

Género	Respuestas	Frecuencia %
Masculino	38	40%
Femenino	58	60%
Total	96	100%

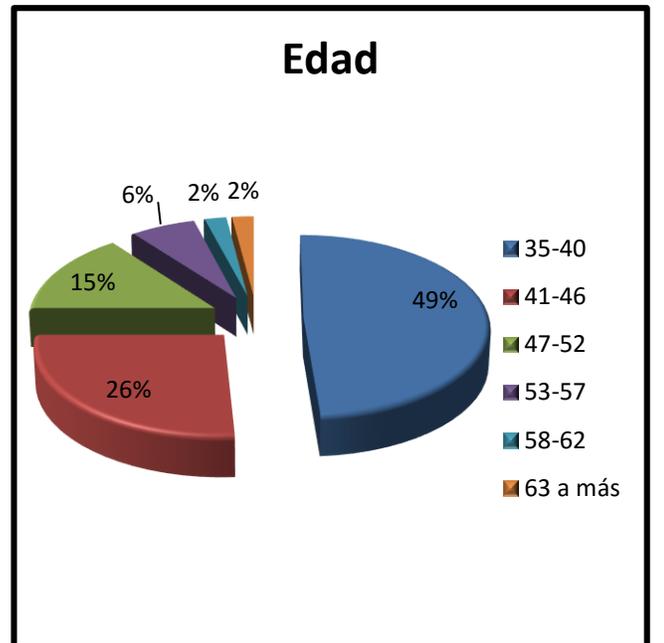


Interpretación:

Como se puede apreciar en el resultado de las encuestas realizadas a los administradores de la micro y pequeña empresa se nota la diferencia de participación ya que la mayor parte de encuestados que contestaron este cuestionario está integrada por el género femenino.

Edad

Edad	Respuestas	Frecuencia %
35-40	47	49%
41-46	25	26%
47-52	14	15%
53-57	6	6%
58-62	2	2%
63 a más	2	2%
Total	96	100%

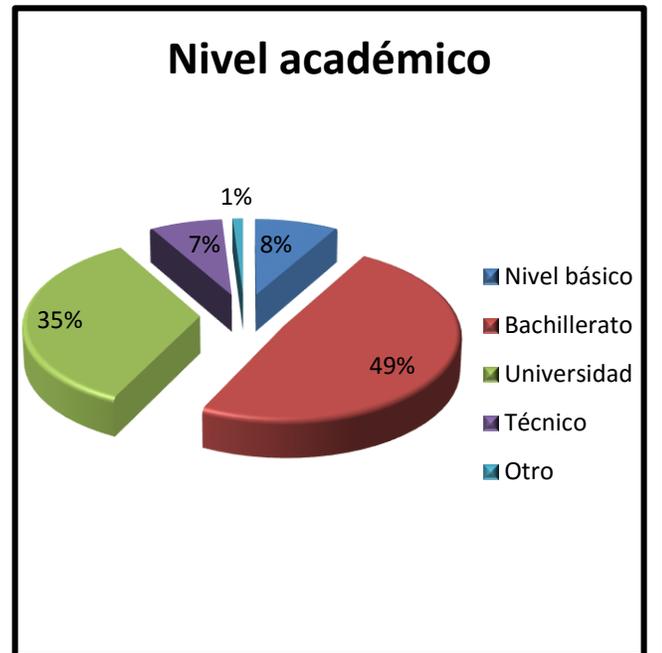


Interpretación:

De los resultados obtenidos se puede observar que la mayor parte de los empresarios tienen entre 35 a 40 años, por lo que se puede asegurar que son empresarios no tan mayores, mientras que 26 de cada 100 personas tienen entre 41 y 46 años de edad.

Nivel académico

Nivel académico	Respuestas	Frecuencia %
Nivel básico	8	8%
Bachillerato	47	49%
Universidad	33	34%
Técnico	7	7%
Otro	1	1%
Total	96	100%

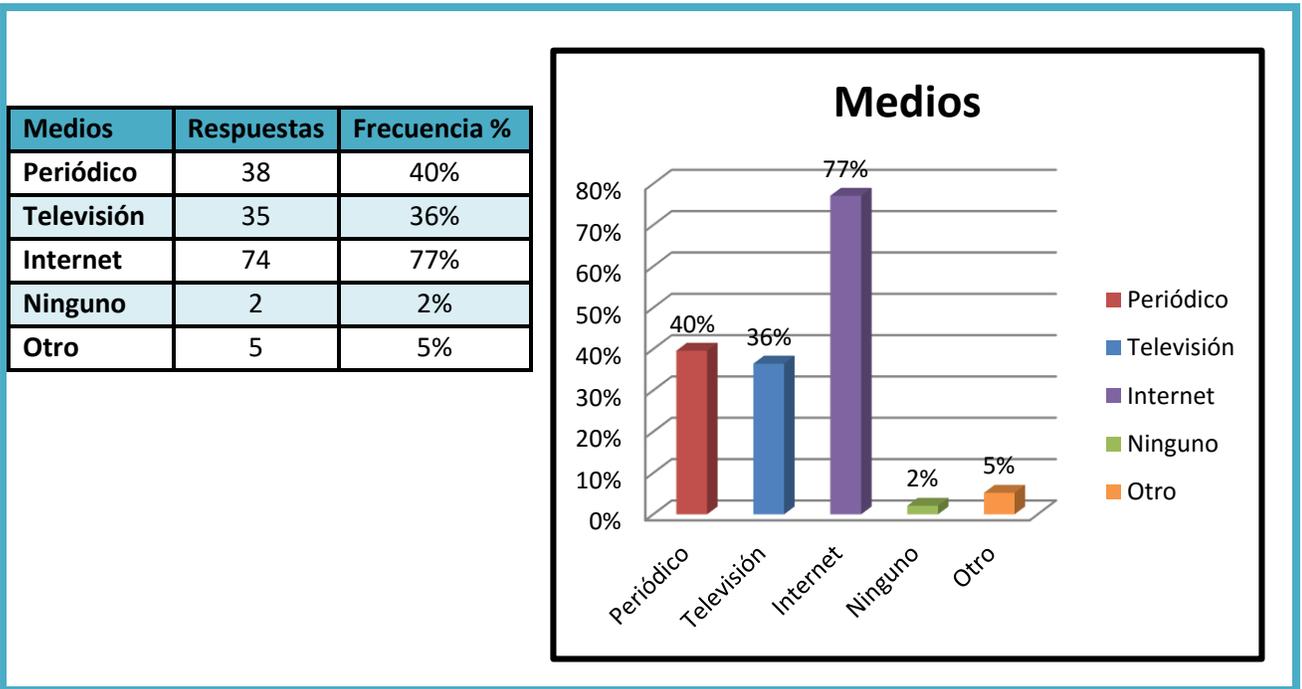


Interpretación:

Como se puede observar en el gráfico anterior la mayor parte de los empresarios tiene un nivel académico de bachillerato y solo una pequeña proporción de empresarios tiene una formación académica universitaria.

1. ¿Cuáles son los medios que utiliza para obtener información relevante para la toma de decisiones sobre su actividad económica?

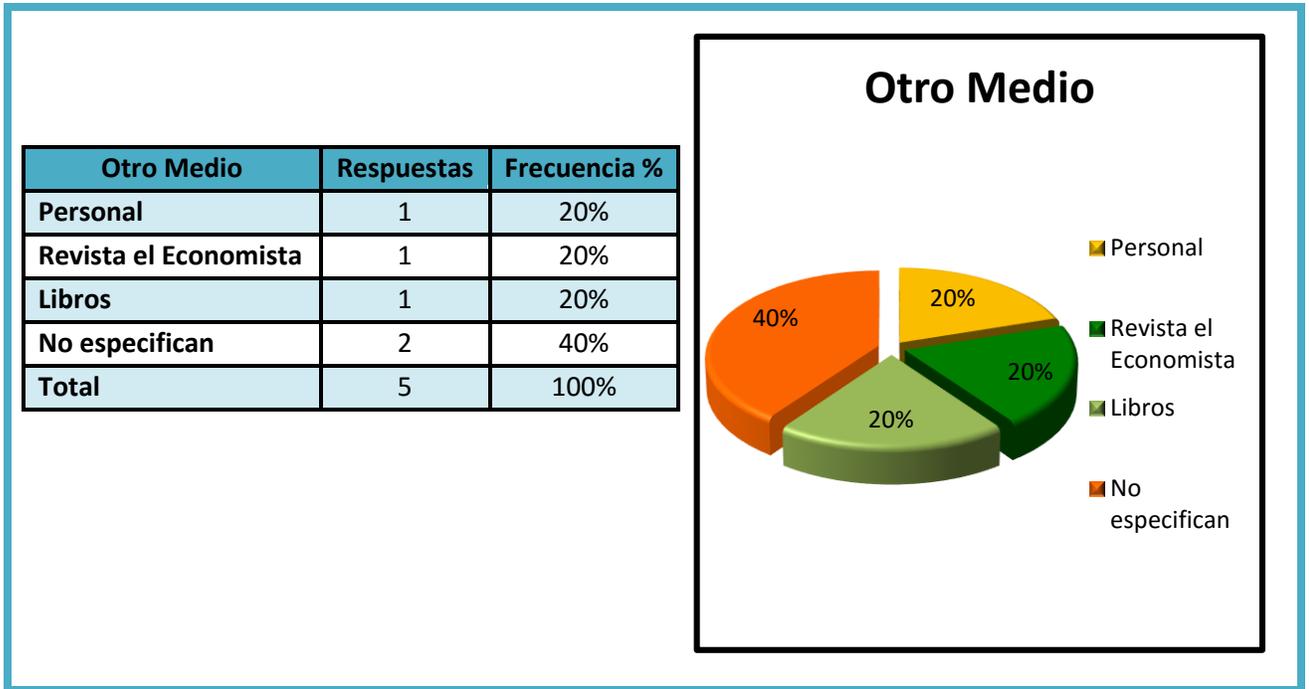
Cuadro N° 1. Medios para obtener información para su actividad económica



Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos se puede observar que el internet es el medio más utilizado por los empresarios pues más de la mitad de los encuestados opinaron que utiliza este medio para buscar información relevante sobre su actividad económica, mientras que el segundo medio con mayor importancia es el periódico ya que es ese medio que los encuestados utilizan para buscar información relevante sobre su actividad económica, un pequeño porcentaje opinaron que utilizan la televisión

Cuadro N° 1.1. Otros medios para obtener información

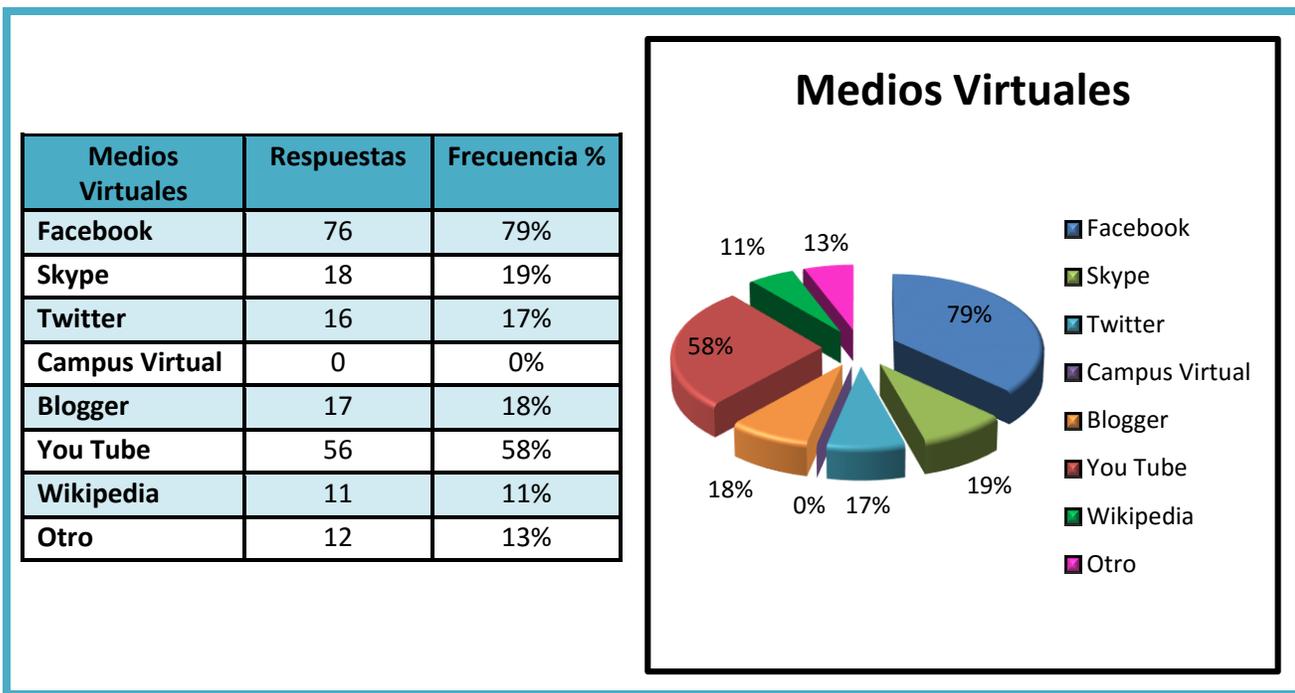


Interpretación:

Dentro de los otros medios que los empresarios utilizan para buscar información sobre su actividad económica y con base a ello tomar las mejores decisiones están los libros, las revistas y la información que obtienen de medios personales, siendo estos los principales medios para la toma de decisiones.

2. De los siguientes medios virtuales ¿En cuáles se apoya para la toma de decisiones sobre su actividad económica?

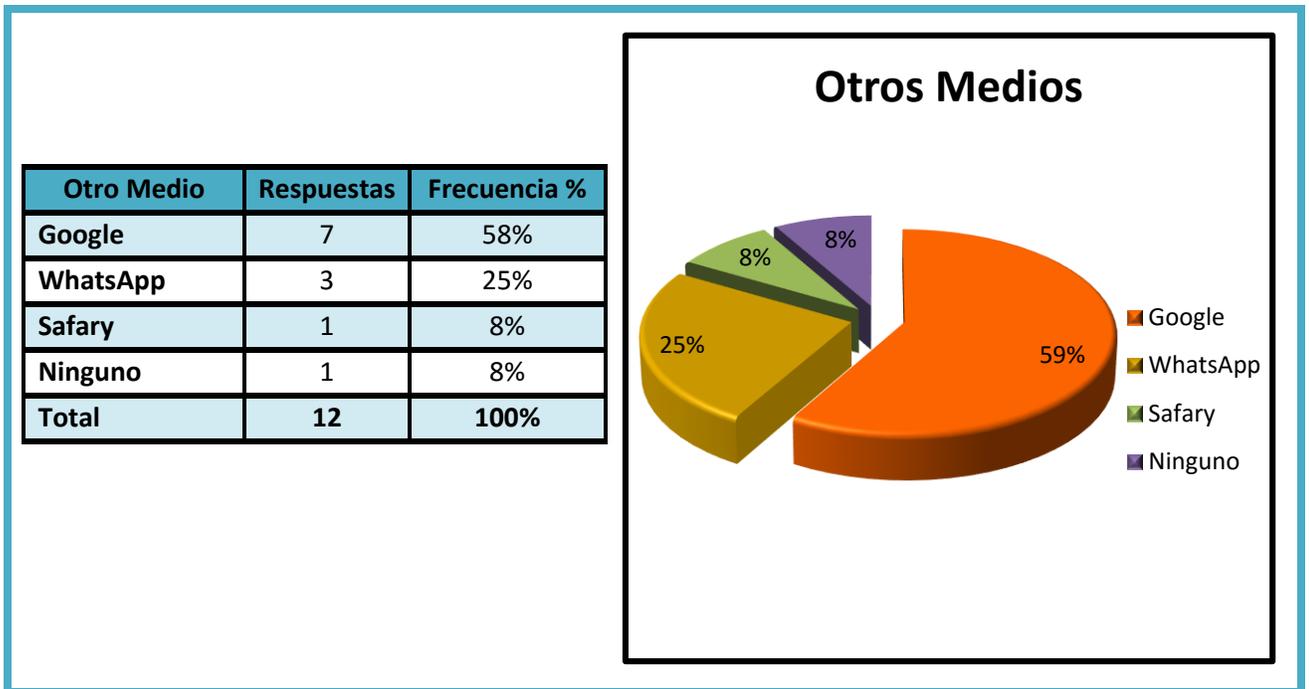
Cuadro N° 2. Medios virtuales en los que se apoya para su actividad económica



Interpretación:

De acuerdo a la gráfica anterior el medio virtual que más utilizan los empresarios es el Facebook, lo utilizan porque es el medio que la mayoría de personas con las que se relacionan tienen, razón por la cual se apoyan de ese medio a la hora de tomar decisiones sobre su actividad económica; el segundo medio de más importancia según los empresarios es el You Tube ya que lo utilizan para apoyarse a la hora de tomar decisiones sobre su actividad económica.

Cuadro N° 2.1. Otros medios virtuales en los que se apoya para su actividad económica



Interpretación:

De los encuestados que respondieron que utilizaban otros medios como apoyo para la toma de decisiones en su actividad económica, se encuentra como principal medio el Google como motor de búsqueda para apoyarse de la información proporcionada por este, mientras que el segundo medio que usan los empresarios para el apoyo en la toma de decisiones está el WhatsApp.

3. De los medios virtuales que seleccionó en la pregunta anterior ¿Con qué frecuencia los consulta?

Cuadro N° 3. Medios virtuales que frecuentemente consulta

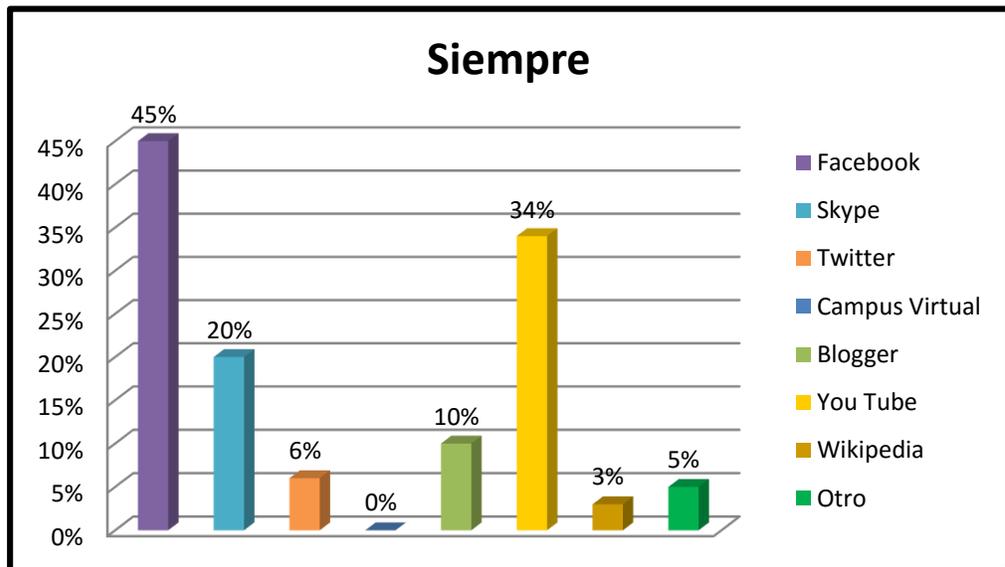
Medios Virtuales	Respuestas				Frecuencia %			
	Siempre	Casi siempre	Casi Nunca	Nunca	Siempre	Casi siempre	Casi Nunca	Nunca
Facebook	43	23	4	1	45%	24%	4%	1%
Skype	19	3	0	0	20%	3%	0%	0%
Twitter	6	10	0	0	6%	10%	0%	0%
Campus Virtual	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
Blogger	10	6	0	0	10%	6%	0%	0%
You Tube	33	22	0	0	34%	23%	0%	0%
Wikipedia	3	8	0	0	3%	8%	0%	0%
Otro	5	4	0	0	5%	4%	0%	0%

Interpretación:

Considerando los resultados de la tabla anterior respecto a los medios virtuales que los empresarios utilizan para apoyarse en la toma de decisiones en su actividad económica, el Facebook figura como uno de los medios que frecuentan siempre y casi siempre, mientras que el You Tube al igual que Facebook lo frecuentan siempre y casi siempre, siendo estos dos los medios que los encuestados consultan con mayor frecuencia.

Cuadro N° 3.1. Frecuencia y gráfica de medios virtuales consultados siempre

Medios Virtuales	Siempre	Frecuencia %
Facebook	43	45%
Skype	19	20%
Twitter	6	6%
Campus Virtual	0	0%
Blogger	10	10%
You Tube	33	34%
Wikipedia	3	3%
Otro	5	5%

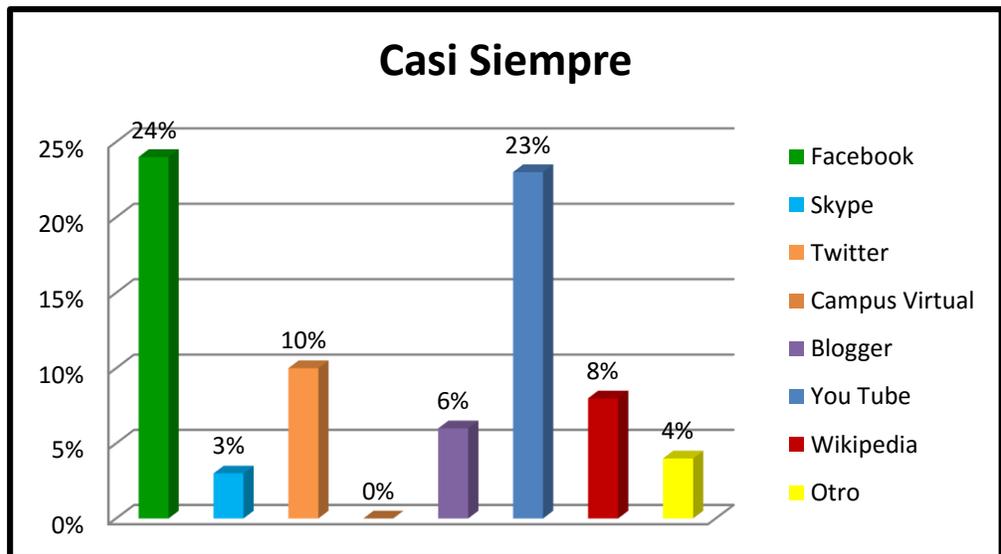


Interpretación:

De los medios virtuales que los empresarios consultan siempre para obtener alguna información sobre su actividad económica para tomar las mejores decisiones se encuentra el Facebook en primer lugar seguido del You Tube colocándolo como el segundo medio más consultado según los encuestados.

Cuadro N° 3.2. Frecuencia y gráfica de medios virtuales consultados casi siempre

Medios Virtuales	Casi siempre	Frecuencia %
Facebook	23	24%
Skype	3	3%
Twitter	10	10%
Campus Virtual	0	0%
Blogger	6	6%
You Tube	22	23%
Wikipedia	8	8%
Otro	4	4%

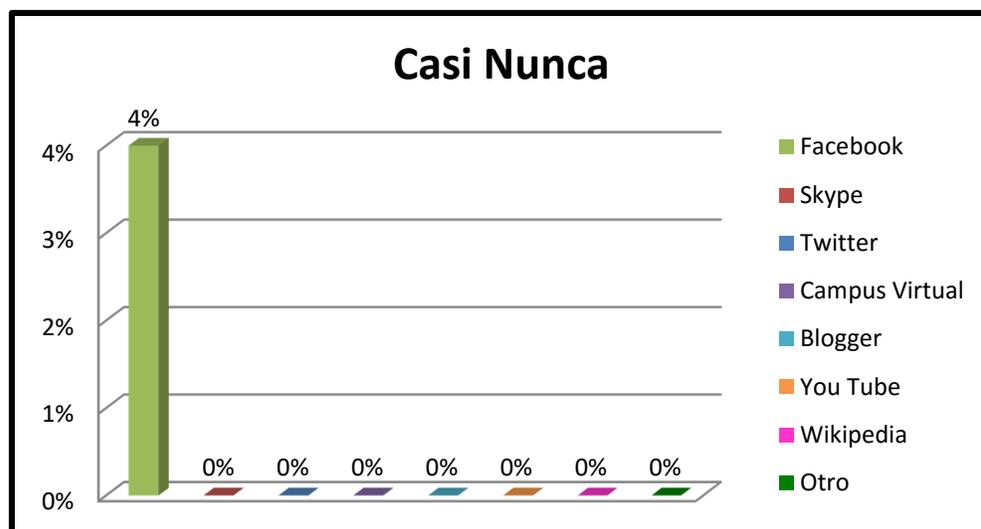


Interpretación:

Al indagar sobre los medios virtuales que los encuestados consultan casi siempre un 24% opinó que ocupan el Facebook como medio para obtener información, el 23% dijo que utilizaba el You Tube para tomar alguna decisión sobre su actividad económica o para buscar información relevante, por lo que se puede concluir que estos dos son los medios preferidos al momento de realizar una búsqueda de información.

Cuadro N° 3.3. Frecuencia y gráfica de medio virtual consultado casi nunca

Medios Virtuales	Casi Nunca	Frecuencia %
Facebook	4	4%
Skype	0	0%
Twitter	0	0%
Campus Virtual	0	0%
Blogger	0	0%
You Tube	0	0%
Wikipedia	0	0%
Otro	0	0%

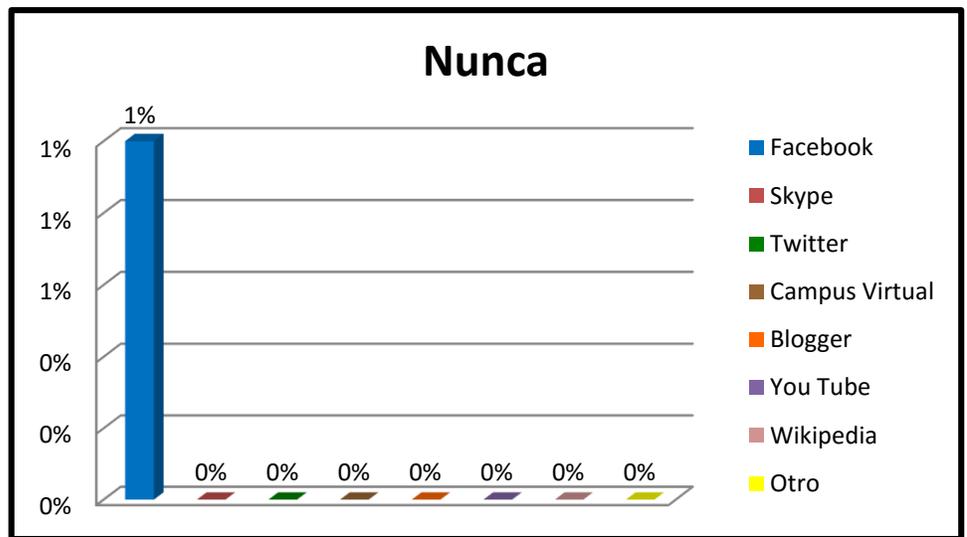


Interpretación:

Se puede observar que el Facebook con un 4% es el único medio virtual que los encuestados consultan casi siempre para apoyarse en la toma de decisiones sobre su actividad económica, mientras que el Skype, Twitter, Blogger, You Tube y Wikipedia no son medios que los empresarios utilicen como apoyo en esa frecuencia de consulta.

Cuadro N° 3.4. Frecuencia y gráfica de medio virtual consultado nunca

Medios Virtuales	Nunca	Frecuencia %
Facebook	1	1%
Skype	0	0%
Twitter	0	0%
Campus Virtual	0	0%
Blogger	0	0%
You Tube	0	0%
Wikipedia	0	0%
Otro	0	0%

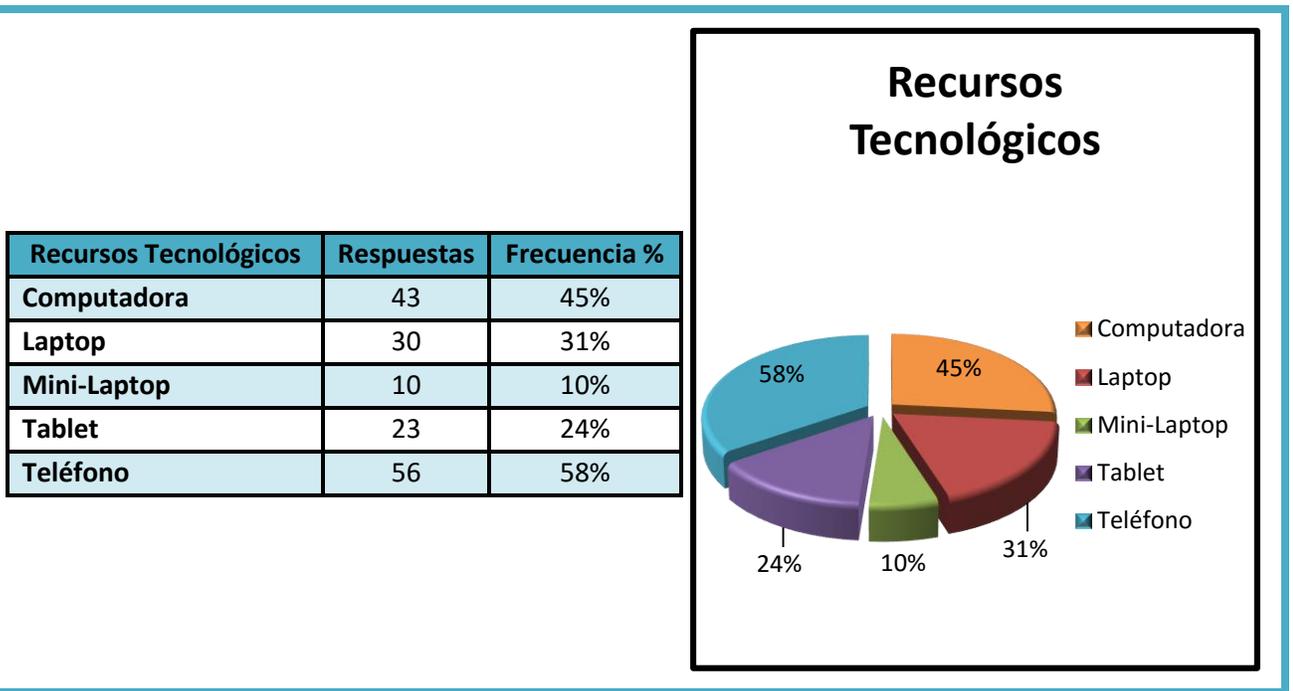


Interpretación:

Con un 1% el medio virtual que los encuestados nunca consultan es el Facebook, por lo que se llega a la conclusión que los empresarios se apoyan de algún otro medio mencionados en el cuadro anterior para buscar información y/o tomar decisiones relacionadas a su negocio.

4. De los siguientes recursos tecnológicos ¿Cuál utiliza para conectarse a un sitio web?

Cuadro N° 4. Recurso tecnológico que utiliza para conectarse a un sitio web

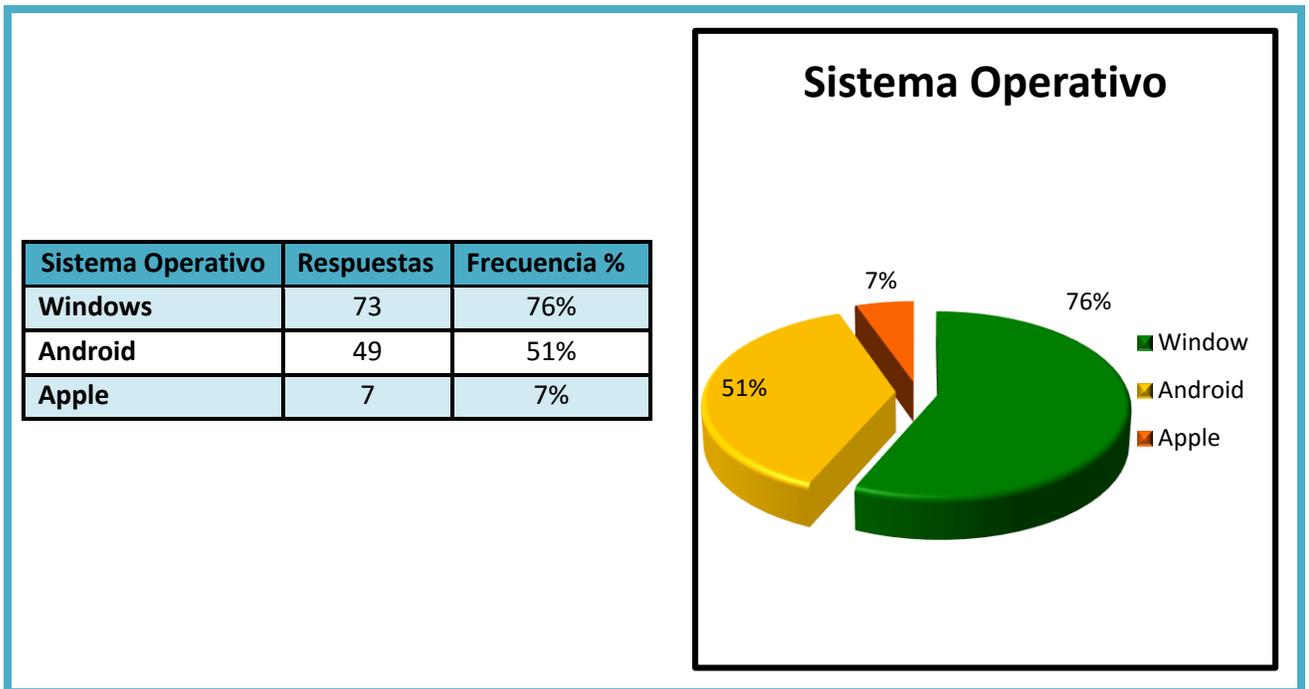


Interpretación:

La búsqueda de información sobre algún tema en particular se hace más fácil, pues con los avances de la tecnología permite que las personas accedan desde cualquier recurso tecnológico que tengan a su disposición para conectarse a algún sitio web, de acuerdo al gráfico anterior se puede visualizar que más de la mitad de los encuestados prefiere conectarse usando un teléfono inteligente, mientras que en segundo lugar se posiciona la computadora.

5. De los recursos tecnológicos que seleccionó en la pregunta anterior ¿Qué sistema operativo utiliza?

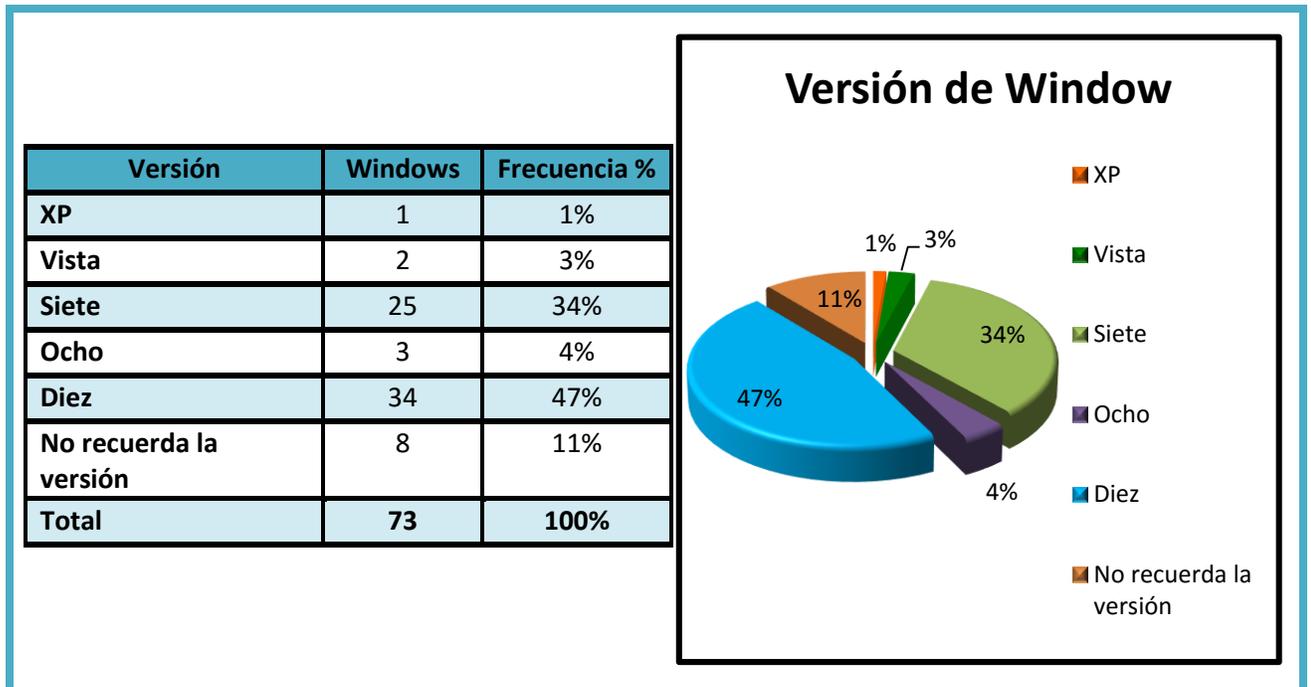
Cuadro N° 5. Recurso operativo que utilizado en los recursos tecnológicos



Interpretación:

Independientemente de cuál sea el recurso tecnológico que utilicen los empresarios para conectarse a algún sitio web, todos tienen un sistema operativo cuya función es permitir que el usuario acceda a los programas del dispositivo para ejecutar distintas tareas. Dicho esto y en relación a la interrogante anterior un 76% de los encuestados de acuerdo al recurso tecnológico de su mayor preferencia tiene un sistema operativo Windows, por lo que se puede asegurar que utilizan una computadora, laptop, una mini-laptop o un teléfono inteligente con sistema operativo compatible con Windows, mientras que dentro de los recursos tecnológicos que utilizan los empresarios tienen sistema operativo Android ubicándolo en segundo lugar dicho sistema.

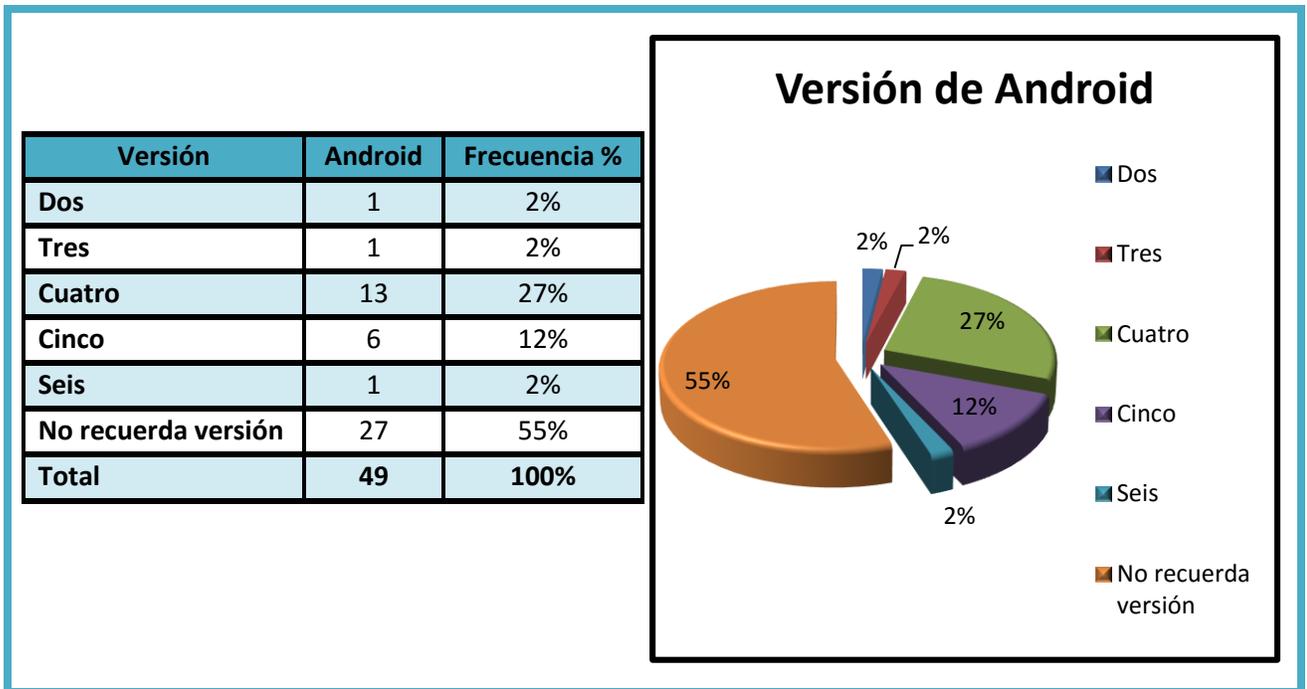
Cuadro N° 5.1. Frecuencia y gráfica de versión Windows



Interpretación:

Relacionada a la pregunta anterior un alto porcentaje de encuestados, para controlar sus dispositivos usan las distintas versiones de Windows en los recursos tecnológicos de su mayor preferencia, siendo Windows 2010 la versión más utilizada por ser la más actualizada que existe hasta el momento, mientras que Windows siete es la segunda versión que utilizan los empresarios para navegar en su dispositivo.

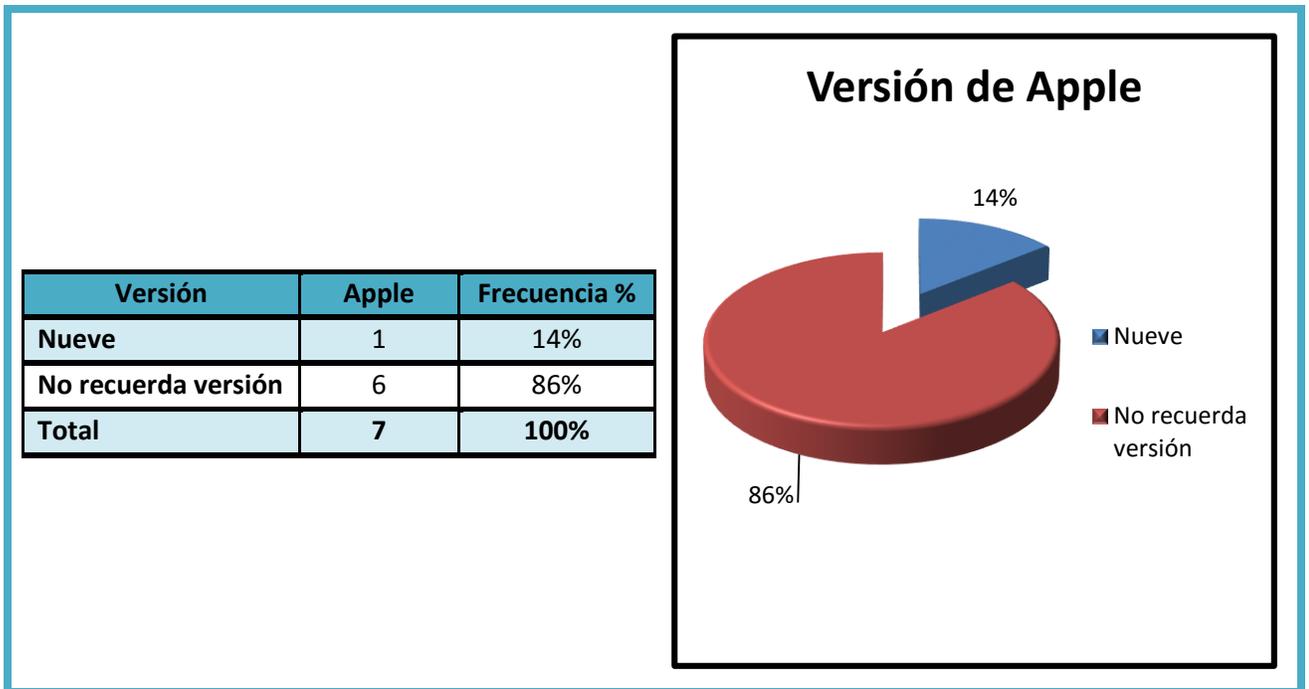
Cuadro N° 5.2. Frecuencia y gráfica de versión Android



Interpretación:

Al indagar sobre la versión del sistema operativo Android que los encuestados tienen en sus recursos tecnológicos más de la mitad empresarios que dijo tener este sistema no recordó la versión al momento de llenar el cuestionario, en el segundo lugar se posiciona el Android 4 en sus diferentes sub-versiones. Es muy importante conocer el sistema que los encuestados utilizan ya que esto dará la pauta para que al crear la plataforma virtual esta sea compatible con las versiones antes mencionadas.

Cuadro N° 5.3. Frecuencia y gráfica de versión Apple

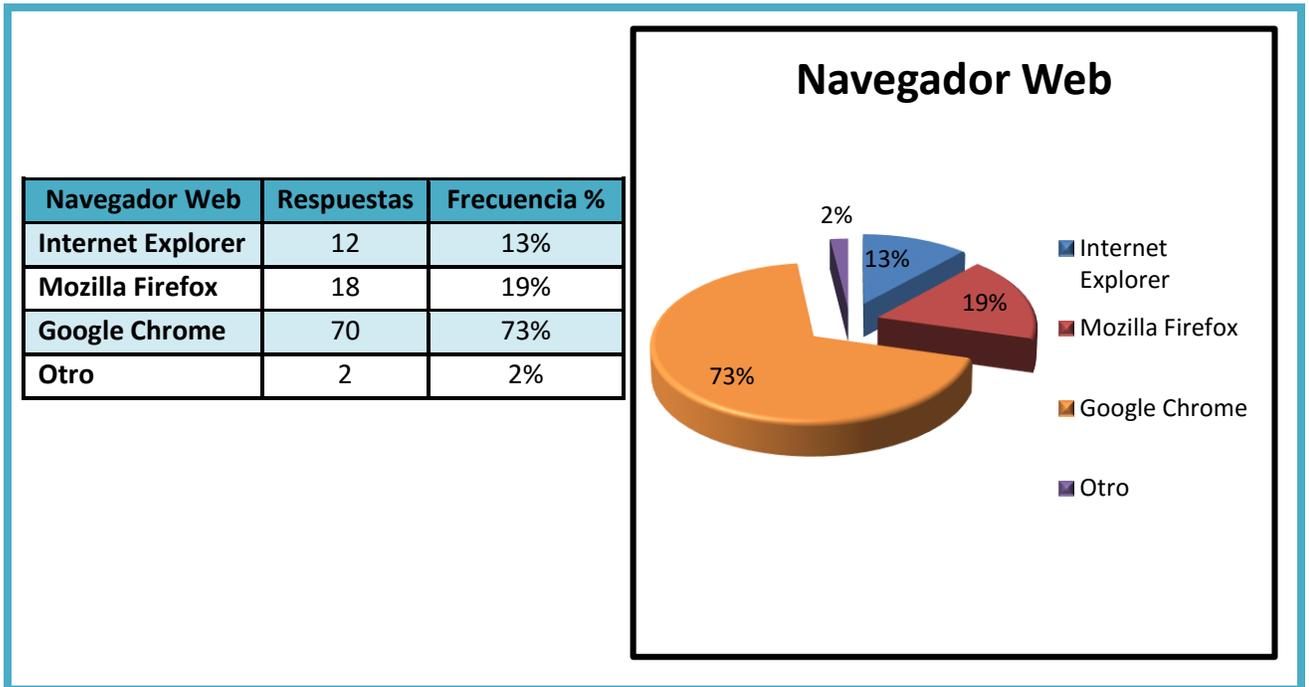


Interpretación:

En cuanto al sistema operativo Apple, un 86% de empresarios que respondieron tener este sistema operativo no recordaron la versión y el restante dijo que tenía la versión nueve en su recurso tecnológico. Al crear la plataforma virtual se tiene que tomar en cuenta que hay un alto porcentaje de empresarios que utilizan el sistema operativo Apple, con el objetivo que la plataforma sea compatible con dicho sistema para que puedan acceder desde su recurso tecnológico.

6. ¿Qué tipo de navegador web utiliza con mayor frecuencia?

Cuadro N° 6. Tipo de navegador web utilizado con mayor frecuencia

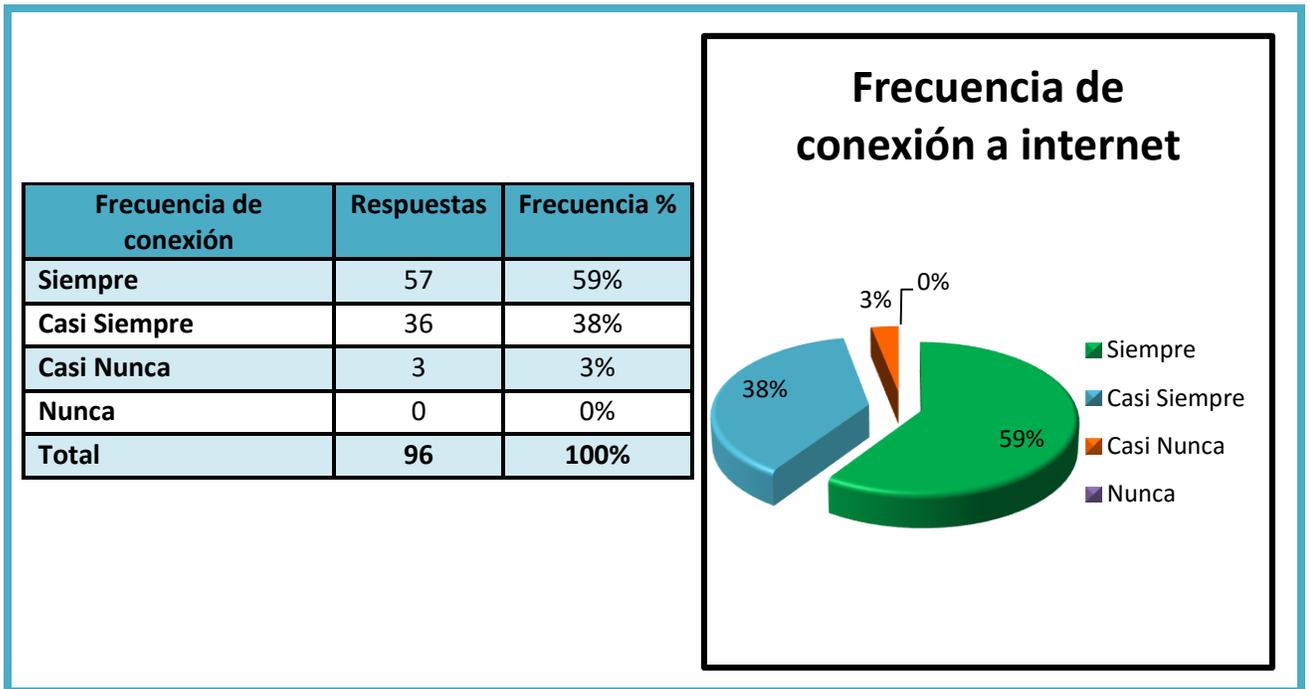


Interpretación:

De los empresarios encuestados más de la mitad opinó que el programa que utiliza para conectarse y visualizar una página en internet es el Google Chrome, mientras que el Mozilla Firefox se ubica en segundo lugar como programa que facilita la búsqueda de información en internet. Es muy importante conocer el navegador web más utilizado por los encuestados ya que esto permitirá que la plataforma virtual sea creada en compatibilidad con dichos navegadores.

7. ¿Con qué frecuencia se conecta al internet?

Cuadro N° 7. Frecuencia para conectarse al internet

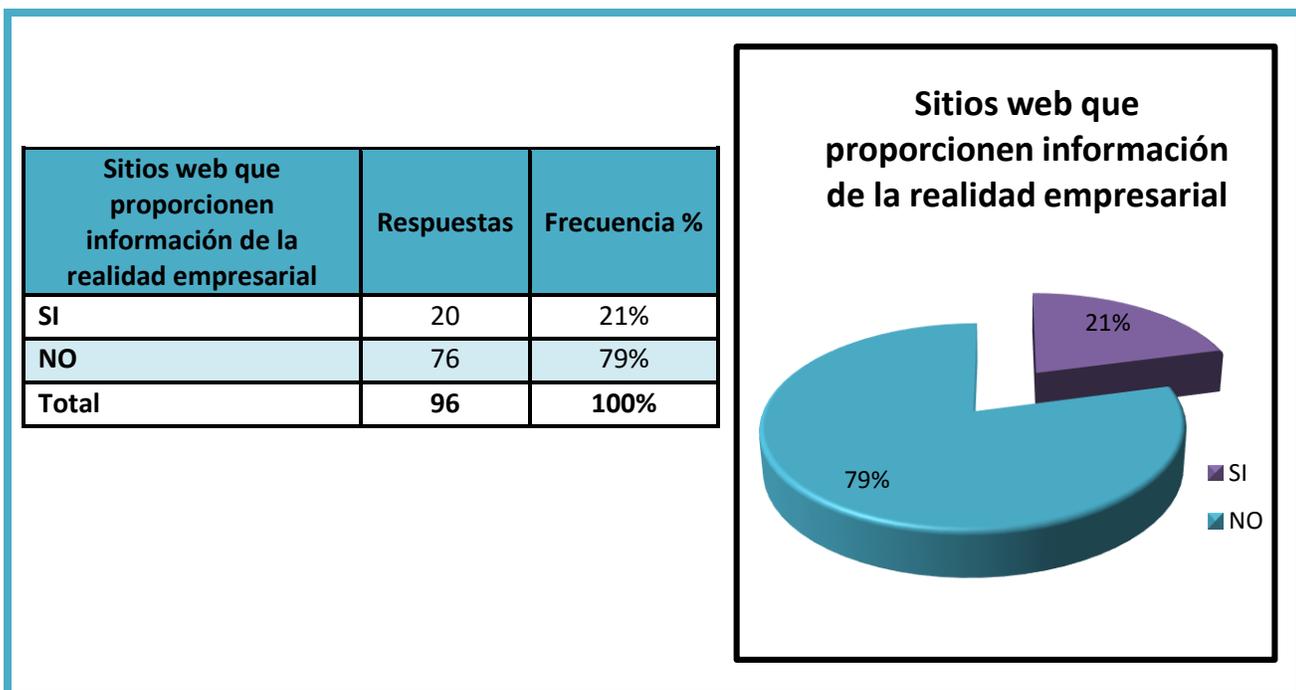


Interpretación:

Los datos de la gráfica muestran que más de la mitad de los encuestados, ya que un 59% se conectan al internet siempre para realizar una búsqueda, mientras que un 38% de empresarios tienen una frecuencia de conexión de casi siempre para consultar alguna información en la web.

8. ¿Conoce usted sitios web que proporcionen información vital sobre la realidad empresarial que le ayuden a tomar decisiones en su actividad económica?

Cuadro N° 8. Sitios web que proporcionen información sobre la realidad empresarial que le ayuden a tomar decisiones en su actividad económica

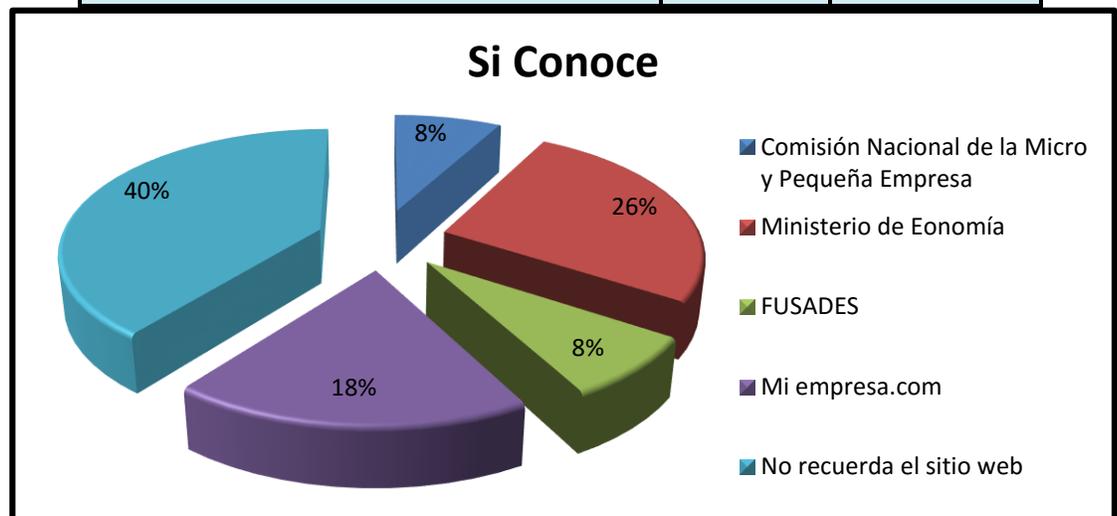


Interpretación:

Según los resultados obtenidos, se puede verificar que 21% de empresarios conocen sitios web que le proporcionen alguna información que le ayuden a tomar decisiones en su actividad económica, y el restante de los encuestados opinó que no conocen un sitio web que les proporcione información vital que les ayude a tomar decisiones sobre su negocio. Por lo que se puede decir que estos encuestados dan la pauta para que el estudio de factibilidad se lleve a cabo ya que con la creación de un observatorio informativo se pretende proporcionar información vital de la realidad empresarial en la que puedan apoyarse los microempresarios y pequeños empresarios para el quehacer de su actividad económica.

Cuadro N° 8.1. Sitios web que conoce que proporcionen información de la realidad empresarial

Sitios web que proporcionen información de la realidad empresarial	SI	Frecuencia %
Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa	3	8%
Ministerio de Economía	10	26%
FUSADES	3	8%
Mi empresa.com	7	18%
No recuerda el sitio web	15	39%
Total	38	100%



Interpretación:

De los encuestados que respondieron que si conocían un sitio web que les proporciona información de la realidad empresarial ayudándole a la toma de decisiones en su negocio la mayor proporción dijo no recordar el sitio que visitaba, mientras que un 26% de los empresarios manifestó que visitaba el Ministerio de Economía para obtener esa información.

9. ¿Qué nivel de confianza le produciría la información de un observatorio de la realidad empresarial si fuera propuesto por cada una de las siguientes instituciones?

Cuadro N° 9. Nivel de confianza que le produciría la información de un observatorio de la realidad empresarial si fuera propuesto por las siguientes instituciones

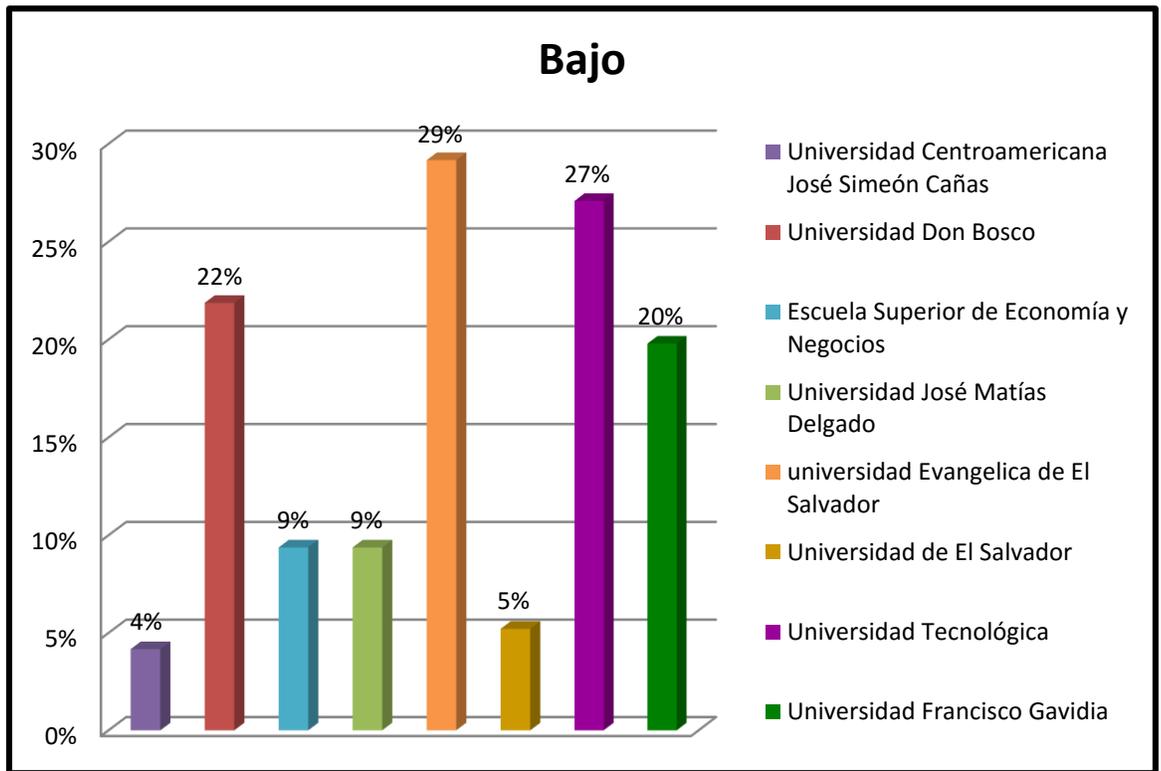
Instituciones	Respuestas			Frecuencia %		
	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas	4	39	53	4%	41%	55%
Universidad Don Bosco	21	60	15	22%	63%	16%
Escuela Superior de Economía y Negocios	9	42	45	9%	44%	47%
Universidad José Matías Delgado	9	67	20	9%	70%	21%
universidad Evangélica de El Salvador	28	59	9	29%	61%	9%
Universidad de El Salvador	5	45	46	5%	47%	48%
Universidad Tecnológica	26	55	15	27%	57%	16%
Universidad Francisco Gavidia	19	58	19	20%	60%	20%

Interpretación:

En el cuadro anterior se puede observar que si las instituciones mencionadas anteriormente proporcionaran información de la realidad empresarial el nivel de confianza que les producirá esa información fueran las siguientes, para la Universidad Evangélica de El Salvador le asignan un nivel de confianza bajo ya que 29 de cada 100 opinaron eso, 70 encuestados opinaron que la Universidad José Matías Delgado les generaba un nivel de confianza medio, mientras que un 55 empresarios mencionaron que la Universidad José Simeón Cañas le tenían un nivel alto de confianza.

Cuadro 9.1. Frecuencia y gráfica de nivel de confianza bajo

Instituciones	Bajo	Frecuencia %
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas	4	4%
Universidad Don Bosco	21	22%
Escuela Superior de Economía y Negocios	9	9%
Universidad José Matías Delgado	9	9%
universidad Evangélica de El Salvador	28	29%
Universidad de El Salvador	5	5%
Universidad Tecnológica	26	27%
Universidad Francisco Gavidia	19	20%



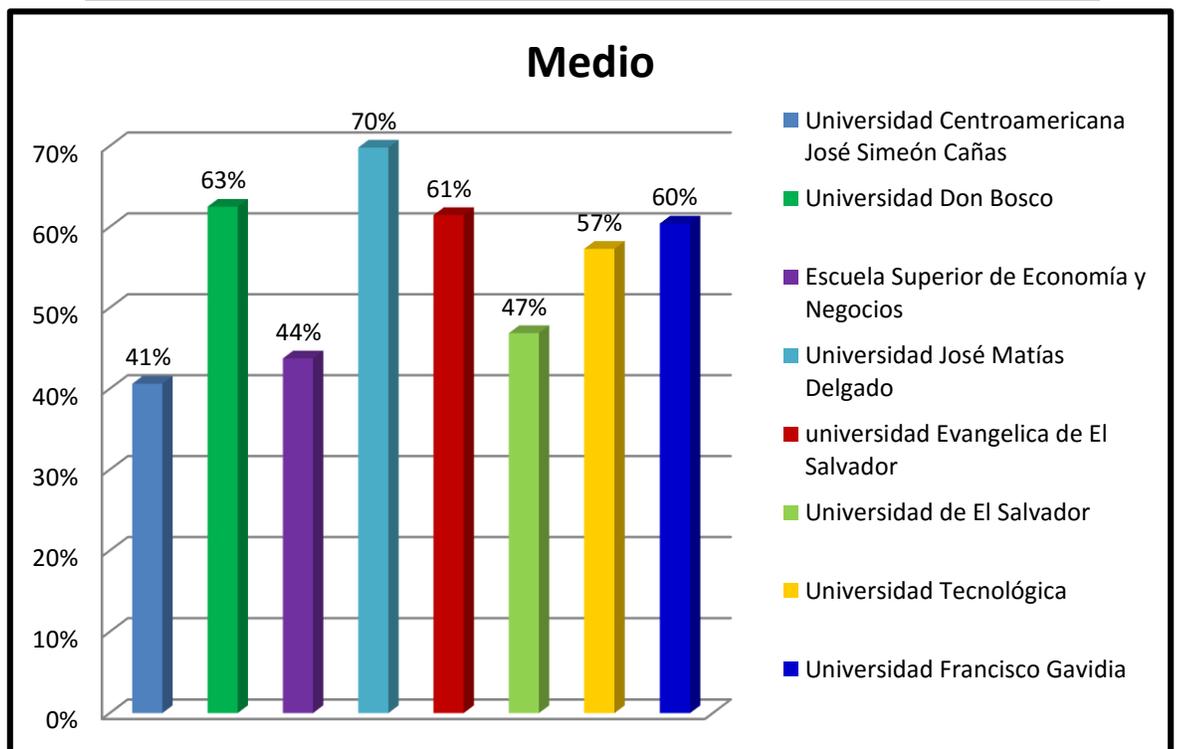
Interpretación:

De acuerdo a la gráfica anterior se puede observar que para los encuestados la Universidad Evangélica de El Salvador le produce un nivel de confianza bajo, lo que significa que si esta universidad decidiera implementar la creación de un observatorio

informativo de la realidad empresarial no tuviera demanda, porque los empresarios le tuvieran baja confianza a lo que ahí se publique.

Cuadro 9.2. Frecuencia y gráfica de nivel de confianza medio

Instituciones	Medio	Frecuencia %
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas	39	41%
Universidad Don Bosco	60	63%
Escuela Superior de Economía y Negocios	42	44%
Universidad José Matías Delgado	67	70%
universidad Evangélica de El Salvador	59	61%
Universidad de El Salvador	45	47%
Universidad Tecnológica	55	57%
Universidad Francisco Gavidia	58	60%

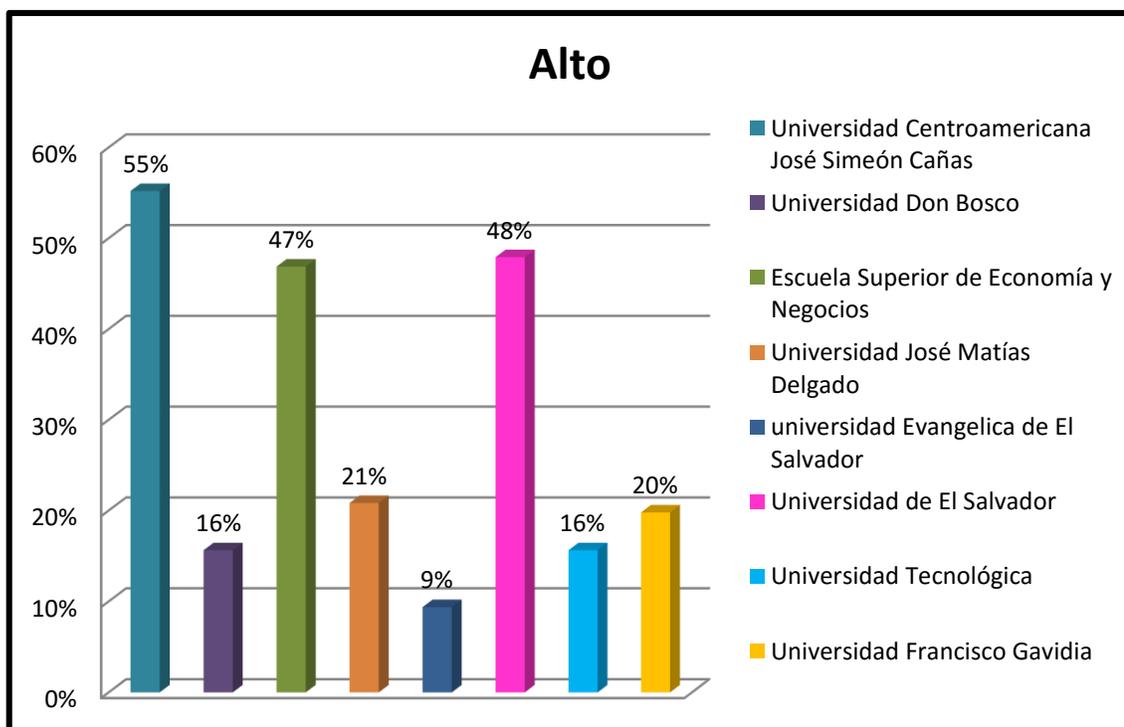


Interpretación:

La mayor parte de los encuestados calificó con un nivel medio de confianza a la Universidad José Matías Delgado. Por lo que si esta institución implementara la creación de un observatorio informativo de la realidad empresarial, los empresarios al consular la información ahí presentada le tendrán un nivel medio de confianza.

Cuadro 9.3. Frecuencia y gráfica de nivel de confianza alto

Instituciones	Alto	Frecuencia %
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas	53	55%
Universidad Don Bosco	15	16%
Escuela Superior de Economía y Negocios	45	47%
Universidad José Matías Delgado	20	21%
universidad Evangélica de El Salvador	9	9%
Universidad de El Salvador	46	48%
Universidad Tecnológica	15	16%
Universidad Francisco Gavidia	19	20%



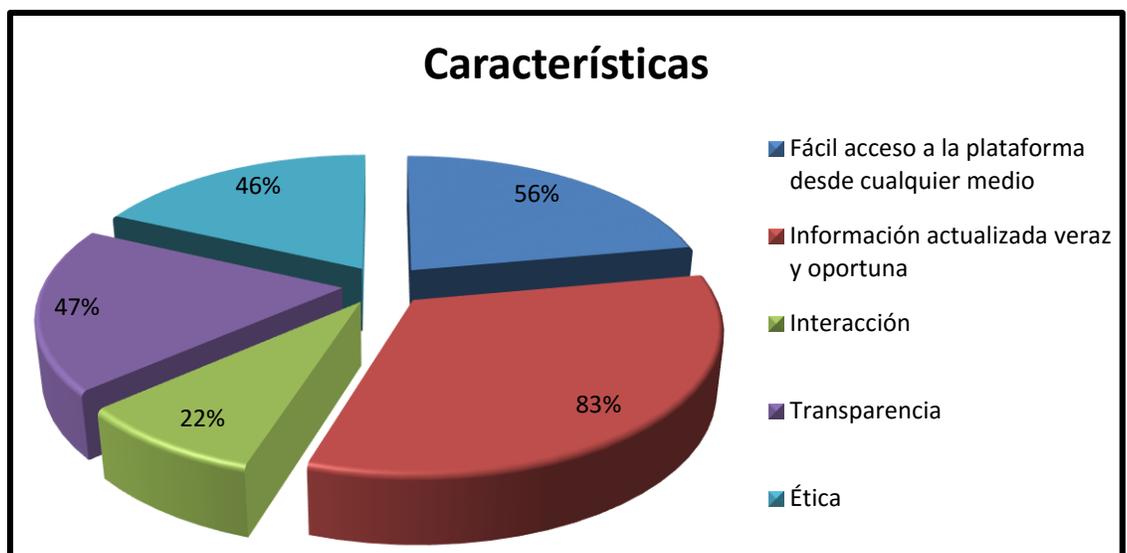
Interpretación:

A la institución que los encuestados le dan un nivel de confianza alto es a la Universidad José Simeón Cañas, por lo que si esta institución proporcionara información de la realidad empresarial los empresarios tuvieran toda la confianza no solo de consultar esa información sino que además la tomara como apoyo para el que hacer de su actividad económica.

10. ¿Qué características esperaría que tuviera un observatorio informativo de la realidad empresarial para que usted lo visite?

Cuadro N° 10. Características de un observatorio informativo de la realidad empresarial

Características	Respuestas	Frecuencia %
Fácil acceso a la plataforma desde cualquier medio	54	56%
Información actualizada veraz y oportuna	80	83%
Interacción	21	22%
Transparencia	45	47%
Ética	44	46%



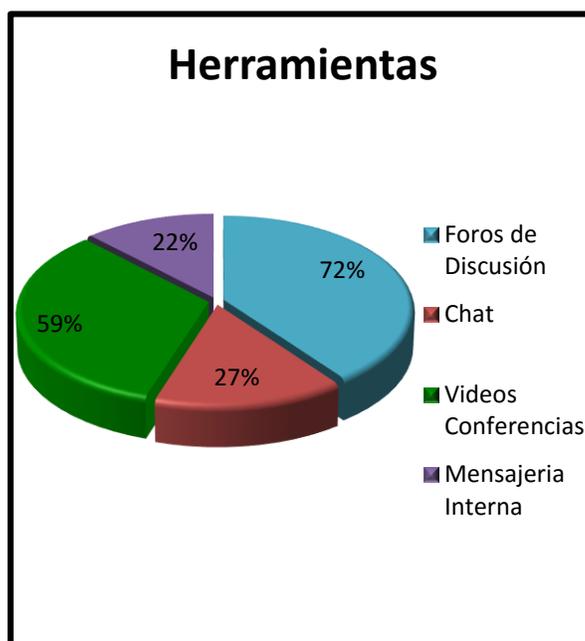
Interpretación:

Al evaluar las características que debe poseer un observatorio informativo de la realidad empresarial para obtener visitas de los clientes potenciales, más de la mitad opinó el fácil acceso a la plataforma virtual desde cualquier medio ya que de esta manera si, al momento de consultar la información no tienen a la mano otro dispositivo más que su teléfono inteligente o su Tablet puedan ingresar fácilmente a la plataforma sin ningún inconveniente, un alto porcentaje manifestó que la información actualizada veraz y oportuna es una de las variables más relevantes debido a los constantes cambios que hay en entorno en el que se desenvuelven, la transparencia y la ética son otros factores que se consideran importantes pues los encuestados opinaron que debería tener esas características para que la información ahí presentada sea más confiable.

11. ¿Qué herramientas le gustaría que tuviera la plataforma virtual de un observatorio informativo de la realidad empresarial?

Cuadro N° 11. Herramientas de la plataforma virtual de un observatorio informativo de la realidad empresarial

Herramientas	Respuestas	Frecuencia %
Foros de Discusión	69	72%
Chat	26	27%
Videos Conferencias	57	59%
Mensajería Interna	21	22%

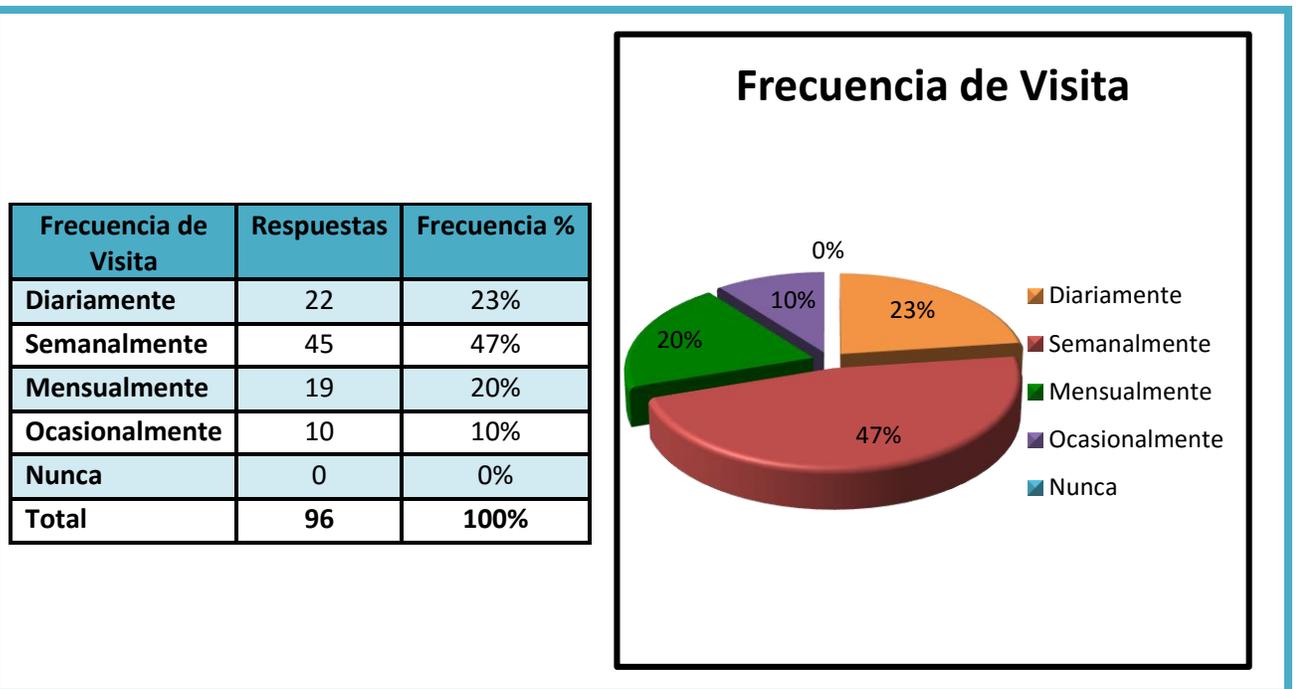


Interpretación:

Al indagar sobre las principales características que un observatorio informativo de la realidad empresarial tuviera, un alto porcentaje de los encuestados opinaron que debería tener como principal característica los foros de discusión por ser un espacio en el que se puede discutir cualquier tema de interés, mientras que más de la mitad manifestó que se tomara en cuenta las videoconferencias para mantener conversaciones virtuales con otros empresarios para discutir temas relacionados a su actividad económica y un menor porcentaje opinó que el chat y la mensajería interna sería bueno que se tuviera.

12. ¿Con qué frecuencia visitaría un observatorio informativo de la realidad empresarial?

Cuadro N° 12. Frecuencia de visita de un observatorio informativo de la realidad empresarial

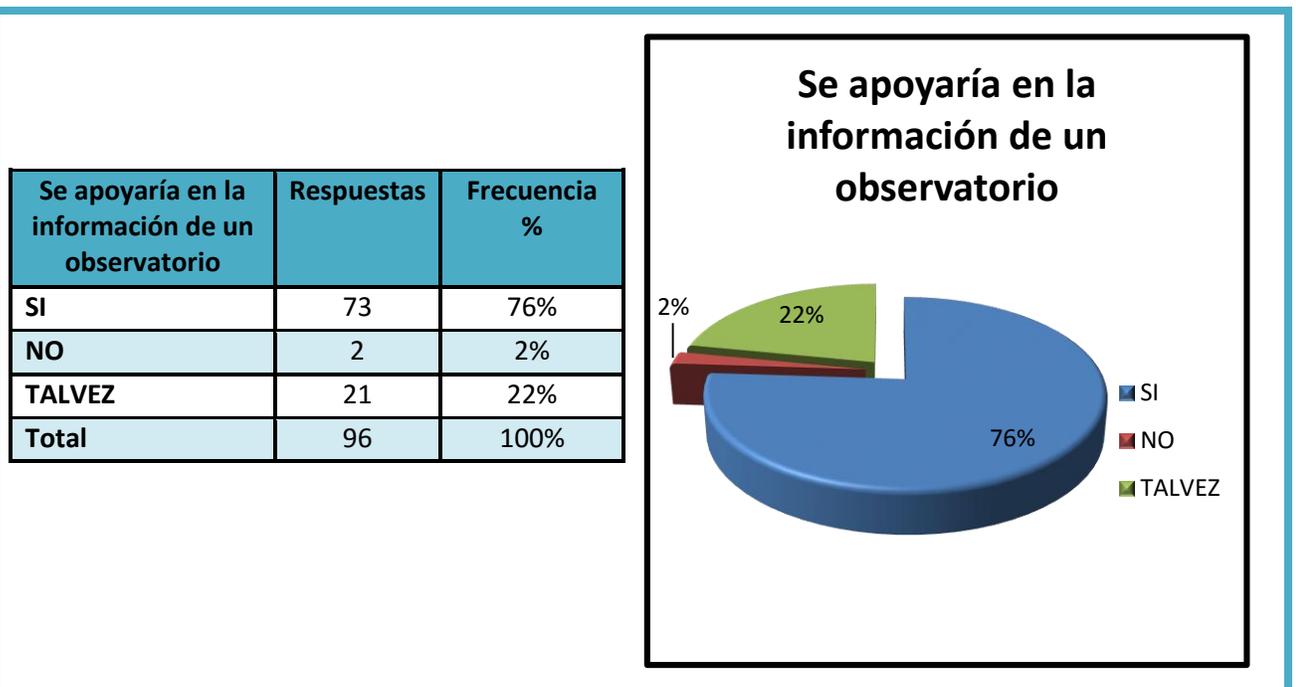


Interpretación:

Al cuestionar a los empresarios sobre la frecuencia de visita que realizaría a un observatorio informativo de la realidad empresarial un 47% opinó que lo visitaría semanalmente para mantenerse informado del acontecer empresarial, mientras que un 23% lo haría diariamente, un pequeño porcentaje dijo que lo visitaría mensualmente y ocasionalmente, por lo que se puede decir que al crear un observatorio este tendría demanda ya que la totalidad de los encuestados independientemente de la frecuencia de visita que tenga respondieron que si lo visitaría.

13. ¿Se apoyaría usted en la información que le proporcionara un observatorio informativo de la realidad empresarial para implementarlo en su actividad económica?

Cuadro N° 13. Apoyo en la información proporcionada por un observatorio informativo de la realidad empresarial

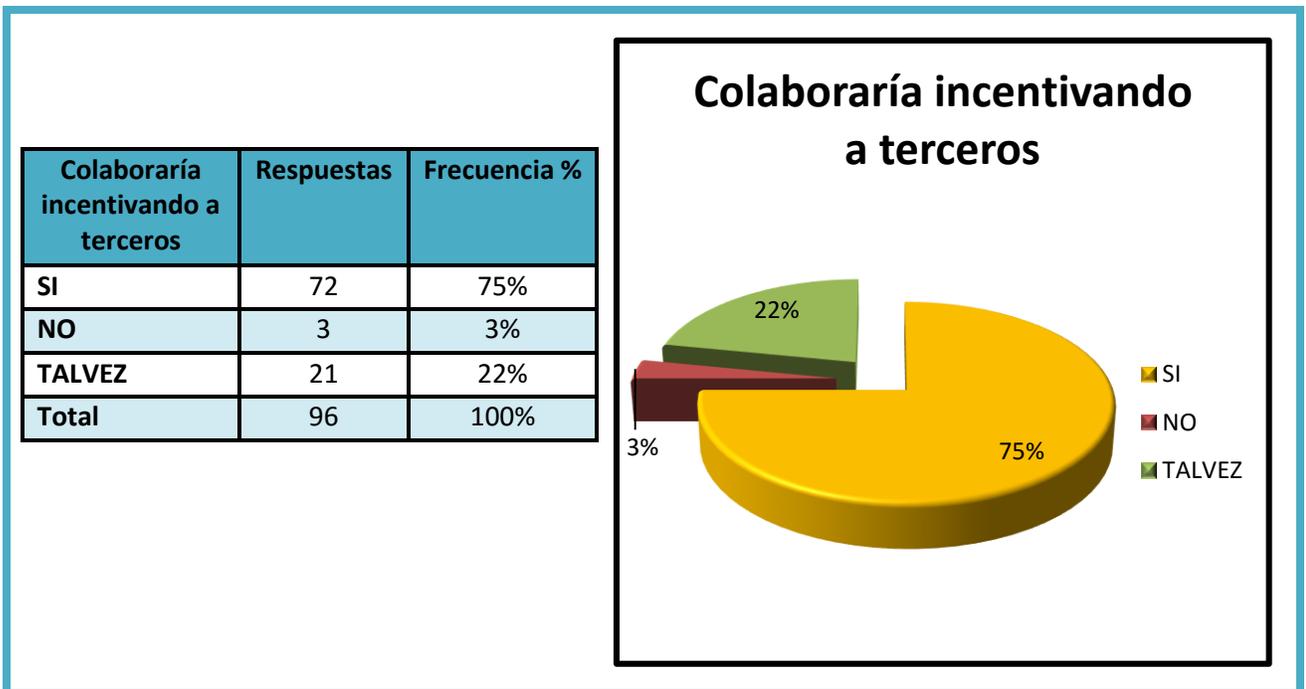


Interpretación:

Con los resultados obtenidos podemos afirmar que más de la mitad de los empresarios encuestados se apoyaría de la información que le proporcionara un observatorio de la realidad empresarial para implementarlo en su negocio, mientras que un pequeño porcentaje opinó que dependiendo de la calidad de información tal vez se apoyaría de esa información.

14. ¿Estaría dispuesto a colaborar incentivando a terceros para que consulten la plataforma virtual de un observatorio informativo de la realidad empresarial?

Cuadro N° 14. Colaboraría incentivando a terceros



Interpretación:

Al plantear la interrogante a los empresarios un alto porcentaje opinó que estaría dispuesto a incentivar a otras personas para que hagan uso del observatorio informativo de la realidad empresarial, y solo un pequeño porcentaje dijo que tal vez incentivaría.