



**PLAN ESTRATÉGICO DE CARRERA DE  
LA LICENCIATURA EN COMERCIO  
EXTERIOR DE LA UNIVERSIDAD DE  
GUAYAQUIL**

**FIRMAS DE REVISIÓN Y APROBACIÓN**

	<b>Nombre / Cargo</b>	<b>Firma</b>	<b>Fecha</b>
<b>Elaborado por:</b>	Lcda. Narcisa Núñez Gallardo, Docente Gestora		24/02/2025
<b>Validado por:</b>	Mgs. Raul Hurel Guzmán Gestor General de Acreditación FCA		24/02/2025
<b>Aprobado por:</b>	PhD. Fernando Ponce Orellana, Director de Carrera		24/02/2025

**CONTROL HISTORIAL DE CAMBIOS**

<b>Versión</b>	<b>Descripción del cambio</b>	<b>Fecha de Actualización</b>
1.0	Emisión Inicial	11/09/2024
1.1	Revisión Planificación Institucional UG	21/02/2025

**CONTENIDO**

CONTENIDO .....	3
1. INTRODUCCIÓN .....	5
1.1. Antecedentes y Justificativo .....	5
1.2. Marco Legal .....	5
1.3. Objetivos del Plan Estratégico de Carrera .....	6
1.4. Metodología para la elaboración del Plan Estratégico de Carrera .....	6
2. CONTEXTO INSTITUCIONAL.....	7
2.1. Universidad de Guayaquil.....	7
2.1.1. Reseña histórica de la Universidad de Guayaquil.....	7
2.1.2. Elementos Orientadores de la Universidad de Guayaquil .....	8
2.1.2.1 Visión de la Universidad de Guayaquil .....	9
2.1.2.2 Misión de la Universidad de Guayaquil .....	9
2.1.2.3 Principio y Valores de la Universidad de Guayaquil.....	9
2.2. Facultad de Ciencias Administrativas .....	10
2.2.1. Reseña histórica de la Facultad .....	10
2.2.2. Elementos Orientadores de la Facultad.....	11
2.2.2.1. Visión de la Facultad.....	11
2.2.2.2. Misión de la Facultad.....	11
2.2.2.3. Principio y Valores de la Facultad .....	11
2.3. Carrera de Licenciatura en Comercio Exterior.....	
2.3.1. Antecedentes y Reseña Histórica de la Carrera.....	12
2.3.2. Elementos Orientadores de la Carrera .....	13
2.3.2.1. Visión de la Carrera .....	13
2.3.2.2. Misión de la Carrera .....	14
2.3.2.3. Principios y Valores de la Carrera .....	14
3. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA CARRERA.....	15
3.1. Información General de la Carrera .....	15
3.2. Ubicación Geográfica de la Carrera .....	16
3.3. Organigrama de la Carrera.....	16
3.4. Perfil de Egreso de la Carrera .....	17
3.5. Resumen Malla Curricular de la Carrera.....	19
3.6. Análisis/Estudio de Pertinencia de la Carrera.....	24
3.7. Proceso de Evaluación del Entorno del Aprendizaje de la Carrera .....	27
3.8. Diagnóstico Estratégico de la Carrera.....	29

3.9.	Análisis F.O.D.A de la Carrera.....	30
4.	PLAN ESTRATÉGICO DE LA CARRERA .....	20
4.1.	Objetivos Estratégicos de Carrera .....	35
4.2.	Objetivos Operativos de Carrera .....	35
4.3.	Estrategias.....	36
4.4.	Formulación de Indicadores.....	37
4.5.	Fórmula o método de cálculo .....	38
4.6.	Línea base.....	39
4.7.	Meta.....	40
4.8.	Medios de verificación.....	42
5.	MONITOREO Y SEGUIMIENTO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE CARRERA.....	43
5.1	Lineamientos .....	44
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	44
6.1	Conclusiones.....	44
6.2	Recomendaciones.....	46
7.	ANEXOS .....	47
7.1	Referencias Bibliográficas .....	47
7.2	Nomenclatura .....	48

## 1. INTRODUCCIÓN.

### 1.1. Antecedentes y Justificativo.

La Planificación Estratégica de la Licenciatura en Comercio Exterior 2022-2026 fue realizada bajo una metodología de acción participativa con la comunidad docente, estudiantil y administrativa de la facultad, mediante mesas técnicas de trabajo.

Se aplicaron técnicas orientadas hacia el diagnóstico situacional, reconocimiento de logros, compromisos, problemáticas, desafíos y tendencias que la institución debe afrontar para los siguientes años, en las funciones sustantivas de Academia, Investigación, Vinculación con la Sociedad y Gestión Institucional.

La Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) 2018 en su artículo 94 establece que el Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior “acreditará a las instituciones de educación superior, **carreras** y programas” (Énfasis fuera de texto). Adicionalmente, señala en el artículo 96.1 que para la acreditación de carreras se deberá cumplir con los requisitos establecidos en la evaluación del entorno y de los resultados del aprendizaje.

El Modelo Genérico para la Evaluación del Entorno de Aprendizaje de Carreras de Grado (CACES 2024, pág. 88-90) determina para el criterio 5, Funciones estratégicas y de soporte, el Indicador cualitativo No. 24 correspondiente a “**Planificación académica y administrativa de la Carrera**”, indicando el estándar lo siguiente: *“Se implementa una planificación para la gestión académica y administrativa de la carrera, pertinente y articulada al Plan Estratégico de Desarrollo Institucional (PEDI) y Modelo Educativo, que guía de forma organizada e interrelacionada el desarrollo de las funciones sustantivas y sus procesos de soporte. La instancia competente, con base en políticas y procedimientos definidos, realiza seguimiento y evaluación de actividades, resultados, indicadores y/o metas alcanzadas en la carrera, cuyos resultados son considerados para las acciones de mejora continua de los procesos involucrados.”.*

### 1.2. Marco Legal.

El Plan Estratégico de la Licenciatura en Comercio Exterior tendrá como cobertura y andamiaje jurídico los siguientes cuerpos legales, que dan al instrumento de planificación estratégica la funcionalidad y viabilidad para su efectiva ejecución:

- La Constitución Política del Estado (2008) y que posesiona a la planificación del desarrollo como un “deber del Estado para la consecución del buen vivir”.
- Los Objetivos de Desarrollo Sostenible que se establece en la agenda 2030 aprobada en septiembre de 2015, con el fin de favorecer a las personas, el planeta y la prosperidad en base a los 17 objetivos y las 169 metas.

- El Plan de Desarrollo para el “Nuevo Ecuador”, considerado en el “Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas” como la máxima directriz política y administrativa para el diseño y aplicación de la política pública”.
- La Ley Orgánica de Educación Superior y su Reglamento, el Reglamento de Escalafón, Reglamento de Régimen Académico,
- Las normativas del CES y del CACES, y
- El Estatuto Institucional

### 1.3. Objetivos del Plan Estratégico de Carrera.

La planificación estratégica de la carrera identifica la misión, visión de una institución, así como, sus objetivos, metas, temporalidad, recursos, e indicadores de gestión relacionados con la consecución de sus propósitos y fines gerenciales contribuyendo en la gestión y desempeño de la oferta académica en el mediano y largo plazo.

Bajo el contexto antes expuesto, se presenta el Plan Estratégico de Carrera de la Licenciatura en Comercio Exterior que aplicarán para su gestión hasta el 2026 con el objetivo de:

- Establecer lineamientos estratégicos, objetivos y metas que guiarán su desarrollo hasta el año 2026.
- Alinear sus objetivos y acciones con la misión, visión y el Plan Estratégico de Desarrollo Institucional (PEDI) de la Universidad de Guayaquil y las políticas nacionales de Educación Superior.
- Definir las estrategias y acciones específicas a ejecutar en los ámbitos de: Formación Académica, Investigación, Vinculación con la Sociedad, Bienestar Estudiantil y Gestión Institucional, que permitan fortalecer la calidad y pertinencia de la carrera.
- Identificar y aprovechar las oportunidades para hacer frente a los desafíos y amenazas del entorno, para el crecimiento sostenible de la carrera.

### 1.4. Metodología para la elaboración del Plan Estratégico de Carrera.

Para la construcción del Plan Estratégico de Carrera - PEC, la Dirección de Carrera consideró a los docentes gestores académicos de los distintos procesos educativos establecidos en cada eje estratégico además de servidores administrativos y estudiantes para realizar lo siguiente:

- Reflexionar la situación actual de la carrera, estadísticas (eficiencia terminal, retención, deserción, matriculación, producción académica, entre otras), sílabos, resultados de aprendizaje y como se visiona la Carrera estar en 10 años, tanto a nivel local, nacional y mundial.

	<b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b>	Versión: 1.0
	<b>PLAN ESTRATÉGICO DE CARRERA</b> <b>LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR</b>	Página 7 de 43

- Explorar el contexto económico y político nacional, la normativa aplicable a la educación superior y normativa interna, herramientas de aprendizaje o para el desarrollo de competencias.
- Analizar con la comunidad las oportunidades del sector, las estrategias y acciones que se aplicarán para un mejor posicionamiento y gestión de la carrera.

## 2. CONTEXTO INSTITUCIONAL.

### 2.1. Universidad de Guayaquil.

#### 2.1.1. Reseña histórica de la Universidad de Guayaquil.

En el año de 1867, el Congreso Nacional, presidido por Pedro José Carbo y Noboa, decretó la fundación de la Junta Universitaria del Guayas, que se instala el primero de diciembre del mismo año; y, que tiene el privilegio de otorgar grados y títulos, por lo que se considera ésta la fecha de la fundación de la Universidad de Guayaquil.

La primera Facultad en instalarse fue la de Jurisprudencia en el año de 1868.

Luego de un período de inestabilidad política, la Ley Orgánica de Instrucción Pública vigente desde febrero de 1877, crea nuevamente la Junta Universitaria de la Provincia del Guayas, instalándose por segunda ocasión, bajo la presidencia del Rector Dr. Francisco de Campos Coello, contando con dos Unidades Académicas: Jurisprudencia y la de Medicina y Farmacia, fundada el 7 de noviembre de 1877.

La Universidad de Guayaquil fue creada como tal por Pedro José Carbo y Noboa, Jefe Supremo del Guayas en 1883, pero este decreto no fue ratificado por la Asamblea Constituyente de 1884; sin embargo, el pueblo ya no dejó de llamar Universidad de Guayaquil a la modesta Junta Universitaria del Guayas. Tras varios intentos de establecer la universidad, se dictó en 1897 la Ley que creó la Universidad de Guayaquil. A finales del siglo XIX ocupó los predios de la Casona Universitaria, en la calle Pedro Carbo.

#### Figura 1

##### *Historia de la Universidad de Guayaquil*



*Nota.* Elaborado por Coordinación de Planificación, Acreditación y Evaluación Institucional

"Una sociedad mejor para una educación mejor". Esta reforma dio paso al cogobierno estudiantil y a la libertad de cátedra.

Entre los años 1949 y 1954 empezó a mudarse a su actual campus principal, ubicado en la Ciudadela Universitaria Salvador Allende (Avenida Delta y Avenida Kennedy), en la Parroquia Tarquí de la ciudad de Guayaquil.

### **2.1.2. Elementos Orientadores de la Universidad de Guayaquil.**

La Universidad de Guayaquil, cimienta sus actividades en el ser humano, mediante el conocimiento prospectivo, científico y responsabilidad social a través de las funciones sustantivas de la Educación Superior, procurando a las nuevas generaciones de estudiantes, su acceso a la cultura universal, estimulando los valores institucionales de democracia, integridad, disciplina, solidaridad, cooperación, corresponsabilidad y honestidad.

La Universidad de Guayaquil propende a la excelencia, al acceso universal, permanencia y movilidad sin discriminación alguna, acorde a lo establecido en la Constitución de la República del Ecuador. (ROGOP, 2020)

La Universidad de Guayaquil ejerce sus atribuciones formativas y académicas en las modalidades: presencial, semipresencial, en línea e híbrida, de conformidad con las prescripciones de la Ley Orgánica de Educación Superior y resoluciones emitidas por el Consejo de Educación Superior, en los niveles de formación de grado y posgrado que imparten las Unidades Académicas en las diferentes sedes, comprometida con la misión sustantiva de la Universidad en lo que compete a la docencia, la investigación y la vinculación con la sociedad, mediante la producción del pensamiento científico y la consecución de los objetivos del desarrollo nacional. (ROGOP, 2020)

#### **2.1.2.1 Visión de la Universidad de Guayaquil.**

Consolidarse como la comunidad académica y científica, reconocida como líder nacional por su calidad, innovación y humanismo, generando impacto positivo y trascendente a nivel internacional.

#### **2.1.2.2 Misión de la Universidad de Guayaquil.**

Formar profesionales con conocimiento prospectivo, científico y responsabilidad social, a través de las funciones sustantivas de docencia, investigación, vinculación con la sociedad y gestión institucional; promoviendo el desarrollo sostenible del país.

#### **2.1.2.3 Principio y Valores de la Universidad de Guayaquil.**

La Universidad de Guayaquil, de conformidad con lo establecido en la Constitución de la República y la Ley Orgánica de Educación Superior, se sustenta en los siguientes principios y valores.

### Principios

- Autonomía responsable
- Cogobierno
- Igualdad de oportunidades
- Calidad
- Pertinencia
- Integralidad
- Autodeterminación para la producción del pensamiento y el conocimiento, todo en el marco del diálogo de saberes, del pensamiento universal y de la producción: filosófica, científica y tecnológica locales y globales.

### Valores

- Democracia
- Integridad
- Disciplina
- Solidaridad
- Cooperación
- Corresponsabilidad
- Honestidad
- Puntualidad
- Respeto
- Servicio
- Responsabilidad y Compromiso

## 2.2. Facultad de Ciencias Administrativas



**Figura 2**

*Facultad de Ciencias Administrativas*

### **2.2.1. Reseña histórica de la Facultad.**

La Facultad de Ciencias Administrativas tuvo sus inicios en la Facultad de Ciencias Económicas como Escuela de Administración de Negocios y Contabilidad en 1962 y no es hasta el 5 de septiembre del año 1972 que se oficializa como facultad.

La facultad nació con las carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública Autorizada. Con el pasar del tiempo y a medida que la sociedad ecuatoriana demandaba de la especialidad en temas administrativos, surgieron otras carreras como Ingeniería en Marketing, Ingeniería en Comercio Exterior, Gestión Empresarial Internacional, Ingeniería en Tributación y Finanzas, Ingeniería en Sistemas Administrativos Computarizados.

En el año 2016, con la reforma a la Ley de Educación Superior y de acuerdo con el Reglamento de Armonización de la Nomenclatura de Títulos Profesionales aprobado por el Consejo de Educación Superior se presentan los proyectos que requerían el diseño de las Licenciaturas en el Campo de la Administración.

Es entonces que la Facultad renueva su oferta académica con las Licenciaturas en Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría, Mercadotecnia, Finanzas, Negocios Internacionales, Comercio Exterior, Gestión de la Información Gerencial. Además, se incorporó la Licenciatura en Turismo.

### **2.2.2. Elementos Orientadores de la Facultad.**

#### **2.2.2.1. Visión de la Facultad.**

Ser líderes en el campo de las ciencias administrativas con reconocimiento a nivel nacional e internacional a través de nuestro compromiso con la excelencia, innovación y humanismo, generando impacto positivo y trascendente en la sociedad.

#### **2.2.2.2. Misión de la Facultad.**

Formar administradores líderes de empresas sostenibles e innovadoras con criterio ético a través de programas académicos de excelencia, comprometidos con el fortalecimiento de la creación y difusión del conocimiento mediante proyectos de investigación y vinculación que promuevan el desarrollo de la sociedad.

#### **2.2.2.3. Principio y Valores de la Facultad.**

##### **Principios**

- Autonomía responsable
- Cogobierno
- Igualdad de oportunidades
- Calidad
- Pertinencia
- Integralidad

- Autodeterminación para la producción del pensamiento y el conocimiento, todo en el marco del diálogo de saberes, del pensamiento universal y de la producción: filosófica, científica y tecnológica locales y globales.

### Valores

- Democracia
- Integridad
- Disciplina
- Solidaridad
- Cooperación
- Corresponsabilidad
- Honestidad
- Puntualidad
- Respeto
- Servicio
- Responsabilidad y Compromiso

## 2.3. Carrera de Licenciatura en Comercio Exterior

### 2.3.1. Antecedentes y Reseña Histórica de la Carrera.

Los problemas actuales que existen a nivel mundial obligan al ser humano a pensar de manera universal y proponer soluciones desde una visión multidimensional y compleja, de forma que pueda articular, organizar y contextualizar los nuevos conocimientos para que solo entonces adquieran significado y relevancia.

La Ley Orgánica de Educación Superior vigente en el Ecuador desde octubre del 2008, establece que el principio de pertinencia consiste en que la educación superior responda a las expectativas y necesidades de la sociedad, a la planificación nacional, y al régimen de desarrollo, a la perspectiva de desarrollo científico, humanístico y tecnológico mundial, y a la diversidad cultural.

Para ello, las instituciones de educación superior articularán su oferta docente, de investigación y actividades de vinculación con la sociedad, a la demanda académica, a las necesidades de desarrollo local, regional y nacional, a la innovación y diversificación de profesiones y grados académicos, a las tendencias del mercado ocupacional local, regional y nacional, a las tendencias demográficas locales, provinciales y regionales; a la vinculación con la estructura productiva actual y potencial de la provincia y la región, y a las políticas nacionales de ciencia y tecnología. (Ley orgánica de educación superior, 2010).

La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. SENPLADES elaboró la propuesta de la Agenda Zonal que sintetiza en un modelo territorial, el conjunto de políticas, acciones, programas y proyectos que se planea llevar a cabo desde el Ejecutivo, para el desarrollo equitativo del territorio de la Zona de Planificación 5 que comprende las Provincias de Bolívar, Guayas, Los Ríos y Santa Elena.

La Universidad de Guayaquil responde a las expectativas y necesidades de la sociedad, a la planificación nacional, al régimen de desarrollo, a la prospectiva de desarrollo científico, humanístico y tecnológico mundial y a la diversidad cultural. Para ello, articulará su oferta docente, de investigación y actividades de vinculación con la sociedad, a la demanda académica, a las necesidades de desarrollo local, regional y nacional; a la innovación y diversificación de profesiones y grados académicos; a las tendencias del mercado ocupacional local, regional y nacional; a las tendencias demográficas locales, provinciales y regionales; a la vinculación con la estructura productiva actual y potencial de la provincia y la región; y, a las políticas nacionales de ciencia y tecnología.

La Facultad de Ciencias Administrativas en la elaboración de su Plan estratégico de desarrollo institucional toma como base de su estrategia institucional estar acorde a los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 objetivo 8, 9 y 10 articulando sus estrategias académicas, investigativas, de vinculación y de gestión a las áreas prioritarias del Plan Nacional de Desarrollo, por lo que mediante resolución del Órgano Colegiado Académico Superior RCU- SO-10-245-09-2016, con fecha de 07 de noviembre de 2016, se aprueba la carrera de Licenciatura en Comercio Exterior, consecuente con las estrategias institucionales y con su deber nacional de propender y coadyuvar a los procesos de cambios propuestos por el estado ecuatoriano.

### **2.3.2. Elementos Orientadores de la Carrera.**

Los cambios y transiciones enfrentados en los últimos años ponen por delante de la Licenciatura en Comercio Exterior de la Universidad de Guayaquil la imperante necesidad de proponer innovaciones que impulsen el desarrollo académico y profesional en este campo. Estos cambios se amparan en el marco Constitucional y se alinean con los principios y objetivos estratégicos de la institución, motivando la actualización de los elementos orientadores de la carrera. Esta transformación contempla la implementación de la Misión y Visión, así como de otros elementos clave que fortalecerán el marco filosófico del programa, con el fin de garantizar una educación de calidad que responda a los retos globales del contexto actual.

#### **2.3.2.1. Visión de la Carrera.**

Ser una carrera comprometida con la excelencia académica, reconocida a nivel nacional e internacional en la formación de profesionales líderes del comercio exterior a través de óptimos procesos de gestión, docencia, investigación y vinculación con la sociedad.

### 2.3.2.2. Misión de la Carrera.

Formar profesionales líderes con valores éticos por medio de programas académicos de excelencia, relacionados con los procesos de comercio exterior que realizan los operadores ecuatorianos con el mundo, desarrollando habilidades y destrezas, que le permitirán ser un actor activo en los sectores productivos con la toma de decisiones en escenarios complejos y globales, aportando al desarrollo sostenible y sustentable de la sociedad y del buen vivir.

### 2.3.2.3. Principios y Valores de la Carrera.

#### Principios

- Autonomía responsable
- Cogobierno
- Igualdad de oportunidades
- Calidad
- Pertinencia
- Integralidad
- Autodeterminación para la producción del pensamiento y el conocimiento, todo en el marco del diálogo de saberes, del pensamiento universal y de la producción: filosófica, científica y tecnológica locales y globales.

#### Valores

- Democracia
- Integridad
- Disciplina
- Solidaridad
- Cooperación
- Corresponsabilidad
- Honestidad
- Puntualidad
- Respeto
- Servicio
- Equidad
- Proactividad

### 3. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA CARRERA.

#### 3.1. Información General de la Carrera.

La carrera de Licenciatura en Comercio Exterior implica el manejo asertivo de las operaciones comerciales internacionales de una empresa, y la administración de las relaciones entre los mercados globales y la empresa, para una eficiente, eficaz y efectiva participación en el desarrollo económico-social de la población. El profesional en comercio exterior puede elaborar planes de acción, asegurando que todas las operaciones internacionales de una empresa funcionen correctamente. Utiliza estrategias que optimizan los procesos de importación y exportación, define las mejores rutas y medios logísticos para el traslado de mercancías, emplea las últimas tecnologías, y analiza las condiciones del entorno económico y comercial global.

En la Licenciatura en Comercio Exterior se adquieren las herramientas para evaluar riesgos y las condiciones de toda operación comercial internacional. En el ámbito público, el profesional en Comercio Exterior está capacitado para proponer políticas y regulaciones que optimicen el comercio global y establecer los lineamientos necesarios para fomentar el crecimiento del comercio a gran escala.

A continuación, se presenta tabla que muestra los datos generales respecto a la carrera:

**Tabla 1**

*Datos generales de la carrera*

<b>Nombre completo de la carrera:</b>	<i>Licenciatura en Comercio Exterior</i>
<b>Título que otorga la carrera:</b>	<i>Licenciado/a en Comercio</i>
<b>Modalidad:</b>	<i>Presencial</i>
<b>Duración de la carrera:</b>	<i>9 semestres</i>
<b>Campo amplio</b>	<i>Administración</i>
<b>Campo específico</b>	<i>Educación comercial y administración</i>
<b>Campo detallado</b>	<i>Comercio exterior</i>

### 3.2. Ubicación Geográfica de la Carrera.

En la actualidad; la Carrera de Licenciatura en Comercio Exterior de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil, está ubicada en la Ciudadela Universitaria “Universidad de Guayaquil” localizada en la Av. Delta s/n y Av. Kennedy.

**Figura 2**

*Ciudadela Universitaria “Universidad de Guayaquil”*

*Nota.* Tomado del Plan de Inducción Institucional 2022 elaborado por Jefatura de Desarrollo Capacitación, Evaluación y Cultura Organizacional de la Dirección de Talento Humano – UG.

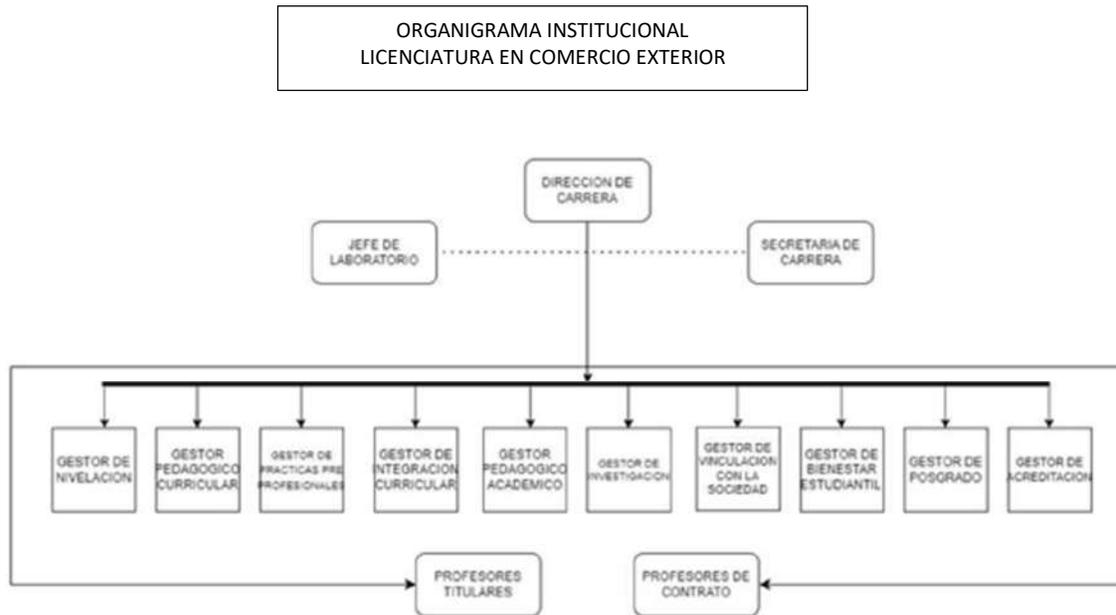


### 3.3. Organigrama de la Carrera.

El organigrama de la Licenciatura en Comercio Exterior de la Universidad de Guayaquil presenta la estructura organizativa que facilita la gestión eficiente y la toma de decisiones en la carrera. Este esquema jerárquico detalla las funciones y responsabilidades de cada área, promoviendo la coordinación entre los diversos departamentos académicos y administrativos para asegurar el cumplimiento de los objetivos estratégicos y garantizar una formación de calidad para los estudiantes. A continuación, se ilustra el correspondiente organigrama

**Figura 3**

*Organigrama de la carrera Licenciatura en Comercio Exterior*



*Nota.* Tomado del Reglamento Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos de la Universidad de Guayaquil (ROGOP), 2020.

### 3.4. Perfil de Egreso de la Carrera.

El perfil de egreso de la carrera de Licenciatura en Comercio Exterior a continuación descrito, es extraído del Report de la Licenciatura aprobado el 7 de noviembre de 2016 mediante Resolución RCU-SO-01-018-01-2017.

El estudiante de la Licenciatura al finalizar su carrera habrá obtenido los siguientes logros en su aprendizaje de acuerdo con sus unidades de formación:

### **Básica**

- Determina los principales indicadores micro y macroeconómicos relacionados con el comercio exterior ecuatoriano.
- Asimila información sobre las etapas de la investigación y la utilización de herramientas estadísticas para la elaboración y desarrollo de proyectos integradores de la carrera.
- Clasifica los diferentes escenarios ambientales en los cuales desenvolverá las actividades de comercio importador y exportador.
- Estudia los diferentes cálculos y fórmulas matemáticas que le servirán de herramienta de análisis para la posterior toma de decisiones.
- Estudia las normativas legales enfocadas al área mercantil y tributario del comercio exterior.
- Desarrolla habilidades comunicacionales y de lenguaje que coadyuvarán al proceso social del comercio.
- Asimila información sobre el proceso contable de empresas de servicios, comerciales e industriales.
- Desarrolla habilidades básicas sobre las Tics y los sistemas de información gerencial.

Los contenidos curriculares básicos que coadyuvan a la obtención de estos logros al finalizar su formación tienen relación con

las asignaturas propias de la profesión como: Introducción al comercio, Contabilidad, Economía, Matemáticas, Derecho y Tics.

### **Profesional.**

- Identifica oportunidades de comercio internas y externas.
- Gestiona los procesos aduaneros y logísticos relacionados al Comercio Exterior.
- Elabora y desarrolla un plan de cadena de exportación de productos hacia mercados que son nichos o socios estratégicos.
- Determina la aplicación de los aranceles de las importaciones y exportaciones de las mercaderías.
- Determina tributos del comercio exterior.
- Evalúa posibilidades, limitaciones y alternativas de comercio internacional acorde con el mercado.
- Elabora planes estratégicos y proyectos de comercio internacional, de acuerdo a la realidad socio-económica de los beneficiarios, Plan Nacional del Buen Vivir y la Matriz Productiva actual; sustentable en el tiempo.

- Argumenta en forma suficiente sobre los Convenios de Integración comercial y los diferentes acuerdos que ha celebrado el país.
- Posee un nivel de suficiencia en el manejo de los sistemas informáticos a nivel del Comercio Exterior Ecuatoriano.
- Presentar propuestas para la resolución de problemas en el área de su profesión, utilizando métodos de negociación y mediación.
- Estudia los regímenes aduaneros y regulaciones a nivel de comercio exterior.

Los contenidos curriculares profesionales que coadyuvan a la obtención de estos logros al finalizar su formación tienen relación con las asignaturas propias de la profesión como: Logística, nomenclatura, Emprendimiento internacional, Régimen aduanero, Valoración, Integración comercial y Sistema informático aduanero, asignaturas de las cuales los estudiantes asimilarán contenidos específicos como normas y regulaciones del transporte internacional, determinación de la sub partida arancelaria para los productos, tipos de emprendimiento, clasificación de los regímenes aduaneros, métodos de valoración y sus componentes, convenios internacionales de integración, sistema informático y sus procesos de aplicación.

#### **Titulación.**

- Aplica criterios de calidad en los procesos de gestión del comercio exterior.
- Analiza el entorno financiero de los mercados y negocios internacionales.
- Diseña y desarrolla propuestas de exportación de productos con valor agregado.
- Diseña y desarrolla planes de negocios de productos con valor agregado.

Los contenidos curriculares de titulación que coadyuvan a la obtención de estos logros al finalizar su formación tienen relación con las asignaturas propias de la profesión enfocadas al trabajo de titulación como: Mercados internacionales, Gestión de la calidad, Diseño y desarrollo de propuestas de exportación y planes de negocios y Distribución física internacional.

Estas asignaturas se las enfoca como la síntesis de un proceso de formación investigativa que tiene como objetivo la titulación de los estudiantes por medio de análisis de casos, proyecto de investigación o modelos de negocios.

#### **3.5. Resumen Malla Curricular de la Carrera.**

La estructura general de la malla curricular de la Licenciatura en Comercio Exterior está diseñada para proporcionar a los estudiantes una formación integral que combina conocimientos teóricos, metodológicos y prácticos en las áreas fundamentales del comercio exterior.

La malla curricular se organiza en módulos que abarcan temas clave como logística internacional, gestión aduanera, tratados de libre comercio, negociación internacional y comercio electrónico, además de incluir asignaturas complementarias en desarrollo humano, ética y responsabilidad social.

Adicionalmente, se incorporan asignaturas enfocadas en el desarrollo de habilidades blandas, esenciales para el entorno laboral actual. Esta estructura curricular contempla también prácticas preprofesionales y proyectos de vinculación con la sociedad, fomentando un aprendizaje activo que prepara a los estudiantes para enfrentar de manera competente y ética los desafíos financieros en diversos contextos locales y globales.

Esta estructura dinámica permite a los estudiantes adquirir las competencias necesarias para enfrentar los retos del entorno financiero local e internacional, garantizando su preparación para el ejercicio profesional.

A continuación, se presenta una tabla que muestra datos inherentes a la estructura de la malla curricular de la Licenciatura en Comercio Exterior. Esta tabla proporciona una visión integral del desarrollo académico de los estudiantes a lo largo de la carrera, destacando las áreas clave del conocimiento en comercio internacional y su progresión a través de los semestres. Posteriormente, se expone un listado detallado de las asignaturas que conforman el plan de estudios, cada una acompañada de sus respectivos componentes curriculares, tales como número de créditos, horas de componente docente, componente práctico y componente autónomo. Este desglose permitirá una comprensión precisa del enfoque formativo de la carrera, asegurando una preparación académica acorde a las demandas del mercado global y las normativas del sistema educativo superior vigente

## Tabla 2

### *Estructura general de la malla curricular*

<b>Malla Licenciatura en Comercio Exterior</b>	
<i>Total de asignaturas</i>	45
<i>Duración de la carrera</i>	9 semestres
<i>Con mención en/Itinerario</i>	No
<i>Fecha de última actualización curricular</i>	16-08-2023
<i>Número de resolución de rediseño</i>	Resolución No R.CIFI-UG-SE04-019-24-01-2020
<i>Enfoque pedagógico</i>	<i>Enfoque sistémico orientado a la conectividad, proyectos de investigación, proyectos factible de exportación e importación, solución de problemáticas del comercio exterior.</i>
<i>Ejes transversales</i>	<i>Investigación; Integración de saberes, contexto y cultura; Comunicación y lenguaje, Emprendimiento; Teórica-Metodológica</i>

<b>Asignaturas</b>	
<i>Total de créditos de asignaturas</i>	128
<i>Total de horas de asignaturas</i>	6,144
<i>Horas totales del componente de docencia</i>	2,144
<i>Horas totales del componente de práctico y experimentación de los aprendizajes</i>	928
<i>Horas totales de trabajo autónomo</i>	3,072
<b>Trabajo de titulación</b>	
<i>Total de créditos de trabajo de titulación</i>	5
<i>Horas totales del trabajo de titulación</i>	240
<i>Modalidad de trabajo de titulación</i>	<i>Proyecto de Investigación Planes de negocios Examen de grado o de fin de carrera</i>
<b>Prácticas preprofesionales laborales</b>	
<i>Total de créditos de prácticas preprofesionales laborales</i>	5
<i>Horas totales de prácticas pre profesionales laborales</i>	240
<b>Servicio comunitario</b>	
<i>Total de créditos de servicio comunitario</i>	2
<i>Horas totales de servicio comunitario</i>	96
<b>Total horas para la carrera</b>	<b>6,480</b>
<b>Total de créditos de carrera</b>	<b>135</b>

**Tabla 3**
*Listado de asignaturas con sus respectivos componentes*

Semestre	No.	Asignatura	Código	Créditos	PAO (PERIODO ACADEMICO ORDINARIO)			
					Horas ACD	Horas APE	Horas AA	Total
I	1	Contabilidad General	123	3	64	32	48	144
	2	Introducción al Comercio Exterior	122	3	64	32	48	144
	3	Matemáticas aplicadas	121	3	48	16	80	144
	4	Herramientas digitales I	199	2	32	32	32	96
	5	Democracia, ciudadanía y globalización	124	2	32	0	64	96
	6	Lenguaje y comunicación	125	2	32	0	64	96
II	1	Tecnologías de la información y comunicación	225	2	32	0	64	96
	2	Contabilidad de costos	223	3	64	32	48	144
	3	Derecho mercantil y tributario	221	3	48	0	96	144
	4	Matemáticas financieras	222	3	64	32	48	144
	5	Herramientas digitales II	299	2	32	32	32	96
	6	Metodología de la investigación I	224	2	32	16	48	96
III	1	Sistema de información gerencial	325	2	32	32	32	96
	2	Micro y macroeconomía	321	3	64	32	48	144
	3	Fundamentos de administración de empresas	322	3	48	16	80	144
	4	Comercio sostenible	323	2	48	0	48	96
	5	Herramientas digitales III	399	2	32	32	32	96
	6	Estadística I	324	3	48	16	80	144

Semestre	No.	Asignatura	Código	Créditos	PAO (PERIODO ACADEMICO ORDINARIO)			
					Horas ACD	Horas APE	Horas AA	Total
IV	1	Organización y métodos	421	2	32	16	48	96
	2	Normativa aduanera	422	4	64	32	96	192
	3	Integración comercial	423	3	48	16	80	144
	4	Seguros y banca	424	3	48	0	96	144
	5	Estadística II	425	3	48	16	80	144
V	1	Comercio internacional	525	2	32	0	64	96
	2	Régimen aduanero	521	4	64	32	96	192
	3	Nomenclatura I	522	4	64	32	96	192
	4	Operaciones portuarias	523	2	32	0	64	96
	5	Metodología de la investigación II	524	3	48	16	80	144
VI	1	Finanzas	621	3	48	32	64	144
	2	Investigación de mercados	622	2	32	16	48	96
	3	Logística y transporte internacional	623	4	64	32	96	192
	4	Nomenclatura II	624	4	64	32	96	192
VII	1	Planeación estratégica	721	2	32	32	32	96
	2	Distribución física internacional	723	3	48	64	32	144
	3	Valoración aduanera	724	3	48	48	48	144
	4	Emprendimiento e innovación	722	2	32	16	48	96

Semestre	No.	Asignatura	Código	Créditos	PAO (PERIODO ACADEMICO ORDINARIO)			
					Horas ACD	Horas APE	Horas AA	Total
VIII	1	Mercados internacionales	821	4	64	32	96	192
	2	Gestión de la calidad enfocada al comercio exterior	822	3	48	16	80	144
	3	Sistema informático aduanero	823	3	48	16	80	144
	4	Ética empresarial	825	2	32	0	64	96
	5	Elaboración de proyectos	824	3	48	16	80	144
IX	1	Negocios internacionales	921	4	64	48	80	192
	2	Comercio electrónico	922	3	48	16	80	144
	3	Liderazgo gerencial	923	3	48	16	80	144
	4	Trabajo de titulación	924	5	80	0	160	240

*Nota.* Tomado de Sistema integrado de la Universidad de Guayaquil (SIUG)

### 3.6. Análisis/Estudio de Pertinencia de la Carrera.

La carrera de Licenciatura en Comercio Exterior consecuente con las estrategias institucionales y con su deber nacional de propender y coadyuvar a los procesos de cambios propuestos por el estado ecuatoriano, se ha integrado en los procesos de mejoramiento institucional y replanteado sus objetivos de acuerdo con los objetivos nacionales del Plan Nacional de Desarrollo y a los objetivos provinciales del Plan de desarrollo de la Provincia del Guayas (Zona 5 y 8).

Los problemas de la carrera se enmarcan en las agendas de desarrollo de las zonas 5 y 8, vinculadas a dos ejes de desarrollo. En el del Trabajo, estos problemas son:

- Disminución del desempleo
- Ampliar el empleo juvenil
- Inserción al mundo laboral de los grupos vulnerables
- Fortalecer a los micros Pymes y Pymes de manera estratégicas.

Por ende, la carrera contribuye a la reducción del desempleo, fortalece a las pequeñas y medianas empresas en cuestión de emprendimiento, a través de mecanismos que impulsan al desarrollo de los sujetos que aprenden en competencias de la praxis y apuntando a formar líderes que logren cumplir los objetivos esperados en la carrera.

Estos problemas están relacionados con el núcleo Potenciador del PNBV “Economía Social y Solidaria” específicamente en los Objetivos 8: Consolidar el sistema económico, social y solidario de forma sostenible, objetivo 9: “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas” y Objetivo 10: “Impulsar la transformación de la matriz productiva”.

Cuyas metas del PNBV son:

- **Objetivo 8.-** Aumentar la contribución tributaria al 16%
- **Objetivo 9.-** Alcanzar el 21% de Trabajadores capacitados Reducir la informalidad laboral al 42%
- **Objetivo 10.-** Aumentar la participación de la industria Manufacturera al 14,5% Alcanzar el 20% de participación de la mano de Obra Calificada

La carrera Licenciatura en Comercio Exterior aborda estos problemas y objetivos del PNBV a través del objetivo específico “Desarrollar con creatividad las soluciones a los distintos problemas de la profesión en base a los principios, normas y procedimientos del campo contable, financiero y tributario, utilizando métodos y técnicas de investigación científica, aplicados a las organizaciones económicas”, del cual se derivarán las asignaturas y contenidos correspondientes.

La carrera de Licenciatura en Comercio Exterior se fortalece con la economía popular y solidaria y las micro, pequeñas y medianas empresas en la estructura productiva, integrando la información contable financiera – tributaria para una toma de decisiones correcta, adicional se impulsa la competitividad y productividad sistémica necesaria para viabilizar la transformación de la matriz productiva y consolidación de estructuras más equitativas de generación y de distribución de riqueza.

Estos problemas al igual que los primeros, también se relacionan con los objetivos del PNBV antes mencionados y con sus respectivas metas. Por tanto, la carrera aborda estos problemas a través del objetivo específico “Integrar la información contable, financiera y tributaria para la toma de decisiones gerenciales en base a las leyes y normas vigentes en el país”, el cual más adelante se concreta en disciplinas, contenidos y resultados de aprendizaje respectivos.

El valor de conocer a fondo el mundo financiero, ya sea desde la óptica del especialista o como parte de una carrera universitaria, radica en la necesidad de administrar de manera correcta y acertada el capital, un pilar fundamental en la gestión de las empresas, sobre todo en la época de crisis en la que nos encontramos. Ellas, las propias empresas, son conscientes de que una buena gestión de su dinero es el primer paso para mantenerse en pie en los duros momentos que sufre la economía mundial.

La determinación de los índices que caracterizan la problemática permite analizar las necesidades de la realidad que la carrera de finanzas ofertará y podrá realizar procesos de impacto financiero, asesoramiento donde permita transferir conocimientos a los estudiantes, la determinación del nivel motivacional de estos y la definición de los grupos de rendimiento académico, permiten elaborar planes de medidas con las especificidades requeridas en cada año. Además, le facilita al profesor el trabajo diferenciado y por tanto la mejora del proceso docente educativo, tanto a nivel individual, como colectivo por año académico.

En la selección de las asignaturas claves hay una preponderancia, a medida que avanzan los años hacia aquellas disciplinas que son específicas de la carrera. Para la caracterización de los estudiantes puede utilizarse el índice de habilidad académica de acuerdo con lo establecido que se debe sustentar con el régimen académico. A partir de la determinación de los objetivos más y menos favorecidos durante el proceso docente educativo, es posible establecer planes de medidas diferenciados según el rendimiento académico.

Es por ello por lo que se requieren profesionales capaces de tomar decisiones que identifiquen y resuelvan problemas en el ámbito del comercio exterior, que posean habilidades para gestionar y administrar operaciones comerciales internacionales, analizar los mercados globales y diseñar estrategias comerciales y logísticas. Todo un reto para los profesionales que encontrarán en el mundo del comercio global su mejor aliado.

Las competencias profesionales constituyen la base para lograr la formación integral del estudiante universitario, al ser la representación de los conocimientos, habilidades, valores y actitudes que deben reunir los egresados de Educación Superior. De forma general, la propuesta realizada en este trabajo permite unificar las características que debe reunir el profesional de esta rama del saber para su desenvolvimiento en las distintas esferas en que actuará una vez graduado, y resalta la necesidad de perfeccionar su profesión utilizando la investigación científica.

Las tendencias epistemológicas representan de manera muy sintética los nuevos retos del comercio exterior desde el paradigma de la complejidad sistémica, que aboga por la necesidad de adoptar nuevos modelos teóricos, metodológicos y epistemológicos que permitan construir teorías más ajustadas a la dinámica del comercio global. Estos modelos intentan reformar la racionalidad sobre la base del desarrollo de la ciencia y la tecnología, pero desde una perspectiva humanista. Interpretar la realidad comercial internacional desde esta posición ha representado una ruptura epistemológica de enorme relevancia científica. Los valores epistémicos de esta teoría se focalizan en integrar la tendencia analítica de la ciencia positivista con la vocación transdisciplinarios y problematizadora de la filosofía aplicada a cuál área del saber. Ello es lo que se propone Edgar Morín y sus seguidores con la Teoría de la Complejidad. (Morin, 2007).

Por lo tanto, el comercio exterior tiene horizonte constructivista en la manera de trabajar con la realidad y la sociedad que se expande a nivel nacional e internacional para dar oportunidad del mejoramiento de los sistemas a nivel personal y global. Así emprender en el mercado financiero económico, social y político que ofrece el mundo globalizado y sus organizaciones sobrevivirán en la nueva era ser portadores conscientes en su modo de pensar y actuar si saben planificarse, actuar y tener la capacidad para identificar el mercado potencial y sus clientes efectivos. Solo imbricando estos elementos y sustentándose en una perspectiva sistémica de la complejidad vendrá el éxito.

En el comercio exterior el enfoque de sistema proporciona una visión holística que permite ver la relación entre la organización, el mercado y los clientes como un sistema y al entorno donde se desarrollan como una cadena de subsistemas que se influyen y penetran mutuamente, estableciendo relaciones causales entre variables que una puede condicionar el desenvolvimiento de la otra y por tanto el éxito o fracaso de la empresa y de la actividad de analizar los riesgos e incertidumbres de los mercados en el que se desenvuelve la misma.

Definitivamente, la carrera Licenciatura en Comercio Exterior trata sobre la formación de profesionales que respondan a los cambios del entorno, la globalización y la internacionalización de las empresas, lo que la vuelve de gran valor y pertinencia para el mercado ecuatoriano.

### **3.7. Proceso de Evaluación del Entorno del Aprendizaje de la Carrera.**

La calidad en el sistema de educación superior ecuatoriano, está definida como la búsqueda continua, autorreflexiva del mejoramiento, aseguramiento y construcción colectiva de la cultura de la calidad, su alcance es mayor al cumplimiento de requisitos legales o técnicos, reflejándose en la consistencia de los procesos y servicios, que responden a la sociedad.

El proceso de evaluación del entorno de aprendizaje en el ámbito de la educación superior ecuatoriano, involucra un diagnóstico interno y externo de carrera, basado en la autoevaluación de carreras y su evaluación externa a través de pares evaluadores que permitirá asegurar a la comunidad en general el cumplimiento de los criterios y estándares de calidad definidos en los Modelos de Evaluación del Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior - CACES.

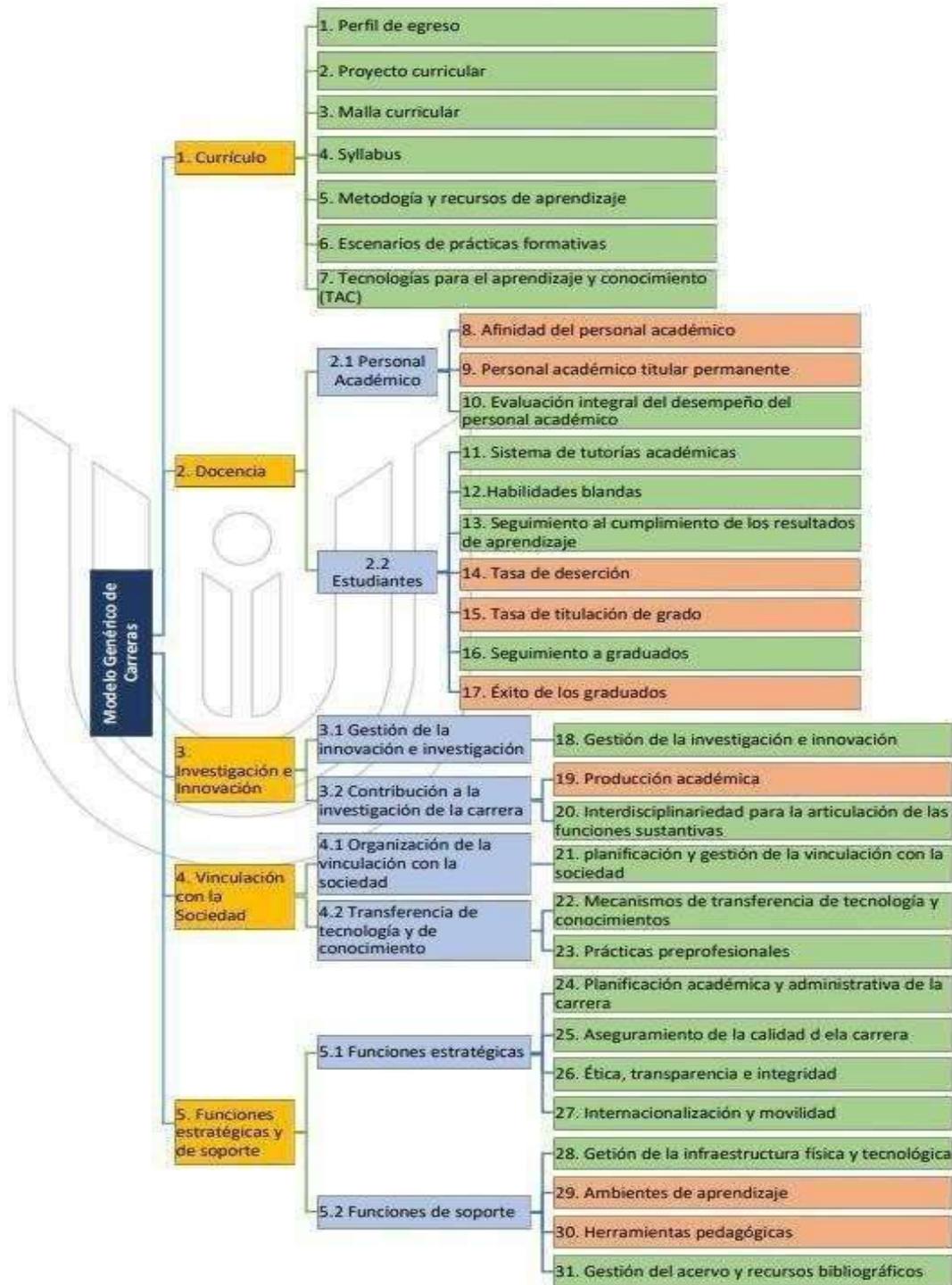
Antes de iniciar con la evaluación específica y externa por el CACES, la carrera de Licenciatura en Comercio Exterior aplica el Modelo genérico para la evaluación del entorno de aprendizaje de las carreras de grado (CACES, 2024) el cual está constituido por: 5 criterios, 8 subcriterios y 31 indicadores, con sus respectivos estándares, elementos fundamentales, fuentes de información, períodos de evaluación y escalas de valoración.

Este modelo se concibe como un instrumento de evaluación de alcance nacional, cuyo fin es establecer los criterios y estándares de calidad que las carreras de grado deberán alcanzar para ser acreditadas, considerando que el objetivo primordial es la calidad y no la acreditación.

A manera de resumen el Modelo genérico para la evaluación del entorno de aprendizaje de las carreras de grado (CACES, 2024) contempla:

**Figura 4**

*Modelo de acreditación para la carrera de Licenciatura en Comercio Exterior*



*Nota.* Tomado del Modelo genérico para la evaluación del entorno de aprendizaje de carreras de grado (CACES, 2024)

### 3.8. Diagnóstico Estratégico de la Carrera.

El diagnóstico estratégico de la carrera Licenciatura en Comercio Exterior de la Universidad de Guayaquil se centra en identificar el contexto interno y externo que influye en el desarrollo y crecimiento del programa académico, con el objetivo de establecer acciones que permitan asegurar su pertinencia, calidad y competitividad en el mercado educativo y laboral.

#### Análisis Interno

La carrera de Licenciatura en Comercio Exterior cuenta con una estructura académica sólida, diseñada para proporcionar a los estudiantes una formación integral en las áreas fundamentales del comercio exterior, tales como normativa aduanera, valoración aduanera, logística, clasificación arancelaria, comercio electrónico, sistema informático aduanero. Además, el programa incluye asignaturas enfocadas en el desarrollo de habilidades blandas y prácticas preprofesionales, lo que asegura una preparación adecuada para enfrentar los desafíos del entorno local e internacional.

Entre los recursos internos disponibles, se destaca un equipo docente calificado, con experiencia en el campo del comercio exterior, lo que garantiza una enseñanza de calidad. Sin embargo, es importante continuar impulsando la actualización docente, especialmente en áreas emergentes como comercio sostenible digital y el uso de tecnologías avanzadas en la toma de decisiones en el comercio exterior. A nivel de infraestructura, aunque la carrera se imparte en la Ciudadela Universitaria de la Universidad de Guayaquil, se deben realizar mejoras en el acceso a laboratorios y recursos tecnológicos que permitan una enseñanza más práctica y acorde a las exigencias del mercado actual.

Otro aspecto relevante es la integración de la investigación y la vinculación con la sociedad dentro del currículo de la carrera. Aunque ya se incluyen proyectos de vinculación y prácticas preprofesionales, es necesario fortalecer la producción académica e investigativa en temas del comercio exterior para aumentar la visibilidad y el impacto del programa tanto a nivel nacional como internacional.

#### Análisis Externo

El entorno global está en constante evolución, lo que exige a los profesionales en comercio exterior adaptarse a nuevas realidades y tecnologías. El auge de acuerdos comerciales, de comercio internacional, y la creciente importancia de la sostenibilidad de mercados representan oportunidades para que la carrera se actualice y ofrezca una educación que responda a estas tendencias. La demanda de profesionales con habilidades en análisis de datos, resolución de conflictos, trabajo orientado a resultados, lo que posiciona a la carrera de Comercio exterior como un programa relevante y necesario en el contexto actual.

No obstante, el entorno competitivo también presenta desafíos. Varias universidades, tanto nacionales como internacionales, están adaptando sus programas para incluir temas emergentes en el ámbito del comercio exterior. Esto requiere que la carrera de comercio

exterior en la Universidad de Guayaquil se mantenga competitiva, no solo actualizando su currículo, sino también fortaleciendo su relación con el sector empresarial, lo que permitirá a los estudiantes obtener experiencia práctica de alto nivel y facilitar su inserción en el mercado laboral.

Adicionalmente, el contexto comercial de Ecuador, caracterizado por una creciente incertidumbre económica y una limitada inversión en educación superior, puede afectar tanto la matrícula de nuevos estudiantes como la capacidad de los actuales para continuar con sus estudios. Esto exige implementar estrategias para asegurar la retención estudiantil y el apoyo financiero a los alumnos, minimizando así la deserción y mejorando los indicadores de eficiencia académica.

Por tanto, el diagnóstico estratégico de la carrera revela una serie de fortalezas y oportunidades que la carrera puede aprovechar, tales como la actualización del currículo en áreas emergentes y la mejora de los recursos tecnológicos. Al mismo tiempo, también se identifican desafíos que deben abordarse, como la competencia de otras universidades y la necesidad de reforzar la producción investigativa y la vinculación con el sector financiero. Para continuar siendo relevante y competitiva, el programa académico debe adaptarse proactivamente a los cambios en el entorno del comercio global y fortalecer sus capacidades internas para garantizar una educación de calidad alineada con las demandas del mercado actual.

### 3.9. Análisis F.O.D.A de la Carrera.

El análisis FODA de la carrera de Licenciatura en Comercio Exterior de la Universidad de Guayaquil permite identificar los factores internos y externos que influyen en su desarrollo y competitividad. A través de este análisis, se evalúan las fortalezas que posicionan a la carrera como una opción académica de calidad, las oportunidades que puede aprovechar en un entorno de comercio global en constante evolución, así como las debilidades que requieren atención para mejorar la oferta educativa. Asimismo, se identifican las amenazas externas que podrían afectar su crecimiento y sostenibilidad. Este análisis estratégico sirve como base para la formulación de planes y acciones que fortalezcan la carrera y aseguren su adaptación a las demandas actuales del mercado global de comercio.

#### Factores internos

##### **Fortalezas**

1. **Sólida estructura curricular** que integra conocimientos teóricos y prácticos, alineada con las demandas del mercado global de comercio. (Eje Estratégico (EE): Academia)
2. **Equipo docente altamente calificado**, con experiencia en el sector del comercio global, asegurando una formación académica de calidad. (EE: Academia)
3. **Enfoque interdisciplinario**, que combina logística, contabilidad, normativa aduanera y tecnología, lo que permite una formación integral de los estudiantes. (EE: Vinculación con la Sociedad)

4. **Alianzas con el sector empresarial y comercial**, facilitando prácticas preprofesionales y el contacto con el entorno laboral. (EE: Vinculación con la Sociedad y Bienestar Estudiantil)
5. **Alta demanda de la carrera**, debido a la creciente importancia del área del comercio exterior en la economía global y local. (EE: Gestión Institucional)

#### **Debilidades**

1. **Falta de infraestructura tecnológica avanzada**, como laboratorios para el acceso a software especializado, lo que limita la enseñanza práctica de herramientas tecnológicas aduaneras. (EE: Gestión Institucional)
2. **Limitada producción investigativa en temas del comercio exterior**, lo que afecta la visibilidad de la carrera a nivel nacional e internacional. (EE: Investigación)
3. **Poca participación de los docentes en eventos científicos internacionales**, lo que dificulta la actualización constante en tendencias globales. (EE: Investigación)
4. **Índice de deserción estudiantil**, que requiere estrategias de retención más efectivas para mejorar la continuidad académica. (EE: Vinculación con la Sociedad y Bienestar Estudiantil)
5. **Insuficiente oferta de programas de especialización o educación continua**, lo que limita las opciones de formación avanzada para los egresados. (EE: Vinculación con la Sociedad y Bienestar Estudiantil)

#### **Factores externos**

##### **Oportunidades**

1. **Crecimiento del sector comercial y aduanero**, la demanda de profesionales en tecnologías empleadas en el comercio exterior, lo que abre la posibilidad de actualización curricular en áreas emergentes. (EE: Vinculación con la Sociedad y Bienestar Estudiantil)
2. **Desarrollo de la economía digital** y La globalización aumenta la relevancia de los conocimientos de comercio exterior en el ámbito internacional. (EE: Investigación)
3. **Políticas públicas que promueven el emprendimiento y la innovación**, lo que impulsa la creación de programas enfocados en la formación de líderes comerciales y/o emprendedores. (EE: Vinculación con la Sociedad y Bienestar Estudiantil)

4. **Creciente importancia de la sostenibilidad en el comercio exterior**, lo que permite integrar nuevas áreas de estudio como comercio sostenible y la responsabilidad social empresarial. (EE: Vinculación con la Sociedad y Bienestar Estudiantil)
5. **Posibilidad de mejorar la oferta educativa con modalidades semipresenciales o en línea**, aprovechando las tecnologías de la información y comunicación (TIC). (EE: Academia)

#### Amenazas

1. **Fuerte competencia de otras universidades** que están actualizando sus programas de comercio exterior y adaptándose rápidamente a las nuevas demandas del mercado. (EE: Gestión Institucional)
2. **Incertidumbre económica en Ecuador**, que afecta la matrícula y la continuidad de los estudiantes debido a las dificultades del comercio exterior. (EE: Vinculación con la Sociedad y Bienestar Estudiantil)
3. **Rápida evolución de las tecnologías del comercio electrónico**, que puede dejar obsoletas algunas áreas del conocimiento si no se actualizan oportunamente los planes de estudio. (EE: Academia)
4. **Reducción de financiamiento estatal para la educación superior**, lo que impacta directamente en los recursos disponibles para la carrera. (EE: Gestión Institucional)
5. **Dificultades para insertar a los egresados en el mercado laboral** debido a la saturación de profesionales en áreas tradicionales del comercio exterior. (EE: Vinculación con la Sociedad y Bienestar Estudiantil)

Este análisis FODA proporciona una visión integral de los factores que la carrera debe abordar para mantenerse competitiva y seguir formando profesionales capaces de enfrentar los retos del entorno financiero global.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PLAN ESTRATÉGICO DE CARRERA  
LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR

Versión: 1.0  
Página 32 de 43

4. PLAN ESTRATÉGICO DE LA CARRERA.

No	EJE ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO OPERATIVO	ESTRATEGIA	INDICADOR	FORMULA O MÉTODO DE CÁLCULO	LINEA BASE	METAS			MEDIOS DE VERIFICACIÓN
								Año 1 (2024)	Año 2 (2025)	Año 3 (2026)	
1	Academia	Fortalecer el sistema educativo de la carrera de Licenciatura en Comercio Exterior a través de la óptima articulación de sus áreas: Nivelación, Curricular, Prácticas Preprofesionales, Integración Curricular y Gestión de Personal Académico.	<b>Coordinación de Formación Académica:</b> Incrementar el porcentaje de titulados mediante el fortalecimiento de las tutorías de titulación.	Fortalecer las consejerías académicas y tutorías de titulación.	Tasa de titulación de grado de la Universidad de Guayaquil	(total de estudiantes matriculados en primer nivel de una cohorte definida, que concluyeron el proyecto de titulación o aprobaron el examen complejo en un plazo menor o igual al plazo normativo definido/total de estudiantes matriculados en primer nivel de una cohorte	64,75%	3,40%	3,40%	3,40%	Nómina de estudiantes según el año de la cohorte
			<b>Coordinación de Formación Académica</b> Incrementar la tasa de retención estudiantil mediante el fortalecimiento, consejerías académicas y tutorías pedagógicas.	Fortalecer las consejerías académicas y tutorías pedagógicas.	Tasa de retención de grado de la carrera	Número de estudiantes matriculados que iniciaron el primer nivel en carreras de tercer nivel de grado en el año t-1, tanto en el primero como en el segundo periodo académico ordinario del año t-1, y que se mantienen matriculados en la universidad en el año t / número total de estudiantes matriculados que iniciaron el primer nivel en carreras de tercer nivel de grado en el año t-1, tanto en el primero como en el segundo periodo académico ordinario del año t-1) *100"	76,63%	0,33%	0,33%	0,33%	Nómina de estudiantes por semestre.
			<b>Coordinación de Gestión de Personal Académico</b> Incrementar la calidad del sistema formativo e inclusivo de docentes para que propicien el desarrollo de la Universidad de Guayaquil.	Realizar firmas de convenios con universidades internacionales para ayudar a los docentes a realizar su doctorado.	Porcentaje de Docentes con PhD	(Número de docentes con PhD/ Número total de Docentes) * 100	4,88%	17,00%	18,00%	19,00%	Reporte de docentes con PhD. planificados por periodos académicos



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PLAN ESTRATÉGICO DE CARRERA  
LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR

Versión: 1.0

Página 33 de 43

No	EJE ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO OPERATIVO	ESTRATEGIA	INDICADOR	FORMUA O MÉTODO DE CÁLCULO	LINEA BASE	METAS			MEDIOS DE VERIFICACIÓN
								Año 1 (2024)	Año 2 (2025)	Año 3 (2026)	
2	Investigación	Consolidar un ecosistema de ciencia, tecnología, innovación y emprendimiento como eje transversal de los campos de conocimiento que garantice la generación, protección y transferencia de la producción científica institucional, contribuyendo al bienestar y desarrollo de la sociedad.	<p><b>Coordinación de Investigación:</b> Articular estructuras que propicien el fortalecimiento del ecosistema de ciencia, tecnología, innovación y emprendimiento a través de la ejecución de los procesos y subprocesos de cultura científica, generación, protección, transferencia y gestión del conocimiento, contemplados en la función sustantiva de investigación desde los grupos de investigación, centros de Desarrollo e Innovación y proyectos de investigación, desarrollo, innovación y emprendimiento.</p>	Fomentar los proyectos de investigación como motor principal para impulsar el crecimiento económico y propiciar su desarrollo.	Números de docentes investigadores acreditados en Senescyt	Sumatoria de número de Docentes investigadores acreditados en Senescyt que labora en la Universidad de Guayaquil.	9	3	3	3	Listado de docentes con carga horaria de investigación y que estén acreditadas en el sistema de registro, acreditación y categorización de investigadores nacionales y extranjeros de Senescyt
			Fomentar los proyectos de investigación como motor principal para impulsar el crecimiento económico y propiciar su desarrollo.	Número de producciones científicas publicadas	Sumatoria de número de producciones científicas publicadas.	6	12	14	14	Informe de validación de producción científica por convocatoria	
			Fomentar los proyectos de investigación como motor principal para impulsar el crecimiento económico y propiciar su desarrollo.	Número de proyectos de investigación.	Sumatoria de número de proyectos de investigación	4	0	1	1	Informe de proyectos aceptados por convocatoria	
			<p><b>Coordinación de Internacionalización:</b> Incrementar la presencia de la UG en el ámbito académico internacional a través de la participación de sus docentes, investigadores y estudiantes en programas, proyectos y actividades con pares internacionales y otros organismos de relevancia internacional.</p>	Generar y mantener acuerdos de cooperación a través de adhesión a redes, suscripción de convenios y alianzas estratégicas con organismos nacionales e internacionales	Número de convenios nacionales e internacionales suscritos	Número de convenios nacionales e internacionales suscritos.	1	0	0	1	Convenio de becas doctorales o postdoctorales
					Número de docentes que realizan movilidad académica	Sumatoria de número de Docentes que realizaron movilidad académica.	2	0	1	1	Convenios de becas de movilidad académicos suscritos



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PLAN ESTRATÉGICO DE CARRERA  
LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR

Versión: 1.0

Página 34 de 43

No	EJE ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO OPERATIVO	ESTRATEGIA	INDICADOR	FORMULA O MÉTODO DE CÁLCULO	LINE A BASE	METAS			MEDIOS DE VERIFICACIÓN
								Año 1 (2024)	Año 2 (2025)	Año 3 (2026)	
3	Vinculación con la Sociedad y Bienestar estudiantil	Generar transferencia de conocimiento mediante la vinculación con pertinencia, calidad e impacto de los procesos sustantivos, en aras del desarrollo regional y los alcances de la Universidad de Guayaquil.	Vinculación: Desarrollar programas y proyectos de vinculación con la sociedad alineados a los objetivos globales, nacionales e institucionales que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de las personas.	Generar de alianzas estratégicas a través de convenios de cooperación interinstitucional con organismos públicos, privados y de la sociedad civil que permitan la ejecución de los proyectos de vinculación con la sociedad	Coordinación de Vinculación: Número de proyectos de vinculación con la sociedad aprobados.	Sumatoria de proyectos de vinculación con la sociedad aprobados.	0	1	0	1	Listado de proyectos de vinculación con la sociedad aprobados por el órgano competente
					Coordinación de Vinculación: Número de personas beneficiadas a través de proyectos de vinculación.	Sumatoria de beneficiarios de los proyectos de vinculación de los aprobados.	100	200	200	200	Matrices monitoreos semestrales reportadas por las unidades académicas y administrativas de los proyectos de vinculación con la sociedad detallando el número de beneficiarios reportadas por las unidades académicas y administrativas de los proyectos de vinculación con la sociedad detallando el número de beneficiarios
					Número de eventos artísticos y culturales	Sumatoria de número de eventos artísticos y culturales.	1	0	1	1	Registro de eventos artísticos y culturales realizados
					Porcentaje de estudiantes que asistan o participen en los planes o programas de Bienestar Estudiantil y Protección Social.	(número de estudiantes que asistan o participen en los planes o programas de Bienestar Estudiantil / número de estudiantes matriculados) *100	66%	1%	3.50%	3.50%	Reportes de actividades, asistencia o participación
					Tasa de empleabilidad de los graduados de la Universidad de Guayaquil.	Es la división entre el número de graduados empleados que laboran bajo relación de dependencia o que están efectuando una actividad productiva (E); y, el número total de graduados de los periodos académicos concluidos en los últimos dos años y seis meses (G). El resultado se multiplica por 100 para obtener el porcentaje de la tasa de empleabilidad.	22%	1%	1%	1%	Encuestas a graduados



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**PLAN ESTRATÉGICO DE CARRERA  
LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR**

Versión: 1.0

Página 35 de 43

No	EJE ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO OPERATIVO	ESTRATEGIA	INDICADOR	FORMULA O MÉTODO DE CÁLCULO	LINEA BASE	METAS			MEDIOS DE VERIFICACIÓN
								Año 1 (2024)	Año 2 (2025)	Año 3 (2026)	
4	Fortalecer las capacidades Institucionales.	Orientar a la mejora continua de los estándares de evaluación mediante el Plan de Aseguramiento de la Calidad	Ejecución del Proceso de Autoevaluación de Carrera	Proceso de Autoevaluación ejecutado de carrera	Proceso de Autoevaluación ejecutado de carrera	Sumatoria de proceso de autoevaluación de Carrera	0	0	1	0	Informe de Autoevaluación
			Ejecución Plan de mejoras	Plan de mejora ejecutado	Plan de mejora ejecutado	Sumatoria de Plan de mejoras	0	0	1	1	Informe de ejecución de Plan de Mejoras

#### 4.1. Objetivos Estratégicos de Carrera.

Describe los resultados que la Carrera desea alcanzar en un tiempo determinado, hacia dónde deben dirigirse los esfuerzos y recursos. Los Objetivos Estratégicos de la Carrera deben responder al Plan Estratégico de Desarrollo Institucional de la Universidad de Guayaquil.

Los Objetivos Estratégicos de la Carrera deben ser un desglose de la visión, guardar consistencia con la misión y deben considerar el análisis FODA. Además, deben cumplir ciertas características como estar claramente definidos, ser medibles, realistas y coherentes. Las Carreras deben formular sus Objetivos Estratégicos directamente alineados al Plan Estratégico de Desarrollo Institucional de la Universidad de Guayaquil, y en función de sus competencias.

Para redactar los OEC se debe considerar que éstos siempre se formulan en infinitivo; se recomienda utilizar los verbos: “incrementar”, “reducir” o mantener, en los casos que así lo ameriten.

#### Ejemplo:

Objetivo Estratégico Investigación:

Consolidar una cultura de investigación integral que fomente la excelencia académica y la generación de conocimiento innovador en la carrera.

#### 4.2. Objetivos Operativos de Carrera.

Los Objetivos Operativos de la Carrera son objetivos a corto plazo o finitos estructurados para acercar a la Carrera a la consecución de sus Objetivos Estratégicos de Carrera. Cada Objetivo Operativo de Carrera aborda un aspecto de la actividad de la empresa e implementa algún tipo de cambio que mejora directa o indirectamente la posición de la Carrera.

Deben ser alcanzables y específicos para que puedan proporcionar una orientación clara para el funcionamiento diario de determinadas operaciones.

Puedes formular estos objetivos mediante verbos de acción:

- Si son una fuente de presión, la formulación se basará en verbos como: evitar, limitar, reducir, minimizar;
- Si son oportunidades, la formulación se basará en verbos como: mantener, fomentar, apoyar;
- Si están profundamente vinculados a la gobernanza con las partes interesadas, se utilizarán verbos como: comprometerse, iniciar, apoyar, organizar;
- Si ponen de manifiesto una falta de conocimientos, se formularán en torno a verbos como: mejorar, desarrollar, completar (conocimientos sobre tal o cual cuestión).

Se deberá establecer un Objetivo Operativo de Carrera para cada Indicador.

#### Ejemplo:

Objetivo Operativo de Carrera:

Establecer un programa de mentoría para fortalecer las habilidades de investigación de los docentes existentes y promover una cultura de investigación colaborativa en la carrera.

#### 4.3. Estrategias.

Es el conjunto de actividades que identifican un cambio y definen un camino (una ruta) para alcanzarlo. Se gestiona para que la Carrera se transforme en función de lograr las metas planteadas; y tiene flexibilidad, se adapta para asegurar el logro de las metas.

#### Ejemplo:

*Implementar un programa de incentivos y apoyo para la publicación de producciones científicas.*

#### 4.4. Formulación de Indicadores.

**Indicador:** Es un enunciado que permite medir el estado de cumplimiento de un objetivo, facilitando su seguimiento. El indicador es un instrumento que permite la obtención de resultados facilitando el seguimiento a través de mediciones sucesivas y que, en contraste con las metas establecidas, se podrá verificar el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la carrera.

La redacción del indicador debe seguir la siguiente secuencia: Unidad de medida + Sujeto + Atributo.

- **Unidad de medida:** Es el parámetro de referencia de la expresión que permitirá la operatividad y la determinación de las magnitudes de medición del indicador.
- **Sujeto:** Es la unidad mínima de análisis sobre la que se hará la medición.
- **Atributo:** Son los aspectos o características que serán medidos sobre el sujeto. Cada aspecto o característica que se identifique como atributo deberá ser definido o conceptualizado de manera operativa para evitar errores o dificultades en la medición y distorsiones en la interpretación de resultados.

Estos tres elementos son básicos para la formulación del enunciado del indicador ya que, a través de una expresión ordenada, permiten tener claridad acerca de lo que se mide y cómo se mide.

#### Ejemplo:

*Número (unidad de medida) de producciones científicas (sujeto) publicadas (atributo).*

#### 4.5. Fórmula o método de cálculo.

Detallar los procedimientos utilizados en la producción del indicador especificándose las variables de medición que componen el mismo. Se especificará la fórmula matemática de calcular el indicador.

La fórmula de indicador debe contener el nombre corto del indicador y la expresión matemática para el cálculo del mismo, especificando las variables que la componen.

#### Ejemplo:

*Sumatoria de producciones científicas publicadas.*

#### 4.6. Línea base.

La línea de base de un indicador es el dato o información que se obtiene como resultado de un estudio previo, el cual constituye el punto de partida para las mediciones sucesivas que se realicen con el indicador; es la base de referencia inicial que se establece antes de comenzar a medir y monitorear el indicador en cuestión. Sirve como un punto de partida que representa el nivel o estado inicial de la métrica que se está evaluando.

Esta línea base es esencial para proporcionar un marco de comparación con las mediciones futuras, permitiendo evaluar el progreso y el desempeño a lo largo del tiempo. Al comparar las mediciones posteriores con la línea base, se puede determinar si ha habido mejoras, estancamiento o incluso empeoramiento en el desempeño del indicador, lo que ayuda a tomar decisiones informadas y a ajustar estrategias según sea necesario para alcanzar los objetivos establecidos.

#### 4.7. Meta.

La meta es la cuantificación de lo que se pretende lograr en un determinado periodo, en función del indicador seleccionado, debe considerar la misma unidad de medida del indicador y que se sean factibles de ser alcanzadas dentro del periodo del Plan Estratégico de la Carrera.

#### 4.8. Medios de verificación.

Especificar el nombre de la fuente que origina el dato para la medición del indicador y la Entidad que genera esta fuente. La fuente puede ser encuesta, censo, registro administrativo u otro (directorios, expedientes, reportes, casos de estudio, etc.).

#### Ejemplo:

*Revisión de registros de producciones científicas publicadas.*

## 5. MONITOREO Y SEGUIMIENTO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE CARRERA.

El Plan Estratégico de la Carrera, es un documento de planificación que contiene elementos orientadores y objetivos estratégicos, los cuales se enfocan en los ejes de la Educación Superior que son, Academia, Investigación, Vinculación con la Sociedad, Bienestar Estudiantil y Gestión Institucional.

El Seguimiento al Plan Estratégico de la Carrera se hará mediante hojas de cálculo configuradas por parte de la Dirección de Seguimiento y Gestión de la Información. El instrumento que se aplicará mostrará la semaforización del avance de los indicadores propuestos y sus resultados alcanzados. Para el Seguimiento y Control, los Directores de carrera, deberán registrar en la matriz, el porcentaje de cumplimiento de los indicadores programados para cada ciclo académico y evaluar si la fuente de información aporta y es concordante con el plan propuesto.

Es importante que los seguimientos sean tratados en Consejo de Facultad para asegurar el cumplimiento del Plan Estratégico de Carrera, evaluar los resultados, fuentes de información y ajustar el plan de considerarse pertinente.

### 5.1 Lineamientos.

Los Directores de Carreras deberán remitir al inicio del ciclo posterior al ejecutado a la Dirección de Seguimiento y Gestión de la Información, la matriz de seguimiento al Plan Estratégico de la Carrera con el informe ejecutivo del período que corresponda. Así mismo, tomará en consideración lo siguiente:

- a) Registrar información de los programas, proyectos y actividades de la Carrera, duración y fecha programada de inicio y fin para su ejecución.
- b) Seleccionar el indicador por cada Resultado, Estrategia y Objetivo Estratégico de Carrera establecido para el efecto.
- c) Visualizar el valor de la línea base de manera automática determinada para el indicador por el período de evaluación de la ejecución del P.E.C.
- d) Visualizar el valor de la meta de manera automática determinada para el indicador por el período de evaluación de la ejecución del PEC.
- e) Registrar el valor según corresponda de la meta real alcanzada en el período semestral del año de evaluación correspondiente.
- f) Visualizar el valor de la meta acumulada calculada de manera automática resultante de la sumatoria de valor de la Línea base más el valor de la meta alcanzada registrada en la matriz de seguimiento del P.E.C.
- g) Registrar los documentos que evidencian el cumplimiento de la meta alcanzada.
- h) Registrar alguna observación pertinente y útil para considerar en la evaluación del P.E.C.

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

### 6.1 Conclusiones.

Las conclusiones del plan estratégico de la carrera de Licenciatura en Comercio Exterior de la Universidad de Guayaquil permiten realizar una evaluación detallada de los avances y desafíos que enfrenta la carrera en su contexto académico, administrativo y de vinculación con la sociedad. A lo largo del proceso de planificación, se han identificado los factores clave que inciden tanto positiva como negativamente en el desarrollo de la carrera, lo que ha permitido formular estrategias orientadas a la mejora continua de la formación de los futuros profesionales en el área del comercio exterior.

Uno de los aspectos más relevantes que se concluye es la fortaleza académica con la que cuenta la carrera, evidenciada en su malla curricular integral, que incluye una combinación adecuada de asignaturas teóricas y prácticas. Esto asegura que los estudiantes adquieran competencias esenciales en áreas como normativa aduanera, sistema informático aduanero, valoración aduanera y clasificación arancelaria. Asimismo, la presencia de un equipo docente calificado y con experiencia en el sector del comercio exterior (importaciones, exportaciones, aduana) se destaca como un elemento clave para la formación de calidad. No obstante, se reconoce la necesidad de continuar fortaleciendo las competencias del personal académico mediante la implementación de programas de capacitación y formación avanzada, particularmente en áreas emergentes como comercio sostenible, emprendimiento y comercio sostenible.

En cuanto a la infraestructura, el análisis concluye que, si bien la carrera cuenta con los recursos básicos para la enseñanza, es prioritario mejorar el acceso a tecnologías y laboratorios especializados en sistema informático aduanero, lo que permitirá a los estudiantes familiarizarse con las herramientas que se utilizan en el ámbito profesional. Esto será fundamental para asegurar que la carrera siga siendo competitiva frente a otras ofertas académicas de universidades nacionales e internacionales, muchas de las cuales ya han implementado tecnologías avanzadas en sus programas de comercio exterior.

El plan estratégico también resalta la importancia de la investigación como uno de los pilares para consolidar la carrera a nivel nacional e internacional. Se concluye que, aunque la carrera ha realizado esfuerzos significativos para integrar la investigación en su estructura, aún existen oportunidades para mejorar en cuanto a la producción científica. La implementación de proyectos de investigación en áreas clave del sector de comercio global permitirá no solo elevar la visibilidad de la carrera, sino también contribuir de manera directa al desarrollo económico y social del país. Aumentar la participación de los docentes y estudiantes en proyectos de investigación aplicada, tanto a nivel nacional como internacional, se posiciona como un objetivo clave a largo plazo.

En relación con la vinculación con la sociedad, se destaca la relevancia de los proyectos de vinculación como un puente entre la academia y las necesidades del entorno empresarial y social. A través de estos programas, la carrera de Licenciatura en Comercio Exterior ha logrado impactar positivamente en comunidades y empresas locales, ofreciendo soluciones innovadoras a problemas financieros y fomentando el emprendimiento. No obstante, el plan subraya la necesidad de ampliar el alcance de estos programas y de generar nuevas alianzas estratégicas con organismos públicos y privados para fortalecer la relevancia social de la carrera.

Finalmente, el análisis externo revela importantes oportunidades derivadas de los cambios en el entorno del comercio global, como el crecimiento del sector y aduana digital, que ofrecen posibilidades para actualizar el currículo de la carrera y formar profesionales con habilidades especializadas en estas áreas. Asimismo, se reconocen amenazas como la creciente competencia de otras instituciones educativas, la incertidumbre económica que podría afectar la matrícula y el apoyo financiero a los estudiantes, y la rápida evolución de las tecnologías comerciales, que exige una actualización constante de los planes de estudio.

Por tanto, se concluye que la carrera de Licenciatura en Comercio Exterior se encuentra bien posicionada para enfrentar los desafíos del entorno comercio global, siempre y cuando se implementen las estrategias delineadas en este plan estratégico. El fortalecimiento de la infraestructura tecnológica, la mejora en la producción investigativa, y la expansión de los programas de vinculación con la sociedad son elementos clave para asegurar la pertinencia, calidad y competitividad de la carrera en los próximos años. Este plan estratégico se convierte así en una herramienta fundamental para guiar el crecimiento sostenible de la carrera y garantizar que continúe siendo una opción educativa de alto valor en el mercado ecuatoriano e internacional.

## 6.2 Recomendaciones.

Las recomendaciones para la carrera de Licenciatura en Comercio Exterior, derivadas del plan estratégico, están orientadas a fortalecer su posicionamiento y mejorar la calidad educativa, asegurando que responda a las necesidades del entorno financiero actual y futuro. A continuación, se presentan las principales recomendaciones:

1. **Actualización y modernización del currículo:** Se recomienda revisar y ajustar el plan de estudios de manera periódica para integrar nuevas tendencias del comercio exterior como Digitalización y Comercio Electrónico, Sostenibilidad y Comercio Responsable, Acuerdos Comerciales Regionales, y otras tecnologías emergentes. Esto permitirá que los egresados cuenten con habilidades competitivas en el mercado laboral tanto local como internacional.
2. **Mejora en la infraestructura tecnológica:** Es esencial incrementar el acceso a laboratorios, software especializado y herramientas tecnológicas avanzadas para la enseñanza práctica. Esto no solo mejorará la experiencia de los estudiantes, sino que también permitirá formar profesionales que manejen las herramientas actuales del sector comercial.
3. **Fortalecer la investigación:** Se recomienda incrementar el número de proyectos de investigación aplicados en temas relevantes al sector comercial aduanero, incentivando la participación activa de docentes y estudiantes. Para ello, se deben establecer incentivos para la producción científica, aumentar las publicaciones en revistas indexadas y generar redes de colaboración con instituciones nacionales e internacionales.
4. **Aumentar la formación y capacitación del cuerpo docente:** Se debe continuar promoviendo la formación avanzada del personal docente, incentivando su participación en programas de doctorado y postdoctorado, así como en cursos de actualización en comercio exterior digital y otras áreas emergentes. Este esfuerzo garantizará una enseñanza de alta calidad y permitirá a los docentes mantenerse a la vanguardia de las nuevas tendencias académicas y profesionales.

5. **Mejorar los índices de retención y titulación:** Implementar programas de tutorías, consejerías académicas y acompañamiento continuo para los estudiantes, con el fin de reducir los índices de deserción y mejorar la tasa de titulación. Estos programas deben enfocarse en identificar tempranamente las dificultades que enfrentan los estudiantes y ofrecerles apoyo académico y personal.
6. **Fortalecer las alianzas con el sector empresarial:** Se recomienda crear nuevas alianzas estratégicas con el sector privado y público, con el objetivo de mejorar la empleabilidad de los egresados, facilitar el acceso a prácticas preprofesionales, y desarrollar proyectos conjuntos de investigación y vinculación. Esto permitirá una mayor inserción laboral de los graduados y fortalecerá el vínculo entre la academia y el comercio exterior.
7. **Desarrollar programas de vinculación con la sociedad:** Expandir el impacto social de la carrera mediante la implementación de más proyectos de vinculación orientados a resolver problemas de la comunidad, empresas y organismos gubernamentales. Se recomienda generar alianzas con instituciones que faciliten la ejecución de estos programas y permitan que los estudiantes participen activamente en el desarrollo económico y social.
8. **Incorporar modalidades de educación virtual o semipresencial:** Aprovechar las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para ofrecer modalidades de estudio flexibles que permitan a los estudiantes acceder a formación en línea. Esto ampliará el alcance de la carrera, facilitando la inscripción de estudiantes que, por motivos de distancia o tiempo, no puedan participar en modalidades presenciales.
9. **Fomentar la internacionalización:** Se recomienda promover programas de movilidad académica tanto para docentes como para estudiantes, lo que permitirá una mayor exposición a prácticas internacionales y fomentará el intercambio de conocimientos y experiencias con otras universidades.

Estas recomendaciones buscan optimizar los recursos de la carrera, mejorar la calidad del proceso educativo, e incrementar la competitividad de los egresados en un entorno financiero en constante transformación. Implementarlas será clave para asegurar el éxito y la sostenibilidad de la carrera a largo plazo.

## 7. ANEXOS

### 7.1 Referencias Bibliográficas.

Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CACES). (2023). *Modelo de evaluación externa UEP 2023*. <https://www.caces.gob.ec/wp-content/uploads/2023/12/Modelo-de-Evaluacio%CC%81n-Externa-UEP-2023-1.pdf>

Gobierno Nacional de la República del Ecuador. (2016). *Guía de planificación institucional*. Ministerio de Planificación y Desarrollo.

<https://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2016/03/GUIA-DE-PLANIFICACION-INSTITUCIONAL.pdf> Morin, E. (1994). *La complexité humaine*. Flammarion.

Universidad de Guayaquil. (2020). *Reglamento orgánico de gestión organizacional por procesos de la Universidad de Guayaquil*. <https://www.ug.edu.ec/secretaria-generalr/normativa/vigente/REGLAMENTO%20ORGANICO%20DE%20GESTION%20ORGANIZACIONAL%20POR%20PROCESOS%20DE%20LA%20UNIVERSIDAD%20DE%20GUAYAQUIL%202020.pdf>

Universidad de Guayaquil. (2022). *Plan de inducción 2022*. <https://www.ug.edu.ec/secretaria-generalr/normativa/vigente/PLAN%20DE%20INDUCCION%202022.pdf>

Universidad de Guayaquil. (2022). *Plan estratégico de desarrollo institucional (PEDI) 2022- 2026*. [https://www.ug.edu.ec/wp-content/Recursos/planificacion\\_institucional/PEDI/PEDI%202022%20-%202026/PEDI%202022-2026.pdf](https://www.ug.edu.ec/wp-content/Recursos/planificacion_institucional/PEDI/PEDI%202022%20-%202026/PEDI%202022-2026.pdf)

Universidad de Guayaquil. (2024). *Modelo genérico para la evaluación del entorno de aprendizaje de carreras de grado*. <https://www.ug.edu.ec/wpcontent/uploads/PLANIFICACION/AUTOEVALUACION/MODELO-GENERICO-DEEVALUACION/MODELO-GENERICO-PARA-LA-EVALUACION-DEL-ENTORNO-DEAPRENDIZAJE-DE-CARRERAS-DE-GRADO2024.pdf>

Universidad de Guayaquil. (n.d.). *Consulta de planificación*. Servicio en Línea de la Universidad de Guayaquil. <https://servicioenlinea.ug.edu.ec/SIUG/PLANIFICACION/CONSULTA>

### 7.2 Nomenclatura.

- PEDI= Plan Estratégico de Desarrollo Institucional
- PEC= Plan Estratégico de Carrera
- PND= Plan Nacional de Desarrollo
- OEI= Objetivo Estratégico Institucional
- OEC= Objetivo Estratégico de Carrera
- FODA= Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas
- PESTEL= Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico, Legal.
- EO= Elementos Orientadores
- LOES= Ley Orgánica de Educación Superior
- CEAACES= Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.
- CACES= Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.
- UG= Universidad de Guayaquil