

## INDICE

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>5</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>6</b>
<b>CAPITULO I: INTRODUCTORIO</b>	<b>8</b>
1.1 <b>¿Porqué leer esta memoria?</b>	<b>8</b>
1.2 <b>Estado del Arte</b>	<b>9</b>
1.3 <b>Definición del Problema</b>	<b>12</b>
1.4 <b>Justificación</b>	<b>14</b>
<b>CAPITULO II: MARCO CONCEPTUAL</b>	<b>16</b>
2.1 <b>Evolución Concepto de Competencia</b>	<b>16</b>
2.1.1 Etimología	16
2.1.2 Opinión de Autores	17
a) Consumidores exigentes	19
b) Los grandes avances en la tecnología	19
c) Globalización	19
d) La escolarización	20
2.2 <b>Ámbito de Aplicación del Concepto</b>	<b>20</b>
2.3 <b>Definición de Competencia</b>	<b>22</b>
2.3.1 Autores	23
2.3.2 Concepto Central	25
2.4 <b>Modelo del Iceberg y Conjunto de Saberes</b>	<b>26</b>
2.4.1 Elementos de la Competencia	26
a) Motivación	26
b) Características	26
c) Autoconcepto	27
d) Conocimientos	27
e) Habilidades	27
2.4.2 Modelo del Iceberg	29

2.4.3	Conjunto de Saberes	30
<b>2.5</b>	<b>Competencias Profesionales</b>	<b>32</b>
<b>2.6</b>	<b>Clasificación de Competencias</b>	<b>34</b>
<b>2.6.1</b>	<b>Competencias Blandas</b>	<b>35</b>
2.6.1.1	Trabajo en Equipo	36
2.6.1.2	Liderazgo	38
2.6.1.3	Aprender a Aprender	40
2.6.1.4	Creatividad y solución de problemas	41
2.6.1.5	Ética	41
2.6.1.6	Gestionar el cambio	42
2.6.1.7	Conciencia global	43
2.6.1.8	Orientación al cliente	43
2.6.1.9	Capacidad emprendedora	44
2.6.1.10	Gestión diversidad	44
2.6.1.11	Comunicación	45
<b>2.6.2</b>	<b>Competencias Duras</b>	<b>45</b>
2.6.2.1	Plan de estudios Ingeniería Comercial, Universidad de Talca	46
2.6.2.2	Dominios de conocimiento del Ingeniero Comercial	48
<b>CAPITULO III: OBJETIVOS Y METODOLOGÍA</b>		<b>49</b>
<b>3.1</b>	<b>Objetivo</b>	<b>49</b>
3.1.1	Objetivo general	49
3.1.2	Objetivos específicos	49
<b>3.2</b>	<b>Metodología</b>	<b>50</b>
3.2.1	Fuentes de información	50
3.2.2	Línea de investigación	50
3.2.3	Grupo en estudio	51
3.2.4	La muestra	51
3.2.5	Instrumento de medición	53
3.2.6	Confiabilidad del instrumento	55
3.2.7	Almacenamiento de datos	56

3.2.8	Resultados y conclusiones	56
<b>CAPITULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>		<b>57</b>
<b>4.1</b>	<b>Estadísticas descriptivas</b>	<b>57</b>
4.1.1	Características generales	57
4.1.1.1	Del género	57
4.1.1.2	De los orígenes	58
4.1.1.3	Giro principal del trabajo del egresado	60
4.1.1.4	Tamaño de la empresa	60
4.1.1.5	Área de desempeño egresado	61
<b>4.1.2</b>	<b>Competencias blandas</b>	<b>62</b>
4.1.2.1	Comparativo alumnos egresados	63
4.1.2.2	Competencias más valoradas por egresados	65
4.1.2.3	Competencias más valoradas por alumnos	67
4.1.2.4	Competencias más valoradas por ambos grupos	68
4.1.2.5	Competencias menos valoradas por ambos grupos	68
<b>4.1.3</b>	<b>Competencias Duras</b>	<b>69</b>
4.1.3.1	Percepción de competencia más requeridas y valoradas	70
4.1.3.1	Percepción de competencia menos requeridas y valoradas	72
<b>4.2</b>	<b>Análisis comparativo de medias</b>	<b>73</b>
<b>CAPITULO V: CONSIDERACIONES FINALES</b>		<b>77</b>
<b>5.1</b>	<b>Conclusiones</b>	<b>77</b>
<b>5.2</b>	<b>Limitaciones</b>	<b>82</b>
<b>5.3</b>	<b>Sugerencias</b>	<b>83</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>		<b>84</b>
<b>ANEXOS</b>		

## INDICE DE CUADROS

Cuadro 2.1	Modelo del Iceberg	29
Cuadro 2.2	Conjunto de saberes	31
Cuadro 2.3	Plan de estudios de Ingeniería Comercial	47
Cuadro 2.4	Dominios de conocimiento del Ingeniero Comercial	48
Cuadro 3.1	Variables e indicadores para determinar las competencias	54
Cuadro 3.2	Estadísticos de fiabilidad	55
Cuadro 4.1	Estadísticos Descriptivos	62
Cuadro 4.2	Competencias más valoradas por egresados y alumnos	64
Cuadro 4.3	Ranking competencias egresados	66
Cuadro 4.4	Ranking competencias alumnos	67
Cuadro 4.5	Competencias menos adquiridas y percibidas	69
Cuadro 4.6	Estadísticos descriptivos	70
Cuadro 4.7	Promedio de medias para competencias alumnos	74
Cuadro 4.8	Promedio de medias competencias egresados	75

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 4.1	Sexo alumnos	57
Gráfico 4.2	Sexo egresados	58
Gráfico 4.3	Estudios padres de alumnos	59
Gráfico 4.4	Estudios padres de egresados	59
Gráfico 4.5	Giro principal de trabajo de egresado	60
Gráfico 4.6	Tamaño de la empresa	60
Gráfico 4.7	Área de desempeño del egresado	61
Gráfico 4.8	La competencia más valorada por ambos grupos	68
Gráfico 4.9	Comparativo competencias alumnos-egresados	76