



**PERFIL REQUERIDO DEL INGENIERO COMERCIAL PARA DESEMPEÑAR
LOS PUESTOS EN EL AREA DE MARKETING POR EMPRESAS MEDIANAS
Y GRANDES PERTENECIENTES AL SECTOR MANUFACTURERO Y
SECTOR COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TALCA**

**CLAUDIA SALAZAR ROSALES
INGENIERO COMERCIAL**

RESUMEN EJECUTIVO

Este estudio define el perfil requerido del Ingeniero Comercial para desempeñar puestos de marketing en la ciudad de Talca, específicamente en los sectores Manufacturero y Comercio de esta ciudad.

El marco conceptual sobre el que se apoya esta definición abarca desde la revisión de distintos estudios realizados anteriormente que definen el perfil del Ingeniero Comercial en años pasados hasta el área de recursos humanos, incluyendo el análisis de puestos de trabajo hasta el proceso de reclutamiento de personal en la empresa. También se mencionan otras formas de realizar este proceso de consecución de recursos humanos en la organización, visto desde la perspectiva de las competencias. El perfil definido en este estudio contempla un gran número de habilidades que son importantes para los distintos puestos de marketing, por esto se menciona la inteligencia emocional en la empresa, en donde se explica la importancia de las habilidades en toda ocupación laboral. La metodología utilizada para desarrollar esta investigación se dividió en dos etapas: la primera se realizó por medio de un estudio de tipo exploratorio para obtener información sobre los atributos relevantes del perfil del profesional que se desempeña en el área de marketing y definir conocimientos y habilidades a ser

evaluadas en la etapa posterior del estudio. La segunda etapa fue de tipo descriptivo concluyente, en donde se definieron distintos factores que son relevantes en la definición de perfil del Ingeniero Comercial al momento de desempeñar un puesto en el área de Marketing. Finalmente y con la ayuda de análisis estadísticos, específicamente análisis factorial y análisis univariados, se llega a concluir cuales son los factores de conocimientos y habilidades necesarios para explicar el perfil del profesional que requiere el área de marketing de una organización, tanto para las empresas medianas como para las grandes empresas. Algunos de los conocimientos claves requeridos fueron aquellos relacionados con "Enfoques de marketing", que incluye el marketing operativo y marketing estratégico y "Decisiones estratégicas", que está relacionado con los conocimientos necesarios que permiten al profesional llevar a cabo la planificación estratégica de la compañía y la planeación estratégica de marketing. Por otra parte las habilidades claves requeridas fueron "Iniciativa y Empatía" y "Liderazgo y Proactividad".