

Realidades del mercado en la Planeación Estratégica en dos IES latinoamericanas: la UPAEP en Puebla, México y la Universidad EAN en Bogotá, Colombia.

Cynthia M. Montaudon Tomas 1, Edicson Jair Gil Acosta 2, Enrique Buendía Calzada 3

**1 Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla UPAEP
cynthiamaria.montaudon@upaep.mx**

**2 Universidad EAN, Bogotá, Colombia
egil@universidadean.edu.co**

**3 Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla UPAEP
enriquefrancisco.buendia@upaep.edu.mx**

Resumen

Este estudio analiza la forma en que dos Instituciones de Educación Superior (IES), realizan sus procesos de planeación estratégica, desde la perspectiva de las actividades y herramientas destinadas a la observación de las realidades del mercado y el análisis del entorno. Se pretende identificar las mejores prácticas desarrolladas por cada institución para aplicar adecuadamente sus estrategias. Para el análisis, ambas instituciones fueron consideradas como organizaciones empresariales y no como instituciones educativas. La metodología está basada en el análisis comparativo, mediante un estudio cualitativo, desarrollado a partir de la observación y de la investigación directa a través del desarrollo de entrevistas con directivos de cada institución. Se observó el uso de mejores prácticas en cada una de las instituciones frente a las perspectivas a futuro. Finalmente, se presenta la forma en la que las dos IES seleccionadas utilizan las realidades del mercado y del entorno tanto para definir su oferta de productos y servicios como para diferenciarse de su competencia.

Palabras clave: Planeación Estratégica, Realidades del Mercado, Estudio Comparativo, Mejores prácticas, Gestión.