

	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS	
---	---	---

PROYECTOS DE INVESTIGACION DE GRADO

Nombre del proyecto:

Análisis del posicionamiento de la FCE UNPSJB en su zona de influencia desde la visión de los jóvenes, potenciales ingresantes

Cátedra **Estadística**

Año / Carrera
Turísticas **2016 / Contador Público y Lic. en Administración de Empresas**

Responsable / Cargo
Fernández, María Victoria (Docente Adjunto) / López, Silvia Mabel (Auxiliar)

Unidad Ejecutora **Acencio Ferré, Jonathan Ezequiel; Arriegada, Elba; Bazán, Ágata Casandra; Carinao, Norberto Orlando; Crettón Barrionuevo, Ángel Damián; Cocca Godoy, Nicolás Nahuel; González, Analía Leonor; González, Jorge Luis; Jones, Adán Luis; Lima, Marcos Patricio Alejandro; Mansilla, Marta Aydee; Miguel, Luciano Augusto; Ovando, Aldana Vanesa; Pérez, Yamila Fernanda; Reyes, Elida Teresa; Sepúlveda, Valeria; Soto, Marisol Ester; Zapata, Ayelen Elizabeth; Zunzunegui, Zaira Jaqueline; Robles, Celeste; Curin, Brenda; Puelman, Brenda; Sandoval, Mariana; Crespo, Micaela y Mariezcurrena, Celeste**

Periodo de Ejecución

Año 2016

1- Resumen

Hasta 1050 caracteres como máximo

El proyecto de investigación acreditado por Ciencia y Técnica de nuestra Universidad: *“ACTORES Y FACTORES DEL MICROENTORNO DE LA DELEGACIÓN ESQUEL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO”*, tiene por objetivo general elaborar información sistematizada que permita caracterizar los distintos actores sociales y factores con vínculos de relación con la Delegación Esquel de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNPSJB, utilizando instrumentos metodológicos de Administración y Marketing. La propuesta incluye su relevamiento mediante estudios exploratorios cuantitativos y cualitativos, utilizando diversos métodos y técnicas tales como observación directa, análisis de material bibliográfico documental, encuestas y entrevistas. El propósito final del estudio consiste en la recopilación y sistematización de datos del microentorno, que reduzcan la incertidumbre para viabilizar el proceso de planificación, gestión y control de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNPSJB.

La cátedra de Estadística promueve el involucramiento de los alumnos en actividades relacionadas con la investigación científica, teniendo en cuenta el valor agregado que puede representar para los mismos el aplicar los conocimientos adquiridos durante el cursado del cuatrimestre en actividades concretas conectadas a un caso real del ámbito local que permita alcanzar un producto final que sea de utilidad para la comunidad, en este caso la comunidad científica y académica.

Uno de los insumos del mencionado proyecto consiste en recabar información mediante la realización de una encuesta dirigida a los estudiantes del nivel medio que se encuentran cursando el último año del secundario. El objetivo de este estudio es conocer la opinión de potenciales ingresantes a nuestra Facultad, consultando qué conocen de la Universidad en general y de la Facultad en particular, así como aspectos vinculados con su proceso decisional al momento de elegir una carrera universitaria.

Mediante estas actividades, se espera fomentar el reconocimiento por parte de los alumnos de la utilidad de la asignatura como herramienta de amplia aplicación en el ámbito de las ciencias económicas y mejorar la calidad de su estudio. También se pretende que la participación en la investigación les permita desarrollar capacidades prácticas encuadradas en la metodología de la investigación. Asimismo, esta información aportará un grano de arena al objetivo final del PI de nuestra facultad

brindando información de utilidad que contribuya de esta forma a la gestión y a la vinculación de la Facultad con su microentorno.

Los objetivos de la investigación que se realizará desde la cátedra son los siguientes:

- Realizar actividades en las que se apliquen los conocimientos presentados a un caso real.
- Invitar a los estudiantes a introducirse en actividades de investigación aplicada.
- Aplicar los conceptos de variable estadística, diseño de muestreo, relevamiento de datos, base de datos y los contenidos presentados en la unidad de estadística descriptiva desde la perspectiva de la Administración y el Marketing.
- Discutir el proceso de puesta en marcha del trabajo de campo y practicar el uso de un software estadístico.
- Redactar un informe final que sea fuente de información útil para el Proyecto de Investigación en curso, *“ACTORES Y FACTORES DEL MICROENTORNO DE LA DELEGACIÓN ESQUEL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO”*.

2- Palabras clave:

Estadística descriptiva, marketing, estudios de opinión, posicionamiento.

3- Propósito del Estudio

Se define como objeto de estudio a los estudiantes de nivel medio próximos a graduarse (promoción 2016) en la localidad de Esquel y Trevelin. El objetivo final del trabajo consiste en poder obtener información acerca del proceso de decisión de los futuros graduados para la iniciación (o no) de estudios superiores, la elección de la institución en la que los realizarán y la carrera que elegirán, como así también los factores que influyen en el proceso decisorio relacionado con su formación superior.

También es el deseo conocer la percepción de los potenciales ingresantes acerca de

la utilidad de la realización de estudios superiores y su visión acerca de nuestra institución y facultad.

El resultado de este estudio será utilizado como insumo en un proyecto de investigación en marcha que tiene por objetivo proveer información importante para la determinación de políticas de gestión institucional, una vez que el mismo haya concluido.

4- Justificación y Marco Teórico:

Motivaciones relacionadas con la importancia del tema para la disciplina:

La participación de los estudiantes a lo largo de las etapas de un estudio de muestreo, permite la visualización de un caso de aplicación de los contenidos que se van presentando a lo largo del curso. En el caso de las actividades a realizar, permite también conocer en forma aplicada algunas de las herramientas estadísticas que el marketing y la administración proponen para el estudio de fenómenos de mercado.

Motivaciones en relación con las inquietudes de la cátedra:

Desde la cátedra, se considera que la posibilidad de realizar un trabajo aplicado a un caso real tiene la capacidad de fomentar la fijación de los contenidos y la comprensión de la materia en su conjunto, engranando los contenidos de las distintas unidades en un trabajo concreto y completo y evitando la acumulación de conocimientos estancos de acuerdo con las unidades vistas a lo largo del cuatrimestre. Además, permite relacionar e integrar los conocimientos adquiridos en otras asignaturas de las ciencias económicas.

Motivaciones en la formación actitudinal de los estudiantes:

Se espera que esta actividad fomente el interés y la curiosidad de los estudiantes en las actividades de investigación y de la estadística aplicada, como así también en la interpretación de los contenidos de la asignatura. En el caso de Estadística, se ha observado en otros cuatrimestres la escasa motivación de los alumnos frente a la presentación de algunos temas del curso, sobre todo en aquellos en los que hay demostraciones matemáticas. Si estas actividades son vistas desde el punto de vista de las ciencias aplicadas, se espera lograr un mayor involucramiento y compromiso por parte de los alumnos.

Conformación del equipo de trabajo:

El equipo de trabajo que conforma el presente proyecto lo constituyen los docentes de la cátedra de estadística, uno de ellos miembro de la unidad ejecutora del proyecto de investigación al que se proveerá la información. Con relación al proyecto existe un antecedente de Investigación del microentorno de la Facultad, para el ámbito

geográfico del Valle Inferior del Río Chubut y Puerto Madryn; en este caso, la información que se recopilará será muy similar a las actividades de indagación en el microentorno realizadas previamente.

Marco teórico:

En el ámbito comercial, se define Entorno como el lugar donde la organización debe efectuar la búsqueda de sus oportunidades y de posibles riesgos. En este medio existen actores y factores que son quienes ejercen una influencia inmediata sobre la organización afectando su capacidad de satisfacer las necesidades de sus clientes internos y externos.

Estos elementos constituyen el objeto de estudio de la investigación y conforman lo que se denomina Microentorno.

Los estudiantes de nivel medio próximos a graduarse constituyen uno de los múltiples actores sociales que influyen en la determinación de los acontecimientos que pueden afectar al desarrollo organizacional de nuestra Facultad y es por ello que son indagados con el fin de conocer su percepción de la institución y su proceso decisorio a la hora de definir sus estudios superiores.

Las herramientas estadísticas mediante las cuales se realizará el estudio son las que proponen la administración y el marketing.

La Administración, como disciplina científica constituye un sistema de conocimientos, metódicamente fundamentado, que trata de investigar, explicar, comprender y predecir, el por qué de su objeto de estudio: las organizaciones. Sistemáticamente trata de entender razones y modos de construcción y evolución de unidades o grupos humanos especiales con personas que trabajan juntas en un marco de relaciones o estructuras formales e informales, cumpliendo diversas funciones, ocupando distintos puestos y llevando a cabo actividades y tareas para cumplir fines, alcanzar objetivos y hacer tales unidades más útiles a la sociedad.

Por su parte el Marketing es considerado una postura mental, una actitud, una forma de concebir la relación de intercambio por parte de las organizaciones que ofrecen sus productos a un mercado. Esta concepción parte de un análisis de necesidades del consumidor y tiene como fin su satisfacción del modo más beneficioso para las partes involucradas. Se la define como una disciplina académica y profesional, objeto de estudio e investigación en la universidad y de aplicación en la empresa y en otras instituciones que sirven a un mercado, en particular, y a la sociedad, en general.

Las estrategias de marketing apuntan a identificar y evaluar oportunidades, analizar segmentos del mercado y seleccionar mercados meta, planear y ejecutar estrategias que apunten a satisfacer los objetivos de los clientes y de la organización involucrada

y finalmente, el análisis de los rendimientos de las estrategias diseñadas (Zikmund, W. 1998).

Ambas se sirven, para su investigación y desarrollo, de herramientas matemáticas y estadísticas. Mediante un estudio descriptivo es posible caracterizar los deseos y procesos de decisión de compra, entre otros, de los potenciales consumidores de un producto. La encuesta es el método más común para obtener datos primarios que sean representativos. Mediante un proceso adecuado de muestreo se logra que estos sean representativos y se puedan inferir las características de la población en su conjunto.

5- Ubicación del estudio:

El estudio se llevará a cabo en las ciudades de Esquel y Trevelin. Recopilaciones realizadas por el equipo investigador dan cuenta de que existen 11 establecimientos de nivel secundario en Esquel y 4 en Trevelin, con un total de 32 divisiones para el último curso y un número total aproximado de 700 alumnos.

6- Metodología:

La cátedra participará en las actividades de diseño de muestreo, trabajo de campo, relevamiento de los datos, diseño y cargado de la base de datos y redacción del informe final. Estas actividades serán realizadas por los alumnos durante el transcurso de la cursada, bajo la dirección de los docentes.

Se utilizará una encuesta previamente trabajada por el equipo investigador a la que la cátedra realizará algunos aportes para optimizar el relevamiento de datos. Las actividades de diseño de muestreo se realizarán mediante la aplicación de técnicas de muestreo probabilístico bajo la metodología de muestreo por conglomerados (Zikmund W., 1998).

Se presentará a los alumnos la metodología utilizada para la realización de este diseño de muestreo y se los formará para realizar las actividades de relevamiento de datos y diseño y carga de la base de datos que formará parte de la fuente de información que luego será procesada. Se realizará un análisis estadístico de las variables encuestadas procesando los datos utilizando un software estadístico de uso gratuito.

Los docentes participaremos en la coordinación del trabajo de campo y el control de calidad de este relevamiento y la carga de datos realizada por los alumnos.

Se espera poder obtener un informe con un diagnóstico preliminar que describa si los estudiantes secundarios conocen los diferentes establecimientos educativos de enseñanza superior; si conocen particularmente la Universidad y la Facultad de Ciencias Económicas; si tienen decidido estudiar y adonde y algunos factores que influyen en la toma de decisiones para el futuro.

7- Cronograma

[illegible]

8- Presupuesto

Item	Financiación	Importe
Fotocopia de los cuestionarios	Proyecto de investigación de ciencia y técnica	\$ 2.500

9- Resultados, conclusiones y repercusiones esperados.

El resultado esperado es un informe con los resultados obtenidos a partir del estudio realizado, que resulte como insumo para el Proyecto de Investigación de Ciencia y Técnica.

De lograr un buen desempeño en estas actividades, se espera poder participar con el trabajo, en las Jornadas de presentación de trabajos de investigación de cátedra, previstas para la sede de Trelew.