



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

TESIS

“Análisis de preferencias de factores de la demanda de la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos, 2018”

Autores:

Layango Tuesta, Paula Cristina.

Pérez Reátegui, Tania Beatriz.

Asesor:

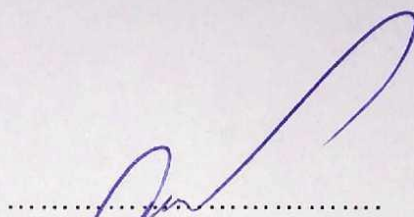
C.P.C. Jorge Alberto Pérez Reátegui, Mgr.

**Para optar el título profesional
de Licenciada en Administración**

**Iquitos – Perú
2018**

APROBACIÓN

Tesis sustentada en acto público el día 17 de setiembre del 2018



Presidente del Jurado

Lic. RR.II. Salvador Calderón Ferreira Mgr.



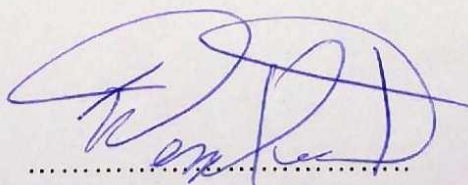
Miembro del Jurado

Lic. Est. Gilberto Fernández Arica Mgr.



Miembro del Jurado

Lic. Adm. Dionicio Aguilar Ramírez Mgr.



Asesor

CPC. Jorge Alberto Pérez Reátegui Mgr.



FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO: Administración de Empresas

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Con Resolución Decanal N° 374-2018-UCP-FAC.NEGOCIOS del 17 de setiembre de 2018, la FACULTAD DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación de Tesis a los señores:

- | | |
|--|-------------------|
| • Lic. RR.II. Salvador Calderón Ferreira Mgr. | Presidente |
| • Lic. Est. Gilberto Fernández Arica Mgr | Miembro |
| • Lic. Adm. Dionicio Aguilar Ramírez Mgr. | Miembro |

En la ciudad de Iquitos, siendo las 11.00 horas del día 04 de 10 del 2018 en las instalaciones de la UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa de la Tesis: "**ANÁLISIS DE PREFERENCIAS DE FACTORES DE LA DEMANDA DE LA CARRERA PROFESIONAL DE ECONOMÍA, CIUDAD DE IQUITOS**".

Presentado por la sustentante:

PAULA CRISTINA LAYANGO TUESTA
TANIA BEATRIZ PEREZ REATEGUI

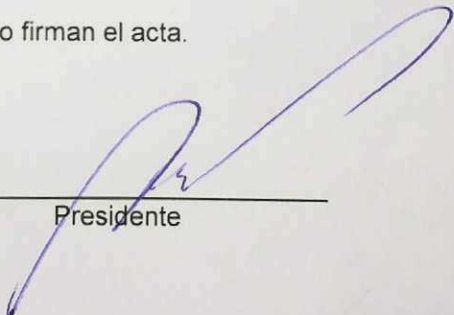
Como requisito para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas.

Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntadas las que fueron: ABSOLUTAS SATISFACTORIAMENTE

El jurado después de la deliberación en privado llego a la siguiente conclusión:
La sustentación es:

APROBADAS POR UNANIMIDAD

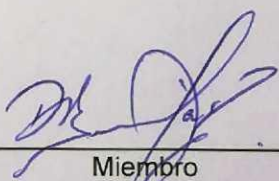
En fe de lo cual los miembros del jurado firman el acta.



Presidente



Miembro



Miembro

CALIFICACIÓN:	Aprobado (a) Excelencia	: 19-20
	Aprobado (a) Unanimidad	: 16-18
	Aprobado (a) Mayoría	: 13-15
	Desaprobado (a)	: 00-12

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicado en agradecimiento a mis padres, quienes me han apoyado en todos mis logros, sus ayuda ha sido fundamental para lograr mis objetivos, muchas gracias por todos sus esfuerzos, dedicación y amor invaluable.

Tania B. Pérez Reátegui

Dedico esta tesis a Dios, por haberme dado la vida y salud para lograr mis objetivos, a mis padres por brindarme su apoyo incondicional y creer en mí, y a mi pareja Irvin que me ha apoyado para continuar y no renunciar a lo que me propongo, y a mi hija porque ella es mi motor y motivo para lograr mis objetivos.

Paula C. Layango Tuesta.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
DEDICATORIA.....	ii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	iii
ÍNDICE DE CUADROS.....	v
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
RESUMEN.....	01
ABSTRACT.....	02
CAPITULO I: PLAN DE INVESTIGACIÓN	
1.1 El problema.....	03
1.1.1 Planteamiento del problema.....	03
1.1.2 Formulación del problema.....	07
1.2. Objetivos.....	07
1.2.1 Objetivo general.....	07
1.2.2 Objetivos específicos.....	07
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL	
2.1 Antecedentes del estudio.....	08
2.2 Bases teóricas.....	12
2.2.1 La educación superior como actividad económica.....	12
2.2.2 La demanda del servicio educativo.....	15
2.3 Marco conceptual.....	20
CAPÍTULO III: MÉTODO	
3.1 Hipótesis.....	21
3.1.1 Hipótesis general.....	21
3.1.2 Hipótesis específicas.....	21
CAPÍTULO IV:	
3.2 Variables, indicadores e índices.....	22
3.3 Tipo de investigación.....	22
3.4 Diseño de estudio.....	22
3.5 Población y muestra.....	23
3.6 Métodos de investigación y técnicas e instrumentos de recolección	

de datos.....	24
3.7 Método de Análisis de Datos.....	25
3.8 Ética.....	25
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	
4.1 Análisis univariable.....	26
4.1.1 Descripción del factor enseñanza – aprendizaje.....	26
4.1.2 Descripción del factor calidad de los docentes.....	30
4.1.3 Descripción del factor competencias de integración al mercado.....	34
4.2 Discusión de resultados.....	39
4.2.1 Consistencia de los resultados.....	39
4.3 Prueba de hipótesis.....	42
4.3.1 Primera prueba de hipótesis.....	43
4.3.2 Segunda prueba de hipótesis.....	45
4.3.3 Tercera prueba de hipótesis.....	47
CONCLUSIONES.....	49
RECOMENDACIONES.....	51
Capítulo I REFERENCIAS	
BIBLIOGRÁFICAS.....	52
ANEXOS	
1. Anexo 01. Cuestionario para profesionales en economía.....	55
2. Anexo 02. Fotografías de la aplicaciones de cuestionario.....	56
3. Anexo 03. Matriz de estudio.....	57
4. Anexo 04. Informe de opinión de experto del instrumento de recolección de datos.....	58

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro 1. Cantidad de estudiantes actuales de la carrera de economía, UNAP.....	06
Cuadro 2. Estudiantes graduados con bachiller de la carrera de economía, UNAP.....	06
Cuadro 3. Modelo de calidad para la acreditación universitaria.....	18
Cuadro 4. Variables, Indicadores e índices del tema de estudio.....	22
Cuadro 5. Tamaño de la población de estudio en la carrera de economía. UNAP-Iquitos.....	23
Cuadro 6. Prueba de validez del instrumento de recolección de datos.....	24

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Perú, carreras profesionales con mayor cantidad de alumnos matriculados, 2010.....	05

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Percepción de horario de clases, estudiantes de la carrera de economía, 2018.....	26
Tabla 2. Percepción de diseño de aula, estudiantes de la carrera de economía, 2018.....	27
Tabla 3. Percepción de tecnología de enseñanza en el aula, estudiantes de la carrera de economía, 2018.....	28
Tabla 4. Percepción de proyección social, estudiantes de la carrera de economía, 2018.....	28
Tabla 5. Percepción de trabajos de investigación, estudiantes de la carrera de economía, 2018.....	29
Tabla 6. Percepción de los métodos de enseñanza, estudiantes de la carrera de economía, 2018.....	30
Tabla 7. Percepción de los temas de enseñanza, estudiantes de la carrera de economía, 2018.....	31
Tabla 8. Percepción de la función de consejería, estudiantes de la carrera de economía, 2018.....	32
Tabla 9. Percepción de la función de consejería, estudiantes de la carrera de economía, 2018.....	33
Tabla 10. Percepción de la producción bibliográfica, estudiantes de la carrera de economía, 2018.....	33
Tabla 11. Percepción de la demanda ocupacional, estudiantes de la carrera de economía, 2018.....	34
Tabla 12. Percepción de la demanda social, estudiantes de la carrera de economía, 2018.....	35
Tabla 13. Percepción de la oferta competitiva, estudiantes de la carrera de economía, 2018.....	36
Tabla 14. Percepción de las habilidades para el desarrollo profesional, estudiantes de la carrera de economía, 2018.....	36
Tabla 15. Percepción del trabajo en equipo, estudiantes de la carrera de economía, 2018.....	37
Tabla 16. Percepción del encuentro entre facultad y empresas, estudiantes de la carrera de economía, 2018.....	38
Tabla 17. Medidas estadísticas de las enseñanza – aprendizaje, 2018.....	39
Tabla 18. Medidas estadísticas de calidad de docentes, 2018.....	40

Tabla 19. Medidas estadísticas de competencias para integración al mercado, 2018.....	41
Tabla 20. Primera prueba de hipótesis.....	43
Tabla 21. Segunda prueba de hipótesis.....	45
Tabla 22. Tercera prueba de hipótesis.....	47

RESUMEN

Análisis de preferencias de factores de la demanda de la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos, 2018.

Paula Cristina Layango Tuesta y Tania Beatriz Pérez Reátegui.

La presente investigación tiene como problema general: ¿cuál es el nivel de calificación de los factores de la demanda de la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos, 2018? Los objetivos específicos: a) conocer la percepción de los estudiantes de la enseñanza - aprendizaje en la carrera profesional de economía de las universidades, ciudad de Iquitos, 2018; b) conocer la percepción de los estudiantes de la calidad de docentes de la carrera profesional de economía en las universidades, ciudad de Iquitos, 2018?; c) conocer la percepción de los estudiantes de las competencias de integración al mercado que brinda la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos, 2018.

La metodología se basó en todos los estudiantes matriculados en el año 2016 de la carrera de economía de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana. La muestra comprendió 182 estudiantes, seleccionados mediante el muestreo probabilístico simple.

Los resultados de la investigación señalan que existe regular percepción de la enseñanza – aprendizaje brindado la universidad donde cursan sus estudios los alumnos de la carrera de economía; en el factor calidad de docentes, los estudiantes expresan que es algo útil lo que le brindan sus docentes dentro de las aulas en la universidad; y por ultimo manifiestan que en las competencias de integración al mercado, que algunas veces se hizo los pertinentes estudios.

Palabras claves: estudio de la demanda, carrera profesional de economía, análisis de preferencias.

ABSTRACT

Analysis of preferences of factors of the demand of the professional career of economy, city of Iquitos, 2018.

Paula Cristina Layango Tuesta y Tania Beatriz Pérez Reátegui.

The present investigation has as a general problem: What is the level of qualification of the factors of the demand of the professional career of economy, city of Iquitos, 2018? The specific objectives: a) to know the perception of the students of the teaching - learning in the professional career of economy of the universities, city of Iquitos, 2018; b) to know the perception of the students of the quality of professors of the professional career of economics in the universities, city of Iquitos, 2018?; c) to know the perception of the students of the competences of integration to the market that the professional career of economy offers, city of Iquitos, 2018.

The methodology was based on all the students enrolled in the year 2016 of the economics degree at the National University of the Peruvian Amazon. The sample comprised 182 students, selected through simple probabilistic sampling.

The results of the research indicate that there is a regular perception of the teaching - learning provided by the university where the students of the economics course are studying; in the teacher quality factor, students express that what their teachers give them in their classrooms at university is useful; and finally, they state that in the competences of market integration, which were sometimes made relevant studies.

Keywords: demand study, economics professional career, preference analysis.

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 El problema.

1.1.1 Planteamiento del problema.

En los mercados se realizan transacciones de diversos tipos de productos, siendo uno de ellos la educación.

Kotler (2000, pág. 3) señala que se ofrecen productos al mercado en diferentes formas: bienes, servicios, experiencias, acontecimientos, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas.

Aquí se observa el primer problema de estudio, entender que la educación es un producto y que tiene su oferta y demanda, y por lo tanto se definen sus estrategias de mercadotecnia para competir en los mercados. Las universidades, como cualquier empresa requieren diseñar estas estrategias para lograr ser competitivas.

La educación en el país está constituida por dos etapas: básica y superior. La primera, la básica, se organiza en educación básica regular, educación básica alternativa y educación básica especial. La segunda, la superior, es la etapa que consolida la formación integral de las personas, produce conocimiento, desarrolla la investigación e innovación y forma profesionales en el más alto nivel de especialización y perfeccionamiento en todos los campos del saber, el arte, la cultura, la ciencia y la tecnología (art. 29, Ley 28044, **Ley General de Educación**).

Interesa para la presente investigación estudiar la educación superior.

La educación superior se ha convertido en un producto que se genera de diferentes formas y se ofrece en mercados altamente competitivos.

Referente a las formas de generar el producto, hay muchas maneras de hacerlo, puede ser con tecnología propia o tomando servicios de terceros en una o varias etapas de la cadena de valor.

En el mundo, las empresas están trabajando con mucha fuerza utilizando la tecnología de terceros.

Recientemente, la innovación ha permitido crear un nuevo tipo de empresa denominado compañía de servicios para productores a quienes ofrece conocimiento especializado, información y datos como apoyo (**Banco Mundial**, 2003, pág. 59).

Algo similar sucede con la educación superior, también denominada terciaria, hay empresas especializadas que ofrecen a las instituciones de educación superior servicios de mejora de las condiciones básicas de funcionamiento o de acreditación de sus procesos de gestión académica.

Este es un ejemplo de tercerización de una actividad en la cadena de valor del mercado de la educación superior. También hay otras actividades como la cobranza, que antes se hacía en las cajas de la propia universidad y hoy se realiza en las cajas de los bancos o por medio virtual.

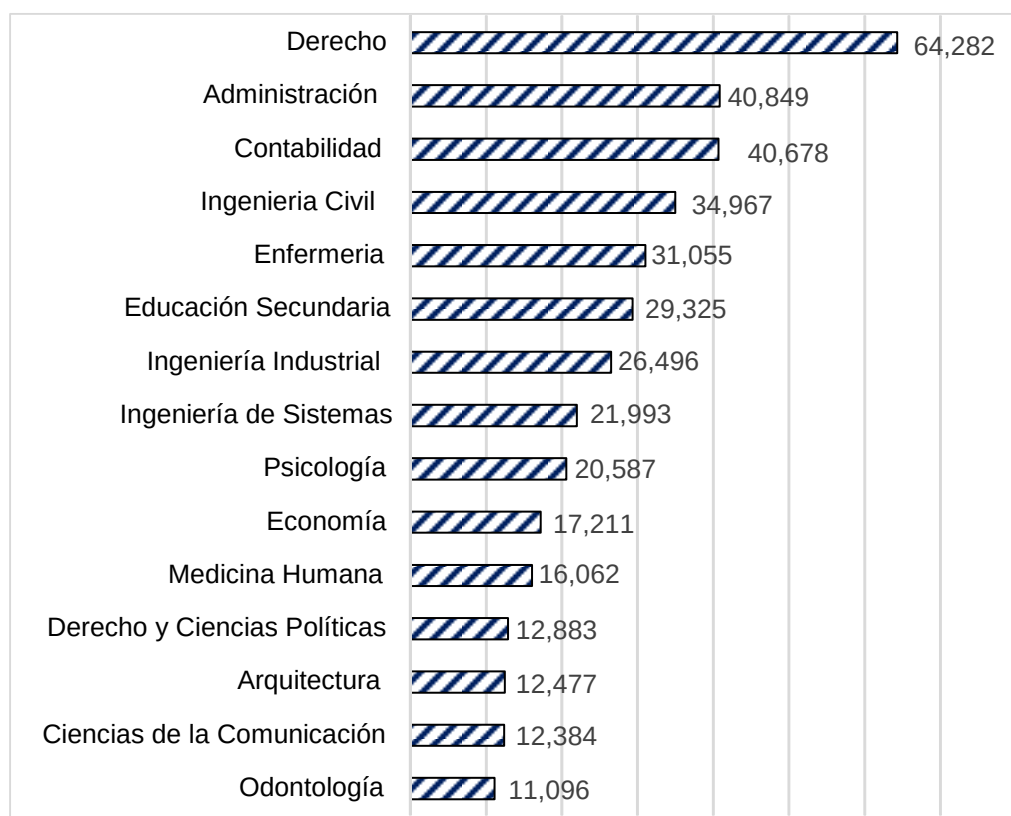
En esta interacción, los clientes utilizan diversas tecnologías. Desde hace algunos años, las tecnologías de información y comunicación están impactando en los consumidores y esto ha hecho que los servicios sean cada vez más heterogéneos: están mejor formados e informados y son mucho más escépticos que en el pasado. Este tema presiona para que las instituciones de enseñanza universitaria satisfagan sus expectativas, mejoren su gestión, diseñen sus procesos y nuevos productos educativos.

Las instituciones superiores están formadas por universidades, institutos tecnológicos y otros. Referente a las universidades, ellas forman profesionales a través de una oferta de carreras profesionales, maestrías y doctorados (**Capítulo V, Ley 30220, Nueva Ley Universitaria**)

Entre las carreras profesionales ofrecidas se tiene la carrera de economía. Esta carrera profesional, observada en forma genérica, es una de las más importantes del país visto en cantidad de alumnos.

En la figura siguiente se observa que esta carrera profesional tiene la décima población de alumnos matriculados en el conjunto total del país, al 2010 eran 17,211 estudiantes. Ellas se ofrecen en casi todas la universidades del país.

Figura 1. Perú, carreras profesionales con mayor cantidad de alumnos matriculados, 2010.



Fuente: Datos estadísticos universitarios, Asamblea Nacional de Rectores. 2011.

La demanda creciente en la carrera de economía es notable, cada vez son más el número de estudiantes que optan por elegir esta carrera, por tener una buena demanda laboral. Ello ocurre porque economía es la carrera que atiende los requerimientos de todos los sectores económicos (minería, servicios, portuario, financiero, gobierno, etc.). También, puede desempeñarse en diferentes áreas funcionales de cada empresa. Un profesional en economía puede desenvolverse en las áreas de finanzas públicas y privadas, costos empresariales, macroeconomía del gobierno, inversiones públicas, etc.

Con el transcurrir de los últimos años la demanda de la carrera profesional de economía se ha mantenido en el tiempo, se puede notar en el número de estudiantes matriculados en la universidad local de la cual se ha tomado los siguientes datos.

Cuadro 1. Cantidad de estudiantes actuales de la carrera de economía, UNAP.
Varios años.

Carrera	Sede	Semestre 2014 - I	Semestre 2014 – II	Semestre 2015 - II	Semestre 2016 - II
Economía	Iquitos	348	322	346	345

Fuente: Base de datos estadísticos, Universidad Nacional de la Amazonia Peruana (UNAP).

Otro de los indicadores de una carrera profesional son los estudiantes que han obtenido el grado de bachiller de esta carrera. En el caso de la UNAP, se observa que se mantiene la cantidad que esperan cada semestre.

Cuadro 2. Estudiantes graduados con bachiller de la carrera de economía,

Carrera	Sede	Semestre 2014 - II	Semestre 2015 – II	Semestre 2016 - II
Economía	Iquitos	34	32	34

UNAP. Varios años.

Fuente: Datos anuales, Oficina de Estadística, UNAP.

Las empresas que disfrutan de un éxito duradero tienen valores esenciales que permanecen invariables, objetivos, estrategias que sus estrategias y prácticas empresariales que se adapta incesantemente a un mundo cambiante.

Se necesitan estudiar cuáles son los valores con las que están egresando sus bachilleres y profesionales de la universidad, sus percepciones de las condiciones básicas de calidad que les han brindado.

Toda esta información será útil para realizare estrategias en la oferta académica y en los servicios administrativos.

Las personas son las únicas que pueden generar resultados a través de la toma de decisiones, ya sea en diseño de estrategias, en la creación de nuevos procesos, identificar nuevos clientes, etc.

1.1.2 Formulación del problema.

El problema descrito se resume en la siguiente interrogante general:

¿Cuál es el nivel de calificación de los factores de la demanda de la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos, 2018?

Las interrogantes específicas son las siguientes:

¿Qué percepción tienen los estudiantes de la enseñanza - aprendizaje en la carrera profesional de economía de las universidades, ciudad de Iquitos, 2018?

¿Qué percepción tienen los estudiantes de la calidad de los docentes de la carrera profesional de economía de las universidades, ciudad de Iquitos, 2018?

¿Cuál es la percepción que tienen los estudiantes de las competencias de integración al mercado que brinda la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos, 2018?

1.2 Objetivos.

1.2.1 Objetivo general.

Realizar un estudio de la calificación de los factores de la demanda de la carrera profesional de economía, ciudad Iquitos, 2018.

1.2.2 Objetivos específicos.

- a) Conocer la percepción que tienen los estudiantes de la enseñanza - aprendizaje en la carrera profesional de economía de las universidades, ciudad de Iquitos, 2018.
- b) Conocer la percepción que tienen los estudiantes de la calidad de los docentes de la carrera profesional de economía en las universidades, ciudad de Iquitos, 2018?
- c) Conocer la percepción que tienen los estudiantes de las competencias de integración al mercado que brinda la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos, 2018?

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes del estudio.

López Espinal (2016), en su tesis *Estudio de demanda de la carrera de administración de empresas de la Pucese en colegios del Cantón Esmeraldas*, tiene como objetivo general estudiar las preferencias que tienen los estudiantes sobre una determinada carrera profesional.

Su muestra poblacional fue de 401 estudiantes de tercer año de bachillerato de los distintos establecimientos educativos secundarios seleccionados en el ámbito geográfico.

Concluye, que se ha determinado que los estudiantes de tercer año de bachiller en los diferentes establecimiento de educación del área señalada, a través de la investigación de mercado se obtuvo que el 40% de la población estudiantil prefirió la carrera de Administración de Empresas, ya que los alumnos encuestados fueron de especialidades técnicas y reciben materia con referencia a administrativas y contables.

También concluye, que las causas principales en la elección de la carrera que son prestigio de la universidad, la vocación, las fuentes de trabajos, la calidad de la educación; pero, también se obtuvo razones por los que los alumnos se retiran de la carrera y de la universidad las cuales son por recomendación de los padres, escasa economía familiar.

Finalmente concluye, que de acuerdo con los resultados ya obtenidos en el estudio de mercado se aplicó a la realización de estrategias que permitirá que los alumnos nuevos conozcan los beneficios que brinda la universidad que todos tiene la misma oportunidad de estudiar en una prestigiosa institución de nivel superior.

Pombo Buendía (2013), en su tesis *Factores que determinan la probabilidad de emplearse de los egresados de los programas de economía del área metropolitana de Cali para el 2009*, tiene como objetivo realizar la caracterización e identificación de los factores determinantes de la demanda

laboral referente a los egresados del programa de economía de las universidades de la ciudad señalada.

Su muestra poblacional de estudio fueron 311 jefes de recursos humanos de diferentes empresas, todas ubicadas en la ciudad, y se desempeñan en diferentes sectores económicos, como la construcción, comercio, educación, sector financiero, transporte, inmobiliarias, etc.

Concluye, que las empresas consideran muy importante la experiencia laboral, los estudios de postgrado, y profesionales preferiblemente que sean de la región. De igual forma, entre las habilidades más influyentes se encuentran la competencia profesional, trabajo en equipo, liderazgo, la toma de decisiones, innovación, capacidad de análisis, manejo de la información y conocimientos técnicos. Estas últimas fueron tenidas en cuenta para la estimación del modelo.

Finalmente concluye, que el título obtenido por el estudiante es un factor que tiene muy en cuenta las empresas. En este caso, la carrera Administración de Empresas e Ingeniería Industrial son las más solicitadas; teniendo en cuenta, que estas empresas son del sector manufacturero, comercio, transporte y construcción. Estos son sectores donde la preferencia hacia estas carreras son mayores, debido a la gran capacidad de resolver problemas dentro de una organización.

Erazo (2016), en su tesis *Estudio de las competencias emprendedoras en incorporados de la carrera de economía de la Universidad Técnica de Machala período 2009-2014*, se plantea como objetivo conocer los emprendimientos que han ejecutado los incorporados de los años antes indicados de la carrera de economía de la universidad señalada.

Su población fue de 77 personas y su muestra fue de 29 personas, lo que representa un 37.66% del total poblacional.

Concluye, que la constancia en capacitarse conlleva a especializarse y actualizar conocimientos, y a su vez estas capacidades se las puede llevar al emprendimiento, además, demuestra la responsabilidad para responder a las expectativas del puesto de trabajo. Señaló un 68.97% se capacitaron para poder

cumplir con las expectativas de su trabajo. Sin embargo, estas capacitaciones no demuestran tener una relación directa frente al emprendimiento.

También concluye, que al analizar el desempleo frente al emprendimiento no se encontró una relación que indique que equis tiempo de desempleo impulse a emprender, ya que las 7 personas desempleadas tienen un promedio de 10 meses en dicha situación y no manifiestan interés para realizar algún emprendimiento, incluso, 5 de ellos este año no han realizado ninguna capacitación, es decir, al menos no intentan mejorar sus habilidades que los inciten a emprender, o actualizar conocimientos para encontrar empleo.

Finalmente concluye, qué el mundo necesita de personas que tengan porcentajes altos de conocimientos en diferentes áreas, y no solo saber de su especialidad. Por ejemplo, el “inglés de negocio” resulta esencial para poder hablar con propiedad con personas extranjeras o en el extranjero, porque un profesional que hable de su especialidad sin los términos acorde a su rama, evidencia que es un profesional mal preparado. Para potenciar el conocimiento de los futuros economistas, es importante profundizar el estudio de ciertos temas económicos, como por ejemplo, hablar de “economía mundial” como asignatura y no como tarea ocasional, ya que resulta importante analizarla con más detalle para conocer las diferentes políticas que cada país implementa, e incluso estudiar como nuestro país reacciona a las mismas.

Montesano y Zambrano (2013), en su tesis *Factores que influyen en la elección de una carrera universitaria en la Universidad Católica Andrés Bello*, se plantean como objetivo analizar los factores que influyen en la elección de la carrera de economía de esta universidad.

Su muestra de estudio estuvo conformada por un total de 240 estudiantes de segundo año de economía de la universidad señalada.

Concluyen que, los resultados reflejan en el proceso de toma de decisiones de estudiar en una particular universidad, participan cuatro (4) variables significativas:

- La percepción de obtener un ingreso futuro mayor al culminar sus estudios universitarios en comparación a otra universidad.

- La percepción de encontrar un trabajo con mayor rapidez que si hubiese estudiado en otro instituto al momento de culminar sus estudios.
- La percepción de prestigio académico que posea el estudiante acerca de la universidad.
- La cercanía que posea el instituto universitario a su lugar de residencia.

Finalmente concluyen, que la variable de percepción de prestigio fue la que obtuvo un mayor nivel de significancia al momento de elegir la universidad. Los alumnos no consideraron como el factor más influyente el prestigio de la institución, sino que le dieron mayor nivel de importancia a la cercanía que poseían estas universidades con respecto a su lugar de residencia.

Mercado y Mamani (2014), en su tesis *La familia y la elección de carrera profesional en estudiantes de primer a quinto año de la carrera de turismo de la universidad mayor de San Andrés 2014*, se plantean como objetivo determinar en qué medida influyó la familia en la elección de carrera profesional en estudiantes de primer a quinto año de la carrera señalada.

Su muestra de estudio estuvo conformada por estudiantes activos inscritos que se encuentran cursando la carrera de turismo de esta universidad de 746 estudiantes, quienes conforman la población de estudio.

Respecto al texto curricular, concluyen que la influencia de la familia existe, ya que la mayoría de los estudiantes (81.54%) se manifestaron por medio de los diferentes factores y que ésta tuvo un grado de influencia en su elección, tan solo un porcentaje mínimo (18.46%) no percibió la influencia por parte de su familia.

Además, concluyen que, efectivamente los jóvenes aseveraron que la profesión del padre, la presión a continuar con estudios superiores, la comparación de sus padres con ellos, el reconocimiento profesional y social, las sugerencias de una universidad y una carrera que no requiera un gasto elevado para la familia y considerar una “carrera fácil” fueron las condiciones en que sus padres se valieron para influir en ellos. Estas influencias fueron moderadamente determinantes, ya que los estudiantes respondieron a las demandas de sus padres mediante la aceptación de dichas proposiciones dadas en su momento

para poder elegir o seleccionar la carrera profesional. Pocos fueron los estudiantes que manifestaron que sus padres ejercieron presión y los condicionaron en la toma de decisiones de la elección de carrera.

2.2 Bases teóricas.

Para la presente investigación se requirió del soporte de varias teorías sobre las cuales se sustenta la formulación de estrategias en términos sobre el sector de educación superior y teorías sobre la demanda del servicio educativo.

2.2.1. La educación superior como actividad económica

En el mundo globalizado las organizaciones compiten para tener mayor participación de mercado y uno de estos mercados es la educación superior.

López Segre (2008,pag. 267) señala que las universidades enfrentan una de las épocas más interesantes, inciertas y complejas, pues la globalización implica la posibilidad de aprovechar oportunidades importantes, pero también desafíos y problemas serios con relación al futuro, al cuestionarse el ideal de lo público y del bien común. Los valores tradicionales de la universidad siguen siendo válidos (la autonomía, la libertad de cátedra, la investigación, el trabajo de los estudiantes, la evaluación), pero son valores amenazados en el contexto de la globalización.

La educación superior es una necesidad que sienten la mayor parte de las personas, expresadas en deseos de tener mejores ingresos, una calidad de vida buena y un buen desempeño como ciudadano.

Pantoja Pantoja (2010, pág. 53) explica que la educación desde otro punto de vista, y señala que es una inversión duradera que se deprecia lentamente si no se ejercita constantemente; por tanto, su rentabilidad es de por vida. En economía aplicada es inquietante medir el impacto real de un año más de escolaridad y comprobar cuánto beneficia al individuo, cuánto a la sociedad y hasta dónde son medibles sus “frutos” directos e indirectos. La conducta de un individuo probablemente está determinada por su ingreso, al igual que la sociedad, por la tasa de crecimiento económico; consecuencia simple para preguntarse: ¿la educación conduce a una tasa de crecimiento económico alta? Muchos estudios

coinciden en afirmarlo. La educación mejora la productividad y por ende los salarios. En este punto es deseable alejarse del debate de causalidad, el huevo o la gallina es un tema de nunca acabar.

Como todo producto es necesario medir la calidad con que se viene ofreciendo para satisfacer la necesidad de los clientes, algo similar ocurre con la educación como producto.

Para **MUNGARAY** (2001, pág. 62), la calidad se observa como un proceso:

[...] La calidad como meta de la educación superior debe ser un proceso incluyente y, por tanto, innovador. Si la calidad se sustenta en la enseñanza altamente escolarizada, entonces lograrlo depende de grandes montos de financiamiento. El espacio para la innovación se encuentra en la gestión y acuerdo de pocos, y sus resultados sólo se observan sobre pequeños segmentos del mercado laboral. Si por el contrario, la calidad se sustenta en el aprendizaje, entonces lograrla estará en función de la pertinencia con que se organice dicho aprendizaje y la participación involucrada de todos los cuerpos académicos para atender más segmentos del mercado laboral. La orientación hacia la enseñanza dirige la actividad académica y universitaria hacia el interior de sí misma a partir de privilegiar una docencia en claustros. La orientación por el aprendizaje propone que la actividad académica y universitaria se vincule con su entorno, a través de una docencia que articule con creatividad los claustros y los espacios profesionales sobre la base de la investigación y la extensión[...]

Las empresas e instituciones públicas demandan capacidades de los profesionales que salen de las universidades para que puedan realizar con eficacia las actividades operativas, comerciales, financieras y humanas.

OCDE y el Banco Internacional para la Reconstrucción y el Desarrollo/El Banco Mundial (2007, pág. 74-75) señalan la importancia de la educación básica terciaria para el desarrollo de capacidades.

El énfasis reciente puesto en las políticas de desarrollo sobre la educación básica ha llevado algunas veces a descuidar la importancia de la educación terciaria para el desarrollo de capacidades. El desarrollo de éstas es el proceso por el cual las personas, las organizaciones y la sociedad como un todo, crean, adaptan y mantienen la capacidad a lo largo del tiempo, es decir, la habilidad de administrar sus asuntos de un modo exitoso. Entre otros aspectos, el desarrollo de la capacidad depende de la adquisición de habilidades superiores y del monitoreo del propio progreso. La educación terciaria contribuye al desarrollo de capacidades, al entrenar a la fuerza laboral de un país en todos los campos relevantes para su desarrollo, incluida la educación, al mismo tiempo que permite a los estadistas y analistas políticos tanto medir como monitorear el progreso alcanzado (o no). (p. 74 - 75).

Como se señaló anteriormente, la educación también contribuye al comportamiento de la persona como ciudadano, además de sus aspectos generadores de riqueza personal.

La **UNESCO** (2008), en un documento de orientación sobre la educación superior, señala el papel que juegan las instituciones de educación superior en la conformación de nuevas expresiones de sociedad, de cultura, de relaciones sociales, de economía, de globalidad, de movimientos y cambios locales intensos, de regionalización y de conformación de bloques subregionales o regionales diversos y contrastantes.

En este sentido, esta institución identifica tendencias, como son las siguientes:

- 1) Nos encontramos en un nuevo periodo, en donde se manifiesta la reorganización del conjunto de las esferas de la vida política, social y económica, por la intermediación de la producción y la transferencia de nuevos conocimientos y tecnologías sobre todo relacionadas con la

informatización, las telecomunicaciones, así como en la biotecnología y en la nanotecnología.

- 2) En este periodo uno de los sectores que tiene mayor participación, pero también que resiente los impactos de estos cambios es el de las instituciones de educación superior, porque sus tareas y trabajos se relacionan directamente con el carácter de los niveles de desarrollo e innovación de los principales componentes de la ciencia y la tecnología. Ello, porque gran cantidad de aspectos, para que este proceso ocurra, dependen de estas instituciones educativas, sobre todo por lo que se aprende y se organiza como conocimiento, por la calidad y la complejidad en la que se realiza y la magnitud y calidad que todo ello representa para la sociedad.
- 3) Las instituciones de educación superior están destinadas, en consecuencia, a tener un papel fundamental en la perspectiva de una sociedad del conocimiento, sobre todo si pueden llevar a cabo cambios fundamentales en sus modelos de formación, de aprendizaje y de innovación.

2.2.2 La demanda del servicio educativo

Las universidades públicas o privadas interactúan con sus estudiantes graduados. Estos tienen diversos nombres: usuario, consumidor; o nombre específico en función del sector en que se desarrollan.

Considerando que la presente investigación toma como muestra de estudio a la universidad que ofrece la carrera de economía, se denominan estudiantes quienes constituyen el destino del servicio a brindar.

Para el **Banco Mundial** (2013, pág. 4), la calidad del servicio contribuye al desarrollo del país.

La calidad y relevancia de la educación son primordiales para alcanzar el crecimiento económico. Las investigaciones internacionales indican que la materia aprendida y las habilidades desarrolladas en el aula constituyen los cimientos para el éxito futuro en el ámbito laboral, y son un mejor indicador del crecimiento económico comparado con el número de años de escolaridad[...]. A pesar de las inversiones

significativas en educación formal, el crecimiento económico en la región se ha ralentizado en años recientes y es necesario mejorar la productividad laboral. Para lograr un crecimiento económico sostenido mediante mejoras en la productividad se requiere contar con una educación de calidad que prepare a los estudiantes para el mercado laboral.

La educación superior se ofrece en el Perú a través de universidades públicas y privadas, entre las privadas tenemos las universidades asociativas y las universidades con fines de lucro.

CEPAL – Naciones Unidas (2009, pag.27) en su documento de investigación señala que en la mayoría de los países de América Latina, la educación superior está en manos de las instituciones públicas. A pesar del hecho de que, por diversas razones, en las últimas dos décadas el número de instituciones privadas que compiten en algunos campos con las públicas ha crecido significativamente, es muy sorprendente que dos tercios de la educación superior estén también a cargo de instituciones públicas en los países desarrollados. En estas instituciones se capacitan y se emplean los recursos humanos altamente calificados y en donde se han construido los principales laboratorios e instalaciones de investigación.

Díaz (2008, pág. 83), en su investigación señala, que la educación superior no es obligatoria en el Perú, es más bien una opción de educación adicional para quienes han completado la educación básica en el nivel de secundaria y desean continuar estudios profesionales, artísticos o técnicos. Así, la demanda por educación superior puede aproximarse en términos de quienes, habiendo completado la secundaria, materializan su deseo de continuar estudios superiores mediante su postulación a alguna institución educativa de este nivel, o en términos de quienes, habiendo postulado, acceden a una vacante, es decir, de quienes ingresan. También es posible aproximar la demanda por educación superior en términos de quienes se encuentran cursando estudios superiores, es decir, analizando la matrícula, en tanto no todos los que ingresan a una institución de educación superior se matriculan en dicha institución.

Las personas que reciben un servicio o producto, tienen que conocer la ley del consumidor.

Se entiende como consumidor o usuario a la persona natural que, en la adquisición, uso o disfrute de un bien o contratación de un servicio, actúa en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional y, excepcionalmente, a los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios no relacionados con el giro propio del negocio (inc. a, art. 3, Decreto Supremo 006-2009-PCM, **Texto Único Ordenado de la Ley de Protección al Consumidor**).

La interacción de las empresas o instituciones con sus proveedores se da en diversos momentos, lo que conoceremos como momentos críticos. Encontramos cuatro momentos en esta interacción.

- Primero, entender cuál es la necesidad del usuario. Este es un tema básico en la nueva cultura de las organizaciones que se viene trabajando en el país.
- Segundo, determinar la forma como atenderemos al usuario, tanto en el momento cuando acude a realizar el pedido o en otro momento que él acude para preguntar cómo va su trámite o cuando la respuesta definitiva.
- Tercero, el tiempo que tomó en hacer el trámite. Este tiempo es medido desde diferentes ángulos. Desde el momento en que el cliente sale de su vivienda para dirigirse al servicentro, el tiempo de espera en cola, el tiempo en el punto de atención, entre otros.
- Finalmente, el medio que se ha credo para recibir su opinión postventa, ya sea su satisfacción o su queja de estar insatisfecho.

En el sistema universitario, se ha puesto especial énfasis en conocer al usuario o demanda del servicio.

Se ha establecido un conjunto de dimensiones en el proceso de acreditación y uno de ellos es la demanda del mercado.

Cuadro 3. Modelo de calidad para la acreditación universitaria, Perú.

Dimensión	Factor	Criterio	Nº de indicadores
Gestión de la carrera	Planificación, organización, dirección y control	Planificación estratégica	5
		Organización, dirección y control.	9
Formación profesional	Enseñanza - aprendizaje	Proyecto educativo – currículo	13
		Estrategias de enseñanza - aprendizaje.	2
		Desarrollo de las actividades de enseñanza – aprendizaje	4
		Evaluación del aprendizaje y acciones de mejora	1
		Estudiantes y egresados.	8
	Investigación	Generación y evaluación de proyectos de investigación	7
	Extensión universitaria y proyección social	Generación y evaluación de proyectos de extensión universitaria y proyección social	8
Servicios de apoyo para la formación profesional	Docentes	Labor de enseñanza y tutoría	10
		Labor de investigación	5
		Labor de extensión universitaria y de proyección social	3
	Infraestructura y equipamiento	Ambientes y equipamiento para la enseñanza - aprendizaje, investigación, extensión universitaria y proyección social, administración y bienestar	2
	Bienestar	Implementación de programas de bienestar	3
	Recursos financieros	Financiamiento de la implementación de la carrera	3
	Grupo de interés	Vinculación con los grupos de interés	2
3	9	16	85

Fuente: Consejo de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad de la Educación Superior Universitaria (CONEAU) 2008.

Se han definido derechos que los consumidores tienen cuando interactúan con sus proveedores (art. 1, Ley 29571, **Código de protección y defensa del consumidor**).

- a. Derecho a una protección eficaz respecto de los productos y servicios que, en condiciones normales o previsibles, representen riesgo o peligro para la vida, salud e integridad física.
- b. Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.
- c. Derecho a la protección de sus intereses económicos y en particular contra las cláusulas abusivas, métodos comerciales coercitivos, cualquier otra práctica análoga e información interesadamente equívoca sobre los productos o servicios.
- d. Derecho a un trato justo y equitativo en toda transacción comercial y a no ser discriminados por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole.
- e. Derecho a la reparación o reposición del producto, a una nueva ejecución del servicio, o en los casos previstos en el presente Código, a la devolución de la cantidad pagada, según las circunstancias.
- f. Derecho a elegir libremente entre productos y servicios idóneos y de calidad, conforme a la normativa pertinente, que se ofrezcan en el mercado y a ser informados por el proveedor sobre los que cuenta.
- g. A la protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, céleres o ágiles, con formalidades mínimas, gratuitos o no costosos, según sea el caso, para la atención de sus reclamos o denuncias ante las autoridades competentes.
- h. Derecho a ser escuchados de manera individual o colectiva a fin de defender sus intereses por intermedio de entidades públicas o privadas de defensa del consumidor, empleando los medios que el ordenamiento jurídico permita.

- i. Derecho a la reparación y a la indemnización por daños y perjuicios conforme a las disposiciones del presente Código y a la normativa civil sobre la materia.
- j. Derecho a asociarse con el fin de proteger sus derechos e intereses de manera colectiva en el marco de las relaciones de consumo.
- k. Derecho al pago anticipado o prepago de los saldos en toda operación de crédito, en forma total o parcial, con la consiguiente reducción de los intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que les sean aplicables penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar.

2.4.3 Marco conceptual.

- a. **Enseñanza – aprendizaje.** Los nuevos modelos educativos demandan que los docentes transformen su rol de expositores del conocimiento al de monitores del aprendizaje, y los estudiantes, de espectadores del proceso de enseñanza, al de integrantes participativos, propositivos y críticos en la construcción de su propio conocimiento. (Edel, 2004).
- b. **Competencia de integración al mercado.** Posee competencia profesional quien dispone de los conocimientos, destrezas y actitudes necesarios para ejercer una profesión, puede resolver los problemas profesionales de forma autónoma y flexible, y está capacitado para colaborar en su entorno profesional y en la organización del trabajo. o (Pedraja, Rivera y Marzo, 2004).
- c. **Calidad de docentes.** En educación la palabra Calidad es de uso reciente y dado que está expresada en un sistema de normas construidos por el hombre, referidos a su formación, como ser individual y como ser social, intervienen además dimensiones como la ideológica o la economicista que expresan intereses, algunos nobles otros no tan nobles. (Vásquez, 2013).

CAPÍTULO III: MÉTODO

3.1. Hipótesis.

3.1.1 Hipótesis general.

Se observa alta calificación de los factores de la demanda de la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos, 2018.

3.1.2 Hipótesis específicas.

Se observa alta percepción de los estudiantes de la enseñanza - aprendizaje de la carrera profesional de economía de las universidades, ciudad de Iquitos, 2018.

Se observa alta percepción de los estudiantes de la calidad de docentes de la carrera profesional de economía en las universidades, ciudad de Iquitos, 2018.

Se observa alta percepción de los estudiantes de las competencias de integración al mercado que brinda la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos, 2018.

3.2 Variables, indicadores e índices.

Cuadro 4. Operacionalización

Variable	Indicador	Índice
Preferencia de factores de la demanda.	1. Enseñanza - aprendizaje	1.1. Horario de clases.
		1.2. Diseño de aula.
		1.3. Tecnología de enseñanza en el aula.
		1.4. Proyección social.
		1.5. Trabajos de investigación.
	2. Calidad de docentes	2.1. Métodos de enseñanza.
		2.2. Temas de enseñanza.
		2.3. Función de consejería.
		2.4. Dominio de tecnología de enseñanza.
		2.5. Producción bibliográfica.
	3. Competencias de integración al mercado.	3.1. Demanda ocupacional.
		3.2. Demanda social.
		3.3. Oferta competitiva.
		3.4. Habilidades para el desarrollo profesional.
		3.5. Trabajo en equipo.
		3.6. Facultad y empresas.

3.3 Tipo de investigación.

La investigación es descriptiva porque sólo se especificaron los hechos que ocurren en la ciudad como fuente de aplicación para recolección de la información universitaria deseada.

3.4 Diseño de estudio.

El diseño es no experimental porque no se aplicó ningún programa de trabajo antes del estudio para lograr cambios en el comportamiento de los sujetos de estudio.

También tiene la característica de transversal porque los datos se recolectaron en un solo momento.

3.5 Población y muestra.

La población está constituida por todos los estudiantes matriculados en el año 2016 y que actualmente se encuentran cursando la carrera de economía en la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

Así mismo, en la ciudad se encuentra Universidad Privada de la Selva Peruana (UPSEP), quien ofrece la carrera de economía y negocios internacionales, pero no ha tenido éxito en el lanzamiento de sus vacantes, motivo por el cual no se consideró como parte de la población.

Cuadro 5. Tamaño de la población de estudio en la carrera de economía. UNAP-Iquitos.

Estudiantes	Población
Año 2016.	345

Fuente: Datos de los registros, UNAP sede Iquitos.

Para determinar el tamaño de la muestra, cuando se conoce el tamaño de la población (población finita), se empleó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times P \times Q}{E^2 \times (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

De donde:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de muestra.

Z = El valor de “Z” (para el intervalo de confianza de 95%).

P = Proporción de ocurrencia del evento de estudio

Q = Complemento de “P” su valor (1-P).

E = Error estándar absoluto. Su valor es 10 %.

Reemplazando en la fórmula:

N = 345

Z = 1.96

P = 0.5

$$Q = 0.5$$

$$E = 0.05$$

$$n = \frac{345 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (345 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5} = 182 \text{ estudiantes}$$

Muestreo:

- Se trabajó con el muestreo probabilístico simple.
- Los sujetos de la muestra fueron seleccionados en forma aleatoria simple, ya que todas las unidades de observación tuvieron la misma probabilidad de pertenecer a la muestra.

3.6 Métodos de investigaciones, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

El instrumento que se presenta en los anexos 1 y 2.

Cuadro 6. Prueba de validez de constructo del instrumento de recolección de datos.

Indicador	Índice	Pregunta
1. Enseñanza - aprendizaje	1.1. Horario de clases.	1
	1.2. Diseño de aula.	2
	1.3. Tecnología de enseñanza en el aula.	3
	1.4. Proyección social.	4
	1.5. Trabajos de investigación.	5
2. Calidad de docentes	2.1. Métodos de enseñanza.	6
	2.2. Temas de enseñanza.	7
	2.3. Función de consejería.	8
	2.4. Dominio de tecnología de enseñanza.	9
	2.5. Producción bibliográfica.	10
3. Competencias de integración al mercado.	3.1. Demanda ocupacional.	11
	3.2. Demanda social.	12
	3.3. Oferta competitiva.	13
	3.4. Habilidades para el desarrollo profesional.	14
	3.5. Trabajo en equipo.	15
	3.6. Facultad y empresas.	16

3.7 Método de análisis de datos.

Los datos son expresados en escala cualitativa Likert, y medidos cuantitativamente en porcentajes en tablas de contingencia y en medidas de tendencia central (promedios) y de dispersión (desviación estándar).

3.8 Ética.

A fin de obtener la mayor confianza de la información que brinden los estudiantes, la encuesta fue anónima, y los datos son utilizados con fines exclusivamente académicos.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Análisis univariable.

4.1.1 Descripción del factor enseñanza – aprendizaje.

En la educación superior es importante contar con un horario de clases que muchas veces se adecue a la rutina diaria de cada estudiante según sus necesidades, personales, laborales y no sea agobiante en horas extensas de clases.

Un importante grupo de estudiantes de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana (UNAP), el 31.3%, señala que el horario de clases es bueno, y otro sector, el 61.5%, dice que es regular.

Así mismo, un grupo muy reducido, el 2.7%, expresaron como muy bueno, y el 4.4% que es malo el horario de clases en la universidad.

Tabla 1. Percepción de horario de clases, estudiantes de la carrera de economía, 2018.

		Respuestas en Escala de Likert						
Horario de clases	n	R1	R2	R3	R4	Total	Moda	Media
	182	4,4%	61,5%	31,3%	2,7%	100,0%	2	2,32

Fuente: Cuestionario aplicado en el mes de julio del 2018, ciudad de Iquitos.

Elaboración: propia.

Leyenda:

R1: Malo.

R2: Regular.

R3: Bueno

R4: Muy bueno

Los ambientes de toda universidad se expresan en aulas, en las cuales que los docentes pueden dar sus clases con holgura y los estudiantes puedan prestar toda la atención para captar los conocimientos brindados.

Es de gran importancia tener aulas con ambientes agradables y cómodos, ya que este hecho contribuye a poner atención en el aprendizaje.

El 22,5% expresó que es bueno el ambiente de las aulas; sin embargo, la mayor parte de los estudiantes encuestados, el 68,1%, señala que es regular, por lo que se entiende que no está del todo satisfecho.

Solo el 2,2% de los estudiantes encuestados expresaron que el diseño de las aulas es muy bueno ya cuentan con lo que ellos desean, y el 7.1%, expresa que es malo el diseño de las aulas en su universidades.

Tabla 2. Percepción de diseño de aula, estudiantes de la carrera de economía, 2018.

		Respuestas en Escala de Likert						
	n	R1	R2	R3	R4	Total	Moda	Media
Diseño de aula	182	7,1%	68,1%	22,5%	2,2%	100,0%	2	2,20

Fuente: Cuestionario aplicado en el mes de julio del 2018, ciudad de Iquitos.

Elaboración: propia.

Leyenda:

R1: Malo.

R2: Regular.

R3: Bueno

R4: Muy bueno

En estos tiempos donde todo se ha vuelto tecnológico, en la educación superior resulta de vital importancia, ir más allá de la pizarra, las cuatro paredes del aula, y las capacidades del profesor, por ello se requiere de tecnologías que integren la información disponible en el mercado.

Implementar herramientas tecnológicas en las aulas, va crear un mayor interés en los estudiantes en las materias que están cursando, y se podrá tratar temas actualizados.

Se observa que, el 67,6%, de los encuestados opina que es regular la tecnología de enseñanza que están recibiendo; por otro lado, el 15,9%, expresa que es bueno. Otro grupo más pequeño, el 1,6%, señala que es muy bueno la tecnología de enseñanza, y por último otro grupo de estudiantes, el 14,8%, expreso que es muy malo la tecnología de enseñanza que le brindan dentro de sus estudios universitarios.

Tabla 3. Percepción de tecnología de enseñanza en el aula, estudiantes de la carrera de economía, 2018.

		Respuestas en Escala de Likert						
Tecnología de enseñanza en el aula	n	R1	R2	R3	R4	Total	Moda	Media
	182	14,8%	67,6%	15,9%	1,6%	100,0%	2	2,04

Fuente: Cuestionario aplicado en el mes de julio del 2018, ciudad de Iquitos.

Elaboración: propia.

Leyenda:

R1: Malo.

R2: Regular.

R3: Bueno

R4: Muy bueno

La proyección social busca hacer que un grupo de personas interactúe con la sociedad de diversas maneras y actividades, para integrar al alumno con su entorno social.

Así mismo, las universidades ven la proyección social como una interacción de sus estudiantes con la comunidad urbana y zonas rurales de la provincia y la región. Estas actividades se promueven mediante la práctica pre profesional, la ejecución de proyectos en alianzas con los grupos de interés, los gobiernos locales y regionales que demandan servicios específicos de capacitación, diagnóstico e investigación, etc.

De los estudiantes encuestados, un grupo mayoritario de estudiantes, el 62,6% expresa que es regular la proyección social; otro grupo, el 23,1%, expresó que es buena; el 13,2%, dice que es malo la proyección social realizada, y el 1,1%, expresó que es muy buena la proyección social en su facultad,

Tabla 4. Percepción de proyección social, estudiantes de la carrera de economía, 2018.

		Respuestas en Escala de Likert						
Proyección social	n	R1	R2	R3	R4	Total	Moda	Media
	182	13,2%	62,6%	23,1%	1,1%	100,0%	2	2,12

Fuente: Cuestionario aplicado en el mes de julio del 2018, ciudad de Iquitos.

Elaboración: propia.

Leyenda:
R1: Malo.
R2: Regular.
R3: Bueno
R4: Muy bueno

Para un profesional investigar le permite generar mayor conocimientos a través de trabajos de temas presentes o que han ocurrido en el pasado, a él le motiva la búsqueda de la verdad y las diversas respuestas posibles. Este trabajo puede beneficiar a muchos grupos de interés en la sociedad.

Las universidades deben fomentar la investigación como parte del desarrollo de sus actividades dentro de la currícula universitaria, de tal modo de que el estudiante comience a tener hábitos de lectura, mayores habilidades de trabajo en equipo (la tesis en grupo) y destrezas de búsqueda de información.

Un grupo de estudiantes encuestados, el 27,5%, señala que es bueno en cuanto a trabajos de investigación que realizan dentro de sus estudios, y un grupo mayoritario del 64,8% expresa que es regular el trabajo de investigación, lo que se entiende que aún falta mucho por mejorar.

Una menor cantidad de estudiantes, el 1,6%, señala que es muy bueno en cuanto a trabajos de investigación, y el 6,0% dice que es malo.

Tabla 5. Percepción de trabajos de investigación, estudiantes de la carrera de economía, 2018.

		Respuestas en Escala de Likert						
Trabajos de investigación	n	R1	R2	R3	R4	Total	Moda	Media
	182	6,0%	64,8%	27,5%	1,6%	100,0%	2	2,25

Fuente: Cuestionario aplicado en el mes de julio del 2018, ciudad de Iquitos.

Elaboración: propia.

Leyenda:
R1: Malo
R2: Regular
R3: Bueno
R4: Muy bueno

4.1.2 Descripción del factor calidad de los docentes.

Los docentes son uno de los factores más importantes dentro de toda institución donde se ofrece educación, ya que ellos son quienes brindan todos sus conocimientos a los estudiantes, e incentivan a investigar, crear, explorar; sin este recurso sería incompleto el producto de enseñanza.

Para impartir clases se necesita de métodos de enseñanza, que sean motivadores para los estudiantes, para que quieran aprender, y también obtener nuevas habilidades, destrezas, conocimientos; para lo cual es importante que las clases sean lo más didácticas posibles.

En tanto, un grupo de estudiantes el 33,0% ha expresado que los métodos de enseñanza de sus docentes el útil, y otro grupo, el 60,4%, señala que es algo útil, esto explica que se entiende que se necesita una mejora a los métodos de enseñanza de los docentes.

Por otro lado, un grupo menor de estudiantes, el 2,7%, señala que son muy útil los métodos de enseñanza, y el 3,8% señala que es nada útil.

Tabla 6. Percepción de los métodos de enseñanza, estudiantes de la carrera de economía, 2018.

		Respuestas en Escala de Likert						
Métodos de enseñanza	n	R1	R2	R3	R4	Total	Moda	Media
	182	3,8%	60,4%	33,0%	2,7%	100,0%	2	2,35

Fuente: Cuestionario aplicado en el mes de julio del 2018, ciudad de Iquitos.

Elaboración: propia.

Leyenda:

R1: Nada útil

R2: Algo útil.

R3: Útil

R4: Muy útil

En el currículo de toda carrera profesional existen diferentes cursos a dictar, los que se asignan a cada docente acorde a sus conocimientos; quienes se encargan de brindar temas que principalmente sean pertinentes a la sumilla del curso. Para los estudiantes es importante que se le brinden temas que les vaya a servir en su desempeño laboral como profesional.

En la encuesta aplicada a los estudiantes, se puede observar que el 35,7% expresa que es útil los temas de enseñanza que imparten sus docentes, y otro grupo de estudiantes, el 56,6%, señala que es algo útil los temas de enseñanza que reciben dentro sus estudios en la universidad.

Un grupo minoritario, el 4,4%, señala que es muy útil, y por otro lado, el 3,3%, dice que es nada útil en cuanto, los temas de enseñanza recibidos.

Tabla 7. Percepción de los temas de enseñanza, estudiantes de la carrera de economía, 2018.

		Respuestas en Escala de Likert						
	n	R1	R2	R3	R4	Total	Moda	Media
Temas de enseñanza	182	3,3%	56,6%	35,7%	4,4%	100,0%	2	2,41

Fuente: Cuestionario aplicado en el mes de julio del 2018, ciudad de Iquitos.

Elaboración: propia.

Leyenda:

R1: Nada útil

R2: Algo útil.

R3: Útil

R4: Muy útil

En las universidades deben ofrecer las actividades de consejería académica realizadas por los docentes, quienes deben poseer capacidades como escuchar, dialogar, con interés en diversos temas de la vida del estudiante.

La función consejería académica contribuye al progreso académico satisfactorio, de tal manera que busca promover el desarrollo integral del estudiante ayudándoles en su desarrollo personal, educativo y vocacional.

Se observa que un grupo de estudiantes universitarios, el 15,4%, expresa que es útil la función de consejería dentro de la facultad; por otro lado un grupo

mucho mayor de estudiantes, el 68,1%, señala que es algo útil en cuanto a la función de consejería recibida en su institución.

También se puede observar que una minoría, el 1,1%, expresa que es muy útil la función de consejería; así como, el 15,4%, expresa que es nada útil la consejería recibida.

Tabla 8. Percepción de la función de consejería, estudiantes de la carrera de economía, 2018.

		Respuestas en Escala de Likert						
Función de consejería	N	R1	R2	R3	R4	Total	Moda	Media
	182	15,4%	68,1%	15,4%	1,1%	100,0%	2	2,02

Fuente: Cuestionario aplicado en el mes de Julio del 2018, ciudad de Iquitos.

Elaboración: propia.

Leyenda:

R1: Nada útil

R2: Algo útil.

R3: Útil

R4: Muy útil

Es importante que los docentes tengan dominio de las tecnologías de enseñanza. Interesa saber si están haciendo uso de estos, para poder ofrecer a sus estudiantes clases didácticas, que les genere mayores conocimientos, y una fácil captación de la información que está disponible en diversas instituciones del entorno.

En la educación universitaria es de mayor importancia poder contar con el dominio de tecnologías, teniendo en cuenta que cada vez existe mayor competencia profesional, y en cuanto más capacitados estén los profesionales de cada universidad, más podrán sobresalir ante egresados de otras instituciones.

Se observa que un grupo de estudiantes, el 61,5%, expresa que es algo útil; el 19,8%, señala que es nada útil los dominios de enseñanza de sus docentes, por lo que se entiende que falta mucho más para cumplir con lo que necesitan los universitarios para sus estudios; un grupo importante, el 17,6%, señala que es útil las tecnología de enseñanza; y tan solo el 1,1% expreso que es muy útil.

Tabla 9. Percepción de Dominio de tecnología de enseñanza, estudiantes de la carrera de economía, 2018.

		Respuestas en Escala de Likert						
Dominio de tecnología de enseñanza	n	R1	R2	R3	R4	Total	Moda	Media
	182	19,8%	61,5%	17,6%	1,1%	100,0%	2	2,00

Fuente: Cuestionario aplicado en el mes de Julio del 2018, ciudad de Iquitos.

Elaboración: propia.

Leyenda:

R1: Nada útil

R2: Algo útil.

R3: Útil

R4: Muy útil

Los docentes al impartir clases, se basan en autores con textos universitarios, revistas, libros, etc; estos documentos son las base para elaborar el material con el que van a brindar clases a sus estudiantes, para ello es importante tener autores que estén los más actualizado posible, para estar acorde con los grados de competitividad del mercado.

Dentro de los sílabos, un estudiante puede encontrar las fuentes de bibliografía, que el profesor va utilizar durante el curso, es por ello que es necesario que el docente brinde de esta información a los estudiantes, para que también ellos puedan guiarse a través de estos.

En tanto, el 29,7%, de los estudiantes encuestados expresa que es útil la producción bibliográfica con el que cuentan sus docentes, y el 58,8% señala que es algo útil y que por lo que necesitarían construir su material bibliográfico.

Un grupo menor de estudiantes, el 1,6%, señala que es muy útil; y el 9,9% que es nada útil la producción bibliográfica de sus docentes.

Tabla 10. Percepción de la producción bibliográfica, estudiantes de la carrera de economía, 2018.

		Respuestas en Escala de Likert						
Producción bibliográfica	n	R1	R2	R3	R4	Total	Moda	Media
	182	9,9%	58,8%	29,7%	1,6%	100,0%	2	2,23

Fuente: Cuestionario aplicado en el mes de Julio del 2018, ciudad de Iquitos.

Elaboración: propia.

Leyenda:

R1: Muy útil

R2: Útil.

R3: Algo útil

R4: Nada útil

4.1.3 Descripción del factor competencias de integración al mercado.

Es importante que toda institución universitaria conozca que necesidades tiene el mercado y que deben ser atendidas con la oferta de profesionales. Este estudio de la demanda ocupacional debe hacerse en forma periódica, para definir las nuevas competencias que necesita el desarrollo de los negocios y la sociedad.

El estudio realizado señala un regular porcentaje de los estudiantes, el 43,4%, que nunca se hizo estudios de la demanda ocupacional.

A ellos se agrega otro resultado deficiente, el 43,4%, que opina que algunas veces se hicieron intentos de estudios de demanda ocupacional.

Además un pequeño grupo, el 12,6%, que refiere que casi siempre se hace, y el 0,5%, señala que siempre se hace estudios de demanda ocupacional.

Tabla 11. Percepción de la demanda ocupacional, estudiantes de la carrera de economía, 2018.

		Respuestas en Escala de Likert						
Demanda ocupacional	n	R1	R2	R3	R4	Total	Moda	Media
	182	43,4%	43,4%	12,6%	0,5%	100,0%	1	1,70

Fuente: Cuestionario aplicado en el mes de Julio del 2018, ciudad de Iquitos.

Elaboración: propia.

Leyenda:

R1: Nunca se hizo.

R2: Algunas veces se hizo.

R3: Casi siempre se hace.

R4: Siempre se hace.

Así como es necesario conocer la demanda ocupacional, también es de suma importancia conocer de qué modo el profesional atenderá hechos del comportamiento en la sociedad, en su condición de ciudadano, vecino de un barrio, conductor de un vehículo o usuario de servicios públicos.

El estudio realizado señala dos porcentajes grandes, el 41,2% y el 46,7%, como nunca se hizo o alguna vez se hizo estudios de la demanda social. Esto explica por la falta de exigencias de la antigua ley universitaria, y que recién se ha puesto como una condición básica de calidad.

Existe un grupo menor, el 11,5%, expresa que casi siempre se hacen estudios de demanda social, así como otro grupo, el 0,5% que señala de nunca se hicieron dichos estudio.

Tabla 12. Percepción de la demanda social, estudiantes de la carrera de economía, 2018.

		Respuestas en Escala de Likert						
Demanda social	n	R1	R2	R3	R4	Total	Moda	Media
	182	41,2%	46,7%	11,5%	0,5%	100,0%	2	1,71

Fuente: Cuestionario aplicado en el mes de Julio del 2018, ciudad de Iquitos.

Elaboración: propia.

Leyenda:

R1: Nunca se hizo.

R2: Algunas veces se hizo.

R3: Casi siempre se hace.

R4: Siempre se hace.

Para conocer cómo se encuentra una institución ya sea público o privado, es necesario estudiar cómo se encuentran los competidores en sus diversos servicios y atributos del producto educativo que ofrecen, especialmente en la carrera de economía hay una cantidad significativa de universidades que ofrecen esta carrera, tal como se señaló en el planteamiento del problema.

El estudio señala un importante porcentaje de estudiantes de economía, el 50,5%, que alguna vez se hizo estudio de oferta competitiva, y a ello se agrega un bajo indicador, el 35,2%, que señala que alguna vez se hizo estudios de oferta competitiva, todo esto explica porque no ha habido exigencias legales a pesar de que era exigencias técnicas como lo hace cualquier empresa.

Por otro lado, un pequeño grupo, el 13,7%, manifiesta que casi siempre se hace estudios de oferta competitiva; y solo el 0,5% señala que siempre se hace.

Tabla 13. Percepción de la oferta competitiva, estudiantes de la carrera de economía, 2018.

		Respuestas en Escala de Likert						
Oferta competitiva	n	R1	R2	R3	R4	Total	Moda	Media
	182	35,2%	50,5%	13,7%	0,5%	100,0%	2	1,80

Fuente: Cuestionario aplicado en el mes de Julio del 2018, ciudad de Iquitos.

Elaboración: propia.

Leyenda:

R1: Nunca se hizo.

R2: Algunas veces se hizo.

R3: Casi siempre se hace.

R4: Siempre se hace.

La inserción de todo profesional en el mundo laboral pasa por conocer que competencias (conocimientos, actitudes y habilidades), deben formarse en los futuros profesionales, como por ejemplo, hablar otros idiomas para estar conectado en un mundo globalizado, o también habilidades de descubrir oportunidades en el mercado para crear negocios.

El estudio manifiesta que un regular porcentaje de estudiantes de la carrera de economía de la universidad indicada, el 30,2%, manifiesta que casi siempre se hace estudios de las habilidades para el desarrollo profesional, así como también existe un alto porcentaje; el 49,5%, señala que algunas veces se hizo el estudio mencionado.

Un menor grupo de estudiantes, el 17,0%, señala que nunca se hizo el estudio de habilidades para el desarrollo profesional, y un grupo aún menor, el 3,3% señala que casi siempre se hace estos estudios.

Tabla 14. Percepción de las habilidades para el desarrollo profesional, estudiantes de la carrera de economía, 2018.

		Respuestas en Escala de Likert						
Habilidades para el desarrollo profesional.	n	R1	R2	R3	R4	Total	Moda	Media
	182	17,0%	49,5%	30,2%	3,3%	100,0%	2	2,20

Fuente: Cuestionario aplicado en el mes de julio del 2018, ciudad de Iquitos.

Elaboración: propia.

Leyenda:

R1: Nunca se hizo.

R2: Algunas veces se hizo.

R3: Casi siempre se hace.

R4: Siempre se hace.

En la formación académica hay diversos métodos para lograr el aprendizaje, y uno de ellos está referido a la formación de grupos multidisciplinarios, y de diferentes áreas funcionales para lograr objetivos institucionales.

El estudio expresa que en un regular porcentaje de los estudiantes, el 36,3%, que ha utilizado el trabajo en equipo en su formación profesional, esto explica por la elaboración de monografías y trabajos de evaluación final en grupos de personas, también un grupo, el 47,3%, manifiestan que regularmente se hacen trabajo en equipo dentro de sus horario de estudios

Un grupo más pequeño, el 7,7%, señala que siempre se hace los trabajos en equipo; y tan solo el 8,8% manifiesta que nunca se hizo el trabajo en equipo.

Tabla 15. Percepción del trabajo en equipo, estudiantes de la carrera de economía, 2018.

		Respuestas en Escala de Likert							
Trabajo en equipo	n	R1	R2	R3	R4	Total		Moda	Media
	182	8,8%	47,3%	36,3%	7,7%	100,0%		2	3,41

Fuente: Cuestionario aplicado en el mes de Julio del 2018, ciudad de Iquitos.

Elaboración: propia.

Leyenda:

R1: Nunca se hizo.

R2: Algunas veces se hizo.

R3: Casi siempre se hace.

R4: Siempre se hace.

La universidad no puede mantenerse al margen de lo que acontece en las actividades empresariales, por lo que es necesario que se realicen encuentros entre los directivos de las empresas para conocer sus opiniones del producto (profesional) que están recibiendo.

El estudio manifiesta un alto porcentaje, el 39,6%, señala que nunca se ha hecho este tipo de encuentros; entre facultad y empresas; y el 45%, ha manifestado que alguna vez se hizo.

Por otro lado, un grupo menor, el 14,3%, expresó que casi siempre se hacen estos encuentros, y el 0,5%, manifiesta que siempre se hacen los encuentros entre facultad y empresas.

Tabla 16. Percepción del encuentro entre facultad y empresas, estudiantes de la carrera de economía, 2018.

		Respuestas en Escala de Likert						
Encuentro entre facultad y empresas	n	R1	R2	R3	R4	Total	Moda	Media
	182	39,6%	45,6%	14,3%	0,5%	100,0%	2	1,76

Fuente: Cuestionario aplicado en el mes de Julio del 2018, ciudad de Iquitos.

Elaboración: propia.

Leyenda:

R1: Nunca se hizo.

R2: Algunas veces se hizo.

R3: Casi siempre se hace.

R4: Siempre se hace.

4.2 Discusión de resultados.

4.2.1 Consistencia de los resultados.

Descripción de la enseñanza – aprendizaje en los estudiantes de la carrera de economía.

El estudio expresa que existe baja viabilidad en las opiniones de los estudiantes, todas ellas son menores al 30%, tal como se observa en el cuadro siguiente.

El mejor resultado, con una media de 2.32, se encuentra en el indicador horario de clases. Cabe señalar que la universidad ofrece dos horarios, tanto para alumnos que trabajan, como para aquellos que desean exclusivamente estudiar. Este hecho ocurre en los primeros ciclos, y en los ciclos mayores los estudios es en el turno noche.

El peor resultado, con una media de 2.04, se encuentra en el indicador de tecnologías de enseñanza en el aula, explicado por la falta de equipamientos en aulas.

Tabla 17. Medidas estadísticas de las enseñanza – aprendizaje, 2018.

Enseñanza aprendizaje	Media	Desviación estándar	Coefficiente de variación
Horario de clases	2,32	0,60	26,0%
Diseño de aula	2,20	0,59	26,8%
Tecnología de enseñanza en el aula	2,04	0,61	29,9%
Proyección social	2,12	0,63	29,6%
Trabajos de investigación	2,25	0,58	26,0%

Elaboración: propia.

Descripción de la calidad de docentes de la carrera de economía.

Similar a lo expresado anteriormente, en las opiniones de los estudiantes, hay baja variabilidad, solamente una de ellas superó ligeramente al 30%.

El mejor resultado, con una media de 2.41, es el indicador de temas de enseñanza, y esto se explica porque gran parte de los docentes participan en programas de intercambio educativo, particularmente con la Universidad del Pacífico.

El peor resultado, con una media de 2.00, se encuentra en el dominio de tecnologías de enseñanza y esto se explica por la falta de equipamiento y tenencia de laboratorios para las prácticas de las asignaturas.

Tabla 18. Medidas estadísticas de calidad de docentes, 2018.

Calidad de docentes	Media	Desviación estándar	Coefficiente de variación
Métodos de enseñanza	2,35	0,60	25,6%
Temas de enseñanza	2,41	0,63	26,2%
Función de consejería	2,02	0,59	29,4%
Dominio de tecnología de enseñanza	2,00	0,65	32,4%
Producción bibliográfica	2,23	0,64	28,7%

Elaboración: propia.

Descripción de las competencias para integración al mercado de los estudiantes de la carrera de economía.

En este tema si se observa alta variabilidad de opiniones, pues en todos los indicadores se supera el 30%.

El mejor de los resultados, con una media de 2,43, se encuentra en el indicador de trabajo en equipo, y esto se explica porque los docentes han incorporado los trabajos grupales en sus asignaturas, y además las tesis se pueden sustentar hasta de dos personas.

El peor de los resultados, con una media de 1.70, es el indicador de demanda ocupacional, y esto se explica por la nula investigación de lo que quiere el mercado, considerando que no existía la obligación de hacer este estudio en la antigua ley universitaria.

Tabla 19. Medidas estadísticas de competencias para integración al mercado, 2018.

Competencias para integración al mercado	Media	Desviación estándar	Coeficiente de variación
Demanda ocupacional	1,70	0,71	41,4%
Demanda social	1,71	0,69	40,0%
Oferta competitiva	1,80	0,69	38,2%
Habilidades para el desarrollo profesional	2,20	0,75	34,3%
Trabajo en equipo	2,43	0,76	31,3%
Encuentro entre facultad y empresas	1,76	0,71	40,4%

Elaboración: propia.

4.3 Prueba de hipótesis.

Se realizan las siguientes pruebas de hipótesis de los indicadores de factores de la demanda de la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos.

- Primera prueba: Probar estadísticamente si hay alta percepción de los estudiantes de la enseñanza - aprendizaje de la carrera profesional de economía de las universidades, ciudad de Iquitos, 2018.
- Segunda prueba: Probar estadísticamente si hay alta percepción de los estudiantes de la calidad de docentes de la carrera profesional de economía en las universidades, ciudad de Iquitos, 2018.
- Tercera prueba: Probar estadísticamente si hay alta percepción de los estudiantes de las competencias de integración al mercado que brinda la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos, 2018.

4.3.1 Primera prueba de hipótesis.

Referente a enseñanza - aprendizaje en la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos.

Tabla 20. Primera prueba de hipótesis.

Enseñanza aprendizaje	Media	Desviación estándar
Horario de clases	2,32	0,60
Diseño de aula	2,20	0,59
Tecnología de enseñanza en el aula	2,04	0,61
Proyección social	2,12	0,63
Trabajos de investigación	2,25	0,58
Promedio	2.19	0.60

Escala: 1 a 4

1. Se establece las hipótesis nula y alternativa:

H_0 : $U > 2.50$ Existe alta percepción de los estudiantes de la enseñanza - aprendizaje de la carrera profesional de economía de las universidades, ciudad de Iquitos, 2018.

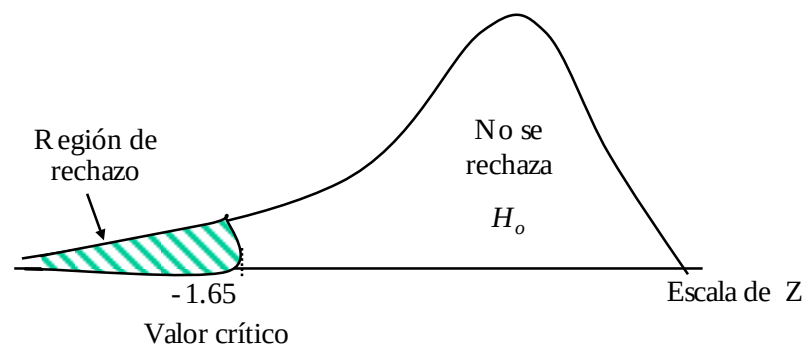
H_1 : $U \leq 2.50$ No existe alta percepción de los estudiantes de la enseñanza - aprendizaje de la carrera profesional de economía de las universidades, ciudad de Iquitos, 2018.

2. Nivel de significancia: 0.05. Es la probabilidad de un error de Tipo 1, que es la probabilidad de que se rechace una hipótesis nula cuando en realidad es verdadera.

3. Prueba estadística:

$$Z = \frac{\bar{X} - \mu}{\sigma / \sqrt{n}}$$

4. Regla de decisión:



$$Z = \frac{2.19 - 2.50}{0.60 / \sqrt{182}} = -6,97$$

El valor de -6,97 en la región de rechazo.

5. Se toma la decisión de no aceptar la hipótesis nula.

Esto significa que no existe alta percepción de los estudiantes de la enseñanza - aprendizaje de la carrera profesional de economía de las universidades, ciudad de Iquitos, 2018.

4.3.2 Segunda prueba de hipótesis.

Referente a calidad de docentes en la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos.

Tabla 21. Segunda prueba de hipótesis.

Calidad de docentes	Media	Desviación estándar
Métodos de enseñanza	2,35	0,60
Temas de enseñanza	2,41	0,63
Función de consejería	2,02	0,59
Dominio de tecnología de enseñanza	2,00	0,65
Producción bibliográfica	2,23	0,64
Promedio	2.20	0.62

Escala: 1 a 4

1. Se establece las hipótesis nula y alternativa:

$H_0: U > 2.50$ Existe alta percepción de los estudiantes de la calidad de docentes de la carrera profesional de economía en las universidades, ciudad de Iquitos, 2018.

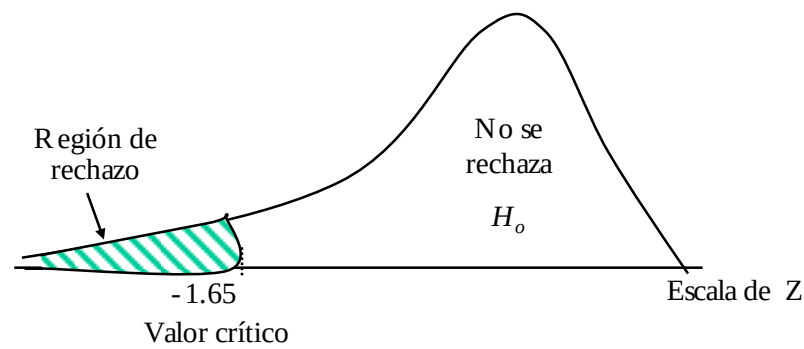
$H_1: U \leq 2.50$ No existe alta percepción de los estudiantes de la calidad de docentes de la carrera profesional de economía en las universidades, ciudad de Iquitos, 2018.

2. Nivel de significancia: 0.05. Es la probabilidad de un error de Tipo 1, que es la probabilidad de que se rechace una hipótesis nula cuando en realidad es verdadera.

3. Prueba estadística:

$$Z = \frac{\bar{X} - \mu}{\sigma / \sqrt{n}}$$

4. Regla de decisión:



$$Z = \frac{2.20 - 2.50}{0.62 / \sqrt{182}} = -6,53$$

El valor de -6,53 en la región de rechazo.

5. Se toma la decisión de no aceptar la hipótesis nula.

Esto significa que no existe alta percepción de los estudiantes de la calidad de docentes de la carrera profesional de economía en las universidades, ciudad de Iquitos, 2018.

4.3.3 Tercera prueba de hipótesis.

Referente a las competencias para integración al mercado en la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos.

Tabla 22. Tercera prueba de hipótesis.

Competencias para integración al mercado	Media	Desviación estándar
Demanda ocupacional	1,70	0,71
Demanda social	1,71	0,69
Oferta competitiva	1,80	0,69
Habilidades para el desarrollo profesional	2,20	0,75
Trabajo en equipo	2,43	0,76
Encuentro entre facultad y empresas	1,76	0,71
Promedio	1.93	0.72

Escala: 1 a 4

1. Se establece las hipótesis nula y alternativa:

H_0 : $U > 2.50$ Existe alta percepción de los estudiantes de las competencias de integración al mercado que brinda la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos, 2018.

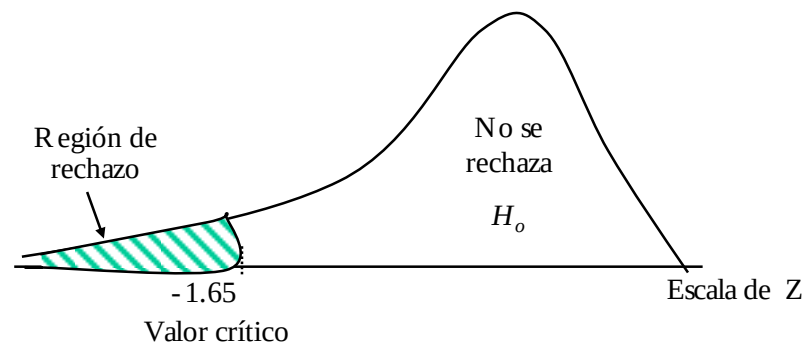
H_1 : $U \leq 2.50$ No existe alta percepción de los estudiantes de las competencias de integración al mercado que brinda la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos, 2018.

2. Nivel de significancia: 0.05. Es la probabilidad de un error de Tipo 1, que es la probabilidad de que se rechace una hipótesis nula cuando en realidad es verdadera.

3. Prueba estadística:

$$Z = \frac{\bar{X} - \mu}{\sigma / \sqrt{n}}$$

4. Regla de decisión:



$$Z = \frac{1.93 - 2.50}{0.72 / \sqrt{182}} = -10,68$$

El valor de -10,68 en la región de rechazo.

5. Se toma la decisión de no aceptar la hipótesis nula.

No existe alta percepción de los estudiantes de las competencias de integración al mercado que brinda la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos, 2018.

CONCLUSIONES

1. Referente a la enseñanza – aprendizaje, los estudiantes de economía señalan las siguientes percepciones.
 - a. Un grupo muy importante, 61,5%, expresa que es regular el horario de clases en el cual estudian.
 - b. Referente al diseño de las aulas, un alto porcentaje de los estudiantes, el 68,1% expresa que es regular la infraestructura que están recibiendo.
 - c. En relación a las tecnologías de enseñanza en el aula, el 67,6%, expresa que es regular la disponibilidad de tecnologías.
 - d. Respecto a la proyección social, el 62,6%, los estudiantes señalan que es regular las actividades de interacción con el entorno social que vienen realizando.
 - e. En las actividades de investigación que deben realizarse, los estudiantes expresan de modo reiterativo las bajas condiciones, siendo el 64,8%, de ellos quienes opinan como regular este trabajo.
2. Referente al indicador calidad de los docentes.
 - a. Respecto a los métodos de enseñanza, los estudiantes de economía de la universidad, califican en alto porcentaje, el 60,4%, como algo útil.
 - b. Sobre los temas de enseñanza que les brindan los docentes durante su formación académica, un alto porcentaje, el 56,6%, ha manifestado como algo útil lo que han recibido de sus docentes.
 - c. Sobre la función de consejería, el 68,1%, considera que es algo útil la consejería recibida por parte de sus docentes.
 - d. Referente al dominio de tecnología de enseñanza se ha determinado que otro significativo grupo de estudiantes, el 61,5%, señala como algo útil el dominio de tecnologías que tienen los docentes durante sus horas de enseñanza.
 - e. Al respecto de la producción bibliográfica, otro alto porcentaje, el 58,8%, señala que es algo útil la producción bibliográfica que les han brindado

sus docentes, lo cual explica la deficiencia en la lectura que tienen los estudiantes.

3. Respecto a las competencias de integración al mercado.

- a. La nueva Ley Universitaria N°30220, en su art. 40, señala que el diseño curricular debe estar de acorde a las necesidades regionales y nacionales. El 86,8% (integrado por el grupo de *nunca se hizo y algunas veces se hizo*), manifestó deficiencia en este indicador de gestión universitaria.
- b. Se ha establecido como nueva función de las universidades la contribución al desarrollo humano (art.7, Ley 30220), sobre este aspecto el resultado es desalentador, pues el 87,9% (formado por *nunca se hizo y algunas veces se hizo*), expresan que es deficiente el estudio de la demanda social, sobre las cuales debe diseñarse ofertas académicas.
- c. A fin de lograr ser competitivo en el mercado se requiere estudiar cómo están los competidores, información útil para la toma de decisiones. Sobre este aspecto un porcentaje, el 85,7% (formado por *nunca se hizo y algunas veces se hizo*), expresa que hay deficiencias en conocer a la competencia.
- d. Existe preocupación en el sistema educativo universitario por conocer permanentemente como se están insertando los egresados en el mercado laboral. Esto requiere de un estudio de las áreas de inserción laboral.

El estudio señala que el 30,2%, expresa opinión de que casi siempre se hace estudio de habilidades que requieren las empresas públicas y privadas.
- e. El trabajo en equipo es una habilidad muy importante cuando la institución es grande o está inserta con otras instituciones. El profesional debe practicarlo constantemente en las asignaturas que estudia, pero el porcentaje que expresa haberlo hecho es el 36,3% en sus estudios.
- f. Del estudio se concluye que la universidad se encuentra al margen de lo que acontece en las empresa y no se escucha la opinión de los

directivos, el 85,1%, señala resultados deficientes (los que opinan que *nunca se hizo y aquellos que alguna vez se hizo*).

RECOMENDACIONES

1. El tema de la enseñanza – aprendizaje requiere de una serie de cambios, que tengan como estándares lo señalado en las condiciones básicas de calidad que ha definido la Superintendencia de Universidades (SUNEDU). El horario de clases debe permitir que el estudiante compatibilice sus horas de estudio con sus horas de labor, considerando que la ciudad y la región presenta altos niveles de pobreza. Así mismo, la infraestructura debe corregirse en función de las normas de construcción señaladas por defensa civil. En un mundo de uso intensivo de tecnologías, la universidad debe incorporar en todo el proceso de enseñanza; donde muchas veces el costo no es alto, por ejemplo, un grupo de whastapp donde el profesor tenga contacto directo con sus estudiantes.
2. En el tema de la calidad de los docentes se recomienda elaborar un plan de gestión de calidad, donde se considere la capacitación de los docentes en metodologías de enseñanzas, métodos de evaluación, consejería estudiantil. Así mismo, el docente debe ingresar al dominio de la tecnología como es el uso del power point de modo eficiente en sus exposiciones para brindar una mejor enseñanza a los estudiantes.
3. Sobre las competencias de interacción al mercado la universidad debe realizar permanentemente estudios de la demanda de cada una de las carreras profesionales, así como de las competencias que requiere cada uno de los sectores económicos, por cuanto cada uno de ellos es diferente, y también se debe realizar más encuentros entre la facultad y las empresas a fin de generar convenios que puedan favorecer a los estudiantes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASAMBLEA NACIONAL DE RECTORES.** 2011. Población universitaria 2010. Datos estadísticos universitarios. p. 16.
- BANCO MUNDIAL.** 2013. *La calidad de la educación es relevante para las capacidades y el crecimiento.* p. 4. Junio. Disponible: www.worldbank.org.
- BANCO MUNDIAL.** 2003. Construir sociedades de conocimiento: nuevos desafíos para la educación terciaria. p. 42. Disponible: www.worldbank.org.
- CEPAL, 2009.** *La Educación Superior y el Desarrollo en América Latina.* p. 27. México.
- CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR,** Indecopi. Ley 29571, art. 1.
- CONEAU, 2008.** Modelo de acreditación de la educación universitaria.
- DÍAZ, José,** 2008. *Educación superior en el Perú: tendencias de la demanda y la oferta. Análisis de programas, procesos y resultados educativos en el Perú: contribuciones empíricas para el debate.* p. 83.
- EDEL, Rubén.** 2004. *El concepto de enseñanza – aprendizaje.* Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/301303017/download>.
- ERAZO, Boris.** 2016. *Estudio de las competencias emprendedoras en incorporados de la carrera de economía de la Universidad Técnica de Machala período 2009-2014,* tesis para optar el grado de licenciatura, Machala.
- IBÁÑEZ, B. C.** (1994). *Pedagogía y psicología interconductual.* Revista Mexicana de Análisis de la Conducta, 20, 99-112.
- KOTLER, Philip.** 2000. *Dirección de marketing.* Edición del milenio. Décima edición. p. 3. Madrid.
- LEY GENERAL DE EDUCACIÓN.** Ley Nro. 28044. p. 12 – 13.
- LÓPEZ, Cristina,** 2014. *Educación superior y TIC: conceptos y tendencias de cambio.* Vol. No. Especial.

- LÓPEZ ESPINAL**, Mariuxi. 2016. *Estudio de demanda de la carrera de administración de empresas de la Pucese en Colegios del Cantón Esmeraldas*, tesis para optar por el título de Ingeniero comercial mención productividad, Pontificio Universidad Católica del Ecuador.
- LÓPEZ SEGRERA**, Francisco, 2008. *Tendencias de la Educación Superior en el Mundo y en América Latina y el Caribe*. p. 267. Vol. 13. n. 2
- MERCADO**, María Eugenia y **MAMANI**, Ever. 2014. *La familia y la elección de carrera profesional en estudiantes de primer a quinto año de la carrera de turismo de la Universidad Mayor de San Andrés 2014*, tesis para optar el grado académico de Licenciatura en Turismo, Universidad Mayor de San Andrés, La Paz – Bolivia.
- MONTESANO**, Jean Carlos y **ZAMBRANO**, Estefanía. 2013. *Factores que influyen en la elección de una carrera universitaria en la Universidad Católica Andrés Bello*, tesis para optar el grado de Licenciatura en Economía, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- MUNGARAY**, Alejandro. 2001. *La educación superior y el mercado de trabajo profesional*. Revista electrónica de investigación educativa. p.62. Universidad Autónoma de Baja California. Vol, 3, No. 1.
- OCDE y el Banco Internacional para la Reconstrucción y el Desarrollo/El Banco Mundial**. 2007. *La educación terciaria transfronteriza: Un camino hacia el desarrollo de las capacidades*. p. 74 - 75. Ediciones Universidad Católica Silva Henríquez.
- PANTOJA PANTOJA**, Francisco Javier, 2010. Rentabilidad de la inversión en educación Beneficios privados y sociales. p. 53.
- PEDRAJA**, M., **RIVERA**, P. Y **MARZO**, M. 2004. *Las competencias profesionales. Comparativa entre las dotadas por las universidades y las demandadas por las organizaciones*. Cuadernos para la Educación Superior, 2004, 123-139.
- POMBO BUENDÍA**, Gustavo Adolfo. 2013. *Factores que determinan la probabilidad de emplearse de los egresados de los programas de economía del área metropolitana de Cali para el 2009*, tesis para optar el título de economista, Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali.
- TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR**, Decreto Supremo 006-2009-PCM, inc. a, art. 3.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONIA PERUANA. Memoria 2016.

Disponible en: www.unapiquitos.edu.pe.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONIA PERUANA. Memoria 2015.

Disponible en: www.unapiquitos.edu.pe.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONIA PERUANA. Memoria 2013.

Disponible en: www.unapiquitos.edu.pe.

VÁSQUEZ, Alberto, 2013. *Calidad y calidad educativa.* Investigación educativa.

Vol. 17 No 2.

UNESCO, 2008. *Tendencias de la Educación Superior en América Latina y el*

Caribe, Caracas. P. 21. Disponible en: www.unesco.org.

ANEXO N° 01

CUESTIONARIO PARA LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE ECONOMIA.

I. ENSEÑANZA - APRENDIZAJE.

Califique la calidad de los siguientes factores de la enseñanza – aprendizaje.		Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
1.	Horario de clases	1	2	3	4
2.	Diseño de aula.	1	2	3	4
3.	Tecnología de enseñanza en el aula	1	2	3	4
4.	Proyección social.	1	2	3	4
5.	Trabajos de investigación	1	2	3	4

I. CALIDAD DE DOCENTES.

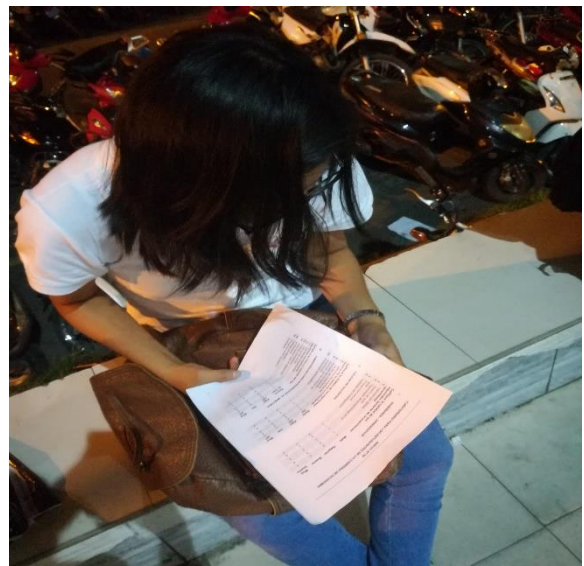
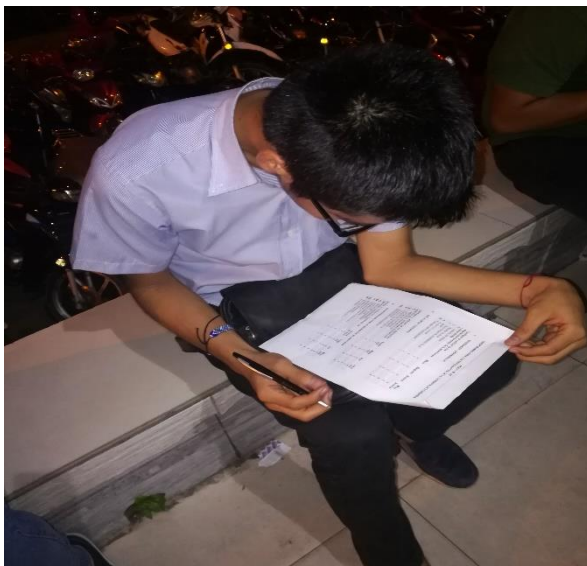
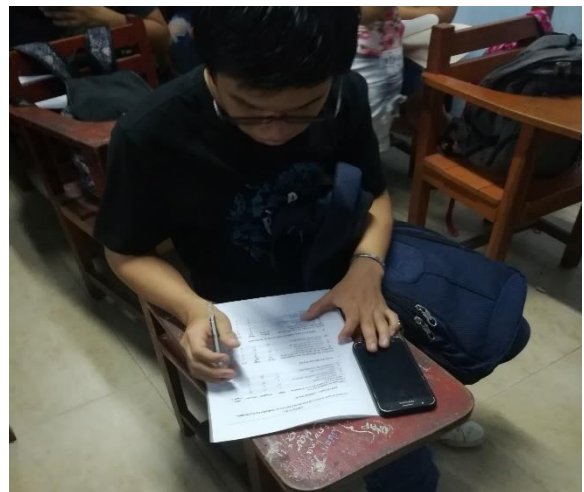
Califique la calidad los siguientes factores de la docencia universitaria:		Nada útil	Algo útil	Útil	Muy útil
6.	Métodos de enseñanza.	1	2	3	4
7.	Temas de enseñanza.	1	2	3	4
8.	Función de consejería.	1	2	3	4
9.	Dominio de tecnología de enseñanza.	1	2	3	4
10.	Producción bibliográfica.	1	2	3	4

II. COMPETENCIAS PARA INTEGRACIÓN AL MERCADO.

Señale si se hizo un estudio de las siguientes competencias:		Nunca se hizo	Algunas veces se hizo	Casi siempre se hace	Siempre se hace
11	Demanda ocupacional.	1	2	3	4
12	Demanda social.	1	2	3	4
13	Oferta competitiva.	1	2	3	4
14	Habilidades para el desarrollo profesional.	1	2	3	4
15	Trabajo en equipo.	1	2	3	4
16	Encuentro entre facultad y empresas	1	2	3	4

ANEXO N° 02

Fotografías de estudiantes encuestados.



ANEXO N° 3. MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	INDICADORES	INDICES
¿Cuál es el nivel de calificación de los factores de la demanda de la carrera de economía, ciudad de Iquitos, 2018?	Realizar un estudio de la calificación de los factores de la demanda de la carrera de economía, ciudad Iquitos, 2018.	Se observa alta calificación de los factores de la demanda de la carrera de economía, ciudad de Iquitos, 2018.	Factores para elección de una carrera profesional.	2. Enseñanza - aprendizaje	2.1. Horario de clases.
					2.2. Diseño de aula.
					2.3. Tecnología de enseñanza en el aula.
					2.4. Proyección social.
					2.5. Trabajos de investigación.
¿Qué percepción tienen los estudiantes de la enseñanza - aprendizaje en la carrera de economía de las universidades, ciudad de Iquitos, 2018?	Conocer la percepción de los estudiantes de la enseñanza - aprendizaje en la carrera de economía de las universidades, ciudad de Iquitos, 2018.	Se observa alta percepción de los estudiantes de la enseñanza - aprendizaje de la carrera de economía de las universidades, ciudad de Iquitos, 2018.		3. Calidad de docentes	3.1. Métodos de enseñanza.
					3.2. Temas de enseñanza.
					3.3. Función de consejería.
					3.4. Dominio de tecnología de enseñanza.
					3.5. Producción bibliográfica.
¿Qué percepción tienen los estudiantes de la calidad de docentes de la carrera de economía en las universidades, ciudad de Iquitos, 2018?	Conocer la percepción de los estudiantes de la calidad de docentes de la carrera de economía en las universidades, ciudad de Iquitos, 2018.	Se observa alta percepción de los estudiantes de la calidad de docentes de la carrera de economía en las universidades, ciudad de Iquitos, 2018.		4. Competencias de integración al mercado.	4.1. Demanda ocupacional.
					4.2. Demanda social.
					4.3. Oferta competitiva.
¿Cuál es la percepción de los estudiantes de las competencias de integración al mercado que brinda la carrera de economía, ciudad de Iquitos, 2018?	Conocer la percepción de los estudiantes de las competencias de integración al mercado que brinda la carrera de economía, ciudad de Iquitos, 2018.	Se observa alta percepción de los estudiantes de las competencias de integración al mercado que brinda la carrera de economía, ciudad de Iquitos, 2018.			

ANEXO N° 04

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTO DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

1. Datos generales.

1.1 Apellidos y nombres del investigador.

1.2 Título de la investigación.

Análisis de preferencias de factores de la demanda de la carrera profesional de economía, ciudad de Iquitos, 2018.

2. Aspectos de la investigación.

Indicador	Criterio	Calificación			
		Deficiente	Regular	Buena	Excelente
1. Lenguaje	Entendible				
2. Objetividad	Mide opinión sin restricciones				
3. Construcción	Secuencia lógica				
4. Respuestas	Va del peor escenario al mejor escenario				
5. Consistencia	Se sustenta teorías				
6. Tiempo	No agota				

Calificación promedio: _____

(Deficiente, regular, buena, excelente)

Comentarios: _____

Lugar y fecha: _____

Nombre y apellidos del experto