

Investigación

VALORACIÓN DE LAS CARRERAS DE FCE UNPSJB EN LA CORDILLERA PATAGÓNICA ARGENTINA. DIFERENCIALES SEMÁNTICOS

Nora Beatriz Trifaró

Profesor Titular. Doctor of Business Administration,
Concentration in Marketing (EEUU)
Master en Marketing y Dirección Comercial (España)
Esp. Universitario Internacional en Turismo en espacios
naturales y rurales (España)
Lic. en Administración (UNPSJB)
Contador Público (UNPSJB)
UNPSJB, Argentina.
E-mail: nora.trifaro@gmail.com

María Elena Sendín

Profesor Titular Regular. Master en técnicas actuales
de Estadística aplicada (UNED)
Master en evaluación de impacto ambiental (España)
Esp. en Docencia e Investigación en Ciencias
Económicas (UNPSJB)
Lic. en Matemática aplicada, orientación en Estadística
e Investigación operativa (UNLP)
UNPSJB, Argentina.
E-mail: gonsen1@speedy.com.ar

María Celeste Ramírez

Profesor Adjunto Regular
Esp. Experto en Coaching (U. Miguel Cervantes
Fundación Universitaria Iberoamericana)
Lic. en Administración (UNPSJB)
UNPSJB, Argentina.
E-mail: ramirez.m.celeste@gmail.com

RESUMEN

Enmarcado en el PI "Actores y Factores del Microentorno de la Delegación Esquel de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco", surge este trabajo en el que se aplica una herramienta propia de la investigación de mercado, el Diferencial Semántico (DS). La finalidad del DS es medir la significación que tiene cierto objeto o situación para las personas, buscando captar el significado afectivo. En el presente trabajo se consulta a los estudiantes respecto de las Carreras de Grado que ofrece nuestra institución buscando precisar las cualidades relativas a la misma disciplina en relación con aspectos académicos y laborales. Preguntas que intentamos responder son: ¿Cuál es la valoración del alumno de grado de Ciencias Económicas de la profesión para la que se está formando y de la carrera que está cursando? ¿Hay diferencias en estas valoraciones según la altura de la carrera en la que se encuentra? ¿Cuál es su percepción de las características de la disciplina elegida y sus incumbencias profesionales?. Los calificativos que los estudiantes aportan espontáneamente respecto a las carreras que cursan son útil, práctica, importante e interesante. Que la carrera elegida se dicte en la Facultad fue uno de los factores motivacionales que determinaron su permanencia en Esquel, para realizar sus estudios universitarios. La opinión hacia la Facultad como institución, tanto para los estudiantes que están ingresando a las distintas carreras como para quienes están finalizando sus cursados, es de aceptación.

Palabras clave: marketing, educación universitaria, representaciones sociales, información

Recibido: 18 - 01 - 2017 - **Aceptado:** 15 - 02 - 2017

ABSTRACT

Placed in the IP "Actors and Factors of The Microentorno of the Esquel Delegation of the Faculty of Economic Sciences of the Patagonia San Juan Bosco National University", this work arises in which a specific tool of market research is applied. Semantic Differential (DS). The purpose of DS is to measure the meaning that has a certain object or situation for people, seeking to grasp the affective meaning. In the present work, the students are consulted regarding the degree courses offered by our institution, seeking to specify the qualities related to the same discipline in relation to academic and labor aspects. Questions that we try to answer are: What is the valuation of the student of degree of Economic Sciences of the profession for which it is being formed and of the race that is taking? Are there differences in these ratings according to the height of the race in which you are? What is your perception of the characteristics of the chosen discipline and its professional responsibilities?. The qualifications that the students contribute spontaneously regarding the races that they are useful, practical, important and interesting. That the chosen race was dictated in the Faculty was one of the motivational factors that determined its permanence in Esquel, to carry out its university studies. The opinion of the Faculty as an institution, both for the students who are entering the different careers and for those who are finishing their courses, is of acceptance.

Keywords: marketing, university education, social representations, information

VALUATION OF THE FCE UNPSJB RACES IN THE PATAGONIAN CORDILLERA ARGENTINA. SEMANTIC DIFFERENTIALS

Nora Beatriz Trifaró

Associate Professor. Doctor of Business Administration, Concentration in Marketing (USA). Master in Marketing and Commercial Management (Spain) International University Esp. In Tourism in natural and rural areas (Spain). Lic. In Administration (UNPSJB) Public Accountant (UNPSJB). UNPSJB, Argentina.
E-mail: nora.trifaro@gmail.com

María Elena Sendín

Regular Full Professor Master in current techniques of applied statistics (UNED). Master in environmental impact assessment (Spain). Esp. In Teaching and Research in Economic Sciences (UNPSJB) Lic. In Applied Mathematics, Orientation in Statistics and Operational Research (UNLP). UNPSJB, Argentina.
E-mail: gonsen1@speedy.com.ar

María Celeste Ramírez

Regular Adjunct Professor
Esp. Expert in Coaching (U. Miguel Cervantes Ibero-American University Foundation). Lic. In Administration (UNPSJB). UNPSJB, Argentina.
E-mail: ramirez.m.celeste@gmail.com

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo académico ha sido desarrollado con información relevada en el marco del Proyecto de Investigación “Actores y Factores del Microentorno de la Delegación Esquel de la Facultad de Ciencias Económicas De La Universidad Nacional De La Patagonia San Juan Bosco”, acreditado por la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Nación Argentina.

Ciencias Económicas es un centro de educación superior con cincuenta años de trayectoria, y una de las cinco Facultades que conforman la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco. La Sede del Decanato de la Facultad de Ciencias Económicas se encuentra en la ciudad de Trelew, en la provincia de Chubut, en Patagonia Argentina. Existen, además, Delegaciones Académicas en Comodoro Rivadavia y Esquel. Nuestra Casa tiene una extensa trayectoria formando profesionales en las áreas relacionadas a ciencias y tecnologías económicas, comerciales y administrativas.

La Facultad de Ciencias Económicas, en la Delegación de Esquel, dicta asignaturas en el marco de las siguientes carreras de grado y pre grado: Contador Público, Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas y Tecnicatura Universitaria Contable. Se pretende lograr una enseñanza de calidad que combine la adecuada fundamentación de los contenidos con la orientación a la práctica, las nuevas tecnologías y la preparación para los nuevos desafíos de la sociedad.

La Delegación Esquel de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia es una organización en sí misma que presta servicios públicos esenciales para el desarrollo de sus grupos de interés (Stakeholders) y para el contexto en el que se halla inmersa. Por ello, es factible y deseable que se aplique a la gestión institucional una administración que garantice su subsistencia e impulse su crecimiento.

Existe un nuevo escenario histórico en el cual se modifican las formas en que se administran los procesos educativos promoviendo cambios profundos en la gestión de las universidades, impulsándolas hacia una integración progresiva de criterios de gestión pública con criterios de gestión empresarial. Esta evolución reclama cambios estratégicos en la administración de la capacidad de anticipación de las demandas futuras.

Frente a la necesidad de contar con información sobre actores sociales y factores involucrados en el proceso relacional de la Delegación Esquel de la Facultad de Ciencias Económicas de nuestra Universidad, el Proyecto propone la recopilación y sistematización de datos del microentorno, que reduzcan incertidumbre para viabilizar el proceso de planificación, gestión y control de la institución.

En la estructura social los actores ocupan diferentes posiciones y desempeñan múltiples roles. Es precisamente esta complejidad de relaciones la que permite que estos actores puedan efectivamente influir y cambiar la realidad que los rodea.

En el presente trabajo han sido objeto de análisis los estudiantes que actualmente cursan al menos una de las carreras de grado y pre grado que ofrece nuestra delegación, porque éstos representan uno de los actores que son objeto de estudio de ésta investigación y forman parte del Microentorno, dado que ejercen una influencia inmediata en la organización afectando su capacidad.

El objetivo general ha sido recabar información mediante la consulta a los estudiantes respecto de las carreras que ofrece nuestra institución buscando precisar las cualidades relativas a la misma disciplina en relación con aspectos académicos y laborales.

Los objetivos específicos pretenden determinar la valoración del alumno de grado de Ciencias Económicas de la profesión para la que se está formando y de la carrera que está cursando; indagar si existen diferencias en estas valoraciones según la altura de la carrera en la que se encuentra; conocer cuál es su percepción de las características de la disciplina elegida y sus incumbencias profesionales.

Dado que se busca conocer la valoración de los estudiantes respecto a las carreras que cursa y a la institución, se aplica una herramienta propia de la investigación de mercado, el Diferencial Semántico (DS). La finalidad del DS es medir la significación que tiene cierto objeto o situación para las personas, buscando captar el significado afectivo.

2. MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Desde la disciplina del marketing el Microentorno está representado por las fuerzas cercanas a la empresa que influyen en la capacidad de la misma para atender a sus clientes: la propia empresa, los proveedores, los intermediarios de marketing, los mercados de consumo, los competidores y los grupos de interés. (Kotler. P. y Armstrong, G. 2004:117)

En el ámbito comercial, se define "entorno" como el lugar donde la organización debe efectuar la búsqueda de sus oportunidades y de posibles riesgos; está integrado por todos los actores y factores no controlables que afectan la capacidad organizacional para negociar con eficacia con su mercado meta, que influyen en el comportamiento del mercado y en las decisiones de la organización, condicionando el desarrollo de la relación de intercambio. Existen factores demográficos, económicos, culturales, sociales, legales, políticos, tecnológicos y del medio ambiente, que, aunque más lejanos y genéricos, afectan las actividades comerciales y a otros aspectos de la vida de las organizaciones y de la sociedad: el Macroentorno. Otros actores y factores, que son el objeto de estudio

de esta investigación y constituyen el Microentorno, ejercen una influencia inmediata a la organización afectando su capacidad de satisfacer a sus clientes internos y externos.

Tal como exponen Sendín, M. E. y Trifaró, N. B. (2012:13), se puede definir a los "actores sociales" como sujetos colectivos que controlan recursos de poder (asociación de voluntades, de movilización social, de representación, recursos económicos, etc.) suficientes como para influir en forma determinante sobre los acontecimientos que afectan el desarrollo organizacional.

- Los actores tienen fines y actúan para lograrlos,
- Eligen ciertos medios para llegar a esos fines,
- Ponen en juego recursos, costos y beneficios,
- Pueden actuar intencionalmente,
- Pueden utilizar racionalidad paramétrica o estratégica,
- Son capaces de influir,
- Conocen muchas formas de actuar,
- Se rigen por normas,
- Piensan e implementan estrategias distintas,
- Su acción puede ser más o menos eficaz y eficiente.

Se puede definir a los "factores" como aquellos elementos que producen un efecto o que contribuyen a la consecución de ciertos resultados. Estudiaremos factores vinculantes de los actores sociales y nuestro sistema en análisis.

En el marco del Proyecto de Investigación hemos trabajado en reconocer a aquellos que representan el Microentorno de la Delegación Esquel de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco.

2.1 Reseña del Proyecto de Investigación

En el marco del proyecto de investigación “Actores y Factores del Microentorno de la Delegación Esquel de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco”, surgió como prioridad analizar los procesos de decisión de los consumidores potenciales de la oferta de grado y pre grado de la institución.

El proyecto de investigación mencionado nace como inquietud por parte del equipo de gestión respecto al posicionamiento de la organización generado por la percepción de que la matrícula de ingresantes disminuía año a año. Por otro lado, existía la posibilidad de replicar un proyecto de Microentorno realizado para la Facultad en el ámbito geográfico del Valle Inferior del Río Chubut y Puerto Madryn. En las primeras Jornadas de Investigación en Ciencias Económicas de la Facultad se dejó de manifiesto la necesidad de que el mismo sea replicado en las Delegaciones, de modo de unificar criterios de relevamiento y análisis de información útil para la toma de decisiones.

Uno de los primeros actores analizados en el proyecto de investigación citado, fueron los consumidores potenciales de la oferta académica de la Facultad, ya que representan uno de los más significativos. Por el momento, el equipo se encuentra analizando a otros actores de importancia, tales como: graduados de las carreras de grado y pre grado de la delegación y Delegados Académicos de la institución. En el presente trabajo se exponen los resultados obtenidos de la consulta efectuada a los actuales alumnos de la Delegación.

3. METODOLOGÍA

La técnica de Diferencial Semántico (DS) consiste en pedirle al entrevistado que evalúe un concepto. Éste se encuentra ubicado en la parte superior de una tabla y

debajo de él hay pares de adjetivos o frases opuestas que lo califican, generalmente separados por siete espacios dando lugar a una escala de medición para cada par. Quien responde debe utilizar uno de estos siete espacios para expresar el sentimiento que el concepto despierta en él. Con una marca puesta en uno solo de los siete espacios de cada renglón manifiesta que el concepto está relacionado con el adjetivo o la expresión más cercana a la marcación. Cuanto más próximo piense que está relacionado a uno de los extremos, más próximo al mismo colocará la marca. Marcando el espacio central indica que la palabra está relacionada con los dos opuestos por igual, o mejor dicho con ninguno de ellos en especial.

Según Heise (1970), la metodología de DS involucra algunas consideraciones a tener en cuenta:

- Los ordenamientos sobre escalas de adjetivos bipolares tienden a estar correlacionados y sólo tres dimensiones de respuesta contabilizan la mayor parte de la covariación entre los ordenamientos. Las tres dimensiones son etiquetadas como Evaluación, Potencia y Actividad (EPA).
- Algunas escalas de adjetivos son casi mediciones puras de las dimensiones EPA; por ejemplo, bueno-malo para Evaluación; potente-débil para Potencia y rápido-lento para Actividad. Al usar escalas puras de este tipo, se puede obtener, con considerable economía, mediciones confiables de la respuesta global de una persona hacia algo. Generalmente, un concepto es calificado sobre muchas escalas puras asociadas con una única dimensión, y los resultados son luego promediados para proveer un puntaje para cada dimensión o factor. Las mediciones de un concepto sobre las dimensiones EPA se llaman “perfil del concepto”.
- Las mediciones EPA son apropiadas cuando uno está interesado en respuestas afectivas. El sistema

EPA permite comparaciones de reacciones afectivas hacia una amplia variedad de cosas. Los EPA han sido aplicados a roles sociales, estereotipos y personas individuales entre otros conceptos.

En nuestro caso, nos centramos en la medición de la opinión de nuestros estudiantes (cursantes de primeros y últimos años) hacia el concepto: FCE - UNPSJB= Facultad de Ciencias Económicas - Universidad de la Patagonia.

Los bancos de frases o adjetivos opuestos utilizados en los DS a los efectos de que fuesen de aplicabilidad a los conceptos de interés, fueron elaborados en función de la bibliografía revisada por los investigadores del proyecto. La mayoría de las escalas de frases seleccionadas no son mediciones puras de las dimensiones EPA. Utilizaríamos, en consecuencia, una denominación para el sistema EPA, apropiada al concepto objeto del estudio, como lo hacen Saleme-Rosig (2000).

En cuanto a la codificación de las opiniones, existen varias formas de codificar las siete categorías de una escala, según lo indican Hernández Sampieri et al (2008). Nosotros utilizamos la escala que oscila entre 1 y 7, con este último valor se etiqueta al adjetivo o frase más favorable. Como había pares que no eran ni positivos ni negativos para un concepto dado, evitamos el manejo de números negativos.

El instrumento utilizado para recabar la información está localizado en la página Web http://gonsen.com/DS_alumnos_FCE_esquel.html.

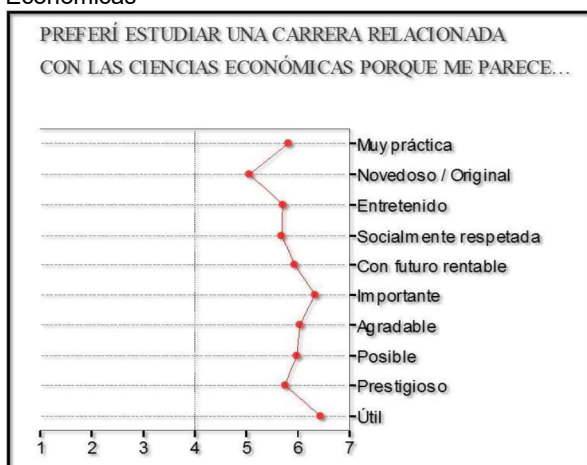
Fueron formularios con escalas de DS elaborados ad-hoc para abordar los distintos conceptos de interés. La validez tiene que ver con que si se mide realmente lo que se intenta medir. La revisión de las escalas por parte de expertos sería la manera de probarla. La objetividad o validez (insesgadez), en nuestro caso, se promueve a partir de la opinión crítica de los miembros de la unidad ejecutora, la cual gozó de ser interdisciplinaria.

Para la aplicación auto-administrada de los formularios, se seleccionaron distintos cursos de todos los años. Los datos corresponden al ciclo lectivo 2017, respondiendo un total de ochenta y tres (83) estudiantes cursantes de los primeros dos años, y treinta y cuatro (34) pertenecientes a los últimos años. Se compararon los perfiles de estos dos grupos.

Las escalas utilizadas constituyeron muestras pilotos de instrumentos, los cuales, una vez analizados y alcanzadas las versiones finales, serían aplicables a otros grupos de estudiantes de interés en nuestra zona de influencia y en otros ámbitos pertenecientes a la Facultad de Ciencias Económicas de la UNPSJB, dado su carácter regional.

4. RESULTADOS

a) El primer análisis, fue resumir la información de los calificativos que los estudiantes aportan espontáneamente, respecto a las carreras que cursan, mediante el programa Tagxedo. Los resultados se presentan en la siguiente imagen (Figura 1)

Gráfico 2. Elección carrera Ciencias Económicas

Fuente: Elaboración Propia.

d) El cuarto análisis fue resumir la información con medidas descriptivas para cada uno de los adjetivos opuestos del DS, o frases, correspondiente a "la FCE UNPSJB es..." contrastando cada promedio observado con el valor 4, centro de la escala. Con este procedimiento se detectan las características más discriminantes a la hora de definir el concepto objeto de interés.

- Análisis estadísticos univariados del DS "la FCE UNPSJB es..."

En la Tabla 2 aparecen las medidas resúmenes, Media y Desviación Estándar (DE), alcanzadas para cada cualidad que constituyen el DS para el constructo "la FCE UNPSJB es...". El valor central de la escala (4) representa la imposibilidad de definirse hacia uno u otro extremo; se testea cada promedio con este valor a fin de destacar los atributos más discriminatorios.

Tabla 2. Concepto "la FCE UNPSJB es...". Estadísticos univariados y pruebas t para H_0 : Media=4

Cualidad incluida en el DS	Media	DE	n	t
ORGANIZADA administrativamente	6,11	1,012	113	22,122**
INNOVADORA/MODERNA EN SUS DECISIONES INSTITUCIONALES	5,09	1,324	110	8,641**
PRESTIGIOSA	5,70	1,162	110	15,348**
AMIGABLE	6,24	,957	113	24,873**
DE ALTA CALIDAD ACADÉMICA	5,86	,986	111	19,924**
TECNIFICADA	5,46	1,143	109	13,326**
POPULAR	5,64	1,126	111	15,335**
DEMOCRÁTICA	5,82	1,169	111	16,397**
UNA INSTITUCIÓN CON FUTURO	6,23	,805	111	29,106**
ADECUADAS COMODIDADES EDILICIAS	5,40	1,188	102	11,920**
Significancia del test t para H_0 : Media=4: *P<0,05 y ** P<0,001. NS: No significativo				

Fuente: Elaboración propia

Para el concepto “la FCE UNPSJB es...”, se obtuvieron valores promedios que superan al centro de la escala en todos los atributos. En general, la valoración de lo que es la FCE es considerablemente positiva en todos los aspectos.

Entre todos los atributos, los dos que obtienen una puntuación media más elevada son, en orden decreciente, “AMIGABLE” (6,24) y “UNA INSTITUCIÓN CON FUTURO” (6,23). Esto da idea de que las características más valoradas por los estudiantes se encuentran ligadas al ambiente y futuro de la Institución. A estos dos atributos fundamentales, se añaden el que es “ORGANIZADA administrativamente” (6,11) que se liga a un funcionamiento adecuado y sustentable de la Facultad como institución.

Análisis de confiabilidad del DS

En una escala “confiable” las respuestas dadas a ella diferirán porque quienes responden tienen diferencias en sus opiniones respecto del constructo que se desea medir y no debido a que el instrumento es confuso o tiene múltiples interpretaciones. Los enunciados que componen la escala tienen una buena correlación entre sí, de manera que se puede concluir que verdaderamente existe tal constructo y la escala capta la opinión de la población encuestada sobre el objeto evaluado.

Para estimar la confiabilidad de un instrumento, consistencia interna u homogeneidad entre los ítems o enunciados que lo componen, aplicado a una población de sujetos se utiliza comúnmente una medida conocida como Alfa de Cronbach, que está basada justamente en la correlación inter-elementos del instrumento. La popularidad del coeficiente se debe a la practicidad de su uso ya que requiere una sola administración del instrumento.

“El valor mínimo aceptable para el coeficiente alfa de Cronbach es 0,70; por debajo de ese valor la consistencia interna de la escala utilizada es baja. Por su parte, el valor máximo esperado es 0,90; por encima de este valor se considera que hay redundancia o duplicación. Varios ítems están midiendo exactamente el mismo elemento de un constructo; por lo tanto, los ítems redundantes deberían eliminarse. Usualmente, se prefieren valores de alfa entre 0,80 y 0,90.” (Oviedo H. y Campo-Arias, A, 2005).

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,792	10

Se desprende que las 10 cualidades son importantes a la hora de evaluar a la Facultad. No se identifican cualidades problemáticas que precisen ser excluidas. El valor encontrado para α de Cronbach estandarizado es de 0,792, lo que habla de confiabilidad de la escala DS utilizada para medir el concepto “La FCE UNPSJB es...”.

e. Comparaciones entre grupos de alumnos de los primeros y de los últimos años

El quinto análisis correspondió al estudio de las relaciones entre las puntuaciones de la escala correspondiente a “la FCE UNPSJB es...” y la variable clasificatoria “curso” al que asiste el estudiante. Muestra las diferencias de opinión encontradas entre los cursos de estudiantes debido al tiempo transcurrido en su paso por la Institución. De hallarse una brecha significativa entre grupos, es menester mostrar perfiles semánticos diferenciados.

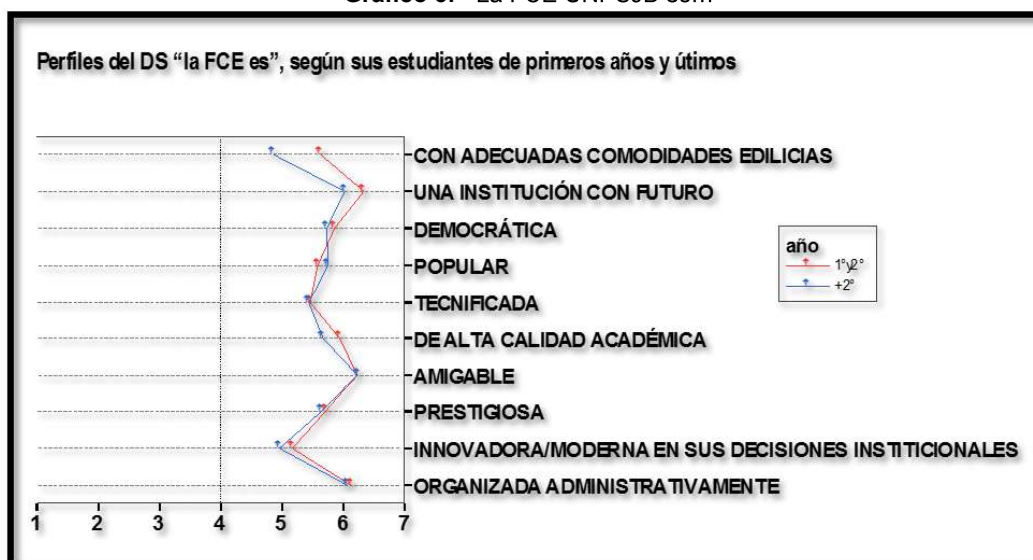
El alfa de Cronbach correspondiente a cada curso mostró que el instrumento posee consistencia interna, 0,80 para el primer curso y 0,78 para el último.

Como el tiempo transcurrido en su paso por la Institución puede ser un factor crucial a la hora de dar

calificar a la Facultad, se compararon los perfiles semánticos de ambos grupos.

Las valoraciones promedio de todas las cualidades son altas en los dos grupos de estudiantes, revelando la mirada positiva del estudiantado hacia la institución, sin distinción entre ambos.

Gráfico 3. "La FCE UNPSJB es..."



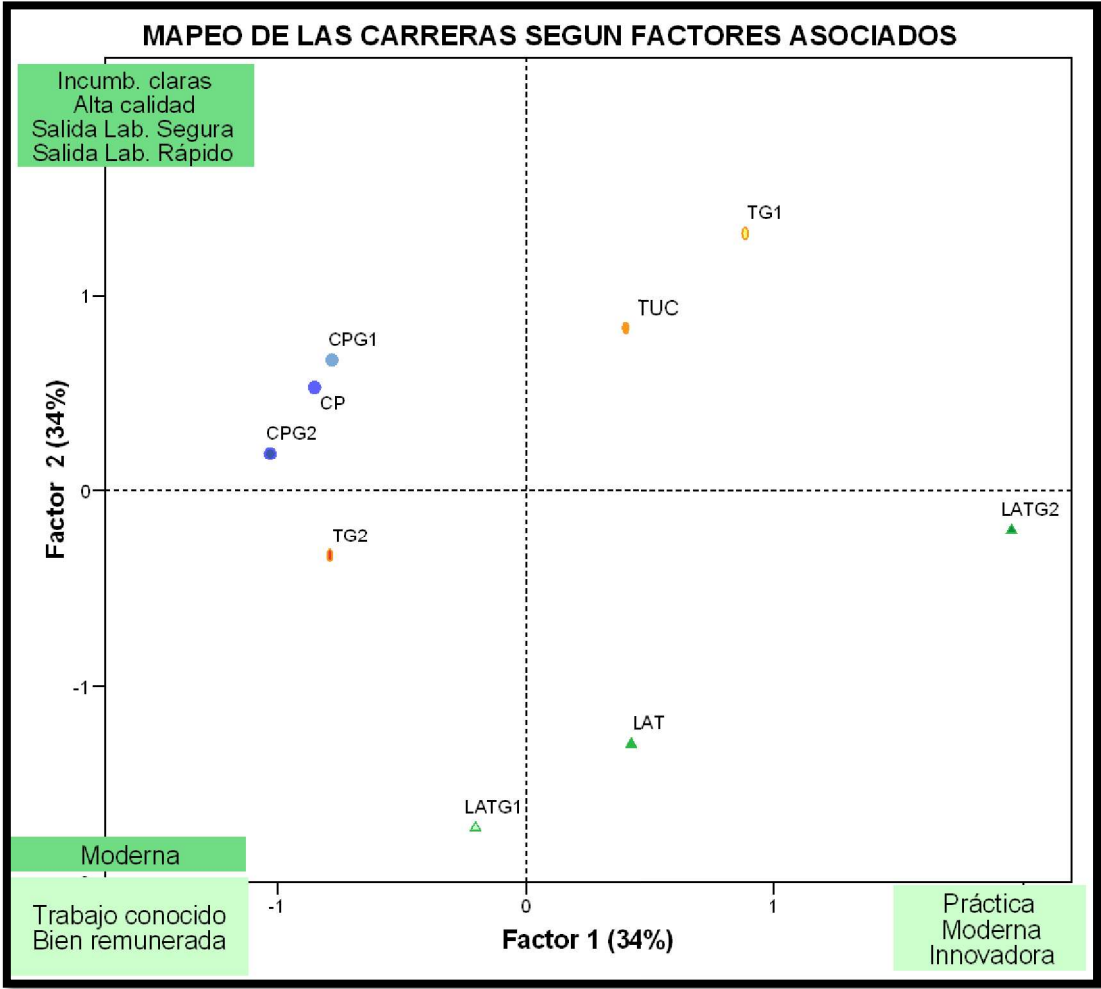
Fuente: Elaboración propia

f. Comparando características de las carreras mediante Análisis Factorial

De nuestro último análisis, resulta el siguiente mapeo en el que se representan las características de

las diferentes carreras de nuestra institución en la delegación cordillerana, según las percepciones de los estudiantes:

Gráfico 4: Mapeo de carreras



Fuente: Elaboración propia.

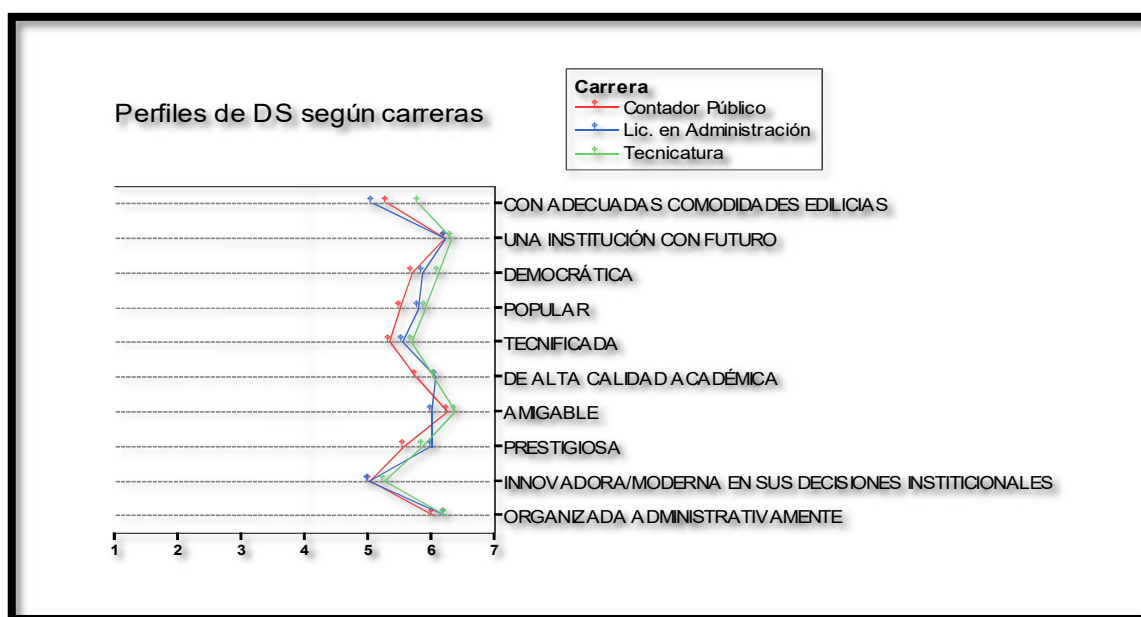
De las carreras que ofrece nuestra institución, la Licenciatura en Administración en Empresas Turísticas es especialmente práctica e innovadora para sus estudiantes de mayor antigüedad en la carrera ubicados en el semiplano derecho.

El posicionamiento de Contador Público tiene un comportamiento coincidente con la faceta laboral

esperada. Considerada por sus alumnos como de trabajo conocido y bien remunerada.

Observando los semiplanos superior e inferior, la Tecnicatura Universitaria Contable, en especial para los alumnos de los primeros años, tiene una imagen positiva en cuanto a la salida laboral segura y rápida, de alta calidad e incumbencias claras, por ser el grupo que está más arriba.

Gráfico 5. Comparación de DS entre carreras



Fuente: Elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

En este trabajo, desarrollado en el marco del proyecto de investigación “Actores y Factores del Microentorno de la Delegación Esquel de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco”, se presentan estudios relacionados con la valoración de carreras en la FCE UNPSJB, Delegación Esquel, según las representaciones sociales de sus estudiantes.

La opinión hacia lo que es la Facultad, tanto para los estudiantes que están ingresando a la institución como para quienes están terminando el cursado de carreras, es de aceptación. La dirección de los perfiles de los DS es positiva en ambos casos. Esta actitud hacia la institución, beneficiaría el sentimiento de pertenencia a la misma.

La oferta académica que brinda la Facultad es atractiva para los estudiantes y facilita económicamente estudiar en la ciudad de Esquel. En relación a esto último, entendemos que esto se debe a que se reciben en la localidad alumnos de otras regiones.

Comprendemos que se debe trabajar estratégicamente en mejorar el posicionamiento de la Facultad, para no ser sólo una opción económica o de oferta de carreras de grado y pre grado, sino como referente de calidad educativa.

La Licenciatura en Administración en Empresas Turísticas es considerada práctica e innovadora para sus estudiantes de mayor antigüedad en la carrera.

SE considera a Contador Público como una carrera de trabajo conocido y bien remunerado.

La Tecnicatura Universitaria Contable, en especial para los alumnos de los primeros años, tiene una

imagen positiva en cuanto a la salida laboral segura y rápida, de alta calidad e incumbencias claras.

Se desprende del análisis de los resultados que a medida que el estudiante avanza en la carrera manifiesta las dificultades que se presentan en las comodidades edilicias. El crecimiento de la población de estudiantes en la Delegación Zonal de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, es uno de los factores que repercute en este punto, dado que la inversión destinada a la ampliación de las instalaciones no ha sido acorde a esta variable. Si bien entendemos que esto deviene de restricciones presupuestarias que no sólo dependen de la Facultad, resulta importante atender estos aspectos vinculados a las comodidades edilicias, ya que influyen indirectamente con la calidad educativa.

Los resultados del presente estudio no son concluyentes sino parciales. Esta investigación continúa en el marco del Proyecto hasta abril de 2018, aunque creemos que la importancia de los datos obtenidos, amerita la existencia de un observatorio permanente de la realidad contextual de la institución que releve información para permitir procesos decisorios adecuados desde la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, de modo de reforzar con acciones concretas, la contención y satisfacción de las necesidades y expectativas de la juventud regional en materia de educación universitaria en ciencias económicas.

6. REFERENCIAS

Agresti, A. (1996). *An Introduction to Categorical Data Analysis*. Wiley, EEUU.

Drucker, P. F. (1987). *La Innovación y el Empresariado Innovador*. Sudamericana. Argentina.

- Elousa Oliden, P., Zumbo, B. (2008). Coeficientes de fiabilidad para escalas de respuesta categórica ordenada, *Psicothema*, Vol. 20, Nº 4.
- García Pérez, A. (2005). Métodos avanzados de estadística aplicada. Técnicas avanzadas. UNED, España.
- Gempl Fuentealba, R. (2006) El error estándar de medida y la puntuación verdadera de los test psicológicos: algunas recomendaciones prácticas. Sociedad Chilena de psicología clínica. Revista electrónica TERAPIA PSICOLOGICA.
- Guilford, J.P. y Fruchter, B. (1984) Estadística aplicada a la psicología y la educación. McGraw Hill.
- Heise, D. R. (1970). The Semantic Differential and Attitude Research. Ed. Gene F. Summers Pearson Prentice Hall, Chicago.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar. (2008). Metodología de la investigación. McGraw Hill, México
- Kotler, Philip y Armstrong, Gary. (2004). Marketing. Pearson Prentice Hall. Madrid, España.
- Lydersen, S., Pradhan, V., Senchaudhuri, P. Laake, P. (2007) Choice of test for association in small sample unordered $r \times c$ tables. Published online 20 February 2007 in Wiley InterScience.
- Mccullagh P., Nelder J. (1989) Generalized Linear Models. Chapman and Hall, London.
- Neter J., Kutner M., Nachtsheim C., Wasserman W. (1996). Applied Linear Statistical Models. IRWIN, EEUU.
- O'Connor, B & Merino, C. (2009). Precauciones respecto al Análisis Factorial con Datos al Nivel del Ítem.
- Oviedo, Heidi C. y Campo-Arias, Adalberto. (2005) Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *rev.colomb.psiquiatr.* vol.34 no.4 Bogotá, Colombia. Disponible en : http://www.scielo.unal.edu.co/scielo.php?pid=S0034-4502005000400009&script=sci_arttext
- Ries, A. and Trout, J. (1969) Posicionamiento es el juego que utiliza la gente en el actual mercado. *Industrial Marketing*, Vol. 54, Nº 6, pp.51-55.
- Reyes Rodríguez, L. (2007) La teoría de acción razonada: implicaciones para el estudio de las actitudes. Universidad Pedagógica de Durango, Revista INED.
- Sendín, M. E., Felgueras, J. et al. (2010) Formación recibida en la FCE UNPSJB-Sede Trelew: Una mirada crítica según sus graduados. Libro de resúmenes y CD de trabajos completos de las XXV Jornadas Nacionales de Docentes de Matemática de Facultades de Ciencias Económicas y Afines. (ISBN 978-987-1378-14-2)
- Sendín, M. E., Trifaró, N.(2011) Buscando información sobre el microentorno de la FCE UNPSJB en el VIRCH y P. Madryn. Anuario de la FCE 2009-2010. (ISBN 978-950-763-118-4)
- Santesmases Mestre, M., Sánchez de Dusso, F., Kosiak de Gesualdo, G. (2004). Marketing. Conceptos y Estrategias. Pirámide 2000 Versión Argentina. Cúspide, España.
- Saleme, Hilda F. y Rosig, Estela I. (2000). Representación social de Universidad ajustada a los resultados de un diferencial semántico. *RIDEP* • Vol. 9 • Nº 1

Sendín, María E. y Trifaró, Nora B. (2012). Diagnóstico de Posicionamiento: El caso de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia Argentina). eae Editorial Académica Española, Saarbrücken, Alemania.

Scorr Long J., Freese J. (2006). Regression Models for Categorical Dependent Variables Using Stata. Stata Press, EEUU.

Sprent P., Smeeton N. C. (2000). Applied nonparametric statistical methods. Chapman & Hall/CRC, EEUU.

Trifaró, N. y Sendín, M. E. (2011) Diagnóstico de posicionamiento de la FCE UNPSJB. Anuario de la FCE 2009-2010. (ISBN 978-950-763-118-4)

Weiers, R. (1986). Investigación de Mercados. Ed. Prentice Hall p 96 – 137, México