

**VIABILIDAD DE OFERTAR EL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES LOS FINES DE SEMANA EN LA
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA SECCIONAL PEREIRA**

PROPUESTA DE TRABAJO DE GRADO

PRESENTADO POR:

JUAN CAMILO MARULANDA VASQUEZ

TATIANA LOPEZ MARTINEZ

CAMILO CORREA SALAZAR

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y
FINANCIERAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
PEREIRA**

2017

**VIABILIDAD DE OFERTAR EL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES LOS FINES DE SEMANA EN LA FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA SECCIONAL PEREIRA**

PRESENTADO POR:

JUAN CAMILO MARULANDA VASQUEZ

TATIANA LOPEZ MARTINEZ

CAMILO CORREA SALAZAR

ASESOR:

JHON JAIRO MARIN RESTREPO

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y
FINANCIERAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
PEREIRA
2017**

Tabla de contenido

1. Título del trabajo.....	6
2. Planteamiento del problema.....	6
3. Justificación	10
4. Objetivos	12
4.1. Objetivo general	12
4.2. Objetivos específicos.....	12
5. Poblacion y muestra.....	13
5.1. Colegios e Instituciones Educativas.....	13
5.2. Empresas	15
6. Análisis de los resultados.....	17
6.1. Resultados colegios públicos	18
6.2. Resultados colegios privados	24
6.3. Resumen general de los colegios	30
6.4. Resultados empresas	32
6.5. Resumen general de las empresas.....	37
7. Conclusiones	40
8. Recomendaciones	41
BIBLIOGRAFÍA	42

TABLA DE TABLAS

Tabla 1. Estudiantes de grado 11 en Dosquebradas y Pereira	14
Tabla 2. Instituciones Públicas de Pereira	14
Tabla 3. Instituciones privadas de Pereira	15
Tabla 4. Instituciones Públicas en Dosquebradas	15
Tabla 5. Instituciones privadas en Dosquebradas	15
Tabla 6. Empresas encuestadas.....	16

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Resultados colegios públicos	18
Ilustración 2. Pareto de colegio.....	19
Ilustración 3. Modalidad de estudios	20
Ilustración 4. Preferencias para elegir la Universidad	21
Ilustración 5. Jornada de estudio.....	22
Ilustración 6. Elección carreras estudiantes de colegios públicos	23
Ilustración 7. Encuestas realizadas en colegios privados.....	24
Ilustración 8. Pareto colegio privado	25
Ilustración 9. Modalidad de estudio.....	26
Ilustración 10. Preferencia de elección de Universidad.....	27
Ilustración 11. Jornada de estudio.....	28
Ilustración 12. Elección de carrera colegios privados	29
Ilustración 13. Análisis estadístico Chi-cuadrado.....	31
Ilustración 14. Resultados de las empresas.....	32
Ilustración 15. Tipo de empresas	33

Ilustración 16. Criterio para elegir Universidad	34
Ilustración 17. Jornada	35
Ilustración 18. Elección de carreras empresas	36
Ilustración 19. Estadístico Chi- cuadrado	38

1. Título del trabajo

Viabilidad de ofertar el programa de administración de negocios internacionales los fines de semana en la Fundación universitaria del Área Andina seccional Pereira.

2. Planteamiento del problema

El sector educativo de Colombia se ha visto inmerso en una serie de cambios, influenciado notoriamente por procesos políticos, económicos y sociales, ha sido obligado a reestructurarse de tal manera que pueda responder tanto a las exigencias académicas de la sociedad como hacer frente a la comodidad y flexibilidad que exige las distintas generaciones, al respecto la Revista Semana afirma que “en lo últimos años el país ha sufrido una transformación radical en diferentes aspectos, tal vez uno de los más notorios ha sido el de la educación superior” (Revista Semana, 2005) Dichos cambios se han dado en aspectos como horarios, modalidades, tipos de programas, metodologías, entre otros.

Se estima que cada año, “380 mil bachilleres se presentan a los diferentes centros universitarios. Este aumento de aspirantes a una formación profesional ha sido de tal magnitud que ha superado ampliamente la capacidad del mercado laboral” (Revista Semana, 2005) Gracias al aumento creciente de personas que ingresan a la educación superior se ha permitido el surgimiento de diversas modalidades técnicas, tecnológicas y profesionales que a través del Ministerio de educación posibilitan a los estudiantes dejar de lado problemas de tiempo y económicos.

Continuando con el planteamiento anterior, se trae a colación el artículo del Diario La República, en el cual se menciona que en Colombia se ha mejorado de manera notoria la educación, principalmente lo concerniente a la calidad del grueso de las universidades tradicionales cuyas causas son varias, “pero las principales son tres: la competencia interna

que cada día es más sofisticada; las posibilidades y alternativas que brindan las universidades en el exterior y los avances de la educación en línea, de la mano de las nuevas tecnologías” (La República, 2017) El Ministerio de Educación ha hecho un buen trabajo a lo largo de los últimos años, exigiéndole a las universidades sus acreditaciones y sobre todo al trazarles un plano inclinado que vaya en beneficio de los estudiantes.

Para el caso concreto de Risaralda, se cuenta con el Informe del Ministerio de educación nacional de Colombia titulado Perfil educativo del Departamento de Risaralda, en el cual se hace un análisis sobre los recursos, la gestión, las estrategias y demás generalidades del sector educativo en dicho departamento; a pesar de que dicho informe contempla el periodo 2014, se entiende que las conclusiones y criterios planteados se materializan hasta este entonces. Entre los datos más significativos se tiene que la cobertura en Risaralda para la educación superior comprende 84016 y de estos en Pereira se atienden a 40282, es decir que la participación del municipio es del 52% en lo referente a cobertura. (Ministerio de educación de Colombia, 2014)

A partir de la cobertura que toma Pereira en el departamento se justifica la fuerte competencia de instituciones educativas de formación superior en el municipio, en el cual se tienen 25315 estudiantes universitarios, con una participación del 56,6% de instituciones oficiales y de 43,4% de instituciones privadas. Algunos retos de la educación superior:

- La deserción en educación superior fue del 13,3% en 2013, por encima del promedio nacional (10%), lo que significa que menos de la mitad de quienes inician una carrera universitaria la terminen.
- Ampliar y posicionar la oferta de programas de posgrado, con especial necesidad en doctorados.

- Articulación y apoyo entre las universidades para lograr la certificación institucional de alta calidad. (Alcaldía de Pereira, 2015)

El panorama de los jóvenes Pereiranos también se ve complementado por factores de desempleo, acceso a la educación y riesgo de consumo de sustancias; la población juvenil en Pereira, en la edad comprendida entre los 20 y 24 años es mayoritaria según datos del Informe Pereira cómo vamos (El Diario, 2017)

Resaltando la vocación que ha tomado la ciudad, en la cual se ha dado un peso importante a la educación, y en especial a la relacionado con el nivel superior profesional, en la cual son evidentes los esfuerzos desde frentes privados y oficiales que posibilitan mediante infraestructura, certificación y diversificación de la oferta el fortalecimiento mismo de todo el sector. Se señala también que la población de educación media de la ciudad viene con una tendencia importante de acceso a la universidad, aunque se reconocen aspectos como el ingreso al campo laboral, según el cual las universidades se ven obligadas a reestructurar sus modalidades y volverse flexibles ante temas de horarios.

Al respecto se tienen ejemplos de varias universidades que dentro de sus estrategias de captación de estudiantes han desarrollado la modalidad de clases los fines de semana, manteniendo los requerimientos del Ministerio de educación nacional sobre la intensidad horaria y demás, tales como la Universidad del Quindío (Sede a distancia), Fundación Universitaria del Área Andina (Salud), Universidad Tecnológica de Pereira (Modalidad continua). Es decir, que la modalidad de clases los fines de semana se han venido popularizando en la ciudad de la mano de instituciones universitarias con programas profesionales.

Es así como se plantea el siguiente trabajo investigativo, el cual consta de una investigación de mercados que permita determinar la viabilidad de ofertar el programa de

administración de negocios internacionales los fines de semana en la Fundación universitaria del Área Andina seccional Pereira, reconociendo que la administración hace parte de la lista de disciplinas más opcionadas por los estudiantes egresados de educación media; dicha viabilidad se respalda mediante la investigación exploratoria y descriptiva que permita identificar los aspectos a considerar para poner en marcha tal modalidad de clase mediante estudios técnicos, financieros y apoyados en encuestas sobre la percepción de los estudiantes de varios colegios de la ciudad de Pereira y darle respuesta al siguiente planteamiento:

¿Cuál es la viabilidad de ofertar el programa de administración de negocios internacionales los fines de semana en la Fundación universitaria del Área Andina seccional Pereira?

3. Justificación

El sector educativo, en especial el nivel universitario, se ha convertido en un factor crucial de Colombia, en la medida de que se han desarrollado diferentes estrategias en pro de incrementar la cobertura en educación, bien sea a través de programas provenientes del Gobierno nacional o de diversas entidades público-privadas, que se orientan en captar mayor número de estudiantes; para el caso de Risaralda, el Ministerio de Educación Nacional señala que Pereira, Dosquebradas y Santa Rosa de Cabal son los municipios con mayor oferta académica. Dicha oferta se materializa gracias a la participación actividad de instituciones universitarias como la Fundación Universitaria del Área Andina, Universidad Católica de Pereira, Universidad Tecnológica de Pereira, Universidad Remington, Universidad del Quindío (sede a distancia), entre otras.

A partir de lo anterior se señala la relevancia que toma el sector educativo en la ciudad de Pereira, en la cual se manifiesta una fuerte competencia tanto de instituciones educativos oficiales como *no oficiales*, y las diferentes apuestas que se desarrollen se convierten en una herramientas importante para el fortalecimiento del sector y el incremento de la cobertura educativa, bajo esa premisa se presenta el siguiente trabajo, con el cual se busca realizar una investigación de mercados tendiente a determinar la viabilidad de ofertar el programa de administración de negocios internacionales los fines de semana en la Fundación universitaria del Área Andina seccional Pereira.

La Fundación Universitaria del Área Andina Seccional Pereira, en procura de acomodarse a las necesidades de la población plantea la propuesta de ofertar el programa de Administración de negocios internacionales, el cual ha iniciado un proceso de certificación y el cual se populariza cada semestre; con esto y bajo la consideración del aumento de la población estudiantil que labora se presenta la necesidad de ofertar un horario que se

acomode a dicho escenario. De tal manera que la utilidad del presente trabajo reposa en que sirve de herramienta para que la Universidad en cuestión defina los lineamientos necesarios para ofertar el programa los fines de semana y de igual manera se fortalece el perfil educativo de la ciudad al posibilitar el ingreso de un mayor número de personas a la educación superior.

Del lado de la novedad, se señala que las investigaciones de mercado para el sector educativo son escasas, y las que se pueden consultar hacen referencia al desarrollo de nuevos programas académicos, especialmente en modalidades técnicas y tecnológicas, permitiendo esto desarrollar la presente investigación, en la cual se da prioridad a la nueva modalidad de clases los fines de semana para una carrera que cuenta con una creciente popularidad y por tanto se ajusta a las proyecciones de los estudiantes egresados de bachillerato, resaltando también que Pereira cuenta con un alto nivel de deserción estudiantil causada por el cruce de horarios entre estudio y trabajo.

4. Objetivos

4.1. Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para ofertar el programa de administración de negocios internacionales los fines de semana en la Fundación universitaria del Área Andina seccional Pereira

4.2. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado mediante recopilación y análisis de datos sobre la percepción de la población sobre la metodología de clases los fines de semana.
- Identificar las poblaciones más representativas y segmentarlos para ofertar el programa en la modalidad preestablecida
- Conocer las preferencias en cuanto a programas académicos, valor agregado y modalidades del mismo.
- Comprobar estadísticamente la viabilidad del planteamiento del objetivo general.

5. Población y muestra

La investigación es de carácter cuantitativo, donde se utiliza un muestreo aleatorio simple con su respectiva fórmula para determinar la cantidad de personas a encuestar. Se consulta en la alcaldía de Pereira y Dosquebradas la cantidad de población de los colegios públicos y privados del grado 11 lo que nos permitió identificar la cantidad de encuestas a realizar por Institución. Con respecto a las empresas al desconocer la población no se determinó la cantidad de empresas, pero sí de personas a encuestar, los sectores escogidos son de carácter comercial, financiero, comercio exterior, e industriales.

5.1. Colegios e Instituciones Educativas

Población:

Estudiantes de grado once de colegios públicos y privados de la ciudad de Pereira y Dosquebradas

Total, de la población: 8085

Muestra: Se trabajará el máximo valor de incertidumbre debido a que no se conocen investigaciones similares

Muestreo aleatorio simple

Formula:

$$n = \frac{z^2 pq}{(n-1)e^2 + z^2 pq}$$

Z=1.96

E=5%

Probabilidad de fallo: 50% (q)

Probabilidad de éxito: 50% (p)

Margen de error: 5%

Nivel de confianza: 95%

$$n = \frac{((8085 * (1.96^2) * 50\% * 50\%))}{((8085 - 1) * (5\%^2) + (1.96^2) * 50\% * 50\%)} = 366.7 \text{ --- } 367 \text{ \# de encuestas a realizar a los}$$

estudiantes de los diferentes colegios de grado once entre Pereira y Dosquebradas

Tabla 1. Estudiantes de grado 11 en Dosquebradas y Pereira

	PRIVADAS	%	ENCUESTAS	PÚBLICOS	%	ENCUESTAS	TOTAL ENCUESTAS	TOTAL	%	ENCUESTAS
PEREIRA	848	17.69%	39	3947	82.31%	179	218	4795	59.31%	218
DOSQUEBRADAS	1747	53.10%	79	1543	46.90%	70	149	3290	40.69%	149

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Instituciones Públicas de Pereira

INSTITUCIONES PUBLICAS PEREIRA						
	COMERCIAL	INDUSTRIAL	ACADEMICO U OTRO	TOTAL	%	N° DE ENCUESTAS
I.E AQUILINO BEDOYA	59			59	6%	10
I.E COMUNITARIO CERRITOS	50			50	5%	9
I.E HERNANDO VELEZ MARULANDA	35			35	3%	6
I.E INEM FELIPE PEREZ	156	46		202	20%	35
I.E JESUS MARIA ORMAZA	24			24	2%	4
I.E LA INMACULADA	87			87	8%	15
I.E NUESTRA SEÑORA DE FATIMA	67			67	6%	12
I.E SUR ORIENTAL	45			45	4%	8
I.E DEOGRACIAS			121	121	12%	21
I.E TECNICO SUPERIOR		342		342	33%	59
TOTAL	523	388	121	1032	100%	179

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Instituciones privadas de Pereira

INSTITUCIONES PRIVADAS PEREIRA					
	COMERCIAL	ACADEMICO	TOTAL	%	N° DE ENCUESTAS
COL SANTA ROSA DE LIMA	24		24	22%	9
COLEGIO ADORATRICES	15		15	14%	5
COLEGIO SAN JOSE	15		15	14%	5
INMACULADO CORAZON DE MARIA -RELIGIOSAS FRANCISCANAS	33		33	30%	12
LA ENSEÑANZA		22	22	20%	8
TOTAL	87	22	109	100%	39

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Instituciones Públicas en Dosquebradas

INSTITUCIONES PUBLICAS DOSQUEBRADAS					
	MODALIDAD	TOTAL		%	N° DE ENCEUSTAS
I.E. HOGAR NAZARETH	Comercial	37		8%	5
INSTITUCION EDUCATIVA EMPRESARIAL	Administración financiera	125		26%	19
INSTITUCION EDUCATIVA MARIA AUXILIADORA	Comercial	90		19%	13
I.E PABLO SEXTO	Industrial	98		21%	15
I.E SANTA JUANA DE LESTONAC	Academico	122		26%	18
TOTAL		472		100%	70

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Instituciones privadas en Dosquebradas

INSTITUCIONES PRIVADAS DOSQUEBRADAS				
	TOTAL	MODALIDAD	%	N° DE ENCUESTAS
COELGIO SALESIANO SAN JUA BOSCO	102	ACADEMICO	42%	33
INSTITUCION EDUCATIVA POPULAR DIOCESANO	101	ACADEMICO	42%	33
INSTITUTO TECNOLOGICO DE DOSQUEBRADAS	39	AGROINDUSTRIA	16%	13
TOTAL	242		100%	79

Fuente: Elaboración propia

Las anteriores imágenes muestran las instituciones a las que se dirigieron las encuestas con sus respectivos números de estudiantes, así mismo como la clasificación de cada uno de ellos.

5.2. Empresas

Población:

Empresas del sector comercial, financiero, comercio exterior e industriales de Pereira y Dosquebradas

Muestra: se trabajará el máximo valor de incertidumbre dado que no se conocen investigaciones similares

Z=1.96

E=5%

Probabilidad de fallo: 50%(q)

Probabilidad de éxito: 50%(p)

Margen de error: 5%

Nivel de confianza: 95%

$$n = \frac{nz^2pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2} = 384 \text{ --- \# encuestas a realizar en empresas de Pereira y Dosquebradas}$$

Tabla 6. Empresas encuestadas

EMPRESAS	N° de encuestas
Coats	34
Ingenio Risaralda	30
Panorama	17
Comercializadora el Santuario	16
Audifarma	15
Alcaldia	15
Alimentos precocidos de Colombia	15
Bancolombia	15
Tecnodiesel	15
Acosixsigma	14
Davivienda	13
Busscar	13
Chevrolet	13
Oncologos	12
Porvenir S.A	12
Serfinansa	10
Emtelco	10
Noel	10
ABB	8
Fenalco	8
Claro	7

Exco Colombiana	7
Diacó	6
Equipos y servicios de los Andes	6
Mundo light	6
Accedo	5
Alucol	5
FLP Colombia	5
Extrusiones	4
Facecol	4
Industrias metalicas de Colombia	4
Tecnotalleres	4
Comfamiliar	3
Distribuidora cementos del	
Risaralda	3
Panalpina	3
A&C Automatizaciones y control	2
Ciclo caribe	2
Honaz	2
Seguros Bolivar	2
Enciso	1
Alimentos Andino de Colombia	1
Liga contra el Cancer	1
Lopez Vargas S.A.S	1
Pegantes del eje cafetero	1
Site	1
Sura	1
Technobit	1
Terasi	1
TOTAL	384

Fuente: Elaboración propia

6. Análisis de los resultados

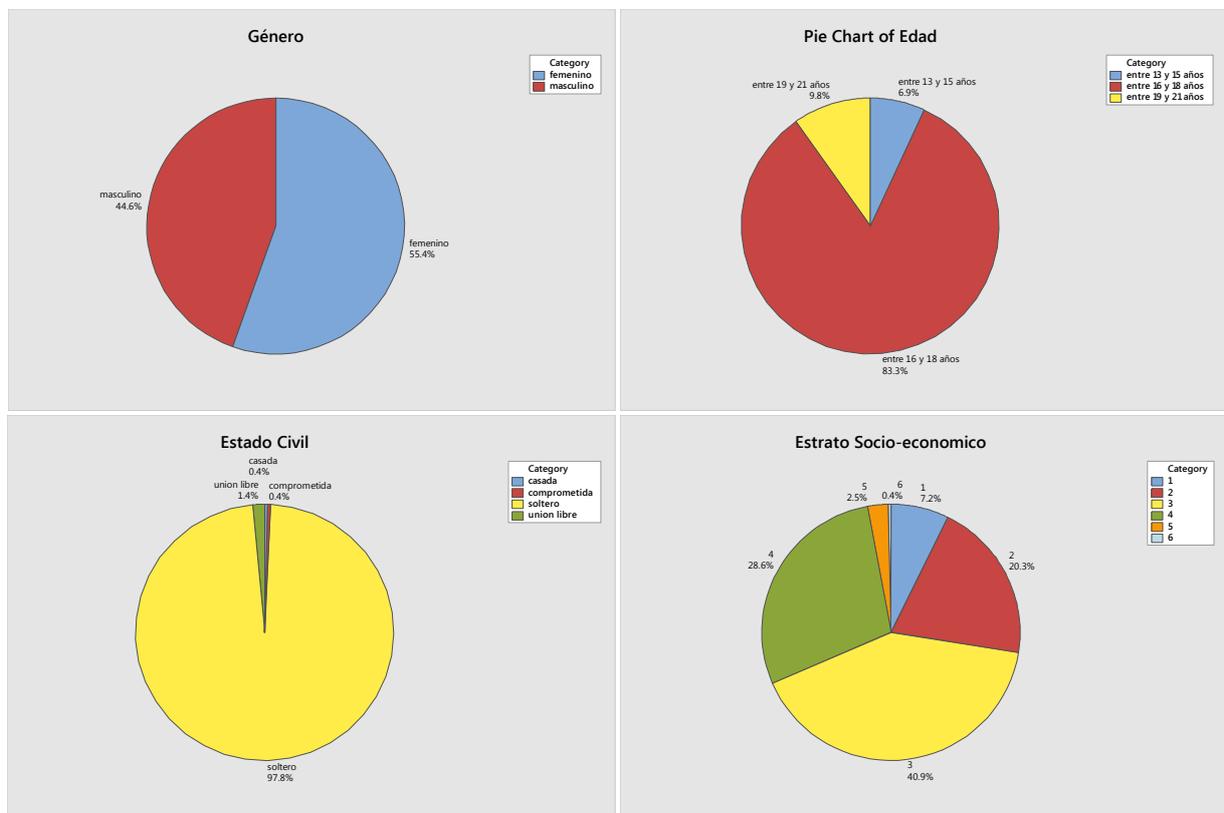
El objetivo de este análisis es proporcionar a la Fundación Universitaria del Área Andina varias medidas de preferencia académica, horarios y factores influyentes para poder evaluar aperturas de carreras y ofertas académicas que la universidad desea ofrecer. Las mediciones consisten en datos resumidos y graficas específicas calculadas a partir de encuestas realizadas en diferentes empresas y colegios de Pereira y Dosquebradas. También se realizó un análisis

estadístico de Chi-cuadrado para validar la información y contar con un nivel de confianza más alto frente a los resultados de la encuesta

La sección a continuación presenta un análisis más detallado sobre los índices, mirando las tendencias académicas y la posición relativa a las necesidades de las personas encuestadas.

6.1.Resultados colegios públicos

Ilustración 1. Resultados colegios públicos



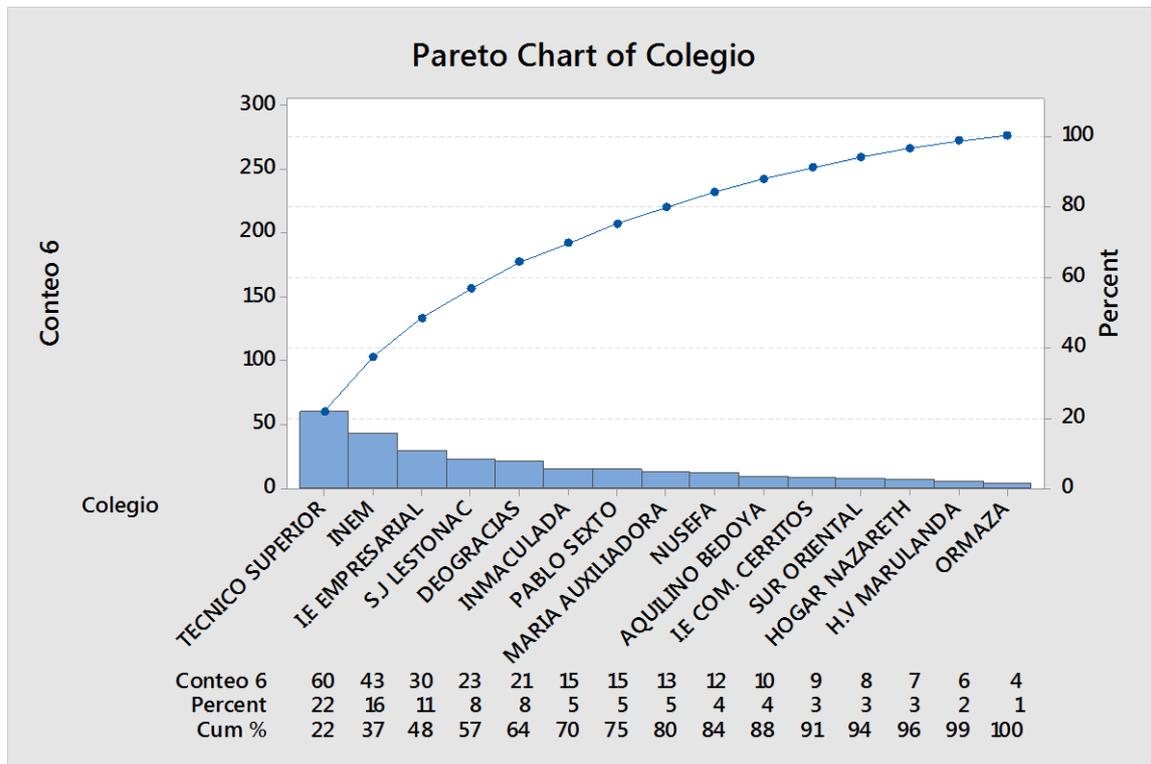
Graficas realizadas en Minitab 18

Fuente: Elaboración propia

En las encuestas realizadas en los colegios públicos, la población objetivo son estudiantes entre 13 y 21 años de todos los estratos socioeconómicos. El 83.3% de estudiantes encuestados están entre 16 y 18 años, el estrato socioeconómico más representativo es el 3

con un 40.9%. El 97.8% de toda la población de estudiantes de colegios públicos encuestados es soltero.

Ilustración 2. Pareto de colegio

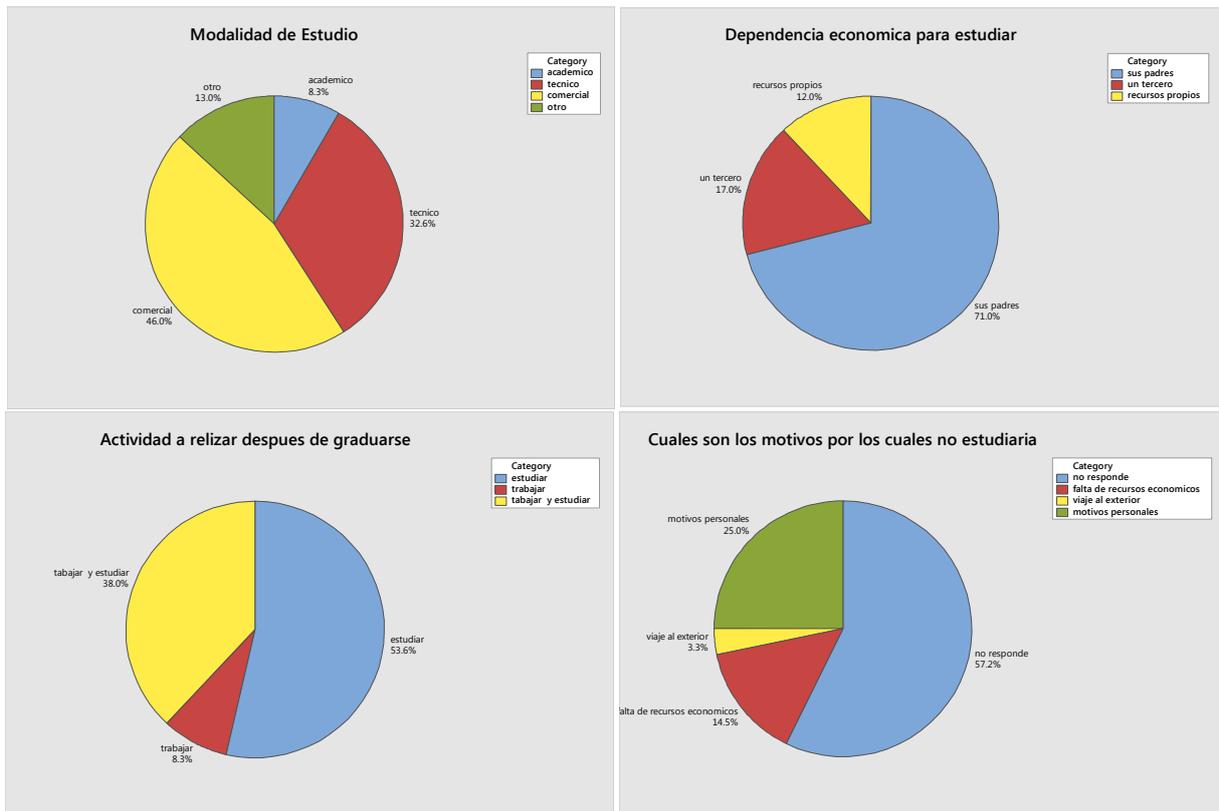


Graficas realizadas en Minitab 18

Fuente: Elaboración propia

El Pareto muestra el acumulativo de los colegios públicos donde se realizaron las encuestas. El 20% de los colegios representativos del 80% de los encuestados son: Técnico Superior, Inem, I.E. Empresarial, S.J. Lestonac, Deogracias, Inmaculada, Pablo Sexto y Maria Auxiliadora.

Ilustración 3. Modalidad de estudios

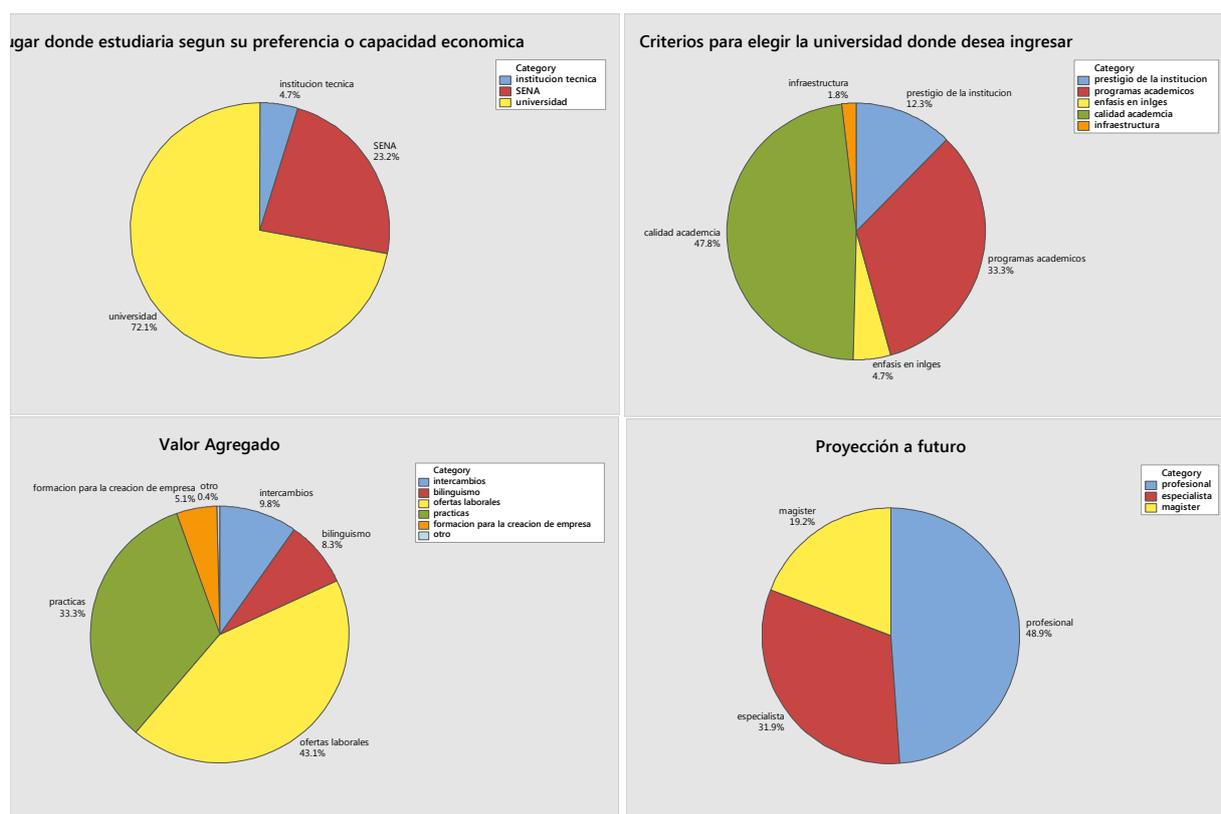


Graficas realizadas en Minitab 18

Fuente: Elaboración propia

De la población de encuestados, el 78.6% estudia en colegios públicos con énfasis técnico o comercial. Estos estudiantes tienen una tendencia a escoger una carrera a fin al enfoque que tuvieron en el colegio. Una vez graduados el 53.6% de los estudiantes quiere estudiar seguido de un 38% que además de estudiar quiere trabajar para costear sus gastos académicos. De estas encuestas también se identifica que el 71% de los estudiantes espera apoyo económico de sus padres para estudiar. La falta de recursos económico representa un 15.5% como impedimento para estudiar.

Ilustración 4. Preferencias para elegir la Universidad

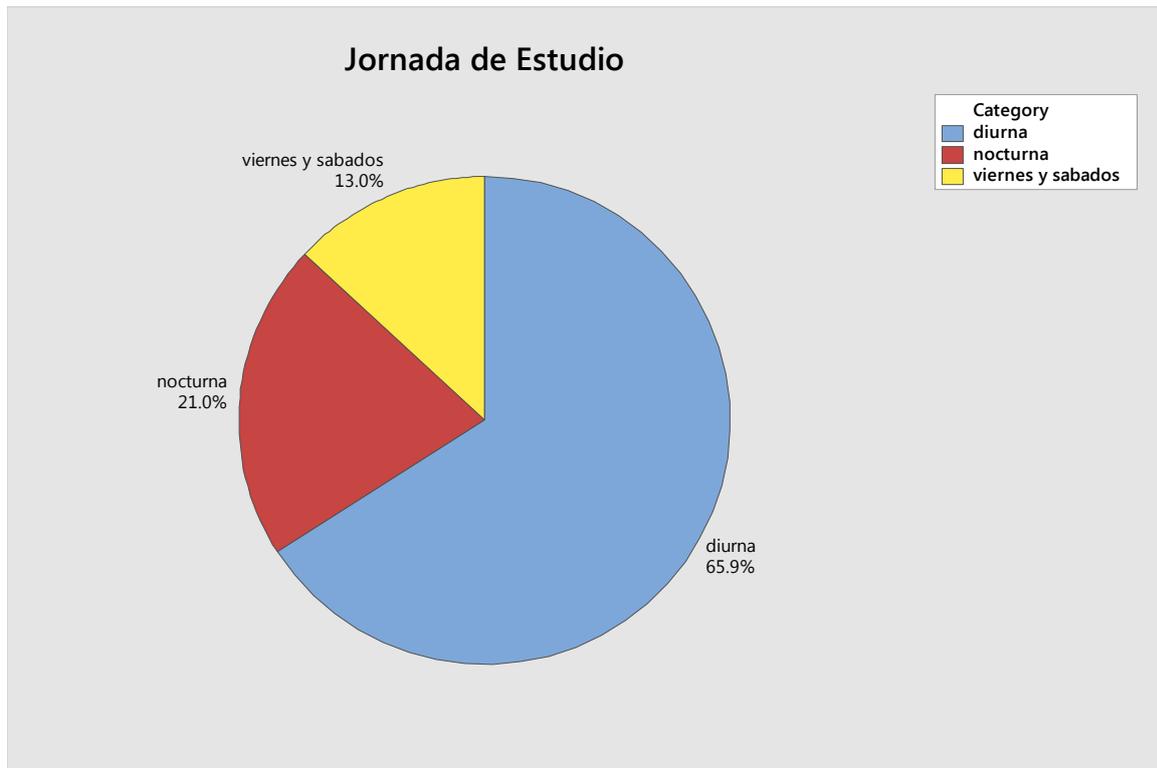


Graficas realizadas en Minitab 18

Fuente: Elaboración propia

El 72.1% de los encuestados de los colegios públicos responden que su preferencia para estudiar es la universidad. Esto se inclinan hacia universidades con calidad académica (47.8%) y diversidad en los programas académicos (33.3%). Un 43.1% coincide en que un valor agregado que puede darle un programa universitario es el de ofertas laborales, seguido de prácticas con un 33.3%. La proyección a futuro del 48.9% de los encuestados es de llegar a la profesionalización.

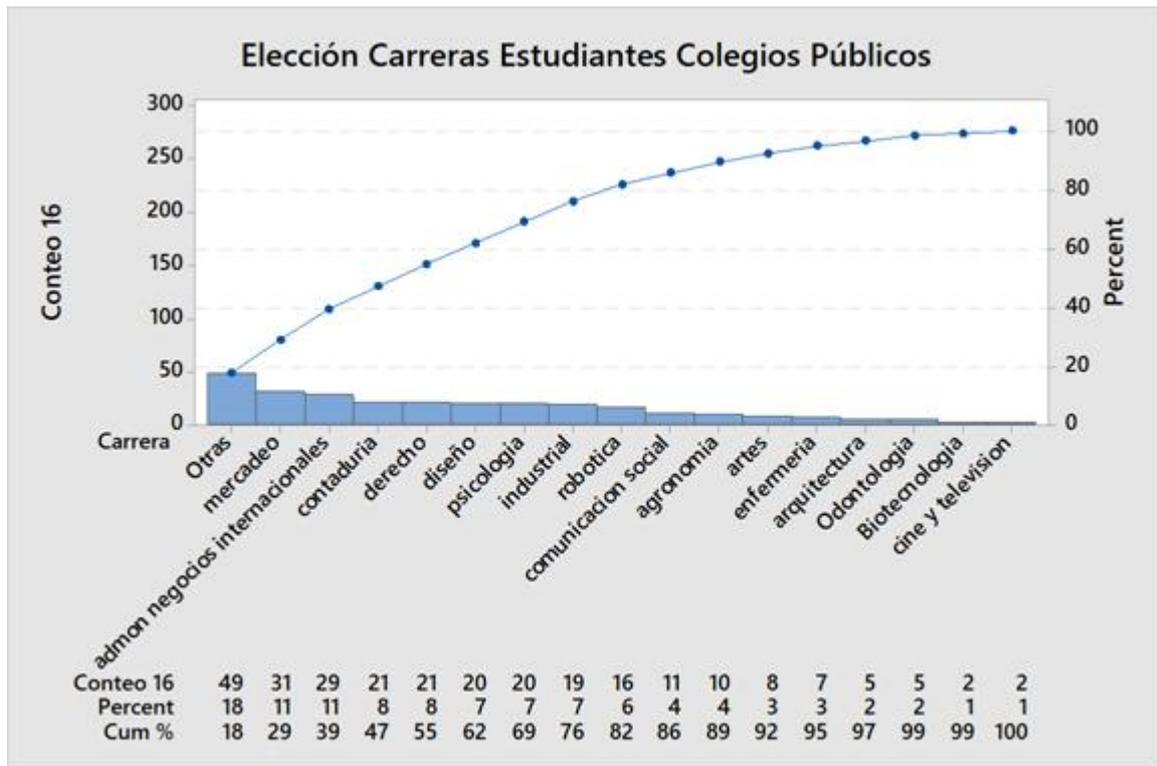
Ilustración 5. Jornada de estudio



Graficas realizadas en Minitab 18

El 65.9% de los encuestados en colegios públicos prefieren la jornada diurna. Un 21.0% prefiere de noche para poder trabajar durante el día y cubrir sus costos educativos. Solo un 13.0% tendría como opción los viernes y sábados para estudiar permitiéndoles trabajar durante la semana.

Ilustración 6. Elección carreras estudiantes de colegios públicos



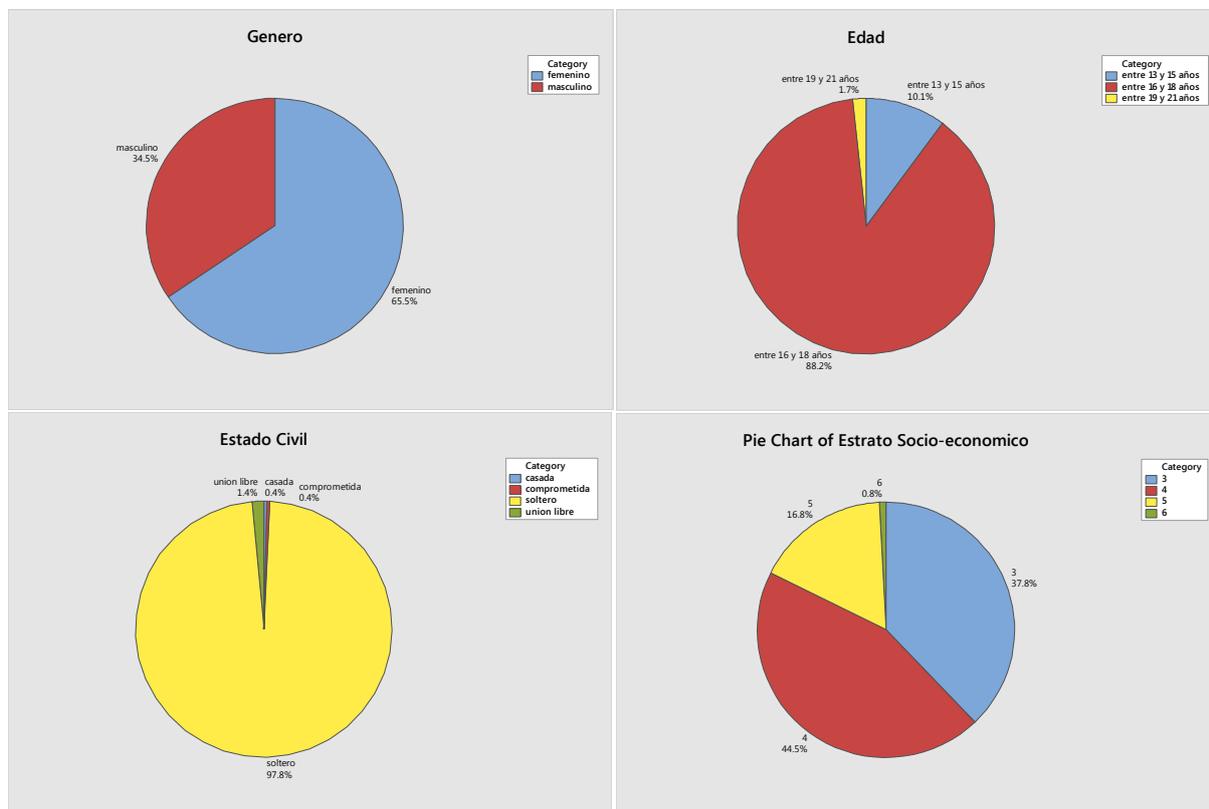
Graficas realizadas en Minitab 18

Fuente: Elaboración propia

Para elección de carreras, un 18% de los encuestados buscan carreras fuera del marco de opciones de carreras en las encuestas. En segundo lugar, están con un 11% las carreras de mercadeo y Administración de negocios internacionales. Estas tres opciones representan un 39% de las aspiraciones de carrera de los encuestados.

6.2.Resultados colegios privados

Ilustración 7. Encuestas realizadas en colegios privados

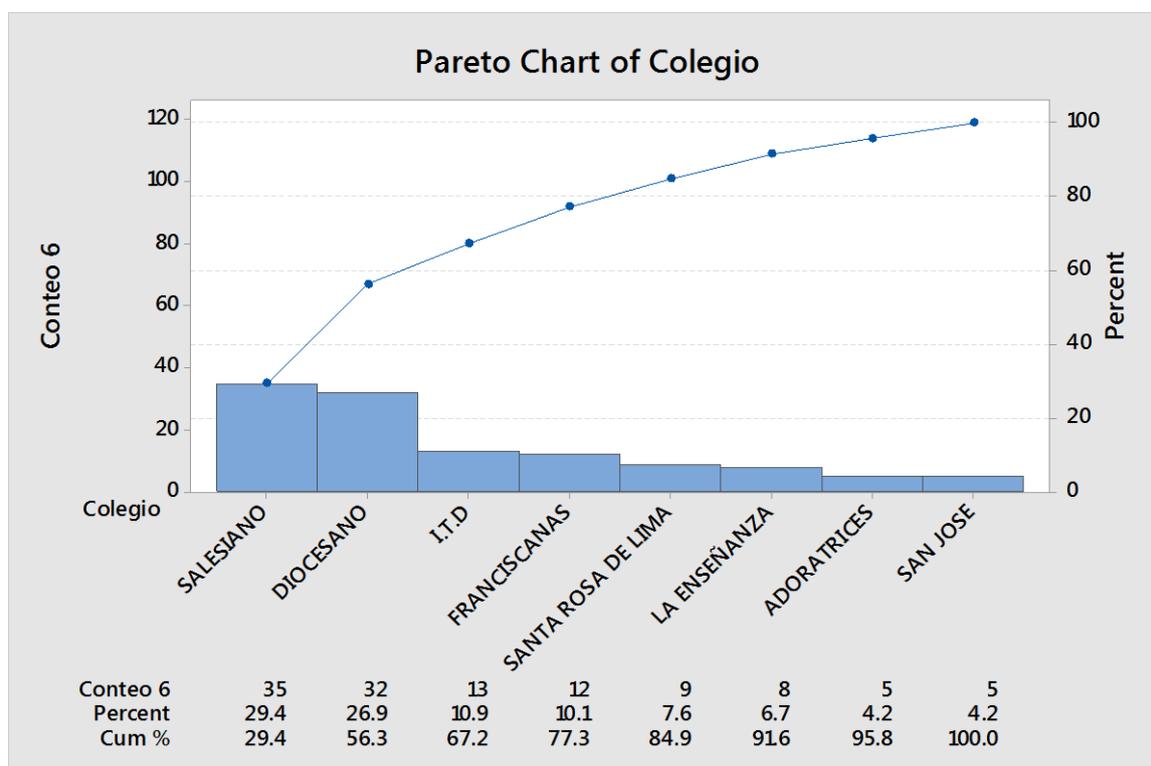


Graficas realizadas en Minitab 18

Fuente: Elaboración propia

En las encuestas realizadas en los colegios privados, la población objetivo son estudiantes entre 13 y 21 años de los estratos socioeconómicos 3, 4, 5 y 6. El 88.2% de estudiantes encuestados están entre 16 y 18 años, el estrato socioeconómico más representativo es el 4 con un 44.5%. El 97.8% de toda la población de estudiantes de colegios privados encuestados es soltero.

Ilustración 8. Pareto colegio privado



Graficas realizadas en Minitab 18

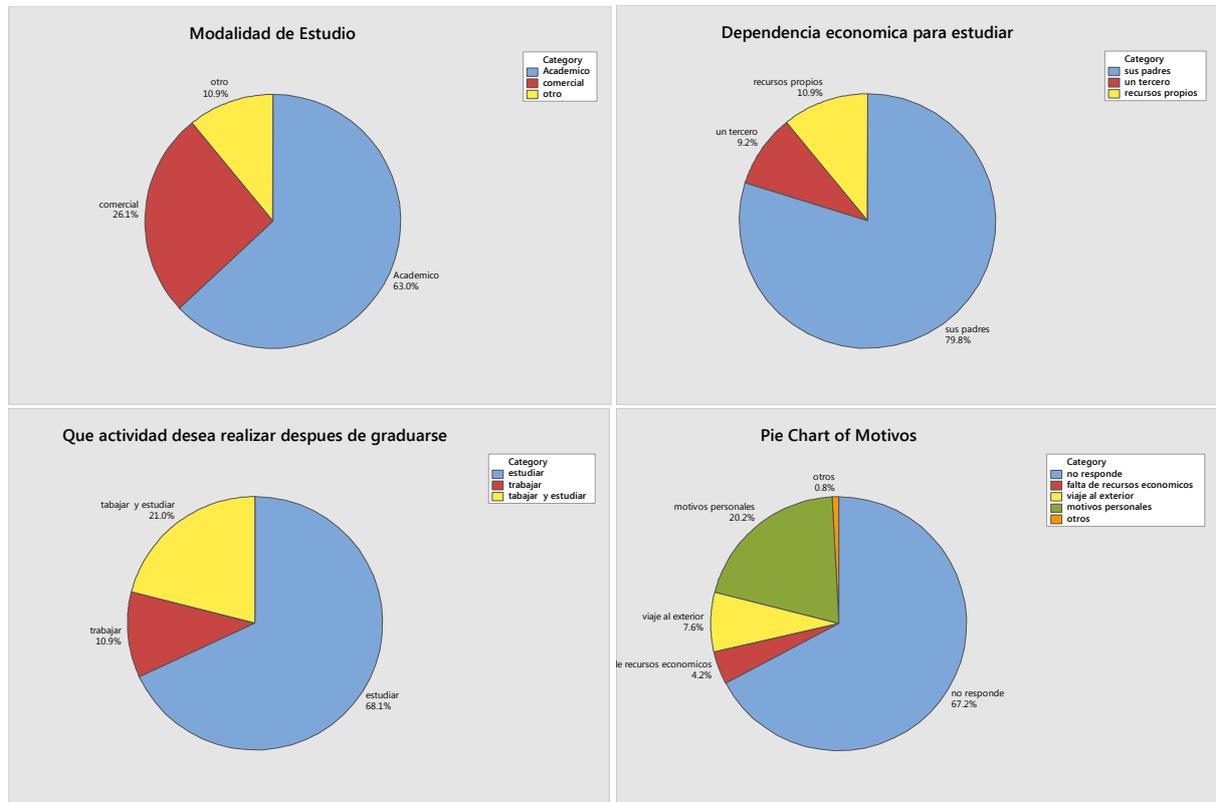
Fuente: Elaboración propia

El Pareto muestra el acumulativo de los colegios privados donde se realizaron las encuestas.

El 20% de los colegios representativos del 80% de los encuestados son: Salesiano,

Diocesano, I.T.D., Franciscanas.

Ilustración 9. Modalidad de estudio

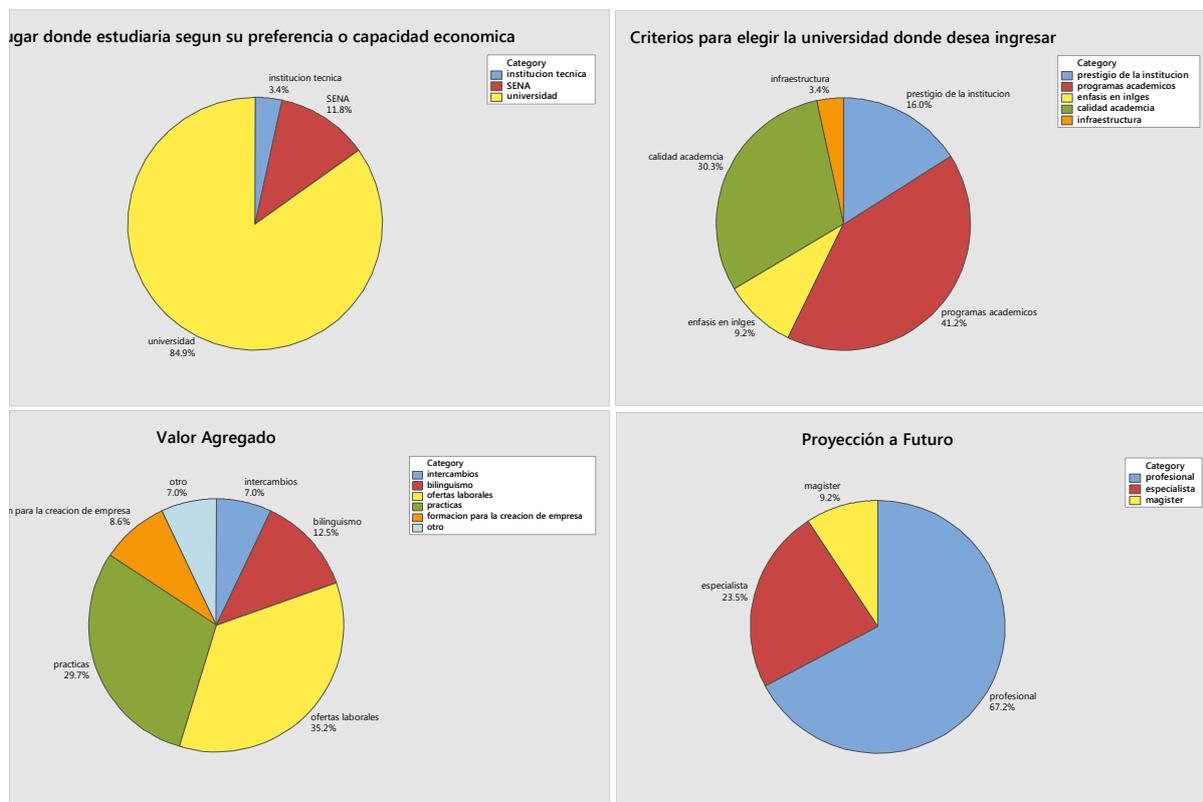


Graficas realizadas en Minitab 18

Fuente: Elaboración propia

De la población de encuestados, el 63.0% estudia en colegios privados con énfasis académico y un 26.1% con énfasis comercial. Una vez graduados el 68.1% de los estudiantes quiere estudiar, seguido de un 21% que además de estudiar quiere trabajar para costear sus gastos académicos. De estas encuestas también se identifica que el 79.8% de los estudiantes espera apoyo económico de sus padres para estudiar. La falta de recursos económico representa solo el 4.2% como impedimento para estudiar.

Ilustración 10. Preferencia de elección de Universidad

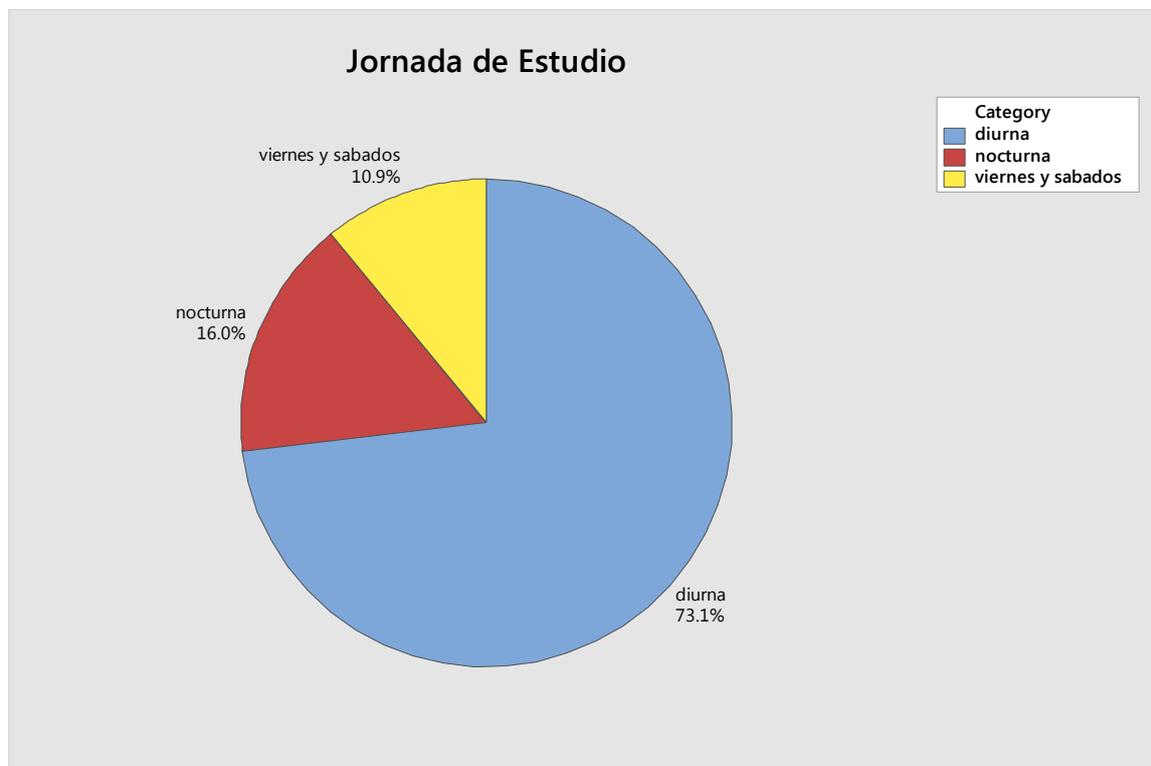


Graficas realizadas en Minitab 18

Fuente: Elaboración propia

El 84.9% de los encuestados de los colegios privados responden que su preferencia para estudiar es la universidad. Esto se inclinan hacia universidades con diversidad en los programas académicos (41.2%) y calidad académica (30.3%). Un 35.2% coincide en que un valor agregado que puede darle un programa universitario es el de ofertas laborales, seguido de prácticas con un 29.7%. La proyección a futuro del 67.2% de los encuestados es de llegar a la profesionalización.

Ilustración 11. Jornada de estudio

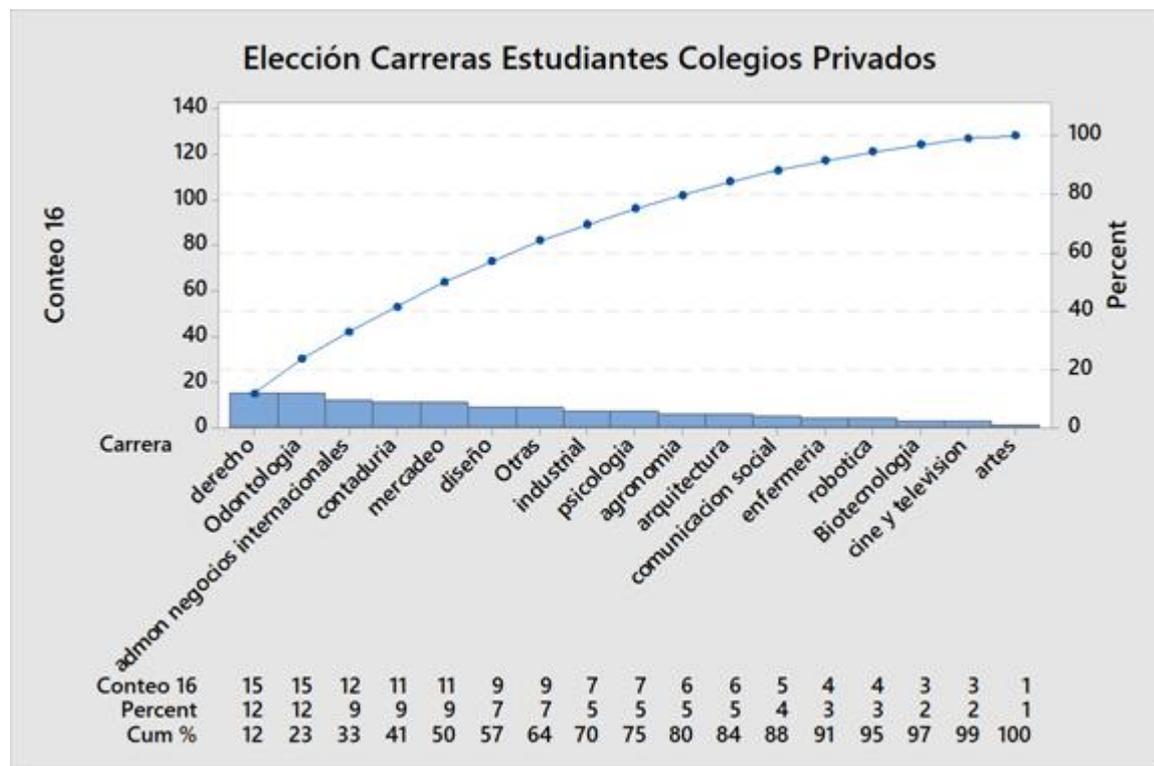


Graficas realizadas en Minitab 18

Fuente: Elaboración propia

El 73.1% de los encuestados en colegios privados prefieren la jornada diurna. Un 16.0% prefiere de noche para poder trabajar durante el día y cubrir sus costos educativos. Solo un 10.9% tendría como opción los viernes y sábados para estudiar permitiéndoles trabajar durante la semana.

Ilustración 12. Elección de carrera colegios privados



Graficas realizadas en Minitab 18

Fuente: Elaboración propia

Para elección de carreras, un 24% de los encuestados buscan carreras de Derecho y Odontología. En segundo lugar, Administración de negocios internacionales con un 9%. Estas tres opciones representan un 33% de las aspiraciones de carrera de los encuestados.

6.3. Resumen general de los colegios

Este análisis ayuda a entender la demanda para considerar ofertar el programa de administración de negocios internacionales. Consiste en un análisis de los colegios públicos y privados con la potencial demanda de los encuestados en estos colegios. El análisis busca una determinación de la necesidad de ofrecer el programa de Administración de negocios internacionales los días viernes y sábado.

El análisis general de los colegios arroja los siguientes resultados:

- Del total de los 395 estudiantes de colegios entrevistados, 276 son de colegios públicos y 119 de colegios privados. Representan en su mayoría (85.78%) estudiantes entre los 16 y 18 años y el 94.5% de ellos provenientes de los estratos 3, 4 y 5 dependientes en un 75% del apoyo de los padres para estudiar. De este grupo total encuestados solo un 18.5% estaría interesado en estudiar en jornadas de noche y un 12% fin de semana para poder trabajar, el resto de los encuestados 69.5% están interesados en estudiar en jornada diurna.
- De los programas presentados en la encuesta hay tres que sobresalen en las preferencias de los encuestados representando el 23%, estos programas son Mercadeo (9%), Administración de Negocios internacionales (8%) y Contaduría (6%). En estos programas se identifica un potencial para promoverlos a través de diferentes medios. Entre los criterios más importantes para elegir donde estudiar, el 38.1% de los encuestados coincidieron que la diversidad en programas académicos (37.3%) y calidad académica (39%) son factores importantes al momento de escoger donde estudiar. Este mismo grupo considera como valor agregado que la institución cuente con un programa de ofertas laborales (40.5%) y practicas (32.6%) para un total del 36.5% de los encuestados.

- Frente a conocimiento que tienen los encuestados sobre la Fundación universitaria del Área Andina resaltamos que el 62% de los encuestados conoce la universidad y el 51.2% sabe dónde queda ubicada la institución. Contrario a estos valores, solo un 30.6% conoce los programas académicos que ofrece la institución ya que no han tenido contactos directos y no saben si sus necesidades académicas son cubiertas por la universidad.
- En una revisión de la coherencia de las respuestas de los encuestados se realizó un análisis estadístico de Chi-cuadrado para validar la información y contar con un nivel de confianza más alto frente a los resultados de la encuesta. (ver siguiente imagen)

Ilustración 13. Análisis estadístico Chi-cuadrado

Chi-Square Test for Association: Respuesta, Worksheet columns

Rows: Respuesta Columns: Worksheet columns

	Conoce la Fundacion Andina	Sabe donde queda	Conoce los programas	Desea Recibir Info	All
si	267 203.5	197 203.5	120 203.5	230 203.5	814
no	128 191.5	198 191.5	275 191.5	165 191.5	766
All	395	395	395	395	1580

Cell Contents
Count
Expected count

Chi-Square Test

	Chi-Square	DF	P-Value
Pearson	119.087	3	0.000
Likelihood Ratio	121.755	3	0.000

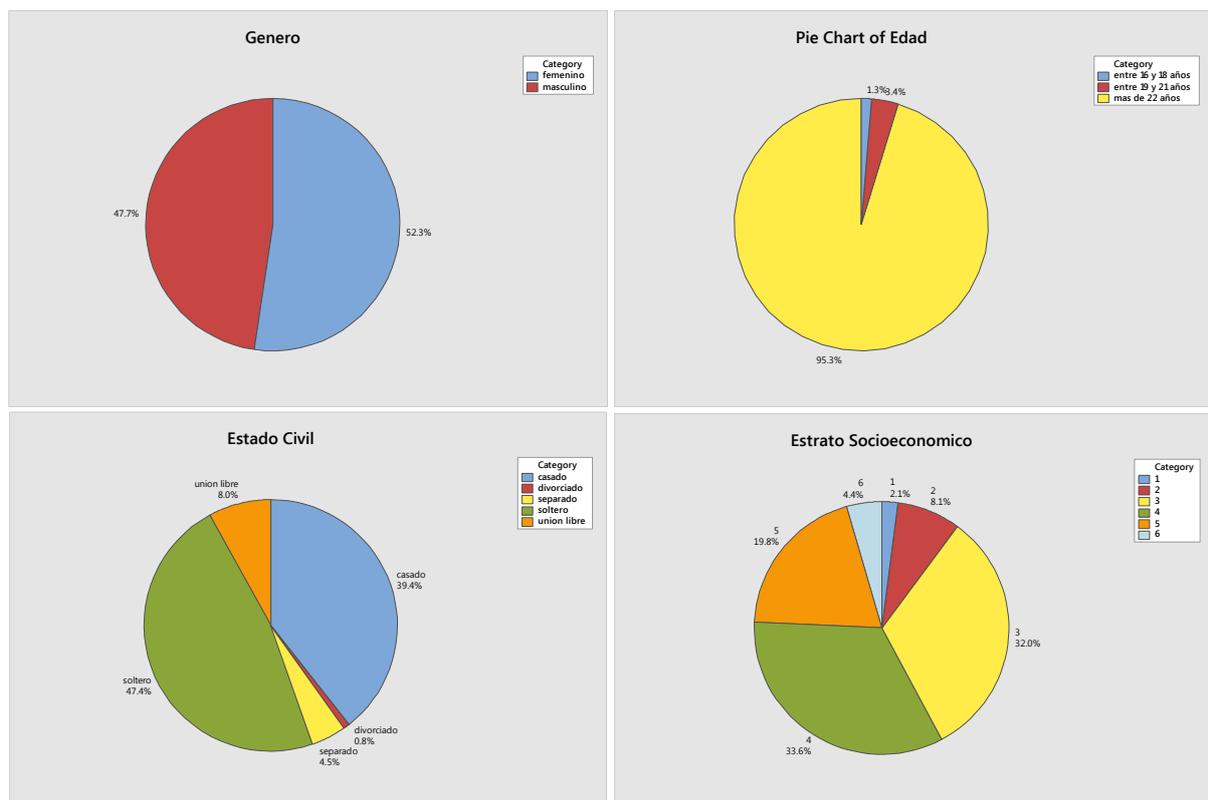
Graficas realizadas en Minitab 18

Fuente: Elaboración propia

La prueba de Chi-cuadrado da un valor P de 0.000 lo que significa que entre las respuestas de los encuestados frente al conocimiento, locación y programas hay diferencias estadísticas que muestran aleatoriedad y que no hay sesgos en las respuestas. A esto agregamos que frente a los valores observados en la encuesta tenemos unos resultados mejor que los pronósticos de la prueba estadísticas para conocimiento de la institución con 267 encuestados que la conocen frente a un pronóstico de 203.5 encuestados. Lo contrario ocurre con el conocimiento de los programas de la institución donde solo 120 encuestados conocen los programas frente a un pronóstico de 203.5 encuestados. Esto advierte sobre la necesidad de promover mejor la oferta académica.

6.4.Resultados empresas

Ilustración 14. Resultados de las empresas



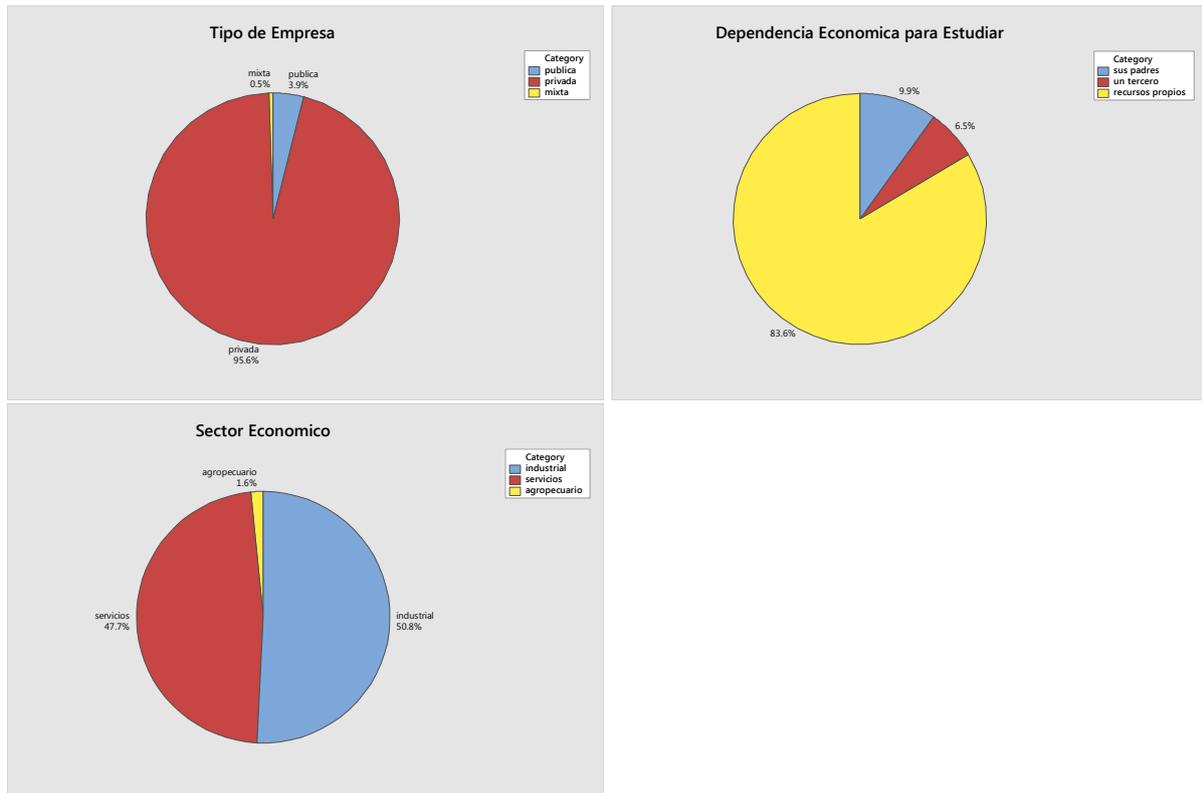
Graficas realizadas en Minitab 18

Fuente: Elaboración propia

En las encuestas realizadas en las empresas, la población objetivo son empleados mayores de 16 años de todos los estratos socioeconómicos. El 95.3% de empleados encuestados son mayores de 22 años, el estrato socioeconómico más representativo es el 4 con un 33.6%.

Ilustración 15. Tipo de empresas

El 47.4% de toda la pobl

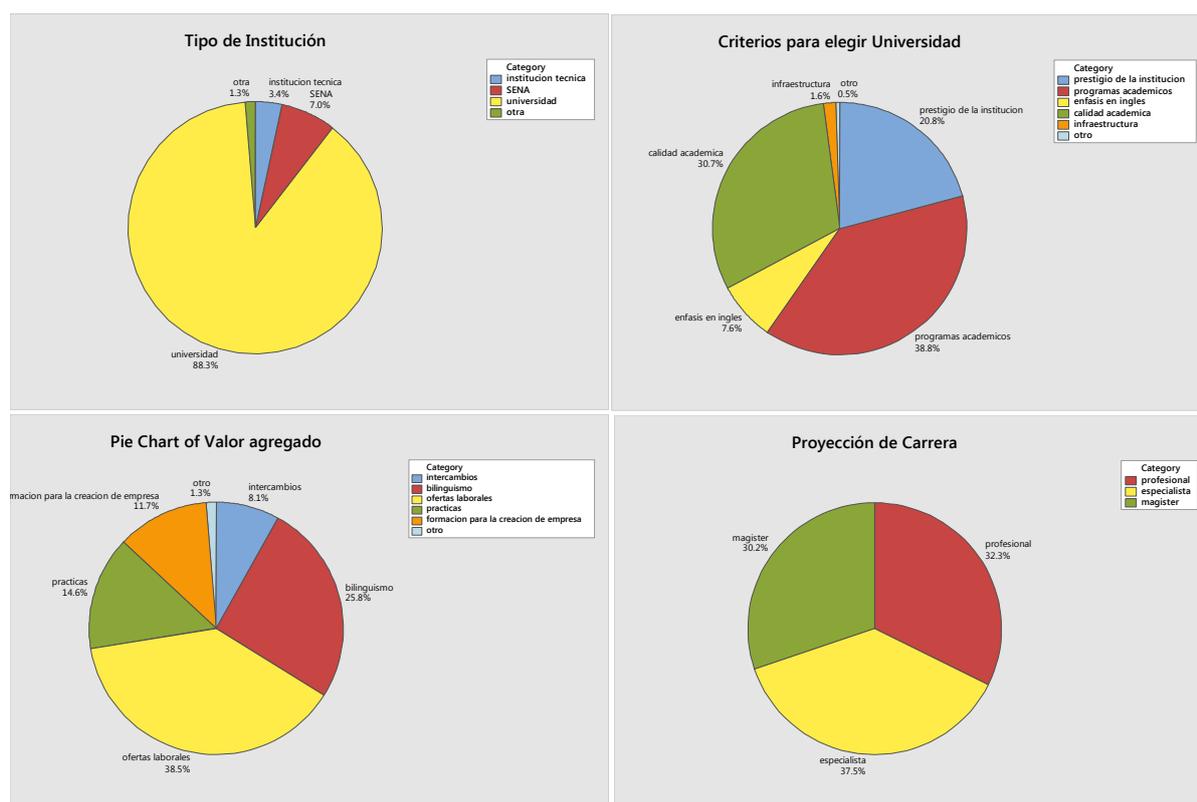


Graficas realizadas en Minitab 18

Fuente: Elaboración propia

De la población de encuestados, el 95.6% trabaja en empresas privadas. Un 50.8% de los encuestados trabajan en empresas industriales y un 47.7% en empresas de servicios. De estas encuestas también se identifica que el 83.6% de los empleados encuestados contaría con recursos propios para estudiar.

Ilustración 16. Criterio para elegir Universidad

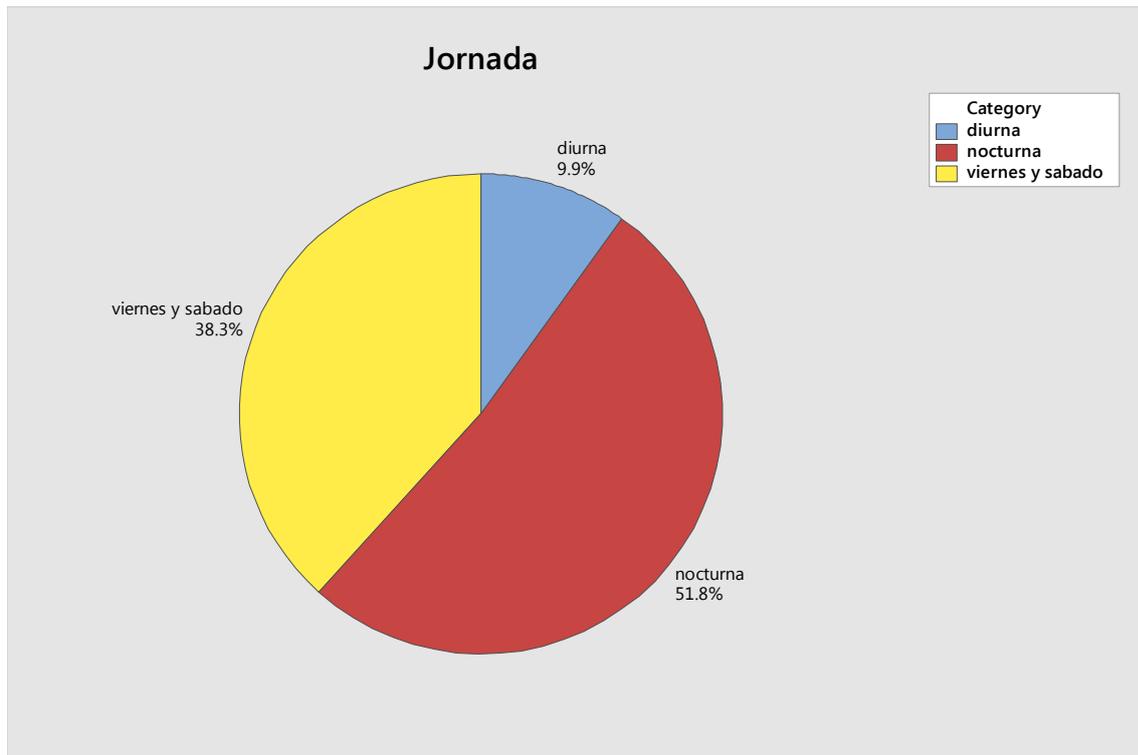


Graficas realizadas en Minitab 18

Fuente: Elaboración propia

El 88.3% de los encuestados de las empresas responden que su preferencia para estudiar es la universidad. Esto se inclinan hacia universidades con diversidad en los programas académicos (38.8%) y calidad académica (30.7%). Un 38.5% coincide en que un valor agregado que puede darle un programa universitario es el de ofertas laborales, seguido de bilingüismo con un 25.8%. La proyección a futuro del 32.3% de los encuestados es de llegar a la profesionalización, un 37.5% profesionales empleados que quieren una especialización y 30.2% que aspiran a llegar hasta un magister.

Ilustración 17. Jornada

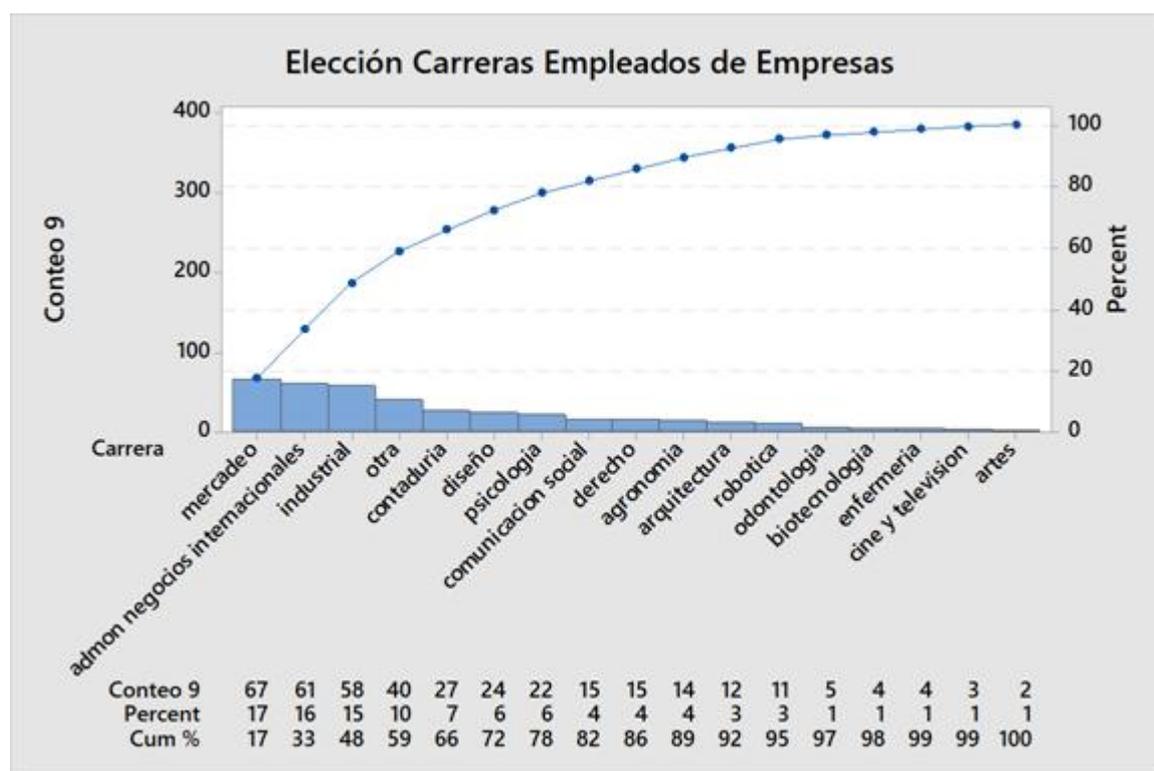


Graficas realizadas en Minitab 18

Fuente: Elaboración propia

El 51.8% de los encuestados en empresas prefieren la jornada nocturna ya que esto facilita el poder continuar con sus labores. Un 38.3% prefiere estudiar viernes y sábados para poder trabajar especialmente cuando tienen horarios rotativos durante la semana que pueda requerir trabajar de noche. Solo un 9.9% tendría como opción la jornada diurna para estudiar ya que muchos no están dispuestos a dejar de trabajar.

Ilustración 18. Elección de carreras empresas



Graficas realizadas en Minitab 18

Fuente: Elaboración propia

Para elección de carreras, un 17% de los encuestados buscan la carrera de mercadeo. En segundo lugar, esta Administración de negocios internacionales con un 16% seguido de industrial con un 15%. Estas tres opciones representan un 48% de las aspiraciones de carrera de los empleados de empresas encuestados.

6.5. Resumen general de las empresas

Este análisis ayuda a entender la demanda para considerar un nuevo programa. Consiste en un análisis de la industria y la potencial demanda. El análisis busca una determinación de la necesidad de ofrecer el programa de comercio internacional concentrándose en el horario preferido de entrega del programa (por ejemplo, durante el día, noche o fin de semana).

El análisis general arroja los siguientes resultados:

- Del total de las 384 personas encuestadas un 95.3% representa personas que trabajan y son mayores a 22 años. Representan personas que trabajan y pueden financiar sus estudios con recursos propios con un 90.1% inclinándose en carreras profesionales o especialidades que sean en la noche (51.8%) o durante el fin de semana (38.3%).
- De los programas presentados en la encuesta hay tres que sobresalen en las preferencias de los encuestados representando el 48.8%, estos programas son Mercadeo (17.4%), Administración de negocios internacionales (15.9%) e Industrial (15.1%). En estos programas se identifica un potencial para incursionar en nuevos horarios y más prestaciones académicas. Entre los criterios más importantes para elegir donde estudiar, el 69.5% de los encuestados coincidieron que la diversidad en programas académicos (38.8%) y calidad académica (30.7%) son factores importantes al momento de escoger donde estudiar. Este mismo grupo considera como valor agregado que la institución cuente con un programa de ofertas laborales (38.5%) y bilingüismo (25.8%) para un total del 64.3% de los encuestados.
- Frente a conocimiento que tienen los encuestados sobre la Fundación universitaria del Área Andina resaltamos que el 84.9% de los encuestados conoce la universidad y el 80.2% sabe dónde queda ubicada la institución. Contrario a estos valores, solo un 44.8% conoce los programas académicos que ofrece la institución ya que no han

tenido contactos directos y no saben si sus necesidades académicas son cubiertas por la universidad.

En una revisión de la coherencia de las respuestas de los encuestados se realizó un análisis estadístico de Chi-cuadrado para validar la información y contar con un nivel de confianza más alto frente a los resultados de la encuesta. (ver siguiente imagen)

Ilustración 19. Estadístico Chi- cuadrado

Chi-Square Test for Association: Respuesta, Worksheet columns

Rows: Respuesta Columns: Worksheet columns

	Conoce la Fundacion Andina	Sabe donde queda	Conoce los programas	Desea Recibir Info	All
si	326 250.5	308 250.5	172 250.5	196 250.5	1002
no	58 133.5	76 133.5	212 133.5	188 133.5	534
All	384	384	384	384	1536

Cell Contents
Count
Expected count

Chi-Square Test

	Chi-Square	DF	P-Value
Pearson	208.284	3	0.000
Likelihood Ratio	216.023	3	0.000

Fuente: Elaboración propia

La prueba de Chi-cuadrado da un valor P de 0.000 lo que significa que entre las respuestas de los encuestados frente al conocimiento, locación y programas hay diferencias estadísticas que muestran aleatoriedad y que no hay sesgos en las respuestas. A esto agregamos que frente a los valores observados en la encuesta tenemos unos resultados mejor que los pronósticos de la prueba estadísticas para conocimiento de la institución con 326 encuestados que la conocen frente a un pronóstico de 250 encuestados. Lo contrario ocurre con el conocimiento de los programas de la institución donde solo 172 encuestados conocen los programas frente a un

pronóstico de 250 encuestados. Esto advierte sobre la necesidad de promover mejor la oferta académica.

7. Conclusiones

- ✓ Se puede observar que el 13.09% del total de la población encuestada que equivale a 102 personas desean estudiar la carrera de Administracion de Negocios Internacionales, los siguientes datos especifican la preferencia de estudiar Administracion de Negocios Internacionales los días viernes y sábado representados así:

Empresas: 23 personas que desean estudiar Administracion de Negocios Internacionales los días viernes y sábado.

Colegios Públicos: 1 persona que desean estudiar Administracion de Negocios Internacionales los días viernes y sábado.

Colegios Privados: 1 persona que desean estudiar Administracion de Negocios Internacionales los días viernes y sábado.

De 779 personas. 25 desean estudiar Administracion de Negocios Internacionales los días viernes y sábado que equivale a un 3.2% total de la población encuestada.
- ✓ Se evidencia que el 83.3% de la población encuestada de los colegios públicos se ubican en un rango de edad entre 16 y 18 años y estos tienen una mayor inclinación a estudiar programas relacionados con mercadeo y Administracion de negocios internacionales en una jornada diurna continua, debido a que no tienen responsabilidades laborales y su horario se adaptaría a cualquier pensum.
- ✓ Las personas que trabajan en empresas tienen la visión de estudiar una especialización como su ultimo post-grado, sin embargo este segmento tiene una gran representación porcentual y es difícil tomar una divergencia debido a que los valores de las categorías de magister, especialización y universidad están demasiado equitativos,

esto quiere decir que con un plan más efectivo de socialización de los programas de la fundación universitaria del área andina, las personas que solo pretenden realizar una especialización terminen inclinándose por una maestría.

- ✓ El criterio más importante para elegir el establecimiento universitario por parte de las personas que trabajan en empresas son los programas académicos y este a su vez considera de mayor importancia tener un valor agregado de ofertas laborales una vez terminada la formación y la consecución de las prácticas empresariales es el segundo criterio más importante para los encuestados, deduciendo que es de gran representación el primer contacto y experiencia laboral ejerciendo la profesión.

- ✓ Las personas encuestadas de los colegios tienen una preferencia en realizar sus primeros estudios universitarios en programas diferentes a los propuestos en la herramienta de encuesta (Estos están clasificados en la categoría de otros).

8. Recomendaciones

- ✓ Se debe de promocionar con un plan estratégico de comunicación todas las carreras y programas ofertados por la fundación universitaria del área andina debido a que el 62% del total de la población encuestada (Empresas, colegios públicos y privados) no conocen los programas que se ofertan actualmente.
- ✓ La preferencia de la población general encuestada es realizar sus estudios en jornadas diurnas y nocturnas, tal y como se están ofertando actualmente, es recomendable no cambiar estas modalidades.
- ✓ Utilizar los valores agregados preferidos por la población encuestada como un complemento a la educación presencial que se esta ofreciendo y usarlo también como un factor diferencial de la competencia.
- ✓ Siendo el bilingüismo el segundo factor más relevante como valor agregado para la población, se sugiere que es de gran importancia incluir en el pensum de los programas académicos ofertados la asignatura de ingles y que este no sea tercerizado con ninguna institución.
- ✓ En cuanto a la problemática de la deserción planteada en la justificación y planteamiento del problema, se podría complementar las entrevistas de admisiones obligatorias con una asesoría personalizada donde se oriente al futuro estudiante la carrera que debe elegir de acuerdo con sus capacidades, preferencias o habilidades.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía de Pereira. (2015). *Pereira cómo vamos*.

El Diario. (22 de Agosto de 2017). Realidad de la juventud en Pereira. *El Diario*.

La República. (2017). En la ruta de estudiantes de alta calidad. *La República*.

Ministerio de educación de Colombia. (2014). *Perfil educativo del Departamento de Risaralda*. Pereira.

Revista Semana. (2005). ¿Qué estudiar y dónde? *Semana*.