



Ciudad Obregón, Sonora, martes, 28 de enero de 2013

Instituto Tecnológico de Sonora
P r e s e n t e.

El que suscribe Lucero Isabel Yañez Bustillos, por medio del presente manifiesto bajo protesta de decir verdad, que soy autor y titular de los derechos de propiedad intelectual tanto morales como patrimoniales, sobre la obra titulada Investigación de mercado: Rezago escolar en los alumnos del programa Licenciado en Administración de Empresas Turísticas, plan 2002, en lo sucesivo "LA OBRA", misma que constituye el trabajo de tesis que desarrolle para obtener el grado de Licenciado en Administración en ésta casa de estudios, y en tal carácter autorizo al Instituto Tecnológico de Sonora, en adelante "EL INSTITUTO", para que efectúe la divulgación, publicación, comunicación pública, distribución y reproducción, así como la digitalización de la misma, con fines académicos o propios del objeto del Instituto, es decir, sin fines de lucro, por lo que la presente autorización la extiendo de forma gratuita.

Para efectos de lo anterior, EL INSTITUTO deberá reconocer en todo momento mi autoría y otorgarme el crédito correspondiente en todas las actividades mencionadas anteriormente de LA OBRA.

De igual forma, libero de toda responsabilidad a EL INSTITUTO por cualquier demanda o reclamación que se llegase a formular por cualquier persona, física o moral, que se considere con derechos sobre los resultados derivados de la presente autorización, o por cualquier violación a los derechos de autor y propiedad intelectual que cometa el suscrito frente a terceros con motivo de la presente autorización y del contenido mismo de la obra.


Lucero Isabel Yañez Bustillos





INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA
Educar para Trascender

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:
“REZAGO ESCOLAR EN LOS ALUMNOS DEL PROGRAMA
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS PLAN 2002.”**

**TESIS
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN**

Presenta

LUCERO ISABEL YAÑEZ BUSTILLOS

DEDICATORIA

A MI HIJO:

Santiago Emilio Tanori Yáñez a quien amo, adoro y es la razón, el motivo por el cual decidí seguir preparándome para poder ofrecerle una mejor educación y calidad de vida, para apoyarlo a través del ejemplo a ser un buen ser humano ante la sociedad, respetuoso y honesto, altruista y trabajador, así como a no dejar sus sueños ni metas personales sino a luchar por lo que desea lograr, por eso y mas le dedico esta etapa de mi vida.

AGRADECIMIENTO

A JEHOVA DIOS:

Quien es el creador de todo el universo y dador de la vida, le agradezco por haberme permitido llegar a este momento con salud y bienestar hacia persona y familia, por enseñarme a través de su palabra que para lograr paz y felicidad interior hay que escucharle y seguir sus consejos, lo cual me ha ayudado a formarme como una persona honesta y trabajadora, y gracias a esos consejos he logrado muchos objetivos uno de los cuales era el proyectar este trabajo y titularme, por eso y mucho mas agradezco primeramente a dios.

A MI FAMILIA:

Le doy gracias a mis padres Lilia y Santiago por haberme dado la vida y apoyarme siempre en la educación y estar a mi lado en todas las etapas de mi vida. A mis hermanas Ana , Yolanda y hermano Rosario por preocuparse siempre por mi, por mi hijo y por que han sido mis únicos mejores amigos apoyándome siempre en todo momento y a quienes podría confiar mi propia vida. Agradezco enormemente a mi esposo Everardo quien ha llegado a formar parte de mi ser, y ha sido un apoyo constante para mi superación personal y profesional, estando siempre a mi lado con amor y perseverancia lo que nos ha unido cada vez mas y ayudado a superar obstáculos y disfrutar de la familia y logros mutuos.

RESUMEN

En el presente documento se plantea el procedimiento realizado para la detección de las causas del rezago de materias escolares en los alumnos de la carrera de Lic. En Administración de Empresas Turísticas Plan 2002. Para lo cual fue necesario seguir una metodología estructurada sobre una investigación de mercados, planteada en diferentes autores expertos en dichos temas. Esto permitió hacer un análisis más preciso sobre algunas investigaciones efectuadas en universidades de nuestro país para comparar los motivos que afectan a sus alumnos con los que posiblemente tengan los estudiantes del Instituto Tecnológico de Sonora. Es importante mencionar que dentro del plantel es alto el índice de este problema por lo cual se decidió profundizar en el tema para la obtención de resultados objetivos que permitan ofrecer soluciones de mejora que apoyen en la disminución del índice de alumnos con rezago escolar. Por lo tanto uno de los principales fines de este trabajo de investigación es presentar recomendaciones idóneas para la situación antes mencionada. En el capítulo I, se muestran los antecedentes del trabajo, el planteamiento del problema, la justificación y objetivo. En el capítulo II, se menciona toda la fundamentación teórica estudiada sobre el rezago y deserción en México, así como la revisión bibliográfica y el proceso de la investigación que se maneja para el logro del objetivo del trabajo. En el capítulo III de método, se describe el sujeto, materiales y procedimiento requeridos. El capítulo IV describe los resultados obtenidos de la investigación, concluyendo con el capítulo V, donde se plantean las recomendaciones a implantar para la solución del problema.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
RESUMEN.....	iii
ÍNDICE.....	iv
CAPÍTULO I.	
INTRODUCCIÓN.....	8
1.1 Antecedentes.....	8
1.2 Definición del Problema.....	11
1.3 Justificación.....	13
1.4 Objetivo.....	14
CAPÍTULO II.	
FUNDAMENTACIÓN TEÒRICA DE REZAGO Y DESERCIÓN.....	16
2.1 Introducción.....	16
2.2 Concepto de rezago escolar.....	19
2.3 Rezago y deserción en la educación superior en México.....	20
2.4 La transición entre el nivel medio superior y la Universidad.....	24
2.4.1 Los procesos de selección para el ingreso a la educación superior.....	25
2.4.2 El perfil del alumno en el momento del ingreso a la educación superior.....	26
2.4.3 La integración del estudiante al medio académico.....	27

2.5 La deserción como comportamiento individual.....	28
2.5.1 La deserción y el carácter de las metas individuales.....	28
2.5.2 Elementos del proceso de deserción individual.....	31
2.6 La variabilidad del grupo y del tiempo en relación con la deserción.....	33
2.6.1 La deserción desde el punto de vista institucional.....	35
2.6.2 La trayectoria académica y la deserción.....	36
2.7 Elección estratégica y acción institucional.....	39
2.7.1 El carácter variable de la deserción según las instituciones.....	40
2.8 La deserción según la perspectiva estatal y nacional.....	42
2.9 Conclusión.....	44
2.10 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	48
2.11 Investigación de mercado.....	48
2.11.1 Concepto de investigación.....	48
2.11.2 Importancia de la investigación.....	49
2.11.3 Tipos de investigación.....	50
2.12 Proceso de la Investigación de Mercado.....	54
2.12.1 Fuentes de información.....	55
2.12.2 Método de recolección de datos.....	58
2.12.2.1 Investigación Cualitativa.....	58
2.12.2.2 Investigación Cuantitativa.....	60
2.12.3 Formas de recopilar la información.....	61

2.12.3.1 Cuestionario.....	62
2.12.3.2 Diseño de Cuestionario.....	64
2.12.3.3 Prueba Piloto.....	70
2.12.4 Método de muestreo.....	71
2.12.5 Trabajo de campo.....	78
2.12.6 Análisis e interpretación de datos recopilados.....	81
2.12.7 Informe.....	87
CAPÍTULO III.	
MÉTODO.....	89
3.1 Sujetos.....	89
3.2 Materiales.....	89
3.3 Procedimiento.....	90
CAPÍTULO IV.	
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	94
4.1 Resultados.....	94
4.2 Discusión.....	101
CAPÍTULO V.	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	102
5.1 Conclusiones.....	102
5.2 Recomendaciones.....	103
BIBLIOGRAFÍA.....	105
APÉNDICES.....	107
A. Encuestas para el Instituto Tecnológico de Sonora	

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se abordarán los motivos que despertaron el interés por conocer las principales razones de la deserción escolar, se justificará el por qué vale la pena realizarla, los beneficios que se pueden obtener y las implicaciones que puedan tener los resultados. Se planteará el problema a resolver y las contribuciones que se pretenden derivar del mismo. Se incluye también las hipótesis que se tratarán de comprobar a través de esta investigación de mercado.

1.1 Antecedentes.

A continuación se señalan los hallazgos encontrados en algunas investigaciones realizadas en universidades de nuestro país sobre el tema de la deserción escolar y los motivos que la causan. En una Investigación Educativa para el Fortalecimiento del Programa Institucional de Tutorías de las Fes-Zaragoza, realizada por la Facultad de Estudios Superiores de Zaragoza (2004), se señalan una multiplicidad de factores que afectan a los estudiantes, entre los que se pueden mencionar:

- Condiciones económicas desfavorables.
- El deficiente nivel cultural de la familia a la que pertenece.

- Las expectativas del estudiante respecto de la importancia de la educación.
- La incompatibilidad del tiempo dedicado al trabajo y a los estudios.
- La responsabilidad que implica el matrimonio.
- Las características personales del estudiante, por, ejemplo, la falta de actitud de logro.
- El poco interés por los estudios en general, por la carrera y por la institución.
- Las características académicas previas del estudiante, como los bajos promedios obtenidos en la educación media superior que reflejan la insuficiencia de los conocimientos y habilidades con que egresan los estudiantes, con relación a los requeridos para mantener las exigencias académicas del nivel superior.
- La deficiente orientación vocacional recibida antes de ingresar a la licenciatura, que provoca que los estudiantes se inscriban en las carreras profesionales sin sustentar su decisión en una sólida información sobre la misma.

Con el objetivo de disponer de una mirada común sobre la deserción estudiantil, el Instituto para la Educación Superior en América Latina y el Caribe, IESLAC, realizó en septiembre de 2005, en la Universidad de Talca, Chile, el “Seminario Internacional: Rezago y Deserción en la Educación Superior”, que contó con la participación de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Paraguay, Uruguay y Venezuela. De los resultados de este seminario y en lo que respecta a México, se encontró que cuenta con 1.800 instituciones de educación superior.

En 2004, la matrícula se estimó en 2.384.858 estudiantes, lo que representa una cobertura del 24.6%. La tasa de deserción se estimó en un 53% para las universidades públicas fue del 58%, mientras que para la universidad privada fue del 39%.

Entre los factores asociados con la deserción se mencionan:

- El tradicionalismo en la escogencia de las carreras.

- La ausencia de información sobre la diversidad de programas ofrecidos por las instituciones.
- Las responsabilidades familiares.
- El bajo rendimiento académico.
- La mala elección de la carrera.
- Los cambios de carrera y la discriminación en el entorno de estudio.

Por otro lado, el rector de la Universidad Autónoma de Tamaulipas UAT, José María Leal Gutiérrez (2010), dijo que cerca de 2 mil 500 alumnos de los más de 45 mil que se inscriben en la máxima casa de estudios en Tamaulipas desertan cada año por falta de recursos económicos.

En base a los antecedentes justificados de las investigaciones anteriormente realizadas en el país, se determinó que existen varias razones por la cual un alumno no culmina su carrera, pero la razón mas común es el factor económico, en muchos casos los alumnos no cuentan con la solvencia económica suficiente para cubrir sus estudios, por lo cual requieren de un empleo, siendo este de medio tiempo o finalmente dejar su carrera para dedicarse por completo a su trabajo y familia dando seguimiento al aumento de la deserción escolar.

Existen diversos estudios realizados a nivel mundial, nacional y local en universidades con el fin de detectar cuáles son los factores que inciden en el rezago escolar, es decir, en el atraso de los estudiantes en la inscripción a las asignaturas, de acuerdo a la secuencia que establece el plan de estudios, o bien, son aquellos alumnos que no mantienen un ritmo regular del plan de estudios por lo que su egreso ocurre en una fecha posterior a la programada.

Derivado de lo anterior, se considera importante analizar cuáles son las razones de la existencia de rezago escolar en la Carrera de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas (LAET) del Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) Plan 2002.

1.2 Definición del problema.

Actualmente los sistemas educativos universitarios están cambiando constantemente debido a los avances tecnológicos que se han estado presentando en estos últimos años, es evidente que conforme pasa el tiempo se crean nuevos programas que faciliten los procesos educativos a los alumnos, maestros y personal administrativo de los planteles.

Los estudiantes también están evolucionando con respecto a la manera de llevar a cabo sus asignaciones y trabajos escolares, esto permite que se adhieran más fácilmente a los programas educativos, aunque también hay quienes por cuestiones personales o de trabajo no pueden cumplir satisfactoriamente con sus obligaciones escolares. Es por eso que surgió el interés de conocer los motivos por los cuales muchos alumnos no culminan su carrera en el tiempo apropiado, el por qué de materias atrasadas y cómo es que algunos llegan a dejar por completo sus estudios universitarios.

En investigaciones recientes realizadas a universidades de nuestro país se enfatiza algunos puntos que pudieran ser las razones por las cuales existe tanta deserción escolar en México. “El instituto Mexicano de la juventud, dentro de su llamado programa de mediano plazo 2008 - 2012 da a conocer las estadísticas que se arrojan a partir de la encuesta nacional de la juventud 2005 acerca de las causas de deserción escolar en México; sus cifras resultan escalofriantes ya que solo una mínima parte de los jóvenes se encuentran insertos en el sistema educativo nacional después de los 16 años, la mayoría abandona la escuela porque prefiere trabajar, la escuela no cubre sus expectativas, sus padres no quisieron que siguiera estudiando ó debido a las condiciones económicas de la familia derivadas de la poca preparación que han tenido sus padres”.

Los factores mas comunes que pudieran influir en el abandono escolar en un nivel medio superior son los económicos, sociales, motivacionales, psicológicos y

culturales. “Según un estudio realizado por la Secretaría de Educación Pública (SEP 2007) dice, que el nivel de educación medio superior es el que presenta mayor deserción escolar en México. Sólo uno de cada tres estudiantes que ingresa al bachillerato consigue terminarlo e ingresar a la educación superior.

Otra problemática detectada como causa de la deserción, son las dificultades de acceso a un centro educativo de educación media superior, ya sea por lejanía y falta de vías de comunicación o bien al alto costo del transporte ya que en algunas ocasiones la gran marginación de las comunidades obliga al estudiante a utilizar de dos a tres transportes para poder llegar al centro educativo lo cual eleva los costos de transporte y en muchos casos hace imposible que el estudiante continúe sus estudios.

En segundo lugar presentan a las adicciones como un grave problema en este nivel educativo, la drogadicción y el alcoholismo han acrecentado las causas de la deserción, así como un elevado número de adolescentes embarazadas lo cual obliga a las jóvenes a truncar sus estudios y optar por el abandono. En tercer lugar colocan a los factores económicos, que atribuye en gran manera a los recursos económicos o economía familiar destaca que la pobreza, sin duda alguna es una de las principales, y más difíciles de aniquilar.”

Por lo tanto se decidió indagar más en el tema de la deserción escolar, ya que es una realidad que este sucediendo en nuestra universidad, con la finalidad de poder encontrar soluciones que minimicen esta problemática en los estudiantes del Instituto Tecnológico de Sonora, aportando ideas que beneficien tanto a la institución como alumnado en general. Ante la problemática descrita se impone la pregunta:

¿Cuáles son los factores que provocan que los alumnos de la Carrera de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas, Plan 2002, del Instituto Tecnológico de Sonora, muestren rezago escolar?

1.3 Justificación.

La globalización en la economía internacional aunado a los avances tecnológicos en los medios de comunicación y medios de transportes, han logrado la posibilidad de poder acceder a casi cualquier rincón del mundo lo que a ocasionado un incremento en la actividad turística a nivel mundial. México al ser un país rico en cultura y lleno de historia, ha conseguido captar la atención de cualquier extranjero impulsando a querer conocer más sobre nuestras bellezas naturales, cultura y tradiciones. Este tipo de actividad ha ido creciendo con el paso de los años lo que ha provocado un incremento en la infraestructura Hotelera y otros servicios turísticos en los diferentes estados de la República Mexicana.

El presente trabajo pretende recopilar información importante acerca de los factores determinantes que ocasionan el rezago educativo en los alumnos de LAET, a su vez contar con una fuente de información para ser consultada en investigaciones posteriores y que permita realizar estimaciones y predicciones sobre el comportamiento, flujo y desempeño de los alumnos, así como las posibles reacciones ante nuevos cambios en la estructura del plan de estudios de los mismos.

Al contar con una fuente de información de este tipo que represente los principales factores sobre el rezago escolar de los alumnos a lo largo de sus estudios, representa un gran valor para la institución (ITSON), ya que permitiría conocer las causas sobre el tiempo que tardan en avanzar en sus estudios de licenciatura. También podría proporcionar información para realizar estimaciones y predicciones útiles sobre los siguientes aspectos: **a)** determinar el ¿por que? Sobre el flujo de los alumnos de LAET en cuanto a egresos, reingreso, bajas y rezago; **b)** estimar el numero promedio de los semestres que requiere un alumno para egresar; **c)** estimar el tiempo en permanecer en un determinado nivel en sus estudios o en alcanzar un nivel en particular; **d)** contar con información para prevenir los efectos futuros en cuanto a: profesores, asignación de aulas, horarios

de clase, mantenimiento de la infraestructura y requerimientos de recursos tanto administrativos como financieros.

Al contar con este trabajo, ITSON contribuirá de acuerdo a su misión en apoyar a las comunidades nacionales y en particular a las regionales a que con el esfuerzo de los alumnos de LAET egresados y bien preparados ayuden al desarrollo exitoso en cuanto a la infraestructura cultural, social y económica, de dichas regiones, obteniendo como resultado un ambiente que provea vida sustentable y oportunidades a sus habitantes.

Al no hacer una investigación de este tipo, se dejaría pasar la oportunidad de mejorar la calidad en la formación profesional de los Licenciados en Administración de Empresas Turísticas ya que seguirían siendo pocos los egresados e insuficientes para poder atender el incremento competitivo del sector turístico en México, es necesario realizar una investigación de este tipo, ya que de esta manera se lograra conocer el principal factor que ocasiona el rezago escolar, buscando soluciones para aumentar el índice de egresados y así aprovechar esta ventaja que tiene México ante otros países, lo cual impulsaría a generar nuevos empleos y mejorar la situación económicas de muchas familias mexicanas, logrando altos estándares de productividad y de calidad en la prestación de servicios mediante la eficiencia de los profesionistas de este sector.

1.4 Objetivo.

Realizar una investigación de mercado entre los alumnos con problemas de rezago escolar de la carrera de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas, Plan 2002, para conocer cuáles son los factores que no les permiten inscribirse regularmente en las asignaturas de su plan de estudios, de acuerdo a la secuencia establecida.

1.5 Hipótesis.

En esta investigación se tratará de comprobar tres supuestos:

- **Hipótesis de investigación:** Se desea conocer si los siguientes factores:
 1. Condición económica desfavorable
 2. La incompatibilidad del tiempo destinado al trabajo y al estudio
 3. Falta de interés por concluir la carrera.

Son los que principalmente afectan a más del 50% de los alumnos que muestran rezago escolar de la carrera de LAET.

- **Hipótesis nula:** Se establece que los siguientes factores no son determinantes para que más del 50% de los estudiantes de la LAET se rezaguen:
 4. Condición económica desfavorable
 5. La incompatibilidad del tiempo destinado al trabajo y al estudio
 6. Falta de interés por concluir la carrera.
- **Hipótesis alternativa:** el 50% de los alumnos de la carrera de LAET rezagados muestran un promedio superior de 8.5 y no tienen índice de reprobación.

CAPÍTULO II.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE REZAGO ESTUDIANTIL

2.1 Introducción.

La deserción estudiantil constituye un problema importante del sistema de educación formal por su incidencia negativa sobre los procesos políticos, económicos, sociales y culturales del desarrollo nacional, por lo que es necesario llevar a cabo estudios que determinen las causas que la provocan, a fin de contribuir a abatirla, ya que constituye por su magnitud un problema importante del sistema nacional de educación formal. Las altas tasas de abandono de los estudios que se producen en todos los niveles educativos tienen incidencia negativa sobre los procesos políticos, económicos, sociales y culturales del desarrollo nacional.

En atención a este problema, el Plan Nacional de Desarrollo (PND) reconoce que, a pesar de los avances y logros del sistema educativo nacional, se han acentuado otros factores que impactan negativamente la permanencia y rendimiento escolar de los educandos y la calidad de los servicios educativos.

Debido a la variedad de factores que se encuentran como responsables de la deserción de los estudiantes de educación superior, es importante encontrar aquellos que tengan que ver con la institución, y tratar de resolverlos, ya que el logro de la institución se ve reflejado en el éxito de cada uno de sus egresados.

El fenómeno de la deserción es un problema que siempre ha existido desde años anteriores, y han ido surgiendo nuevos factores con el paso del tiempo junto con la modernización de las tecnologías en comunicación y la infraestructura institucional.

Información reciente que proviene de la Universidad Veracruzana, conjuntamente a lo que ocurre en la mayoría de las IES mexicanas, señala que aproximadamente 25 de cada 100 estudiantes que ingresan al nivel universitario abandonan sus estudios sin haber promovido las asignaturas del primer semestre; la mayoría de ellos inicia una carrera marcada por la reprobación y bajos promedios en sus calificaciones lo cual contribuye a que en el tercer semestre la deserción alcance al 36% de quienes ingresaron, cifra que se incrementa semestre a semestre, hasta alcanzar el 46% al término del periodo de formación (Talavera, 2006).

Tomando como plan de acción diferentes asociaciones así como universidades han decidido realizar diferentes investigaciones para encontrar soluciones que mejoren la calidad en la permanencia de los estudiantes de las distintas instituciones y universidades a lo largo del país y de Latinoamérica.

Tal es el caso de un estudio realizado por la (revista de la educación superior Octubre-Diciembre de 2011), el cual se presentan datos del seguimiento de desertores de las áreas de ingenierías y de ciencias de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP) en México, donde se muestra que desde el año 2000 hasta 2010, de 2277 ingresados en ciencias exactas solo 174 alumnos egresaron, de los cuales solo 78 se titularon.

En el mismo periodo de tiempo, de 34,246 alumnos ingresados en ingeniería y tecnología, solo 3,910 egresaron, de los cuales 1,840 se titularon. Este estudio muestra el alto índice de alumnos que por alguna razón no culminaron sus estudios superiores y a los cuales se le denomina rezagado. (Fuente: BUAP 2000, 2005, 2010).

México enfrenta un severo retraso educativo en el nivel superior ya que menos de un tercio de los jóvenes mexicanos acude a una universidad, por tal motivo, en la próxima década se abrirán los espacios escolares necesarios en las diferentes instituciones del país que permitan integrar cada año a 300 mil alumnos, dio a conocer Rodolfo Tuirán Gutiérrez, Subsecretario de Educación Pública.

Indicó que en 1950 acudían a una universidad o instituto de nivel superior 50 mil estudiantes en todo el país a pesar de los 25 millones de habitantes; 60 años después acuden a clases más de 3 millones de jóvenes y la población es Superior a los 112 millones de personas.

Comentó que se tienen grandes retos en puerta, pues a pesar de que se han multiplicado las ofertas educativas, *“menos de uno de cada tres jóvenes asisten a la educación superior”*. Dijo que el enorme rezago educativo mexicano se deja ver claramente al ser comparado con países como Argentina que tiene el 67 por ciento de cobertura educativa de nivel superior, o Chile con el 55 por ciento.

En tanto que México ofrece una cobertura profesional del 30 por ciento y Ciudad Juárez se coloca entre el 27 y 28 por ciento a pesar de que en el último año ha crecido la apertura de espacios, añadió.

Es por ello que la presente investigación de mercados realizada en los alumnos de del programa educativo Licenciado en Administración de Empresas Turísticas plan 2002, del Instituto Tecnológico del Estado de Sonora (ITSON), se abordaran los motivos que despertaron el interés por conocer las principales razones de la deserción escolar, se justificará el por qué vale la pena realizarla, los beneficios que se pueden obtener y las implicaciones que puedan tener los resultados.

Se planteará el problema a resolver y las contribuciones que se pretenden derivar del mismo. Se incluye también las hipótesis que se trataran de comprobar a través de esta investigación de mercado.

2.2 Concepto de rezago educativo.

A partir de la trayectoria, un estudiante puede clasificarse como: repetidor, rezagado, regular e irregular. Así, un estudiante rezagado se identifica como tal porque manifiesta un retraso en las inscripciones a las asignaturas programadas en el plan de estudios que cursa (Romo y Hernández, 2005).

El rezago escolar es considerado como un indicador que proporciona información sobre el atraso y rendimiento académico de los estudiantes y tiene como referente el momento de la inscripción de las asignaturas que conforman un plan de estudios de acuerdo con la secuencia programada (ANUIES, 2007).

Dentro de los factores normativos asociados al rezago escolar se han destacado los requisitos de ingreso, la seriación de materias, el número de oportunidades para cursar una misma materia, el número permitido de materias reprobadas, los tipos de exámenes, el número de ocasiones en que puede presentarse un extraordinario, las modalidades de titulación y los plazos reglamentarios para concluir los estudios (Legorreta, 2001).

Castaño (2008), diferencian las deserciones de estudiantes universitarios en tres tipos, en función del tiempo como:

- Deserción precoz: el individuo que: habiendo sido aceptado por la universidad. No se matricula.
- Deserción temprana: aquel que abandona sus estudios en los primeros semestres de la carrera.
- Deserción tardía: quien abandona los estudios en los últimos semestres, es decir, una vez cursados al menos la mitad de los semestres establecidos en el programa académico.

2.3 Rezago y deserción en la educación superior en México.

Los sistemas educativos en el mundo (y México no es la excepción), enfrentan tareas complejas en el corto, mediano y largo plazos, que se relacionan con la tendencia continuada del crecimiento de los servicios educativos y con el reto de mejorar la calidad, la pertinencia y la equidad de los mismos.

Los distintos niveles del sistema registran problemas específicos, no obstante, algunos de ellos se mantienen constantes para el conjunto. Tal es el caso del rezago y la deserción escolares. Tanto en el nivel básico, como en el medio y en el superior, es posible reconocer una pérdida constante de estudiantes antes de concluir los ciclos escolares y, en consecuencia, antes de obtener los grados. El abandono de los estudios o bien, la reprobación y el consecuente rezago que caracteriza a un porcentaje no despreciable de las trayectorias estudiantiles, constituyen temas relevantes en el estudio del fenómeno educativo en nuestro país y han dado lugar a explicaciones de muy diverso orden

En el nivel superior, el problema alcanza un dramatismo mayor, ya que se trata de una población que ha logrado sortear las exigencias de los niveles previos y, sobre todo, que ha logrado ingresar al nivel profesional, con toda la complejidad que representa la competencia por acceder a este nivel.

La deserción como tal, implica pérdida para el individuo y su familia, para la institución y para la sociedad. A pesar de la ambigüedad que reviste el fenómeno, la inversión y las expectativas de logro se ven plenamente frustradas al perder el contacto definitivo, temporal o institucional con la escolaridad como supuesta vía de movilidad social.

El rezago estudiantil, la deserción y los bajos índices de eficiencia terminal se encuentran entre los problemas más complejos y frecuentes que enfrentan las instituciones de educación superior (IES) del país, que en la actualidad son reconocidos prácticamente por todas ellas. Sin embargo, es difícil puntualizar la magnitud de cada uno de estos fenómenos debido, por un lado, a las diferentes

conceptualizaciones para comprender una misma problemática y, por otro, a las inconsistencias en la información estadística, observables tanto en los bancos de información institucionales, como en la información concentrada en las áreas de estadística de la Secretaría de Educación Pública (SEP) y de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES).

Una de las críticas que enfrenta la educación superior en México es su baja eficiencia terminal resultado de problemas de deserción, reprobación y de baja titulación: en promedio, de 100 alumnos que se incorporan a la licenciatura, entre 50 y 60 concluyen sus estudios y sólo 20 obtienen su título en los dos años siguientes al egreso. No obstante, este 10, 20, 30 o más elevado porcentaje de desertores, rezagados o no titulados en el nivel superior, son los que lograron librar las dificultades de los niveles previos (ANUIES, 2000).

Según Vincent Tinto, es posible identificar distintos niveles de análisis del problema de la deserción (Tinto, 1989): la deserción como problema individual, la variabilidad del grupo de referencia (estudiantes foráneos, que trabajan de tiempo completo, estudiantes de edad mayor a la media, minorías étnicas); el tiempo en el que ocurre la deserción (primeros meses, primer año 57%¹) y, por último, la deserción desde el punto de vista institucional. Cada uno de estos niveles revela una dinámica propia, mostrando la complejidad del problema en toda su magnitud.

En el ámbito de la educación superior, el término deserción se define regularmente como el abandono de los cursos o la carrera a los que se ha inscrito el estudiante, dejando de asistir a las clases y de cumplir con las obligaciones establecidas previamente, lo cual tiene efectos sobre los índices de la eficiencia terminal de una cohorte. En tal caso, el total de las deserciones de los alumnos contribuye a conocer el comportamiento del flujo escolar en una generación.

La deserción estudiantil ha sido una preocupación permanente, ya que la mitad de los estudiantes no logra concluir sus estudios. Varias investigaciones sugieren una amplia diversidad de causas posibles, desde factores personales hasta características institucionales.

Existen diversas razones para el abandono, la variedad no es muy grande, por lo cual se analizan algunas medidas para incrementar la retención y otras que no mejorarían la situación.

Estudios realizados en universidades de nuestro país han corroborado la influencia de estos factores. Aspectos como la flexibilidad curricular, la organización administrativa, la infraestructura y el ambiente académico y social, parecen influir sobre la permanencia. Así, una atención apropiada al estudiante, que considera aspectos académicos, familiares, sociales y económicos, resultaría importante para los jóvenes en el momento de decidir sobre su permanencia o abandono.

Existe entonces una creciente literatura que apunta hacia múltiples factores. La propuesta que surge de la literatura es que la deserción o la permanencia dependen fuertemente de un exitoso acoplamiento entre la institución y el individuo. Este acoplamiento está mediado por factores individuales e institucionales. Dependiendo del enfoque, el principal problema puede ser el estudiante o la institución.

Raush y Hamilton (2006) revisaron estos factores de manera más cuantitativa al analizar estudiantes que habían decidido abandonar la universidad. Los factores que encontraron fueron la dificultad para socializar y adaptarse al ambiente universitario, la sensación de aislamiento social y académico, así como la apreciación de una falta de integración. Estos estudios han dado lugar a recomendaciones como la reducción del tamaño de los grupos, la creación de “comunidades de aprendizaje” y sistemas de tutorías (Tinto y Pusser, 2006). Este modelo explicativo, sin embargo, también tiene varias debilidades.

Metz (2004), señala que la explicación parece válida para universidades tradicionales, pero observa que podrían incidir otros factores cuando se trata de actores o ambientes disímiles, como en el caso de estudiantes que pertenecen a

minorías, de estudiantes en otros rangos de edad, o de opciones universitarias atípicas, como las carreras vocacionales.

También en el caso de América Latina algunos estudios han señalado que las razones para la deserción podrían ser diferentes. González (2006) señala como posibles factores la falta de apoyos financieros para estudiantes e instituciones, las altas tasas de desempleo juvenil, las insuficiencias en la preparación previa, la ausencia de una orientación vocacional, o la falta de preparación y actualización de los docentes.

Los estudios latinoamericanos suelen hacer particular énfasis en las difíciles condiciones socio-económicas de la juventud. Para México, Zúñiga (2006) observa que un aspecto como el compromiso o el “acoplamiento” no resulta ser tan relevante como en los estudios norteamericanos. Según su estudio, resultan más importantes factores como la situación económica, la irregularidad de los estudios, o la reprobación de materias.

De manera semejante, para el caso de Chile, Donoso y Schiefelbein (2007) hallaron que la situación económica del estudiante juega un papel preponderante, generando fuertes desigualdades dentro del sistema educativo. Schwartzman (2004), a partir de datos sobre la juventud en varios países latinoamericanos, señala que las diferentes condiciones socioeconómicas interactúan con distintos niveles de calidad de las universidades, produciendo resultados muy inequitativos.

Desde estas perspectivas, la pobreza y la desigualdad en oportunidades educativas parecen jugar un papel mucho más importante sobre la deserción que factores institucionales que contribuyan al buen acoplamiento entre institución y estudiante.

2.4 La transición entre el nivel medio superior y la universidad.

Cuando un individuo ingresa al sistema educativo superior, su vida, su personalidad incluso, pueden ser objeto de una transformación tan radical que facilite, o bien obstaculice, su proceso de integración desde el punto de vista académico y social, a un ambiente nuevo, las más de las veces desconocido. De inicio, para muchos estudiantes de licenciatura, su dificultad para integrarse al medio académico y social de la institución de educación superior representa una desventaja contra la cual tienen que luchar, más o menos tiempo, durante su trayectoria universitaria. En ello interviene la capacidad del sujeto para reconocer que el sistema de educación superior exigirá de él un comportamiento intelectual mucho más maduro y complejo que los requeridos por el nivel precedente.

Por lo tanto, lograr una rápida integración a la institución tiene implicaciones definitivas en la permanencia, no sólo para los estudiantes de nuevo ingreso, sino también para aquellos que siendo adultos, se reincorporan a la institución. Una vez que el estudiante "se integra", las posibilidades de que continúe y culminen sus estudios aumentan considerablemente. Un problema que incide negativamente en la permanencia en los estudios superiores es la inadecuada elección de carrera. Una de sus causas es la insuficiente información sobre los diversos perfiles profesionales y sus potenciales mercados de trabajo. Los aspirantes a la educación superior tienen una idea imprecisa sobre las características de las prácticas profesionales que corresponden a las distintas opciones que conforman la oferta educativa de las IES.

Por consiguiente, su elección de carrera frecuentemente puede ser influenciada por opiniones familiares, de amigos, por modas y no por una vocación clara o un potencial idóneo para su desempeño exitoso en la misma. De esta insuficiencia de información se desprende también la excesiva concentración de la demanda en carreras con perfiles profesionales muy definidos. Los servicios de orientación educativa eficientes antes del ingreso brindan un apoyo que ayuda a prevenir fracasos o rezagos en buena parte de los aspirantes indecisos.

Por otra parte, la elección de institución de educación superior para cursar una carrera tiene también orígenes diversos (prestigio, costo, ubicación geográfica, régimen universitario o tecnológico, etc.).

En nuestro país, estas variables determinan una intensa presión para las IES públicas, sean éstas federales o estatales. Esta presión ha conducido a algunas IES a establecer las posibilidades para elegir una segunda y aún una tercera opción, mismas que la práctica ha evidenciado como estrategias poco adecuadas para garantizar la permanencia en los estudios superiores.

Un factor adicional a los mencionados es la insuficiente difusión de la información relacionada con los requisitos, trámites y tiempos implicados en los procesos de selección que permitan al aspirante conocer los requerimientos para prepararse adecuadamente.

2.4.1 Los procesos de selección para el ingreso a la educación superior.

Los exámenes de ingreso a la educación superior constituyen una importante herramienta en los procesos de selección, sustentada en los resultados de diversos estudios que sugieren que el rendimiento académico de los estudiantes de primer ingreso se asocia, significativamente, a los puntajes obtenidos en los exámenes de admisión, sobre todo cuando éstos son elaborados, validados y aplicados en forma adecuada.

El examen permite clasificar a los sustentantes a partir del número de aciertos obtenidos y estipular el mínimo necesario para el ingreso a cada uno de los programas de una institución.

Un adecuado proceso de selección puede tener efectos positivos no sólo en la integración sino en la permanencia de un estudiante en la institución a la que tuvo acceso. El perfeccionamiento de los procesos de selección tales como el examen de admisión, deben ser objeto de seguimiento y evaluación año con año.

2.4.2 El perfil del alumno en el momento del ingreso a la educación superior.

Las características de los estudiantes no han tenido la suficiente relevancia en la planeación curricular y en la organización académica de las IES. Generalmente se opera desde el supuesto de una cierta homogeneidad de los alumnos; ignorando una realidad con la que los profesores se enfrentan constantemente: la heterogeneidad, tanto en lo que se refiere a sus habilidades básicas como a los conocimientos que dominan los estudiantes. Las capacidades y conocimientos indispensables para desarrollar una carrera universitaria se dan por supuestas, a pesar de las evidencias existentes sobre la insuficiencia de la formación en los niveles elemental y medio.

Es posible suponer, con cierto grado de certeza, que los estudiantes que ingresan a la educación superior no dominan las habilidades ni la información y conocimientos indispensables para utilizar, de la mejor manera posible, los recursos que la universidad pone a su disposición.

Se ha detectado que la deserción responde a una multiplicidad de factores que afectan a los estudiantes, tales como los bajos promedios obtenidos en la educación media superior, la insuficiencia de los conocimientos y habilidades con que egresan los estudiantes de este nivel para atender las exigencias académicas del nivel superior, principalmente durante el primer año posterior a su ingreso a la licenciatura. También se mencionan las características personales del estudiante y la deficiente orientación vocacional recibida antes de ingresar a la licenciatura, lo que provoca que los alumnos se inscriban en las carreras profesionales sin sustentar su decisión en una sólida información sobre la misma.

Los resultados de los procesos de selección aplicadas a los aspirantes durante el proceso de admisión son instrumentos esenciales para el conocimiento de las características de los solicitantes, que debieran permitir a las IES poner en práctica diferentes programas de atención a los alumnos, tendientes a mejorar los procesos de integración, los índices de aprovechamiento y los de eficiencia terminal.

2.4.3 La integración del estudiante al medio académico.

No siempre las IES disponen de mecanismos o de programas orientados a propiciar una mejor integración de sus nuevos estudiantes a las dinámicas institucionales en su conjunto.

Entre los mecanismos más comunes se incluyen estrategias de difusión de la oferta educativa institucional acompañada de información puntual sobre las características peculiares de la vida en la institución, del modelo educativo que opera en la misma, de los servicios de apoyo a los estudiantes (bibliotecas, hemerotecas, servicios de cómputo, de idiomas, asesorías personalizadas y orientación educativa), de las alternativas para la formación integral de los alumnos (actividades deportivas, culturales y de servicio a la comunidad de influencia de la casa de estudios, intercambios académicos, entre otras opciones) y de las estrategias para facilitar su acceso al mercado de trabajo al término de los estudios (prácticas profesionales, bolsa de trabajo, etc.).

En algunas instituciones mexicanas existen, además, programas de inducción o de integración al medio académico y se ofrecen durante las primeras semanas que el estudiante asiste a la institución. En estos programas suele reiterarse la información que se proporciona en folletos impresos antes del ingreso.

El conocimiento de las características institucionales es un factor de motivación para el aspirante y propicia su mejor integración al ambiente académico y social desde el momento de su ingreso.

Asimismo, puede permitir al alumno tomar la decisión, antes de iniciar su educación superior, de inscribirse en la institución en la que ha sido aceptado o de buscar opciones más acordes con sus intereses. Cabe señalar que estos programas tienen diferente duración e intensidad en las diversas instituciones que conforman el sistema de educación superior (SES).

2.5 La deserción como comportamiento individual.

El punto de partida para desarrollar una definición de deserción adecuada a la perspectiva del individuo, es el conocimiento de que los significados que un estudiante asigna a su comportamiento pueden diferir sustancialmente de los que un observador atribuye a ese mismo comportamiento. El simple acto de abandonar una universidad puede tener significados múltiples y en absoluto diferentes para aquellos que están implicados o son afectados por ese comportamiento. Aunque un observador, tal como el funcionario universitario, puede definir el abandono como un fracaso en completar un programa de estudios, los estudiantes pueden interpretar su abandono como un paso positivo hacia la consecución de una meta; sus interpretaciones de un determinado abandono son distintas porque sus metas e intereses difieren de los del funcionario.

2.5.1 La deserción y el carácter de las metas individuales.

La definición de deserción, desde una perspectiva individual, debe referirse a las metas y propósitos que tienen las personas al incorporarse al sistema de educación superior, ya que la gran diversidad de fines y proyectos caracteriza las intenciones de los estudiantes que ingresan a una institución, y algunos de ellos no se identifican con la graduación ni son necesariamente compatibles con los de la institución en que ingresaron por primera vez. Más aún, las metas pueden no ser perfectamente claras para la persona que se inscribe en la universidad y cambiar durante la trayectoria académica.

Siempre habrá en una institución algunos estudiantes cuyas metas educativas son más limitadas o más amplias que las de la universidad a la que han ingresado. Para los alumnos con metas educativas restringidas, su actuación en la educación superior a menudo sólo implica acumular una cantidad determinada de créditos necesarios para certificaciones con fines profesionales, ascensos en el trabajo. Para estudiantes que trabajan medio tiempo, asistir a la universidad puede implicar el propósito de adquirir un conjunto de habilidades específicas (más bien

que generales) requeridas por las tareas que desempeñan. Para estos estudiantes, como para otros, completar un programa de estudios puede no constituir un fin deseable; una corta asistencia a la universidad, en vez de la prolongada necesaria para terminar una carrera, puede resultar suficiente para lograr sus metas.

Es posible encontrar la misma situación en aquellos alumnos cuyas metas educativas superan a las de la institución. En particular, un gran número de estudiantes puede entrar en instituciones con carreras de dos años con la intención de transferirse a otras universidades; han llevado a cabo lo que se proponían hacer en esa institución y, por lo tanto, la identificación de ese comportamiento con la deserción en su sentido estricto (es decir, como fracaso) es inexacto, porque tal denominación cambia sus intenciones, y engañosa, porque distorsiona el significado que ellos atribuyen a sus acciones.

La utilización del término "deserción" en este contexto, también deforma las metas educacionales de muchas instituciones y programas que aspiran a proporcionar a esas personas experiencias educativas limitadas o alentarlas para transferirse a universidades con mejores niveles académicos. Cualquiera que sea el tipo de sus metas personales, ciertos estudiantes pueden modificarlas durante el curso de la carrera, ya sea a causa de una mayor madurez o por efecto de la experiencia universitaria. Aunque algunos de estos alumnos llegan a comprender que la educación superior en general (o la que se proporciona en una determinada institución) no es lo que les conviene, esta toma de conciencia no constituye estrictamente un intento fracasado.

Para unos estudiantes significa una identificación más práctica y madura de sus necesidades, intereses a largo plazo y tipos de actividades adecuadas para satisfacerlas; para otros, expresa la comprensión del alumno de que las metas anteriormente adoptadas no correspondían a sus intereses reales, y que pueden requerirse más tiempo y variadas experiencias para determinarlos.

En cualquiera de estos casos, no resulta sorprendente que muchas personas abandonen las instituciones para cambiarse a otras, o que simplemente suspendan sus estudios para renovarlos tiempo después. Rotular estos comportamientos como abandono con la connotación de fracaso significa, en realidad, desconocer la importancia de la maduración intelectual y del efecto deseado que se supone tiene la universidad en el proceso de desarrollo individual.

Lo señalado anteriormente implica, por supuesto, que las personas tienen metas claramente definidas cuando se inscriben en la universidad, aunque, de hecho, no ocurre así: un número sorprendentemente grande de estudiantes que ingresan tienen una idea poco clara acerca de las razones por las cuales están allí y no han reflexionado seriamente sobre la elección de institución. Para muchos egresados de las escuelas del nivel educativo medio, el proceso de elegir universidad es notablemente fortuito, a menudo basado en información insuficiente. No hay que sorprenderse, entonces, de que tantos estudiantes en etapa temprana de su recorrido académico se pregunten las razones por las que están involucrados en la educación superior. El proceso de clarificar la meta conduce invariablemente a algunos alumnos a abandonar definitivamente los estudios o a transferirse a otras instituciones o programas, y esto puede probablemente ocurrir si la institución no invierte recursos adecuados para la orientación académica de sus estudiantes.

El problema de definir la deserción desde la perspectiva individual es, por lo tanto, más complejo que un simple registro de las metas o de los propósitos con que cada persona ingresa al sistema de educación superior; también se vincula con el hecho de que las experiencias de una persona en una determinada institución son percibidas por esa persona como un fracaso o como lo que se proponía concretar en ella. Es en este sentido que el término "deserción" está mejor aplicado, pues comprende una comunidad de intereses entre el sujeto que ingresa en la universidad y los observadores externos que se proponen aumentar la retención en la educación superior.

Para los funcionarios institucionales en particular, este fracaso representa un fracaso de la institución que no ayudó al estudiante a lograr lo que originalmente se había propuesto al ingresar en la universidad.

2.5.2 Elementos del proceso de deserción individual.

Desde el punto de vista individual, desertar significa el fracaso para completar un determinado curso de acción o alcanzar una meta deseada, en pos de la cual el sujeto ingresó a una particular institución de educación superior. Por consiguiente, la deserción no sólo depende de las intenciones individuales sino también de los procesos sociales e intelectuales a través de los cuales las personas elaboran metas deseadas en una cierta universidad. Aunque una gran variedad de fuerzas operan sobre dichos procesos, es también verdad que los individuos son mayormente responsables de alcanzar las previstas metas institucionales.

Por lo pronto, es necesario reconocer que la energía, motivación y habilidad personales son elementos importantes en la consecución del éxito. Expresado con sencillez, completar estudios universitarios implica realizar esfuerzos. Es un hecho lamentable, pero quizás inevitable de la masificada educación superior, que un cierto número de estudiantes no tenga suficiente interés o carezca de carácter para responder a las exigencias requeridas para completar una carrera. Algunas personas no están suficientemente comprometidas con la graduación universitaria o el esfuerzo necesario para lograr la meta. En ellas la deserción es más bien el resultado de ausencia de interés que de incapacidad para satisfacer los requisitos del trabajo académico.

Pero aun con un compromiso adecuado del estudiante, la satisfacción de las normas académicas y el logro de las metas educativas en la universidad exigen un nivel intelectual adulto y habilidades sociales de más alto grado y complejidad que los requeridos en la educación media. Es cada vez más evidente que no todos los individuos que logran ingresar a la educación superior poseen esas habilidades. La carencia, por ejemplo, de redacción básica y habilidades matemáticas entre los

estudiantes universitarios es un problema que recientemente ha causado gran preocupación entre los funcionarios institucionales.

Sin embargo, aunque los educadores continúan con mediciones y tratamientos de la falta de destrezas intelectuales, como si esta carencia fuera la única responsable de la deserción, abundan las pruebas de que las habilidades sociales son igualmente importantes para la retención en la universidad. Estas habilidades permiten al alumno localizar y utilizar los recursos disponibles en la institución e interactuar con ellos (por ejemplo, estudiantes, profesores y administradores).

La carencia de habilidades sociales, en especial entre los sectores desfavorecidos del estudiantado, aparece como particularmente importante en relación con el fracaso para mantener niveles adecuados de rendimiento académico.

En cualquier forma, sólo algunos abandonos de la educación superior son producidos por bajo desempeño académico, pues la mayor parte de las deserciones son voluntarias. Los estudiantes que abandonan la universidad a menudo tienen niveles de rendimiento académico superiores a los de los estudiantes que persisten. Estas deserciones, antes que causadas por habilidades inadecuadas, parecen originarse más bien en una insuficiente integración personal con los ambientes intelectual y social de la comunidad institucional.

Se siguen acumulando pruebas de que la deserción voluntaria del estudiante está vinculada tanto con la incongruencia de sus valores con los propios de las esferas social e intelectual de la institución, como con sus bajos niveles de interacción personal con profesores y otros estudiantes, en particular fuera de las aulas y oficinas universitarias.

Por el mismo motivo, los estímulos intelectuales y sociales generados en esas interacciones parecen constituir un componente fundamental del proceso por medio del cual los sujetos son capaces de alcanzar sus metas educativas.

2.6 La variabilidad del grupo y del tiempo en relación con la deserción.

Las características del proceso de deserción son variables según las poblaciones de estudiantes e irregulares de acuerdo con las etapas de la carrera. Aunque esas variaciones no fueron tenidas en cuenta en las investigaciones, es ahora claro que puede haber diferencias significativas entre grupos y durante la carrera en el proceso de deserción universitaria. Mientras se han efectuado muchos estudios para demostrar las múltiples asociaciones entre índices de deserción y las características personales (por ejemplo, sexo, raza, capacidad y condición social), prácticamente no se ha prestado atención a la posibilidad de que el proceso longitudinal de deserción pueda variar según diferentes conjuntos de estudiantes (por ejemplo, entre grupos de negros y de blancos).

No obstante, conocemos que en otras áreas de la investigación educativa se han observado significativas diferencias entre grupos, en relación con otros tipos de comportamiento. Por ejemplo, se han empezado a registrar diferencias en el proceso de logros educativos y sociales que se producen entre negros y blancos y entre varones y mujeres. Parece que para negros y mujeres (comparados con blancos y varones, respectivamente), los orígenes sociales son más importantes en la determinación de los éxitos académicos.

A la inversa, para blancos y varones, los logros dependen más de la capacidad individual. Esto, que es cierto para el proceso general vinculado con los éxitos educativos, es también particularmente revelador, ya que puede afirmarse que el proceso de deserción representa, en muchos aspectos, la imagen especular del primero.

Afortunadamente, se cuenta con alguna información relativa a un número de posibles diferencias en los procesos de deserción que caracterizan a grupos distintos de estudiantes. Parece evidente que los alumnos pertenecientes a minorías enfrentan problemas especiales para relacionarse y establecer vínculos sociales y académicos en la gran mayoría de las instituciones. Para esta clase de estudiantes ciertos elementos de la integración social y académica, tales como los

que se originan en la interacción con otros estudiantes y miembros del personal docente, pueden ser relativamente más importantes para su persistencia que para la mayoría de los alumnos.

La dinámica de la deserción también varía durante el transcurso de la carrera. Las particularidades de las deserciones tempranas son por lo general completamente diferentes de las que se producen en los últimos años. La deserción es no sólo más frecuente en los primeros años de la carrera, sino también más probablemente voluntaria. Esto es cierto, debido a que las dificultades para establecer contactos con la comunidad social e intelectual de la institución y lograr amistades en ella, tienden a ser mayores en la etapa temprana de la carrera que en los últimos años.

Para muchas personas puede resultar muy difícil la transición desde el ambiente relativamente pequeño, comunal y conocido de la escuela de nivel educativo medio. Sencillamente, algunos estudiantes necesitan tiempo para ajustarse al mundo más adulto de la universidad y desarrollar la variedad de habilidades apropiadas para afrontar los problemas derivados de las relaciones sociales en la comunidad universitaria. Para ciertos alumnos este ajuste es extremadamente difícil o imposible. Como consecuencia, la deserción que adopta la forma de abandono voluntario es más frecuente en los primeros meses posteriores al ingreso a la universidad.

Las dificultades para cumplir la transición a la universidad acontecen no sólo en el típico estudiante que se traslada desde una pequeña escuela de nivel medio a una institución de educación superior grande, donde puede residir fuera del hogar, sino también en otros estudiantes para quienes la experiencia universitaria es completamente extraña, un mundo ajeno a sus actividades cotidianas. La situación involucra tanto a estudiantes atípicos como a los extranjeros. El término "estudiantes atípicos" se refiere no solamente a los que se encuentran en desventaja o pertenecen a minorías, sino también a aquellos que asisten a la universidad medio tiempo mientras desempeñan trabajos de tiempo completo y a los de edad mayor que se reincorporaron a los estudios en el sistema educativo

superior después de un cierto número de años de haberlo abandonado. La investigación ha demostrado que la integración tiene gran importancia para la persistencia en la institución de los estudiantes en desventaja o pertenecientes a minorías, y que para los alumnos adultos que regresan a la universidad en número cada vez mayor es igualmente importante establecer interacciones con el ajeno mundo de sus jóvenes condiscípulos para lograr la permanencia en la universidad.

2.6.1 La deserción desde el punto de vista institucional.

Definir la deserción según la perspectiva institucional es, en algunos aspectos, una tarea más simple que hacerlo de acuerdo al punto de vista individual. En otros, sin embargo, es considerablemente más difícil. Es más simple en el sentido de que todos los sujetos que abandonan una institución de educación superior pueden, teniendo en cuenta las razones alegadas para hacerlo, ser clasificados como desertores. Cada estudiante que abandona crea un lugar vacante en el conjunto estudiantil que pudo ser ocupado por otro alumno que persistiera en los estudios. Por consiguiente, la pérdida de estudiantes causa serios problemas financieros a las instituciones al producir inestabilidad en la fuente de sus ingresos.

Esto es en particular evidente en el sector privado, en el que las colegiaturas constituyen parte sustancial de los ingresos institucionales, pero no es menos importante en el sector público debido a los presupuestos insuficientes.

Si ésta fuera la única consideración para definir la deserción desde el punto de vista institucional, la tarea para hacerlo sería completamente sencilla. Sin embargo, no es así, pues no está muy claro que todos los tipos de abandono requieran la misma atención o exijan similares formas de intervención por parte de la institución. La dificultad que afrontan las universidades para definir la deserción, consiste en identificar qué tipos de abandono, entre todos los que pueden ocurrir en la institución, deben ser calificados como deserciones en sentido estricto y cuáles considerados como un resultado normal del funcionamiento institucional. Como se señaló antes, la decisión de abandonar puede obedecer a distintas causas; algunas de ellas son susceptibles de intervención institucional, otras no.

Ciertas formas de abandono tal vez involucran a tipos específicos de estudiantes, cuya baja constituya motivo particular de preocupación para los funcionarios de la institución; otras formas pueden representar la pérdida de individuos cuya permanencia quizás no sea tan importante para la universidad. El conocimiento de estas diferencias constituye el punto de partida para la percepción de la deserción según la perspectiva institucional y las bases para elaborar políticas universitarias eficaces para mejorar la retención estudiantil.

2.6.2 La trayectoria académica y la deserción.

Desde el punto de vista institucional, existen varios periodos críticos en el recorrido estudiantil en que las interacciones entre la institución y los alumnos pueden influir directamente en la deserción. El primero se desarrolla durante el proceso de admisión, cuando el estudiante realiza el primer contacto con la universidad. Durante la etapa de indagación y solicitud para ingresar a una determinada institución, los sujetos forman las primeras impresiones sobre las características sociales e intelectuales de la misma.

Esas impresiones, que se originan en gran medida en los materiales que la universidad distribuye entre los postulantes al ingreso, contribuyen a la elaboración de expectativas previas a la admisión sobre la naturaleza de la vida institucional y, a su vez, esas expectativas influyen en la calidad de las primeras interacciones que se establecen con la institución. La formación de expectativas fantásticas o equivocadas sobre las condiciones de la vida estudiantil o académica puede conducir a decepciones tempranas y poner en movimiento una serie de interacciones que lleven a la deserción.

Por lo tanto, es de interés de las instituciones generar en los estudiantes que ingresan expectativas realistas y precisas acerca de las características de la vida institucional. Aunque mostrar un paisaje en rosa mediante carteles pueda parecer, a corto plazo, una forma eficaz de incrementar la masa de aspirantes al ingreso, a largo plazo se producirá altos índices de deserción ocasionados por la brecha creciente entre lo que se prometió y lo que se proporciona.

Un segundo periodo crítico en el recorrido académico del estudiante es el de transición entre el colegio de nivel medio y la universidad, inmediatamente después del ingreso a la institución. En el primer semestre, en particular en las primeras seis semanas, se pueden presentar grandes dificultades. Esto es especialmente cierto en las grandes universidades con residencias estudiantiles, porque los alumnos son obligados a transitar desde el ambiente conocido y relativamente seguro del pequeño colegio de nivel educativo medio de la comunidad (etapa en que los estudiantes moran con sus familias), al mundo en apariencia impersonal de la universidad, en el cual cada uno debe valerse por sí mismo tanto en el aula como en el dormitorio.

La rapidez y el grado de la transición plantean a muchos estudiantes serios problemas en el proceso de ajuste, que no todos son capaces de cumplir en forma independiente. La sensación de inseguridad y de no ser capaz de establecer contacto con otros miembros de la institución, expresa en parte la situación anímica en que se encuentran muchos estudiantes noveles.

No es sorprendente que la deserción sea más frecuente en ese periodo de transición y, asimismo, es en este momento que las instituciones pueden actuar con eficacia para prevenir el abandono temprano. Medidas institucionales, relativamente sencillas, pueden producir efectos inmediatos y duraderos en la retención estudiantil. Emplear alumnos de los últimos años como consejeros, proporcionar sesiones de asesoramiento y orientación tempranas, promover la formación de grupos en las residencias y establecer tutores académicos para conjuntos de nuevos estudiantes, constituyen unas pocas de las posibles intervenciones que pueden ayudar a los estudiantes a adaptarse a la vida universitaria.

El problema de cumplir la transición a la universidad es común para una diversidad de estudiantes noveles, no sólo de aquellos que pasan desde un colegio de nivel educativo medio a una gran institución de educación superior con residencias estudiantiles; constituye, asimismo, una cuestión no menos importante en aquellas instituciones con gran cantidad de alumnos no tradicionales.

Para el estudiante maduro que ha reingresado a la universidad, puede resultar muy traumática la transición entre el mundo del hogar o del trabajo y el ambiente juvenil de la institución.

Los problemas originados en la transición pueden ser igualmente severos para jóvenes campesinos que asisten a grandes universidades urbanas o para individuos pertenecientes a minorías o en condiciones desventajosas que concurren a instituciones grandes con alumnado mayoritariamente de clase media. Respecto a los estudiantes de este último grupo, las habilidades sociales necesarias para establecer amistades en el seno de la mayoría cultural citada no forman parte de su habitual repertorio social, aunque, por otra parte, lograr su integración en el medio social y académico de la institución es aún más importante, en relación con la permanencia en la institución, que para los estudiantes pertenecientes a la mayoría. Por la misma razón, los programas institucionales que logran mantener en la universidad a los estudiantes pertenecientes a las minorías o en desventaja son, precisamente, aquellos capaces de fomentar esa integración.

Durante el periodo de transición, el abandono es más frecuente en la fase postrera del primer año de estudios y antes del comienzo del segundo. Mientras algunos de estos abandonos se originan en la incapacidad para satisfacer exigencias académicas, la mayor parte son deserciones voluntarias. En tal situación, es más frecuente que los estudiantes se inscriban en otras instituciones a que abandonen en forma permanente toda educación formal. Son numerosos los motivos para ese comportamiento.

Algunos individuos deciden que las exigencias de la vida académica no son congruentes con sus intereses y preferencias; otros tienen dificultades para lograr relaciones en los ambientes académico y social de la universidad; y aun hay estudiantes que prefieren no establecer esas relaciones, porque encuentran que las características de la comunidad institucional son inapropiadas para sus escalas de valores y afinidades sociales, en tanto que cierto número de sujetos son incapaces de tomar decisiones sobre la forma en que deben dirigir sus energías y

recursos, y otros llegan a la conclusión de que completar estudios universitarios no constituye una meta deseable.

2.7 Elección estratégica y acción institucional.

Evidentemente, ninguna estrategia de intervención aislada será suficiente; cada universidad debe seleccionar su curso de acción y adoptar diversas medidas para luchar contra la deserción; por ejemplo, pueden proporcionar asesoramiento académico más eficaz en la etapa temprana de la carrera, o tratar de integrar las actividades de las dependencias dedicadas a la admisión, asesoramiento, orientación y servicios estudiantiles, para facilitar la transición del colegio de nivel educativo medio a la universidad. Pueden, asimismo, realizar esfuerzos para desarrollar amplios programas para mejorar la retención o promover reestructuraciones en la organización institucional que incrementen la interacción entre estudiantes y docentes, tanto dentro como fuera del aula. Si las relaciones extracurriculares son particularmente importantes durante el primer año de la carrera, periodo en el cual la mayor preocupación de los estudiantes noveles consiste en su integración al ambiente universitario, resulta irónico que los grupos de alumnos en las aulas sean los más numerosos y que, a menudo, enseñen estudiantes graduados, cuando es más grande la necesidad de contacto personal con otros condiscípulos y miembros del cuerpo docente de la institución.

Cualesquiera que sean los posibles cursos de acción, no es necesariamente cierto que todos los abandonos merecen igual preocupación institucional; en el caso de algunos estudiantes, por ejemplo, aquellos que encuentran la comunidad universitaria inadecuada para sus preferencias, puede no haber interés en la institución ni en los alumnos por alentar su permanencia.

La misma posibilidad puede también aplicarse a sujetos que perciben el abandono como un paso positivo para alcanzar otra meta; para muchos de estos estudiantes puede ser de interés de ambas partes que la institución apoye su transferencia a otras universidades o actividades. Esto no es cierto, sin embargo, en el caso de los alumnos cuyas metas son compatibles con las de la institución, particularmente

en aquellos que encuentran dificultades para satisfacer las exigencias académicas o tienen problemas para establecer contactos e integrarse en los ambientes intelectual y social de la comunidad universitaria y, para ellos, la intervención institucional puede resultar provechosa, aun cuando el apoyo asuma la forma de asesoramiento académico o social, ya que la permanencia de estos individuos interesa a las dos partes. Recíprocamente, el fracaso de estos estudiantes es, también, un fracaso de la institución.

Desde el punto de vista institucional, por lo tanto, la cuestión de definir la deserción se desarrolla dentro del problema de la elección, es decir, en el de la identificación entre las numerosas formas de abandono que merecen una intervención. Todas las formas de abandono pueden ser rotuladas como deserción, pero no son igualmente merecedoras de acciones institucionales y ninguna universidad puede solucionar todos los casos de abandono.

Las intervenciones que una universidad decide aplicar a algunas formas de la deserción están probablemente determinadas por su incapacidad para actuar en otras; en último término, la tarea de la universidad es definir la deserción en términos relacionados tanto con metas educativas como institucionales, y debe considerar que su meta es educar y no simplemente inscribir estudiantes

2.7.1 El carácter variable de la deserción según las instituciones.

Las universidades difieren en sus metas como en su estudiantado y, por ende, varían también sus definiciones de la deserción. En tanto que muchas de estas variaciones reflejan necesariamente las circunstancias particulares de una institución, algunas otras indican diferencias entre tipos o categorías de universidades.

Por ejemplo, en las instituciones con carreras de dos años, la deserción para transferirse a otra universidad de mayor nivel académico puede constituir una forma de abandono comprensible y hasta deseable, mientras que el mismo comportamiento en una institución privada y elitista puede ser considerado como un serio problema.

Análogamente, las bajas por razones académicas tal vez causen poca preocupación en las instituciones con ingreso irrestricto, pero pueden ser un importante motivo de inquietud para aquellas universidades con niveles académicos competitivos. Cada deserción es quizás una fuente de preocupaciones para las universidades que virtualmente aceptan a todos los individuos que solicitan ingresar a ellas (más del 50% de las instituciones de educación superior), pero puede tener menos trascendencia para aquellas altamente selectivas que admiten sólo a una pequeña proporción de aspirantes (10% de todas las instituciones).

Las diferentes características institucionales también pueden contribuir a explicar la variable frecuencia que se observa en los distintos tipos de abandono. Por ejemplo, en relación con la deserción voluntaria, los estudiantes que asisten a universidades pequeñas pueden afrontar muy diferentes problemas para establecer amistades en el ambiente institucional que los inscritos en universidades grandes. En las instituciones pequeñas se puede incrementar la posibilidad de interacciones frecuentes entre estudiantes y entre éstos y los profesores, pero se restringe en la comunidad la gama de subculturas estudiantiles para establecer relaciones.

En estos casos, por lo tanto, la integración puede ser más difícil para las personas que sostienen orientaciones sociales o intelectuales distintas o disidentes. Es menos probable que tal situación se presente en las universidades grandes, donde con seguridad es más amplio el espectro de subculturas estudiantiles; no obstante, los grupos académicos muy numerosos pueden limitar a los estudiantes las oportunidades para establecer contacto con los profesores fuera del aula.

Por consiguiente, en las universidades pequeñas la deserción puede originarse a menudo en una incongruencia valorativa y social, mientras que en las grandes tal vez se genere con frecuencia en insuficientes interacciones sociales e intelectuales con miembros del cuerpo docente.

2.8 La deserción según la perspectiva estatal y nacional.

El problema de la deserción cambia en forma notable cuando nos trasladamos desde los puntos de vista institucionales a los que sustentan los más elevados organismos educativos. Desde la perspectiva estatal, por ejemplo, los abandonos que implican transferencias entre instituciones estatales pueden no significar deserciones en el sentido riguroso del término, ya que sólo se trata de cambios internos efectuados en el sector público.

Sin embargo, si se producen flujos de alumnos hacia las instituciones privadas o ubicadas fuera de los límites estatales, es probable que estos abandonos sean considerados, estrictamente, como deserciones.

En el mismo marco, desde una perspectiva nacional sólo aquellas formas de abandono universitario que significan a la vez el abandono de todo el sistema formal de educación superior son probablemente consideradas como deserciones. En cambio, todos los flujos estudiantiles que expresan transferencias interinstitucionales pueden considerarse como migraciones internas de alumnos dentro del sistema educativo.

Sin embargo, en los organismos educativos de alto nivel, es importante distinguir entre las transferencias y los abandonos totales del sistema y, en lo que respecta a las primeras, entre aquellos traslados que ocurren entre instituciones del sector público o del estado, y los que se llevan a cabo entre universidades públicas y privadas o implican flujos estudiantiles hacia otros estados. Desde la perspectiva de esos organismos, la deserción se produce sólo cuando una persona abandona o interrumpe su vinculación con cualquiera de las modalidades dependientes del sistema de educación superior.

Otros tipos de movimientos serán probablemente considerados como formas de ajustes internos o migraciones entre instituciones de la jurisdicción. Como resultado, las preocupaciones de los funcionarios del nivel educativo superior se relacionan tanto con la vigilancia y armonización de los flujos internos de alumnos

como con la reducción, si es posible, de la pérdida de estudiantes de sus instituciones educativas.

Los diferentes puntos de vista sobre la deserción conducen, a su vez, a distintas formas de analizar y explicar las causas de su producción. Por lo general, se observa que se destaca menos la consideración de los comportamientos individuales y el papel que desempeñan las características personales, que los movimientos de conjuntos estudiantiles y las funciones que cumplen la institución y los fenómenos adicionales.

Por ejemplo, la perspectiva del funcionario estatal o nacional quizás originó un análisis de los patrones de la migración estudiantil que se correlacionara con el practicado por funcionarios estatales o nacionales que estudian los movimientos de trabajadores entre industrias y estados de una región.

Los modelos de migración que destacan los factores de "empuje" y "atracción" para interpretar los flujos de fuerza de trabajo, pueden ser aplicados también a los problemas de los traslados estudiantiles del mismo modo en que las variaciones de la demanda del mercado de trabajo se usan en los estudios sobre migración de trabajadores, pueden emplearse las distintas normas universitarias de admisión en vigencia en la investigación de los flujos estudiantiles interinstitucionales.

Este tipo de análisis, ya sea que se aplique en general a todos los estudiantes o a diferentes grupos de ellos, puede dar origen a políticas de retención notablemente diferentes a aquellas que comúnmente adoptan aisladamente las instituciones. Una de estas políticas pudo vincularse al empleo sistemático de colegiaturas diferenciales para influir en el flujo estudiantil entre distintas instituciones, modificando así los precios relativos de la oferta educativa en competencia.

El mismo efecto pudo obtenerse en general (o en ciertos grupos de estudiantes), mediante una distribución diferencial de la ayuda económica, lo que modificaría los costos de los estudios para las personas que asisten a instituciones privadas.

2.9 Conclusión.

El estudio de la deserción de la educación superior es extremadamente complejo, pues implica no sólo una variedad de perspectivas sino también una gama de diferentes tipos de abandono. Probablemente ninguna definición puede captar en su totalidad la complejidad de este fenómeno universitario. Los investigadores y funcionarios de instituciones eligen con cuidado las definiciones que mejor se ajusten a sus intereses y metas, recordando que el primer objetivo que justifica la existencia de las universidades es la educación de los individuos y no simplemente su escolarización.

La búsqueda de soluciones a los problemas de la deserción y el rezago ha inducido la adopción de diferentes estrategias, algunas de las cuales se sustentan en estudios rigurosos de las trayectorias escolares que permiten el planteamiento de programas complejos y amplios para atender desde la asimilación de los alumnos al ambiente académico y social de las instituciones, su acompañamiento a lo largo del plan de estudios por parte de tutores capacitados para esta actividad, hasta la utilización de alternativas curriculares como el sistema de créditos.

En otras ocasiones, estas medidas no se encuentran del todo sustentadas en el estudio de las trayectorias escolares de los alumnos y por tanto se concretan a problemas puntuales cuya solución difícilmente puede producir un cambio significativo en las tasas de deserción y rezago.

Sin embargo, las conclusiones acerca de sus resultados requieren, en primer lugar, de tiempo suficiente para que las modificaciones realizadas produzcan su efecto y en segundo término, de un seguimiento puntual de las variaciones de los indicadores de deserción, rezago y eficiencia terminal.

Como muestra de la situación real sobre la deserción, el Instituto de Investigaciones Legislativas del Senado de la República hizo un análisis sobre la problemática que se vive en México por la deserción, tomando en cuenta los

resultados de algunas encuestas e investigaciones realizadas en universidades de nuestro país alertando lo siguiente:

-Los jóvenes entre 15 y 18 años abandonan el bachillerato porque los planes de estudio de este nivel simplemente no contemplan sus "necesidades cotidianas".

-En 2001, 4 de cada 10 alumnos que iniciaron el bachillerato no lo concluyeron (825 mil 680), argumentando haber perdido el gusto por el estudio.

-En 2009, según la SEP, 4 millones de jóvenes lograron entrar al bachillerato público, de lo que se calcula que habrá una baja eficiencia terminal de 60%, una tasa de deserción de 15.5% y una tasa de reprobación de 32.9%.

-Los estudiantes muestran apatía por sus clases porque las instituciones funcionan "en el marco de rutinas aburridas". Los profesores necesitan aprender a entusiasmar al joven, lo cual se logra cuando el estudiante puede cuestionar y poner en práctica sus conocimientos.

-La edad promedio a la que los jóvenes dejan la escuela es de 16 años, en esta etapa los jóvenes apenas han completado la educación básica. De estos alumnos, si se observan las cifras desagregadas, el 24% de los que abandonan la escuela lo hicieron antes de cumplir 15 años y solo 4% abandonan la escuela al cumplir los 20 años como se muestra en la siguiente grafica.

Además de lo anterior, las cifras más preocupantes son las siguientes

-42 de cada 100 jóvenes que dejan la escuela lo hacen porque tienen que trabajar.

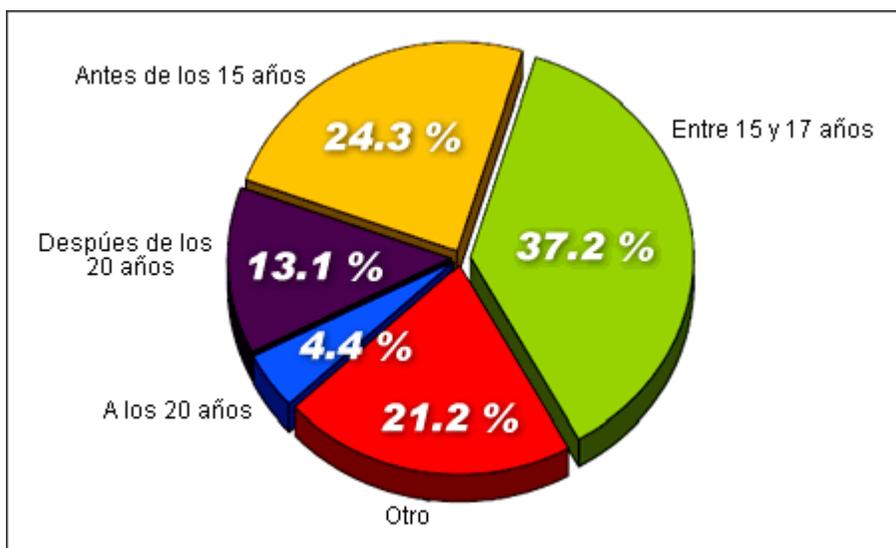
-29 de cada 100 jóvenes, porque ya no les satisfacía seguir estudiando.

-17 de cada 100 porque terminaron sus estudios.

-12 de cada 100 porque sus padres ya no quisieron que continuaran en el sistema educativo.

En referencia a lo anterior se muestra una grafica en la que se muestra la diferencia de edades en la que los jóvenes más comúnmente dejan sus estudios académicos.

Deserción escolar de la población juvenil en México.



Al analizar la grafica, se encuentra que la mayoría de los jóvenes tienden a dejar sus estudios entre los 15 y 17 años de edad (Instituto de Enlaces Educativos Copyright © 2010).

Conviene insistir en la idea de que para construir un sistema de educación superior en el que las instituciones constituyan verdaderas comunidades para el aprendizaje, con los recursos necesarios para que los estudiantes se transformen en sujetos activos de su propio proceso de formación y adquieran la capacidad de aprender durante toda su vida, son necesarias estructuras curriculares flexibles, actualizadas y pertinentes; métodos educativos orientados a la creatividad, el aprendizaje y la innovación y uso intensivo de tecnologías de información y comunicación.

No obstante, estos aspectos serán insuficientes si no se cuenta con mecanismos institucionales para evaluar y asegurar la calidad y se dispone de estrategias orientadas a propiciar la integración de los estudiantes al medio académico y social de las instituciones, así como de procesos de evaluación del aprendizaje

transparentes y efectivos y de sistemas de información y seguimiento de las trayectorias escolares que permitan el diseño y la aplicación de estrategias adecuadas para abatir los índices de rezago y de deserción.

2.10 FUNDAMENTACIÓN TEORICA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

En este capítulo se cita la teoría que se estudió para adquirir los conocimientos necesarios los cuales ayudarán a entender y a realizar con facilidad una investigación de mercados.

2.11 Investigación de mercados.

La investigación de mercado se realiza con el fin de obtener información real y expresada en términos más precisos, que ayudan a resolver, con un mayor grado de éxito, problemas que se presentan en los negocios. A continuación se muestran puntos muy importantes referenciadas por los principales expertos en el tema.

2.11.1 Concepto de investigación.

Para **Benassini (2009)**, la investigación de mercado es la reunión, el registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, las empresas y las instituciones en general.

Mientras que para **Zikmund (2008)**, es la aplicación del método científico a la búsqueda de la verdad respecto de fenómenos de marketing. La investigación se debe realizar de modo sistemático, y no al alzar. Debe ser objetiva para evitar los efectos perversos de los prejuicios personales, siendo ésta una investigación rigurosa, pero el rigor cede siempre antes las restricciones de tiempo y recursos que acompañan una edición particular de negocios.

Para **Malhorta (2004)**, la investigación de mercado es la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de los problemas y las oportunidades de marketing.

Cada autor tiene en cuenta que la investigación de mercados se trata de un análisis donde la información recabada sirve para solucionar o mejorar alguna situación que tenga que ver con la relación empresa (organización) y público (consumidores, clientes).

Entonces la investigación de mercados es un estudio a profundidad, el cual tiene como propósito recabar toda información útil relacionada con los factores que relacionan al producto o servicio de una organización, con el hábito de consumo del público, para crear estrategias que solucionen y/o mejoren la forma en que el producto o servicio llega al consumidor.

2.11.2 Importancia de la investigación.

En el caso concreto de las empresas privadas, **Benassini (2009)**, considera que la investigación de mercados ayuda a la dirección a comprender su ambiente, identificar problemas y oportunidades, además de evaluar y desarrollar alternativas de acción de marketing; y que en las organizaciones públicas contribuye a una mejor comprensión del entorno, lo que les permite tomar mejores decisiones de tipo económico, político y social. También menciona que la investigación de mercados es necesaria para considerar los recursos, estrategias de productos, precio, distribución y publicidad.

La investigación de mercado es esencial para el éxito de los negocios. **Zikmund (2008)**, afirma que aunque muchas decisiones de negocios se toman de manera intuitiva o caprichosa, este tipo de toma de decisiones conlleva a mucho riesgo. Se indaga primero un asunto y se reúne la información sobre los consumidores, competidores y el mercado, una compañía puede tomar una decisión mas informada. El resultado es una resolución menos riesgosa. La investigación de mercado ayuda en decisiones que van desde la planeación de largo plazo hasta las decisiones tácticas de corto plazo. Los gerentes de los negocios pueden tomar

mejores decisiones sobre la mezcla de marketing si utilizan los resultados de una investigación.

Mientras tanto para **Czinkota (2007)**, todas las empresas que adopten las estrategias de marketing antes que sus competidores, de modo que reflejen los cambios del entorno los cambio del entorno de los mercados nacionales e internacionales, podrán tener una ventaja competitiva. La clave de esta ventaja está en aplicar una investigación de mercado que permita reunir información, organizarla y actuar en base a los resultados.

Los autores argumentan que su importancia radica en la utilidad de toda la información recabada, ya que se implementa en prevención y corrección, es decir, mejorar la manera en que la organización se acerca y se relaciona con el público.

En conclusión, la investigación de mercados es de suma importancia para las organizaciones puesto que las provee de información valiosa para tomar decisiones objetivas y precisas que les ayuda a penetrar o permanecer en el mercado. Es altamente recomendable que se realicen periódicamente, ya que la situación actual en el mundo cambia rápidamente, la tecnología, la ciencia, las leyes, la economía, etc., afectando directamente las necesidades y deseos de los consumidores, quienes son los que van marcando la pauta para el desarrollo de los productos y servicios.

2.11.3 Tipos de investigación.

Dentro de la investigación de mercado existen diversos tipos de investigaciones que permiten recabar la información apropiada para la obtención de resultados objetivos para la resolución de la cuestión que se tenga presente. A continuación se mencionan algunos autores que establecen sus propias afirmaciones sobre los diversos tipos de investigación.

Zikmund (2008), la investigación de mercados puede clasificarse como:

- Exploratoria

- Descriptiva
- Causal

Investigación exploratoria.

La investigación exploratoria se realiza para aclarar situaciones ambiguas o descubrir ideas potenciales para oportunidades de negocios. No pretende aportar evidencias concluyentes a partir de las cuales se determine un curso de acción particular. En este sentido, no es un fin en sí mismo. Por lo general, se conduce con la expectativa de que se requiere investigar más para obtener evidencias concluyentes. Algunas veces, el uso de la investigación exploratoria también significa la diferencia para determinar la utilidad de otra investigación. La investigación exploratoria es de particular utilidad en el desarrollo de nuevos productos.

Investigación descriptiva.

El propósito principal de la investigación descriptiva, es describir las características de objetos, personas, grupos o entornos, es decir tratar de “pintar un cuadro de una situación”. Es frecuente que los gerentes de marketing necesiten determinar quien compra un producto, indagar el tamaño del mercado, identificar las acciones de sus competidores, etc. La investigación descriptiva se enfoca en las preguntas “quién, qué, cuándo, dónde y cómo”. A menudo la investigación descriptiva ayuda a mostrar el perfil de los segmentos de mercado.

Investigación causal.

Si quien toma las decisiones conoce la causa de los resultados importantes, como las ventas y la satisfacción del personal, entonces tomara resoluciones firmes y positivas. Las inferencias causales son muy poderosas por que llevan a un mayor control. Esta investigación permite que se hagan inferencias causales, identifica

las relaciones entre causa y efecto. Cuando algo causa un efecto, significa que lo genera o hace que suceda. El efecto es el resultado. La investigación exploratoria o descriptiva precede a la investigación causal, por lo que en los estudios causales el investigador ya tiene un buen conocimiento de los fenómenos a analizar. Por esta razón, la investigación puede hacer una predicción informada de las relaciones de causa y efecto que se someterán a prueba.

Bennassini (2009), divide la investigación de mercados de la siguiente manera:

- Investigación exploratoria
- Investigación Descriptiva
- Investigación Predictiva
- Investigación Causal.

Investigación exploratoria.

La investigación exploratoria es apropiada para las etapas iniciales del proceso de toma de decisiones. Usualmente, esta investigación está diseñada para obtener un análisis preliminar de la situación con un gasto mínimo de dinero y tiempo. El diseño de la investigación se caracteriza por la flexibilidad para estar sensible ante lo inesperado y para descubrir otra información no identificada previamente. Se emplean enfoques amplios y versátiles; estos incluyen fuentes secundarias de datos, observación, entrevistas con expertos, entrevistas de grupo con personas bien informadas e historias de casos.

Investigación Descriptiva.

Busca definir con claridad un objetivo, el cual puede ser un mercado, una industria, una competencia, puntos fuertes o débiles de empresas, algún medio de publicidad o un problema simple de mercado. El equipo de trabajo busca establecer el qué está ocurriendo, el cómo y dónde nos encontramos, sin

preocuparse por el porqué. Genera datos de primera mano para realizar después un análisis general y presentar un panorama del problema.

Investigación Predictiva.

Busca proyectar valores a futura y pronosticar variaciones en la demanda de un bien, en los niveles de crecimiento de las ventas, el potencial de mercados a futuro, el número de usuarios en cierto tiempo o el comportamiento de la competencia. Es la más complicada e interesante y es la que realmente puede hacer la diferencia entre el éxito y el fracaso de empresas en el largo plazo.

Investigación Causal.

Su finalidad es explicar las relaciones entre las diferentes variables de un problema de mercado. Es el tipo de investigación que busca llegar a los nudos fundamentales y que pretende identificar con mucha claridad fortalezas y debilidades para explicar a qué se debe la conducta del consumidor.

Kotler y Armstrong (2003), mencionan que un proyecto de investigación de mercados podría tener uno de los tres tipos de objetivos que tiene cada una de las diferentes investigaciones.

- Investigación exploratoria
- Investigación descriptiva
- Investigación causal

Investigación exploratoria.

Investigación de mercados que busca obtener información preliminar que ayude a definir problemas y sugerir hipótesis.

Investigación descriptiva.

Es el tipo de investigación que busca describir mejor los problemas o situaciones de marketing, como el potencial de mercado de un producto o las características demográficas y actitudes de los consumidores.

Investigación causal.

Investigación de mercados que busca probar hipótesis acerca de relaciones de causa y efecto.

Los autores antes mencionados, concuerdan en que tiene que existir una investigación exploratoria donde de manera no estructurada se recaba información que este anticipando la situación del área de mercadotecnia. También tienen la similitud de que existe un tipo de investigación descriptiva en la que se atiende un área de oportunidad en específico dentro de las funciones de la mercadotecnia de la empresa, y una investigación causal en la cual se investiga las variables que causan determinada situación en la relación empresa-cliente.

Los diferentes tipos de investigación surgen y se emplean a medida que, en las organizaciones van surgiendo nuevas situaciones donde se ven afectados los objetivos del área de mercadotecnia.

2.12 Proceso de la investigación de Mercado

Dentro del proceso de la investigación de mercados se establecen diferentes aspectos a considerar para su realización, a continuación se mencionan la estructura de dicho proceso.

2.12.1 Fuentes de información.

Al iniciar la ejecución del plan de investigación o estudio de mercado, conviene examinar la información existente, para rebajar los costos de estudio. La información se clasifica en dos tipos: datos secundarios, que ya existen en alguna parte y que han sido reunidos con otros propósitos y datos primarios, que son información reunida con propósitos concretos, generalmente mediante el uso de técnicas experimentales. Conviene aclarar que ambos tipos de información son útiles y un buen empresario debe hacer un uso juicioso tanto de datos primarios como secundarios.

Malhorta (2004), clasifica las fuentes de información en Primarias y en Secundarias:

Fuentes primarias.

Los datos primarios se originan por el propósito específico del investigador de atender el problema que enfrenta. La recolección de datos primarios implica las seis etapas del proceso de investigación de mercados. La obtención de datos primarios puede ser costosa y prolongada.

Fuentes secundarias.

Los datos secundarios son aquellos que ya se han recolectado para fines distintos al problema que enfrenta. Estos datos se pueden obtener de manera rápida, menos costosa y sencilla que el proceso de obtención de información primaria. Por este motivo, es conveniente agotar previamente las fuentes secundarias antes de utilizar fuentes primarias. Las fuentes secundarias proporcionan datos ya elaborados y recogidos previamente. En este caso no es necesario aplicar ninguna técnica de obtención de información, únicamente se analiza la información recogida anteriormente para aplicarla al problema objeto de estudio.

Las fuentes secundarias pueden ser internas o externas a la empresa u organización.

Benassini (2009) clasifica las fuentes secundarias de información en fuentes internas y fuentes externas:

Fuentes Internas. Es toda información disponible dentro de la compañía, negocio o la industria que se está investigando, que pueden ser todo tipo de informes presupuestales.

Algunos ejemplos de esta información pueden ser:

- Estudios de mercado anteriores.
- Cifra de ventas.
- Balances.
- Presupuestos.
- Precios.
- Costos.
- Información administrativa.
- Datos de clientes.
- Datos de proveedores.
- Dato de competidores.

En algunas ocasiones la información secundaria interna puede facilitar la resolución de determinados problemas planteados en la organización y especialmente puede servir de base para diseñar un proceso más complejo de obtención de información secundaria externa primaria. El sistema de información en marketing tiene que facilitar el almacenamiento y la disponibilidad inmediata de este tipo de información con el fin de aumentar el valor y la utilidad de toda la información que la empresa va captando en el transcurso de su actividad.

Fuentes Externas. Los datos externos incluyen toda la información que puede encontrarse en fuentes externas a la empresa o industria objeto de la

investigación. Pueden clasificarse como datos de censo, información recabada y presentada regularmente por medio de requisitos legales o procedimientos legislativos. Las fuentes secundarias externas son muy numerosas y es conveniente realizar un proceso de búsqueda, consulta y selección de las más apropiadas al problema planteado.

Fuentes Primarias. Cuando la información secundaria no es suficiente es necesario acudir a información primaria, es decir, datos no recogidos ni elaborados de antemano. En este caso es necesario realizar todo un proceso de obtención de información del mercado con el propósito especial de satisfacer las necesidades de una investigación concreta.

Algunos ejemplos de fuentes primarias pueden ser los siguientes:

- Estudios publicados por grandes empresas del rubro. Señalando sus puntos de vista sobre precios, costos y mercados. Estos estudios se basan en encuestas, entrevistas y/u observación directas de mercados o empresas.
- Estudios realizados por empresas consultoras, por encargo de empresas y asociaciones gremiales. Estos estudios se basan en encuestas, entrevistas y/u observación directas de mercados o empresas.
- Investigaciones específicas sobre un rubro realizado por el departamento económico de una universidad o instituto tecnológico.
- Tesis de pregrado de licenciatura o de postgrado sobre un tema técnico, organizacional o de mercado que sea útil para las PYMES, etc.

Para **Longenecker y Petty (2008)** las fuentes de información se clasifican en secundarias y primarias.

Datos secundarios.

La recolección de datos secundarios es menos costosa que la de datos nuevos o primarios. Por tanto, después de determinar las necesidades e información, se deben agotar las fuentes disponibles de datos secundarios antes de seguir adelante en el proceso de investigación.

Datos Primarios.

Si los datos secundarios son insuficientes, el siguiente paso es la búsqueda de información nueva o datos primarios. Dos técnicas que se utilizan para recolectar datos primarios son los métodos de observación y los de formulación de preguntas. Los métodos de observación evitan el contacto entre las personas investigadas y el investigador, mientras que el método de formulación de preguntas requiere algún tipo de interacción con los investigados.

Existen numerosas fuentes de información en el mercado que el investigador tiene que conocer para poder seleccionar la más adecuada a cada problema planteado. El proceso de obtención de información secundaria es normalmente menos costoso y más rápido y sencillo que el proceso de obtención de información primaria. Por este motivo, es conveniente agotar previamente las fuentes secundarias antes de utilizar fuentes primarias.

Las fuentes secundarias proporcionan datos ya elaborados y recogidos previamente. En este caso no es necesario aplicar ninguna técnica de obtención de información, únicamente se analiza la información recogida anteriormente para aplicarla al problema objeto de estudio. Las fuentes secundarias pueden ser internas o externas a la empresa u organización.

2.12.2 Métodos de recolección de datos.

Dentro de las fuentes de información primarias existen dos tipos de información obtenida los cuales son la información cualitativa y la información cuantitativa.

2.12.2.1 Investigación Cualitativa. Este método de investigación es muy común en las investigaciones ya que a través de él se pueden detectar los gustos, dudas, preferencias y opiniones más importantes de los clientes sobre un servicio y/o producto.

Benasini (2009), explica que este tipo de investigación se lleva a cabo cuando surge la necesidad de contar con información profunda que revele el sentir, el pensar y el porqué de todas y cada una de las acciones de los segmentos poblacionales.

Las investigaciones cualitativas resultan especialmente útiles para resolver diversos problemas que enfrentan las empresas para tomar decisiones de mercadotecnia. La importancia de esta información es que puede ser utilizada en prácticamente cualquier mercado o producto, sean de tipo consumo, servicios y hasta productos industriales.

Este tipo de investigación ofrece información explicativa que nos permite comprender el por qué del comportamiento de un consumidor, identificando motivos y emociones.

Existen diversos métodos para llevar a cabo una investigación de este tipo, Benassini (2009), menciona los siguientes:

- La observación. El investigador se limita a ver y analizar las acciones y hechos que le interesan, sin establecer comunicación con los sujetos de estudio.
- La entrevista en profundidad. Se pretende penetrar en la mente del entrevistado para descubrir sus verdaderos sentimientos, actitudes, motivos y emociones.
- Sesiones de grupo. Consiste en que el entrevistado forme parte de un grupo que primero se expone a una situación concreta, después el tema queda sujeto a la discusión del grupo.
- Investigación antropológica. En esta técnica, el experto se introduce en el hogar de los consumidores para observar los acontecimientos que tienen lugar en la vida compartida y determinar la conducta de las personas y el contexto cultural al que pertenecen.

Hair-Bush-Ortinou (2004), menciona que los métodos de investigación cualitativa incorporan, de forma superficial, algunos elementos científicos, pero por lo regular carecen de elementos fundamentales que tengan verdadera confiabilidad. La investigación cualitativa se centra en la recolección de datos primarios relativamente pocas muestras de sujetos a los que se hacen preguntas o cuyo comportamiento se observa.

Para **Malhotra (2004)**, la investigación cualitativa es la metodología de la investigación exploratoria sin estructurar, basada en muestras simples que brindan puntos de vista y comprensión de los problemas.

La investigación cualitativa para los tres autores ofrece conocer con exactitud el sentir de la población con respecto a un servicio y/o producto, permite identificar cuales sentimientos sensoriales son importantes para los clientes. Este tipo de sentimientos no pueden revelarse mediante la investigación cuantitativa. También afirman que las entrevistas a profundidad en cada persona brinda un análisis extenso de cada individuo, descubriendo sentimientos subyacentes, tales como los valores, creencias y actitudes.

Por lo tanto este tipo de investigación es importante por que proporciona los conocimientos y comprensión del entorno del problema.

2.12.2.2 Investigación cuantitativa. La recolección de datos en el enfoque cuantitativo, se refiere a asignar números a objetos y eventos de acuerdo con ciertas reglas. Los tipos de instrumentos de medición o recolección de datos cuantitativos es el siguiente: cuestionarios.

Hair-Bush-Ortinou (2004) menciona que la investigación cuantitativa destaca primordialmente el recurso a preguntas formales normalizadas y opciones de respuesta predeterminada en cuestionarios o encuestas aplicadas a un gran número de entrevistados.

Mientras tanto para **Malhorta (2004)** la investigación cuantitativa es la metodología de la investigación que busca cuantificar los datos y en general aplica alguna forma de análisis estadístico.

McDaniel y Gates (2005), afirman que la investigación cuantitativa se podría utilizar para encontrar estadísticamente diferencias significativas entre los usuarios frecuentes e infrecuentes. Esta investigación utiliza el análisis matemático.

Para Hair-Bush-Ortinou la investigación cuantitativa se enfoca más que nada en el control de información que puede arrojar una gran cantidad de encuestas aplicadas, mientras que para Malhorta, Mc Daniel y Gates, es concentrar esa información numéricamente, buscando cuantificar los datos aplicando algún tipo de análisis estadístico.

Por lo tanto cada vez que se trate un nuevo problema de investigación de mercados, la investigación cuantitativa debe estar precedida por la investigación cualitativa adecuada. Cierta investigación cualitativa se realiza para explicar los hallazgos obtenidos de estudios cuantitativos. Sin embargo, los hallazgos de la investigación cualitativa pudieran recibir un mal uso: que se les considere concluyentes y se utilicen para hacer generalizaciones a la población de interés. Un principio lógico de la investigación de mercados consiste en considerar la investigación cualitativa y la cuantitativa como complementarias, más que competencia a entre si, esto permitirá arrojar información mas objetiva y con mas valor. Por tal motivo, los dos tipos de investigación son de suma importancia para la investigación de mercados, ya que la aplicación de ambos puede ofrecer valiosos conocimientos que ayuden a formular estrategias de marketing exitosas.

2.12.3 Formas para recopilar información.

El instrumento que se utilizará para recabar información es el cuestionario.

A continuación se describe en qué consiste.

2.12.3.1 Cuestionario.

Kinnear (2004), define el cuestionario como un plan formalizado para recolectar datos de encuestados. Su función es la medición y constan de las siguientes partes:

- Datos de identificación. Es la primera sección del cuestionario, se solicitan datos del encuestado como su nombre, dirección y número telefónico
- Solicitud de cooperación. Enunciado abierto diseñado para conseguir la colaboración del encuestado en relación con la entrevista.
- Instrucciones. Son comentarios al entrevistador o al encuestado sobre cómo utilizar el cuestionario.
- Información Solicitada. Parte principal del cuestionario.
- Datos de Clasificación. Se relaciona con las características del encuestado.

Mientras que para **Benassini (2009)** es el formulario que contiene las preguntas o variables de la investigación y en el que se registran las respuestas de los encuestados.

Las ventajas de su uso, según Benassini (2009) son las siguientes:

- Diversidad. Se pueden incluir gran cantidad de herramientas y preguntas
- Es un método económico y rápido
- Sin embargo, también tiene desventajas:
- Renuencia a responder con exactitud suficiente y sin ambigüedades
- El entrevistado no posee la información exacta o la ha olvidado
- Influencia del procedimiento de interrogator

Los tipos de cuestionarios son clasificados de la siguiente manera:

- Estructurado – no disfrazado. Se sigue cierto orden lógico en las preguntas, además, se conoce el fin que persigue el investigador.

- No estructurado – no disfrazado. Se conoce como entrevista en profundidad.
- No estructurado – disfrazado. A diferencia del no estructurado – no disfrazado, éste permite reunir información más profunda.
- Estructurado – disfrazado. El entrevistado no sabe por qué se le hacen ciertas preguntas y por este motivo no muestra sesgo en las respuestas.

Para **Malhorta (2004)**, el método encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica. Por lo tanto, este método para obtener información se basa en un interrogatorio a encuestados, en el que se les hace una variedad de preguntas en cuando a conducta, intenciones, actitudes, conocimientos, motivaciones y características demográficas y de estilo de vida. Estas preguntas pueden hacerse de una manera verbal, por escrito o por computadora y obtener respuestas en cualquiera de estas formas. La preguntas por lo general son estructuradas y en un orden preestablecido.

El método de cuestionario tiene varias ventajas Malhorta (2004):

1. EL cuestionario es muy fácil de aplicar.
2. Los datos obtenidos son confiables por que las respuestas son limitadas alas alternativas establecidas.
3. El uso de preguntas de respuesta fija reduce la variabilidad en los resultados que pueden ser causados por diferencias de los encuestados.
4. La codificación, análisis e interpretación de los datos son relativamente simples.

Los autores mencionan que el cuestionario debe estar estructurado con una serie de preguntas orales o escritas que permitan la obtención de información de los encuestados.

Este cuestionario debe tener una metodología a seguir para asegurar que los datos puedan sean comparables, haciendo mas rápido y preciso el registro, facilitando el procesamiento de los datos.

El cuestionario es un elemento del paquete de recolección de datos, que permite obtener la información requerida por parte de los encuestados, pues es una manera sencilla de llegar a conocer los intereses, gustos y deseos del público sobre un producto y/o servicio dentro del mercado.

2.12.3.2 Diseño del Cuestionario. Para diseñar un cuestionario, **Kinnear (2004)** contempla siete pasos:

1. Revisar las consideraciones preliminares.

El aspecto central de este paso es el desarrollo de los objetivos de investigación y la enumeración de las necesidades de información.

2. Decidir sobre el contenido de las preguntas.

A la hora de diseñar las preguntas se debe considerar la capacidad del encuestado para proporcionar los datos, puesto que éste puede estar desinformado o ser olvidadizo, una ayuda útil sería recurrir a preguntas de recordación. También es importante tomar en cuenta la disposición del encuestado para responder con exactitud, para ello se puede elegir hacer preguntas del tipo enunciado contrarrestado, enunciado indirecto, categorías de respuestas clasificadas, y técnica de respuesta aleatoria.

3. Decidir sobre el formato de respuestas.

Los tres tipos de preguntas que van desde formatos de respuestas no estructurada a estructurada son:

- Preguntas de respuesta abierta: El encuestado proporciona su propia respuesta.
- Preguntas de selección múltiple: El encuestado selecciona una respuesta de una lista suministrada en la misma pregunta o a continuación de la misma.
- Preguntas dicotómicas: Es una forma extrema de la pregunta de selección múltiple que permite al encuestado una selección de sólo dos respuestas “sí o no”. Puede combinarse con una alternativa neutral como “no opina” o “no sé”

4. Decidir sobre la redacción de las preguntas.

Emplear palabras sencillas, claras, evitar preguntas que sugieran respuestas así como preguntas sesgadas. Evitar alternativas y supuestos implícitos, así como estimativos y preguntas de doble respuestas. Considerar el marco de referencia.

5. Decidir sobre la secuencia de las preguntas.

Es recomendable utilizar una pregunta introductoria simple e interesante; formular primero las preguntas generales; colocar las preguntas no interesantes y difíciles al final de la secuencia y distribuir las preguntas en orden lógico.

6. Decidir sobre las características físicas.

Se refiere a la apariencia física del cuestionario en cuanto a la calidad del papel, la impresión, el espaciado entre las preguntas, etc.

7. Pre-prueba, revisión y elaboración del borrador final.

La pre-prueba se refiere a la prueba inicial de uno o más aspectos del diseño de investigación, con el objetivo de descubrir áreas de mejora.

Para **Pope (2004)**, menciona seis pasos que debe ser considerados para la elaboración de un cuestionario:

1. Consultar la formulación de objetivos del estudio y con base en ella desarrollar una lista de información por obtener. Esto puede tomar la forma de preguntas específicas, frases o palabras clave.
2. Considerar el método de la recolección de datos, correo, teléfono o entrevistas personales. Esto obviamente afecta las formas en que se hacen las preguntas, su orden y cual debe ser el formato del cuestionario.
3. Elaborar el borrador del cuestionario.
4. Permitir que alguien lea el borrador del cuestionario y lo critique.
5. Someter a prueba el cuestionario.
6. Hacer las revisiones necesarias y proceder con el estudio.

Para la redacción del cuestionario según Pope (2002), existen solo dos tipos de preguntas: abiertas y cerradas.

Preguntas abiertas:

- A) Preguntas abiertas básicas
- B) Preguntas de seguimiento
 1. De profundización
 2. De clarificación

- Recogen información con un mínimo de indicaciones para el encuestado.
- Es útil cuando la gama de posibles respuestas es muy amplia y no puede ser sugerida con una pregunta cerrada.
- Obtiene las propias palabras del encuestado.

Preguntas cerradas:

- A) Preguntas de respuestas múltiples

1. Dicotómicas
2. Respuestas múltiples

B) Escalas

1. Unipolar
2. Bipolar
3. Hedonista
4. De intención de compra
5. Acuerdo / desacuerdo

C) Preguntas de ordenamiento

1. Preferencias
2. Rangos

D) Misceláneas

1. De diferencias semánticas
2. De suma constante

- En general deben ser usadas en vez de preguntas abiertas, siempre que las respuestas puedan ser determinadas con anticipación.
- Mas fáciles de preguntar y de tabular; menos caras que las preguntas abiertas.
- Asegura que todos los encuestados responderán en la misma dimensión.
- Guían más que las preguntas abiertas.

Fernández (2004), Menciona que el cuestionario tiene que transmitir las necesidades de información del investigador a las personas entrevistadas y tiene que facilitar el registro y devolución de las respuestas de los entrevistados al investigador. Para diseñar un buen cuestionario Fernández (2004), establece una metodología a seguir:

1. Planteamiento inicial: al iniciar el diseño de un cuestionario es necesario tener presente una serie de aspectos fundamentales para el resto de fases del proceso metodológico:

- **Objetivos del estudio;** en primer lugar es necesario conocer el tema de estudio, investigar y recopilar información sobre el tema objeto de estudio. las fuentes secundarias puede facilitar esta labor de búsqueda inicial.
 - **Características del colectivo;** el diseño del cuestionario tiene que adaptarse a las características culturales y sociales del colectivo analizado. El vocabulario utilizado, las expresiones incluidas en las preguntas y el nivel de complejidad tienen que amoldarse a sus características.
 - **Procedimiento de obtención de información;** otro aspecto influyente es el procedimiento de obtención de información: personal, postal o telefónico. La extensión, el nivel de exigencia, el tipo de respuestas, etc. Son aspectos totalmente dependientes del procedimiento de obtención de información utilizado.
 - **Técnicas de análisis de información;** el diseño de preguntas y respuestas del cuestionario tiene que ajustarse al formato requerido para la aplicación de las técnicas de análisis estadístico previstas para la interpretación de resultados.
 - **Guion inicial del cuestionario;** se elabora un guión previo de temas a incluir en el cuestionario. Este guion es conveniente que sea exhaustivo y esté adaptado a las necesidades concretas de información de la investigación.
- 2. Formulación de preguntas:** a partir del esquema o guión de temas planteado en la etapa anterior se diseñan las preguntas adecuadas para satisfacer las necesidades de información. El investigador dispone de una amplia gama de tipos de preguntas y de distintas escalas de respuestas y

debe tener presente una serie de recomendaciones básicas para evitar dificultades en el trabajo de campo y en el análisis de resultados.

Las preguntas de un cuestionario se pueden clasificar atendiendo a dos criterios: el formato de respuesta (preguntas abiertas, cerradas y mixtas) y los objetivos de información facilitada (preguntas introductorias, de filtro, control, principales y de clasificación).

- 3. Estructura y secuencia del cuestionario:** se confecciona el cuestionario estableciendo su estructura y secuencia de funcionamiento. El tema de la investigación, el colectivo entrevistado, la técnica empleada y las características del trabajo de campo son factores a considerar en esta etapa. Por consiguiente, es necesario adaptar la secuencia y la extensión del cuestionario a las características del estudio.
- 4. Ptretest:** se debe realizar una prueba con un reducido número de personas colectivo objetivo. Esta prueba o pretest sirve para enfrentar el cuestionario con el colectivo de posibles entrevistados y detectar posibles desviaciones. El pretest tiene que realizarse en las mismas condiciones del trabajo de campo real con el fin de captar el máximo posible de desajustes en el diseño y aplicación del cuestionario.

En todas las aportaciones de los autores se identifica la importancia que le prestan a la metodología del diseño del cuestionario, pues consideran que para que el cuestionario funcione de un manera adecuada y de resultados positivos se debe seguir un procedimiento estructurado de su elaboración, mas sin embargo esto no garantiza un cuestionario optimo o ideal, pues afirman que conforme a la experiencia se va adquiriendo habilidad para mejorar su diseño, en este caso el investigador puede cambiarlo adecuándolo a las necesidades que se presenten para cumplir con el objetivo de la investigación. Sin embargo brindan una serie de pasos a seguir para investigadores que no cuentan con experiencia y que estos

puedan ayudarles a evitar los errores principales, la depuración de un cuestionario resulta de la creatividad de un investigador experimentado.

2.12.3.3 Prueba Piloto. Para **Kinnear (2004)**, la prueba piloto consiste en hacer una prueba inicial del cuestionario a través de su aplicación a un determinado número de personas, con el fin de encontrar áreas de mejora, y determinar si el diseño es el adecuado, las preguntas proporcionan la información necesaria, las palabras y redacción utilizadas son comprendidas por el entrevistador y encuestado, en fin cualquier aspecto de diseño y contenido que puedan mejorarse.

Malhotra (2004), menciona que la prueba piloto se refiere a la aplicación del cuestionario en una pequeña muestra de encuestados para identificar y eliminar posibles problemas. Aun el mejor cuestionario se puede mejorar con una prueba piloto. Como regla general, un cuestionario no se debe utilizar en una encuesta de campo sin haber sido probado. La prueba piloto debe ser extensa, se deben probar todos los aspectos del cuestionario, incluyendo el contenido de la pregunta, redacción, secuencia, forma y distribución, dificultad de la pregunta e instrucciones. Los encuestados en la prueba piloto deben ser similares a los que se incluirán en la encuesta real den términos de características, familiaridad con el tema, actitudes y conductas de interés. En otras palabras, los encuestados para la prueba piloto y para la encuesta real se deben tomar de la misma población.

Mientras que **Fernández (2004)**, dice que antes de ser utilizado el cuestionario definitivo se tiene que hacer una prueba piloto con un reducido número de personas relacionadas en el tema objeto de estudio. Ésta prueba permite detectar y corregir múltiples errores, reformando el cuestionario y realizando el trabajo de campo con el cuestionario definitivo.

Para que el cuestionario funcione de manera positiva los autores recomiendan probarlo antes en una pequeña muestra de encuestados, que permitan identificar y eliminar los problemas potenciales.

Mencionan que esto puede mejorar de forma significativa el cuestionario incluso si la encuesta real va a realizarse por correo, teléfono o medios electrónicos, también dicen que es mejor hacer las pruebas piloto con entrevistas personales, ya que eso permite a los entrevistadores observar las reacciones y las actitudes de los encuestados.

Por lo tanto el hacer esta prueba ayudará a detectar los problemas y la naturaleza de los datos esperados. Dándole al encuestado mayor seguridad y confianza al momento de contestar, pues se espera comprensión total para la obtención de datos objetivos y de valor.

2.12.4 Método de muestreo.

Para los autores **D'Astous, Sanabria y Pierre (2003)**, las principales etapas para seleccionar una muestra son las siguientes:

1. Definición de la población

La primera etapa del proceso de muestreo es crucial por que influye sobre todas las etapas subsecuentes. La definición de la población debe hacerse considerando el problema de investigación que se haya formulado.

2. La selección del marco de muestreo

No es suficiente definir la población; también hay que poder situar los elementos de esta población para juntarlos. Un marco de muestreo esta constituido por una lista de elementos de la población objeto del estudio.

3. La elección de un método de muestreo

El investigador puede elegir entre varios métodos de muestreo. Sin embargo, las etapas precedentes generalmente limitan la elección a un subconjunto de métodos. Es importante saber que los métodos de muestreo influyen sobre la precisión de las medidas obtenidas y el tipo de conclusión que se puede sacar sobre la población.

4. La determinación del tamaño de la muestra

El investigador tiene que calcular cuantas unidades de muestreo necesitará para el estudio, esto por que tiene incidencia sobre los costos del estudio así como sobre la precisión de la credibilidad de los resultados. Mientras mas numerosas sean las unidades de muestreo, más altos son los costos de la investigación y más precisos los resultados.

Malhotra (2008), menciona que el proceso de diseño del muestreo incluye cinco pasos, los cuales están muy relacionados entre si y son relevantes para todos los aspectos del proyecto de investigación de mercados, desde la definición del problema hasta la presentación de los resultados. Por lo tanto las decisiones sobre el diseño de la muestra deben estar integradas con todas las otras decisiones del proyecto de investigación.

1. El primer paso es **definir la población meta**: que es el conjunto de elementos u objetos que poseen la información buscada por el investigador y acerca de la cual se harán inferencias. La población meta debe definirse con precisión, ya que una definición ambigua tendrá como resultado una investigación que, en el mejor de los casos, resultaría ineficaz y en el peor será engañosa. Definir la población meta implica traducir la definición del problema en un enunciado preciso de quién debe incluirse y quién no en la

muestra. La población meta debe definirse en términos de los elementos, las unidades de muestreo, la extensión y el tiempo.

Un elemento es el objeto sobre el cual se desea información. En una investigación por encuesta, el **elemento** suele ser el encuestado. La **unidad de muestreo** es un elemento, o una unidad que contiene al elemento, que esta disponible para la selección en alguna etapa del proceso de muestreo.

2. **Determinación del marco de muestreo:** es la representación de los elementos de la población meta. Consiste en un listado o conjunto de instrucciones para identificar la población meta. La guía telefónica, el directorio de una asociación que lista de empresas de una industria, una lista de correos comprada a una organización comercial, el directorio de la ciudad o un mapa son algunos ejemplos del marco de muestreo. Si no puede recabarse un alista, al menos deben especificarse algunas instrucciones para identifica la población meta.
3. **Seleccionar la técnica de muestreo:** el investigador debe decidir si usara una técnica de muestreo tradicional o la bayesiano en la cual los elementos se seleccionan de manera secuenciada, si obtendrá la muestra con o sin reemplazo y si utilizara un muestreo probabilístico o no probabilístico.
4. **Determinar el tamaño de la muestra:** el tamaño de la muestra se refiere al número de elementos que deben incluirse en el estudio. Determinar el tamaño dela muestra es complicado e implica varias consideraciones tanto cualitativas como cuantitativas entre los que se incluyen la importancia de la decisión, la naturaleza de la investigación, el numero de variables, la naturaleza del análisis, tamaños de muestra usados en estudios similares, tasas de incidencia, tasas de terminación y restricción de recursos. El tamaño de la muestra determinado en forma estadística es el tamaño final o

neto de la muestra: la muestra resultante después de eliminar a encuestados potenciales que no reúnen las condiciones o que no concluyen la entrevista. Dependiendo de la tasa de incidencia y terminación, es posible que el tamaño inicial de la muestra deba ser mucho mayor.

El procedimiento estadístico que consideramos para determinar el tamaño de la muestra se basa en la inferencia estadística tradicional. En este enfoque, se especifica de antemano el nivel de precisión. El método se fundamenta en la construcción de intervalos de confianza alrededor de medias o proporciones de la muestra.

- 5. Llevar a cabo el proceso del muestreo:** la realización del proceso de muestreo requiere una especificación detallada de cómo se llevarán a cabo las decisiones del diseño de muestreo relacionadas con la población, el marco de muestreo, la unidad de muestreo, las técnicas de muestreo, y el tamaño de la muestra. Es necesario proporcionar información detallada para todas las decisiones del diseño de muestreo.

Para determinar la población, la muestra y su cálculo, **Kinnear y Taylor (2000)**, muestran como se debe llevar a cabo.

Elemento: es la unidad acerca de la cual se solicita información. Este suministra la base del análisis que se llevara a cabo. Los elementos más comunes del muestreo en investigación de mercados son los individuos. En otros casos, los elementos podrán ser productos, almacenes, empresas, familias, etc. Los elementos de cualquier muestra específica dependerán de los objetivos de estudio

Población: una población o universo, como también se llama, es el conjunto de todos los elementos definidos antes de la selección de la muestra. Una población adecuadamente designada debe definirse en términos de: 1) elementos. 2) unidad de muestreo, 3) alcance y 4) tiempo.

Unidad de muestreo: es el elemento o elementos disponibles para su selección en alguna etapa del proceso de muestreo. En el tipo de muestreo mas simple, el de una sola etapa, las unidades y os elementos de muestreo son los mismos.

Marco muestral: es una lista de todas las unidades de muestreo disponibles para su selección en una etapa del proceso de muestreo. Uno de los pensamientos mas creativos en un proyecto de investigación de mercados puede relacionarse con la especificación de un marco muestral.

Población del estudio: es el conjunto de elementos del cual se saca la muestra. Anteriormente se definió población como el conjunto de los elementos definidos antes de seleccionar la muestra. Infortunadamente surgen dificultades prácticas que hacen que la muestra real se tome de una población tanto diferentes de la que se definió *priori*. Lo que sucede es que los elementos de la población se omiten del marco muestral. Entonces, la población del estudio se convierte en el conjunto de elementos del cual se selecciona realmente la muestra. Es con respecto a esta población del estudio que podemos hacer inferencias apropiadas, aun cuando nuestro interés real sea la población inicial.

Provistos de los conceptos de muestreo que se acaban de definir, podemos describir en forma general los pasos para seleccionar una muestra.

Paso 1. Definir la población. Por su puesto esto incluirá a los elementos, las unidades de muestreo, alcance y tiempo.

Paso 2. Identificar el marco muestral del cual se seleccionará la muestra.

Paso 3. Decidir sobre el tamaño de la muestra.

Paso 4. Seleccionar un procedimiento específico mediante el cual se determinara la muestra.

Fisher y Navarro (1996), mencionan que para determinar la muestra es necesario considerar primero cual es nuestro universo. Se debe entender como universo al

total de elementos que reúnen ciertas características homogéneas, los cuales son objeto de una investigación. El universo puede ser finito o infinito. Se le considera finito cuando el número de elementos que lo constituyen es menor que 500 000, e infinito cuando es mayor.

El cálculo del tamaño de la muestra se realiza mediante dos fórmulas distintas, según se trate de una población finita o infinita. En cualquier caso los valores contenidos en ellas se obtienen a través de los siguientes pasos:

1. Se determina el grado de confianza con el que se va a trabajar ($X =$ promedio del universo): En la práctica generalmente se trabaja con un grado de precisión entre 2 y 6 % para un 95% de confianza, lo que significa 1.96 valor de S .
2. Se evalúa la situación que guarda en el mercado lo que se está investigando. Cuando no se tiene una idea clara de esta situación, es necesario dar sus máximos valores, tanto a la probabilidad a favor y en contra respectivamente, es decir, 50% a (p) y 50% a (q). Cuando en el mercado que se está investigando existe algo similar entonces se puede manejar: 80% a (p) y 20% a (q), o bien, 70% a (p) y 30% a (q).
3. Se determina el error máximo que puede ser aceptado en los resultados. Por lo regular se trabaja con el 5% ya que las variaciones superiores al 10% reducirán demasiado la validez de la información.

a) Muestra para población finita:

Poblaciones finitas (poblaciones menores de 500,000 sujetos)

$$n = \frac{\sigma^2 N p q}{e^2 (N-1) + \sigma^2 p q}$$

b) Muestra para población infinita:

$$n = \frac{\sigma^2 p q}{e^2}$$

Algunos métodos de muestreo son:

Los métodos probabilísticos. Son aquellos en los que cada elemento del universo tiene la misma oportunidad de ser elegido, los tipos básicos del método probabilístico son:

- Aleatorio simple. Es la selección de los elementos de una muestra simple al azar.
- Muestreo estratificado. Cuando el universo es demasiado heterogéneo, se requiere formar grupos homogéneos, por ejemplo: de la misma edad, del mismo nivel socioeconómico, del mismo sexo; a estos grupos se les denomina estratos.
- Muestreo por áreas. Este método es otro de los utilizados en la selección de muestras probabilísticas, su nombre deriva precisamente, de la diversidad de etapas que debe seguirse para llegar a determinar la muestra definitiva.

Métodos no probabilístico

- Muestre de cuotas: es recomendable para las empresas que tienen su propio departamento de investigación de mercados o para los despachos de consultoría, ya que se basa en la práctica y experiencia de los entrevistadores.
- Muestreo de juicio: en este enfoque, el responsable de la investigación escoge a su juicio la muestra que considera conveniente. Este juicio es muy subjetivo, pero el método puede ser útil cuando el tamaño de muestra es demasiado pequeño.

- Método de salto sistemático. Permite fijar un intervalo para realizar cada entrevista.

Dentro de todos los conceptos planteados de los diferentes autores, coinciden en que el muestreo es una actividad que se realiza en caso todos los campos de la investigación de mercados y que esto incluye algunas ventajas con relación a un censo como son el ahorro de dinero y de tiempo, obtención de información mas exacta y el evitar la destrucción o contaminación de todos los elementos de la población. También están de acuerdo en que un elemento es la unidad sobre la cual se busca información, en que una población es un conjunto de elementos definidos antes de la selección el a muestra y que una unidad de muestreo es el elemento para la selección de alguna etapa del proceso de muestreo. Algunos de sus pasos para el proceso de muestreo tienen el mismo fin, como el de definir la población primeramente, después determinar el método de muestreo, y el llevar a cabo el proceso de muestreo, al igual que las definiciones de algunos conceptos básicos de muestreo.

2.12.5 Trabajo de campo.

Para **Kinnear (2004)**, la planeación de las operaciones de campo consta de cuatro aspectos que son comunes a todas las operaciones de campo:

- 1. Programación del tiempo.** Todo proyecto debe una programación del tiempo en la cual se especifique cuando se debe comenzar y terminar el proyecto y la secuencia de actividades dentro de este marco de tiempo. Debe estimarse el número de días necesario para complementar las diversas actividades y determinar el grado de prioridad entre dichas actividades.
- 2. Presupuesto.** Comprende la asignación de costos a las actividades específicas identificadas en la programación del tiempo de campo. Estos

están estrechamente interrelacionados. En la mayoría de los casos se preparan conjuntamente, ya que los cambios en uno puede ocasionar cambios en el otro.

- 3. Personal.** El éxito de la operación de campo depende de la calidad del personal que se emplee para ejecutar los planes. Se requiere personal capacitado, de la misma manera que una asignación clara de responsabilidades para todo los aspectos del plan, si se pretende cumplir con las fechas de finalización y controlar los costos finalmente, el personal debe entender con claridad lo que se espera de él y como se medirá su desempeño.
- 4. Medición del desempeño.** Para controlar las actividades y lograr los objetivos, se requieren mediciones claras del desempeño. Con mucha frecuencia, el numero de entrevistadas que debe contemplarse es la única medida que se especifica claramente e un estudio, aunque es igualmente importante especificar el número de rechazos esperados, contactos fallidos y otras situaciones diferentes de la entrevista.

Malhotra (2008), afirma que el trabajo de campo implica la selección, capacitación y supervisión de las personas que reúnen los datos. La validación del trabajo de campo y la evaluación de quienes lo realizan también forman parte del proceso.

- 1. Selección de los trabajadores de campo.** El investigador debe hacer las especificaciones de trabajo para el proyecto, tomando en cuenta la forma de recolección de información, decidir que características deben tener los trabajadores de campo y reclutar a los individuos adecuados. Los antecedentes, opiniones, percepciones, expectativas, mayor será la probabilidad de éxito de la entrevista.

- 2. Capacitación de los trabajadores de campo.** La capacitación es fundamental para la calidad de los datos obtenidos. Puede hacerse de manera personal en un local central o, si los entrevistadores están geográficamente dispersos, por correo, videoconferencia o usando internet. La capacitación asegura que todos los entrevistadores apliquen el cuestionario de la misma forma para obtener los datos de manera uniforme. La capacitación abarca tareas como la manera de hacer el contacto inicial, plantear las preguntas, hacer el sondeo, registrar las respuestas y terminar la entrevista.
- 3. Supervisión de los trabajadores de campo.** La supervisión significa asegurarse de que sigan los procedimientos y las técnicas en que fueron capacitados. La supervisión implica control de calidad y corrección, control del muestreo, control de fraudes y control de la oficina central.
- 4. Validación del trabajo de campo.** Validar el trabajo de campo significa corroborar que los trabajadores de campo realizan entrevistas auténticas. Para validar el estudio, los supervisores llaman a entre 10 y 25 por ciento de los encuestados, para preguntarles si los trabajadores de campo en verdad efectuaron la entrevista. Los supervisores hacen preguntas sobre la calidad y duración de la entrevista, la reacción hacia el entrevistador y datos demográficos básicos. La información demográfica se verifica de manera cruzada con la información reportada por los entrevistadores en los cuestionarios.
- 5. Evaluación de los trabajadores de campo.** Es importante evaluar a los trabajadores de campo para proporcionarles retroalimentación sobre su desempeño, así como para identificar a los mejores y formar una fuerza de trabajo de campo de mayor calidad. Los criterios de evaluación deben comunicarse con claridad a los trabajadores de campo durante su

capacitación. Dicha evaluación debe basarse en criterios de costos y tiempo, tasas de respuestas, calidad de las entrevistas y calidad de datos.

Para los autores antes mencionados es necesario contar con un buen equipo de entrevistadores, esto es muy importante, pues de ellos dependerá en gran parte el éxito o fracaso de la investigación. Citan que la revisión de la información es muy importante, ya que permite evaluar al personal de campo, la eficacia del cuestionario y la operación de la entrevista en general. El seleccionarlos cuidadosamente, capacitarlos, supervisarlos y evaluarlos son aspectos que se deben considerar como parte esencial del estudio. Para Malhotra la naturaleza del trabajo de campo varia, según la modalidad de la obtención de datos y el énfasis relativo en los distintos pasos será diferente para las entrevistas telefónicas, personales, por correo o electrónicas. Por lo tanto, si se toman en cuenta todas las pautas antes mencionadas para tener un buen equipo de trabajadores de campo, la calidad del estudio es alta por que el proceso de trabajo de campo y la recolección de datos es eficiente y está bien controlada.

2.12.6 Análisis e interpretación de datos recopilados.

Malhotra (2008), muestra el siguiente proceso de preparación de los datos. El proceso completo es guiado por el plan preliminar de datos que se formulo en la fase de diseño de investigación.

- 1. Revisión del cuestionario.** El primer paso consiste en verificar que los cuestionarios sean aceptables. Esto implica verificar todos los cuestionarios en cuanto a la calidad de las entrevistas y a que estén terminados. A menudo estas revisiones se realizan mientras el trabajo de campo sigue en proceso.

- 2. Edición.** Es la revisión de los cuestionarios con el objetivo de incrementar su exactitud y precisión. Consiste en examinar los cuestionarios para identificar respuestas ilegibles, incompletas, incongruentes o ambiguas.
- 3. Codificación.** El código del encuestado y el número de registro deben aparecer en cada registro de los datos. Sin embargo, si solo hay un registro para cada encuestado puede prescindirse del código de registro. Para cada encuestado tienen que incluirse los siguientes códigos adicionales: código de proyecto, código del entrevistador, códigos de fecha y hora, y código de validación.
- 4. Transcripción.** Implica transferir los datos codificados de los cuestionarios o de las hojas de codificación, a discos o cintas magnéticas o directamente a la computadora por medio del teclado.
Además del teclado, los datos pueden transferirse mediante los lectores ópticos, que capturan la información marcada.
- 5. Depuración de los datos.** Incluye la verificación de la congruencia y el tratamiento de las respuestas faltantes. Aunque durante la edición se hizo una comprobación preliminar de la congruencia, en esta etapa las verificaciones son más minuciosas y exhaustivas porque se realizan por computadora.
- 6. Ajuste estadístico de los datos.** Los procedimientos para el ajuste estadístico de los datos son la ponderación, la redefinición de las variables y las transformaciones de la escala. Estos ajustes no siempre son necesarios pero pueden mejorar la calidad el análisis de los datos.
- 7. Elección de una estrategia de análisis de datos.** Esta elección debe basarse en las primeras etapas del procesó de investigación de mercados,

las características conocidas de los datos, las propiedades de las técnicas estadísticas y la experiencia y filosofía del investigador.

Kinnear (2004), presenta una visión general de la secuencia tradicional de las funciones a realizar en el procesamiento de datos.

- 1. Identificación de instrumentos aceptables.** Al recibir un instrumento de recolección de datos de campo, el investigador debe examinarlos para determinar si es aceptable para utilizarlo en el estudio. Los criterios exactos para juzgar un instrumento como no aceptable varían de un estudio a otro.
- 2. Edición.** Significa revisar los instrumentos de recolección de datos para asegurar la máxima exactitud y mínima ambigüedad. Es importante que la edición se realice en forma consistente. En un estudio pequeño, una persona puede realizar la función de edición y es probable que la consistencia sea alta.
- 3. Codificación.** Comprende la asignación de un símbolo numérico a una determinada columna de la hoja de cálculo, o columnas del archivo para representar una respuesta específica en un instrumento de recolección de datos.
- 4. Ingreso en el computador y verificación.** Las hojas de codificación terminadas se entregan al personal para su ingreso al computador. Ellos ingresan los números exactos que aparecen en las hojas a un archivo del computador. Es posible ingresar los datos directamente en una hoja de cálculo desde las hojas de codificación, pero debe tenerse cuidado con este método por que es fácil cometer un error en el ingreso de datos. Por lo tanto, es aconsejable verificar los datos una vez que se han ingresado pero antes de convertir el archivo. El resultado de este proceso debería ser una base de datos exacta.

- 5. Conversión del archivo de datos en un formato legible por el software para su análisis.** El archivo de datos debe introducirse en el computador de una manera tal que lo puedan utilizar los programas computacionales de análisis de datos. La mayoría de los programas con mayor probabilidad de uso por parte de un investigador están contenidos dentro de un paquete de programas. Existen muchos paquetes estadísticos que leen formatos comunes de hojas de cálculo. Por otro parte, los programas de software de hojas de cálculo y bases de datos están en la actualidad aumentando su capacidad de análisis estadístico.
- 6. Depuración del conjunto de datos.** Se deben depurar el conjunto de datos de posibles errores. Se realizan tres tipos de verificación en el conjunto de datos, a saber: 1) verificación de códigos anormales, 2) verificación de consistencia y 3) verificación de caso extremo.
- 7. Generación de nuevas variables.** Una vez depurado el conjunto de datos originalmente codificado, podemos proceder a agregar nuevas variables a este conjunto de datos que se utilizará posteriormente en el análisis. De nuevo, las capacidades del computador hacen más simple esta tarea. Estas nuevas variables se colocan en el conjunto de datos para cada caso y se les asigna un número de variable. También deben incluirse en el libro de códigos junto con una descripción detallada de la manera como se formaron.
- 8. Ponderación.** Hay una tarea que puede ser necesaria realizar en el archivo de datos, a saber, la ponderación de los datos de acuerdo con el plan de muestreo, o debido a resultados muestrales inesperados. Se debe ponderar si la probabilidad de selección de elementos varía a través de subgrupos y si se desea hacer un análisis con toda la muestra. Se ordena al computador

que asigne las ponderaciones apropiadas a los casos. Si se desea realizar un análisis de subgrupos, simplemente se ordena al programa de análisis que ignore la ponderación.

- 9. Almacenamiento.** Ya que se tiene un conjunto de datos completamente preparado para su análisis, por lo general se almacena en un disquete o cinta, con una copia hecha en otro disquete o cinta para guardarla en un lugar seguro. En este momento se puede empezar a analizar la información.

Fisher y Navarro (1996) Es conveniente que la revisión y la codificación la realice una sola persona.

Codificación. La codificación de los datos se lleva a cabo de la siguiente manera:

- Se enumeran cada uno de los cuestionarios
- Se coloca en el espacio, previamente asignado en el cuestionario, el inciso que respondió el entrevistado. Esto es para cada una de las preguntas.
- Para el caso de las preguntas abiertas, se debe hacer un listado donde se vayan clasificando las preguntas semejantes para evitar tener un sin número de respuestas. Después se les asigna una letra o número específico a cada clasificación, para después proceder a codificarlas
- Para el caso de las preguntas de “otros especifique” se lleva a cabo un proceso semejante al de las preguntas abiertas, pero en este caso se pondrá el inciso que corresponde a la alternativa *otros especifique* y un número enseguida de éste.
- Posteriormente se procede a la tabulación

Tabulación. Consiste en ordenar la información recopilada y contar el número de aspectos que se ubican dentro de las características establecidas. Es una operación bastante técnica que exige tiempo y conocimiento de excel.

Graficación. Con los resultados de la tabulación, donde se obtuvieron los porcentajes para cada pregunta diseñada en el cuestionario, se procede a la graficación de cada una de las preguntas.

En cuanto al análisis e interpretación citan en que consisten estos puntos.

Análisis: Es importante proporcionar la información del por qué se realizó, cuál es la finalidad que persigue cada una de las preguntas que constituyen al cuestionario aplicado en las encuestas.

Interpretación de resultados: Para cada una de las preguntas se debe de realizar una interpretación por cada resultado.

Los autores mencionan una serie de pasos que se deben seguir para poder analizar e interpretar la información. El investigador debe entonces elegir la estrategia apropiada para el análisis de los datos. La estrategia final de análisis de los datos difiere del plan preliminar del análisis, debido a la información y los conocimientos obtenidos desde que se formulo el plan original.

La preparación de los datos debe empezar tan pronto como se reciba el primer grupo de cuestionarios del campo, mientras e trabajo de campo continua, esto garantiza mayor eficiencia y reducción de tiempo, lo que permite detectar oportunamente algún problema o desviación que pueda surgir para ser corregido.

Por lo tanto el análisis de la información se da cuando se tienen listos los datos, es decir, codificada, tabulada, graficada, etc., para mayor comprensión de la información, esto ayuda a interpretar los resultados de manera favorable y positiva para el establecimiento de estrategias de marketing exitosas.

2.12.7 Informe.

Todo proyecto de investigación de mercados debe sintetizarse en un solo informe escrito o en varios informes dirigidos a diversos lectores, en general la presentación oral completa los documentos escritos.

Malhotra (2004), menciona varios aspectos que se deben considerar para la elaboración de un informe:

Portada: esta debe incluir el título del informe, datos del investigador o la empresa de investigación, nombre del cliente para el que se preparo el informe y fecha de entrega, título debe indicar la naturaleza del proyecto.

Carta de entrega: el informe formal contiene por lo regular una carta de entrega ala cliente en la que se resume la experiencia general del investigador durante el proyecto, sin mencionar los resultados.

Carta de autorización: el cliente describe una carta de autorización al investigador antes de que se inicia el proyecto. Autoriza al investigador proceder con el proyecto y especifica el alcance y lo términos del contrato.

Índice: en el índice se enumeran los temas con las referencias a las páginas respectivas.

Resumen ejecutivo: es una parte extremadamente importante del informe, pues a menudo es la única parte que leen los ejecutivos. Se debe describir en forma concisa el problema, la metodología y el diseño de investigación adoptado.

Resultados: esta sección es la más larga del informe y puede abarcar varios capítulos, deben estar organizados de manera coherente y lógica.

Limitaciones y advertencias: esta sección debe escribirse con sumo cuidado y debe asumir un punto de vista equilibrado.

Conclusiones y recomendaciones: no basta presentar un simple resumen de los resultados estadísticos. El investigador debe interpretarlos en el contexto del problema abordado para llegar a conclusiones sólidas. A partir de los resultados y las conclusiones el investigador puede hacer recomendaciones a quien toma las decisiones.

Para **Zikmund (2008)**, una de las tareas más importantes que un investigador realiza es comunicar los resultados de la investigación. Es la etapa final del proyecto, pero está lejos de ser la menos importante. La fase de conclusiones y preparación del informe consiste en interpretar los resultados y describir las consecuencias y plantear las conclusiones apropiadas para la toma de decisiones inteligente de la administración.

Finalizando con un informe, **Fisher y Navarro (1996)**, mencionan que el informe es un documento en el que se resume en forma clara los resultados finales que se obtuvieron en la investigación de mercados, así como la secuencia lógica de la metodología que se siguió.

Formato del informe:

- Comparar los resultados obtenidos con el planteamiento de la hipótesis realizada antes de dar inicio con la investigación.
- Método de recolección de datos.
- Muestreo.
- Limitaciones.
- Hallazgos.
- Conclusiones y recomendaciones.

Se concluye que el presente capítulo de referente a la información teórica de investigación de mercados, se obtendrá una recomendación más clara un buen proceso en la investigación y así poder determinar las conclusiones y hacer recomendaciones que ayuden a la problemática.

CAPÍTULO III.

MÉTODO

En el presente capítulo, se mencionan los sujetos participantes en la investigación, así como los instrumentos utilizados para recabar la información necesaria, mediante un procedimiento establecido por el autor Kinnear (2004), para su implementación y seguimiento.

3.1 Sujetos.

Los sujetos de estudio de la presente investigación de mercado, fueron los alumnos del programa Licenciado en Administración de Empresas Turísticas Plan 2002, del Instituto Tecnológico de Sonora, inscritos en el semestre enero-mayo del 2011, y que muestran rezago en sus materias, los cuales suman 93. Se determinó la muestra que fue de 75 alumnos.

3.2 Materiales.

Se utilizó un cuestionario estructurado que consta de ocho preguntas, de las cuales siete son de opción múltiple y una es dicotómica. También se incluyen tres preguntas más para recabar datos personales del encuestado. El cuestionario se muestra en el apéndice No. 2.

3.3 Procedimiento.

El procedimiento utilizado para realizar esta investigación de mercado es el propuesto por Kinnear (2004), el cual consta de nueve pasos, el primero de ellos menciona que se debe considerar primeramente la **Necesidad de Información**, en la cual se informa por parte de la academia de Mercadotecnia III la necesidad de conocer cuáles son los factores por los cuales los alumnos del ITSON muestran rezago en sus materias.

Después se determinaron los **Objetivos de la Investigación y necesidades de información**, en esta etapa el Departamento de Servicios Escolares asigna el sujeto de estudio, que corresponde a los alumnos del programa de licenciado en administración de empresas turísticas plan 2002 que muestran rezago escolar. El objetivo es identificar cuáles son los factores que no les permiten a este grupo de alumnos cursar regularmente las materias que su plan de estudios establece para cada semestre y que ocasionan que se vayan rezagando y no concluir la carrera en el periodo programado.

La información que se requiere para realizar esta investigación es la base de datos de los alumnos sujetos de estudios, la cual es proporcionada por el departamento antes mencionado. Además, es necesario realizar una investigación previa para saber cuáles son las causas que en forma general influyen en el rezago educativo.

En el **Diseño de la investigación y fuentes de datos**, se consultaron a través de internet estudios realizados por distintas entidades sobre la problemática del rezago escolar en las universidades del país, con el objetivo de conocer las causas de dicha problemática y la forma en que estas dieron resultados objetivos.

Para lo cual se determinó que la investigación sería el método cuantitativo, lo cual incluye la utilización de entrevista y observación directa con el sujeto, lo que permitirá conocer los patrones de conducta de los estudiantes de la universidad,

sus temores, actitudes, motivos o razones que ellos consideren les ha imposibilitado no llevar una carga semestral completa. La información recabada proviene de fuentes internas de la institución, siendo el departamento de Servicios Escolares el facilitador de proporcionar los datos de identificación de los alumnos que se requería encuestar.

Para una investigación más objetiva se utilizó un **Procedimiento de recolección de datos**. En este caso se seleccionó el cuestionario para la recolección de datos. Primeramente fue necesario diseñar el instrumento, de acuerdo a la metodología propuesta por Kinnear (2004) y que se describe en el capítulo II; Después se llevó a cabo la prueba piloto del cuestionario para detectar mejoras y hacer las modificaciones pertinentes. La versión final del cuestionario se muestra en el apéndice No. 2.

El diseño de la muestra se determinó por el método probabilístico, permitiendo conocer con mayor precisión los límites de confianza y error con los que se trabajara en la investigación. Siendo necesario la formulación del cálculo sobre la población finita para la obtención de la muestra a trabajar. Dado que se conoce el tamaño de la población a encuestar, el cálculo se hizo de la siguiente manera:

- La población es de 93 alumnos.
- Se determinó el error máximo que puede aceptarse en los resultados: 5%
- Se determinó la probabilidad de que ocurra o no el evento: $p=.50$ $q=.50$
- El intervalo de confianza es de 1.95
- Se aplicó la fórmula

Fórmula:

$$n = \frac{r^2 N P Q}{e^2 (n-1) + r^2 P Q}$$

Después del diseño de la muestra se **recopilaron los datos**. La información recabada para el trabajo de investigación realizado fue a través de las técnicas de fuentes primarias y secundarias. Las fuentes primarias a utilizar corresponden a

la aplicación de encuestas y entrevista directa con los alumnos, con el objetivo de obtener información objetiva y concreta, que permita detectar las causas por las cuales los alumnos de esta carrera sufren rezago escolar.

Las fuentes de información secundaria consultadas son: investigaciones realizadas anteriormente en alguna otra universidad del país; se analizaron sus resultados y se compararon con el objetivo de esta investigación, para determinar si los resultados coinciden con las estadísticas actuales de otras investigaciones.

Para efectos de esta investigación el equipo de entrevistadores se dividió la muestra y se dio a la tarea de buscar a cada uno de los sujetos de estudio para aplicar el cuestionario. Para localizar a los alumnos se consultó la base de datos proporcionada, ya que allí se incluía además del nombre, el horario y correo electrónico de cada alumno.

Se procesaron los datos recabados. Una vez aplicados los cuestionarios, se procedió con la edición donde se les dio un número de folio a cada encuesta para un mejor control. Después se codificó y asignó un código a cada respuesta, se vació la información por códigos en una hoja de Excel para su tabulación.

Se procesó la información de manera que se obtuvieron totales en número y porcentaje de los diferentes puntos que abarcaba la investigación. Se graficaron los resultados para una mejor comprensión del análisis e interpretación de los mismos.

Así también se hizo un **Análisis de los datos** en donde después de haber sido aplicadas las herramientas de su recolección, se analizaron los resultados para su interpretación, de tal manera que se permitiera detectar las causas o motivos por los cuales existe el problema. Posteriormente buscar las alternativas de solución más adecuadas a las circunstancias y sugerir las recomendaciones necesarias para su aplicación.

Como último aspecto se **presentaron los resultados obtenidos** en gráficas estructuradas y objetivas con su información, análisis e interpretación de los resultados obtenidos en el trabajo, permitiendo a los investigadores e interesados una mayor comprensión sobre los factores y motivos que causan el que los alumnos lleven rezago de materias, así también, ampliando más alternativas de solución para su implantación.

CAPÍTULO IV.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente capítulo se muestran los resultados de la investigación realizada entre los alumnos de la carrera de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas Plan 2002, con el fin de detectar cuál es el principal factor por el cual tienen problemas de rezago.

4.1 Resultados.

A continuación se presentan gráficamente los resultados encontrados.

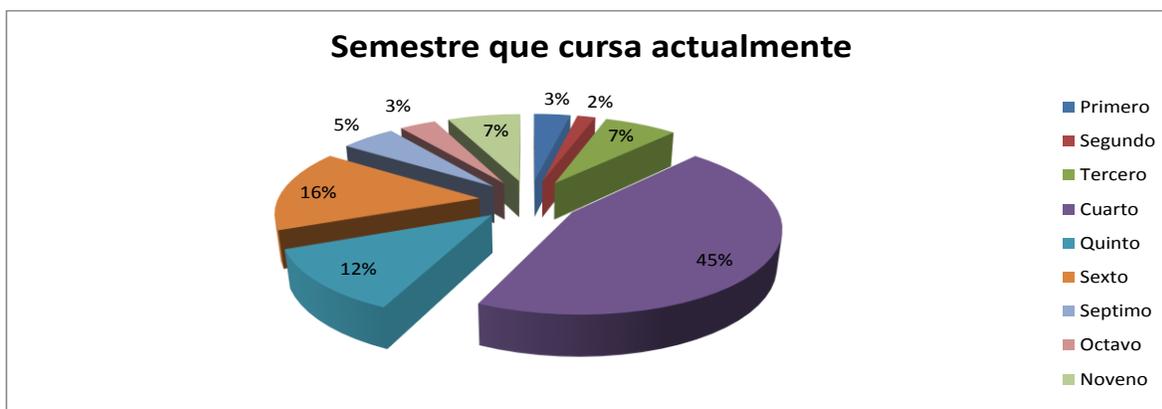


Figura 1. Los alumnos que cursan el cuarto semestre muestran mayor incidencia en rezago, presentando una incidencia del 45%.

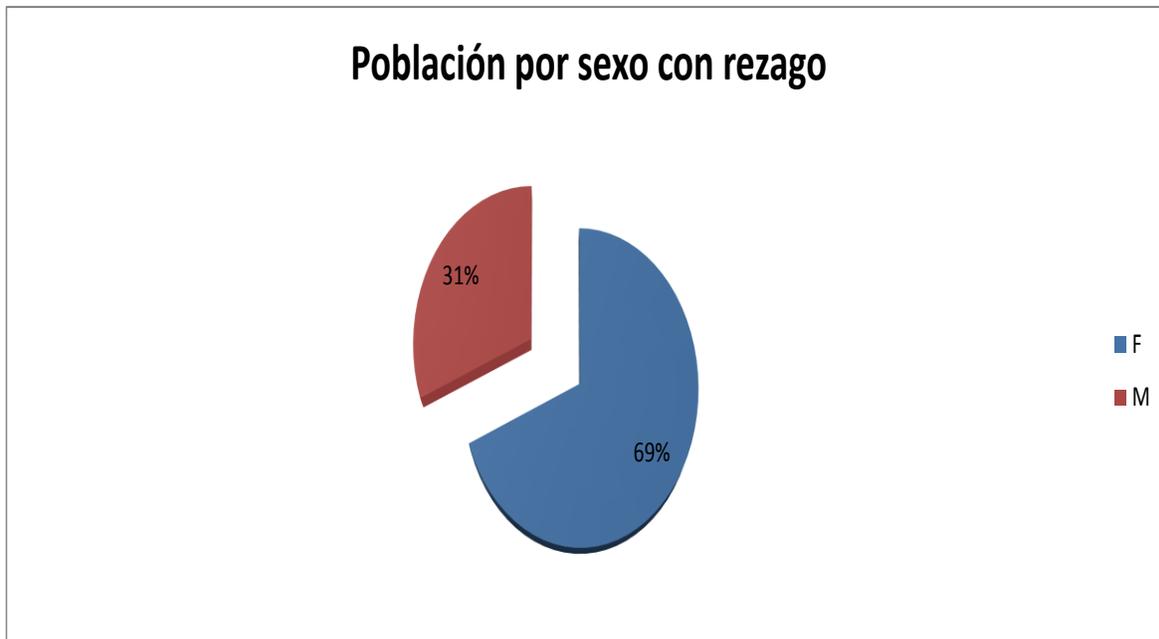


Figura 2. El 69% de la muestra investigada corresponde al sexo femenino.

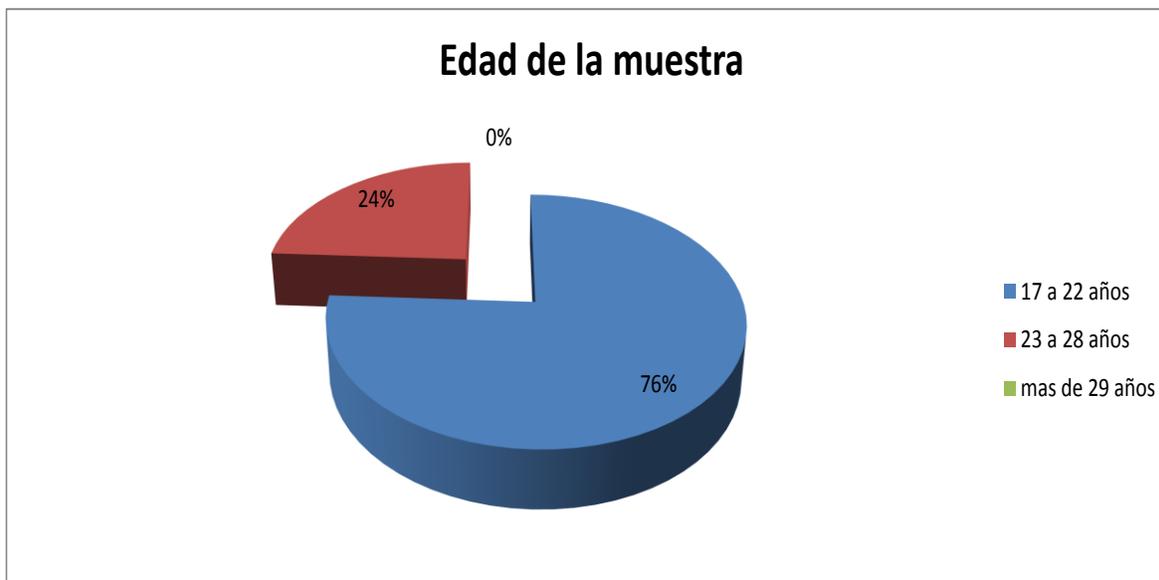


Figura 3. El 76% de los alumnos que muestran rezago oscilan entre los 17 y 22 años de edad.

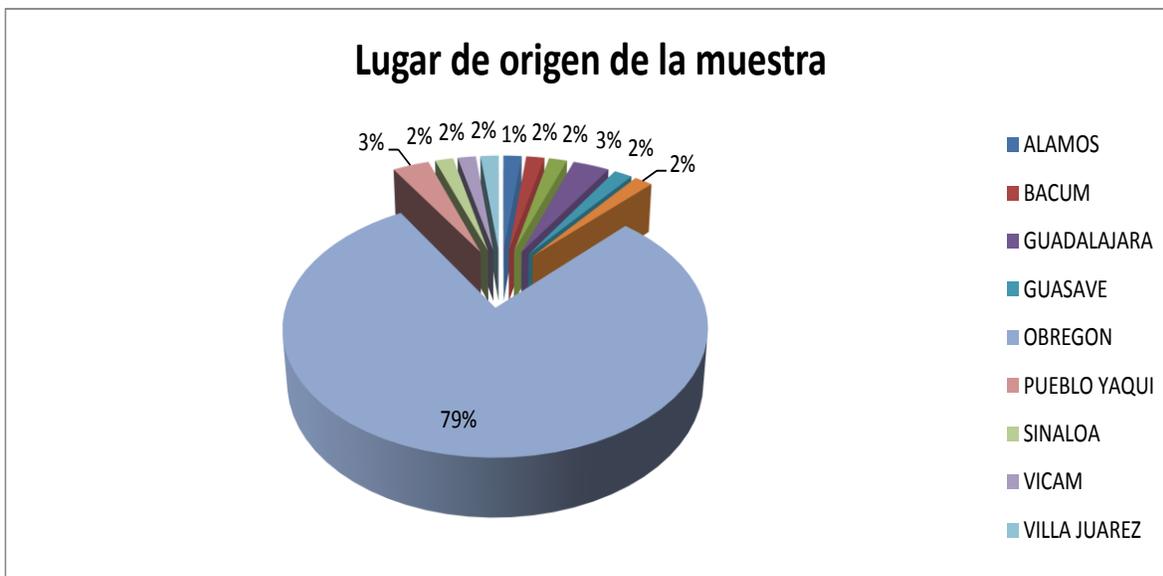


Figura 4. El 79% de los alumnos con rezago, son de Ciudad Obregón, Son.

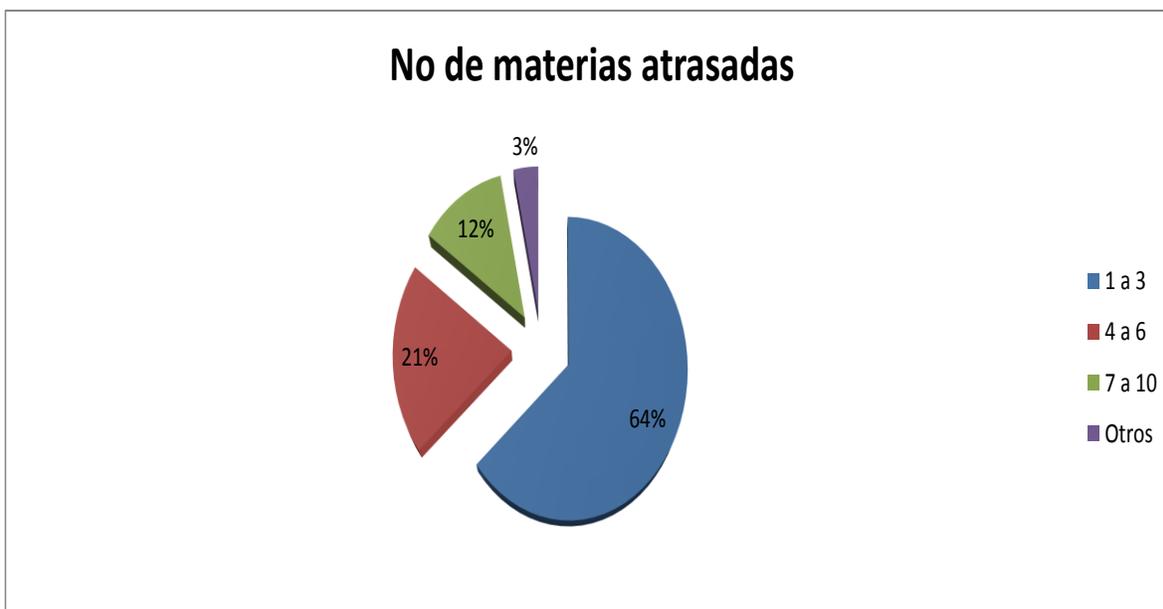


Figura 5. El 64% de la muestra tienen de 1 a 3 materias atrasadas.

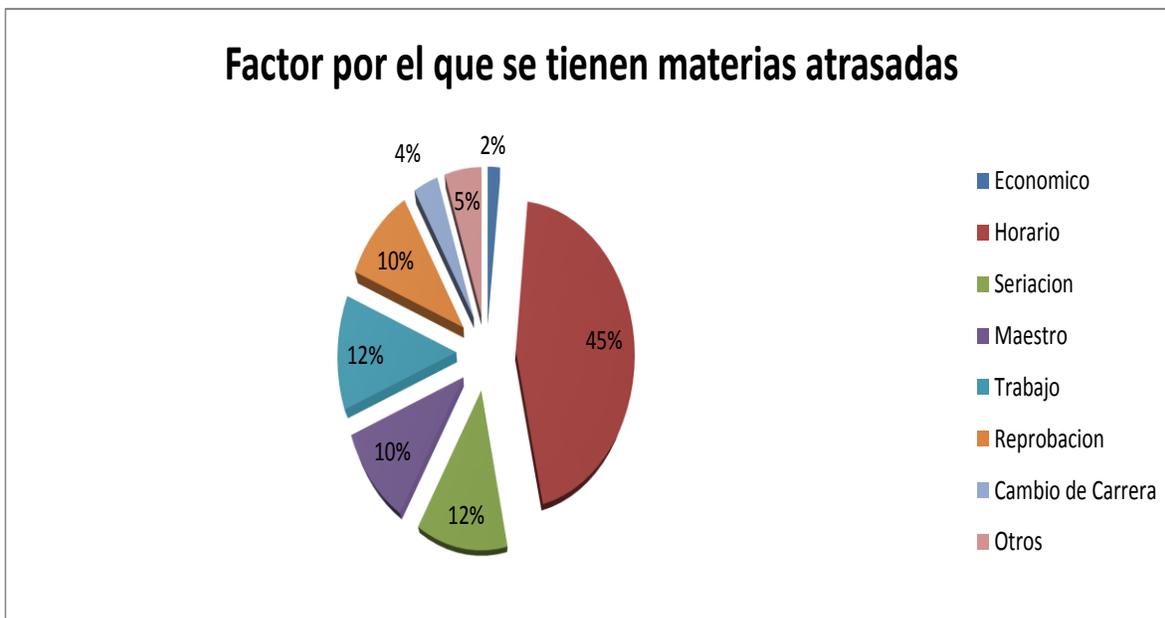


Figura 6. El principal factor por el que los alumnos presentan materias atrasadas es el **Horario** con un **45%** de incidencia seguido de la **seriación** y el **trabajo** con un **12%** de incidencia cada uno.

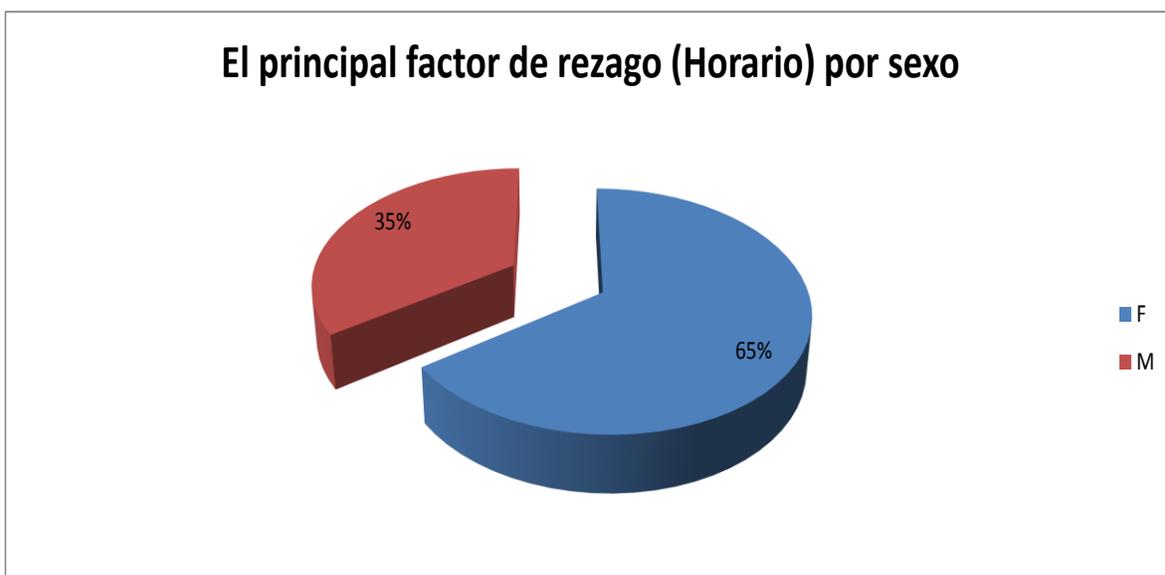


Figura 7. De los alumnos donde la principal causa de rezago es el **horario**, el sexo Femenino es quien tiene mayor incidencia con un **69%**.

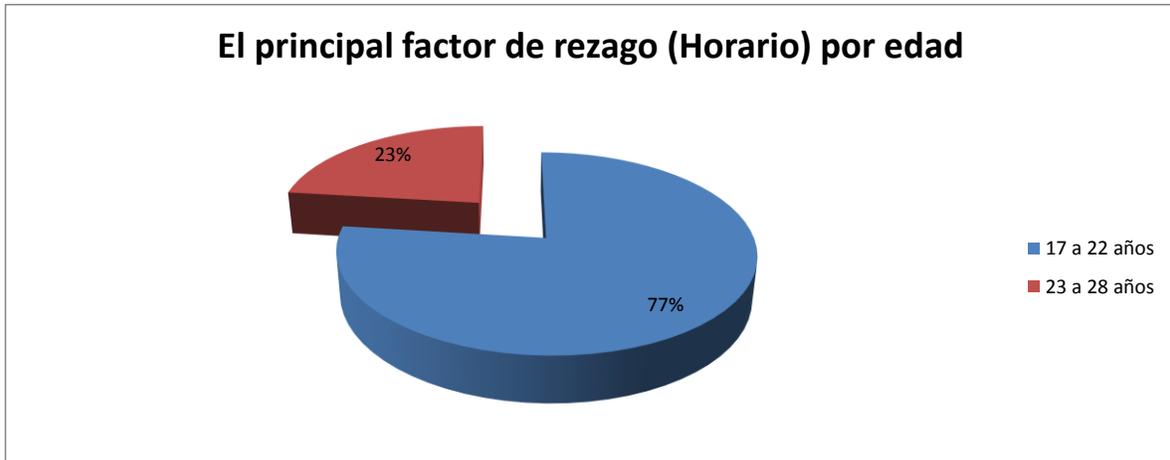


Figura 8. De los alumnos donde la principal causa de rezago es el **horario**, los que tienen entre 17 y 22 años son quienes reportan mayor incidencia con un 77%.



Figura 9. De los alumnos que tienen rezago, el 60% a dado de baja alguna materia.

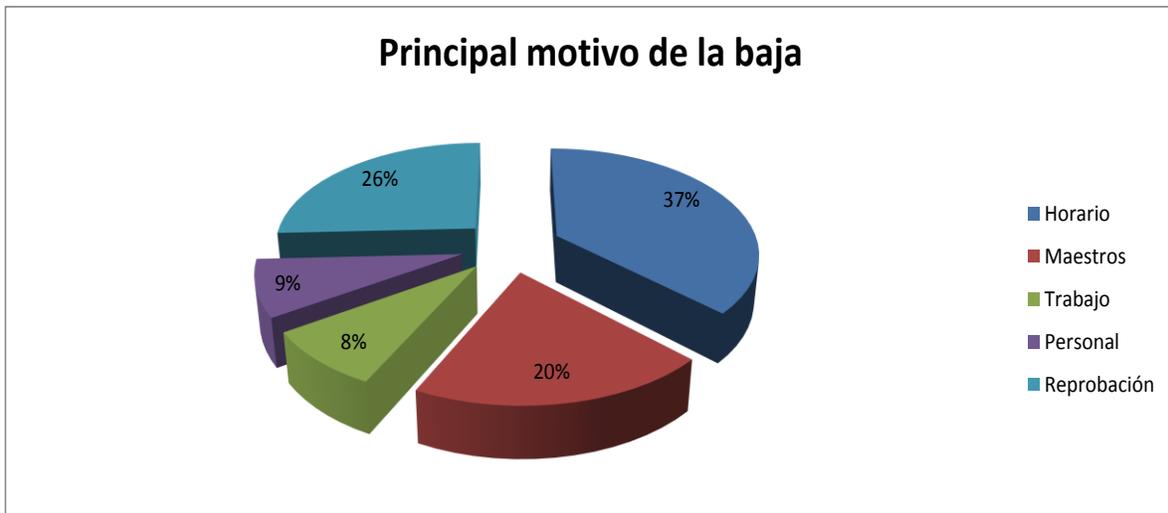


Figura 10. El principal motivo por el cual los alumnos que tienen rezago, se dan de baja en alguna materia es el horario, con un 37% de incidencia, seguido de la reprobación con un 26%.



Figura 11. De los alumnos que han dado de baja alguna materia (60%), el 74% reporta entre 1 y 3 materias dadas de baja.



Figura 12. El 43% de los alumnos con rezago estiman terminar su carrera en un lapso de tres años.

La investigación se realizó a un total de 58 alumnos que corresponde a un 77% de la muestra estimada, de los cuales el 45% actualmente cursa el cuarto semestre de la carrera.

El sexo femenino representa el 69% de los alumnos investigados, y el masculino el 31%. La edad promedio de los alumnos oscila entre los 17 y 22 años con un 76%, y la mayoría son originarios de Ciudad Obregón, Son., representando un 79%. Se determina que el 64% de los alumnos en cuestión tienen en promedio de 1 a 3 materias atrasadas de acuerdo a su plan de estudios, y el 3% tiene 10 o más materias en esta situación.

El resultado de la investigación arroja que el principal factor por el cual los alumnos de la carrera de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas, presentan rezago en sus estudios, es el factor “Horario” con un 45% de incidencia, mientras que la “Seriación” y el “Trabajo” corresponden al segundo factor con un 12% de incidencia cada uno, y el factor “económico” es el que menos afecta a los alumnos, pues solo el 2% manifiesta encontrarse en esta situación.

El problema de horario afecta principalmente a las mujeres y a los jóvenes de entre 17 y 22 años, pues el 69% y el 77% respectivamente reporta que por esta situación no llevan la carga regular de materias en el semestre correspondiente.

El 60% de los alumnos con rezago en sus estudios han dado de baja materias, de éstos el 74% ha dado de baja entre 1 y 3 materias. El 37% de los alumnos en esta situación manifiestan que el principal motivo es el horario, le sigue la reprobación con un 26% de incidencia. El tiempo en que los alumnos con problemas de rezago estiman concluir su carrera es de 3 años, así lo manifestaron el 43% de ellos.

4.2 Discusión.

En base a los resultados obtenidos de la investigación se determinó que el factor “Económico”, no es la principal razón de que los alumnos tengan rezago de materias, sino el “Horario” seguido de la seriación y el trabajo; ya que como lo muestran las investigaciones consultadas en las fuentes secundarias de este estudio una de las principales razones por la que estudiantes dejan materias sin cursar es por lo económico siendo el caso en algunas universidades de nuestro país y dadas estas circunstancias se considera que el problema es mas factible de solucionar en nuestra institución. Por lo tanto los derivados de esta investigación cumplen con su objetivo logrando detectar el origen del problema.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A continuación se presentan las conclusiones de la investigación y las recomendaciones que se proponen sean implementadas para erradicar el problema en cuestión.

5.1 Conclusiones.

Para efectos de este estudio fue necesaria una averiguación previa sobre investigaciones realizadas en diversas universidades de nuestro país sobre las causas principales de la deserción escolar y se encontró que el rezago de materias influía en los estudiantes para abandonar sus estudios. Buscando las causas que originan este problema se detectaron varias razones de las cuales solo una fue la más destacada por los alumnos. Siendo esta diferente a los resultados de otras investigaciones.

Algunos factores que interrumpen los estudios regulares a los alumnos son el horario que resulto ser el principal, seguido de la seriación que tienen las materias así como el trabajo, que en este caso también afecta, ya que en el instituto es alto el grado de estudiante-trabajador. Es necesario reconocer el problema como una cuestión que debe tomarse por urgencia e implantar estrategias adecuadas que solucionen este asunto, es por eso que ésta investigación se dio a la tarea de buscar las causas y ofrecer algunas recomendaciones de mejora.

Por lo tanto, se puede afirmar que se logro el objetivo planteado pues los resultados de esta investigación nos indican que se ha conseguido identificar el factor que esta influyendo en el bajo rendimiento escolar y que consecuentemente pueden llevar a la decisión de abandonar los estudios por parte de los estudiantes de la carrera de Lic. En Administración de Empresas Turísticas sobre la cual la institución puede actuar.

5.2 Recomendaciones.

El trabajo realizado arrojó información objetiva sobre la razón precisa del porqué los alumnos no están llevando todas sus materias correspondientes al programa, afectándoles en su desarrollo académico. Posteriormente se analizó la situación y se plantean algunas sugerencias que pueden fomentar un crecimiento favorable en la educación del alumno, las cuales se mencionan a continuación:

1. Brindar asesoría al alumno sobre los pasos que deben seguir en caso de ser necesario reacomodar su horario o para la solicitud de la apertura de un nuevo grupo.
2. Se recomienda revisar los horarios actuales en que se imparten la carrera y ver si es posible algún adecuación en la distribución de horarios de acuerdo a las necesidades de los alumnos, por ser estos en muchos casos estudiantes y trabajadores, situación que les dificulta la asistencia a clases en ciertos horarios.
3. Dar apoyo a los alumnos que trabajan, permitiéndoles realizar su carga el primer día de dicha actividad, para que puedan acomodar su horario a tiempo y que ésta no afecte en la seriación de sus materias.

4. Incrementar el número de materias que se ofrecen de manera virtual-presencial para apoyar a aquellos que por razones de trabajo u otros no puedan llevar sus materias de manera presencial.
5. Exhortar en los alumnos la preinscripción para que la Institución conozca la demanda que cada materia tendrá en determinado horario y así abrir los grupos y cupo suficientes.
6. Investigar cuál es el motivo de que los alumnos pierdan la seriación de las materias, para tomar las medidas pertinentes. En caso de que la razón sea el horario, programar que las materias que son seriadas se impartan el siguiente semestre en el mismo horario que el semestre actual.
7. Una recomendación para el departamento de registro escolar es la actualización de la información de los alumnos, de manera que ayude en próximas investigaciones a que se obtenga información objetiva y precisa.

BIBLIOGRAFÍA

Benassini Maercela, "Introducción a la Investigación de Mercados: "UN ENFOQUE PARA AMÉRICA LATINA", 2da. Edición, pearson Educación 2009.

D' Astous Alain, Sanabria Tirado Raúl, Pierre Sigué Simón, "INVESTIGACIÓN DE MERCADOS", Editorial Norma 2003.

Fernández Nogales Angel, "INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO", 2da. Edición Esic Editorial 2004.

Fischer de la Vega Laura, Navarro Vega Alma Emma "INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS" 3ra. Edición, Mc Graw Hill, 1996.

Hair Joseph F., Bush Robert P., Ortinau David J., "INVESTIGACIÓN DE MERCADOS", Editorial Mc Graw Hill 2004.

Hoffman K. Douglas, Czinkota Michael R., "PRINCIPIOS DE MARKETING Y SUS MEJORES PRACTICAS", 3ª. Edición, Cengage Learning Editores 2007.

Kinnear Thomas, Taylor James R. "INVESTIGACIÓN DE MERCADOS," 5ta. Edición, Mc Graw Hill, 2000.

Kotler Philip y Armstrong Gary, "FUNDAMENTOS DE MARKETING", 6ta. Edición, Pearson Prentice Hall 2003.

Longenecker Justin C. y Petty William, "ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS", Cengage Learning Editores, 2008.

Malhotra Naresh K. "INVESTIGACIÓN DE MERCADOS", 5ta. Edición, Pearson Educación, Mexico, 2008.

Mc Danieal Carls, Gates Roger H., "INVESTIGACIÓN DE MERCADOS", 6ta. Edición, Cengage Learning Editores, 2005.

Pope Jeffrey L., "INVESTIGACIÓN DE MERCADOS", editorial Norma, 2004.

Zikmund William, "INVESTIGACIÓN DE MERCADOS", 9na. Edición, Cengage Learning Editores 2008.

<http://www.anuies.mx>

"LOS FACTORES SOCIOECONÓMICOS QUE INCIDEN EN EL REZAGO Y LA DESERCIÓN ESCOLAR". Autor: Lilia Pérez Franco; Socióloga, Profesora-investigadora de la UAM-Azcapotzalco.

"LOS FACTORES CURRICULARES Y ACADÉMICOS RELACIONADOS CON EL ABANDONO Y EL REZAGO" Autor: Alejandra Romo López; Directora de Estudios y Proyectos Especiales de la ANUIES. Magdalena Fresán Orozco; Profesora-Investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco y Asesora de la Secretaría General Ejecutiva de la ANUIES.

CENEVAL (2000), www.ceneval.edu.mx

"ENCUESTA A ALUMNOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR. INSTRUMENTO DESARROLLADO EN EL MARCO DEL ESTUDIO," en los actores desconocidos Una aproximación al conocimiento de los estudiantes, ANUIES, Serie Investigaciones, México. AUTOR: De Garay S., Adrián (2001).

"LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL SIGLO XXI". Líneas estratégicas de desarrollo. Una propuesta de la ANUIES, México. ANUIES (2000).

"La eficiencia de egreso en las instituciones de educación superior. Propuesta de análisis alternativo al índice de eficiencia terminal", en Revista de la Educación Superior, N° 114, ANUIES, México. Blanco, J. y J. Rangel (2000).

SEP-CONACYT (2000), Indicadores de Actividades Científicas y Tecnológicas.

Apéndice 1.

OBJETIVO: Conocer los factores por los cuales los estudiantes de licenciado en administración de empresas turísticas del plan 2002, generación enero 2009 presentan rezago en sus estudios.

INSTRUCCIONES: LEA CUIDADOSAMENTE Y CONTESTE CON UNA X LA RESPUESTA MAS ADECUADA A SU SITUACIÓN.

	NO TOCAR
<p>1. ¿Que semestres cursas actualmente?</p> <p>a)I____ b)II____ c)III____ d)IV____ e)V____ f)VI____ g)VII____</p> <p>h) VIII____ i)IX____</p>	<input type="checkbox"/>
<p>2. ¿Cuántas materias cursas en el semestre?</p> <p>a)1 a 3____ b)4 a 6____ c)7 a 10____ d)otros____</p>	<input type="checkbox"/>
<p>3. ¿Cuál es el número de materias que llevas atrasadas?</p> <p>a)1 a 3____ b)4 a 6____ c)7 a 10____ d)otros____</p>	<input type="checkbox"/>
<p>4. ¿Cuál es el principal factor por el que tienes materias atrasadas?</p> <p>a)Económico____ b)Horario____ c)Seriación____ d)Maestro____</p> <p>e)Trabajo____ f)Reprobación____ g)Cambio de carrera____ i)otros____</p>	<input type="checkbox"/>
<p>5. ¿Has dado de baja alguna materia?</p> <p>a) Si____ b)No____</p>	<input type="checkbox"/>
<p><i>*si tu respuesta es NO pasa a la pregunta 8.</i></p>	
<p>6. ¿Cuántas materias has dado de baja?</p> <p>a)1 a 3____ b)4 a 6____ c)7 a 10____ d)otros____</p>	<input type="checkbox"/>
<p>7. ¿Cuál es el principal motivo por el cual has dado de baja materias?</p> <p>a)Horario____ b)Maestros____ c)Trabajo____ d)Personal____</p> <p>e)Reprobación____</p>	<input type="checkbox"/>
<p>8. ¿En cuánto tiempo estimas terminar la carrera?</p> <p>a)2 años____ b)3 años____ c)4 años____ más de 5 años____</p>	<input type="checkbox"/>

DATOS PERSONALES:

Sexo: M____ F____

Edad: a)17-22____ b)23-28____ c)29-34____

Lugar de origen:_____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!