

**TECNOLÓGICO DE COSTA RICA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**Seminario de Mercadeo para optar por el grado de Licenciatura en Administración de
Empresas con énfasis en Mercadeo**

**Análisis de las variables que inciden en los estudiantes de primer ingreso para la selección de
la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica**

Realizado por:

Jessica Campos Rodríguez

Josué Campos Hernández

Oscar Díaz Calderón

Stephannie Hernández Gutiérrez

Luis Felipe Monge Méndez

Profesor Asesor.

Rafael González Chaves

2015

DEDICATORIA

Este trabajo se realiza en pro de darle una significativa guía al Tecnológico de Costa Rica de las nuevas necesidades de los estudiantes. Basado en los resultados de este trabajo se espera darle un mejor servicio a los estudiantes que al igual que los que realizan este trabajo esperan lo mejor de la institución. Es por tal motivo que la dedicatoria va dirigida a todos los estudiantes que comienzan su camino esperanzados de haber elegido la mejor institución académica del país. Este trabajo es dedicado a los estudiantes que depositaron gran parte de su futuro el conocimiento que le puedan transmitir los docentes del Tecnológico.

Aparte de estudiantes este trabajo es dedicado a los docentes para que eduquen para formar profesionales de la mejor calidad, para motivar a los profesores a no educar por trabajo sino educar por pasión y compromiso con el futuro del país.

Agradecimiento aparte a la familia de los integrantes de este grupo de trabajo por el apoyo brindado desde el inicio de este largo camino a través de las aulas del Tecnológico.

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I: GENERALIDADES DE LA INSTITUCIÓN	3
1.1 INFORMACIÓN GENERAL DEL TECNOLÓGICO DE COSTA RICA	3
1.1.1 RESEÑA HISTÓRICA DEL TECNOLÓGICO DE COSTA RICA	3
1.1.2 MISIÓN	4
1.1.3 VISIÓN.....	4
1.1.4 OBJETIVOS DEL TECNOLÓGICO DE COSTA RICA	5
1.1.5 PRINCIPIOS	5
1.1.6 FINES.....	6
1.1.7 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	7
1.1.8 SEDES	7
1.1.9 CARRERAS.....	10
5.1 ESCUELA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.....	12
1.2.1 MISIÓN DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.....	13
1.2.2 VISIÓN DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	13
1.2.3 OBJETIVOS ACADÉMICOS DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	14
1.2.4 ESTRATEGIA DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.....	14
1.2.5 PLAN ESTRATÉGICO 2013-2017 DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EMPRESAS	15
1.2.6 PERFIL DEL PROFESIONAL.....	15
1.2.7 CAMPO DE TRABAJO	16
5.2 CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.....	16
1.3.1 MISIÓN DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	16
1.3.2 VISIÓN DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.....	16
1.3.4 OBJETIVOS DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.....	16

1.3.5 IMPORTANCIA DE LA CARRERA	17
1.3.6 ACREDITACIÓN DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.....	17
1.3.7 FACILIDADES Y RECURSOS QUE OFRECE LA CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.....	18
1.3.8 BACHILLERATO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.....	18
1.3.9 LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	19
1.3.10 ÁREAS DISCIPLINARIAS DE LA ADMINISTRACIÓN	19
CAPÍTULO II: GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.1 PROBLEMA	20
2.2 JUSTIFICACIÓN.....	20
2.3 OBJETIVO GENERAL	21
2.3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
2.4 ALCANCE	22
2.5 LIMITACIONES.....	22
CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO.....	24
3.1 ADMINISTRACIÓN GENERAL.....	24
3.1.1 DEFINICIÓN DE ADMINISTRACIÓN:.....	24
3.1.2 FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN:	24
PLANEAR.....	25
3.2 DEFINICIÓN DE MARKETING	27
3.2.1 IMPORTANCIA DEL MARKETING	27
3.2.2 EL PROCESO DE MARKETING.....	27
3.2.3 NECESIDADES, DESEOS Y DEMANDAS DEL CONSUMIDOR	28
3.2.4 VALOR Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	28
3.2.5 INTERCAMBIOS Y RELACIONES	28

3.2.6 MERCADO	29
3.2.7 SEGMENTACIÓN DE MERCADO, MARKETING META Y POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO	29
3.3 MEZCLA DE MARKETING.....	29
3.3.1 PRODUCTO O SERVICIO:	30
3.3.2 PRECIO	30
3.3.3 PLAZA	31
3.3.4 PROMOCIÓN.....	32
3.4 DEFINICIÓN DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	32
3.4.1 IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	33
3.4.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	33
3.4.3 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	34
3.4.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	34
3.4.6 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y FUENTES DE DATOS	34
3.4.7 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	34
3.4.8 RECOPIACIÓN DE LOS DATOS	35
3.4.9 PROCESAMIENTO DE LOS DATOS	37
3.4.10 ANÁLISIS DE LOS DATOS	37
3.4.11 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	38
3.5 CONCEPTOS ESTADÍSTICOS	38
3.5.1 ESTADÍSTICA	38
3.5.2 ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA Y ESTADÍSTICA INFERENCIAL	38
3.5.3 UNIDADES DE ESTUDIO	39
3.5.4 POBLACIÓN:	39
3.5.5 CENSO	39

CAPÍTULO IV: MARCO METODOLÓGICO	40
4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	40
4.2 FUENTES DE INFORMACIÓN	41
4.2.1 FUENTES PRIMARIAS.....	41
4.2.2 FUENTES SECUNDARIAS.....	41
4.3 POBLACIÓN DE ESTUDIO Y SUJETO DE INFORMACIÓN	42
4.3.1 POBLACIÓN DE ESTUDIO.....	42
4.3.2 SUJETO DE INFORMACIÓN.....	42
4.4 MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	43
4.4.1 MÉTODO ENTREVISTA PERSONAL.....	43
4.4.2 MÉTODO DE ENTREVISTA TELEFÓNICA.....	43
4.5 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	43
4.5.1 CUESTIONARIO	44
4.5.2 DISEÑO DEL CUESTIONARIO	44
4.6 RECOLECCIÓN DE DATOS.....	44
4.7 ANÁLISIS DE LOS DATOS	45
CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE RESULTADOS	46
5.1 GÉNERO DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO MATRICULADOS EN LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO.	47
5.1.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.....	47
5.1.2 SEDE CARTAGO:.....	48
5.1.3 SEDE SAN JOSÉ:	49
5.1.4 SEDE SAN CARLOS:.....	50
5.1.5 SEDE LIMÓN:	50

5.2	PROVINCIA EN LA QUE RESIDEN ACTUALMENTE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO.	51
5.2.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.	51
5.2.2	SEDE CARTAGO	52
5.2.3	SEDE SAN JOSÉ	53
5.2.4	SEDE SAN CARLOS.....	54
5.2.5	SEDE LIMÓN.	54
5.3	ESTUDIANTES MATRICULADOS EN LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICOQUE ACTUALMENTE TRABAJAN.....	55
5.3.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL	55
5.3.2	SEDE CARTAGO:.....	56
5.3.3	SEDE SAN JOSÉ:	57
5.3.4	SEDE DE SAN CARLOS:.....	58
5.3.5	SEDE LIMÓN:	58
5.4	ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN PUESTO RELACIONADO CON LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO.	59
5.5	RANGO DE EDAD DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO.....	60
5.5.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.	60
5.5.2	SEDE CARTAGO	61
5.5.3	SEDE SAN JOSÉ:	62
5.5.4	SEDE SAN CARLOS:.....	63
5.5.5	SEDE LIMÓN	63

5.6	PRINCIPALES RAZONES PARA SELECCIONAR LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO.	64
5.6.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.	64
5.6.2	SEDE CARTAGO:.....	65
5.6.3	SEDE SAN JOSÉ	66
5.6.4	SEDE SAN CARLOS.....	67
5.6.5	SEDE LIMÓN:	67
5.7	SEDE DONDE ESTUDIAN ACTUALMENTE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.	68
5.8	ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL HORARIO DEL PLAN DE ESTUDIO DEL TECNOLÓGICO.....	69
5.8.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.	69
5.8.2	SEDE CARTAGO:.....	70
5.8.3	SEDESAN JOSÉ:	71
5.8.4	SEDE SAN CARLOS.....	72
5.8.5	SEDE LIMÓN:	72
5.9	GRADO DE SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO SEGÚN LA INFRAESTRUCTURA DE LA SEDE DONDE SE ENCUENTRA ESTUDIANDO.	73
5.9.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.	73
5.9.2	SEDE CARTAGO:.....	74
5.9.3	SEDE SAN JOSÉ:	75
5.9.4	SEDE SAN CARLOS:.....	76
5.9.5	SEDE LIMÓN:	77

5.10	GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN DEL TECNOLÓGICO.	78
5.10.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.	78
5.10.2	SEDE CARTAGO:.....	79
5.10.3	SEDE SAN JOSÉ:	80
5.10.4	SEDE SAN CARLOS:.....	81
5.10.5	SEDE LIMÓN:	82
5.11	GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO DE LOS ELEMENTOS EXTERNOS AL TECNOLÓGICO DE LA SEDE DONDE ESTUDIA	83
5.11.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.	83
5.11.2	SEDE CARTAGO:.....	84
5.11.3	SEDE SAN JOSÉ.	85
5.11.4	SEDE SAN CARLOS:.....	86
5.11.5	SEDE LIMÓN:	87
5.12	ESTUDIANTES ENCUESTADOS QUE TOMARÍAN EN CONSIDERACIÓN A LA HORA DE ELEGIR UNA UNIVERSIDAD SI EL TECNOLÓGICO LE OFRECIERA UNA RUTA PERIFÉRICA EN HORARIO NOCTURNO POR LAS DIFERENTES PARADAS DE BUSES.	88
5.12.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL	88
5.12.2	SEDE CARTAGO:.....	89
5.12.3	SEDE SAN JOSÉ:	90
5.12.4	SEDE SAN CARLOS:.....	91
5.12.5	SEDE LIMÓN:	91
5.13	ESTUDIANTES ENCUESTADOS DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO SEGÚN CONOCIMIENTO DEL SERVICIO DE SALUD.....	92

5.13.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.....	92
5.13.2	SEDE CARTAGO:.....	93
5.13.3	SAN JOSÉ:.....	94
5.13.4	SEDE SAN CARLOS:.....	95
5.13.5	SEDE LIMÓN:.....	95
5.14	ESTUDIANTES ENCUESTADOS DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO QUE HAN UTILIZADO EL SERVICIO DE SALUD.....	96
5.14.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.....	96
5.14.2	SEDE CARTAGO:.....	97
5.14.3	SEDE SAN JOSÉ.....	98
5.14.4	SEDE SAN CARLOS.....	99
5.14.5	SEDE LIMÓN:.....	99
5.15	ESTUDIANTES ENCUESTADOS DE PRIMER INGRESO DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS SEGÚN EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD QUE OFRECE EL TECNOLÓGICO.....	100
5.15.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.....	100
5.15.2	SEDE CARTAGO:.....	101
5.15.3	SEDE DE SAN CARLOS:.....	102
5.16	CONOCIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP) QUE BRINDA EL TECNOLÓGICO.....	103
5.16.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.....	103
5.16.2	SEDE CARTAGO:.....	104
5.16.3	SEDE SAN JOSÉ.....	105

5.16.4	SEDE SAN CARLOS.....	106
5.16.5	SEDE LIMÓN.....	106
5.17	USO POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS EL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP) QUE BRINDA EL TECNOLÓGICO	107
5.17.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.....	107
5.17.2	SEDE CARTAGO:.....	108
5.17.3	SEDE SAN JOSÉ:	109
	FUENTE: ANEXO 4, CUADRO 5.17.3	109
5.17.4	SEDE SAN CARLOS:.....	110
5.17.5	SEDE LIMÓN.....	110
5.18	GRADO DE SATISFACCIÓN POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS EN RELACIÓN AL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA QUE OFRECE EL TECNOLÓGICO.....	111
5.18.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.....	111
5.18.2	SEDE CARTAGO.....	112
5.18.3	SEDE SAN JOSÉ.....	113
5.18.4	SEDE DE SAN CARLOS.....	114
5.18.5	SEDE DE LIMÓN.....	114
5.19	GRADO DE SATISFACCIÓN EN GENERAL DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO CON LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO.....	115
5.19.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.....	115
5.19.2	SEDE CARTAGO.....	116

5.19.3	SEDE SAN JOSÉ.....	117
5.19.4	SEDE SAN CARLOS.....	118
5.19.5	SEDE DE LIMÓN.....	118
5.20	CONOCIMIENTO DEL PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO.....	119
5.20.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.....	119
5.20.2	SEDE CARTAGO.....	120
5.20.3	SEDE SAN JOSÉ.....	121
5.20.4	SEDE SAN CARLOS.....	122
5.20.5	SEDE DE LIMÓN.....	122
5.21	CONOCIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO SOBRE LOS ASPECTOS DEL PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO.....	123
5.22	GRADO DE SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD DE LA SEDE EN DONDE ESTUDIA ACTUALMENTE POR PARTE DEL ESTUDIANTE DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.....	124
5.22.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.....	124
5.22.2	SEDE CARTAGO.....	125
5.22.3	SEDE SAN JOSÉ.....	126
5.22.4	SEDE DE SAN CARLOS.....	127
5.22.5	SEDE DE LIMÓN.....	127
5.23	FORMA DE CUBRIR LOS COSTOS DE LOS ESTUDIOS DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS EN EL TECNOLÓGICO.....	128
5.23.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.....	128
5.23.2	SEDE CARTAGO.....	129

5.23.3	SEDE SAN JOSÉ.	130
5.23.4	SEDE SAN CARLOS.	131
5.23.5	SEDE DE LIMÓN.	131
5.24	TIPO DE BECA QUE POSEEN LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO.	132
5.24.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL.	132
5.24.2	SEDE CARTAGO.	133
5.24.3	SEDE SAN JOSÉ.	134
5.24.4	SEDE SAN CARLOS.	135
5.24.5	SEDE LIMÓN.	135
5.25	OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS EN RELACIÓN A LOS COSTOS DE MATRÍCULA DEL TECNOLÓGICO COMPARADO CON OTRAS UNIVERSIDADES (PÚBLICAS Y PRIVADAS)	136
5.25.1	TECNOLÓGICO EN GENERAL	136
5.25.2	SEDE CARTAGO	137
5.25.3	SEDE SAN JOSÉ	138
5.25.4	SEDE SAN CARLOS.	139
5.25.5	SEDE LIMÓN	139
	CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	140
6.1	CONCLUSIONES	140
6.2	RECOMENDACIONES	145
	CAPÍTULO VII: SITUACIÓN ACTUAL DE MERCADO	148
7.1	SITUACIÓN DEL MERCADO	148

7.2	SITUACIÓN DEL PRODUCTO	148
7.3	SITUACIÓN COMPETITIVA	148
7.4	SITUACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN	149
7.5	SITUACIÓN DEL MACRO AMBIENTE.....	150
7.5.1	Demografía	150
7.5.2	ECONOMÍA.....	150
7.5.3	TECNOLOGÍA.....	151
7.5.4	POLÍTICO-LEGAL.....	151
CAPÍTULO VIII: PLAN DE MERCADEO.....		152
8.1	ANÁLISIS FODA	153
8.2	OBJETIVOS COMERCIALES QUE SE BUSCAN ALCANZAR CON LA PROPUESTA DE MERCADEO	154
8.2.1	OBJETIVO DE VENTA.....	155
8.2.2	OBJETIVO COMERCIAL CUALITATIVO.....	155
8.3	ESTRATEGIAS GENERALES PARA EL ALCANCE DE LOS OBJETIVOS PROPUESTOS.....	156
8.4	ESTRATEGIAS PUNTUALES Y/O PROGRAMAS DE ACCIÓN DE ACUERDO A LAS VARIABLES DE PRODUCTO, PRECIO, PLAZA Y PROMOCIÓN (4P'S).....	156
8.4.1	ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS REFERENTES AL PRODUCTO	156
8.4.2	ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS REFERENTES AL PRECIO.....	158
8.4.3	ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS REFERENTES A LA PLAZA	160
8.4.4	ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS REFERENTES A LA PROMOCIÓN	161
REFERENCIAS.....		163
ANEXOS.....		165

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1.PLAN ESTRATÉGICO 2013-2017 DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.....	15
---	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS DEL TECNOLÓGICO	47
GRÁFICO 2. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS SEDE CARTAGO	48
GRÁFICO 3. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS SEDE SAN JOSÉ	49
GRÁFICO 4. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS SEDE SAN CARLOS.....	50
GRÁFICO 5. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PROVINCIA	51
GRÁFICO 6. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PROVINCIA SEDE CARTAGO	52
GRÁFICO 7. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PROVINCIA SEDE SAN JOSÉ	53
GRÁFICO 8. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PROVINCIA SEDE SAN CARLOS	54
GRÁFICO 9. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN TRABAJO	55
GRÁFICO 10. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN ESTUDIANTES QUE ACTUALMENTE TRABAJAN SEDE CARTAGO	56
GRÁFICO 11. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN ESTUDIANTES QUE ACTUALMENTE TRABAJAN SEDE SAN JOSÉ.....	57
GRÁFICO 12. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN ESTUDIANTES QUE ACTUALMENTE TRABAJAN SEDE SAN CARLOS	58
GRÁFICO 13. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PUESTO DE TRABAJO RELACIONADO CON LA CARRERA.....	59
GRÁFICO 14. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN RANGO DE EDAD.....	60
GRÁFICO 15. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN RANGO DE EDAD SEDE CARTAGO	61

GRÁFICO 16. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN RANGO DE EDAD SEDE SAN JOSÉ.....	62
GRÁFICO 17. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN RANGO DE EDAD SEDE SAN CARLOS	63
GRÁFICO 18. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PRINCIPALES RAZONES PARA SELECCIONAR LA CARRERA.....	64
GRÁFICO 19. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PRINCIPALES RAZONES PARA SELECCIONAR LA CARRERA SEDE CARTAGO.....	65
GRÁFICO 20. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PRINCIPALES RAZONES PARA SELECCIONAR LA CARRERA SEDE SAN JOSÉ.....	66
GRÁFICO 21. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PRINCIPALES RAZONES PARA SELECCIONAR LA CARRERA SEDE SAN CARLOS	67
GRÁFICO 22. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN SEDE DONDE ESTUDIAN ACTUALMENTE	68
GRÁFICO 23. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN HORARIO DE ESTUDIO.....	69
GRÁFICO 24. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SGÚN HORARIO DE ESTUDIO SEDE CARTAGO..	70
GRÁFICO 25. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SGÚN HORARIO DE ESTUDIO SEDE SAN JOSÉ	71
GRÁFICO 26. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SGÚN HORARIO	72
GRÁFICO 27. PROMEDIO PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA DEL TECNOLÓGICO	73
GRÁFICO 28. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA SEDE CARTAGO.....	74
GRÁFICO 29. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA SEDE SAN JOSÉ.....	75
GRÁFICO 30. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA SEDE SAN CARLOS	76

GRÁFICO 31. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA SEDE LIMÓN	77
GRÁFICO 32. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN.....	78
GRÁFICO 33. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN SEDE CARTAGO	79
GRÁFICO 34. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA	80
GRÁFICO 35. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA	81
GRÁFICO 36. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN SEDE LIMÓN.....	82
GRÁFICO 37. DISTRUBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS EXTERNOS AL TECNOLÓGICO	83
GRÁFICO 38. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS EXTERNOS A LA SEDE CARTAGO	84
GRÁFICO 39.DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS EXTERNOS A LA SEDE SAN JOSÉ	85
GRÁFICO 40.DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS EXTERNOS A LA SEDE SAN CARLOS.....	86
GRÁFICO 41. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS EXTERNOS A LA SEDE LIMÓN	87
GRÁFICO 42.DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN OPCIÓN DE CREAR UNA RUTA PERIFÉRICA EN HORARIO NOCTURNO.....	88
GRÁFICO 43. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN OPCIÓN DE CREAR UNA RUTA PERIFÉRICA EN HORARIO NOCTURNO SEDE CARTAGO.....	89

GRÁFICO 44. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN OPCIÓN DE CREAR UNA RUTA PERIFÉRICA EN HORARIO NOCTURNO SEDE SAN JOSÉ.....	90
GRÁFICO 45. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN OPCIÓN DE CREAR UNA RUTA PERIFÉRICA EN HORARIO NOCTURNO SEDE SAN CARLOS	91
GRÁFICO 46. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DE LOS SERVICIOS DE SALUD.....	92
GRÁFICO 47. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL SERVICIO DE SALUD SEDE CARTAGO.....	93
GRÁFICO 48. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL SERVICIOS DE SALUD SEDE SAN JOSÉ.....	94
GRÁFICO 49. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL SERVICIO DE SALUD SEDE SAN CARLOS.....	95
GRÁFICO 50. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN USO DEL SERVICIO DE SALUD.....	96
GRÁFICO 51. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN USO DEL SERVICIO DE SALUD SEDE CARTAGO.....	97
GRÁFICO 52. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN USO DEL SERVICIO DE SALUD SEDE SAN JOSÉ.....	98
GRÁFICO 53. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN USO DEL SERVICIO DE SALUD - SEDE SAN CARLOS.....	99
GRÁFICO 54. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DE SALUD.....	100
GRÁFICO 55. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DE SALUD - SEDE CARTAGO	101
GRÁFICO 56. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DE SALUD - SEDE SAN CARLOS.....	102

GRÁFICO 57. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL SERVICIO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA.....	103
GRÁFICO 58. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL SERVICIO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA SEDE CARTAGO	104
GRÁFICO 59. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL SERVICIO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA SEDE SAN JOSÉ.....	105
GRÁFICO 60. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL SERVICIO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA DE LA SEDE DE SAN CARLOS	106
GRÁFICO 61. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN USO DEL SERVICIO DE ORIENTACIÓN Y PSICLOGÍA.....	107
GRÁFICO 62. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL USO SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP) SEDE CARTAGO	108
GRÁFICO 63. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN USO DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP) SEDE SAN JOSÉ.....	109
GRÁFICO 64. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN USO DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP) DE LA SEDE SAN CARLOS	110
GRÁFICO 65. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA	111
GRÁFICO 66. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA SEDE CARTAGO.....	112
GRÁFICO 67. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA SEDE SAN JOSÉ.....	113
GRÁFICO 68. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA SEDE SAN CARLOS	114
GRÁFICO 69. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL DE LA CARRERA	115

GRÁFICO 70. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL DE LA CARRERA ADMINISTRACIÓN EMPRESAS SEDE CARTAGO.....	116
GRÁFICO 71. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL DE LA CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.....	117
GRÁFICO 72. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL DE LA CARRERA ADM INISTRACIÓN DE EMPRESAS.....	118
GRÁFICO 73. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL PLAN DE ESTUDIO	119
GRÁFICO 74. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL PLAN DE ESTUDIO SEDE CARTAGO	120
GRÁFICO 75. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL PLAN DE ESTUDIO EN EL CENTRO ACADÉMICO SAN JOSÉ	121
GRÁFICO 76. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL PLAN DE ESTUDIO EN LA SEDE SAN CARLOS	122
GRÁFICO 77. PROMEDIO PORCENTUAL SEGÚN EL CONOCIMIENTO DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN	123
GRÁFICO 78. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD DEL TECNOLÓGICO	124
GRÁFICO 79. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD SEDE CARTAGO	125
GRÁFICO 80. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD DE LA SEDE SAN JOSÉ.....	126
GRÁFICO 81. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD DE LA SEDE SAN CARLOS	127
GRÁFICO 82. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN FORMA DE COSTEAR LOS ESTUDIOS ...	128

GRÁFICO 83. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN FORMA DE COSTEAR LOS ESTUDIOS SEDE CARTAGO	129
GRÁFICO 84. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN FORMA DE COSTEAR LOS ESTUDIOS SEDE SAN JOSÉ	130
GRÁFICO 85. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN FORMA DE COSTEAR LOS ESTUDIOS SEDE SAN CARLOS	131
GRÁFICO 86. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN TIPO DE BECA DEL TECNOLÓGICO	132
GRÁFICO 87. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN TIPO DE BECA SEDE CARTAGO	133
GRÁFICO 88. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN TIPO DE BECA SEDE SAN JOSÉ	134
GRÁFICO 89. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN TIPO DE BECA SEDE SAN CARLOS	135
GRÁFICO 90. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN COSTO DE LA MATRÍCULA COMPARADO CON OTRAS UNIVERSIDADES	136
GRÁFICO 91. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN OPCIONES DE FINANCIAMIENTO SEDE CARTAGO	137
GRÁFICO 92. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN OPCIONES DE FINANCIAMIENTO SEDE SAN JOSÉ	138
GRÁFICO 93. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN OPCIONES DE FINANCIAMIENTO SEDE SAN CARLOS	139

TABLA DE CUADROS

CUADROS 1 ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GÉNERO	176
CUADROS 2. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GÉNERO SEDE CARTAGO	176
CUADROS 3. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GÉNERO SEDE SAN JOSÉ	177
CUADROS 4. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GÉNERO SEDE SAN CARLOS	177
CUADROS 5. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GÉNERO SEDE LIMÓN	178
CUADROS 6. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN PROVINCIA TECNOLÓGICO EN GENERAL	178
CUADROS 7. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN PROVINCIA SEDE CARTAGO	179
CUADROS 8. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN PROVINCIA SEDE SAN JOSÉ	179
CUADROS 9. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN TRABAJO SEDE CARTAGO	181
CUADROS 10. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN TRABAJO SEDE SAN JOSÉ	182
CUADROS 11. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN TRABAJO SEDE SAN CARLOS	182
CUADROS 12. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN TRABAJO SEDE LIMÓN	183
CUADROS 13. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN PUESTO RELACIONADO CON LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO	183
CUADROS 14. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RANGO DE EDAD	184
CUADROS 15. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RANGO DE EDAD SEDE CARTAGO	184
CUADROS 16. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RANGO DE EDAD SEDE SAN JOSÉ	185
CUADROS 17. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RANGO DE EDAD SEDE SAN CARLOS ..	185
CUADROS 18. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RANGO DE EDAD SEDE LIMÓN	186

CUADROS 19. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN PRINCIPALES RAZONES PARA SELECCIONAR LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.	186
CUADROS 20. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RAZONES PARA SELECCIONAR LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO SEDE CARTAGO ..	187
CUADROS 21. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RAZONES PARA SELECCIONAR LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO - SEDE SAN JOSÉ .	187
CUADROS 22. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RAZONES PARA SELECCIONAR LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS SEDE SAN CARLOS	188
CUADROS 23. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RAZONES PARA SELECCIONAR LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO SEDE LIMÓN.....	188
CUADROS 24. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA SEDE DONDE ESTUDIAN ACTUALMENTE EN EL TECNOLÓGICO	188
CUADROS 25. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL HORARIO DEL PLAN DE ESTUDIO ...	189
CUADROS 26. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN HORARIO EL PLAN DE ESTUDIOS SEDE CARTAGO	190
CUADROS 27. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN HORARIO EL PLAN DE ESTUDIOS SEDE SAN JOSÉ	190
CUADROS 28. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN HORARIO EL PLAN DE ESTUDIOS SEDE SAN CARLOS.....	191
CUADROS 29. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN HORARIO EL PLAN DE ESTUDIOS - SEDE LIMÓN	191
CUADROS 30. PROMEDIO PORCENTUAL SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE LA INFRAESTRUCTURA DE LA SEDE DONDE ESTUDIAN.....	192
CUADROS 31. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA INFRAESTRUCTURA DE LA SEDE DONDE ESTUDIAN SEDE CARTAGO	192

CUADROS 32. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA INFRAESTRUCTURA DE LA SEDE DONDE ESTUDIAN SEDE SAN JOSÉ.....	193
CUADROS 33. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA INFRAESTRUCTURA DE LA SEDE DONDE ESTUDIAN SEDE SAN CARLOS.....	193
CUADROS 34. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA INFRAESTRUCTURA DE LA SEDE DONDE ESTUDIAN - SEDE LIMÓN	194
CUADROS 35. PROMEDIO PORCENTUAL SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN DE LA SEDE DONDE ESTUDIA ACTUALMENTE.....	194
CUADROS 36. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN - SEDE CARTAGO	195
CUADROS 37. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN - SEDE SAN JOSÉ	195
CUADROS 38. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN - SEDE SAN CARLOS.....	196
CUADROS 39. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN - SEDE LIMÓN	196
CUADROS 40. PROMEDIO PORCENTUAL SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS EXTERNOS DE LA SEDE DONDE ESTUDIAN	197
CUADROS 41. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS EXTERNOS A LA UNIVERSIDAD SEDE CARTAGO	197
CUADROS 42. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS EXTERNOS SEDE SAN JOSÉ.....	198
CUADROS 43. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS EXTERNOS A LA UNIVERSIDAD - SEDE SAN CARLOS	198

CUADROS 44. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS EXTERNOS SEDE LIMÓN.....	199
CUADROS 45. ESTUDIANTES ENCUESTADOS QUE TOMARÍAN EN CONSIDERACIÓN A LA HORA DE ELEGIR UNA UNIVERSIDAD SI LES OFRECERAN	199
CUADROS 46. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPCIÓN DE CREAR UNA RUTA PERIFERICA EN HORARIO NOCTURNO SEDE CARTAGO.....	200
CUADROS 47. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPCIÓN DE CREAR UNA RUTA PERIFERICA EN HORARIO NOCTURNO SEDE SAN JOSÉ.....	200
CUADROS 48. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPCIÓN DE CREAR UNA RUTA PERIFERICA EN HORARIO NOCTURNO SEDE SAN CARLOS	201
CUADROS 49. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPCIÓN DE CREAR UNA RUTA PERIFERICA EN HORARIO NOCTURNO SEDE LIMÓN	201
CUADROS 50. ESTUDIANTES ENCUESTADOS QUE CONOCEN LOS SERVICIOS DE SALUD DEL TECNOLÓGICO	202
CUADROS 51. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DE LOS SERVICIOS DE SALUD, SEDE CARTAGO.....	202
CUADROS 52. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DE LOS SERVICIOS DE SALUD SEDE SAN JOSÉ.....	203
CUADROS 53. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DE LOS SERVICIOS DE SALUD SEDE SAN CARLOS.....	203
CUADROS 54. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DE LOS SERVICIOS DE SALUD SEDE LIMÓN	204
CUADROS 55. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN USO DE LOS SERVICIOS DE.....	204
CUADROS 56. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN USO DE LOS SERVICIOS DE SALUD- SEDE CARTAGO	205

CUADROS 57. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN USO DE LOS SERVICIOS DE SALUD SEDE SAN JOSÉ	205
CUADROS 58. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN USO DE LOS SERVICIOS DE SALUD- SEDE SAN CARLOS.....	206
CUADROS 59. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN USO DE LOS SERVICIOS DE SALUD- SEDE LIMÓN	206
CUADROS 60. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DE SALUD QUE BRINDA EL TECNOLÓGICO.....	207
CUADROS 61. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN CON LOS SERVICIOS DE SALUD SEDE CARTAGO	207
CUADROS 62. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN CON LOS SERVICIOS DE SALUD SEDE SAN CARLOS.....	208
CUADROS 63. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DE LOS SERVICIOS DE DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP) QUE BRINDA EL TECNOLÓGICO	208
CUADROS 64. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DEL SERVICIO DE DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP) SEDE CARTAGO.....	209
CUADROS 65. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DEL SERVICIO DE DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP) SEDE SAN JOSÉ.....	209
CUADROS 66. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DEL SERVICIO DE DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP) DE LA SEDE DE SAN CARLOS	210
CUADROS 67. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DEL SERVICIO DE DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP) DEL LA SEDE DE LIMÓN.....	210
CUADROS 68. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL USO DE LOS SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP)	211

CUADROS 69. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL USO SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP) SEDE CARTAGO	211
CUADROS 70. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL USO DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP) SEDE SAN JOSÉ	212
CUADROS 71. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL USO DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP)- SEDE SAN CARLOS	212
CUADROS 72. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL USO DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP)- SEDE LIMÓN	213
CUADROS 73. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL GRADO DE SATISFACCIÓN	213
CUADROS 74. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA SEDE CARTAGO	214
CUADROS 75. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA –SEDE SAN JOSÉ.....	214
CUADROS 76. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA –SEDE SAN CARLOS	214
CUADROS 77. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA –SEDE SAN CARLOS	214
CUADROS 78. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA-SEDE DE LIMÓN	215
CUADROS 79. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	215
CUADROS 80. SATISFACCIÓN GENERAL DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS-SEDE CARTAGO	216

CUADROS 81. SATISFACCIÓN GENERAL DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS- SEDE SAN JOSÉ	217
CUADROS 82. SATISFACCIÓN GENERAL DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS SEDE SAN CARLOS	217
CUADROS 83. SATISFACCIÓN GENERAL DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS SEDE LIMÓN.....	218
CUADROS 84. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DEL PLAN DE ESTUDIOS	218
CUADROS 85. CONOCIMIENTO DEL PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS- SEDE CARTAGO.....	219
CUADROS 86. CONOCIMIENTO DEL PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS- SEDE SAN JOSÉ.....	219
CUADROS 87. CONOCIMIENTO DEL PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS- SEDE SAN CARLOS	220
CUADROS 88. CONOCIMIENTO DEL PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS SEDE LIMÓN	220
CUADROS 89. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL CONOCIMIENTO DEL PLAN DE ESTUDIOS	220
CUADROS 90. ESTUDIANTES ENCUESTADOS ACERCA DE LA SEGURIDAD DE LA SEDE DONDE ESTUDIAN.....	221
CUADROS 91. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD EN GENERALSEDE CARTAGO	222
CUADROS 92. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD EN GENERAL–SEDE SAN JOSÉ.....	222
CUADROS 93. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD EN GENERAL–SEDE SAN CARLOS.....	223

CUADROS 94. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD EN GENERAL SEDE LIMÓN	223
CUADROS 95. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA FORMA DE COSTEAR SUS ESTUDIOS ACTUALMENTE.....	224
CUADROS 96. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA FORMA DE COSTEAR ESTUDIOS SEDE CARTAGO	224
CUADROS 97. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA FORMA DE COSTEAR SUS ESTUDIOS SEDE SAN JOSÉ	225
CUADROS 98. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA FORMA DE COSTEAR SUS ESTUDIOS SEDE SAN CARLOS.....	225
CUADROS 99. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA FORMA DE COSTEAR SUS ESTUDIOS SEDE LIMÓN	225
CUADROS 100. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN TIPO DE BECA QUE POSEEN EN EL TECNOLÓGICO	226
CUADROS 101. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN TIPO DE BECA-SEDE CARTAGO	227
CUADROS 102. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN TIPO DE BECA-SEDE SAN JOSÉ	228
CUADROS 103. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN TIPO DE BECA-SEDE SAN CARLOS.....	229
CUADROS 104. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPINIÓN DE LAS OPCIONES DE FINANCIAMIENTO COMPARADO CON OTRS UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS. SEDE CARTAGO	229
CUADROS 105. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPINIÓN DE LOS COSTOS DE MATRÍCULA DE COMPARADO CON OTRAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS...229	
CUADROS 106. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPINIÓN DE LOS COSTOS DE MATRÍCULA DE COMPARADO CON OTRAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS-SEDE CARTAGO	230

CUADROS 107. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPINIÓN DE LAS OPCIONES DE FINANCIAMIENTO COMPARADO CON OTRAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS SEDE SAN JOSÉ	231
CUADROS 108. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPINIÓN DE LAS OPCIONES DE FINANCIAMIENTO COMPARADO CON OTRAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS SEDE SAN CARLOS	231
CUADROS 109. ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPINIÓN DE LAS OPCIONES DE FINANCIAMIENTO COMPARADO CON OTRAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS SEDE LIMÓN	232

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio es el informe de Proyecto de Graduación para optar por el grado de Licenciatura en Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica con énfasis en Mercadeo. La investigación de mercados se desarrolló en la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico esta surgió debido a que la Escuela durante un proceso de planes estratégicos, se percató de que no contaba con un estudio de mercado donde se identificaran las variables (calidad, infraestructura, servicios de alimentación, financiamiento) en las cuales inciden y/o motivan a los estudiantes de educación secundaria a seleccionar una carrera en el Tecnológico. Por esta razón, el objetivo principal se definió como: “Análisis de las variables que inciden en los estudiantes de primer ingreso para la selección de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico”.

En primera instancia, se contactaron a través de llamadas telefónicas a los estudiantes de primer ingreso. Se utilizó un censo donde se tomó como base de datos la información suministrada por los registros del Tecnológico, se logró contactar a 103 estudiantes. Luego, cuidadosamente se tabuló y analizó la información esto permitió plantear una serie de conclusiones y recomendaciones, que ayudaron a crear la estrategia de plan de marketing para la Escuela. Dentro de los resultados más relevantes se pueden destacar que las principales razones por las cuales el estudiante ingresa son por el prestigio y la calidad de la institución. Además, los encuestados están satisfechos con la carrera de Bachillerato, se determinó que la mayoría de los encuestados consideran que los costos de matrícula son bajos comparados con las universidades públicas y privadas, Los detalles de los demás resultados se muestran en la presente investigación.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, debido a la globalización y las tecnologías de la información la educación superior se ha convertido importante al tener funciones de producir y enseñar conocimiento; a través del entrenamiento de una fuerza laboral competitiva, de negocios y de las actividades de investigación y desarrollo universitarios, que también se traducen en apoyo y fuente de transformación para la sociedad en general.

El objetivo principal de esta investigación es “Analizar las variables que inciden en los estudiantes de primer ingreso para la selección de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico”

Además, mediante los resultados de la investigación de mercados se proponen estrategias de mejora que ayuden a fortalecer el posicionamiento de la Escuela en los estudiantes de secundaria y con esto incrementar la matrícula.

En el capítulo I se presenta información acerca de las generalidades del Tecnológico, así como las generalidades de la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico

En el capítulo II, se presentan las generalidades de la investigación, se plantea el problema, la justificación del proyecto, se determinan los objetivos generales y específicos, se mencionan los alcances y por último las limitaciones de la investigación.

En el capítulo III se describe el marco teórico, el cual tiene como propósito fundamentar la base teórica del estudio.

En el capítulo IV se presenta la metodología de la investigación, el cual se detalla la investigación exploratoria realizada, el diseño de la investigación a aplicar, la investigación formal realizada, seguidamente se muestran los datos estadísticos como la población estudiada, unidad de información. También se explica el método de recopilación de datos como el método usado en la investigación y las fuentes de información consultadas. En este mismo apartado se menciona de manera puntual el trabajo de campo realizado, así como el procesamiento y tabulación de datos.

En el capítulo V se detalla el análisis y descripción de los resultados.

En el capítulo VI se enumeran las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación.

En el capítulo VII se determina la situación actual de mercado.

En el capítulo VIII se analizan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico y se establecen los lineamientos del plan de mercadeo.

CAPÍTULO I: GENERALIDADES DE LA INSTITUCIÓN

En el presente capítulo se describe la institución y aspectos importantes de la Carrera de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica (TEC).

De igual manera se presentan los objetivos de la investigación, la justificación del estudio, el planteamiento del problema, los alcances y limitaciones de la investigación.

1.1 INFORMACIÓN GENERAL DEL TECNOLÓGICO DE COSTA RICA.

1.1.1 Reseña Histórica del Tecnológico de Costa Rica.

El Tecnológico de Costa Rica (TEC) es una institución nacional autónoma de educación superior universitaria, dedicada a la docencia, la investigación y la extensión de la tecnología y ciencias conexas para el desarrollo de Costa Rica. (Tecnológico de Costa Rica, 2015)

El Tecnológico, nace el 10 de junio de 1971, según la Ley 4777, mediante la administración del Presidente de la República José Figueres Ferrer, y como el Presidente de la Asamblea Legislativa Daniel Oduber Quirós, inaugurándose el primer curso lectivo en marzo de 1973.

Inició bajo el nombre oficial de Instituto Tecnológico de Costa Rica (ITCR). Es a partir del 2010, que a nivel de comunicación se realiza un cambio en la imagen y se pasa a llamar Tecnológico de Costa Rica (TEC), como nombre promocional.

Desde sus inicios el Tecnológico se ha dedicado a crear, generar y transferir conocimiento mediante una permanente vocación de servicio y desarrollo social, un permanente compromiso con el principal recurso de la nación (las personas), y por último pero no menos importante un permanente compromiso y vocación por legitimar su accionar ante la sociedad como institución de educación superior pública. (Tecnológico de Costa Rica, 2015)

Para esto ha establecido una serie de ejes transversales, entre los cuales están; el ser humano como principio y fin de la acción institucional, el respeto a las diferencias de todas las personas, el acceso y permanencia en igualdad de oportunidades a las personas con potencial, sin distinciones de etnia, religión, género, desarrollo psicoeducativo, necesidades especiales, condición

socioeconómica y tendencia política, la excelencia en sus diferentes actividades, entre otras. (Tecnológico de Costa Rica, 2015)

Asimismo, ha establecido tres pilares fundamentales aprobados por la Asamblea Institucional Representativa, en Sesión Ampliada del III Congreso Institucional, mediante un documento llamado “Acuerdos de la Asamblea Plenaria del III Congreso Institucional”. Dichos pilares son la Investigación considerada como la actividad fundamental del quehacer institucional y desarrollo académico, la Docencia considerada como una actividad fundamental que se integra con la investigación y por último la Extensión, actividad mediante la cual el Tecnológico pone al alcance de la sociedad los conocimientos- tecnológicos. (Tecnológico de Costa Rica, 2015)

1.1.2 Misión

“Contribuir al desarrollo integral del país, mediante formación del recurso humano, la investigación y la extensión; manteniendo el liderazgo científico, tecnológico y técnico, la excelencia académica y el estricto apego a las normas éticas, humanísticas y ambientales, desde una perspectiva universitaria estatal de calidad y competitividad a nivel nacional e internacional.”(Tecnológico de Costa Rica, 2015)

Es importante rescatar que dicha misión tiene armonía con el artículo 1 y 3 de la Ley Orgánica por lo que “este lineamiento está basado en la definición sin sobrepasar, sino la aclara, enriquece y la actualiza”.(Tecnológico de Costa Rica, 2015)

1.1.3 Visión

“El Tecnológico de Costa Rica será una Institución de reconocido prestigio nacional e internacional, que contribuirá decididamente a la edificación de una sociedad más solidaria, incluyente, respetuosa de los derechos humanos y del ambiente, mediante la sólida formación de recurso humano, la promoción de la investigación e innovación tecnológica, la iniciativa emprendedora y la estrecha vinculación con los sectores sociales y productivos. (Tecnológico de Costa Rica, 2015)

1.1.4 Objetivos del Tecnológico de Costa Rica

Objetivos Institucionales del Tecnológico de Costa Rica

Formar profesionales en el campo tecnológico que aúnen al dominio de su disciplina una clara conciencia del contexto socioeconómico, cultural y ambiental en la que la tecnología se genera, transmite y aplica, lo cual les permite participar en forma crítica y creativa en las actividades productivas del país.

Generar, adaptar e incorporar, en forma sistemática y continua la tecnología necesaria para utilizar y transformar provechosamente para el país y sus recursos y fuerzas productivas.

Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida del pueblo costarricense mediante la proyección de sus actividades a la atención y solución de los problemas prioritarios del país a fin de edificar una sociedad más justa.

Estimular la superación de la comunidad costarricense mediante el patrocinio y desarrollo de programas culturales.

1.1.5 Principios

Los principios del Tecnológico son:

La búsqueda de la excelencia en el desarrollo de todas sus actividades.

La vinculación permanente con la realidad costarricense como medio de orientar sus políticas y acciones a las necesidades del país.

El derecho exclusivo de la comunidad institucional, constituida por profesores (as), estudiantes y funcionarios (as) administrativos, de darse su propio gobierno y de ejercerlo democráticamente, tanto para el establecimiento de sus órganos de deliberación y dirección, como para la determinación de sus políticas.

La plena capacidad jurídica del Instituto para adquirir derechos y contraer obligaciones, de conformidad con la Constitución Política y las leyes de Costa Rica.

La libertad de cátedra, entendida como el derecho de los profesores (as) de proponer los programas académicos y desarrollar los ya establecidos, de conformidad con sus propias convicciones filosóficas, científicas, políticas y religiosas.

La libertad de expresión de las ideas filosóficas, científicas, políticas y religiosas de los miembros de la comunidad del Tecnológico dentro de un marco de respeto por las personas.

La igualdad de oportunidades para el ingreso y permanencia de los y las estudiantes en la Institución.

La evaluación permanente de los resultados de las labores de la Institución y de cada uno de sus integrantes.

La responsabilidad de los individuos y órganos del Instituto por las consecuencias de sus acciones y decisiones.

1.1.6 Fines

De acuerdo con el artículo 2 del Estatuto Orgánico los fines del Tecnológico son:

Formar profesionales en el campo tecnológico que aúnen al dominio de su disciplina, una clara conciencia del contexto socioeconómico, cultural y ambiental en que la tecnología se genera, transfiere y aplica, lo cual les permite participar en forma crítica y creativa en las actividades productivas nacionales.

Generar, adaptar e incorporar en forma sistemática y continúa, la tecnología necesaria para utilizar y transformar provechosamente para el país los recursos y fuerzas productivas.

Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida del pueblo costarricense mediante la proyección de sus actividades a la atención y solución de los problemas prioritarios del país, a fin de edificar una sociedad más justa.

Estimar la superación de la comunidad costarricense mediante el patrocinio y el desarrollo de programas culturales.

1.1.7 Organigrama Estructural

El Tecnológico cuenta en su estructura organizacional compuesta por las siguientes instancias:

Asamblea Institucional: Máxima autoridad del Tecnológico.

Consejo Institucional: Órgano directivo superior del Tecnológico.

Rector: El rector es el funcionario de más alta jerarquía ejecutiva del Tecnológico.

Vicerrectorías: Para cumplir con sus políticas específicas, el Tecnológico cuenta con cuatro vicerrectorías: de investigación y extensión, de docencia, de administración y de vida estudiantil y servicios académicos.

1.1.8 Sedes

Actualmente el Tecnológico cuenta con cuatro sedes principales en el territorio nacional.

Sede Central de Cartago.

El 10 de junio de 1971 se firmó la Ley 4777 que dio origen a la creación del Tecnológico. Actualmente se encuentra localizado en Cartago un kilómetro al sur de la Basílica de Nuestra Señora de los Ángeles.

Durante la gestión del presidente de la República, José Figueres Ferrer, tanto él como el presidente de la Asamblea Legislativa Daniel Oduber Quirós, el comité de apoyo y la población cartaginesa apoyaron la creación de una nueva institución de educación superior. Los cartagineses la escogieron dejando de lado dos opciones: un programa de desarrollo agropecuario y una carretera a San José. (Wikipedia, 2015). El Tecnológico de Monterrey, en México, fue el modelo a seguir. El primer rector del Tecnológico fue Vidal Quirós Berrocal, un ingeniero civil de 33 años con formación en administración de empresas en el Tecnológico de Monterrey. (Wikipedia, 2015)

En sus comienzos, el Tecnológico fue instalado en el Edificio Pirie (hoy Casa de la Ciudad), el cual fue donado por la Municipalidad de Cartago. Dos años después de su creación, en 1973, comenzaron las tres primeras carreras del Tecnológico, opciones totalmente novedosas en el país:

Ingeniería en Construcción, Ingeniería en Producción Industrial e Ingeniería en Mantenimiento Industrial. Estas fueron escogidas por las necesidades planteadas en el país y la influencia del contexto mexicano.

Luego se compraron las casi 100 hectáreas de terreno en las cuales se encuentra actualmente el Campus Central. En estos terrenos se construyeron los primeros edificios que albergaron a los estudiantes del Tecnológico en esos primeros días de lecciones. Las edificaciones prefabricadas fueron donadas por el Ministerio de Obras Públicas y Transportes, y diseñadas en México.

Centro Académico San José

El ingeniero Rafael Keith, hijo de Minor Keith, junto con el Ing. Antonio Fernández y el Lic. Mariano Ramírez, fundaron la Escuela Técnica Nacional en 1949. Esta escuela tenía la intención de darles a los varones jóvenes conocimientos en especialidades técnicas como aritmética, ciencia general, dibujo mecánico, castellano, álgebra, química, electricidad y física experimental aplicada. (Wikipedia, 2015)

Durante varios meses Keith estuvo comentando a algunas personas que quería traspasar el edificio de su Escuela Técnica al Tecnológico. El 28 de abril de 1977, en una reunión de la Junta de la Escuela, se aprobó el traspaso del lote, el edificio y todo el mobiliario al Tecnológico.

El 24 de junio de ese año, Keith escribió una carta remitida a la Junta de la Escuela expresando: “Por razones de edad y salud el suscrito ha decidido traspasarle la Escuela Técnica Nacional, al Tecnológico de Costa Rica”.

En esa misma carta, se detalla la razón por la que se escogió al Tecnológico: “Se ha escogido al Tecnológico por ser la entidad que tanto en el criterio del suscrito, como de un grupo de amigos al efecto consultados, nos ha parecido ser la entidad que con mayor acierto pudiera continuar y ampliar la labor, que durante los 27 años, habían venido llevando a cabo en la Escuela Técnica Nacional”.

En esta carta se incluyó que lo ahí escrito tendría efecto a partir del 30 de junio de ese mismo año. Días después, el sábado 2 de julio de 1977, se publicó en la Gaceta el decreto ejecutivo en el que se estipula el traspaso de todo el mobiliario y los aparatos construidos o adquiridos por la Escuela

Técnica al Tecnológico, con lo que se oficializa la obtención del edificio por parte del Tecnológico.

El primer director de la Sede San José del Tecnológico (todavía no se llamaba Centro Académico) fue el Ing. Juan Antillón.

El nombre de Centro Académico no apareció hasta el 17 de diciembre de 1982, cuando en el Estatuto Orgánico del Tecnológico en el artículo 65, se le da el nombre de Centro Académico: “Tecnológico de Costa Rica puede realizar sus actividades en otros lugares fuera de su Sede Central. Estas actividades se podrán constituir como estructuras organizativas con carácter de Centro Académico o de Sede Regional, con criterio de desconcentración técnica y administrativa.”

El Estatuto Orgánico es el documento donde se detalla toda la estructura que tendrá el Tecnológico a partir de ese momento. Sin embargo, no fue sino hasta el 24 de enero de 1983 que comenzó a regir, cuando fue publicado en La Gaceta. Es a partir de esta fecha, cuando, formalmente, se crea la estructura de Centro Académico, dándole al edificio que anteriormente se había obtenido, el nombre con el que es conocido actualmente. (Wikipedia, 2015)

El Centro Académico se encuentra ubicado en San José exactamente en Barrio Amón calles 5 y 7, avenida 9.

Sede Santa Clara

Esta sede, está ubicada en Santa Clara de San Carlos, Alajuela en la región tropical húmeda, se encuentra a 105 kilómetros de San José y a 170 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura media anual de 26°C.

El área de construcción es de 28.000 metros cuadrados, incluye un complejo académico-administrativo, aulas, laboratorios, biblioteca, oficinas, residencias estudiantiles, comedor, lavandería, áreas recreativas y deportivas, así como talleres de maquinaria agrícola, riego y drenaje y bodegas para el secado y concentradas de granos.

Al Tecnológico se le presentó una oportunidad que no podía desaprovechar: el Ministro de Educación, Fernando Volio, le solicitó al TEC que asumiera la Escuela Técnica Agrícola de San

Carlos. Así fue como nacieron la Sede Regional de San Carlos en 1975 y la Carrera de Agronomía en 1976. Esta última se habilitó y equipó mediante un financiamiento del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE).

Otro dato importante de la sede regional es el movimiento estudiantil, el cual se representa mediante las Asociaciones Estudiantiles, las cuales son la Asociación de Estudiantes de Agronomía (AEA), la Asociación de Estudiantes de Ingeniería en Computación (ASEICO), la Asociación de Estudiantes de Administración de Empresas (ASOAE), la Asociación de Estudiantes de Ingeniería en Producción Industrial (ASEPI) y la Asociación de Estudiantes Electrónica San Carlos (ADESC).(Wikipedia, 2015)

La Carrera de Administración de Empresas se empezó a impartir en la Sede de San Carlos en febrero de 1995 con ciclos lectivos en modalidad semestral y presencial para el grado académico de Bachillerato.

Sede en Limón

Para el año 2014 se da la apertura del Centro Académico de Limón amparado en el acuerdo en Sesión Ordinaria No. 2825. Se encuentra ubicado en el CENFOCAP en JAPDEVA, muelle alemán.

Tiene como objetivo fortalecer y potenciar las capacidades de los habitantes de la zona atlántica por medio de la educación de calidad (a nivel técnico, de grado y de postgrado), así como el desarrollo de proyectos de investigación y extensión de pertinencia local.

1.1.9 Carreras

Carreras que se imparten en la Sede Central, Cartago:

Administración de Empresas

Administración de Tecnologías de Información

Educación Técnica

Enseñanza de la Matemática asistida por computadora

Gestión en Turismo Sostenible

Ingeniería Agrícola

Ingeniería Agro-negocios

Ingeniería Ambiental

Ingeniería en Biotecnología

Ingeniería en Computación

Ingeniería en Computadores

Ingeniería en Construcción

Ingeniería en Diseño Industrial

Ingeniería en Electrónica

Ingeniería en Mantenimiento Industrial

Ingeniería en Materiales

Ingeniería en Producción Industrial

Ingeniería en Seguridad Laboral e Higiene Ambiental

Ingeniería Forestal

Ingeniería Mecatrónica

Carreras que se imparten en el Centro Académico, San José:

Administración de Empresas

Arquitectura y Urbanismo

Educación Técnica

Carreras que se imparten en la Sede Regional, San Carlos:

Administración de Empresas

Gestión del Turismo Rural Sostenible

Ingeniería en Agronomía

Ingeniería en Computación

Ingeniería en Electrónica

Carreras que se imparten en el Centro Académico de Limón

Administración de Empresas

Ingeniería en Computación

Ingeniería en Producción Industrial.

5.1 ESCUELA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

La Escuela de Administración de Empresas cuenta con más de treinta años de prestigio y tradición, es una opción académica especializada en negocios, proyectando su excelencia a nivel nacional e internacional. En el cumplimiento de sus objetivos, se tornan esenciales tanto las actividades académicas de pregrado y postgrado como el fortalecimiento continuo de la investigación, extensión y asistencia técnica.(Tecnológico de Costa Rica, 2015)

La Escuela de Administración de Empresas nace en 1976, con el fin de resolver una necesidad de incrementar el número de estudiantes en el Tecnológico, pues políticamente se empezaba a discutir el financiamiento de la educación superior y la cantidad de estudiantes matriculados en las ingenierías era poca en comparación al presupuesto asignado por el Gobierno de la República. En este contexto se contrató al profesor Arturo Jofré, quien fungió como director de la Escuela, la cual abrió dos grupos en la Sede Central de Cartago, en ese momento su duración era de tres años

y se alcanzaba el grado de Bachillerato con énfasis en Administración Financiera y Mercadeo. (Tecnológico de Costa Rica, 2015)

En 1979 se realiza una modificación curricular, donde se cambia la duración de la carrera de tres a cuatro años y la Práctica de Especialidad (requisito para la obtención del título) pasa de realizarse de tres meses a un semestre completo.

En 1978 se abre la carrera nocturna en Cartago, con énfasis en Administración Financiera a nivel de bachillerato y con una duración de 5 años. Adicionalmente, en ese mismo año, se abre la carrera de Administración de Empresas con énfasis en Recursos Humanos a nivel de bachillerato en lo que actualmente se conoce como Centro Académico de San José. En 1986 se crea la Licenciatura en Administración de Empresas y se mantienen los énfasis a nivel de bachillerato.

En 1989 se realiza un cambio curricular en el cual el bachillerato toma un enfoque generalista y se abren los énfasis en Licenciatura (Finanzas, Mercadeo, Recursos Humanos y Contaduría Pública). En 1995 se inician los cursos de Administración de Empresas a nivel de Bachillerato en la Sede de San Carlos. (Tecnológico de Costa Rica, 2015)

Para el año actual y gracias a un convenio de articulación, la Escuela logra impartir la carrera de Administración de Empresas a nivel de bachillerato nocturno en el Centro Académico Limón y se espera que en un futuro se oferte el Programa de Técnicos, Bachillerato, Licenciatura y Maestría en Administración de Empresas. (Tecnológico de Costa Rica, 2015)

1.2.1 Misión de la Escuela de Administración de Empresas

“Contribuir al desarrollo integral del país, en el ámbito de la administración de empresas, mediante la docencia, investigación y extensión con excelencia, por medio del talento humano y con una infraestructura y equipamiento adecuado, manteniendo un reconocido liderazgo académico apegado a las normas éticas, humanistas y ambientales”.

1.2.2 Visión de la Escuela de Administración de Empresas

“Ser reconocida como una de las mejores Escuelas de Negocios de América Latina, caracterizada por su liderazgo, excelencia académica y su contribución al desarrollo humano sostenible”.

1.2.3 Objetivos Académicos de la Escuela de Administración de Empresas

La Escuela de Administración de Empresas en su búsqueda por la excelencia y reconocimiento por su calidad tanto nacional como internacionalmente, lucha por la formación de profesionales en el campo de las ciencias de la administración que se desarrollen bajo las siguientes metas:

Una sólida capacitación técnica y humanística que estén en condiciones de administrar unidades productivas o llevar a la práctica ideas de negocios, en forma eficaz y eficiente, coadyuvando así al desarrollo integral del país.

Calificados sobre la base del conocimiento interdisciplinario, en relación con las exigencias de las empresas sean estas de carácter público o privado.

Que aúnen al dominio de su disciplina una clara consciencia del contexto socioeconómico, cultural y ambiental, lo cual les permita participar en forma crítica y creativa en las actividades productivas nacionales.

Capaces de insertarse en un mercado laboral caracterizado por la alta competitividad, con el concurso del idioma inglés.

Es así como velando por el cumplimiento de estos objetivos, junto con los valores de la Escuela de excelencia académica, transparencia, pertinencia, formación humanística, equidad, innovación y creatividad, ética e integridad, que el instituto continua formando a sus estudiantes con capacidades de liderazgo y emprendedurismo que los convierten en profesionales de alto nivel en el mercado laboral.

1.2.4 Estrategia de la Escuela de Administración de Empresas

La diferenciación basada en la excelencia académica (Docencia, Investigación y Extensión), el Emprendedurismo y la Responsabilidad Social y Ambiental.

1.2.5 Plan estratégico 2013-2017 de la Escuela de Administración Empresas



Fuente: Presentación Reunión Profesores. Xiomara Aráneda 2015.

1.2.6 Perfil del profesional

El perfil del profesional atiende aspectos fundamentales, como la relación universidad-sociedad, así como la adquisición de competencias esenciales para el desempeño profesional. Se atiende competencia como las capacidades y disponibilidades personales, tanto en el sentido intelectual, como ético, social y afectivo.

La naturaleza de la competencia se encuentra definida por los siguientes aspectos:

Aprendizajes mayores o comprensivos que resultan de la totalidad de las experiencias educativas formales y no formales.

Capacidades que las personas desarrollan gradual y acumulativamente a lo largo del proceso formativo.

Características que las personas manifiestan en múltiples situaciones y escenarios variados como parte de su comportamiento.

Características que una comunidad estima como cualidades valiosas del ser humano.

Capacidades generales que se desarrollan como parte del proceso de madurez y ante los retos que la vida plantea a las personas.

Capacidades para llevar a cabo diferentes tareas de manera eficiente y apropiada

1.2.7 Campo de trabajo

Como egresado, el egresado podrá trabajar en cualquier área de administración en todo tipo de empresas u organización. Podrá hacerlo en Administración General, Contabilidad, Finanzas, Mercadeo y Recursos Humanos. Además, tiene la posibilidad de formar su propia empresa. (Tecnológico de Costa Rica, 2015)

5.2 CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

1.3.1 Misión de la Carrera de Administración de Empresas

Formar profesionales con alta capacidad competitiva, liderazgo, emprendedores y orientados a resultados con responsabilidad social y con habilidades para la resolución de problemas mediante la investigación. (Ronny Rodríguez, Eileen Barantes, 2012)

1.3.2 Visión de la Carrera de Administración de Empresas

Ser una carrera con prestigio nacional e internacional, caracterizada por su excelencia académica y su liderazgo en investigación y extensión. (Ronny Rodríguez, Eileen Barantes, 2012)

1.3.4 Objetivos de la Carrera de Administración de Empresas

Alcanzar la acreditación ante el SINAES, buscando el mejoramiento continuo en la excelencia y oferta académica.

Incrementar la oferta académica en el número de estudiantes aceptados.

Internacionalizar la carrera, mediante el establecimiento de alianzas estratégicas con universidades de prestigio internacional.

Contribuir con la escuela en el desarrollo y consolidación de un centro de investigaciones especializado, que apoye y promueva el emprendedurismo y la gestión empresarial.

Participar integrados con la escuela, en el fortalecimiento del centro de incubación de empresas y el impulso de un parque tecnológico.

1.3.5 Importancia de la carrera

Costa Rica, para lograr un proceso de crecimiento que le permita superar los problemas propios de una sociedad con deseos de desarrollarse, requiere de la planificación, organización, dirección y control de las actividades. De ahí la importancia de dichos profesionales como impulsores del desarrollo nacional, y como instrumentos para lograr la competitividad de un mundo globalizado. (Tecnológico de Costa Rica, 2015)

1.3.6 Acreditación de la Carrera de Administración de Empresas

La EAE ha optado por la acreditación, debido a que ha descubierto que genera una serie de beneficios para la carrera, la universidad, los estudiantes, la sociedad y los empleadores. Es por esta razón que las diferentes Sedes trabajan para obtener la acreditación. En el 2005 la Sede de Cartago alcanzó la ratificación de su excelencia académica al ser acreditada por el SINAES y desde entonces se mantiene en un enfoque dinámico bajo una estructura organizativa que promueve y mantiene los procesos de mejoramiento. (Tecnológico de Costa Rica, 2015)

Por su parte la carrera de Administración de Empresas impartida en San Carlos inició su proceso de acreditación entregando su Informe de Autoevaluación en abril del 2012. En febrero de 2013 reciben la visita de los pares evaluadores y para octubre 2013 obtuvieron formalmente la acreditación. Para lograr la acreditación se nombran a los integrantes de la Comisión de Acreditación en la Sede de San Carlos. (Tecnológico de Costa Rica, 2015).

La carrera de AE impartida en el Centro Académico de San José inició su proceso de acreditación a través del informe de evaluación, en el primer semestre del 2012. En noviembre 2013 la carrera

recibió la visita de los pares externos y en el 2014 fue acreditada. (Tecnológico de Costa Rica, 2015)

1.3.7 Facilidades y recursos que ofrece la carrera Administración de Empresas.

La carrera cuenta con docentes que tienen el grado de Licenciatura, Maestría y doctorado en Administración de Empresas. Su labor docente se apoya mediante equipo audiovisual, computacional y otras herramientas tecnológicas como el TEC Virtual. La metodología de la carrera incluye la utilización de casos o simulaciones de situaciones que se dan en la empresa con el fin de que el estudiante aplique los conocimientos adquiridos, así como la elaboración de proyectos en las empresas. Antes de finalizar la carrera los estudiantes realizan una práctica o proyecto en una empresa determinada.

Quienes se egresen a nivel de Bachillerato o Licenciatura tienen posibilidades de continuar estudios de postgrado, tanto en universidades nacionales como extranjeras para optar por especializaciones en cualquiera de las áreas de la Administración. (Tecnológico de Costa Rica, 2015)

Entre los grados académicos que ofrece la carrera se encuentran los siguientes:

1.3.8 Bachillerato en Administración de Empresas

El programa de bachillerato se imparte a nivel diurno en la Sede Central (Cartago) y en la Sede Regional de San Carlos. El plan nocturno se imparte en la Sede Central (Cartago) y el Centro Académico de San José. El plan de estudios tiene 8 semestres y un total de 137 créditos. (Tecnológico de Costa Rica, 2015)

La carrera Bachillerato en Administración de Empresas es acreditada por el Sistema Nacional de Acreditación de la Educación Superior (SINAES). Ha sido acreditada con la mayor distinción que otorga este organismo que es por un periodo de seis años (2011-2017). (Tecnológico de Costa Rica, 2015)

Plan de Estudios. Actual de la Carrera de Administración de Empresas, Bachillerato.

En la dirección <http://www.tec.ac.cr/sitios/Docencia/SC/AE/Paginas/bachilleratoaed.aspx> se puede visualizar el plan de estudios vigente. Además en el [Anexo #2](#) se muestran todos los programas de enseñanza por curso del Plan de Estudios Diurno y en el [Anexo # 3](#) puede visualizar el Plan de Estudio Nocturno. El resumen cuantitativo del plan de estudios se presenta a continuación:

Cantidad de materias en el plan de estudios: 47

Cantidad promedio de materias por nivel: 6

Total de créditos del bachillerato: 137

Total de horas práctica: 640

1.3.9 Licenciatura en Administración de Empresas

A nivel de licenciatura como continuación de un nivel de bachillerato, los profesionales en esta área de conocimiento son líderes en asertividades empresariales, gerenciales y en el emprendimiento de empresas. Su formación profesional, aunada a las características personales, le facilita en la constitución y en el desarrollo de actividades empresariales y de liderazgo como gerentes propietarios y no propietarios. (Tecnológico de Costa Rica, 2015)

El programa de licenciatura se imparte en el Centro Académico de San José y la Sede Regional de San Carlos. El programa está orientado en primera instancia a estudiantes egresados del programa de bachillerato, con el fin de que se especialicen en alguna área específica. (Tecnológico de Costa Rica, 2015)

1.3.10 Áreas disciplinarias de la Administración

Administración General.

Contaduría Pública.

Administración Financiera.

Mercadeo.

Recursos Humanos.

CAPÍTULO II: GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 PROBLEMA

¿Se desconoce si las variables (Perfil del estudiante, Ubicación, Infraestructura, Programas, Financiamiento, Calidad) inciden en los estudiantes de primer ingreso para la selección de la Carrera de Administración de Empresas del Tecnológico para el primer semestre del 2015?

2.2 JUSTIFICACIÓN

Actualmente, el entorno económico, político y sociocultural de Costa Rica con el resto de países del mundo se ha incrementado, esto conlleva a que existan numerosas opciones de educación superior para la población costarricense.

El Tecnológico ha logrado proyectarse como una Universidad de calidad y prestigio por eso la demanda a nivel laboral de sus carreras técnicas es de alto nivel; sin embargo, existen otras universidades tanto públicas como privadas que se encuentran muy bien posicionadas en el mercado profesional. Debido a la alta competencia el principal objetivo de este proyecto es determinar las variables que inciden en los estudiantes de primer ingreso para la elección de la Carrera de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica.

Por lo anterior, con la investigación planteada se espera dar un aporte que permita identificar la percepción de los estudiantes, así como las variables más relevantes al seleccionar la Carrera, con la finalidad de generar propuestas de valor agregados a las mismas, todo lo anterior con la meta de lograr impulsar la Carrera de Administración a nivel país en donde el Tecnológico se convierta en una de las primeras opciones de los estudiantes que empiezan sus estudios universitarios o que desean especializarse en esta área. Asimismo, se busca desarrollar una investigación que sirva de guía o referencia para otros estudios.

Finalmente se espera generar un aporte con los resultados obtenidos para realizar mejoras y fortalecer la Escuela de Administración de Empresas.

2.3 OBJETIVO GENERAL

Determinar si las variables Perfil del estudiante, Ubicación, Infraestructura, Plan de Estudios, Financiamiento, Calidad inciden en los estudiantes de primer ingreso para la elección de la Carrera de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica para el primer semestre del 2015.

2.3.1 Objetivos específicos

1. Describir el perfil del estudiante actual de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico.
2. Determinar las principales razones que motivan a los estudiantes para seleccionar la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico.
3. Investigar el grado de satisfacción de los estudiantes de primer ingreso de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico en relación con la infraestructura de la sede donde se encuentra estudiando.
4. Conocer el grado de satisfacción de los estudiantes de primer ingreso de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico a cerca de los servicios de soda y/o alimentación que ofrece la sede donde se encuentra estudiando.
5. Determinar el grado de satisfacción de los estudiantes de primer ingreso de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico en relación con los elementos externos al Tecnológico de la sede donde se encuentra estudiando.
6. Identificar el grado de satisfacción de los estudiantes de primer ingreso de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico en relación con la seguridad en general de los alrededores de la sede donde se encuentra estudiando.
7. Determinar si el servicio de una ruta periférica en horario nocturno hacia la parada de los estudiantes incide para seleccionar la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico.

8. Conocer si el estudiante de primer ingreso ha utilizado el servicio del departamento de Salud y el departamento de Orientación y Psicología que brinda el Tecnológico.
9. Determinar el grado de satisfacción en general de la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico entre los estudiantes encuestados de primer ingreso.
10. Identificar el grado de satisfacción de los estudiantes de primer ingreso en relación con el plan de estudio de la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico.
11. Determinar la forma en que costea los estudios el estudiante de primer ingreso de la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico.
12. Comparar la opinión de los costos de matrícula que tiene el estudiante de primer ingreso de la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico con otras universidades públicas y privadas.
13. Desarrollar una propuesta de mercadeo que permita a la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico fortalecerse ante la competencia considerando las variables más relevantes que inciden en los estudiantes para la elección de la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico.

2.4 ALCANCE

El presente estudio tiene la finalidad de dar a conocer cuáles son las variables que más inciden en los estudiantes de primer ingreso para seleccionar la Carrera de Administración de Empresas del Tecnológico y de esta manera dar un mayor enfoque a estas para aumentar ingresos y atraer nuevos estudiantes. Esto permitirá elaborar un plan de mercadeo que contribuya a la mejora continua de la Escuela de Administración de Empresas y por ende mejorar su competitividad.

2.5 LIMITACIONES

Para efectos de este trabajo de investigación una limitación muy importante es la dificultad al obtener la información necesaria de los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de

Administración de Empresas del Tecnológico, generando un lapso de tiempo muy corto para aplicar todos los cuestionarios.

No existe un trabajo similar o material de referencia, ya que esta investigación se va a realizar por primera vez, enfocada en mejorar la percepción y la cantidad de personas que matriculan la carrera de manera tan detallada, lo cual representa un gran reto.

CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO

El marco teórico es un apartado que contiene los conceptos bajo los cuales se fundamenta el presente estudio para la Carrera de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica. La información fue extraída de textos especializados en el tema con el fin de brindar un soporte y un conocimiento profundo a los lectores.

Como primer paso se hará referencia al concepto de administración y sus funciones administrativas, luego se introducirán los conceptos de marketing, mezcla de mercadotecnia, investigación de mercados y otros.

3.1 ADMINISTRACIÓN GENERAL

En este primer punto se considera el concepto de administración como ciencia social aplicada al tipo de negocio y operación que desempeña el Tecnológico. Lo anterior conlleva a detallar las funciones básicas que comprende el proceso administrativo en una institución, mismas que son concordantes a la estructura organizacional que presenta.

3.1.1 Definición de administración:

La Administración es el proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos que trabajan en grupos cumplen metas específicas de manera eficaz. (Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. , 2012, pág. 4)

“La administración es la ciencia social y técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos”.(Chiavenato, 2006, pág. 10)

“Proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos”. (Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. , 2012, pág. 6)

3.1.2 Funciones de la administración:

Al estudiar administración, es necesario desglosar en cinco funciones gerenciales (planear, organizar, integración de personal, dirigir y controlar) alrededor de las cuales el conocimiento que

subyace esas funciones puede organizarse. (Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. , 2012, pág. 5)

Planear

La función de planeación incluye seleccionar proyectos y objetivos, y decidir sobre las acciones necesarias para lograrlos; requiere toma de decisiones, es decir, elegir una acción de entre varias alternativas. Así, los planes proporcionan un enfoque racional para alcanzar objetivos preseleccionados. La planeación implica con fuerza la innovación. Así mismo, es importante señalar que la planeación y el control son inseparables, cualquier intento por controlar sin una buena planeación no tiene sentido, pues no hay forma de que las personas sepan si van en la dirección que quieren a menos de que primero estén seguros de adonde quieren ir, de esta manera, los planes aportan los estándares de control. (Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. , 2012, pág. 108)

Organizar

Organizar incluye determinar que tareas se llevarán a cabo, como serán realizadas, quienes las ejecutarán, como estarán agrupadas, quien depende de quién, y donde serán tomadas las decisiones. (Robbins, 2009, pág. 7)

Además, (Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. , 2012, pág. 20) definen organizar como:

Identificar y clasificar las actividades necesarias.

Agrupar las actividades necesarias para alcanzar objetivos.

Asignar cada grupo a un gerente con la autoridad (delegación) necesaria para supervisarlos.

Proveer de la coordinación horizontal (al mismo nivel organizacional, o uno similar) y vertical (entre las oficinas corporativas, las divisiones y los departamentos) en la estructura organizacional.

Integración de personal

Se define como cubrir y mantener cubiertos los cargos en la estructura de la organización. Esto se hace al identificar las necesidades de la fuerza de trabajo, ubicar los talentos disponibles y reclutar, seleccionar, colocar, promover, evaluar, planear las carreras profesionales, compensar y capacitar, o desarrollar de otra forma a los candidatos y ocupantes actuales de los puestos para que cumplan sus tareas con efectividad, eficiencia y por lo tanto, eficacia. Está claro que la integración de personal debe estar ligada a organizar, es decir, al establecimiento de estructuras intencionales de funciones y cargos. (Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. , 2012, pág. 284)

Dirigir

La dirección, es la influencia o capacidad de persuasión ejercida, por medio del liderazgo, sobre los individuos para la consecución de metas y objetivos, basada en la toma de decisiones, usando modelos lógicos y también intuitivos de dirección. Esta función es de las más importantes dentro de la empresa, ya que sin ella no se podría llevar un buen rumbo. Liderazgo es un concepto imprescindible para que la compañía logre mantenerse en marcha. (Chiavenato, 2006)

La función gerencial de dirigir es el proceso de influir en las personas para que contribuyan a las metas organizacionales y de grupo. (Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. , 2012, pág. 386)

Control

El control es la medición y corrección del desempeño para garantizar que los objetivos de la empresa y los planes diseñados para alcanzarlos se logren y se relacionen estrechamente con la función de planear. De hecho, algunos autores sobre administración consideran que estas funciones no pueden separarse, aunque es sensato distinguir las conceptualmente y por ello se analizan de manera independiente, planear y controlar pueden considerarse como unas tijeras que no funcionan a menos que cuenten con sus dos hojas. Sin objetivos y planes, el control no es posible porque el desempeño debe medirse frente a los criterios establecidos. (Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. , 2012, pág. 496)

3.2 DEFINICIÓN DE MARKETING

Mucha gente cree que el marketing sólo consiste en vender y hacer publicidad, lo cual es evidente ya que cotidianamente se está bombardeado de comerciales televisivos, ofertas por correo directo, llamadas de ventas y avisos por Internet. No obstante, las ventas y la publicidad tan sólo son la punta del iceberg del marketing. En la actualidad, el marketing debe entenderse, no en el sentido arcaico de realizar una venta (Hablar y vender), sino en el sentido moderno de satisfacer las necesidades del cliente. (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 4)

Según (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 4)“el marketing es un proceso mediante el cual las compañías crean valor para los clientes y establecen relaciones estrechas con ellos para recibir a cambio valor de los clientes”.

3.2.1 Importancia del marketing

El marketing, más que cualquier otra función de negocios, se refiere a los clientes. La meta doble del marketing consiste, por un lado, en atraer a nuevos clientes prometiéndoles un valor superior y, por otro, mantener y hacer crecer a los clientes actuales al entregarles satisfacción. (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 4)

Un marketing acertado resulta fundamental para el éxito de cualquier organización. Grandes empresas con fines de lucro, como Procter & Gamble, IBM usan marketing, pero también lo hacen organizaciones no lucrativas como universidades, hospitales, museos, orquestas sinfónicas e incluso Iglesias. (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 4)

3.2.2 El proceso de marketing

El proceso consiste en un modelo sencillo de cinco pasos, en los primeros cuatro pasos, las compañías trabajan para entender a los consumidores, crear valor para el cliente y establecer relaciones firmes con éste. En el último paso, las compañías obtienen las recompensas de crear un valor superior en el cliente. Al crear valor para los consumidores, ellas, a la vez, captan el valor de los consumidores en forma de ventas, ingresos y utilidades a largo plazo del cliente. (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 4)

3.2.3 Necesidades, deseos y demandas del consumidor

El concepto fundamental que subyace en el marketing son las necesidades humanas. Las necesidades humanas son estados de carencia percibida e incluyen las necesidades físicas básicas de alimento, ropa, calor y seguridad; las necesidades sociales de pertenencia y afecto; y las necesidades individuales de conocimientos y expresión personal. Contrario a lo que muchos piensan, dichas necesidades no fueron creadas por los responsables del marketing, sino que forman una parte básica de la vida de los seres humanos. (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 5)

3.2.4 Valor y satisfacción del cliente

Los clientes se forman expectativas acerca del valor y la satisfacción que diversas ofertas de marketing les brindarán, y compran de acuerdo con ellas. Los clientes satisfechos compran nuevamente y cuentan a otros individuos sobre sus buenas experiencias. Los clientes insatisfechos con frecuencia se van con los competidores y desacreditan el producto ante los demás. (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 6)

Con base en lo anterior, los gerentes de marketing deben ser cuidadosos al establecer el nivel de expectativas correcto. Si establecen expectativas demasiado bajas, quizás satisfagan a quienes compran, pero no lograrán atraer a suficientes compradores. Si elevan demasiado las expectativas, tal vez los compradores se desilusionarán. El valor y la satisfacción del cliente son fundamentales para establecer y administrar las relaciones con el consumidor. (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 6)

3.2.5 Intercambios y relaciones

El marketing ocurre cuando las personas deciden satisfacer necesidades y deseos mediante relaciones de intercambio. Un intercambio es el acto por el cual se obtiene de alguien un objeto deseado, ofreciéndole algo a cambio. En el sentido más amplio, el gerente de marketing intenta provocar una respuesta ante una oferta de marketing. La respuesta podría ser algo más que el simple hecho de comprar o vender productos y servicios. (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 7)

3.2.6 Mercado

Los conceptos de intercambio y relaciones llevan al concepto de mercado. Un mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Tales compradores comparten una necesidad o un deseo en particular, el cual puede satisfacerse mediante relaciones de intercambio. (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 7)

El marketing implica administrar mercados para establecer relaciones redituables con el cliente. Sin embargo, para crear esas relaciones hace falta trabajo. Los vendedores deben buscar compradores, identificar sus necesidades, diseñar buenas ofertas de marketing, fijar sus precios, promoverlas, almacenarlas y entregarlas. Actividades como el desarrollo de productos, la investigación, la comunicación, la distribución y la fijación de precios y el servicio resultan fundamentales para el marketing. (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 7)

3.2.7 Segmentación de mercado, marketing meta y posicionamiento en el mercado

Los mercados se forman con compradores, los cuales difieren de una o más formas: en sus deseos, recursos, localización, actitudes de compra y prácticas de compra. A través de la segmentación del mercado, las empresas dividen mercados grandes y heterogéneos en segmentos más pequeños, para intentar llegar a ellos de manera más eficiente y efectiva con bienes y servicios que se ajusten mejor a sus necesidades únicas. (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 199)

Es importante conocer el marketing meta ya que se refiere al proceso de evaluar el atractivo de cada segmento del mercado y elegir uno o más elementos para intentar entrar. (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 199)

3.3 MEZCLA DE MARKETING

Según (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 53) la mezcla de marketing es “un conjunto de herramientas tácticas de marketing que son controlables (producto, precio, plaza, promoción) que la empresa combina para obtener la respuesta deseada en el mercado meta”.

En otras palabras, la mezcla de marketing consiste en todo lo que la empresa es capaz de hacer para influir en la demanda de su producto. Las múltiples posibilidades se clasifican en cuatro

grupos de variables conocidas como las “cuatro P”, estas son (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 53)

3.3.1 Producto o Servicio:

Es la combinación de bienes y servicios que la compañía ofrece al mercado meta.

Algunos conceptos relacionados con el producto o servicio que brindan las empresas u organizaciones son:

Servicio al cliente: es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa u organización con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Servicio post *venta*: consiste en todos aquellos esfuerzos que se realizan después de realizar la venta para satisfacer al cliente, y si es posible, asegurar una compra regular o repetida.

3.3.2 Precio

Es la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para obtener el producto.

También existen otras definiciones importantes en relación con el precio de un producto o servicio, una de ellas y según (Sapag, N y Sapag, R. , 2008, pág. 75) es que “*el precio es el elemento más importante de la estrategia comercial en la determinación de la rentabilidad del proyecto, ya que éste será, en último término, el que defina el nivel de ingresos*”.

Dentro de los factores internos que determinan los precios, según (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 311), son los objetivos de marketing, estrategia de mezcla de mercadotecnia, costos y aspectos de la organización.

Asimismo, existen variables del entorno externo que influyen en la fijación del precio de un producto o servicio, tales como “*naturaleza del mercado y de la demanda, competencia y otros factores del entorno (economía, distribuidores, gobierno)*” (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 311)

Estrategia de fijación de precios

Según plantean (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007) en su obra, la estrategia de fijación de precios que una empresa debe ir encaminada a que el precio que se cobra debe estar entre uno que sea demasiado bajo para generar utilidades y otro demasiado alto para generar demanda.

Estrategia basada en el costo: Suma de un sobreprecio estándar al costo del producto.

Estrategia basada en el valor: Fijar precios con base en el valor percibido por los clientes, no en el costo para quien vende.

Estrategia basada en la competencia: Fijar precios con base en lo que competidores cobran por productos similares.

3.3.3 Plaza

También conocida como la distribución, incluye los canales, cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte y logística que las empresas utilizan para que el producto esté a la disposición de los consumidores meta.

Algunos conceptos muy relacionados con la plaza o la distribución, se definen a continuación según (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007)

Canal de marketing o canal de distribución: conjunto de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor o usuario de negocio.

Nivel de canal de marketing: capa de intermediarios que realizan alguna función para acercar el producto y su posesión al comprador final.

Canal de marketing directo: canal de marketing que carece de niveles intermedios.

Canal de marketing indirecto: canales que contienen uno o más niveles de intermediarios.

3.3.4 Promoción

Implica las actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes meta de que lo compren.

De esta manera y según la definición de promoción expuesta por (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007), se derivan otros conceptos importantes como son:

Publicidad: cualquier forma pagada de representación y promoción no personales de ideas, bienes o servicios, por un patrocinador identificado.

Administración de la fuerza de ventas: análisis, planeación, ejecución y control de las actividades de la fuerza de ventas. Incluye establecer y diseñar una estrategia para la fuerza de ventas, y reclutar, seleccionar, capacitar, supervisar, remunerar y evaluar a los vendedores de la compañía.

Promoción de ventas: son incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio.

Relaciones públicas: esta herramienta de la promoción pretende fomentar buenas relaciones con los diversos públicos de una empresa mediante la obtención de publicidad favorable, establecimiento de una buena imagen corporativa y el manejo o bloqueo oportuno de los rumores, relatos o sucesos desfavorables.

Marketing Directo: comunicación directa con consumidores individuales, seleccionados cuidadosamente; el uso del teléfono, correo, fax, correo electrónico, Internet y otras herramientas para comunicarse directamente con clientes específicos.

Una mezcla de marketing que combina estas cuatro variables de manera coordinada, de manera tal que se logren los objetivos comerciales planteados por la empresa, es una mezcla eficiente.

3.4 DEFINICIÓN DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

“La investigación de mercados es la aplicación del método científico en la búsqueda de la verdad acerca de los fenómenos de marketing. Estas actividades incluyen las definiciones de oportunidades y problemas de marketing. La generación y evaluación de ideas, el monitoreo del

desempeño y la comprensión del proceso de marketing. Dicha investigación es más que la mera aplicación de encuestas. Este proceso incluye el desarrollo de ideas y teorías, la definición del problema, la búsqueda y acopio de información, el análisis de datos, y la comunicación de las conclusiones y sus consecuencias” (Zikmund, W Y Babin, B, 2008, pág. 5)

Según (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 199) la investigación de mercados es el diseño, la recopilación, el análisis y el informe sistemático de datos pertinentes a una situación de marketing específica que enfrenta una organización. Las compañías utilizan la investigación de mercados en una gran variedad de situaciones.

3.4.1 Importancia de la Investigación de Mercados

De acuerdo con (Zikmund, W Y Babin, B, 2008) una investigación o estudio de marketing se realiza para atender o buscar solución a una decisión o necesidad de marketing de una empresa u organización determinada, mediante el “diseño, recopilación, análisis y síntesis sistemáticos de datos pertinentes a una situación de marketing específica que enfrenta una organización”.

3.4.2 Tipos de Investigación

La investigación **exploratoria** se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. El objetivo de la investigación exploratoria es recabar información preliminar que ayudará a definir el problema y sugerir hipótesis. (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 51)

La investigación **descriptiva** como se deduce de su nombre, es describir las características de personas, objetos, grupos, organizaciones o entornos, es decir tratar de “pintar un cuadro” de una situación. Es frecuente que los gerentes de marketing necesiten determinar quién compra un producto, indagar el tamaño del mercado, identificar las acciones de sus competidores, etc. La investigación descriptiva se enfoca en la preguntas *qué, quién, cuándo, dónde y cómo*. (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 51)

La investigación **concluyente** misma que tiene por objetivo probar hipótesis específicas y examinar relaciones particulares. Es por lo general más formal y estructurada, se basa en muestras representativas grandes y los datos obtenidos se someten a un análisis cuantitativo. Los hallazgos

se consideran de naturaleza concluyente y se utilizan para tomar decisiones administrativas. (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 51)

3.4.3 Proceso de investigación de mercados

Como se definió anteriormente, la investigación de mercados, es un proceso sistemático que se desarrolla con el fin de obtener un resultado o conclusión sobre algún fenómeno de marketing que desea estudiarse o conocerse. Por tanto, al presentar un orden secuencial, está compuesta por varios pasos, que se definen a continuación:

3.4.5 Objetivos de la investigación y definición del problema

Según (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 110)“el planteamiento del problema y de los objetivos de investigación guía todo el proceso de investigación. El gerente y el investigador deberían redactar claramente el planteamiento para asegurarse de que estén de acuerdo respecto del propósito y los resultados esperados del estudio”

3.4.6 Diseño de la investigación y fuentes de datos

Para cubrir las necesidades de información de la empresa u organización, el plan de investigación requiere de fuentes de información tanto primarias como de datos secundarios.

Las fuentes primarias se refieren a la información recabada para el propósito específico en cuestión. Las fuentes primarias o bien los datos primarios van a ser aquellos que son recogidos por la misma institución o persona que los va a utilizar para su análisis estadístico. (Gómez, 2010)

De igual manera, los datos secundarios datan de información que ya existen en algún otro lugar porque se recopiló para alguna otra finalidad. Las fuentes secundarias o bien los datos secundarios son recogidos por alguien y luego son tomados por otra persona o institución para hacer un determinado análisis. (Gómez, 2010)

3.4.7 Instrumentos de recolección de datos

Para la obtención de datos por fuentes primarias existen varios métodos o herramientas que se pueden utilizar para tal cometido; es por ello que el método de observación, la encuesta, los

sistemas de datos de fuente única, los *focusgroup* entre otros, son los que comúnmente utilizan los investigadores de mercado.

La **observación** se refiere a la obtención de información observando a personas, acciones, situaciones específicas, grupos, organizaciones etc. (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007)

La **investigación por encuesta**, según (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 114)“recopila datos primarios a través de preguntas acerca de los conocimientos, las actitudes, las preferencias y los comportamientos de compra de las personas”.

Los **sistemas de datos de fuente única**, según Kotler& Armstrong son sistemas de monitoreo electrónico que vinculan la exposición de los consumidores a la promoción y la publicidad por medio de la televisión, con lo que compran en las tiendas. Para ellos utilizan medidores de televisión así como lectores de cajas registradoras en los establecimientos. (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007)

Por último, se plantea la opción de **grupos de enfoque o *focusgroup*** como un método de entrevista personal que consiste en invitar de 6 a 10 personas para reunirse durante algunas horas con un entrevistador capacitado para hablar acerca de un producto, un servicio o una organización.

3.4.8 Recopilación de los datos

Esta fase de la investigación de mercados se lleva a cabo mediante el trabajo de campo pertinente, de acuerdo con el instrumento de recolección de información que se escoja.

Existen distintos métodos de recolección de datos, la buena selección del método de recolección define no solo el éxito en la investigación, sino también aspectos importantes como los costos, el tiempo, y el tipo de información que se requiere. Estos métodos son: entrevista personal, entrevista telefónica, entrevista por correo, observación y el cuestionario, éste último es el instrumento más utilizado para realizar investigaciones. (Zikmund, W Y Babin, B, 2008, pág. 67)

A continuación se presentan todos los aspectos relacionados al cuestionario y que deben ser considerados para su elaboración.

Cuestionarios

Esta es una herramienta que permite la recopilación de datos a través de preguntas, la función del cuestionario es medición. (Zikmund, W Y Babin, B, 2008, pág. 357)

Un cuestionario es relevante según el grado hasta el cual toda la información recabada plantea una pregunta de investigación que ayudará a quien toma las decisiones a abordar el problema de marketing actual. (Zikmund, W Y Babin, B, 2008, pág. 357)

Diseño del cuestionario

Con la formulación del problema y de los objetivos del proyecto se genera una serie de inquietudes, las cuales deben de ser traducidas en el lenguaje de los entrevistados. (Zikmund, W Y Babin, B, 2008, pág. 357)

Cuando se diseña el cuestionario hay que tener en consideración los siguientes factores (Zikmund, W Y Babin, B, 2008, pág. 357)

Revisar las consideraciones preliminares.

Decidir sobre el contenido de las preguntas.

Decidir sobre el formato de respuestas.

Decidir sobre la redacción de las preguntas.

Decidir sobre la secuencia de las preguntas.

Decidir sobre las características físicas.

Llevar a cabo una propuesta y revisión.

Tipos de preguntas

Hay muchas maneras de redactar las preguntas y se han elaborado diversos formatos de preguntas estándar en los estudios de investigación previos. (Zikmund, W Y Babin, B, 2008, pág. 358)

Preguntas de respuesta abierta

Estas preguntas, plantean algún problema o tema al que los sujetos deben responder con sus propias palabras. (Zikmund, W Y Babin, B, 2008, pág. 358)

Preguntas de alternativa fija

También se pueden llamar preguntas cerradas, estas proporcionan a los participantes respuestas específicas de alternativa limitada y les piden que elijan la que más se acerque a sus puntos de vista. Las preguntas de alternativa fija, tienen cuatro tipos, estas son (Zikmund, W Y Babin, B, 2008, pág. 361)

Pregunta dicotomía simple: requiere que el participante elija una de dos alternativas. La respuesta puede ser un simple “sí” o “no”.

Preguntas elección determinante: requiere que el encuestado elija una y sólo una respuesta de varias alternativas posibles.

Pregunta de determinación de la frecuencia: es de elección determinante y solicita una respuesta acerca de la frecuencia general de la ocurrencia.

Pregunta de check-list: permite que el participante proporcione respuestas múltiples a una sola pregunta. Éste indica la experiencia pasada, la preferencia y otras cosas por el estilo simplemente marcando los renglones. En muchos casos las elecciones son adjetivos que describen un objeto particular.

3.4.9 Procesamiento de los datos

Según lo plantea (Gómez, 2010), una vez finalizado el trabajo de campo donde se recopiló la información por medio de las entrevistas, dicha información debe ser procesada para convertirla finalmente en cifras numéricas que puedan ser sometidas al análisis estadístico.

3.4.10 Análisis de los datos

“El análisis de datos es la aplicación del razonamiento para entender los datos recabados. En su forma más sencilla, el análisis es la búsqueda de patrones consistentes y la síntesis de los detalles

importantes revelados por la investigación. La técnica apropiada para el análisis de datos será determinada por los requerimientos de información de la administración, las características del diseño de la investigación y la naturaleza de los datos recabados” (Zikmund, W Y Babin, B, 2008, pág. 68).

3.4.11 Presentación de los resultados

Una de las tareas más importantes que un investigador realiza es comunicar los resultados de la investigación. Es la etapa final del proyecto; la fase de conclusiones y preparación del informe consiste en interpretar los resultados, describir las consecuencias y plantear las conclusiones para la toma de decisiones inteligente de la administración. Estas conclusiones deben cumplir los entregables prometidos en la propuesta de investigación. Además, es importante que el investigador considere las diversas habilidades de la gente para entender los resultados que se entregará. El informe no debe redactarse de la misma forma si lo leerán doctorados universitarios que un grupo de gerentes de línea. (Zikmund, W Y Babin, B, 2008, pág. 68)

3.5 CONCEPTOS ESTADÍSTICOS

A continuación, se presentan diversos conceptos estadísticos, que se aplican en el proceso de elaboración de la investigación de mercados, por lo que es de suma importancia conocer su definición.

3.5.1 Estadística

La estadística es la “ciencia que recoge, organiza, presenta, analiza e interpreta datos con el fin de propiciar la toma de decisiones más eficaz”. (Lind, D; Marchal, W y Wathen S., 2008, pág. 4)

3.5.2 Estadística descriptiva y estadística inferencial

“La estadística descriptiva permite recoger y resumir un conjunto de datos de tal manera que las características y relaciones de ese conjunto sean fácilmente comprensibles. En estas aplicaciones, el interés se limita exclusivamente al conjunto de datos que se analizan y la preocupación básica es lograr una descripción o caracterización apropiada de ese conjunto” (Gómez, 2010, pág. 18)

3.5.3 Unidades de estudio

Es un conjunto de elementos que pueden ser personas, animales, empresas, organizaciones, objetos, etc. Con el estudio se pretende conocer las características del conjunto y generalizar a todos los resultados o conclusiones que se obtengan.(Gómez, 2010, pág. 18)

3.5.4 Población:

Un concepto simple es el total o agregado de las unidades de estudio

3.5.5 Censo

El censo es una de las operaciones estadísticas que no trabaja sobre una muestra estadística, sino sobre la población total; mientras que el período de realización depende de los objetivos para los que se necesiten los datos. (Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica INEC, 2010)

CAPÍTULO IV: MARCO METODOLÓGICO

Este capítulo presenta los elementos metodológicos para la elaboración del proyecto. El marco metodológico tiene la finalidad de detallar todo el proceso que se realizó para alcanzar los objetivos deseados.

La metodología depende de los fundamentos que los investigadores establecieron ya que es la herramienta para analizar el contexto estudiado. En este se contempla el tipo de investigación y herramientas que se utilizaron, entre otros aspectos.

4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para efectos de este estudio se utilizó el tipo de investigación exploratoria y descriptiva, ya que el estudio así lo requiere en este trabajo.

Según (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 51)“la investigación exploratoria se realiza cuando el objetivo es examinar un tema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. El objetivo de la investigación exploratoria es recabar información preliminar que ayudó a definir el problema.” A través de este tipo de investigación se logró obtener información sobre las diferentes opiniones de los estudiantes de primer ingreso de la Carrera de Administración del Tecnológico, para posteriormente realizar una investigación descriptiva.

De acuerdo con (Kotler, P. y Armstrong, G., 2007, pág. 51)“la investigación descriptiva es describir la características de personas, objetos, grupos, organizaciones o entornos, es decir tratar de “pintar un cuadro” de una situación.” Por lo que podemos decir que el estudio descriptivo tiene como objetivo describir las variables, así como conocer la percepción y el nivel de satisfacción de los estudiantes de primer ingreso, de relación con la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico, y de este modo lograr establecer un perfil más completo del segmento de mercado y poder diseñar una propuesta o plan de mercadeo.

4.2 FUENTES DE INFORMACIÓN

Para cubrir las necesidades de información de la investigación requiere de fuentes de información tanto primarias como de datos secundarios.

A continuación se presentan las diferentes fuentes de información que se utilizaron para el desarrollo del proyecto.

4.2.1 Fuentes primarias

Según (Gómez, 2010)“las fuentes primarias se refieren a la información recabada para un propósito específico en cuestión. Las fuentes primarias o bien los datos primarios van a ser aquellos que son recogidos por la misma institución o persona que los va a utilizar para su análisis estadístico.”

Para el desarrollo del proyecto, la información fue recolectada a través de diferentes métodos, entre los cuales se puede mencionar.

Registros de los estudiantes:

Se cuenta un una lista que posee registrado los datos generales de los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Administración de Empresas del Tecnológico, este documento fue facilitado por el departamento de Registro del Tecnológico pero una fuente primaria para el desarrollo del proyecto.

Internas:

Registro con información correspondiente a la creación del Tecnológico, Sedes y la Carrera de Administración de Empresas.

4.2.2 Fuentes secundarias

Según (Gómez, 2010)“los datos secundarios datan de información que ya existe en algún otro lugar porque se recopiló para alguna otra finalidad. Las fuentes secundarias o bien los datos secundarios son recogidos por alguien y luego son tomados por otra persona o institución para hacer un determinado análisis.”

Externas:

Información de libros de texto de Administración y Mercadeo.

Proyectos de graduación realizados por estudiantes del Tecnológico de Costa Rica, referentes a investigación de mercados.

Información de páginas de Internet relacionados con el tema de investigación.

Consulta a expertos como profesores en el área de mercadeo.

4.3 POBLACIÓN DE ESTUDIO Y SUJETO DE INFORMACIÓN

4.3.1 Población de Estudio.

Según(Gómez, 2010, pág. 18) “una población de estudio es el total o agregado de las unidades de estudio”.

Para este proyecto de investigación, la población se definió como: los 303 estudiantes de primer ingreso en la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico en las sedes de Cartago, Centro Académico, Limón y San Carlos, al primer semestre del año 2015.

Se realizó un censo por lo que no existe una muestra, se encuesta a toda la población. Se realiza de manera estratificada para una mayor comprensión. A continuación se detalla la cantidad de estudiantes por sede:

Sede Cartago con un total de 170 estudiantes.

Centro Académico con un total de 70 estudiantes.

Sede San Carlos con un total de 36 estudiantes.

Sede Limón con un total de 27 estudiantes.

4.3.2 Sujeto de Información

De acuerdo con (Gómez, 2010, pág. 18)”los sujetos de información es cada sujetos de la población a estudiar”

Por lo que se puede decir que el sujeto de investigación para el desarrollo de este estudio es cada estudiante de primer ingreso en la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas de las Sedes Cartago, Centro Académico, Limón y San Carlos al primer semestre del año 2015”.

4.4 MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Según (Zikmund, W Y Babin, B, 2008, pág. 67)“existen distintos métodos de recolección de datos, la buena selección del método de recolección define no solo el éxito en la investigación, sino también aspectos importantes como los costos, el tiempo, y el tipo de información que se requiere.”

Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizaron diferentes métodos de recolección de datos, a continuación se detallan los siguientes:

4.4.1 Método Entrevista personal

Se utilizó para la recolección de la información el método entrevista personal, este es de tipo no estructurado, en donde se realizó una entrevista personal a la coordinadora de la Carrera de Administración de Empresas de Bachillerato, para obtener información relacionada con las variables más importantes para la carrera.

4.4.2 Método de Entrevista telefónica

Se utilizó para la recolección de la información el método entrevista telefónica, esta es de tipo estructurada, en donde se utilizó como guía un cuestionario, este se aplicó a los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Administración de Empresas del Tecnológico, para obtener la opinión de los estudiantes en relación a los objetivos del trabajo.

4.5 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La selección de instrumentos de recolección de datos implica determinar por cuáles medios o procedimientos el investigador obtendrá la información necesaria para alcanzar los objetivos de la investigación.” (Hurtado, 2000:164).

Para el desarrollo del este proyecto se determinó que el mejor instrumento de recolección de datos es el cuestionario, a continuación de detalla:

4.5.1 Cuestionario

Según (Zikmund, W Y Babin, B, 2008, pág. 357) el cuestionario “es una herramienta que permite la recopilación de datos a través de preguntas, la función del cuestionario es la medición.”

También dice que “un cuestionario es relevante según el grado hasta el cual toda la información recabada plantea una pregunta de investigación que ayudará a quien toma las decisiones a abordar el problema actual.”(Zikmund, W Y Babin, B, 2008, pág. 357)

Para el avance del proyecto se desarrolló un cuestionario; este fue el principal instrumento para la recolección de información, ya que a través de él se pudo obtener la mayor cantidad de información sobre la percepción, preferencias y el nivel de satisfacción de los estudiantes de primer ingreso de la Carrera de Administración de Empresas del Tecnológico, este se aplicó por medio de entrevista telefónica.

4.5.2 Diseño del Cuestionario

Para un diseño apropiado del cuestionario es fundamental cumplir con varios aspectos, de acuerdo con (Zikmund, W Y Babin, B, 2008, pág. 357) se debe de tomar en cuenta los siguientes puntos: “Revisar las consideraciones preliminares, decidir sobre el contenido de las preguntas, el formato de respuestas, la redacción de las preguntas, secuencia de las preguntas, características físicas, llevar a cabo una propuesta y revisión.

Para la investigación se realizó un cuestionario de tipo estructurado, por lo que se sigue un orden lógico en las preguntas, lo que ayuda que el entrevistado percibe claramente cuáles son los fines que persigue el investigador.

El cuestionario está compuesto por 28 preguntas cerradas, estas proporcionan a los participantes respuestas específicas de alternativa limitada y les piden que elijan la que más se acerque a sus puntos de vista. Puede observar el cuestionario en el Anexo 1.

4.6 RECOLECCIÓN DE DATOS

Esta fase de la investigación de mercados se lleva a cabo mediante el trabajo de campo pertinente, de acuerdo con el instrumento de recolección de información que se escoja.

Según (Zikmund, W Y Babin, B, 2008, pág. 67) existen distintos métodos de recolección de datos, pero el más usado es el cuestionario, ya que es el instrumento más utilizado para realizar investigaciones.

Para el desarrollo de este trabajo se tomó como base la información generada por los registros del Tecnológico, este consiste en una lista de todos los estudiantes de primer ingreso 2015 a la Carrera de Administración de Empresas. En base a esta lista se realizó un cuestionario el cual fue aplicado por medio de entrevista vía telefónica. Se efectuó un censo en donde se usó la totalidad de la población de los cuales solo 103 de estos respondieron las entrevistas.

4.7 ANÁLISIS DE LOS DATOS

Luego de emplear las técnicas de la investigación se procedió a procesar, ordenar y analizar toda la información recolectada. Se utilizaron herramientas en Microsoft Excel y Microsoft Word para facilitar el desarrollo del trabajo, para posteriormente elaborar la Propuesta de Mercadeo.

CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE RESULTADOS

Este capítulo tiene como objetivo realizar un análisis de los resultados de las preguntas planteadas en el cuestionario. Para dicho procedimiento se detalla las respuestas de cada una de las preguntas del cuestionario para alcanzar los objetivos deseados en el proyecto.

Para el desarrollo del proyecto se realizó un censo, aplicando un cuestionario al total de la población estudiantil de primer ingreso a la Carrera de Administración de Empresas del Tecnológico para un total de 303 estudiantes, de los cuales únicamente 103 de estos contestaron el cuestionario.

También es importante mencionar que los cuestionarios se aplicaron de manera estratificada, esto para hacer una comparación de las sedes. Se realizó un gráfico y análisis por sede, excepto la de Limón en donde únicamente dos estudiantes contestaron el cuestionario, cantidad poco representativa, por lo que se realizó únicamente un pequeño análisis.

Se presenta la estratificación realizada:

Sede Cartago con un total de 170 estudiantes, de los cuales únicamente contestaron el cuestionario 64 estudiantes.

Centro Académico San José con un total de 70 estudiantes de los cuales únicamente contestaron el cuestionario 16 estudiantes.

Sede San Carlos con un total de 36 estudiantes, de los cuales únicamente contestaron el cuestionario 21 estudiantes.

Sede Limón con un total de 27 estudiantes, de los cuales únicamente contestaron el cuestionario 2 estudiantes.

A continuación se detalla el análisis de resultados:

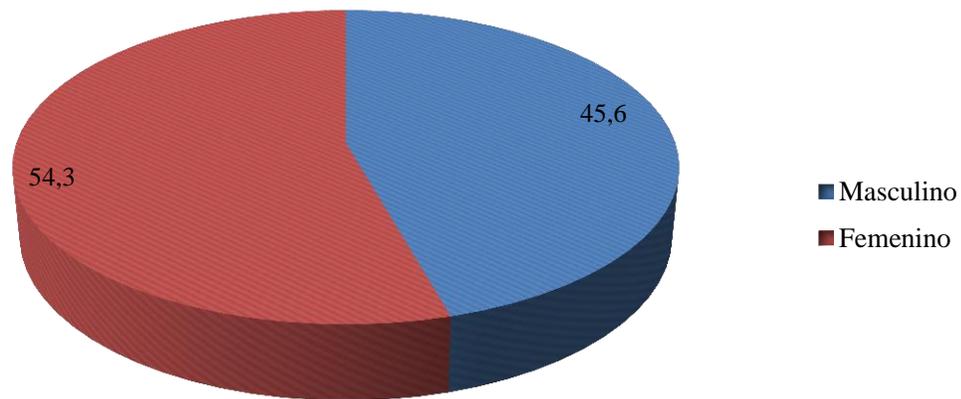
5.1 GÉNERO DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO MATRICULADOS EN LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO.

Análisis del género de los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas para el Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón. También se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes, de manera muy general.

5.1.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

Del total de los estudiantes encuestados el 54,3 % son mujeres y el 45,6% son hombres. Los datos se muestran en el siguiente gráfico:

**GRÁFICO 5.1.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GÉNERO DE LOS
ENCUESTADOS DEL TECNOLÓGICO
MAYO 2015**

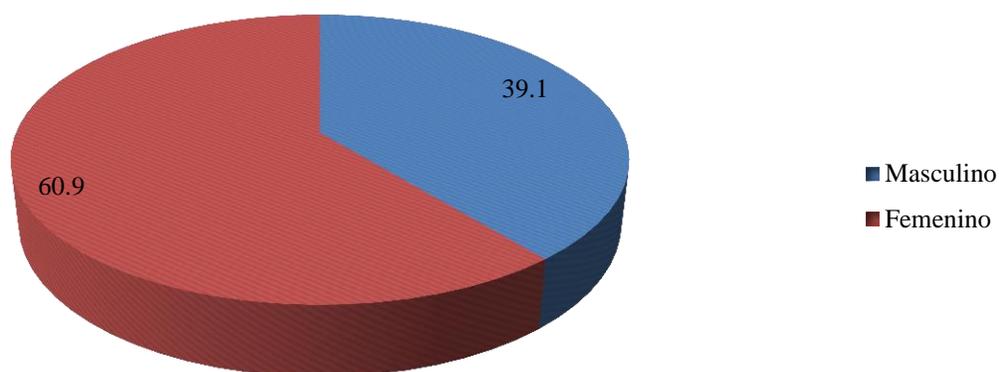


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.1.1

5.1.2 SEDE CARTAGO:

De los estudiantes encuestados el 60.9% son mujeres y el 39.1% son hombres. Los datos se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.1.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GÉNERO DE LOS
ENCUESTADOS SEDE CARTAGO
MAYO 2015

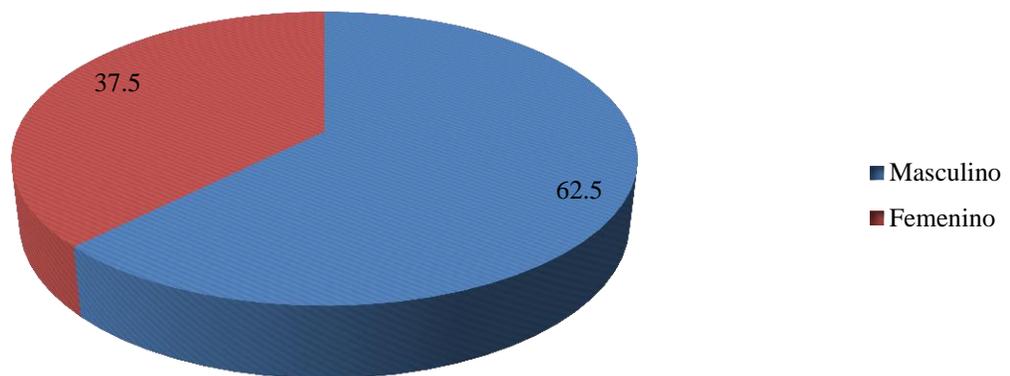


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.1.2

5.1.3 SEDE SAN JOSÉ:

De los estudiantes encuestados el 37.5% son mujeres y el 62.5% son hombres. Los datos se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.1.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GÉNERO DE LOS
ENCUESTADOS SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015

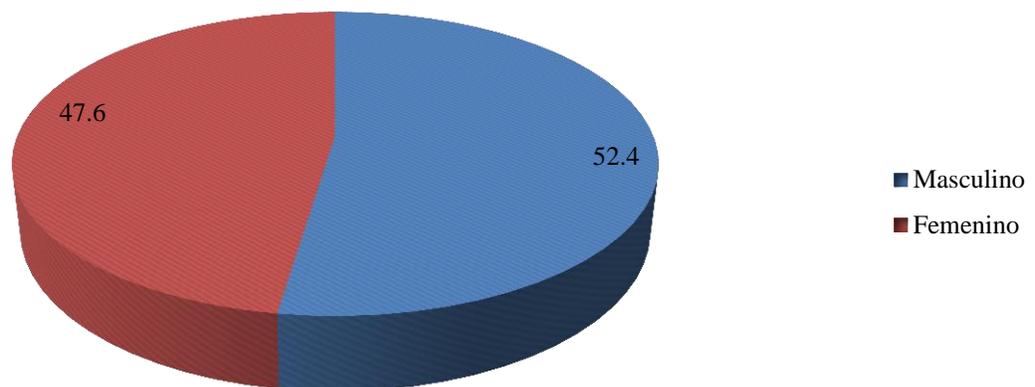


Fuente: Anexo 4. Cuadro 2

5.1.4 SEDE SAN CARLOS:

De los estudiantes encuestados el 47.6% son mujeres y el 52.4% son hombres. Los datos se muestran en el siguiente gráfico:

**GRÁFICO 5.1.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GÉNERO DE LOS
ENCUESTADOS SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015**



Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.1.4

5.1.5 SEDE LIMÓN:

Del total de los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas encuestados (2 estudiantes), 1 es de género femenino y el otro es de género masculino. Los datos los puede observar en el anexo 4, cuadro 5.1.5

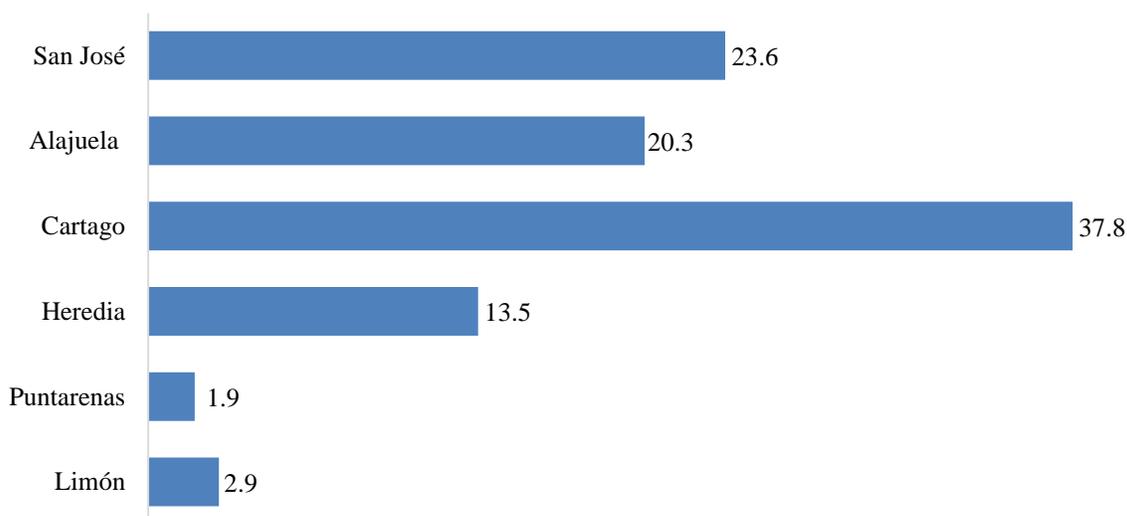
5.2 PROVINCIA EN LA QUE RESIDEN ACTUALMENTE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO.

Se realizó un análisis de la provincia en la que residen actualmente los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas, se realizó de manera estratificada, por lo que se hace un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón. También se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes, de manera general.

5.2.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

De los estudiantes encuestados, el 37,8% mencionaron que se residen en la provincia de Cartago, seguido de un 23,6% se encuentra en la provincia de San José y el 20,3% en Alajuela. La totalidad de los porcentajes se muestra a continuación:

GRÁFICO 5.2.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PROVINCIA
MAYO 2015

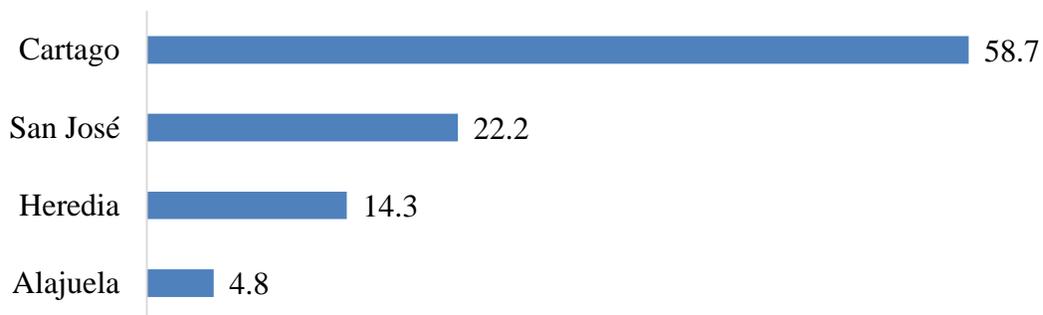


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.2.1

5.2.2 SEDE CARTAGO

De los estudiantes encuestados, el 58.7% mencionaron que se residen en la provincia de Cartago, seguido de un 22.2% se encuentra en la provincia de San José y el 14.3% en Heredia. La totalidad de los porcentajes se muestra a continuación:

GRÁFICO 5.2.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PROVINCIA
SEDE CARTAGO
MAYO 2015

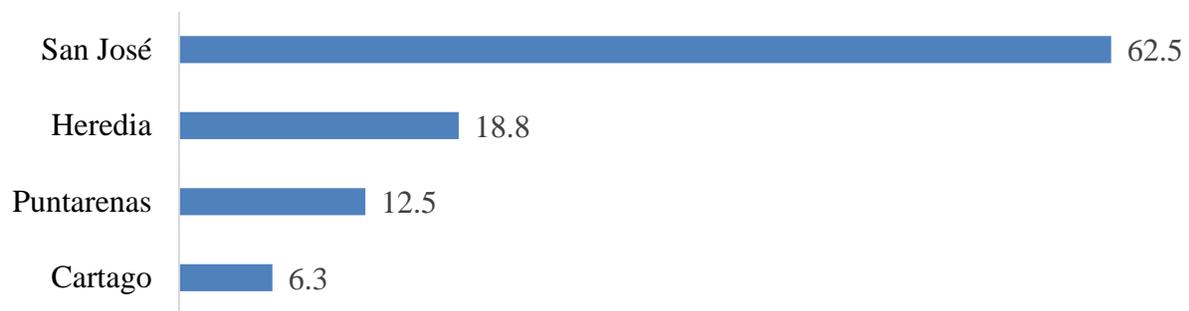


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.2.2

5.2.3 SEDE SAN JOSÉ

De los estudiantes encuestados, el 62.5% mencionaron que se residen en la provincia de San José, seguido de un 18.8% se encuentra en la provincia de Heredia y el 12.5% en Puntarenas. La totalidad de los porcentajes se muestra a continuación:

GRÁFICO 5.2.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PROVINCIA SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.2.3

5.2.4 SEDE SAN CARLOS

De los estudiantes encuestados, el 85.7% mencionaron que se residen en la provincia de Alajuela, seguido de un 9.5% se encuentra en la provincia de Heredia y el 4.8% en Cartago. La totalidad de los porcentajes se muestra a continuación:

GRÁFICO 5.2.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PROVINCIA SEDE SAN
CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.2.4

5.2.5 SEDE LIMÓN.

De los estudiantes encuestados en la sede de Limón (2 estudiantes), el 100% mencionó que residen en la provincia de Limón. Los datos se pueden observar en el Anexo 4, cuadro 5.2.5

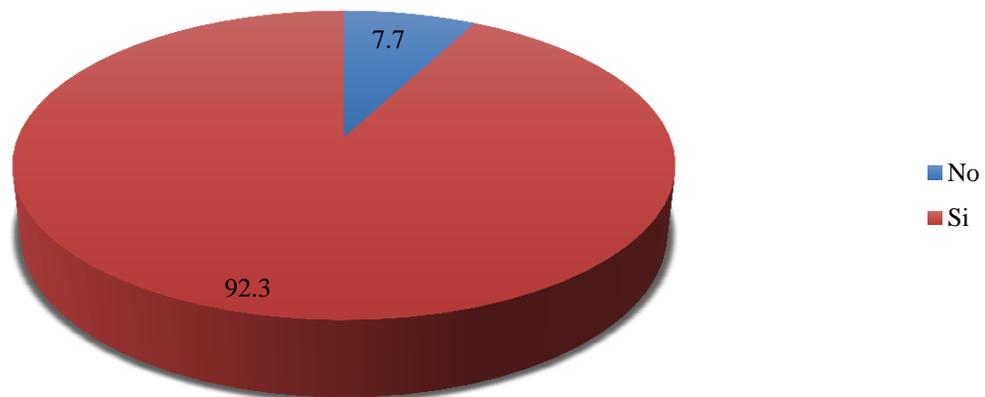
5.3 ESTUDIANTES MATRICULADOS EN LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO QUE ACTUALMENTE TRABAJAN.

Se realizó un análisis de los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas de manera estratificada, por lo que se hace un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón. También se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.3.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL

Del total de estudiantes encuestados, el 92,3% indicó que actualmente no trabaja, mientras que el 7,7% indicaron que si laboran. Los porcentajes mencionados se pueden visualizar en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.3.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN TRABAJO
MAYO 2015

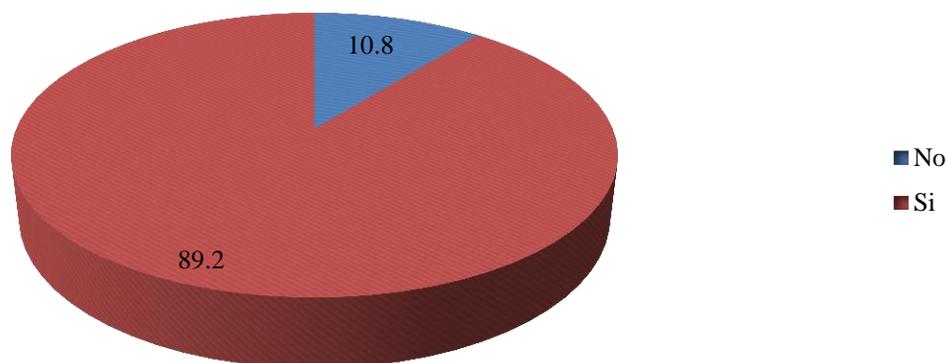


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.3.1

5.3.2 SEDE CARTAGO:

Del total de estudiantes encuestados, el 89.2% reveló que actualmente no trabaja, mientras que el 10.8% indicaron que si laboran. Los porcentajes mencionados se pueden visualizar en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.3.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN ESTUDIANTES QUE
ACTUALMENTE TRABAJAN SEDE CARTAGO
MAYO 2015

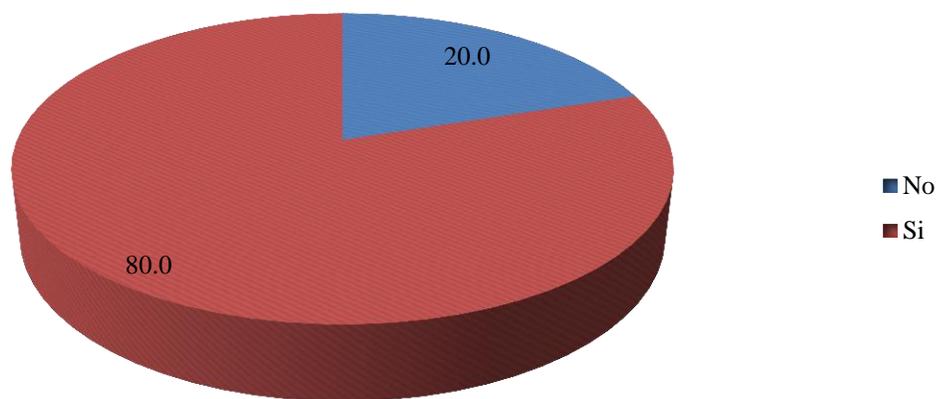


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.3.2

5.3.3 SEDE SAN JOSÉ:

Del total de estudiantes encuestados, el 80% indicó que actualmente no trabaja, mientras que el 20% indicaron que si laboran. Los porcentajes mencionados se pueden visualizar en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.3.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN ESTUDIANTES QUE
ACTUALMENTE TRABAJAN SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015

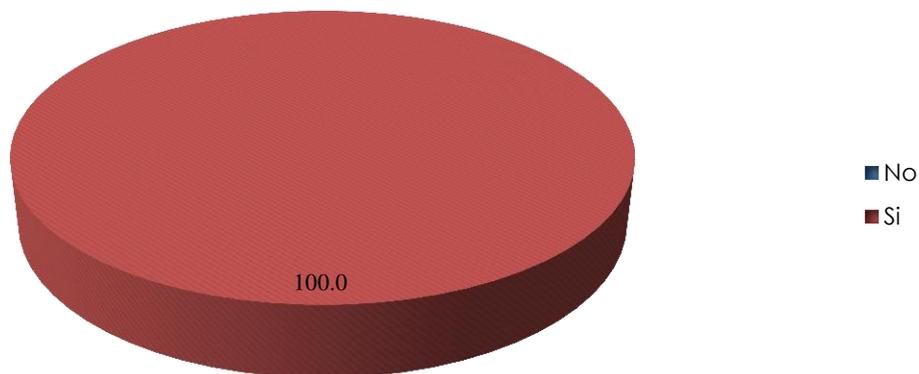


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.3.3

5.3.4 SEDE DE SAN CARLOS:

Del total de estudiantes encuestados, el 100% indicaron que actualmente no trabajan. Los porcentajes mencionados se pueden visualizar en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.3.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN ESTUDIANTES QUE
ACTUALMENTE TRABAJAN SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.3.4

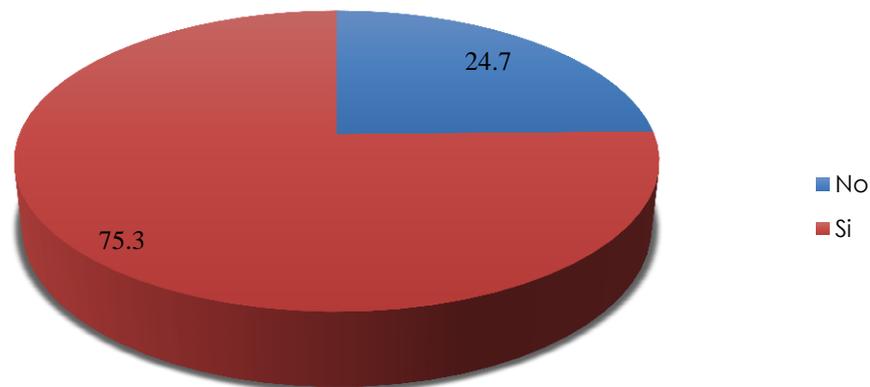
5.3.5 SEDE LIMÓN:

Del total de estudiantes encuestados de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas de la sede de Limón, el 100% (2 estudiantes) indicaron que actualmente sí trabajan. Los porcentajes mencionados se pueden visualizar en el Anexo 4, Cuadro 5.3.5

5.4 ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN PUESTO RELACIONADO CON LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO.

De los 8 estudiantes que mencionaron que actualmente se encuentran laborando, el 75,3% lo realiza en un puesto relacionado con la carrera de administración, mientras que el 24,7% indicaron que no laboran en un puesto relacionado. Los datos mencionados se observan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PUESTO DE
TRABAJO RELACIONADO CON LA CARRERA
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.4

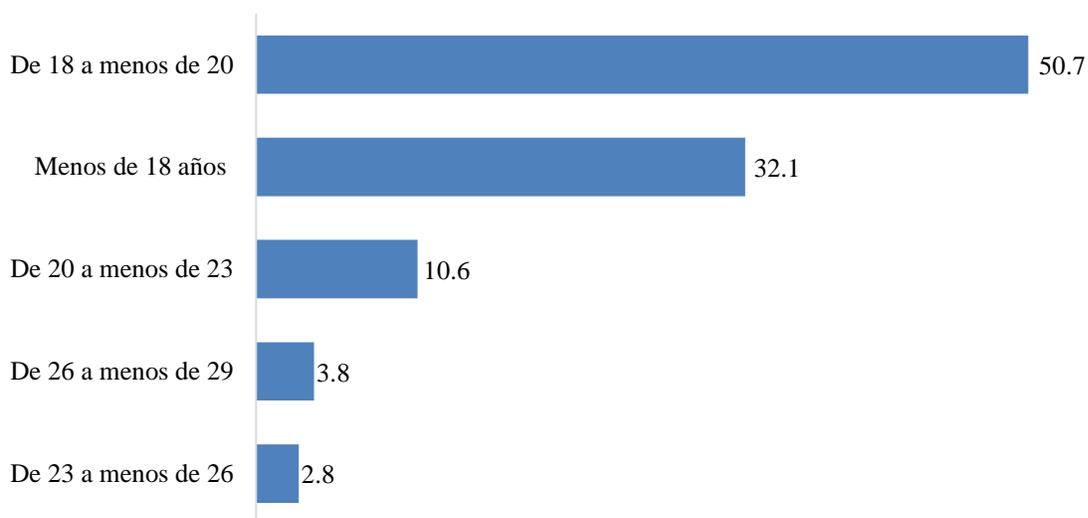
5.5 RANGO DE EDAD DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO.

Se realizó un análisis del rango de edad de los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas. Se desarrolló un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.5.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

De los estudiantes encuestados, el 50,7% se encuentra en un rango de 18 a menos de 20 años, seguido de un 32,1% que dijo estar en el rango de edad de menos de 18 años y el 10,6% que dijo estar en un rango entre 20 a menos de 23. La totalidad de los porcentajes se muestra en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.5.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN RANGO DE EDAD
MAYO 2015

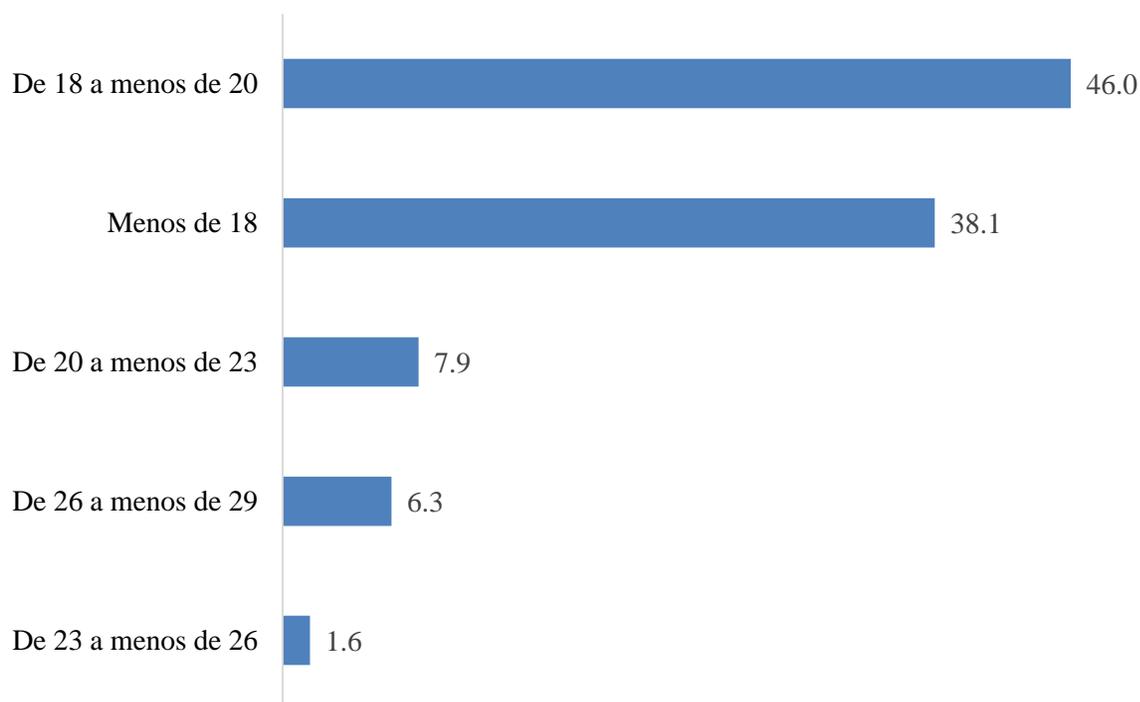


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.5.1

5.5.2 SEDE CARTAGO

De los estudiantes encuestados, el 46% se encuentra en un rango de 18 a menos de 20 años, seguido de un 38.1% que dijo estar en el rango de edad de menos de 18 años y el 7.9% que dijo estar en un rango entre 20 a menos de 23. La totalidad de los porcentajes se muestra en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.5.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN RANGO DE EDAD SEDE
CARTAGO
MAYO 2015

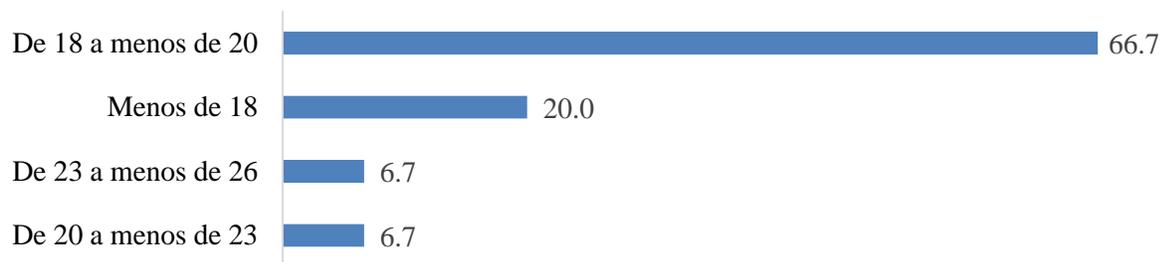


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.52

5.5.3 SEDE SAN JOSÉ:

De los estudiantes encuestados, el 66.7% se encuentra en un rango de 18 a menos de 20 años, seguido de un 20% que dijo estar en el rango de edad de menos de 18 años. La totalidad de los porcentajes se muestra en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.5.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN RANGO DE EDAD SEDE
SAN JOSÉ
MAYO 2015

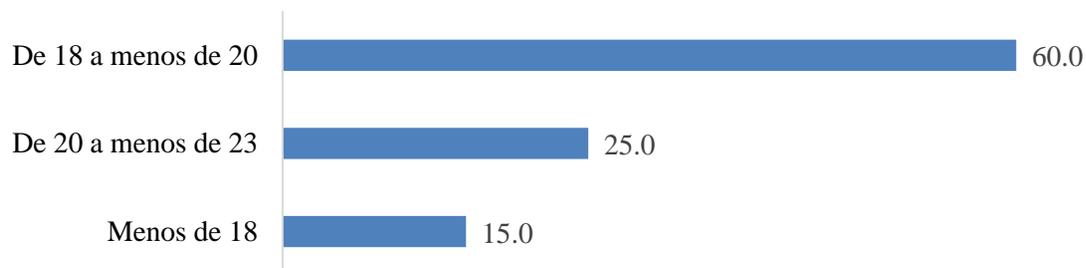


Fuente: Anexo 4. Cuadro 4

5.5.4 SEDE SAN CARLOS:

De los estudiantes encuestados, el 60% se encuentra en un rango de 18 a menos de 20 años, seguido de un 25% que dijo estar en el rango de edad de 20 a menos de 23.. La totalidad de los porcentajes se muestra en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.5.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN RANGO DE EDAD SEDE
SAN CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.4.4

5.5.5 SEDE LIMÓN

De los 2 estudiantes encuestados de la sede de Limón, ambos se encuentran en un rango de menos de 18. Los datos los puede observar en el Anexo 4, Cuadro 5.5.5

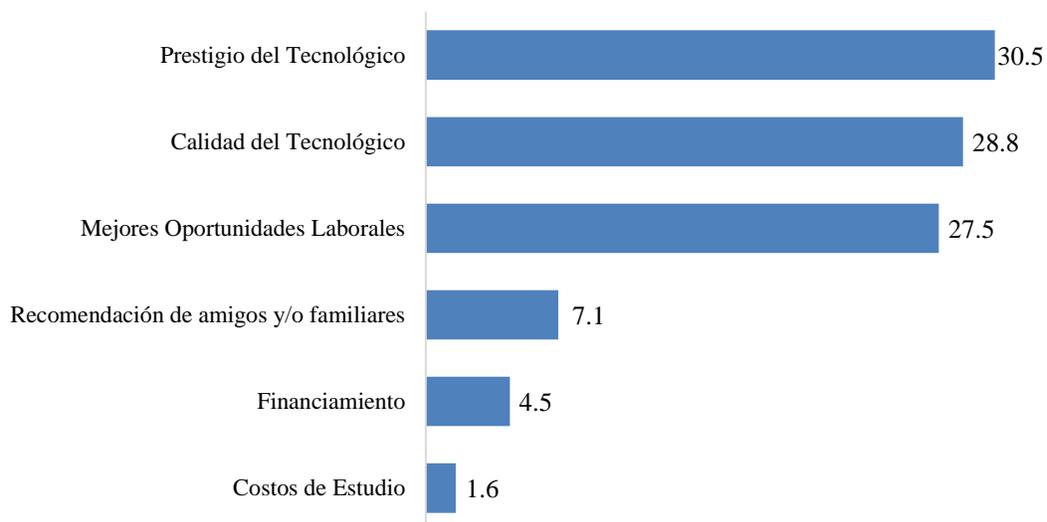
5.6 PRINCIPALES RAZONES PARA SELECCIONAR LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO.

Se realizó un análisis de las principales razones para los estudiantes de primer ingreso para seleccionar la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico. A continuación puede observar los gráficos y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.6.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

Del total de estudiantes encuestados, el 30.5% indicó como una de sus principales razones para seleccionar la carrera el prestigio del Tecnológico, seguido del 28.8% que señaló la calidad del Tecnológico, y el 27.5% las mejores oportunidades laborales. Los demás porcentajes pueden observarse en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.6.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PRINCIPALES RAZONES
PARA SELECCIONAR LA CARRERA
MAYO 2015

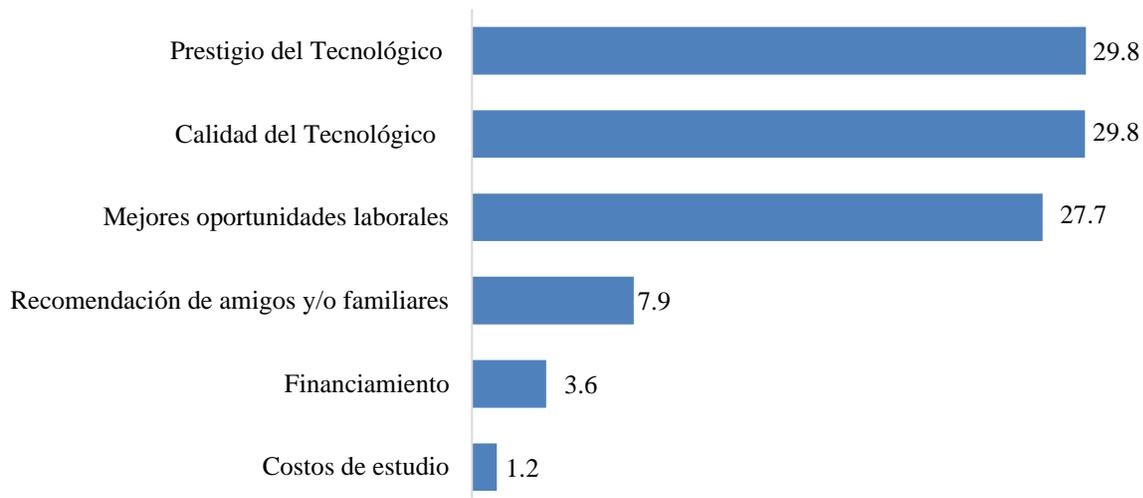


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.6.1

5.6.2 SEDE CARTAGO:

De los estudiantes encuestados en la sede de Cartago, mencionaron que las tres principales razones para elegir la carrera fueron la calidad y el prestigio del Tecnológico ambas con un 29,8%, seguido de mejores oportunidades laborales con un 27,7%. Los datos restantes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.6.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PRINCIPALES RAZONES
PARA SELECCIONAR LA CARRERA SEDE CARTAGO
MAYO 2015

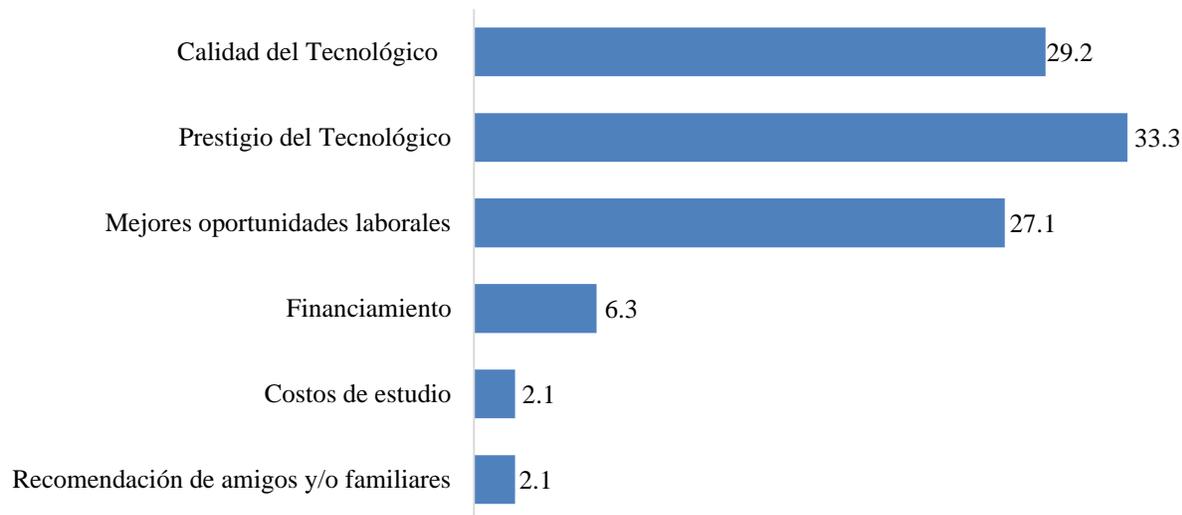


Fuente: Anexo 4, Cuadro xx

5.6.3 SEDE SAN JOSÉ

De los estudiantes encuestados de la sede de San José, el 33,3% mencionó que el prestigio del Tecnológico como principal motivo, seguido de un 29,2% la calidad del Tecnológico y en tercer lugar mejores oportunidades laborales con un 27,1%. Los datos restantes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.6.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PRINCIPALES RAZONES
PARA SELECCIONAR LA CARRERA SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015

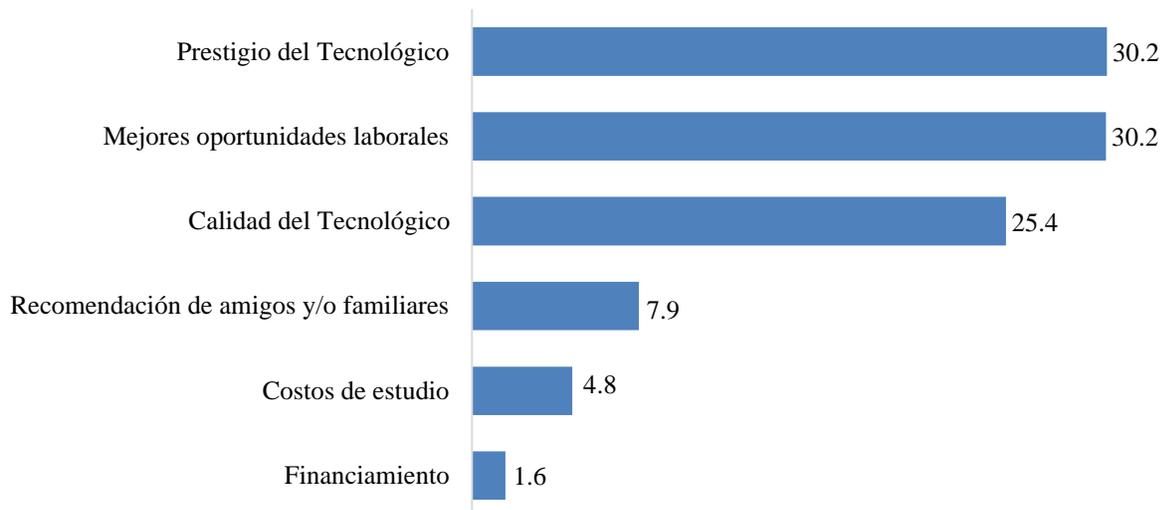


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.6.3

5.6.4 SEDE SAN CARLOS

De los estudiantes encuestados en la sede de San Carlos, mencionaron que las tres principales razones para elegir la carrera fueron la calidad y el prestigio del Tecnológico ambas con un 30,2%, seguido de mejores oportunidades laborales con un 25,4%. Los datos restantes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.6.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN PRINCIPALES RAZONES PARA
SELECCIONAR LA CARRERA SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.6.4

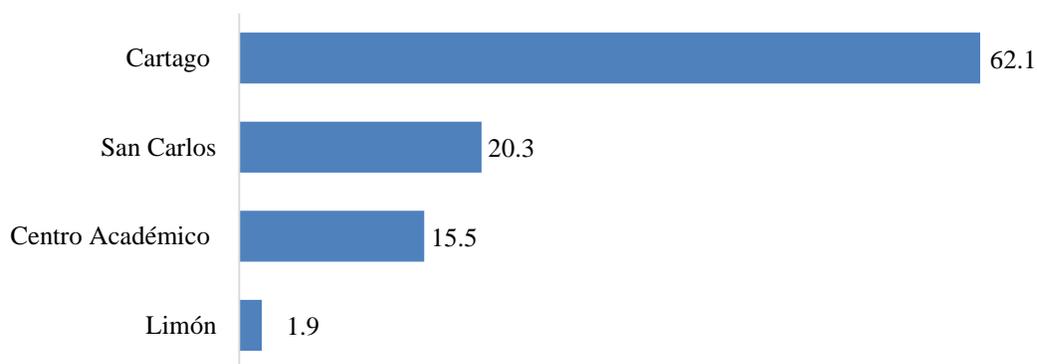
5.6.5 SEDE LIMÓN:

De los 2 estudiantes encuestados en la sede de Limón, estos mencionaron que las tres principales razones para elegir la carrera fueron la calidad, el prestigio del Tecnológico y mejores oportunidades laborales. Los datos los puede observar en el Anexo 4, Cuadro 5.6.5

5.7 SEDE DONDE ESTUDIAN ACTUALMENTE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

De los estudiantes encuestados, el 62,1% estudian en la sede principal de Cartago, el 20,3% se encuentran estudiando en San Carlos y el 15,5% en el Centro Académico de San José. Los demás porcentajes se mencionan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.7
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN SEDE DONDE
ESTUDIAN ACTUALMENTE
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.7

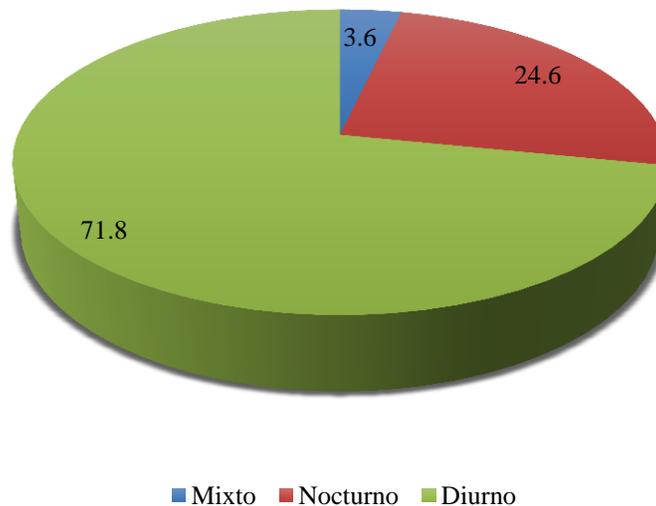
5.8 ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL HORARIO DEL PLAN DE ESTUDIO DEL TECNOLÓGICO.

Se realizó un análisis de los horarios del plan de estudio de los estudiantes de primer ingreso de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico. Se realizó un gráfico y análisis por cada sede para una mayor comprensión: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.8.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

De los estudiantes encuestados, el 71,8% estudia en horario diurno, el 24,6% en horario nocturno y el 3,6% en un horario mixto. Los porcentajes mencionados se observan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.8.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN HORARIO DE ESTUDIO
MAYO 2015

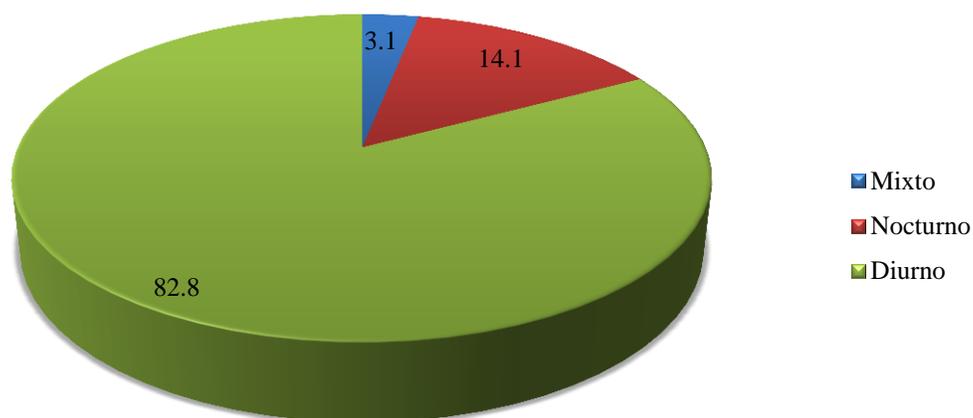


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.8.1

5.8.2 SEDE CARTAGO:

De los estudiantes encuestados en la sede de Cartago, el 82,8% mencionó que estudia en horario diurno, el 14,1% en horario nocturno y por último el 3,1% estudian en horario mixto. Los datos se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.8.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SGÚN HORARIO DE ESTUDIO
SEDE CARTAGO
MAYO 2015

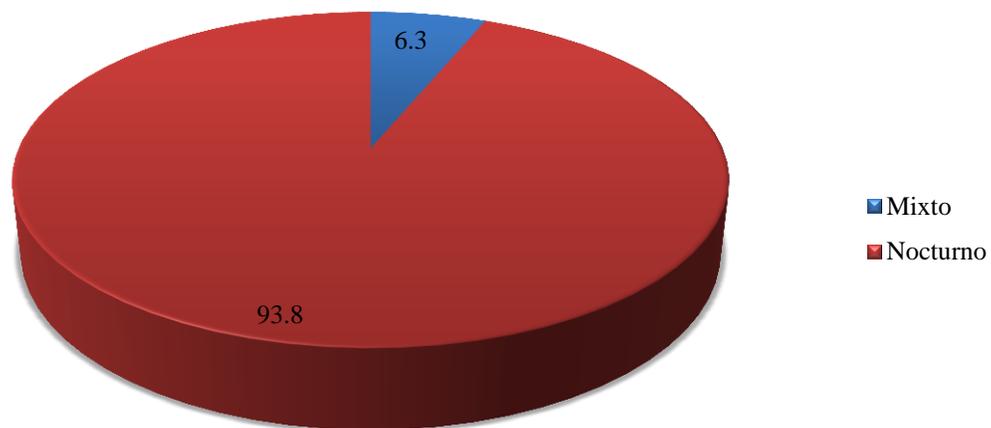


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.8.2

5.8.3 SEDESAN JOSÉ:

De los estudiantes encuestados en la sede de San José, el 93,8% estudia en horario nocturno, el 6,3% restante lo hace en horario mixto. Los datos se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.8.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SGÚN HORARIO DE ESTUDIO
SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015

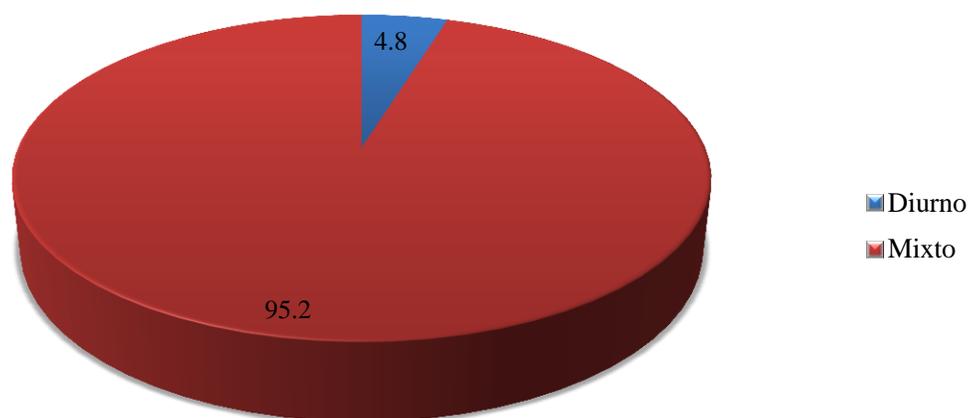


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.8.3

5.8.4 SEDE SAN CARLOS.

De los estudiantes encuestados en la sede de San Carlos, el 95,2% estudia en horario diurno, el 4,8% restante lo hace en horario mixto. Los datos se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.8.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SGÚN HORARIO
SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.8.4

5.8.5 SEDE LIMÓN:

De los 2 estudiantes encuestados en la sede de Limón, 1 estudia en horario diurno, el otro estudia en horario mixto. Los datos se pueden observar en el Anexo 4, Cuadro 5.8.5

5.9 GRADO DE SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO SEGÚN LA INFRAESTRUCTURA DE LA SEDE DONDE SE ENCUENTRA ESTUDIANDO.

Se realizó un análisis del grado de satisfacción de los estudiantes de primer ingreso de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico en relación a la infraestructura en donde estudian actualmente. Se desarrolló de manera estratificada, por lo que se hace un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.9.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

Las tres variables con mejor promedio con respecto a la infraestructura de la sede donde estudian los estudiantes de primer ingreso son: Biblioteca con 9.5%, le sigue Zonas de Recreo con 9.2% y Equipamiento de las Aulas con 9.1% en tercer lugar.

GRÁFICO 5.9.1
PROMEDIO PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN
ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA DEL TECNOLÓGICO
MAYO 2015

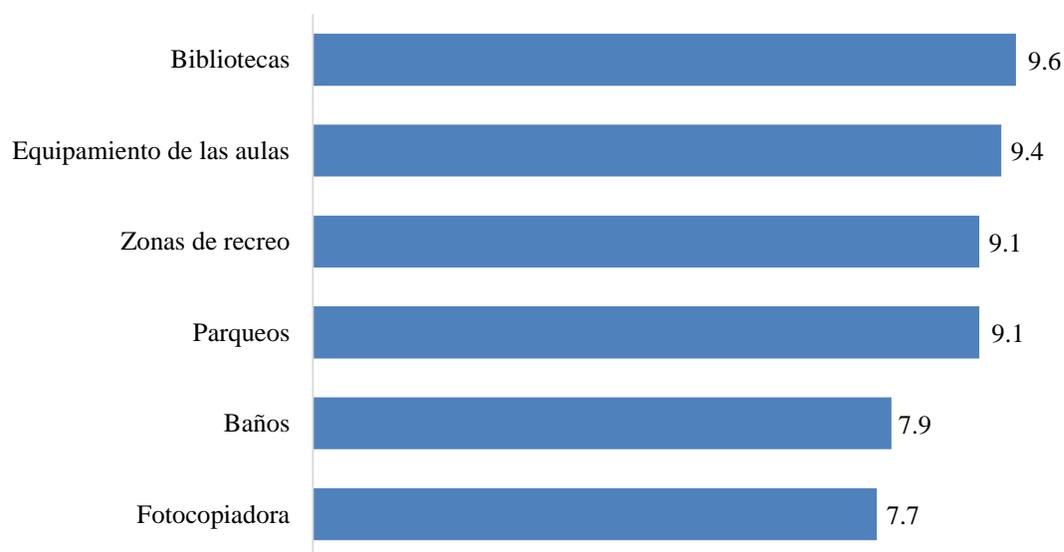


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.9.1

5.9.2 SEDE CARTAGO:

De los estudiantes encuestados en la sede de Cartago, las variables que tuvieron mejor promedio fueron bibliotecas con un 9,6%, seguido de equipamiento de las aulas con un 9,4% y en tercer lugar zonas de recreo con un 9,1%. Los datos restantes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.9.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN
ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA SEDE CARTAGO
MAYO 2015

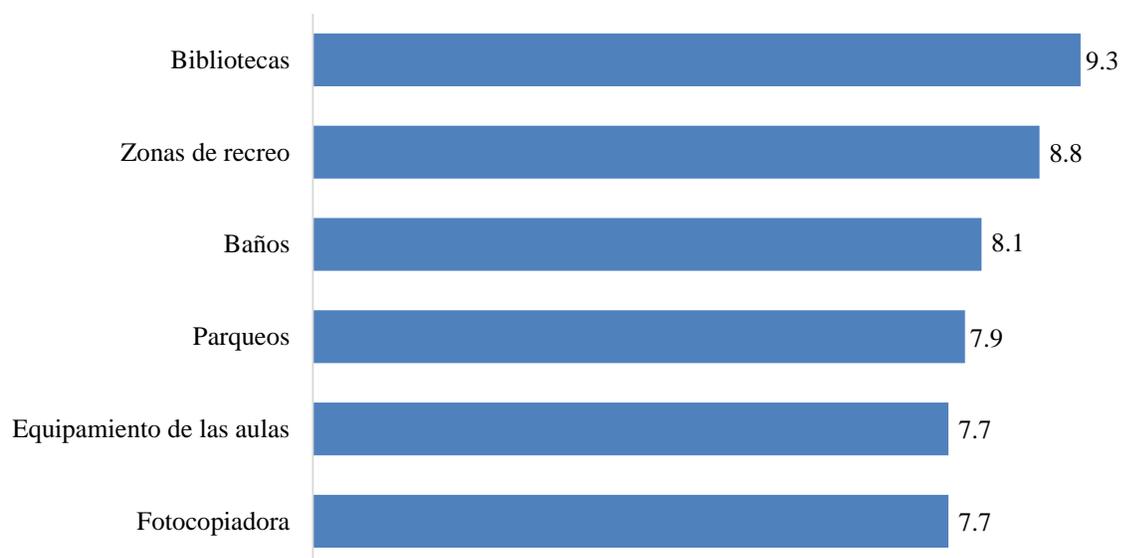


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.9.2

5.9.3 SEDE SAN JOSÉ:

De los estudiantes encuestados en la sede de San José, la variable que tuvo mejor promedio fue bibliotecas con un 9,3%, seguido con calificación regular equipamiento de las aulas con un 8,8% y zonas de recreo con un 8,1% Los datos restantes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.9.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN
EN ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015

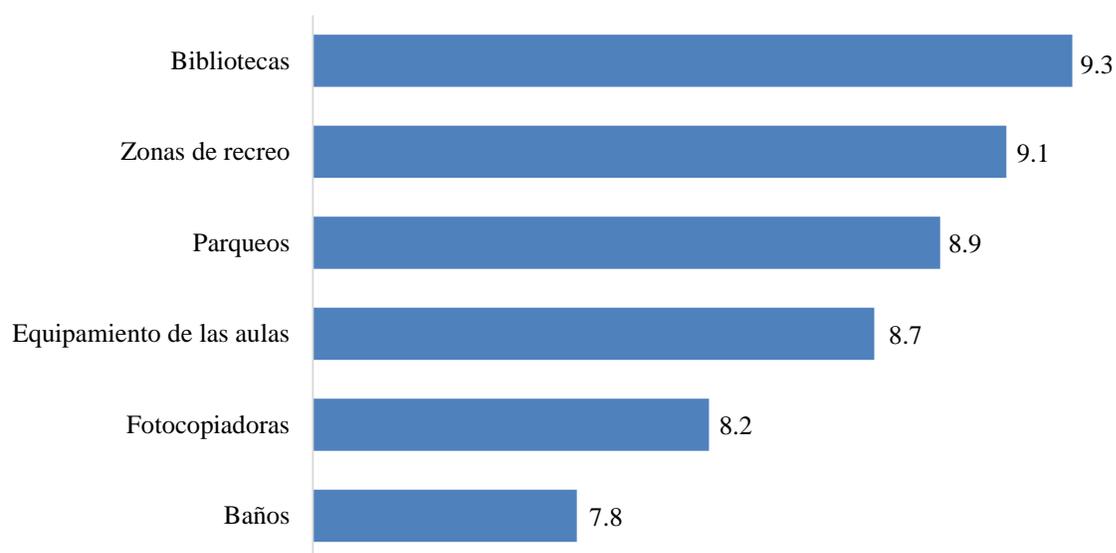


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.9.3

5.9.4 SEDE SAN CARLOS:

De los estudiantes encuestados en la sede de San Carlos, las variables que tuvieron mejor promedio fueron bibliotecas con un 9,3%, seguido de zonas de recreo con un 9,1%, con calificación regular está Parqueos con un 8,9%. Los datos restantes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.9.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN
EN ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.9.4

5.9.5 SEDE LIMÓN:

De los 2 estudiantes encuestados en la sede de Limón, la variable que tuvo mejor promedio fue bibliotecas con un 9,3%, con calificación regular están seguido de zonas de recreo con un 8,7%, y parqueos con un 8,5%. Los datos restantes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.9.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN
EN ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA SEDE LIMÓN
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.9.4

5.10 GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN DEL TECNOLÓGICO.

Se realizó un análisis del grado de satisfacción de los estudiantes de primer ingreso de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico en relación con aspectos de la soda y servicio de alimentación de la sede en donde se encuentra estudiando actualmente. Se realizó un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.10.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

De los estudiantes encuestados, las dos variables con mejor promedio en relación con los aspectos de soda y/o alimentación son servicio de cobro y servido con 9,4% y precios con 9,1%. Después con calificación regular les siguen sabor de la comida con 7,8% y variedad de los productos con 7,85%. Los porcentajes mencionados se observan el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.10.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN
ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.10.1

5.10.2 SEDE CARTAGO:

De los estudiantes encuestados en la sede de Cartago, las variables con mejor promedio fueron Servicio de cobro y servido con un 9,5% y precios con 9,2%, con calificación regular está sabor de la comida con 8,1%. Los datos restantes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.10.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL
DESATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS
DE ALIMENTACIÓN SEDE CARTAGO
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.10.2

5.10.3 SEDE SAN JOSÉ:

De los estudiantes encuestados en la sede de San José, las variables con mejor promedio fueron Servicio de cobro y servido con un 9,3% y precios con 9,2%, con calificación regular está sabor de la comida con 7,5%. Los datos restantes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.10.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DESATISFACCIÓN
EN ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS
DE ALIMENTACION
SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.10.2

5.10.4 SEDE SAN CARLOS:

De los estudiantes encuestados en la sede de San Carlos, las variables con mejor promedio fueron Servicio de cobro y servido con un 9,5% y precios con 9,4%, con calificación regular está sabor de la comida con 8,1%. Los datos restantes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.10.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE
SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE LA SODA Y/O
SERVICIOS DE ALIMENTACION
SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015

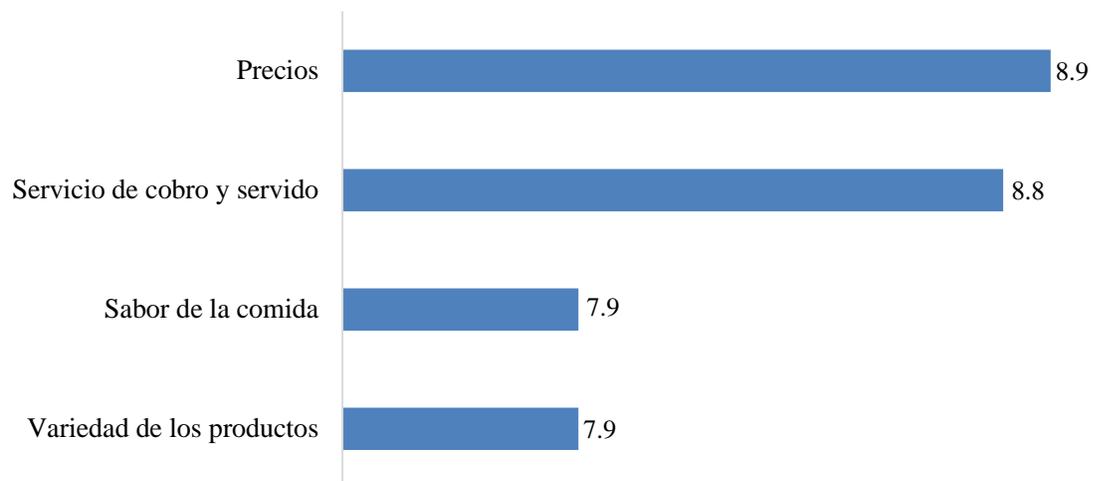


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.10.4

5.10.5 SEDE LIMÓN:

De los 2 estudiantes encuestados en la sede de Limón, las variables con mejor promedio fueron dentro de calificación regular fueron precio con un 8,9% y servicio de cobro y servido con 8,8%, en tercer lugar está sabor de la comida con 7,9%. Los datos restantes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.10.5
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE
SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS DE
ALIMENTACIÓN SEDE LIMÓN
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.10.5

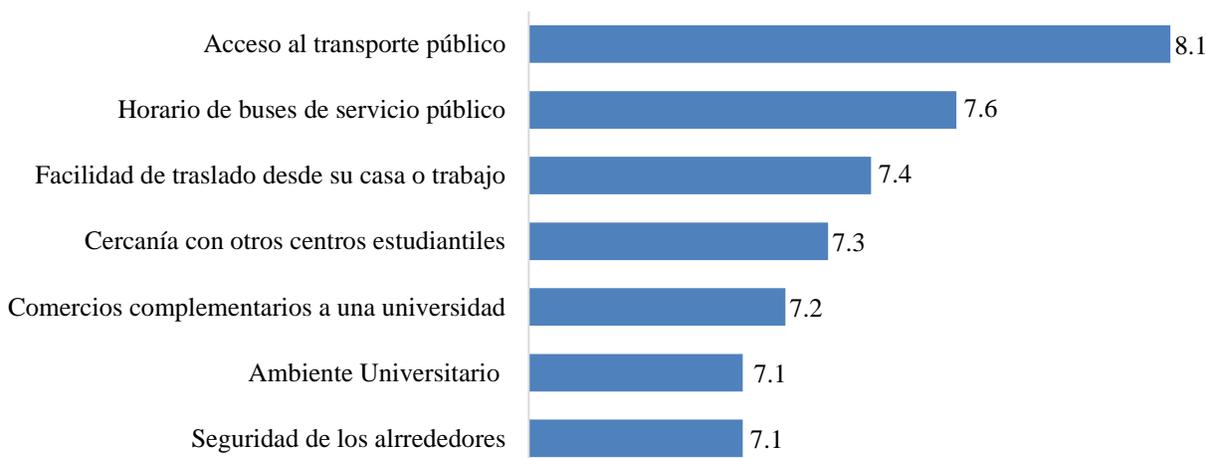
5.11 GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO DE LOS ELEMENTOS EXTERNOS AL TECNOLÓGICO DE LA SEDE DONDE ESTUDIA

Se realizó un análisis del grado de satisfacción de los estudiantes de primer ingreso de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico en relación con aspectos externos al Tecnológico de la sede en donde se encuentra estudiando actualmente. Se desarrolló de manera estratificada, por lo que se hace un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.11.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

La variable con mejor promedio con respecto a los elementos externos es el acceso al transporte público con un 8,01%, las variables que le siguen son horario de buses de servicio público con un 7,69% y la facilidad de traslado desde su casa o trabajo con un 7,34%. En promedio los elementos externos a la sede donde estudian los encuestados tuvieron calificaciones regulares, los porcentajes restantes se observan el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.11.1
DISTRUBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN
ASPECTOS EXTERNOS AL TECNOLÓGICO
MAYO 2015

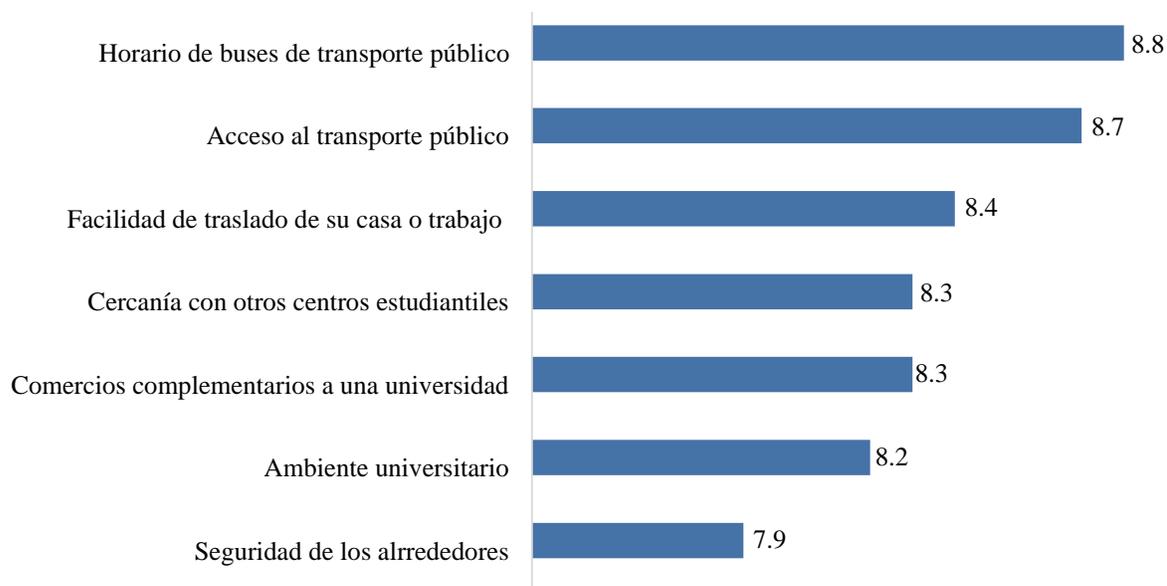


Fuente: Anexo 4, Cuadro 11

5.11.2 SEDE CARTAGO:

De los estudiantes encuestados en la sede de Cartago, las variables con promedio más alto dentro de la calificación regular fueron horario de buses de transporte público con 8,8%, acceso al transporte público con 8,7% y facilidad de traslado desde su casa o trabajo con 8,4%. Los datos restantes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.11.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN
ASPECTOS EXTERNOS A LA SEDE CARTAGO
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4, Cuadro xx

5.11.3 SEDE SAN JOSÉ.

De los estudiantes encuestados en la sede de San José, las variables con promedio más alto dentro de la calificación regular fueron acceso al transporte público con 7,6%, horario de buses de transporte público con 7,5% y facilidad de traslado desde su casa o trabajo con 7,7%. Los datos restantes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.11.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN
ASPECTOS EXTERNOS A LA SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.11.3

5.11.4 SEDE SAN CARLOS:

De los estudiantes encuestados en la sede de San Carlos, las variables con promedio más alto dentro de la calificación regular fueron acceso al transporte público con 8,1%, horario de buses de transporte público con 7,7% y cercanía con otros centros estudiantiles con 7,4%. Los datos restantes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.11.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN
ASPECTOS EXTERNOS A LA SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015

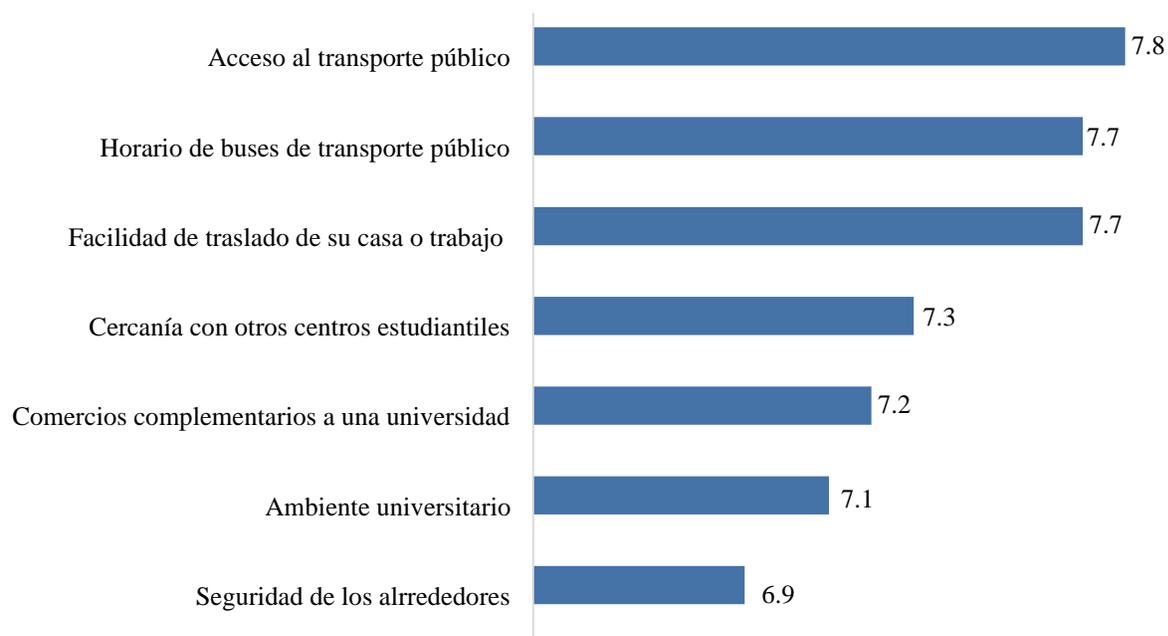


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.11.4

5.11.5 SEDE LIMÓN:

De los 2 estudiantes encuestados en la sede de Limón, las variables con promedio más alto dentro de la calificación regular fueron acceso al transporte público con 7,8%, horario de buses de transporte público con 7,7% y facilidad de traslado de su casa o trabajo con 7,7%. Los datos restantes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.11.5
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL DE SATISFACCIÓN EN
ASPECTOS EXTERNOS A LA SEDE LIMÓN
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.11.5

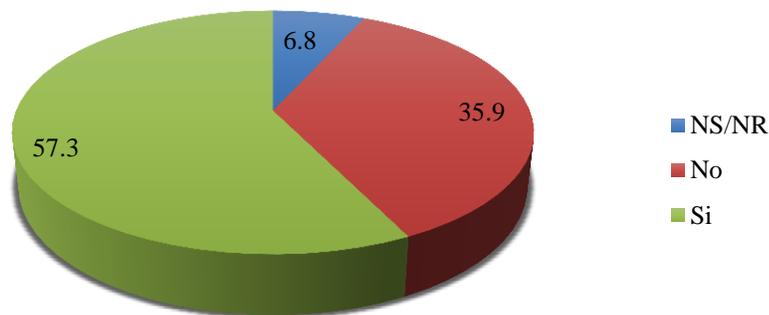
5.12 ESTUDIANTES ENCUESTADOS QUE TOMARÍAN EN CONSIDERACIÓN A LA HORA DE ELEGIR UNA UNIVERSIDAD SI EL TECNOLÓGICO LE OFRECIERA UNA RUTA PERIFÉRICA EN HORARIO NOCTURNO POR LAS DIFERENTES PARADAS DE BUSES.

Se realizó un análisis de los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas que tomarían en consideración a la hora de elegir una universidad si el Tecnológico le ofreciera una ruta periférica en horario nocturno. Dicho análisis se desarrolló de manera estratificada, por lo que se hace un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.12.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL

De los estudiantes encuestados, el 57,3% mencionó que sí sería determinante para la elección de la carrera el servicio de transporte en horario nocturno, el 35,9% señaló que no es relevante a la hora de elegir una universidad y el 6,8% restante NS/NR. Los porcentajes mencionados se observan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.12.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN OPCIÓN DE
CREAR UNA RUTA PERIFÉRICA EN HORARIO
NOCTURNO
MAYO 2015

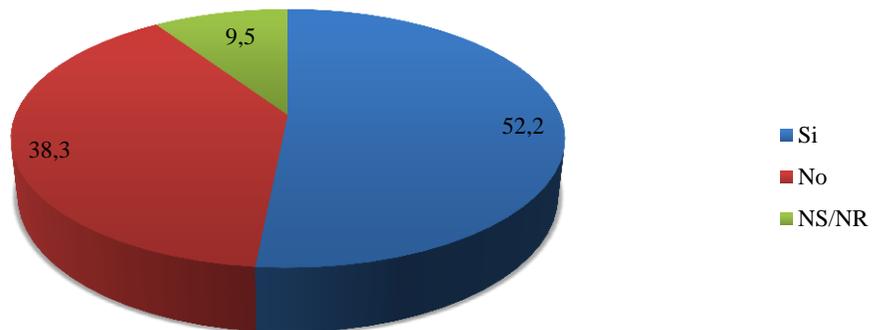


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.12.1

5.12.2 SEDE CARTAGO:

De los estudiantes encuestados en la sede de Cartago, el 52,2% de ellos respondió que sí sería determinante para la elección de la carrera el servicio de transporte en horario nocturno, el 38,3% manifestó que no y el 9,5% restante no sabe o no respondió.

GRÁFICO 5.12.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN OPCIÓN DE CREAR
UNA RUTA PERIFÉRICA EN HORARIO NOCTURNO
SEDE CARTAGO
MAYO 2015

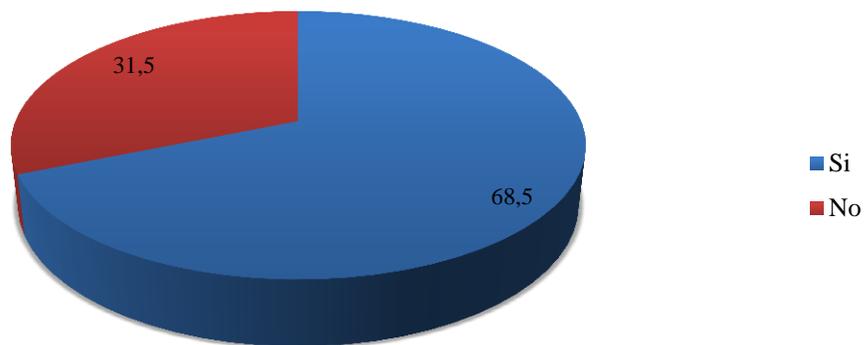


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.12.2

5.12.3 SEDE SAN JOSÉ:

De los estudiantes encuestados en la sede de San José, el 68,5% considera que sí sería determinante para la elección de la carrera el servicio de transporte en horario nocturno, mientras que para el restante 31,5% no.

GRÁFICO 5.12.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN OPCIÓN DE CREAR
UNA RUTA PERIFÉRICA EN HORARIO NOCTURNO SEDE
SAN JOSÉ
MAYO 2015

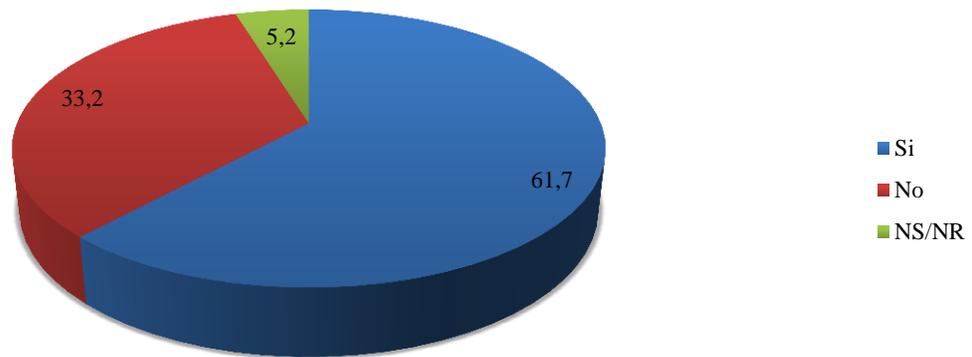


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.12.3

5.12.4 SEDE SAN CARLOS:

De los estudiantes encuestados en la sede de San Carlos, el 61,7% considera que sí sería determinante para la elección de la carrera el servicio de transporte en horario nocturno, el 33,2% considera que no, mientras el 5,2% restante no sabe o no responde.

GRÁFICO 5.12.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN OPCIÓN DE CREAR UNA
RUTA PERIFÉRICA EN HORARIO NOCTURNO SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.12.4

5.12.5 SEDE LIMÓN:

De los 2 estudiantes encuestados en la sede de Limón, 1 estudiante respondió que sí sería determinante para la elección de la carrera el servicio de transporte en horario nocturno, mientras el otro estudiante considera que no. Los datos se pueden observar en el Anexo 4, Cuadro 5.12.5

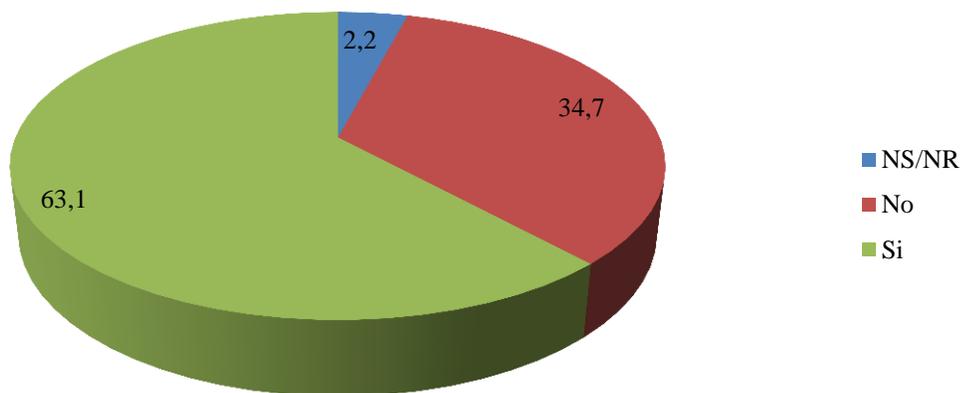
5.13 ESTUDIANTES ENCUESTADOS DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO SEGÚN CONOCIMIENTO DEL SERVICIO DE SALUD.

Se realizó un análisis del conocimiento del servicio de salud en los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico. Dicho análisis se desarrolló de manera estratificada, por lo que se hace un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.13.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

De los estudiantes encuestados, el 63,1% tiene conocimiento del área de salud, el 34,7% restante no conoce el servicio, el cual es un porcentaje considerable y el 2,2% NS/NR. Los porcentajes destacados se observan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.13.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DE LOS
SERVICIOS DE SALUD
MAYO 2015

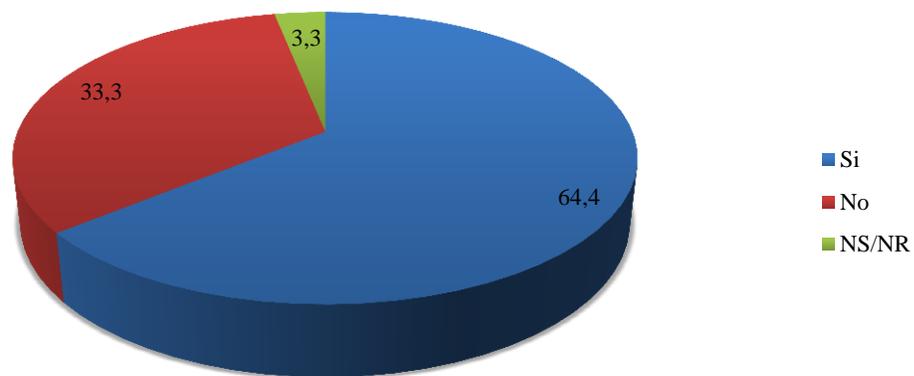


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.13.1

5.13.2 SEDE CARTAGO:

De los estudiantes encuestados en la sede de Cartago, el 64,4% si conoce sobre el servicio de salud que brinda el Tecnológico, mientras que el 33,3% de ellos no lo conoce. El 3% de los consultados, no sabe o no responde.

GRÁFICO 5.13.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL
SERVICIO DE SALUD SEDE CARTAGO
MAYO 2015

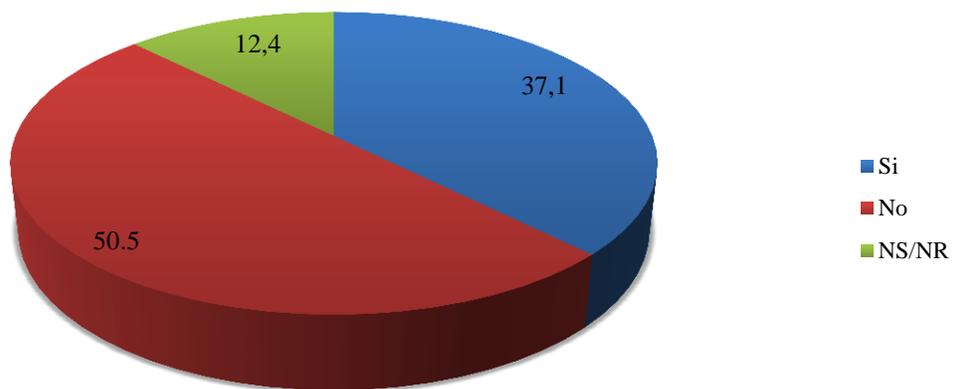


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.13.2

5.13.3 SAN JOSÉ:

De los 16 estudiantes encuestados en la sede San José, el 37,1% manifestó conocer el servicios de salud que brinda el Tecnológico, mientras que 8 estudiantes, es decir el 50%,5, no conoce acerca de los mismos.

GRÁFICO 5.13.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL
SERVICIOS DE SALUD SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015

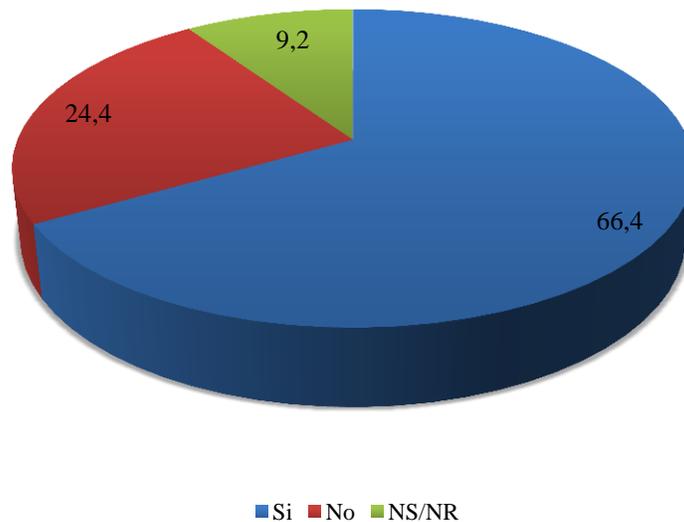


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.13.3

5.13.4 SEDE SAN CARLOS:

En la sede de San Carlos, de la totalidad de los estudiantes encuestados (21), el 66,4% de ellos dijo si conocer acerca del servicio de Salud que brinda el Tecnológico, mientras que un 24,4% no lo conoce.

GRÁFICO 5.13.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO
DEL SERVICIO DE SALUD SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.13.4

5.13.5 SEDE LIMÓN:

De los 2 estudiantes encuestados en la sede del Centro Académico de Limón, 1 de ellos, es decir el 50% no tiene conocimiento sobre el servicio de salud que brinda el Tecnológico, mientras que el otro estudiante sí lo conoce. Los datos los puede observar en el Anexo 4, Cuadro 5.13.5

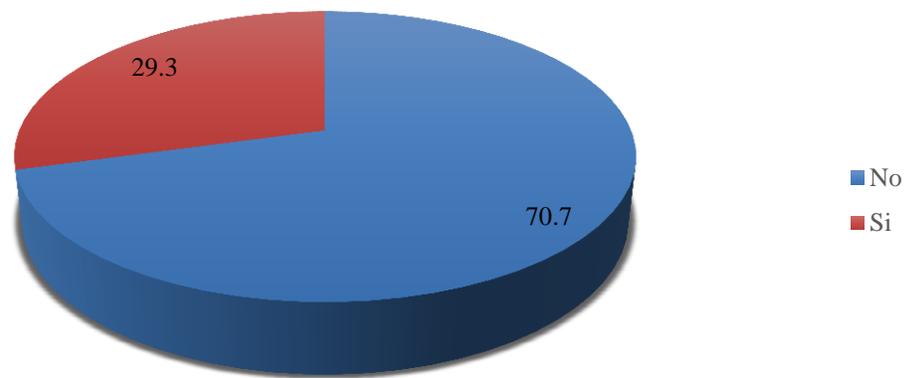
5.14 ESTUDIANTES ENCUESTADOS DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO QUE HAN UTILIZADO EL SERVICIO DE SALUD.

Se realizó un análisis sobre el uso del servicio de salud en los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico. Dicho análisis se desarrolló de manera estratificada, por lo que se hace un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.14.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

De los 65 estudiantes que respondieron que si conocían el servicio de salud, el 70,7% no ha utilizado el servicio y el 29,3% restante sí lo ha usado. Los porcentajes mencionados se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.14.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN USO DEL SERVICIO DE SALUD
MAYO 2015

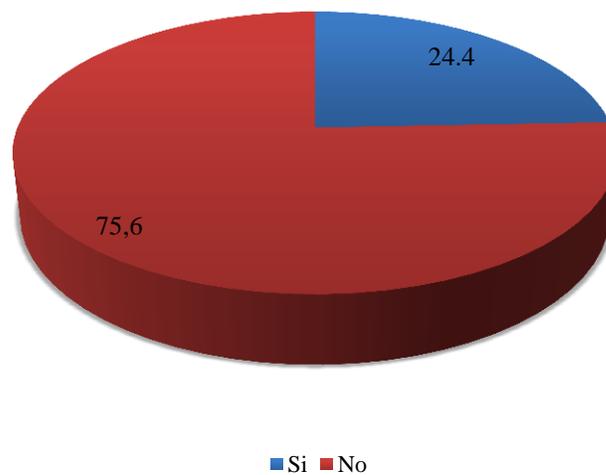


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.14.1

5.14.2 SEDE CARTAGO:

Según el siguiente gráfico respecto a la sede de Cartago, de acuerdo a los estudiantes (41) que manifestaron sí usar los servicios de salud que brinda el Tecnológico, el 75,6% de ellos no ha utilizado estos servicios mientras que el restante 24,4% si los ha utilizado en algún momento.

GRÁFICO 5.14.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN USO DEL SERVICIO
DE SALUD - SEDE CARTAGO
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.14.1

5.14.3 SEDE SAN JOSÉ.

Según el siguiente gráfico respecto a la sede del Centro Académico de San José, de acuerdo a los estudiantes (6) que manifestaron sí usar los servicios de salud que brinda el Tecnológico, el 100% no ha utilizado estos servicios.

GRÁFICO 5.14.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN USO DEL SERVICIO DE
SALUD SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015

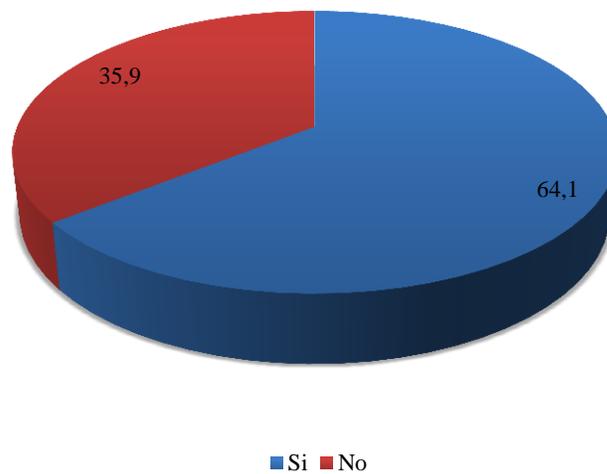


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.14.3

5.14.4 SEDE SAN CARLOS.

Según el siguiente gráfico respecto a la sede de San Carlos, de acuerdo a los estudiantes encuestados el 64,1% indicó sí conocer los servicios de salud que brinda el Tecnológico, el 35,9% restante no los ha utilizado estos servicios mientras que el restante 36% dijo si haberlos utilizado.

GRÁFICO 5.14.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN USO DEL SERVICIO
DE SALUD - SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.14.4

5.14.5 SEDE LIMÓN:

Según el siguiente gráfico respecto a la sede de Limón, de acuerdo a los estudiantes que manifestaron sí conocer los servicios de salud que brinda el Tecnológico, el 100% (1 estudiante) no ha utilizado estos servicios. Los datos los puede encontrar en el Anexo 4, Cuadro 5.145

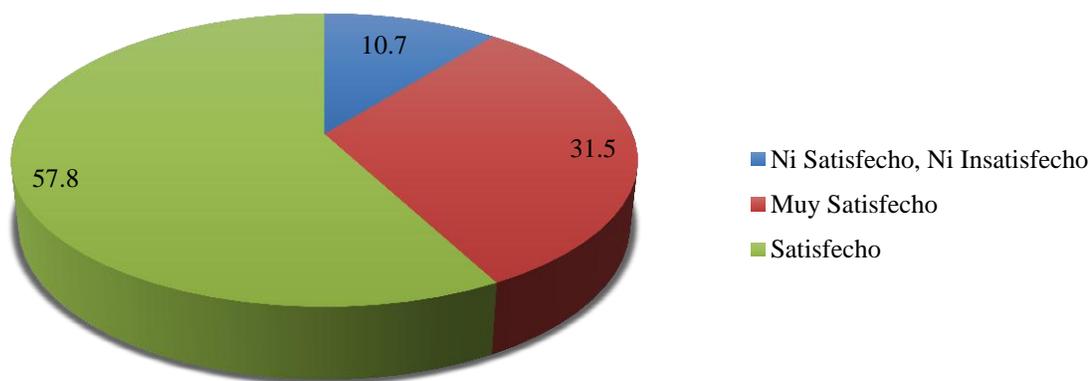
5.15 ESTUDIANTES ENCUESTADOS DE PRIMER INGRESO DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS SEGÚN EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD QUE OFRECE EL TECNOLÓGICO.

Se realizó un análisis sobre el grado de satisfacción del servicio de salud en los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico. Dicho análisis se desarrolló de manera estratificada, por lo que se hace un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.15.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

De los 19 estudiantes de primer ingreso que respondieron que sí han utilizado el servicio, el 57,8% dijo estar satisfecho, el 31,5 % muy satisfecho y el 10,7% ni satisfecho ni insatisfecho. Los datos se observan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.15.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN
DEL SERVICIO DE SALUD
MAYO 2015

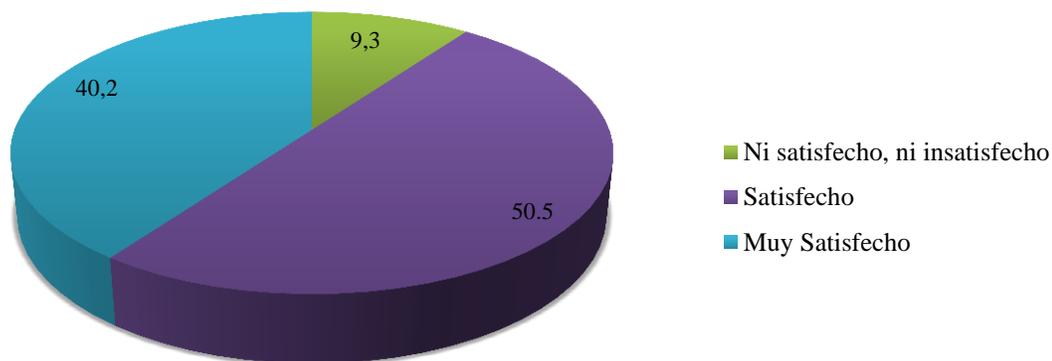


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.15.1

5.15.2 SEDE CARTAGO:

De los 10 estudiantes de la sede de Cartago que dijeron sí haber utilizado los servicios de salud que brinda el Tecnológico, el 50,5% de ellos manifestó estar satisfechos con el servicio; el 40,2%, es decir 4 estudiantes, dijeron estar muy satisfechos con el servicio recibido. Por último, como se observa a continuación, EL 9,3% indicaron no está satisfecho ni insatisfecho con el servicio.

GRÁFICO 5.15.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DE SALUD - SEDE CARTAGO
MAYO 2015

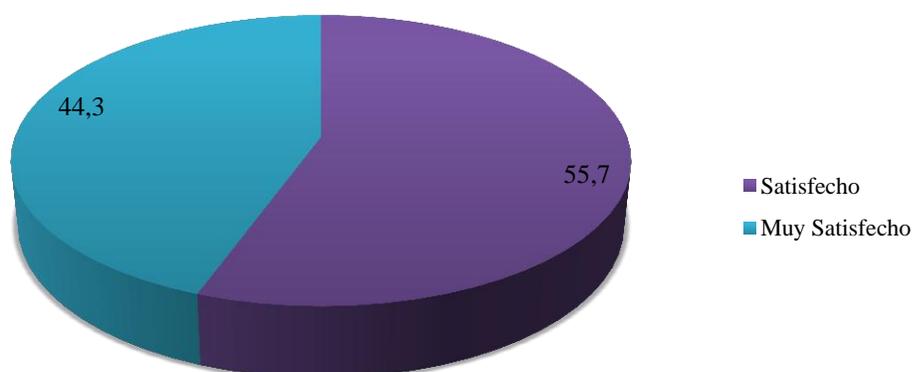


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.15.2

5.15.3 SEDE DE SAN CARLOS:

Como se observa en el siguiente gráfico, de los 9 estudiantes de la sede de San Carlos que dijeron sí haber utilizado los servicios de salud que brinda el Tecnológico, el 55,7% de ellos manifestó estar satisfechos con el servicio; el 44,3% restante, es decir 4 estudiantes, dijeron estar muy satisfechos con el servicio recibido.

GRÁFICO 5.15.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DE SALUD - SEDE SAN
CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.15.3

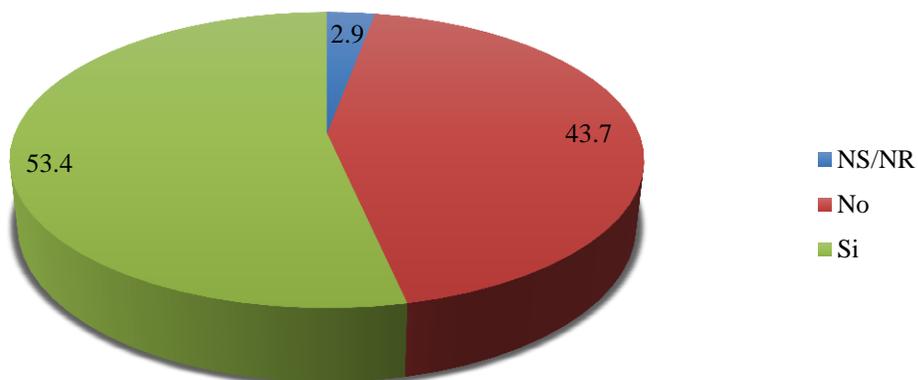
5.16 CONOCIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP) QUE BRINDA EL TECNOLÓGICO.

Se realizó un análisis sobre el conocimiento del servicio del departamento de Orientación y Psicología en los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico. Dicho análisis se desarrolló de manera estratificada, por lo que se hace un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.16.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

Del total de los encuestados, el 53,4% dijo tener conocimiento de este servicio, el 43,7% mencionó no saber del mismo y el restante 2,9% NS/NR. Los porcentajes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.16.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL
SERVICIO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA
MAYO 2015

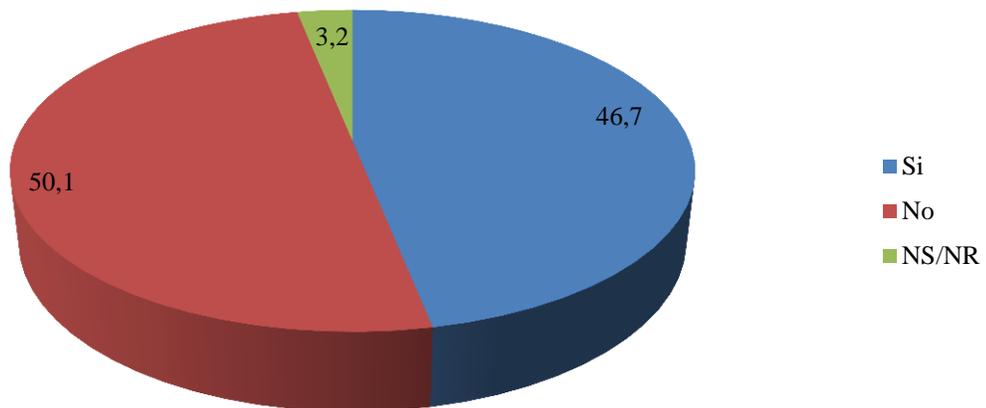


Fuente: Anexo 4, Cuadro 15.16.1

5.16.2 SEDE CARTAGO:

Del total de los encuestados, el 50,1% dijo no tener conocimiento de este servicio, el 46,7% mencionó si saber del mismo y el restante 3,2% NS/NR. Los porcentajes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.16.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL
SERVICIO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA SEDE CARTAGO
MAYO 2015

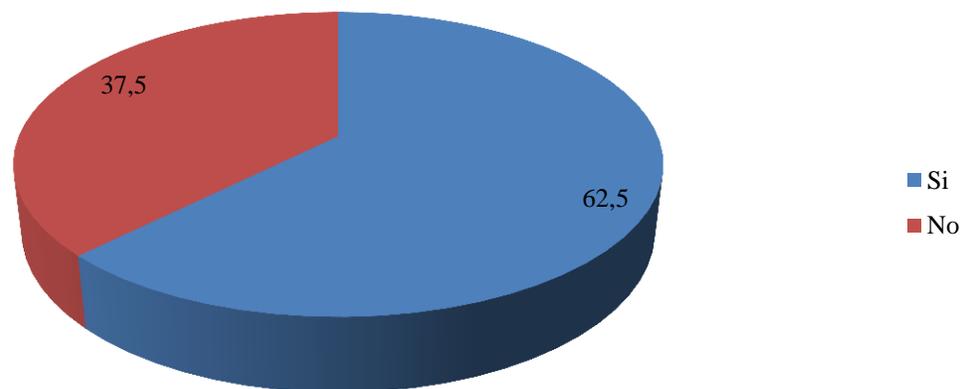


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.16.2

5.16.3 SEDE SAN JOSÉ.

Del total de los encuestados, el 37,5% dijo no tener conocimiento de este servicio, el 62,5% mencionó si saber del mismo. Los porcentajes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.16.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL
SERVICIO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015

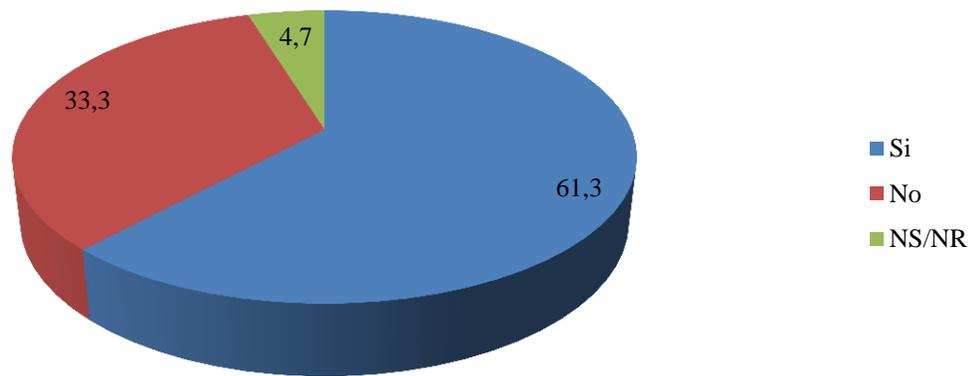


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.16.3

5.16.4 SEDE SAN CARLOS.

Del total de los encuestados, el 33,3% dijo no tener conocimiento de este servicio, el 61,3% mencionó si saber del mismo y un 4,7% NS/NR. Los porcentajes se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.16.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL
SERVICIO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA DE LA SEDE DE SAN
CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.16.4

5.16.5 SEDE LIMÓN.

Del total de los encuestados de la sede de Limón (2 estudiantes), ambos dijo tener conocimiento de este servicio. Los datos se pueden observar en el Anexo 4, Cuadro 5.16.4:

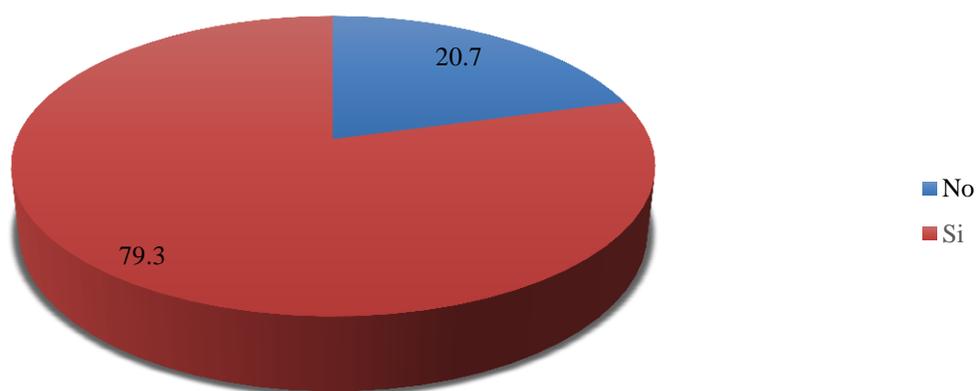
5.17 USO POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS EL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP) QUE BRINDA EL TECNOLÓGICO

Se realizó un análisis sobre el uso del servicio del departamento de Orientación y Psicología por parte de los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico. Dicho análisis se desarrolló de manera estratificada, por lo que se hace un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.17.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

De los 55 estudiantes encuestados que respondieron tener conocimiento del servicio DOP, el 79,3% mencionó no haber hecho uso del servicio y el 20,7% restante sí lo ha utilizado. Los porcentajes mencionados se detallan en el siguiente cuadro:

GRÁFICO 5.17.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN USO DEL SERVICIO DE
ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA
MAYO 2015

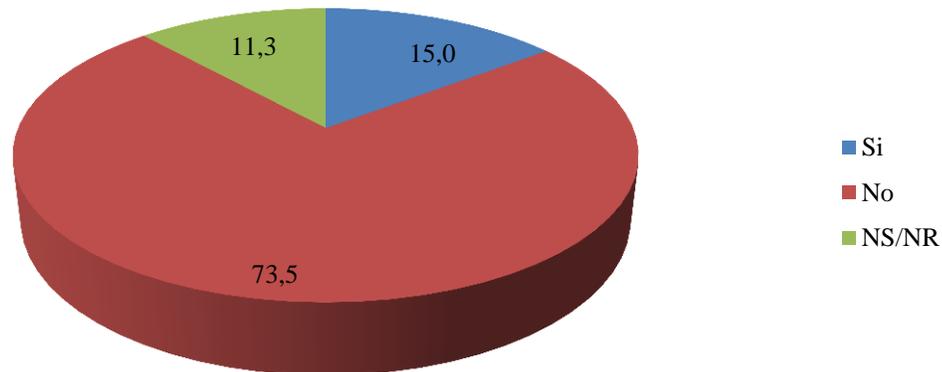


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.17.1

5.17.2 SEDE CARTAGO:

De los 34 estudiantes encuestados que respondieron tener conocimiento del servicio DOP, el 73,5% mencionó no haber usado del servicio y el 15,0% restante sí lo ha utilizado. Los porcentajes mencionados se detallan en el siguiente cuadro:

GRÁFICO 5.17.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN EL USO SERVICIO DEL
DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP)
SEDE CARTAGO
MAYO 2015

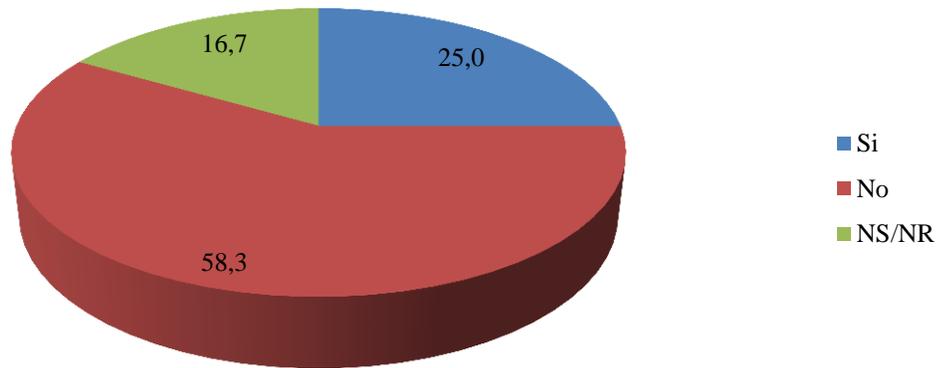


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.17.2

5.17.3 SEDE SAN JOSÉ:

De los 12 estudiantes encuestados que respondieron tener conocimiento del servicio DOP de la sede de San José, el 58,3% mencionó no haber hecho uso del servicio y el 25,0% restante sí lo ha utilizado. Los porcentajes mencionados se detallan en el siguiente cuadro:

GRÁFICO 5.17.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN USO DEL SERVICIO DEL
DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP)
SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015

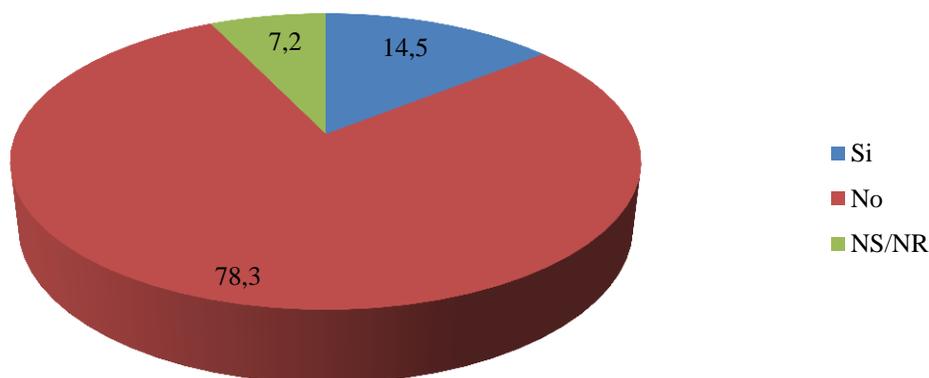


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.17.3

5.17.4 SEDE SAN CARLOS:

De los 14 estudiantes encuestados que respondieron tener conocimiento del servicio DOP de la sede de San Carlos, el 78,3% mencionó no haber hecho uso del servicio y el 14,5% restante sí lo ha utilizado. Los porcentajes restantes se detallan en el siguiente cuadro:

GRÁFICO 5.17.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN USO DEL SERVICIO
DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA
(DOP) DE LA SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.17.4

5.17.5 SEDE LIMÓN.

De los 2 estudiantes encuestados que respondieron el cuestionario 1 sí ha utilizado el servicio DOP de la sede de Limón, y el otro estudiante mencionó no haber hecho uso del servicio. Los datos se pueden observar en el Anexo 4, Cuadro 5.17.5

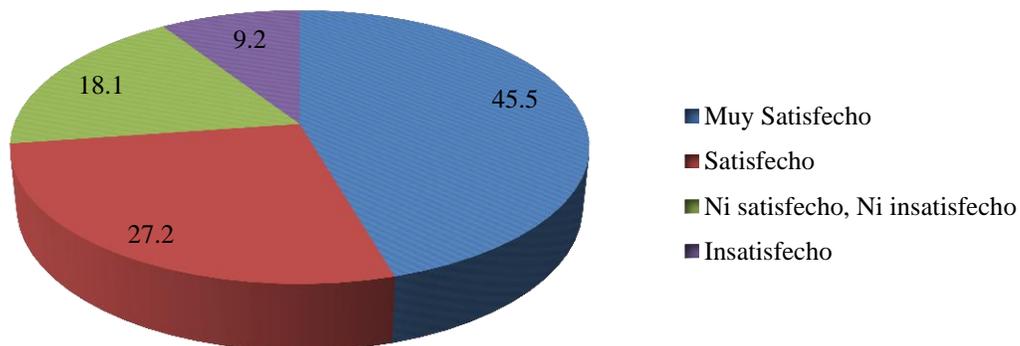
5.18 GRADO DE SATISFACCIÓN POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS EN RELACIÓN AL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA QUE OFRECE EL TECNOLÓGICO.

Se realizó un análisis sobre el grado de satisfacción del servicio del departamento de Orientación y Psicología por parte de los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico. Dicho análisis se desarrolló de manera estratificada, por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.18.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

De los 11 estudiantes que usaron el servicio DOP, el 45,5% se encuentra muy satisfecho con el servicio el mismo, el 27,2% está satisfecho y el 18,1% se encuentra ni satisfecho ni insatisfecho. La totalidad de los porcentajes se observan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.18.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DE ORIENTACIÓN Y
PSICOLOGÍA
MAYO 2015

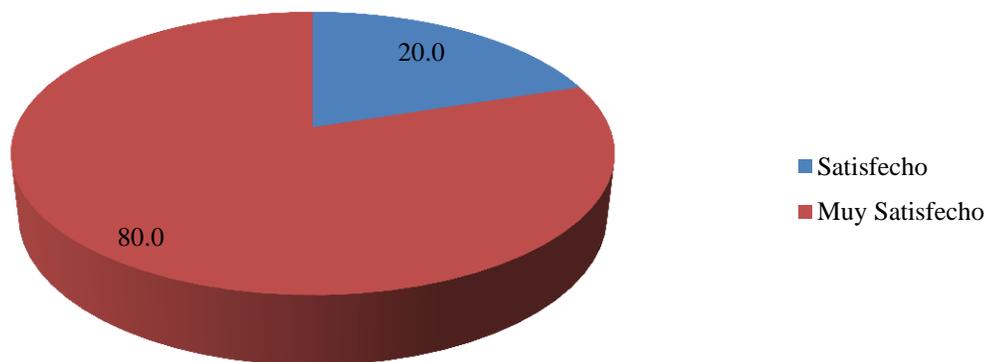


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.18.1

5.18.2 SEDE CARTAGO.

De los 5 estudiantes que usaron el servicio DOP, el 80,0% se encuentra muy satisfecho con el servicio, el 20,0% está satisfecho. La totalidad de los porcentajes se observan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.18.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE
ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA SEDE CARTAGO
MAYO 2015

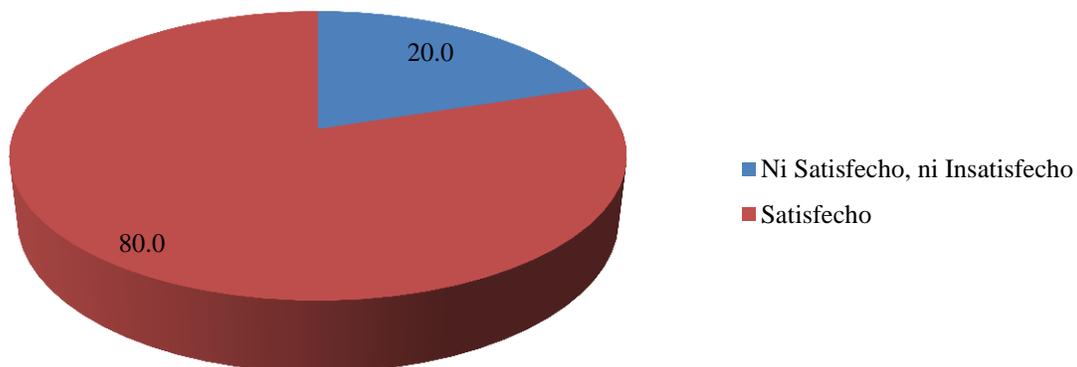


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.18.2

5.18.3 SEDE SAN JOSÉ.

De los 3 estudiantes que usaron el servicio DOP, el 80,0% se encuentra muy satisfecho con el servicio, el 20,0% está satisfecho. La totalidad de los porcentajes se observan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.18.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN
DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y
PSICOLOGÍA SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015

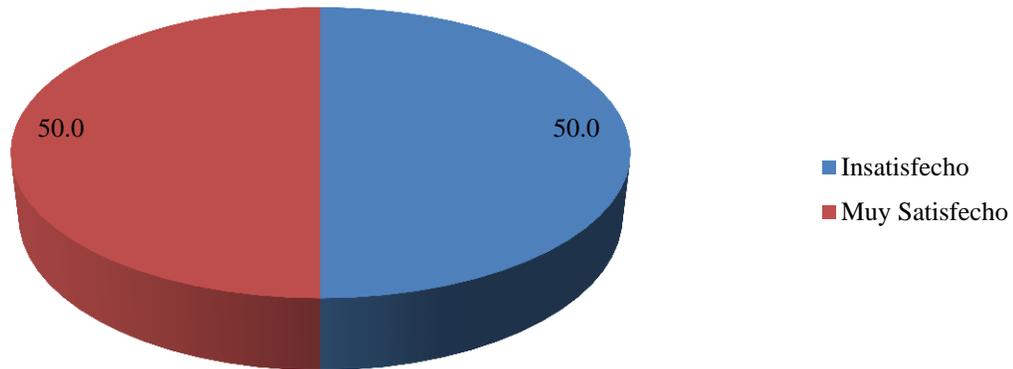


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.18.3

5.18.4 SEDE DE SAN CARLOS.

De los 2 estudiantes que usaron el servicio DOP, el 50,0% se encuentra muy satisfecho con el servicio, el 50,0% está insatisfecho. La totalidad de los porcentajes se observan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.18.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN
DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y
PSICOLOGÍA SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.18.4

5.18.5 SEDE DE LIMÓN.

El único estudiante de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas de la sede de Limón que hace uso del Departamento de Orientación y Psicología se encuentra ni satisfecho, ni insatisfecho con el servicio. Los datos los puede observar en el Anexo 4, Cuadro 5.18.5

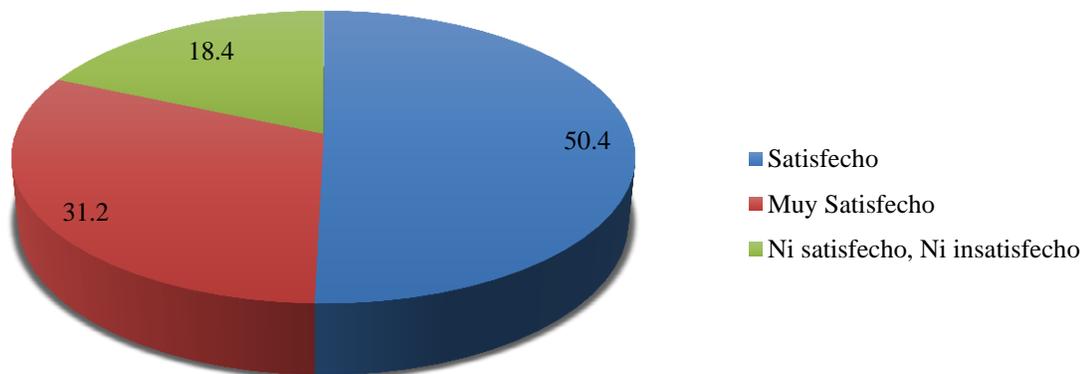
5.19 GRADO DE SATISFACCIÓN EN GENERAL DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO CON LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO.

Se realizó un análisis sobre el grado de satisfacción en general de la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico por parte de los estudiantes de primer ingreso a dicha carrera. El análisis se desarrolló de manera estratificada, por lo que se hace un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.19.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

De los estudiantes encuestados, el 50,4 se encuentra satisfecho con la carrera en general, el 31,2% está muy satisfecho y el 18,4% se encuentra ni satisfecho, ni insatisfecho. Los datos mencionados se ilustran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.19.5
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN
GENERAL DE LA CARRERA
MAYO 2015

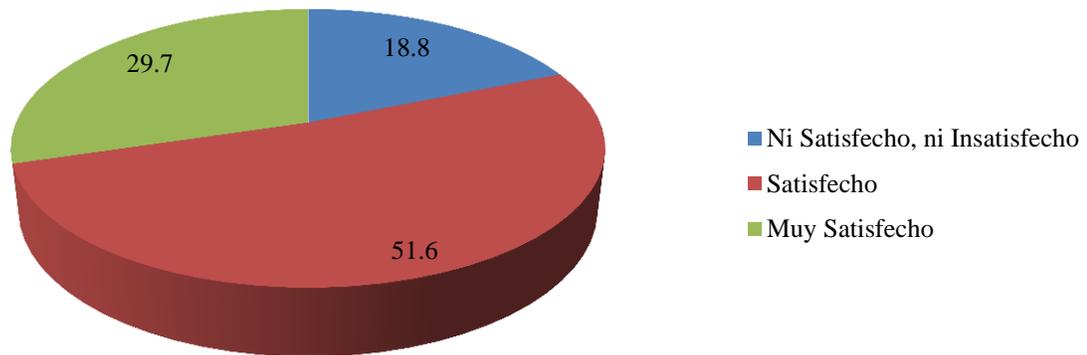


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.19.1

5.19.2 SEDE CARTAGO.

De los estudiantes encuestados, el 51,6% se encuentra satisfecho con la carrera en general, el 29,7% está muy satisfecho y el 18,8% se encuentra ni satisfecho, ni insatisfecho. Los datos mencionados se ilustran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.19.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN
GENERAL DE LA CARRERA ADMINISTRACIÓN EMPRESAS SEDE
CARTAGO
MAYO 2015

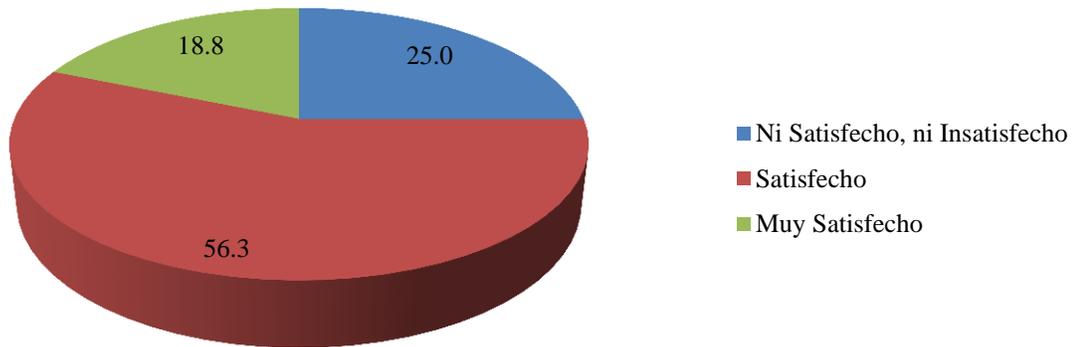


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.19.2

5.19.3 SEDE SAN JOSÉ.

De los estudiantes encuestados de la sede de San José, el 56,3% se encuentra satisfecho con la carrera en general, el 18,8% está muy satisfecho y el 25% se encuentra ni satisfecho, ni insatisfecho. Los datos mencionados se ilustran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.19.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN
GENERAL DE LA CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015

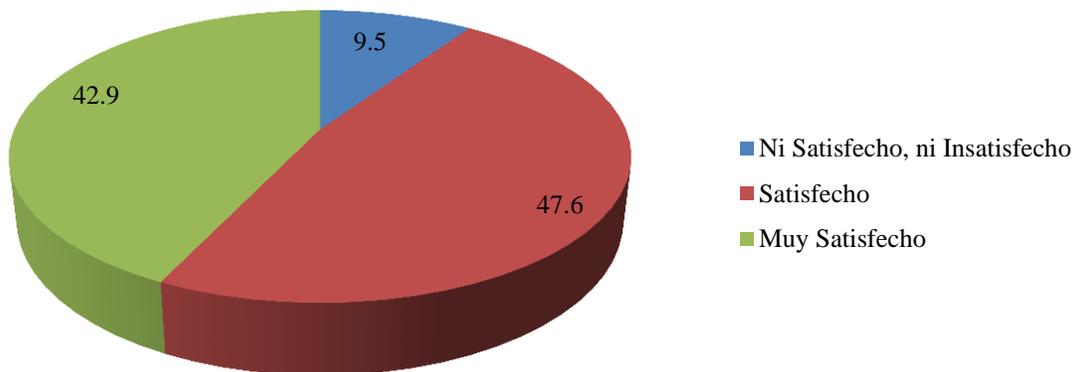


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.19.3

5.19.4 SEDE SAN CARLOS.

De los estudiantes encuestados de la sede de San Carlos, el 47,6% se encuentra satisfecho con la carrera en general, el 42,9% está muy satisfecho y el 9,5% se encuentra ni satisfecho, ni insatisfecho. Los datos mencionados se ilustran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.19.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN
GENERAL DE LA CARRERA ADM INISTRACIÓN DE EMPRESAS
SEDE SAN CRLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.19.4

5.19.5 SEDE DE LIMÓN.

De los 2 estudiantes encuestados, ambos se encuentran ni satisfecho, ni insatisfecho. Los datos se pueden observar en el Anexo 4, Cuadro 5.19.5

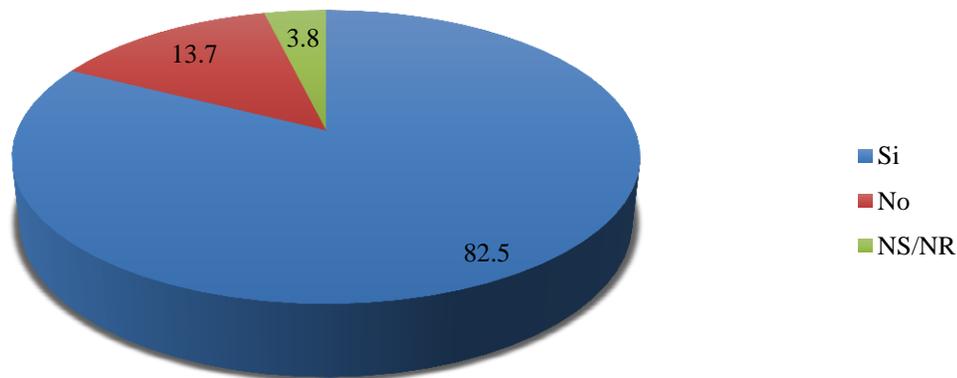
5.20 CONOCIMIENTO DEL PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO.

Se realizó un análisis sobre el conocimiento del plan de estudio de la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico por parte de los estudiantes de primer ingreso a dicha carrera. El análisis se desarrolló de manera estratificada, por lo que se hace un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.20.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

De los estudiantes encuestados de primer ingreso el 82,5% conoce el plan de estudio de la carrera, el 13,7% menciona no tener conocimiento del plan de estudio y el 3% restante NS/NR. Los porcentajes mencionados se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.20.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL
PLAN DE ESTUDIO
MAYO 2015

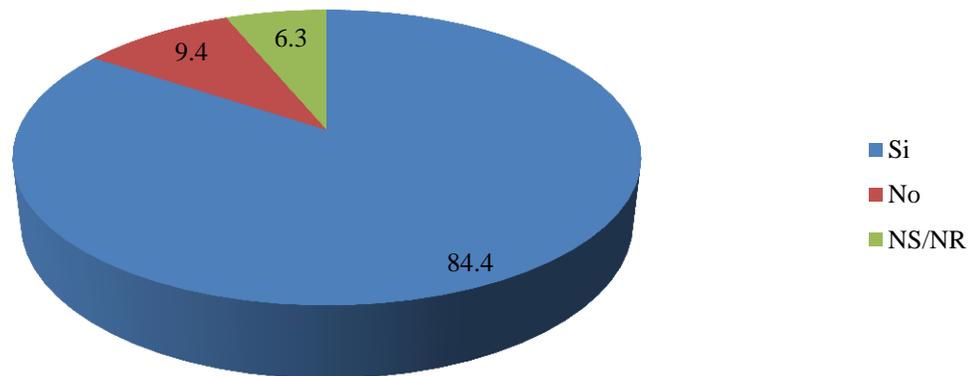


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.20.1

5.20.2 SEDE CARTAGO

De los estudiantes encuestados de primer ingreso el 84,4% conoce el plan de estudio de la carrera, el 9,4% mencionó no tener conocimiento del plan de estudio y el 6,3% restante NS/NR. Los porcentajes mencionados se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.20.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL PLAN
DE ESTUDIO SEDE CARTAGO
MAYO 2015

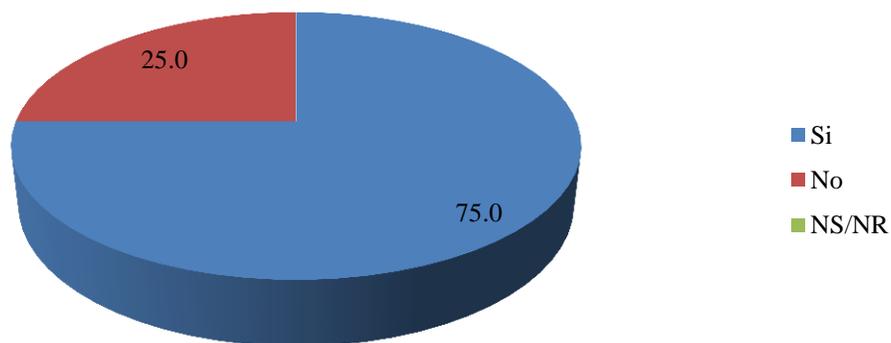


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.20.2

5.20.3 SEDE SAN JOSÉ

De los estudiantes encuestados de primer ingreso el 75,0% conoce el plan de estudio de la carrera, el 25,0% menciona no tener conocimiento del plan de estudio. Los porcentajes mencionados se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.20.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL
PLAN DE ESTUDIO EN EL CENTRO ACADÉMICO SAN JOSÉ
MAYO 2015

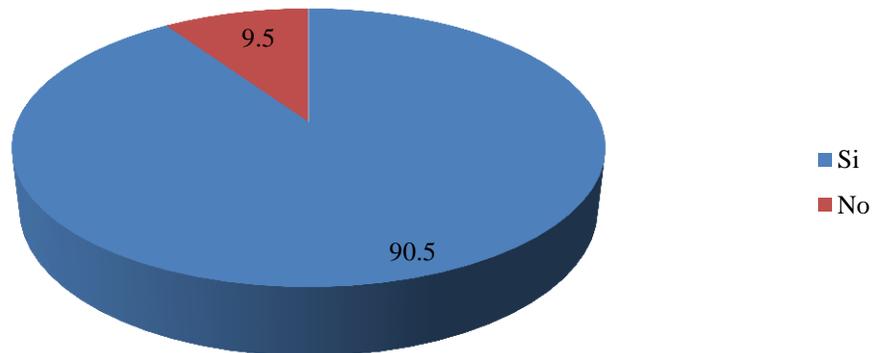


Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.20.3

5.20.4 SEDE SAN CARLOS

De los estudiantes encuestados de primer ingreso el 90,5% conoce el plan de estudio de la carrera, el 9,5% menciona no tener conocimiento del plan de estudio. Los porcentajes mencionados se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.21.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN CONOCIMIENTO DEL
PLAN DE ESTUDIO EN LA SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4, Cuadro 5.20.4

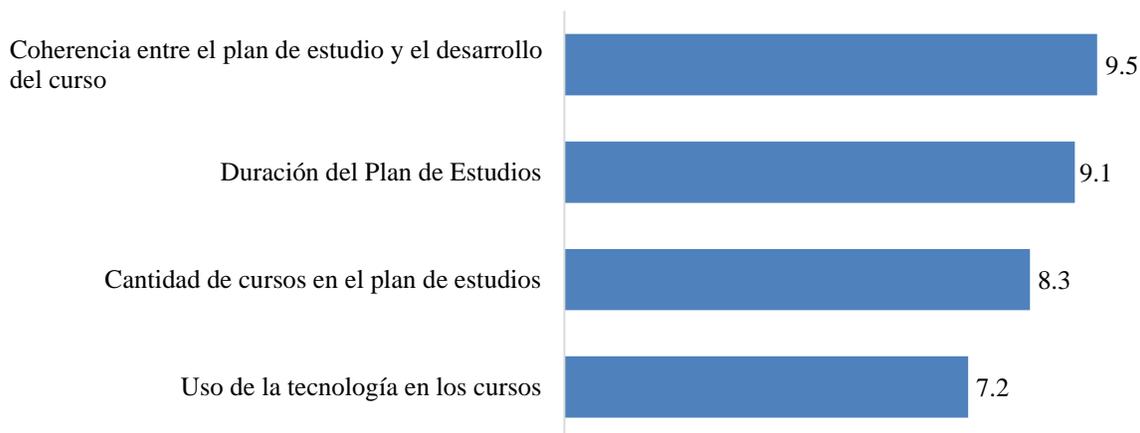
5.20.5 SEDE DE LIMÓN

De los 2 estudiantes encuestados de primer ingreso, ambos no tienen ningún conocimiento sobre el plan de estudio de la carrera. Los datos se pueden observar en el Anexo 4, Cuadro 5.20.5

5.21 CONOCIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO SOBRE LOS ASPECTOS DEL PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO.

Las dos variables con mejor promedio con respecto al plan de estudio son coherencia entre el plan de estudio y el curso con 9,5% duración del plan de estudio con 9,1%. Después con calificación regular están cantidad de cursos con 8,3% y uso de la tecnología en los cursos con un 7,2 siendo esta ultima la variable con calificación más baja. La totalidad de los datos se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.21
PROMEDIO PORCENTUAL SEGÚN EL CONOCIMIENTO DEL
PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.21

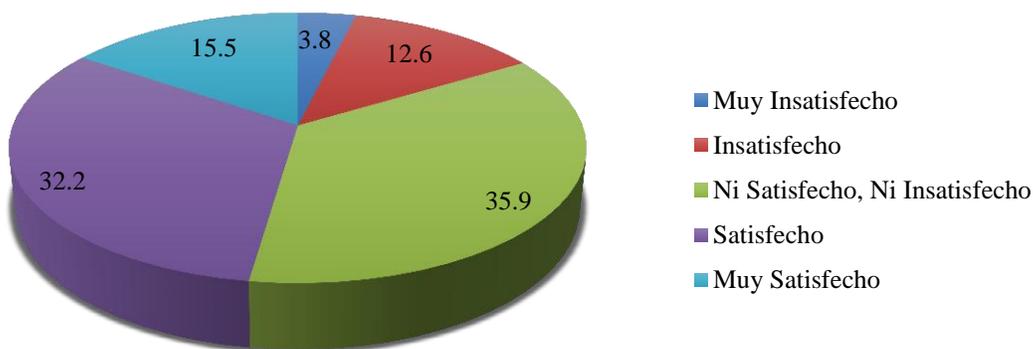
5.22 GRADO DE SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD DE LA SEDE EN DONDE ESTUDIA ACTUALMENTE POR PARTE DEL ESTUDIANTE DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Análisis del grado de satisfacción de la seguridad de la sede en donde se encuentra actualmente el estudiante de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico. El análisis se desarrolló de manera estratificada, por lo que se hace un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.22.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

De los estudiantes encuestados, el 35,9% determino como ni satisfecho ni insatisfecho la seguridad del lugar, el 32,2% mencionó estar satisfecho y el 15,5 % muy satisfecho. Los demás porcentajes se observan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.22.5
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD DEL TECNOLÓGICO
MAYO 2015

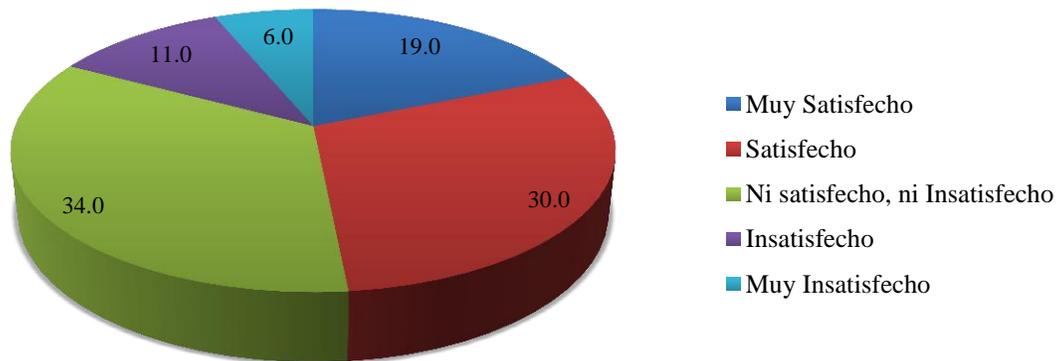


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.22.1

5.22.2 SEDE CARTAGO.

De los 64 estudiantes encuestados en la sede de Cartago, el 34% manifestó no estar satisfecho ni insatisfecho con la seguridad en general de la sede. El 30% dijo estar satisfecho mientras que un 19% confiesa estar muy satisfecho con la misma. Los restantes porcentajes se aprecian en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.22.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD SEDE CARTAGO
MAYO 2015

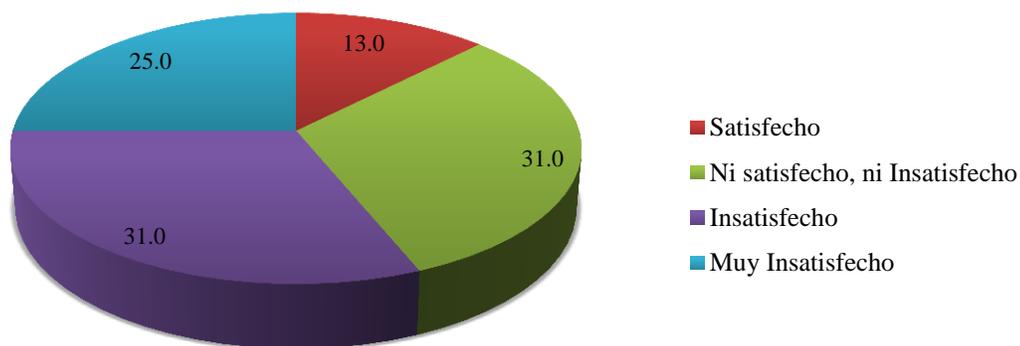


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.22.1

5.22.3 SEDE SAN JOSÉ

De acuerdo al siguiente gráfico, de los 16 estudiantes encuestados en la sede del Centro Académico de San José, un 31% manifestó estar insatisfecho con la seguridad en general de la sede y otro 31% no está satisfecho ni insatisfecho. Un 25% de ellos están muy insatisfechos con la seguridad. El restante 13% está satisfecho.

GRÁFICO 5.22.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD DE LA SEDE - SAN JOSÉ
MAYO 2015

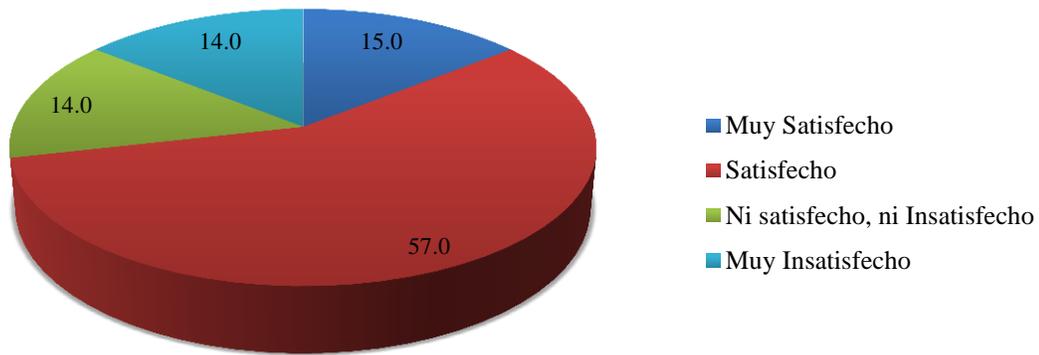


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.22.3

5.22.4 SEDE DE SAN CARLOS

Un 57% de estudiantes encuestados en la sede de San Carlos manifiestan estar satisfechos con la seguridad en general de la sede. El restante 43% se aprecia en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.22.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD DE LA SEDE -
SAN CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.22.4

5.22.5 SEDE DE LIMÓN

De los 2 estudiantes encuestados de la sede de Limón, el 100% manifiestan estar muy insatisfechos con la seguridad en general de la sede. Los datos los puede encontrar en el Anexo 4, Cuadro 5.22.5

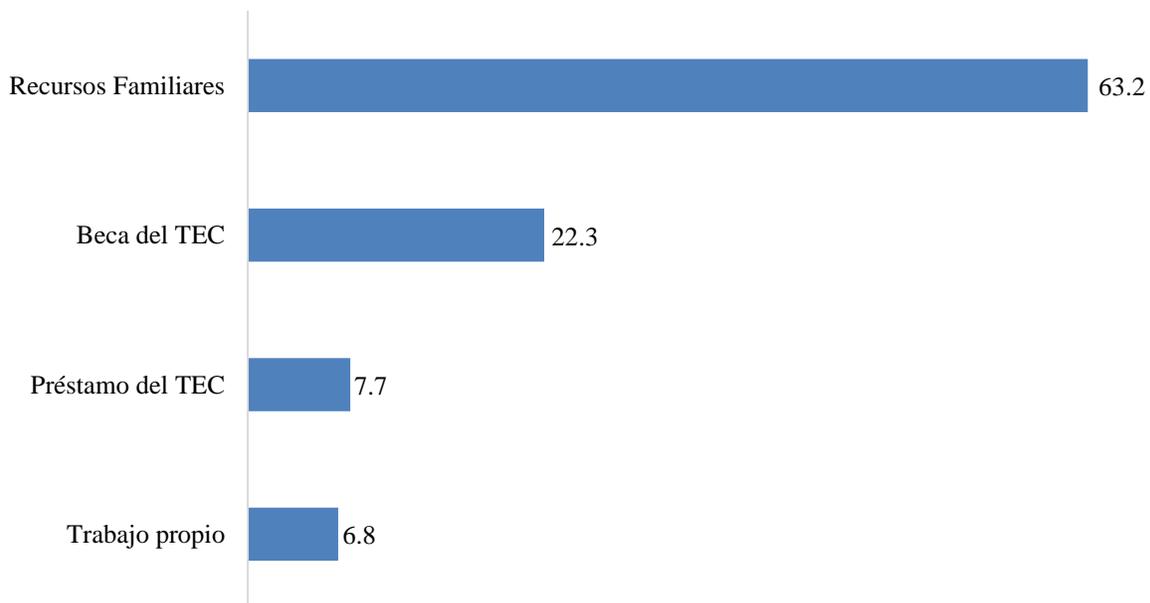
5.23 FORMA DE CUBRIR LOS COSTOS DE LOS ESTUDIOS DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS EN EL TECNOLÓGICO.

Análisis de la forma de costear los estudios de los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico. El análisis se desarrolló de manera estratificada, por lo que se hace un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.23.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

De los estudiantes encuestados, el 63,2% indicaron que costeaban sus estudios mediante recursos familiares, el 22% lo realiza por medio de Beca del Tecnológico, y el 7% con las opciones de préstamos. Los demás porcentajes se ilustran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.23.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN FORMA DE COSTEAR LOS ESTUDIOS
MAYO 2015

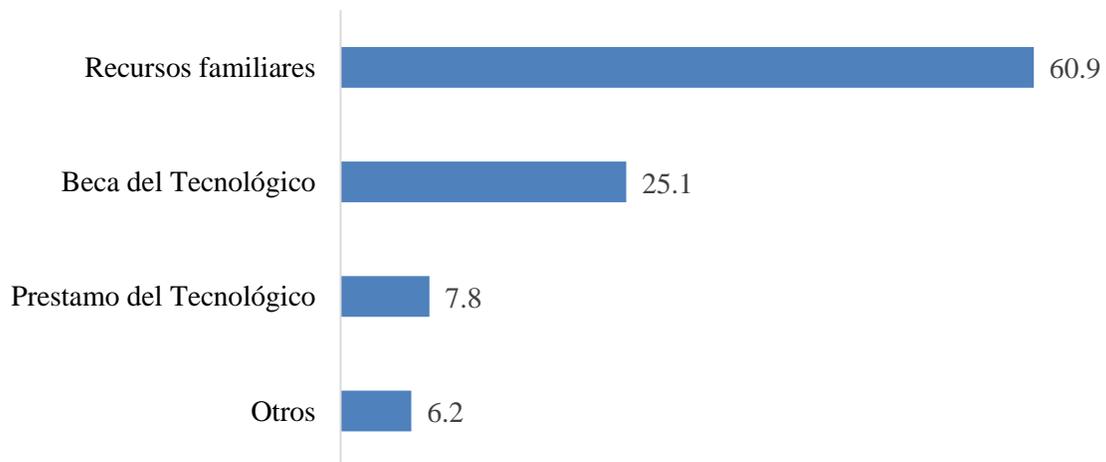


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.23.1

5.23.2 SEDE CARTAGO.

De los 64 estudiantes encuestados, el 60,9 % indicaron que costeaban los estudios mediante recursos familiares, el 25,0% por medio de Beca del Tecnológico, y el 7,8% con las opciones de préstamos. Los demás porcentajes se ilustran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.23.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN FORMA DE COSTEAR LOS
ESTUDIOS SEDE CARTAGO
MAYO 2015

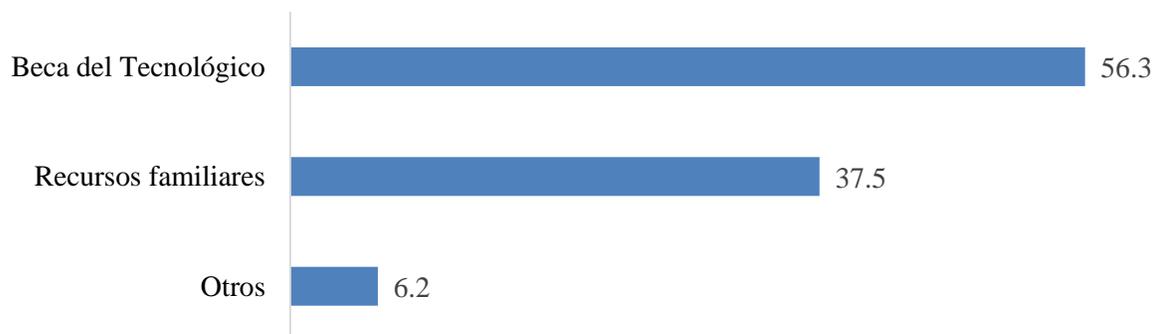


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.23.2

5.23.3 SEDE SAN JOSÉ.

De los 16 estudiantes encuestados, el 56,2% costeaban sus estudios mediante beca, el 37,5% recursos familiares, el 6,2% menciono otro, es importante mencionar que en esta opción se mencionaron recursos propios Los datos se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.23.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN FORMA DE COSTEAR LOS
ESTUDIOS SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015

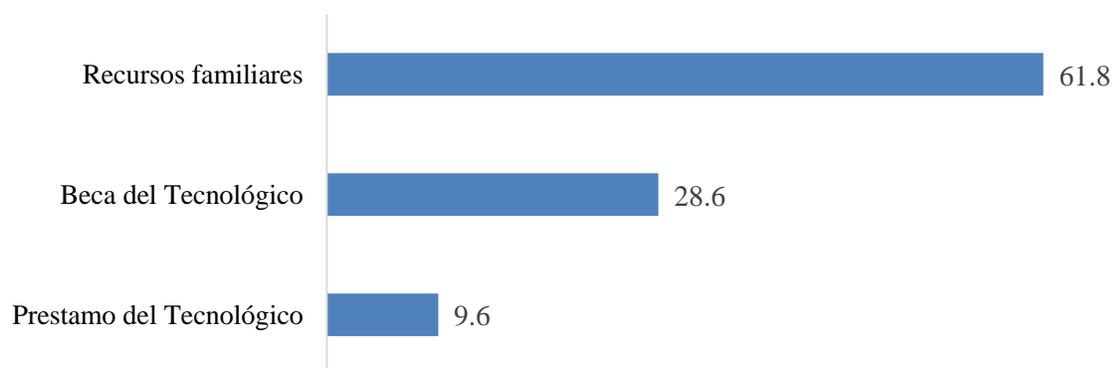


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.23.3

5.23.4 SEDE SAN CARLOS.

De los 21 estudiantes encuestados, el 61,9% mencionó costear sus estudios mediante recursos familiares, el 28,5% menciona Beca del Tecnológico, y el 9,5% lo realiza con préstamo. Los datos se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.23.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN FORMA DE COSTEAR LOS
ESTUDIOS SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.23.4

5.23.5 SEDE DE LIMÓN.

De los 2 estudiantes encuestados, el 100% mencionó costear sus estudios mediante recursos familiares. Los datos se muestran observar en el Anexo 4, Cuadro 5.23.5

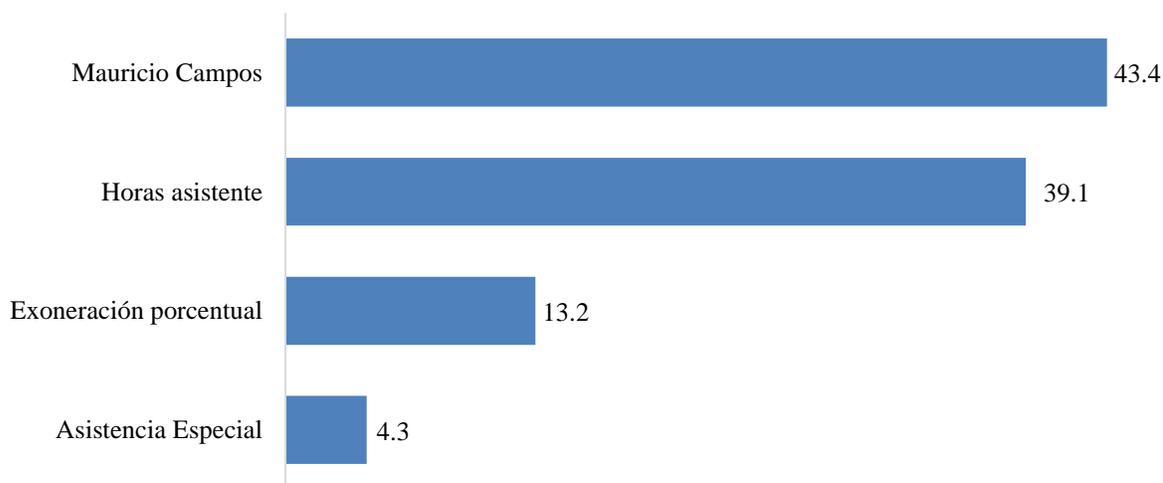
5.24 TIPO DE BECA QUE POSEEN LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO.

Análisis del tipo de beca que poseen los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico. El análisis se desarrolló de manera estratificada, por lo que se hace un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.24.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL.

De los 23 estudiantes de primer encuestados que indicaron si utilizaban algún tipo de beca, el 43,4% posee Beca Mauricio Campo, el 39,1% tiene beca horas asistente y el 13,2% señaló tener exoneración porcentual. La totalidad de los datos se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.24.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN TIPO DE BECA DEL
TECNOLÓGICO
MAYO 2015

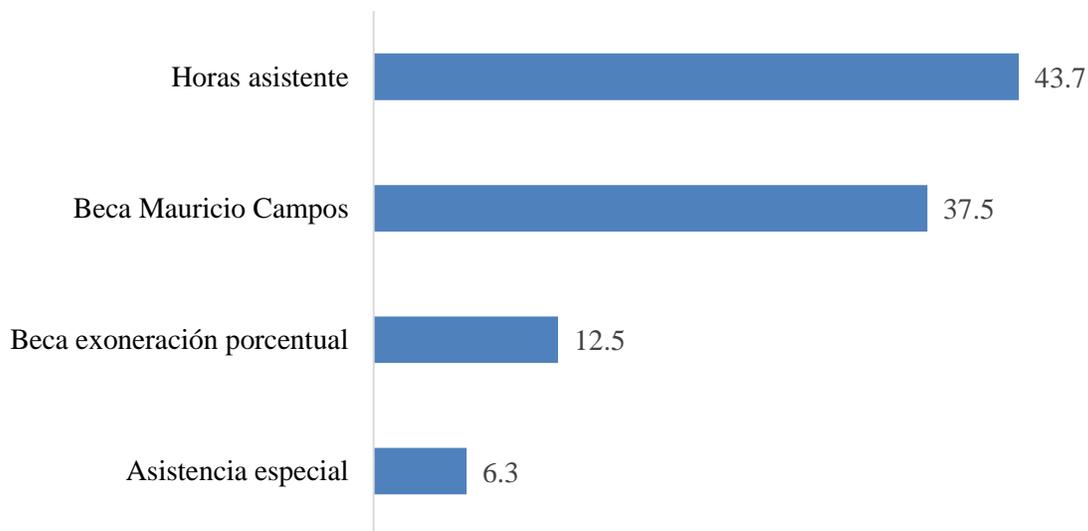


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.24.1

5.24.2 SEDE CARTAGO.

De los 16 estudiantes encuestados que indicaron si utilizaban algún tipo de beca, el 43,7% posee Horas asistente, el 37,5% tiene beca Mauricio Campos y el 12,5% señaló tener exoneración porcentual. La totalidad de los datos se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.24.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN TIPO DE BECA SEDE
CARTAGO
MAYO 2015

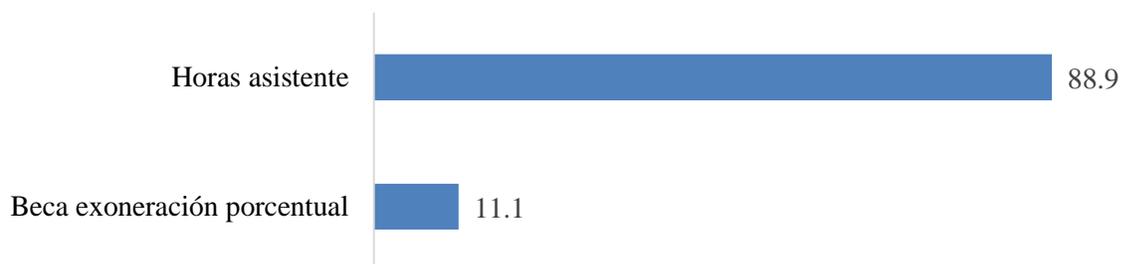


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.24.2

5.24.3 SEDE SAN JOSÉ.

De los 9 estudiantes encuestados que indicaron si utilizaban algún tipo de beca, el 88,8% posee Horas asistente, el 11,1% señaló tener exoneración porcentual. Los datos se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.24.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN TIPO DE BECA SEDE SAN
JOSÉ
MAYO 2015

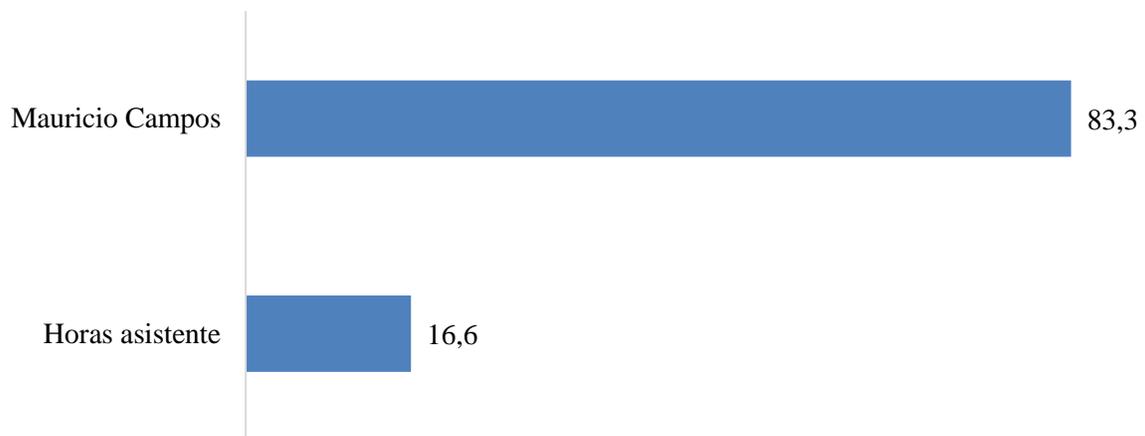


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.24.3

5.24.4 SEDE SAN CARLOS.

De los 6 estudiantes encuestados que indicaron si utilizaban algún tipo de beca, el 83,3% posee Beca Mauricio Campos, y el 16,6% señaló tener beca de horas asistente. Los datos se muestran en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.24.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN TIPO DE BECA SEDE SAN
CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.24.4

5.24.5 SEDE LIMÓN.

En la sede de Limón ninguno de los dos estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas cuenta con Beca del tecnológico. Datos los puede observar en el Anexo 4, Cuadro 5.24.5

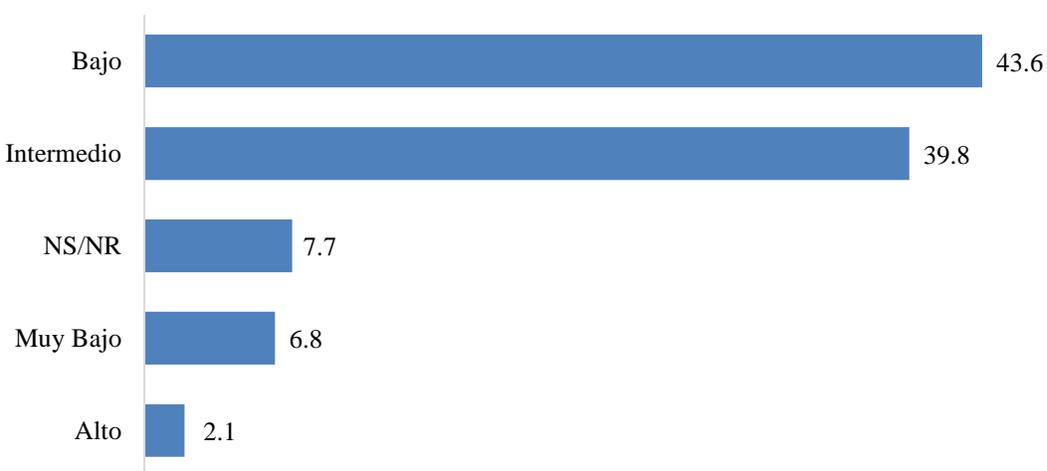
5.25 OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO A LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS EN RELACIÓN A LOS COSTOS DE MATRÍCULA DEL TECNOLÓGICO COMPARADO CON OTRAS UNIVERSIDADES (PÚBLICAS Y PRIVADAS)

Análisis de la opinión de los estudiantes de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico en relación a los costos de matrícula del tecnológico. El análisis se desarrolló de manera estratificada, por lo que se hace un gráfico y análisis por cada sede: Centro Académico de Cartago, San José, San Carlos y Limón, también se presenta un gráfico y análisis que abarca las cuatro sedes.

5.25.1 TECNOLÓGICO EN GENERAL

De los estudiantes encuestados, el 43,6% señaló que los costos son bajos, el 39,8% mencionó que los costos son intermedios y el 8% dijo NS/NR. Los demás datos se detallan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.25.1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN COSTO DE LA
MATRÍCULA COMPARADO CON OTRAS UNIVERSIDADES
MAYO 2015

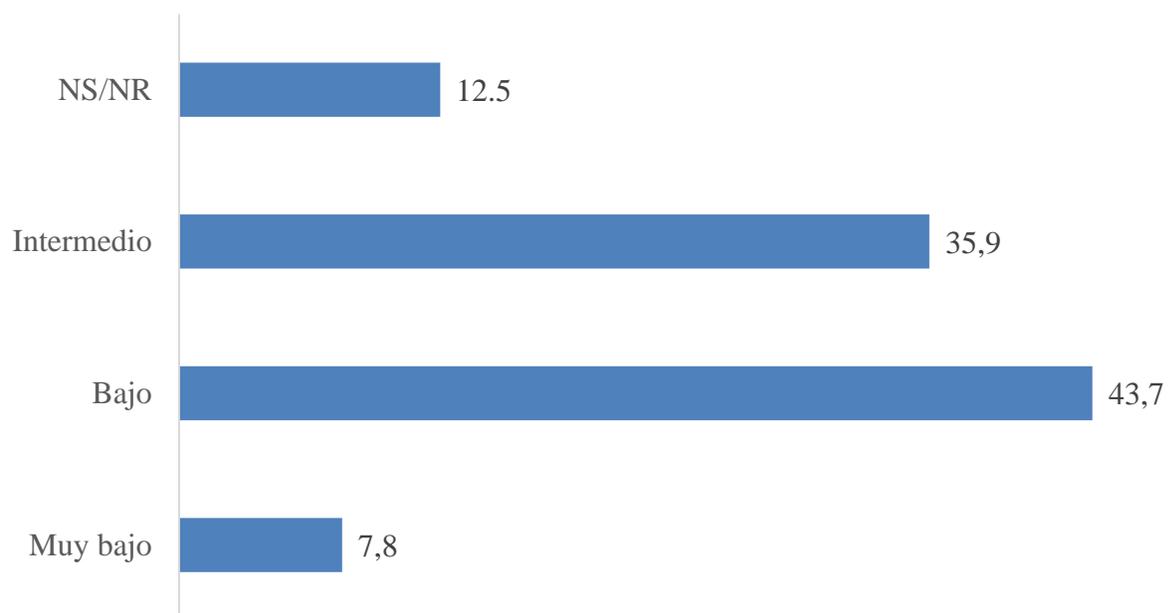


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.25.1

5.25.2 SEDE CARTAGO

De los estudiantes encuestados, el 43,7% señaló que los costos son bajos, el 35,9% mencionó que los costos son intermedios y el 12,5% dijo NS/NR. La totalidad de los porcentajes se detallan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.25.2
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN COSTO DE LA MATRICULA
COMPARADO CON OTRAS UNIVERSIDADES
SEDE CARTAGO
MAYO 2015

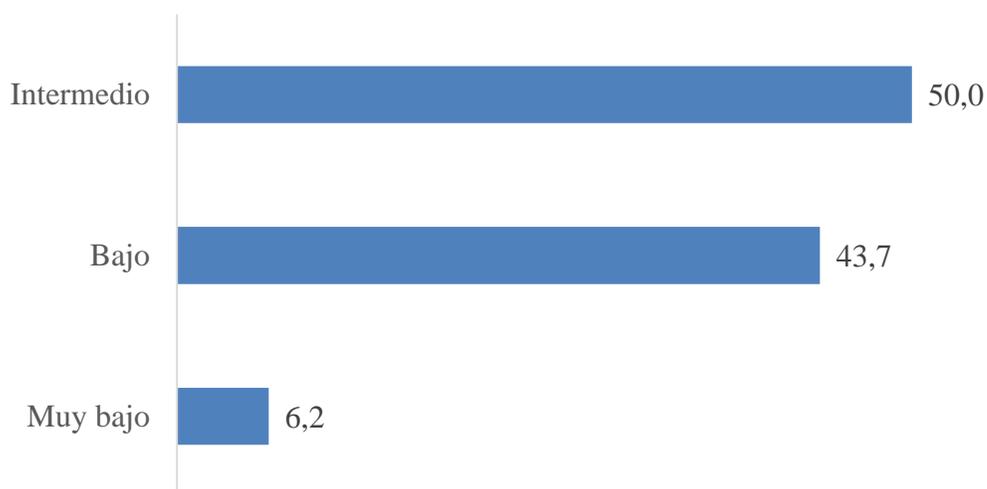


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.25.2

5.25.3 SEDE SAN JOSÉ

De los estudiantes encuestados, el 50,0% señaló que los costos son intermedios, el 43,7% mencionó que los costos son bajos y el 6,2% dijo muy bajo. Los porcentajes se detallan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5.25.3
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN COSTOS DE LA
MATRICULA COMPARADO CON OTRAS UNIVERSIDADES-
SEDE SAN JOSE
MAYO 2015

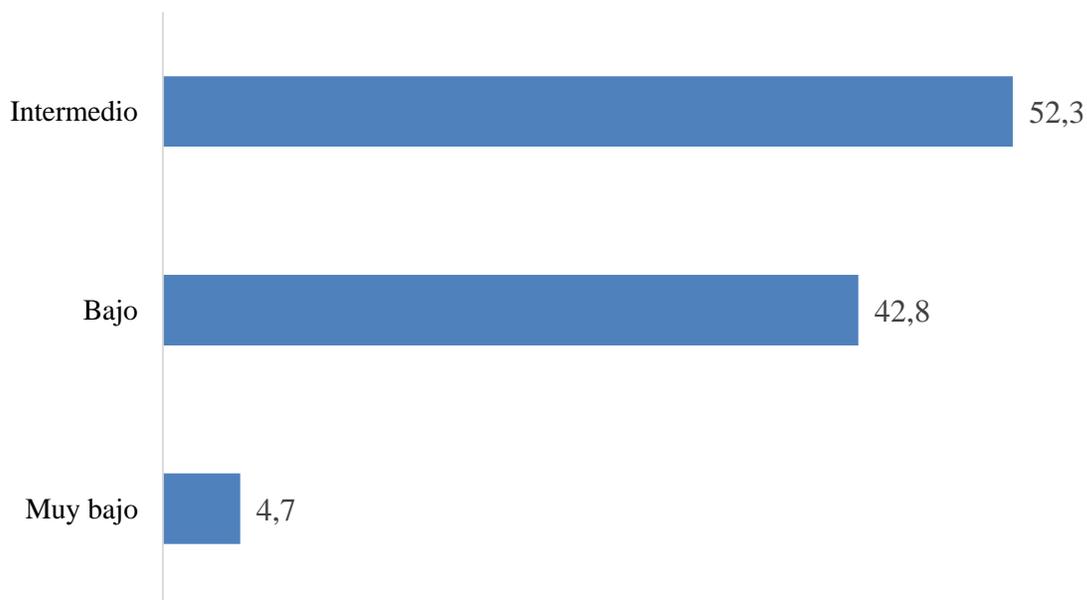


Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.25.3

5.25.4 SEDE SAN CARLOS

El 52,3% señaló que los costos son intermedios, el 42,8% mencionó que los costos son bajos y el 4,7% dijo muy bajo. Los porcentajes se detallan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 5. 25.4
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN COSTOS DE LA
MATRICULA COMPARADO CON OTRAS
UNIVERSIDADES SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015



Fuente: Anexo 4. Cuadro 5.25.4

5.25.5 SEDE LIMÓN

Un estudiante de primer ingreso a la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas señaló que los costos de matrícula comparada con otras universidades son alto, y el otro estudiante mencionó bajo, Los porcentajes se observan en el Anexo 4, Cuadro 5.25.5

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente capítulo se pretende enlistar una serie de conclusiones y recomendaciones, las cuales son alcanzadas del análisis de los datos recolectados

6.1 CONCLUSIONES

Una vez analizada la información obtenida del presente estudio se derivan una serie de conclusiones, las cuales se detallan a continuación:

- ✓ Se concluye que el perfil general de los estudiantes de primer ingreso son de género femenino, entre rangos de edad de 18 a menos de 20 años, que residen en la provincia de Cartago y San José con horario diurno; y actualmente no se encuentran laborando.
- ✓ En la sede de Cartago, se determinó que el perfil del estudiante en su mayoría son de género femenino, con edades menores a 18 años, que viven en la provincia de Cartago, con horario diurno y actualmente no se encuentran laborando.
- ✓ En la sede de San José, se concluye que el perfil del estudiante en su mayoría son Hombres, entre rango de edad de 18 a menos de 20 años, que residen en la provincia de San José. con horario nocturno, y no laboran.
- ✓ Para la sede de San Carlos, el perfil del estudiante en su mayoría son de género Masculino, que presentan edades de 18 a menos de 20 años, que se ubican en la provincia de Alajuela, con horario mixto, y se encuentran únicamente estudiando.
- ✓ Para la sede de Limón, es importante resaltar que se entrevistaron dos personas, un hombre y una mujer, con edades menores a 18 años, que habitan en la provincia de Limón, con horario mixto y no están laborando.
- ✓ Las razones que motivan a los estudiantes de primer ingreso para seleccionar la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico son el prestigio, la calidad de la institución y las mejores oportunidades laborales que se obtienen al estudiar en el Tecnológico.
- ✓ Los estudiantes encuestados de la sede de Cartago eligieron calidad, prestigio y mejores oportunidades laborales como principales razones para elegir la carrera.
- ✓ En la sede de San José, se destacó como principales razones para escoger la carrera el prestigio, calidad y mejores oportunidades laborales.

- ✓ Para los encuestados de la sede de San Carlos, la calidad, prestigio y mejores oportunidades laborales fueron determinantes para optar por la carrera.
- ✓ En la sede de Limón, se concluye que los dos estudiantes eligieron como principales razones el prestigio, calidad y mejores oportunidades laborales para seleccionar la carrera.
- ✓ Se determinó que el grado de satisfacción con la infraestructura del Tecnológico en general, son muy satisfecho con la biblioteca, satisfecho con las zonas de recreo y las aulas. Por otro lado, las variables de infraestructura que los encuestados clasificaron como bajas están ni satisfecho, ni insatisfecho con las zonas de parqueo, están insatisfechos con la fotocopiadora y muy insatisfechos con los baños.
- ✓ Para la sede de Cartago, se concluye que se encuentran muy satisfechos con la biblioteca, satisfechos con el equipamiento de las aulas, ni satisfecho ni insatisfecho con las zonas de recreo y parqueos, insatisfechos son los baños y muy insatisfechos con la fotocopiadora.
- ✓ En la sede de San José, los estudiantes determinaron estar muy satisfechos con la biblioteca, satisfechos con las zonas de recreo, ni satisfechos ni insatisfechos con los baños, insatisfechos con los parqueos y muy insatisfechos con el equipamiento de las aulas y la fotocopiadora.
- ✓ Para los estudiantes que se encuentran en la sede de San Carlos se determina que se encuentran muy satisfechos con la biblioteca, satisfechos con las zonas de recreo, ni satisfechos ni insatisfechos con el parqueo y el equipamiento de las aulas, insatisfechos con la fotocopiadora y muy insatisfechos con los baños.
- ✓ En la sede de Limón, se destaca que los dos estudiantes se encuentran muy satisfechos con la biblioteca, satisfechos con las zonas de recreo, ni satisfechos ni insatisfechos con los parqueos y la fotocopiadora, insatisfechos con el equipamiento de las aulas, y muy insatisfechos con los baños.
- ✓ Para conocer la opinión de los estudiantes de primer ingreso acerca de los servicios de alimentación y soda que ofrece el Tecnológico en general se concluye que este se encuentran muy satisfechos con el servicio de cobro y servido, satisfechos con el precio de los productos que se ofrecen en las diferentes restaurantes y sodas de las sedes, En cuanto a los aspectos que clasificaron como insatisfechos están el sabor de la comida y muy insatisfechos con la variedad de productos.

- ✓ Los estudiantes encuestados de la sede de Cartago opinaron estar muy satisfechos con el servicio de cobro y servido, satisfechos con los precios, insatisfechos con el sabor de la comida, y muy insatisfechos con la variedad de los productos.
- ✓ Para la sede de San José, se concluye que los estudiantes se mostraron muy satisfechos con el servicio de cobro y servido, satisfechos con los precios, están insatisfechos con la variedad de productos y muy insatisfechos con el sabor de la comida.
- ✓ En la sede de San Carlos, se logró determinar que los estudiantes están muy satisfechos con el servicio de cobro y servido (mismo grado de satisfacción que los estudiantes de las sedes de Cartago y San José), satisfechos con los precios, insatisfechos con la variedad de los productos y muy insatisfechos con el sabor de la comida.
- ✓ Para la sede de Limón se determinó que los estudiantes están muy satisfechos con los precios de los productos, satisfechos con el servicio de cobro y servido, insatisfechos con el sabor de la comida, y muy insatisfechos con la variedad de los productos.
- ✓ En cuanto a los elementos externos que influyen en el Tecnológico en general, se determinó que los estudiantes se encuentran muy satisfechos con el acceso al transporte público y satisfecho con el horario de buses, como regular la facilidad de traslado desde su casa. Por otro lado, entre las variables que reportaron menores calificaciones están el ambiente universitario con la seguridad del lugar en donde se encuentra la sede.
- ✓ Para conocer específicamente los factores externos de la sede de Cartago, se concluye que los estudiantes se encuentran muy satisfechos con el horario de buses de transporte público, satisfechos con el acceso al transporte público ni satisfecho ni insatisfecho con la facilidad de traslado de su casa, insatisfechos con la cercanía con otros centros universitarios, y muy insatisfechos con la seguridad de los alrededores.
- ✓ En la sede de San José, los estudiantes de primer ingreso mostraron estar muy satisfechos con el acceso al transporte público, satisfechos con la facilidad de traslado de su casa, ni satisfecho ni insatisfecho con la cercanía de centros universitarios, insatisfechos con comercios complementarios a la universidad y muy insatisfechos con la seguridad de los alrededores y el ambiente universitario.

- ✓ Para los estudiantes encuestados en la sede de San Carlos, se concluye que se encuentran muy satisfechos con el acceso al transporte público, satisfechos con el horario de buses de transporte público, ni satisfechos ni insatisfechos con la facilidad de traslado a su casa, insatisfechos con el ambiente universitario, y muy insatisfechos con la seguridad de los alrededores.
- ✓ En la sede de Limón, se encuentran muy satisfechos con el acceso al transporte público, satisfechos con la facilidad de traslado de su casa, ni satisfecho ni insatisfecho con los comercios complementarios a la universidad, insatisfechos con el ambiente universitario, y muy insatisfechos con la seguridad de los alrededores.
- ✓ Se determina que la seguridad en general de los alrededores de las sedes donde se encuentra estudiando el encuestado de primer ingreso es insatisfecha. Es importante destacar que la disconformidad con la seguridad proviene de las cuatro sedes encuestadas, sin embargo la inseguridad aumenta primordialmente en las sedes de San José y Limón.
- ✓ Se determinó que el servicio de una ruta periférica en los horarios nocturnos hacia la parada de los buses de los estudiantes si incidiría para seleccionar la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico.
- ✓ En la sede de Cartago, la mayoría mencionó que una ruta periférica en horario nocturno si incidiría para seleccionar la carrera.
- ✓ Establecer una ruta periférica en horario nocturno para la sede de San José seria determinante para seleccionar la carrera.
- ✓ Para la sede de San Carlos se concluye que una ruta periférica en horario nocturno influenciara en la elección de la carrera.
- ✓ Se concluye que los estudiantes encuestados de la sede de Limón opinan igual que los estudiantes de las sedes de Cartago, San José y San Carlos.
- ✓ Se concluye que la mayoría de los encuestados conocen los servicios de salud, de orientación y psicología que ofrece el Tecnológico, sin embargo, pocos encuestados han hecho uso de estos servicios.
- ✓ En la sede de Cartago, la mayoría de los encuestados si conocen los servicios de salud pero no lo han utilizado. Por otro lado, no conocen los servicios de orientación y psicología y tampoco los han utilizado.

- ✓ Para la sede de San José se concluye que los encuestados no conocen los servicios de salud ni tampoco su utilización. También, los estudiantes de esta sede no tienen conocimiento de los servicios de orientación y psicología y no los han utilizado.
- ✓ Los encuestados de la sede de San Carlos si conocen los servicios de salud y si los han utilizado. En cuanto al servicio de orientación y psicología si lo conocen, sin embargo no se ha utilizado.
- ✓ Para los dos estudiantes de la sede de Limón, uno si conoce, el otro no conoce de los servicios de salud y ninguno ha utilizado el servicio, No obstante, si conocen los servicios de orientación y psicología y una persona si lo ha utilizado.
- ✓ Se concluye que para las sedes de Cartago, San José y San Carlos el grado de satisfacción de los estudiantes de primer ingreso con la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico es satisfecho. Sin embargo, en la sede de Limón se determina que los dos estudiantes están ni satisfechos, ni insatisfechos con la carrera.
- ✓ Se concluye que los estudiantes de las cuatros sedes de primer ingreso se encuentran muy satisfechos con la coherencia del plan de estudio y satisfechos con la cantidad de cursos en el plan de estudio, por otra parte, en cuanto a las categorizaciones desfavorables se encontraron, que el estudiante se encuentra insatisfecho con la duración del plan de estudio y muy insatisfecho con el uso de la tecnología en los cursos.
- ✓ Para la sede de Cartago, San Carlos y Limón se concluye que la forma de costear los estudios de la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico es mediante los recursos familiares. Los estudiantes de la sede de San José lo hacen mediante beca del Tecnológico, generalmente este tipo de beca es de horas asistente.
- ✓ Se determinó que la opinión de los estudiantes de San José y San Carlos de primer ingreso acerca del costo de matrícula y créditos comparado con las otras universidades públicas y privadas son precios intermedios, para los estudiantes de la sede de Cartago los precios son relativamente bajos, para la sede de Limón un estudiante considero el precio alto y el otro bajo.

6.2 RECOMENDACIONES

- ✓ En primera instancia, se propone a la Escuela de Administración de empresas del Tecnológico realizar un plan de seguimiento a los estudiantes de primer ingreso, donde se brinde información de los beneficios de la carrera, así como charlas gerenciales, que motiven a los estudiantes a continuar con la carrera, esto con el fin de minimizar la deserción, mantener al alumno motivado, y con esto el estudiante pueda recomendar la carrera.
- ✓ La Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico debe incentivar la capacitación de su personal docente, realizando charlas mensuales con el objetivo de mantener actualizado los conocimientos de los profesores y, estos puedan transmitirlo a los estudiantes de primer ingreso. De este modo, se busca fortalecer el prestigio de la institución y la calidad de los cursos, que son considerados importantes por los encuestados cuando deciden seleccionar la carrera de Bachillerato del Tecnológico.
- ✓ Se recomienda que la Escuela de Administración de Empresas junto con Rectoría y el Departamento de Ingeniería del Tecnológico realicen mejoras en las infraestructuras de baños, parqueos, fotocopiadoras, principalmente en la sede del Centro Académico debido a que fue una de las sedes con mayor disconformidad entre los encuestados.
- ✓ Para los aspectos que surgieron como desfavorables en cuanto a los servicios de alimentación y/o soda los cuales fueron el sabor de la comida y la variedad de los productos, se determina que son factores externos a la Escuela de Administración de Empresas, es decir, no se pueden controlar, sin embargo, la Escuela debe realizar propuestas al Departamento de Rectoría para buscar la mejora continua de estos servicios.
- ✓ Se recomienda a la Escuela de Administración de Empresas realizar, crear actividades juveniles conciertos, charlas, torneos, específicamente para la población de primer ingreso, esto con el objetivo de incentivar el ambiente universitario en la institución, Además, se propone reforzar la seguridad en los alrededores del Tecnológico principalmente en horarios nocturnos de las sedes del Centro Académico y Limón.

- ✓ Se propone a la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico que en las sedes donde se impartan lecciones en horario nocturno implemente el servicio de una ruta periférica hasta la parada de buses de los estudiantes, esto con el fin de incrementar la matrícula y así mismo dar seguridad a la población estudiantil.
- ✓ Para dar a conocer mayormente los servicios de salud, psicología y orientación se recomienda que la Escuela de Administración de Empresas implemente métodos de divulgación eficientes con el objetivo de que toda la población. En este apartado se puede utilizar toda la plataforma de inversión de redes sociales en donde se puede segmentar a las personas a las cuales se les quiere que les aparezca la información y poder tener un alcance inteligente de la información.
- ✓ Debido a que el grado de satisfacción de los estudiantes de la carrera de Bachillerato en general que imparte la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico es satisfecho, esto al considerarse como una ventaja para la Escuela se plantea que continúe formando profesionales de alta calidad y excelencia académica, sin embargo para implementar una mejora continua, se deben considerar las propuestas mencionadas en esta investigación.
- ✓ Se recomienda a la Escuela realizar revisiones curriculares (plan de estudio 231 y 232) con el propósito de implementar mejoras en cuanto a la valoración de la duración de los cursos y el uso de la tecnología en los mismos.
- ✓ Debido a que la mayoría de los estudiantes de primer ingreso se costean mediante recurso familiares, se propone a la Escuela de Administración de Empresas difundir en las clases brochures de los tipos de becas y/o financiamientos que ofrece el Tecnológico. Igualmente incentivamos el uso de plataformas de redes sociales y todo su sistema de inversión de publicaciones.

- ✓ Para los costó de matrícula y créditos al ser un costo estandarizado por el Tecnológico, se impide que la Escuela pueda modificarlo o alterarlo, no obstante, la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico puede explotar esta ventaja como una estrategia competitiva en costos frente a las otras universidades públicas y privadas.

CAPÍTULO VII: SITUACIÓN ACTUAL DE MERCADO

En este capítulo se pretende mostrar la situación actual mercadológica de la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica, por lo que se explicará la situación del mercado, del producto, la competencia, la distribución y por último el macro ambiente.

7.1 SITUACIÓN DEL MERCADO

De acuerdo con la presente investigación se visualizó que, el mercado de la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico son estudiantes de primer ingreso de género femenino, entre rangos de edades de 18 a menos de 20 años, que residen en la provincia de Cartago y San José con un horario diurno; y que actualmente no se encuentran laborando.

7.2 SITUACIÓN DEL PRODUCTO

Según la base de datos otorgada por la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico al primer semestre del 2015, ingresaron 303 estudiantes a la carrera de Bachillerato. De acuerdo, con la página web del tecnológico de Costa Rica (2015) el graduado de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico tiene competencias esenciales para el desempeño profesional, tanto en el sentido intelectual, como ético, social y afectivo, capacidades para Implementar políticas en la empresa en materia administrativa; planear, organizar, dirigir y controlar proyectos en una empresa; identificar, evaluar y proponer alternativas para la solución de problemas existentes en materia de administrativa, elaborar y coordinar planes administrativos y/o estratégicos para una empresa, Se plantea que los estudiantes que ingresan a la carrera de Administración de Empresa desarrollan capacidades generales de manera tan eficiente y apropiada para poder emprender y construir una nueva empresa.

7.3 SITUACIÓN COMPETITIVA

Actualmente, la competencia a nivel interno, es casi nula esto porque dentro del Tecnológico de Costa Rica no existe otra carrera que sea similar a esta.

Por otro lado, a nivel externo, la carrera de Administración de Empresas al ser una unas de las carreras más impartidas por todas las universidades del país (públicas y privadas), se identificó por la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico que existe competencia directa

con las universidades públicas (UCR, UNA, UNED, UTN), y universidades privadas (ULATINA, ULACIT, etc..) tomando como ejemplo una universidad pública, dentro de las ventajas que posee el Bachillerato de la UCR sobre la carrera de Bachillerato Administración de Empresas del Tecnológico se pueden mencionar, que los graduados tienen mayores habilidades de capacidades humanísticas y de relacionarse con las personas, lo mencionado anteriormente se ve reflejado en el plan de estudio de Bachillerato y licenciatura en la carrera de Dirección de Empresas, localizado en la página web de la UCR (2015), donde se imparten gran cantidad de cursos de Humanidades. Por el contrario, en cuanto a las debilidades del Bachillerato de la UCR se pueden mencionar que existe escasamente uno o dos cursos en temas de contaduría, finanzas y mercadeo.

También, se investigó el plan de estudio de Bachillerato de Administración de Negocios de la Universidad Latina localizado en la página web de la Universidad Latina (2015), se destacaron algunas ventajas como en la implementación de la tecnología en los cursos, la duración de la carrera (2 años y 8 meses), la cantidad de cursos de inglés, las facilidades de acceso de horarios y sedes de la carrera, en ejemplo, esta universidad posee una gran cobertura geográfica con sedes en Perez Zeledón, Canoas, Guápiles, Cañas, Santa Cruz, Grecia, Por otro lado en cuanto a las debilidades del Bachillerato de la Universidad Latina se rescató que la carrera al abarcar una duración poca no se adquiere el conocimiento necesario para abarcar todos los temas en el campo de matemáticas, calculo, mercadeo, contabilidad, finanzas, y esto se refleja en la escasa cantidad de este tipo de cursos en el plan.

Por último, la ventaja competitiva de estas dos universidades para la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico se considera alta debido a que se identificaron diversas fortalezas importantes que la Escuela no posee actualmente, no obstante el Tecnológico, se difiere debido a la alta calidad de sus cursos y docentes, el prestigio de la institución en el mercado laboral así como los costos bajos de matrícula.

7.4 SITUACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN

Con base a la presente investigación, se determinó que la gran mayoría de los estudiantes de primer ingreso de la carrera de Bachillerato de la Escuela de Administración de Empresas

Tecnológico de Costa Rica se encuentran ubicados en la Gran Área Metropolitana, Cartago, San José, y Alajuela.

7.5 SITUACIÓN DEL MACRO AMBIENTE

En este apartado se pretende estudiar los entornos que rodean a la Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica.

7.5.1 Demografía

Según datos de la Escuela (2015), actualmente la carrera posee 303 estudiantes de primer ingreso inscritos para el programa de Bachillerato. Es importante mencionar que el crecimiento de los estudiantes se ha incrementado en los últimos años, principalmente en la modalidad nocturna esto debido a que la Escuela ha buscado abarcar mayor cantidad de mercado en la población estudiantil,

7.5.2 ECONOMÍA

La Escuela Administración de Empresas del Tecnológico al pertenecer a una Universidad Pública, hace que la carrera de Administración de Empresas sea accesible económicamente para la mayoría de la población por ejemplo: los costos totales del semestre de los cursos de Bachillerato son ₡201.075,00 colones y la matrícula cuesta ₡4.330,00 colones, (TEC,2015) esto es relativamente barato comparado con otras Universidad Privadas del país, en ejemplo la Universidad Latina donde la matrícula de Bachillerato cuesta 50,000 el costo de los cursos están entre 60,00 colones y 80,000 colones. (ULATINA, 2015).

Además, en el TEC el estudiante tiene la posibilidad de adquirir becas que paguen parcial o total los derechos de estudio, por lo que esto es una gran ayuda para la población estudiantil, en especial aquellos estudiantes procedentes de zonas rurales. Por otro lado, la Escuela ofrece servicios que se ofertan a las empresas privadas y públicas, esto se realiza a través de la Fundación Tecnológica de Costa Rica (FUNDATEC), se han brindado servicios en las áreas de Finanzas, Mercadeo, Contabilidad, Evaluación de Proyectos. Es importante rescatar que esta vinculación se encuentra regida por los lineamientos establecidos entre la FUNDATEC y el TEC, además a raíz de esta vinculación los profesores y la Escuela obtienen cierto porcentaje de

ganancias para utilizarlos en recurso para la escuela, por ejemplo, comprar instrumentos necesarios para la carrera.

7.5.3 TECNOLOGÍA

Este aspecto es importante para la formación profesional académica y la selección de la carrera, ya que al contar con equipos de alta tecnología los procesos de aprendizaje se vuelven fáciles. En la escuela de Administración de Empresas del Tecnológico en la sede de Cartago se cuenta con un laboratorio de Economía experimenta, y un laboratorio de computo, estos ayudan a la mejora continua del aprendizaje del estudiante.

7.5.4 POLÍTICO-LEGAL

La Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico está regulada por diversas normativas internas propias de la Institución, entre las más importantes se encuentran:

1. Contratación del personal académico: el Tecnológico de Costa Rica (TEC) cuenta con un manual de Normas de Contratación y Remuneración del Personal del TEC, específicamente el artículo 10 que indica los procedimientos para la contratación de profesionales. (TEC, 2015)
2. Nivel salarial: El departamento de Recursos Humanos del TEC se rige bajo el Manual de Norma de Remuneración del Personal del TEC, el cual contempla los rubros de ajuste salarial al que tiene derecho el personal académico de la institución. (TEC, 2015)
3. Carga académica: La asignación de está, se rige bajo el Manual de Normas y Procedimientos para el cálculo de la carga del profesor en la institución. (TEC, 2015)
4. Evaluación del desempeño docente: Existe dentro de la institución un sistema de evaluación al docente, la cual es realizada por los alumnos, la evaluación se realiza al final de cada semestre. (TEC, 2015)

CAPÍTULO VIII: PLAN DE MERCADEO

En este capítulo se presenta la Propuesta de Mercadeo para la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica en función de las variables que inciden en los estudiantes de primer ingreso para la selección de la carrera y se plantea en base a uno de los objetivos específicos de la investigación realizada.

Es importante destacar que la propuesta tiene un alcance a la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico y 4 sedes donde se imparte la carrera:

- ✓ Sede Central, Cartago
- ✓ Centro Académico, San José
- ✓ Sede San Carlos
- ✓ Sede Limón

Primeramente se plantea un análisis FODA de la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico; seguidamente los objetivos comerciales que se pretenden alcanzar durante el periodo de vigencia del plan, y en respuesta a ello se establecen las estrategias generales y las estrategias más puntuales y/o programas de acción de acuerdo a las variables producto, precio, plaza y promoción con su respectivo responsable y fecha de aplicación.

El control de las acciones a llevar a cabo se realiza de acuerdo a la naturaleza de cada acción y por medio del colaborador que supervise las acciones del ejecutante.

8.1 ANALISIS FODA

En Este apartado se mencionan las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que enfrenta actualmente la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica

Matriz FODA Escuela de Administración de Empresas, Tecnológico de Costa Rica.

✓ Fortalezas	<ul style="list-style-type: none">✓ Prestigio y reconocimiento educativo✓ Respaldo estatal al ser una institución pública✓ Carrera acredita por SINAES✓ 4 sedes de enseñanza✓ Diversidad de programas de enseñanza✓ Costos de estudio competitivos en comparación con la educación privada✓ Diversas opciones de financiamiento de estudios para estudiantes✓ Bolsas de empleo para los estudiantes y egresados
✓ Oportunidades	<ul style="list-style-type: none">✓ Administración de Empresas es una de las 5 carreras con mayor demanda a nivel nacional✓ Mejoramiento de instalaciones físicas principalmente en el Centro Académico y Sedes Rurales✓ Creación de alianzas con el sector empresarial para pasantías de estudiantes✓ Énfasis en cursos que motiven el emprendedurismo✓ Mayor énfasis en el idioma inglés en la carrera✓ Desarrollo de estrategias de comunicación para atraer estudiantes de primer ingreso

✓ Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Duración de la carrera en sus diferentes programas ✓ Deficiencia en instalaciones físicas principalmente en el Centro Académico ✓ Atención y servicio al cliente ✓ Burocracia en algunos procesos ✓ Plan de estudios muy sistemático, debería ser más versátil en algunos cursos de manera que fomenten el análisis y no el mecanicismo. ✓ Estrategia de comunicación con los estudiantes metas
✓ Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Carrera con más oferentes (universidades principalmente privadas) en el mercado nacional ✓ Duración de la carrera en otras universidades ✓ Versatilidad de horarios en otras universidades ✓ Saturación de profesionales y poca oferta de trabajo ✓ Fuertes campañas de mercadeo de otras universidades ✓ Ubicación geográfica de las diferentes sedes

Fuente: Elaboración Propia

8.2 OBJETIVOS COMERCIALES QUE SE BUSCAN ALCANZAR CON LA PROPUESTA DE MERCADEO

Estos son los objetivos estratégicos comerciales que persigue la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica para el programa de Bachillerato a través de la Propuesta de Mercadeo para tales productos.

Antes es importante destacar que el mercado meta para el cual está comprendida esta propuesta es igual a la población de estudio con la que se ha trabajado a lo largo de la investigación. Dicha población es:

“Los estudiantes de primer ingreso en la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico en las sedes de Cartago, Centro Académico, Limón y San Carlos, al primer semestre del año 2015”.

8.2.1 OBJETIVO DE VENTA

- ✓ Alcanzar el 100% de matrícula en las sedes de Cartago, San José, San Carlos y Limón según oferta para estudiantes de primer ingreso para la carrera de Administración de Empresas modalidad bachillerato en el primer semestre del año 2016.

Meta: lograr que el 100% de los cupos ofertados para el primer semestre del año 2016 en cada una de las sedes en cuestión, según modalidad, sean demandados en su totalidad.

- ✓ Posicionar la Escuela de Administración de Empresas como la escuela con el menor índice de deserción en el primer año de carrera entre los estudiantes del programa de bachillerato de las 4 sedes para los próximos 5 años.

Meta: Posicionar la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico como la escuela con mejor promedio entre el número de estudiantes de primer ingreso y el número de estudiantes que culminan con éxito el segundo semestre del año 1 para los próximos 5 años a partir del 2015.

8.2.2 OBJETIVO COMERCIAL CUALITATIVO

- ✓ Colocar a la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica como la escuela a nivel nacional con el mejor promedio de colocación de estudiantes en el mercado laboral.

Meta: Obtener el mejor promedio de colocación en el mercado laboral de estudiantes egresados del programa de bachillerato durante el primer año de ser egresados.

8.3 ESTRATEGIAS GENERALES PARA EL ALCANCE DE LOS OBJETIVOS PROPUESTOS

A fin de alcanzar los objetivos propuestos en los párrafos anteriores es que se trazan las estrategias a seguir.

- ✓ **Estrategia de diferenciación:** a través de las acciones que se manifiestan más adelante en la propuesta, se busca diferenciar la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de las demás escuelas y/o universidades del país para ofrecer un valor agregado en el mercado meta, a fin de lograr los objetivos esbozados anteriormente.
- ✓ **Estrategia de posicionamiento de producto:** sumado a la estrategia anterior, con las acciones presentes en el plan de mercadeo se busca posicionar la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico, en nuestro auditorio meta que son nuestros clientes potenciales. Esto con el fin de mostrar la carrera como la mejor opción versus la competencia y con ello lograr potencializar la eficiencia en la matrícula y número de egresados.

Ambas estrategias son planteadas paralelamente de una estrategia de **atracción “pull”** de la carrera hasta el segmento de mercadeo potencial que son los estudiantes en su mayoría de primer ingreso. Esto con actividades y acciones enfocadas que capten la atención de los estudiantes y se sientan atraídos hacia el producto que en este caso es el bachillerato en administración.

8.4 ESTRATEGIAS PUNTUALES Y/O PROGRAMAS DE ACCIÓN DE ACUERDO A LAS VARIABLES DE PRODUCTO, PRECIO, PLAZA Y PROMOCIÓN (4P’S)

A continuación se presentan las estrategias puntuales y/o programas de acción a seguir para la consecución de los objetivos y estrategias generales planteadas en párrafos anteriores. Este proceso será planteado utilizando como base la mezcla de mercadotecnia (4p’s).

8.4.1 ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS REFERENTES AL PRODUCTO

- Comprar o generar una base de datos con todos los estudiantes de último año de colegio (público y privado) con los principales datos personales y sociológicos de las personas para generar una oferta de comunicación informativa sobre la carrera precisa y a la medida para con el segmento potencial por medio del canal de comunicación adecuado.

Programa de acción

Crear, utilizar y actualizar la base de datos a fin de hacer llegar información a los estudiantes de último año de colegio acerca de la oferta académica que ofrece la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico en sus 4 sedes y mantener una comunicación continua para lograr el 100% de matrícula. La idea es que se utilice el canal de comunicación adecuado (e-mail, teléfono celular, etc.) para este fin.

Encargados y/o responsables

Escuela de Administración de Empresas

Medición de resultados

Base de datos finalizada y actualizada.

Período de aplicación

Se recomienda la aplicación inmediata.

- ✓ Mejorar en Infraestructura principalmente en el Centro Académico

Programa de acción

Realizar una inversión en infraestructura en conjunto con la administración del Centro Académico en San José para la mejora en aulas, baños, equipamiento de las aulas y centro de fotocopiado, ya que son áreas en las que los estudiantes encuestados presentan mayor disconformidad. La idea es que cada elemento cuente con los básicos.

Encargados y/o responsables

Escuela de Administración de Empresas

Departamento de Ingeniería del Tecnológico

Medición de resultados

Finalización de obras ejecutadas.

Período de aplicación

Se recomienda la aplicación inmediata.

- ✓ Implementación de un mayor número de cursos del idioma inglés dentro del plan de estudios.

Programa de acción

Más del 50% de los estudiantes encuestados manifestaron estar satisfechos con la carrera de administración de empresas hasta el día de hoy, es importante la incorporación en un mayor grado del idioma inglés dentro del plan de estudios; se podría aumentar la cantidad de cursos de inglés que se imparten al día de hoy, o bien, incorporar cursos de la carrera a que sean impartidos en este idioma. La idea es hacer más atractiva y competitiva la carrera en comparación con la competencia.

Encargados y/o responsables

Escuela de Administración de Empresas.

Medición de resultados

Revisión e incorporación de los cambios propuestos en el plan de estudios

Período de aplicación

Se recomienda la aplicación a partir del primer semestre del año 2016.

8.4.2 ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS REFERENTES AL PRECIO

Dado que el precio de carrera es estipulado por medio de costo de créditos y manejado por el Tecnológico como universidad, la Escuela de Administración de Empresas no puede afectar directamente los mismos.

- ✓ Brindar información oportuna a los estudiantes potenciales sobre las opciones de financiamiento y becas.

Programa de acción

Haciendo uso de la base de datos de los estudiantes de último año de colegio y aprovechando la plataforma de comunicación que se tendrá con los mismos, es importante realizar un boletín presentado a los mismos las opciones de financiamiento y becas que pueden utilizar para financiar sus estudios. Esto, para garantizar que estudiantes que no posean los medios económicos y cumplan con los requisitos para ser sujetos de financiamiento y/o beca, puedan incorporarse a la institución con este tipo de apoyos. Igualmente se debe de utilizar la redes sociales, por ejemplo existen programas de inversión en Facebook por publicación, en donde el usuario paga un monto predeterminado a una publicación y esta llega a un número potencial de personas, en el caso del Tecnológico puede hacer un filtro por persona por edad y zona geográfica, y llegar justo al target de primer ingreso.

Encargados y/o responsables

Escuela de Administración de Empresas

Medición de resultados

Una vez implementada la base de datos, realizar y enviar boletín informativo.

Periodo de aplicación

Se recomienda su aplicación inmediata.

8.4.3 ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS REFERENTES A LA PLAZA

- ✓ Desarrollar 2 sedes académicas más, en la zona sur del país y pacífico norte.

Programa de acción

Apertura de 2 sedes académicas para que estén en plazo no mayor a 10 años. En la zona sur del país y otra en el pacífico norte. Esto a causa de que la cobertura actual hace que a muchos de los estudiantes potenciales de esas zonas se les dificulte estudiar en el Tecnológico. Como se observa en la investigación, actualmente los estudiantes de primer ingreso proceden en su mayoría de las provincias de Cartago y San José. Cabe resaltar que en la búsqueda de esas sedes potenciales, se debe de considerar zonas o espacios de fácil acceso, con básicos como parqueos y que la seguridad en general sea estable, esto con la intención de poder captar la mayor cantidad de estudiantes potenciales.

Encargados y/o responsables

Escuela de Administración de Empresa
Tecnológico de Costa Rica

Medición de resultados

Apertura e inicio de funciones de las 2 nuevas sedes.

Periodo de aplicación

Mediano-largo plazo.

- ✓ Creación de la Ruta Periférica en Horarios Nocturnos

Programa de acción

Creación del servicio de ruta periférica en horario nocturno por parte del Tecnológico para los estudiantes de primer ingreso, en donde se aplicaría como Plan Piloto en el centro Académico de San José y posteriormente a las demás sedes. El Tecnológico deberá definir si el mismo va a ser operado por la misma universidad o por un externo, ya que ese factor cambiaría el proceso de desarrollo del proyecto (seguros, pólizas, u otros). Es importante resaltar que antes debe de existir

un estudio de cuáles son las paradas de buses más utilizadas y la ubicación dentro del casco metropolitano y sus horarios respectivos, con base en esto se determinará la hora de salida de la ruta periférica.

Además con esta información se puede determinar si las clases deberían de salir minutos antes por aquellos estudiantes los cuales lo buses tengan horarios poco continuos u otros elementos que puedan afectar el servicio.

Encargados y/o responsables

Escuela de Administración de Empresa
Tecnológico de Costa Rica

Medición de resultados

Apertura e inicio de la ruta periférica en el Centro Académico de San José.

Periodo de aplicación

Mediano Plazo.

8.4.4 ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS REFERENTES A LA PROMOCIÓN

- ✓ Realizar una campaña masiva de medios (televisión, radios, redes sociales) reafirmando las ventajas competitivas de la Escuela de Administración de Empresas y el Tecnológico en general.

Programa de acción

Según la investigación de mercados, los estudiantes de primer ingreso actuales tomaron la decisión de ingresar al Tecnológico por el prestigio, calidad y facilidad para incorporarse al mercado laboral posteriormente. Entonces bajo esta premisa, la escuela debe explotar estas cualidades sumada a las que ofrece el Tecnológico como universidad (comedor subvencionado, tecnología, laboratorios, etc.) mediante una campaña de diversos medios de comunicación donde persuada e invite a los estudiantes potenciales de colegio a formar parte de sus estudiantes regulares y así lograr el 100% de matrícula en sus 4 sedes. De lo anterior recalcamos que la

utilización de redes sociales de forma estratégica puede ser la opción más económica y con más impacto en un corto plazo.

Encargados y/o responsables

Escuela de Administración de Empresas

Medición de resultados

Impacto de la campaña en el porcentaje alcanzado de matrícula.

Periodo de aplicación

Segundo Semestre 2015.

- ✓ Realizar giras de colegios en las provincias de Cartago, San José, Limón, San Carlos.

Programa de acción

Utilizando la información de la base de datos de estudiantes de último año, seleccionar una muestra de colegios de las provincias establecidas para realizar una gira informativa en donde personeros de la Escuela de Administración visiten los centros para entregar información acerca de la carrera, evacuar dudas e invitar a los estudiantes potenciales a formar parte del Tecnológico.

Encargados y/o responsables

Escuela de Administración de Empresas.

Medición de resultados

Resultados de la gira en porcentaje de matrícula alcanzado.

Periodo de aplicación

Segundo semestre 2015

REFERENCIAS

Chaves, R. G. (2015). *Informe: Estructura del Anteproyecto de acuerdo a la Modalidad. Seminario de Graduación.* .

Chiavenato. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración (7ma ed)*. McGraw-Hill Interamericana.

Gómez, M. (2010). *Elementos de Estadística Descriptiva.* . San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica INEC. (2010). Recuperado el 1 de Junio de 2015, de Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica INEC: <http://www.inec.go.cr/Web/Home/pagPrincipal.aspx>

Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. . (2012). *Administración, Una perspectiva.*

Kotler, P. y Armstrong, G. (2007). *Marketing. Versión para Latinoamérica. (10ed)*. México: Pearson Education.

Lind, D; Marchal, W y Wathen S. (2008). *Estadística aplicada a los negocios y la economía (10era ed.)*. McGraw-Hill Interamericana.

Ministerio de Educación Pública (MEP). (2015). Recuperado el 15 de 02 de 2015, de Ministerio de Educación Pública (MEP): http://www.mep.go.cr/sites/default/files/pregunta_frecuente/documentos/lista_universidades_aprobadas_CONESUP.pdf

Reyes, A. (2004). *Administración Moderna.* México: Limusa.

Robbins, S. y. (2009). *Fundamentos de administración: conceptos esenciales y aplicaciones.* México: Pearson education.

Ronny Rodríguez, Eileen Barantes. (2012). *Informe Final de Autoevaluación con Miras a la Acreditación.* San Carlos.

Sapag, N y Sapag, R. . (2008). *Preparación y evaluación de proyectos (5ta ed.)*. McGraw-Hill Interamericana.

Tecnológico de Costa Rica. (24 de 02 de 2015). Obtenido de Tecnológico de Costa Rica:
<http://www.tec.ac.cr/eltec/Paginas/default.aspx>

Wikipedia. (2015). Obtenido de Wikipedia:
http://es.wikipedia.org/wiki/Instituto_Tecnol%C3%B3gico_de_Costa_Rica

Zikmund, W Y Babin, B. (2008). *Investigación de mercados (9na ed.)*. Cengage Learning.

ANEXOS

Anexo 1 Cuestionario

N° de Formulario: _____

Cuestionario para determinar las variables que inciden al seleccionar la carrera de bachillerato de administración de empresas del Tecnológico en los estudiantes de primer ingreso.

Buenos días, somos estudiantes de Licenciatura de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica. Estamos realizando un estudio para conocer los diferentes aspectos que inciden en los estudiantes de primer ingreso para seleccionar la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del TEC. Le agradecería me conceda unos minutos para responder unas preguntas. La información que nos brinde será confidencial. Muchas Gracias.

Sección A. GENERALIDADES Y CALIDAD DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DEL TECNOLOGICO.

P1. ¿Cuáles son las tres principales razones por las cuales usted seleccionó la Carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica?

Razones				
1. Calidad del Tecnológico	1	2	3	99 NS/NR
2. Prestigio del Tecnológico	1	2	3	99 NS/NR
3. Mejores oportunidades laborales	1	2	3	99 NS/NR
4. Recomendación de amigos y/o familiares	1	2	3	99 NS/NR
5. Costos de estudio	1	2	3	99 NS/NR
6. Financiamiento	1	2	3	99 NS/NR
7. Otro ¿Cuál? _____	1	2	3	99 NS/NR

P17. Considerando una escala del 1 al 10, donde 1 es “Poco Satisfecho” y 10 “Muy Satisfecho”; ¿Cómo calificaría los siguientes aspectos relacionados con el Plan de Estudio de la carrera de Bachillerato de Administración de Empresas del Tecnológico?

Aspecto												
1. Duración del plan de estudios	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99	NS/NR
2. Uso de la Tecnología en los Cursos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99	NS/NR
3. Cantidad de cursos en el plan de estudio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99	NS/NR
4. Coherencia entre el Plan de Estudios y el Desarrollo del Curso.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99	NS/NR
5. Algún Otro, ¿Cuál? _____	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99	NS/NR

Sección C. OPCIONES DE FINANCIAMIENTO DE LA CARRERA

P18. ¿De qué forma costea sus estudios actualmente en el Tecnológico?

1. Beca del TEC. 2. Préstamo del TEC 3. Recursos Familiares. 4. Financiamiento Público (CONAPE, etc). 5. Otras. ¿Cuáles? _____ 99. NS/NR

P19. De las opciones de becas que ofrece el Tecnológico; ¿Cuál tiene usted? **(Solo aplicar si responde “opción 1” en la pregunta No. 18, de lo contrario pase a la pregunta No 20).**

1. Beca excelencia académica	4. Becas de Honor	7. Beca Mauricio Campos	10. Residencias Estudiantiles	99. NS /NR
2. Beca de participación destacada	5. Asistencia Especial	8. Beca préstamo	11. Beca deportiva	
3. Horas asistente, Horas estudiante, tutorías estudiantiles	6. Beca dependiente	9. Beca Exoneración Porcentual	12. Otro, ¿Cuál? _____	

P20. De una escala del 1 al 5, donde uno es “Muy mala” y 5 “Muy buena” ¿Cómo considera usted las opciones de financiamiento que ofrece el Tecnológico comparadas con otras universidades (Públicas o Privadas)?

1. Muy mala 2. Mala 3. Regular 4. Buena 5. Muy buena 99. NS / NR

P.21 ¿Le gustaría recibir información de las opciones de financiamiento del Tecnológico, así como de las becas ofrecidas y sus requerimientos de forma mensual?

1. Si 2. No 99. NS/NR

P22. De una escala del 1 al 5, donde uno es “Muy bajo” y 5 “Muy alto”; ¿Cómo considera usted los costos de matrícula y créditos que ofrece el Tecnológico comparado con otras universidades (Públicas o Privadas)?

1. Muy bajo 2. Bajo 3. Intermedio 4. Alto 5. Muy alto 99. NS/NR

Sección D. Perfil del estudiante de primer ingreso

P23. Género:

1. Masculino 2. Femenino

P24. Podría favor indicarme su nacionalidad:

1. Costarricense 2. Nicaragüense 3. Colombiano 4. Estadounidense 5. Panameño
6. Otro; ¿Cuál? _____

P25. ¿Podría indicarme en cual Provincia reside actualmente?

1. San José 3. Cartago 5. Guanacaste 7. Limón
2. Alajuela 4. Heredia 6. Puntarenas

P26. ¿Podría indicarme si actualmente labora?

- | | | |
|-------|-------------------------------------|-----|
| 1. Si | 2. No (Pasar a la pregunta No. P28) | 99. |
| NS/NR | | |

P27. ¿Actualmente labora en un puesto relacionado con lo que está estudiando?

- | | | |
|-------|--------|-----------|
| 2. Si | 2. No. | 99. NS/NR |
|-------|--------|-----------|

P28. ¿Podría indicarme en cual rango de edad se encuentra usted?

- | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 1. Menos de 18 años | 3. De 20 a menos de 23 años | 5. De 26 a menos de 29 años |
| 2. De 18 a menos de 20 años | 4. De 23 a menos de 26 años | 6. De 29 o más años |

ANEXO 2. PLAN DE ESTUDIO 231. DIURNO

DEPARTAMENTO DE ADMISION Y REGISTRO
Plan de estudios



Plan : 231 ADMINISTRACION DE EMPRESAS 1998...
Escuela : AE ESCUELA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Jornada : Diurna

Materia	Descripción	Requis.	Correq.	Nvl	Crd	Tot.	Hrs
CI0200	EXAMEN DIAGNOSTICO			0	0		
CI0202	INGLES BASICO			0	2	3	
	TOTAL SEMESTRE				2	3	
AE1122	CONTABILIDAD I			1	4	4	
AE1217	TEORIA ADMINISTRATIVA I			1	3	4	
CI1106	COMUNICACION ESCRITA			1	2	3	
CI1305	INGLES I PARA ADMINISTRACION	CI0200		1	3	6	
		CI0202					
CS1308	DERECHO COMERCIAL			1	2	4	
MA1301	MATEMATICA BASICA PARA ADMINISTRACION			1	4	5	
SE1100	ACTIVIDAD CULTURAL I			1	0	2	
SE1200	ACTIVIDAD DEPORTIVA I			1	0	2	
	TOTAL SEMESTRE				18	30	
AE1123	CONTABILIDAD II	AE1122		2	4	4	
AE1218	TEORIA ADMINISTRATIVA II	AE1217		2	3	4	
AE2125	MATEMATICA FINANCIERA	MA1301		2	3	3	
CI1107	COMUNICACION ORAL			2	1	3	
CI1306	INGLES II PARA ADMINISTRACION	CI1305		2	3	6	
FI1000	CENTROS DE FORMACION HUMANISTICA			2	0	2	
MA1302	CALCULO PARA ADMINISTRACION	MA1301		2	4	5	
SE1400	ACTIVIDAD CULTURAL-DEPORTIVA			2	0	2	
	TOTAL SEMESTRE				18	29	
AE2124	CONTABILIDAD III	AE1123		3	4	4	
AE2219	COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL	AE1218		3	3	4	
AE2308	MICROECONOMIA			3	3	4	
AE2505	ESTADISTICA I	MA1302		3	3	4	
AE2703	COMPUTACION PARA ADMINISTRACION			3	3	4	
CI2307	INGLES III PARA ADMINISTRACION	CI1306		3	3	6	
	TOTAL SEMESTRE				19	26	
AE2126	CONTABILIDAD DE COSTOS I	AE1123		4	3	4	
AE2311	MACROECONOMIA	AE2308		4	3	4	
AE2506	ESTADISTICA II	AE2505		4	3	4	
AE2704	SISTEMAS DE INFORMACION PARA ADMINISTRACION	AE2703		4	3	4	
CI2308	INGLES IV PARA ADMINISTRACION	CI2307		4	3	6	
CS2304	DERECHO LABORAL			4	2	3	
	TOTAL SEMESTRE				17	25	
AE2220	ANALISIS ADMINISTRATIVO	AE2219		5	3	4	
AE3127	ADMINISTRACION FINANCIERA I	AE2125		5	3	4	
		AE2126					
AE3312	NEGOCIOS INTERNACIONALES	AE2311		5	3	4	
AE3411	MERCADOTECNIA I	AE2505		5	3	4	
AE3505	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	AE2506		5	3	4	
CI3309	INGLES V PARA ADMINISTRACION	CI2308		5	3	6	
	TOTAL SEMESTRE				18	26	
AE3128	ADMINISTRACION FINANCIERA II	AE3127		6	4	4	

DEPARTAMENTO DE ADMISION Y REGISTRO
Plan de estudios

Plan : 231 ADMINISTRACION DE EMPRESAS 1996...
Escuela : AE ESCUELA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Jornada : Diurna

Materia	Descripción	Requis.	Correq.	Nvl	Crd	Tot.	Hrs
AE3223	GESTION DEL TALENTO HUMANO I	AE2220 AE3505		6	3	9	
AE3413	MERCADOTECNIA II	AE3411		6	3	4	
AE3506	PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL	AE3505		6	3	4	
CI3310	INGLES VI PARA ADMINISTRACION	CI3309		6	3	6	
CS3401	SEMINARIO DE ESTUDIOS FILOSOFICOS HISTORICOS	CI1106 CI1107		6	2	3	
TOTAL SEMESTRE						18	30
AE4128	AUDITORIA I	AE2124		7	2	3	
AE4130	FORMULACION Y EVALUACION PROYECTOS	AE3128 AE3413		7	4	4	
AE4226	ESTRATEGIA EMPRESARIAL	AE3128 AE3223		7	4	4	
AE4228	GESTION DEL TALENTO HUMANO II	AE3223		7	3	9	
CI4312	INGLES VII PARA ADMINISTRACION	CI3310		7	3	6	
CS4402	SEMINARIO DE ESTUDIOS COSTARRICENSES	CS3401		7	2	3	
TOTAL SEMESTRE						18	29
AE4602	PRACTICA	AE2220 AE2704 AE3312 AE3506 AE4128 AE4130 AE4226 AE4228 CI1106 CI1107 CI1306 CI4312 CS1308 CS2304 CS4402 FH1000 SE1100 SE1200 SE1400		8	10	48	
TOTAL SEMESTRE						10	48
TOTAL PLAN						136	243

CANTIDAD DE MATERIAS EN EL PLAN: 47

CANTIDAD PROMEDIO DE MATERIAS POR NIVEL: 5.875

Fuente: Pagina Web del Tecnológico de Costa Rica

ANEXO 3. PLAN DE ESTUDIOS NOCTURNO

CODIGO	I SEMESTRE	CREDITOS	HORAS
AE-1122	Contabilidad I	4	4
AE-1217	Teoría Administrativa I	3	4
CI- 1106	Comunicación Escrita	2	3
MA-1301	Matemática Básica para Administración	4	5
SE-1100	Actividad Cultural I	0	2
		13	18

CODIGO	II SEMESTRE	CREDITOS	HORAS
AE-1123	Contabilidad II	4	4
AE-1218	Teoría Administrativa II	3	4
CI-1107	Comunicación Oral	1	3
FH-1000	Centros de Formación Hum.	0	2
MA-1302	Cálculo para Administración	4	5
SE-1200	Actividad Deportiva	0	2
		12	20

CODIGO	III SEMESTRE	CREDITOS	HORAS
AE-2124	Contabilidad III	4	4
AE-2125	Matemática Financiera	3	3
AE-2219	Comportamiento Organizacional	3	4
CI-1305	Inglés I para Administración	3	6
SE-1400	Actividad Cultural- Deportiva	0	2
		13	19

CODIGO	IV SEMESTRE	CREDITOS	HORAS
AE-2308	Microeconomía	3	4
AE-2505	Estadística I	3	4
AE-2703	Computación para Administración	3	4
CI-1306	Inglés II para Administración	3	6
		12	18

CODIGO	V SEMESTRE	CREDITOS	HORAS
AE-2126	Contabilidad de Costos I	3	4
AE-2311	Macroeconomía	3	4
AE- 2506	Estadística II	3	4
AE-2704	Sistemas de Información para Administración	3	4
		12	16

CODIGO	VI SEMESTRE	CREDITOS	HORAS
AE-3127	Administración Financiera I	3	4
AE-3312	Negocios Internacionales	3	4
AE- 3411	Mercadotecnia I	3	4
AE-3505	Metodología de la Investigación	3	4
CS-1308	Derecho Comercial	2	4
		14	20

CODIGO	VII SEMESTRE	CREDITOS	HORAS
AE-3128	Administración Financiera II	4	4
AE-3222	Administración de Recursos Humanos I	3	4
AE-3413	Mercadotecnia II	3	4
AE-3506	Productividad Empresarial	3	4
CS-2304	Derecho Laboral	2	3
		15	19

CODIGO	VII SEMESTRE	CREDITOS	HORAS
AE-2220	Análisis Administrativos	3	4
AE-4128	Auditoría I	2	3
AE-4223	Administración de Recursos Humanos II	3	4
CS-3401	Seminario de Estudios Filosóficos Históricos	2	3
		10	14

CODIGO	IX SEMESTRE	CREDITOS	HORAS
AE-4130	Formulación y Evaluación de Proyectos	4	4
AE-4226	Estrategia Empresarial	4	4
CS4402	Seminario de Estudios Costarricenses	2	3
AE-5000	Proyecto	10	48
		20	59

TOTAL		121	203
-------	--	-----	-----

Fuente: Pagina Web del Tecnológico de Costa Rica

ANEXO 4. CUADROS

CUADRO 5.1.1

ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GÉNERO

MAYO 2015

Género	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Masculino	47	45.6
Femenino	56	54.4
Totales	103	100.0

CUADRO 5.1.2

ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GÉNERO SEDE CARTAGO

MAYO 2015

Género	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Masculino	25	39.1
Femenino	39	60.9
Totales	64	100.0

CUADRO 5.1.3
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GÉNERO SEDE
SAN JOSÉ
MAYO 2015

Género	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Masculino	10	62.5
Femenino	6	37.5
Totales	16	100.0

CUADRO 5.1.4
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GÉNERO SEDE
SAN CARLOS
MAYO 2015

Género	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Masculino	11	52.4
Femenino	10	47.6
Totales	21	100.0

CUADRO 5.1.5
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GÉNERO SEDE
LIMÓN
MAYO 2015

Género	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Masculino	1	50.0
Femenino	1	50.0
Totales	2	100.0

CUADRO 5.2.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN PROVINCIA
TECNOLÓGICO EN GENERAL
MAYO 2015

Provincia	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
San José	24	23.3
Alajuela	21	20.4
Cartago	39	37.9
Heredia	14	13.6
Guanacaste	0	0.0
Puntarenas	2	1.9
Limón	3	2.9
Totales	103	100.0

CUADRO 5.2.2
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN PROVINCIA
SEDE CARTAGO

MAYO 2015

Provincia	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
San José	14	22.2
Alajuela	3	4.8
Cartago	37	58.7
Heredia	9	14.3
Guanacaste	0	0.0
Puntarenas	0	0.0
Limón	0	0.0
Totales	63	100.0

CUADRO 5.2.3
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN PROVINCIA
SEDE SAN JOSÉ

MAYO 2015

Provincia	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
San José	10	62.5
Alajuela	0	0.0
Cartago	1	6.3
Heredia	3	18.8
Guanacaste	0	0.0
Puntarenas	2	12.5
Limón	0	0.0
Totales	16	100.0

CUADRO 5.2.4
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN PROVINCIA
SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015

Provincia	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
San José	0	0.0
Alajuela	18	85.7
Cartago	1	4.8
Heredia	2	9.5
Guanacaste	0	0.0
Puntarenas	0	0.0
Limón	0	0.0
Totales	21	100.0

CUADRO 5.2.5
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN PROVINCIA
SEDE LIMÓN
MAYO 2015

Provincia	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
San José	0	0.0
Alajuela	0	0.0
Cartago	0	0.0
Heredia	0	0.0
Guanacaste	0	0.0
Puntarenas	0	0.0
Limón	2	100.0
Totales	2	100.0

CUADRO 5.3.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN TRABAJO
MAYO 2015

Trabajo	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Si	10	9.7
No	93	90.3
NS/NR	0.0	0.0
Totales	103	100.0

CUADRO 5.3.2
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN TRABAJO SEDE
CARTAGO
MAYO 2015

Trabajo	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Si	7	10.8
No	58	89.2
NS/NR	0.0	0.0
Totales	65	100.0

CUADRO 5.3.3
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN TRABAJO SEDE
SAN JOSÉ

MAYO 2015

Trabajo	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Si	3	20.0
No	12	80.0
NS/NR	0.0	0.0
Totales	15	100.0

CUADRO 5.3.4
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN TRABAJO SEDE
SAN CARLOS

MAYO 2015

Trabajo	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Si	0	0.0
No	21	100.0
NS/NR	0.0	0.0
Totales	21	100.0

CUADRO 5.3.5
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN TRABAJO SEDE
LIMÓN

MAYO 2015

Trabajo	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Si	0	0.0
No	2	100.0
NS/NR	0	0.0
Totales	2	100.0

CUADRO 5.4
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN PUESTO
RELACIONADO CON LA CARRERA DE BACHILLERATO
DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL
TECNOLÓGICO

MAYO 2015

Trabajo	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Si	7	70.0
No	3	30.0
NS/NR	0	0.0
Totales	10	100.0

CUADRO 5.5.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RANGO DE EDAD

MAYO 2015
 (Valores absolutos y relativos)

Provincia	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Menos de 18 años	34	100.0
De 18 a menos de 20	52	0.0
De 20 a menos de 23	11	0.0
De 23 a menos de 26	2	0.0
De 26 a menos de 29	4	0.0
De 29 o más	0	0.0
Totales	103	100.0

CUADRO 5.5.2
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RANGO DE
EDAD SEDE CARTAGO

MAYO 2015
 (Valores absolutos y relativos)

Provincia	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Menos de 18 años	24	38.1
De 18 a menos de 20	29	46.0
De 20 a menos de 23	5	7.9
De 23 a menos de 26	1	1.6
De 26 a menos de 29	4	6.3
De 29 o más	0	0.0
Totales	63	100.0

CUADRO 5.5.3
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RANGO DE
EDAD SEDE SAN JOSÉ
 MAYO 2015

(Valores absolutos y relativos)

Provincia	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Menos de 18 años	3	20.0
De 18 a menos de 20	10	66.7
De 20 a menos de 23	1	6.7
De 23 a menos de 26	1	6.7
De 26 a menos de 29	0	0.0
De 29 o mas	0	0.0
Totales	15	100.0

CUADRO 5.5.4
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RANGO DE EDAD
SEDE SAN CARLOS
 MAYO 2015

(Valores absolutos y relativos)

Provincia	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Menos de 18 años	3	15.0
De 18 a menos de 20	12	60.0
De 20 a menos de 23	5	25.0
De 23 a menos de 26	0	0.0
De 26 a menos de 29	0	0.0
De 29 o mas	0	0.0
Totales	20	100.0

CUADRO 5.5.5
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RANGO DE EDAD
SEDE LIMÓN
MAYO 2015

(Valores absolutos y relativos)

Provincia	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Menos de 18 años	2	100.0
De 18 a menos de 20	0	0.0
De 20 a menos de 23	0	0.0
De 23 a menos de 26	0	0.0
De 26 a menos de 29	0	0.0
De 29 o mas	0	0.0
Totales	2	100.0

CUADRO 5.6.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN PRINCIPALES
RAZONES PARA SELECCIONAR LA CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MAYO 2015

Razones	Número de opiniones	
	Absoluta	Relativo (%)
Calidad del Tecnológico	89	28,8
Prestigio del Tecnológico	94	30,5
Mejores oportunidades laborales	85	27,5
Recomendación Amigos/familiares	22	7,1
Costo de estudio	4	1,6
Financiamiento	14	4,5
Total	308	100,0

CUADRO 5.6.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RAZONES PARA
SELECCIONAR LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO SEDE CARTAGO
MAYO 2015

Variable	Número de opiniones	
	Promedio	
Prestigio del Tecnológico	29,8	57
Calidad del Tecnológico	29,8	57
Mejores Oportunidades Laborales	27,7	
Recomendación de amigos y/o familiares	7,9	
Financiamiento	3,6	
Costos de estudio	1,2	
Total	100	

CUADRO 5.6.3
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RAZONES PARA
SELECCIONAR LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DEL TECNOLÓGICO - SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015

Variable	Número de opiniones	
	Promedio	
Prestigio del Tecnológico	33,3	
Calidad del Tecnológico	29,2	
Mejores Oportunidades Laborales	27,1	
Recomendación de amigos y/o familiares	6,3	
Financiamiento	2,1	
Costos de estudio	2,1	
Total	100	

CUADRO 5.6.4
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RAZONES PARA
SELECCIONAR LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015 -

Variable	Número de opiniones
Variable	Promedio
Prestigio del Tecnológico	30,2
Calidad del Tecnológico	25,4
Mejores Oportunidades Laborales	30,2
Recomendación de amigos y/o familiares	7,9
Financiamiento	1,6
Costos de estudio	4,8
Totales	100

CUADRO 5.6.5
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN RAZONES PARA
SELECCIONAR LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS DEL TECNOLÓGICO SEDE LIMÓN

Variable	Número de opiniones
Variable	Promedio
Prestigio del Tecnológico	30,2
Calidad del Tecnológico	25,4
Mejores Oportunidades Laborales	30,2
Recomendación de amigos y/o familiares	7,9
Financiamiento	1,6
Costos de estudio	4,8
Total	100

CUADRO 5.7
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA SEDE DONDE
ESTUDIAN ACTUALMENTE EN EL TECNOLÓGICO
MAYO 2015

Sede	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Cartago	64	62,1
Centro académico	16	15,5
San Carlos	21	20,3
Limón	2	1,9
NS/NR	0	0
Totales	103	100,00

CUADRO 5.8.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL HORARIO DEL
PLAN DE ESTUDIO
MAYO 2015

Horario	Numero de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Diurno	74	71,8
Nocturno	25	24,6
Mixto	4	3,6
NS/NR	0	0
Totales	103	100,0

CUADRO 5.8.2

**ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN HORARIO EL PLAN DE ESTUDIOS SEDE CARTAGO
MAYO 2015**

Variable	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo
Diurno	53	82,8
Nocturno	9	14,1
Mixto	2	3,1
Total	64	100

CUADRO 5.8.3

**ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN HORARIO EL PLAN DE ESTUDIOS SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015**

Variable	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo
Diurno	0	0
Nocturno	15	93,8
Mixto	1	6,3
Total	16	100

CUADRO 5.8.4

ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN HORARIO EL PLAN DE ESTUDIOS - SEDE SAN CARLOS MAYO 2015

Variable	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo
Diurno	1	4,8
Nocturno	0	0
Mixto	20	95,2
Total	21	100

CUADRO 5.8.5

ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN HORARIO EL PLAN DE ESTUDIOS - SEDE LIMÓN MAYO 2015

Variable	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo
Diurno	1	50,0
Nocturno	0	0
Mixto	1	50,0
Total	2	100

CUADRO 5.9.1
PROMEDIO PORCENTUAL SEGÚN SU NIVEL
DESATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE LA INFRAESTRUCTURA
DE LA SEDE DONDE ESTUDIAN
MAYO 2015

Aspecto de Infraestructura	Promedio
Parqueos	8,9
Equipamiento de las Aulas	9,1
Baños	7,7
Zonas de Recreo	9,2
Bibliotecas	9,5
Fotocopiadoras	8,3
Totales	

CUADRO 5.9.2
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA INFRAESTRUCTURA
DE LA SEDE DONDE ESTUDIAN SEDE CARTAGO
MAYO 2015

Variable	Número de opiniones
	Promedio
Bibliotecas	9,6
Equipamiento de las aulas	9,4
Zonas de recreo	9,1
Parqueos	9,1
Baños	7,9
Fotocopiadora	7,7
Total	100

CUADRO 5.9.3

ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA INFRAESTRUCTURA DE LA SEDE DONDE ESTUDIAN - SEDE SAN JOSÉ MAYO 2015

Variable	Número de opiniones
	Promedio
Bibliotecas	9,3
Equipamiento de las aulas	7,7
Zonas de recreo	8,8
Parqueos	7,9
Baños	8,1
Fotocopiadora	7,7
Total	100

CUADRO 5.9.4

ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA INFRAESTRUCTURA DE LA SEDE DONDE ESTUDIAN SEDE SAN CARLOS MAYO 2015

Variable	Número de opiniones
	Promedio
Bibliotecas	9,3
Equipamiento de las aulas	8,7
Zonas de recreo	9,1
Parqueos	8,9
Baños	7,8
Fotocopiadora	8,2
Total	100

CUADRO 5.9.4

ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA INFRAESTRUCTURA DE LA SEDE DONDE ESTUDIAN - SEDE LIMÓN MAYO 2015

Variable	Número de opiniones
	Promedio
Bibliotecas	9,3
Equipamiento de las aulas	7,8
Zonas de recreo	8,7
Parqueos	8,5
Baños	7,7
Fotocopiadora	8,3
Total	100

CUADRO 5.10.1

PROMEDIO PORCENTUAL SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN EN ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN DE LA SEDE DONDE ESTUDIA ACTUALMENTE MAYO 2015

Aspecto de Infraestructura	Promedio
Precios	9,1
Variedad de los Productos	7,6
Sabor de la comida	7,8
Servicio de Cobro y Servido	9,4
	40

CUADRO 5.10.2

**ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN
EN ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN -
SEDE CARTAGO
MAYO 2015**

Variable	Número de opiniones
	Promedio
Servicio de cobro y servido	9,5
Precios	9,2
Sabor de la comida	8,1
Variedad de los productos	7,8
Total	100

CUADRO 5.10.3

**ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN EN
ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN SEDE SAN
JOSÉ
MAYO 2015**

Variable	Número de opiniones
	Promedio
Servicio de cobro y servido	9,3
Precios	9,2
Sabor de la comida	7,5
Variedad de los productos	7,4
Total	100

CUADRO 5.10.4

**ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN
EN ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN -
SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015**

Variable	Número de opiniones
	Promedio
Servicio de cobro y servido	9,5
Precios	9,4
Sabor de la comida	8,1
Variedad de los productos	7,8
Total	100

CUADRO 5.10.5

**ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN
EN ASPECTOS DE LA SODA Y/O SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN -
SEDE LIMÓN
MAYO 2015**

Variable	Número de opiniones
	Promedio
Servicio de cobro y servido	8,9
Precios	8,8
Sabor de la comida	7,9
Variedad de los productos	7,9
Total	100

CUADRO 5.11.1
PROMEDIO PORCENTUAL SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN EN
ASPECTOS EXTERNOS DE LA SEDE DONDE ESTUDIAN
MAYO 2015

Aspecto de Infraestructura	Promedio
Horarios de Buses de Servicio Público	7,6
Acceso al Transporte Público	8,1
Facilidad de traslado desde su casa o trabajo	7,4
Ambiente Universitario	7,1
Seguridad de los alrededores	7,1
Cercanía con otros centros estudiantiles	7,3
Comercios complementarios a una Universidad	7,2
Totales	52.0

CUADRO 5.11.2
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN EN
ASPECTOS EXTERNOS A LA UNIVERSIDAD SEDE CARTAGO
MAYO 2015

Variable	Número de opiniones
	Promedio
Horario de buses de transporte público	8,8
Acceso al transporte público	8,7
Facilidad de traslado desde su casa o trabajo	8,4
Cercanía con otros centros estudiantiles	8,3
Comercios complementarios a una universidad	8,3
Ambiente universitario	8,2
Seguridad de los alrededores	7,9
Total	100

CUADRO 5.11.3
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN
EN ASPECTOS EXTERNOS SEDE SAN JOSÉ
 MAYO 2015

Variable	Número de opiniones
	Promedio
Horario de buses de transporte público	7,5
Acceso al transporte público	7,6
Facilidad de traslado desde su casa o trabajo	7,5
Cercanía con otros centros estudiantiles	7,3
Comercios complementarios a una universidad	7,2
Ambiente universitario	7,1
Seguridad de los alrededores	7,1
Total	100

CUADRO 5.11.4
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN SU NIVEL DE SATISFACCIÓN
EN ASPECTOS EXTERNOS A LA UNIVERSIDAD - SEDE SAN CARLOS
 MAYO 2015

Variable	Número de opiniones
	Promedio
Horario de buses de transporte público	7,7
Acceso al transporte público	8,1
Facilidad de traslado desde su casa o trabajo	7,3
Cercanía con otros centros estudiantiles	7,4
Comercios complementarios a una universidad	7,2
Ambiente universitario	7,2
Seguridad de los alrededores	7,1
Total	100

CUADRO 5.11.5
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN SU NIVEL DE
SATISFACCIÓN EN ASPECTOS EXTERNOS SEDE LIMÓN
MAYO 2015

Variable	Número de opiniones	
	Promedio	
Horario de buses de transporte público	7,7	
Acceso al transporte público	7,8	
Facilidad de traslado desde su casa o trabajo	7,7	
Cercanía con otros centros estudiantiles	7,3	
Comercios complementarios a una universidad	7,2	
Ambiente universitario	7,1	
Seguridad de los alrededores	6,9	
Total	100	

CUADRO 5.12.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS QUE TOMARÍAN EN
CONSIDERACIÓN A LA HORA DE ELEGIR UNA UNIVERSIDAD SI
LES OFRECERAN
UNA RUTA PERIFERICA EN HORARIO NOCTURNO
MAYO 2015

Horario	Numero de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Si	59	57,3
No	37	35,9
NS/NR	7	6,8
Totales	103	100,0

CUADRO 5.12.2
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPCIÓN DE CREAR UNA
RUTA PERIFERICA EN HORARIO NOCTURNO SEDE CARTAGO
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	33	52
No	25	39
NS/NR	6	9
Totales	64	100

CUADRO 5.12.3
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPCIÓN DE CREAR UNA
RUTA PERIFERICA EN HORARIO NOCTURNO SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	11	69
No	5	31
NS/NR	0	0
Totales	16	100

CUADRO 5.12.4
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPCIÓN DE CREAR UNA
RUTA PERIFERICA EN HORARIO NOCTURNO SEDE SAN
CARLOS
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	13	62
No	7	33
NS/NR	1	5
Totales	21	100

CUADRO 5.12.5
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPCIÓN DE CREAR UNA
RUTA PERIFERICA EN HORARIO NOCTURNO SEDE LIMÓN
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	2	100
No	0	0
NS/NR	0	0
Totales	2	100

CUADRO 5.13.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS QUE CONOCEN LOS SERVICIOS
DE SALUD DEL TECNOLÓGICO
MAYO 2015

Horario	Numero de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Si	64	63,2%
No	36	34,9%
NS/NR	3	1,9%
Total	103	100%

CUADRO 5.13.2
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DE LOS
SERVICIOS DE SALUD, SEDE CARTAGO

MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	41	64
No	21	33
NS/NR	2	3
Totales	64	100

CUADRO 5.13.3
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DE LOS
SERVICIOS DE SALUD SEDE SAN JOSÉ

MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	6	38
No	8	50
NS/NR	2	13
Totales	16	100

CUADRO 5.13.4
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DE LOS
SERVICIOS DE SALUD SEDE SAN CARLOS

MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	14	67
No	5	24
NS/NR	2	10
Totales	21	100

CUADRO 5.13.5
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DE LOS
SERVICIOS DE SALUD SEDE LIMÓN

MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	1	50
No	1	50
NS/NR	0	
Totales	2	100

CUADRO 5.14.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN USO DE LOS SERVICIOS DE
SALUD QUE BRINDA EL TECNOLÓGICO
MAYO 2015

Uso Servicio salud	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Si	19	29,3
No	46	70,7
NS/NR	0	0
Totales	65	100

CUADRO 5.14.1**ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN USO DE LOS SERVICIOS
DE SALUD- SEDE CARTAGO**

MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	10	24%
No	31	76%
NS/NR	0	
Totales	41	100

CUADRO 5.14.3**ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN USO DE LOS SERVICIOS
DE SALUD SEDE SAN JOSÉ**

MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	0	0
No	6	100
NS/NR	0	0
Totales	6	100

CUADRO 5.14.4
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN USO DE LOS SERIVICIOS
DE SALUD- SEDE SAN CARLOS

MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	9	64
No	5	36
NS/NR	0	0
Totales	14	100

CUADRO 5.14.5
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN USO DE LOS SERIVICIOS
DE SALUD- SEDE LIMÓN

MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	0	0
No	1	100
NS/NR	0	0
Totales	1	100

CUADRO 5.15.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DE SALUD QUE BRINDA EL
TECNOLÓGICO
MAYO 2015

Servicio de salud	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy insatisfecho	0	0
Insatisfecho	0	0
Ni satisfecho, ni insatisfecho	2	10,5
Satisfecho	11	57,8
Muy Satisfecho	6	31,5
Totales	19	100,0

CUADRO 5.15.2
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN CON LOS SERVICIOS DE SALUD SEDE CARTAGO

MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Muy Satisfecho	0	
Satisfecho	0	
Ni satisfecho, ni Insatisfecho	1	10
Insatisfecho	5	50
Muy Insatisfecho	4	40
Totales	10	100

CUADRO 5.15.3**ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN CON LOS SERVICIOS DE SALUD SEDE SAN
CARLOS**

MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Muy Satisfecho	0	
Satisfecho	0	
Ni satisfecho, ni Insatisfecho	0	0
Insatisfecho	5	56
Muy Insatisfecho	4	44
Totales	9	100

CUADRO 5.16.1**ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO
DE LOS SERVICIOS DE DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y
PSICOLOGÍA (DOP) QUE BRINDA EL TECNOLÓGICO**

MAYO 2015

Conocimiento DOP	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Si	55	53,4
No	45	43,7
NS/NR	3	2,9
Totales	103	100,0

CUADRO 5.16.2**ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DEL
SERVICIO DE DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y
PSICOLOGÍA (DOP) SEDE CARTAGO
MAYO 2015**

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	46.88	30
No	50.00	32
NS/NR	3.13	2
Totales	100.00	64

CUADRO 5.16.3**ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DEL
SERVICIO DE DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y
PSICOLOGÍA (DOP) SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015**

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	62.50	10
No	37.50	6
NS/NR	0.00	0
Totales	100.00	16

CUADRO 5.16.4.
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DEL
SERVICIO DE DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y
PSICOLOGÍA (DOP) DE LA SEDE DE SAN CARLOS
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	61.90	13
No	33.33	7
NS/NR	4.76	1
Totales	100.00	21

CUADRO 5.16.5
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO DEL
SERVICIO DE DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y
PSICOLOGÍA (DOP) DEL LA SEDE DE LIMÓN
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	100.00	2
No	0.00	0
NS/NR	0.00	0
Totales	100.00	2

CUADRO 5.17.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL USO DE LOS
SERVICIOS DE DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y
PSICOLOGÍA (DOP)
QUE BRINDA EL TECNOLÓGICO
MAYO 2015

Uso de DOP	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Si	11	20,7
No	44	79,3
NS/NR	0	0
Totales	55	100.0

CUADRO 5.17.2
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL USO SERVICIO DEL
DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP)-
SEDE CARTAGO
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	14.71	5
No	73.53	25
NS/NR	11.76	4
Totales	100.00	34

CUADRO 5.17.3
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL USO DEL SERVICIO
DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP)
SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	25.00	3
No	58.33	7
NS/NR	16.67	2
Totales	100.00	12

CUADRO 5.17.4
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL USO DEL SERVICIO DEL
DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP)- SEDE
SAN CARLOS
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	14.29	2
No	78.57	11
NS/NR	7.14	1
Totales	100.00	14

CUADRO 5.17.5
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL USO DEL SERVICIO
DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP)-
SEDE LIMÓN

MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	50.00	1
No	50.00	1
NS/NR	0.00	0
Totales	100.00	2

NOTA: El valor relativo se calculó con el total de estudiantes que usan el Servicio de Departamento de Orientación y Psicología (2)

CUADRO 5.18.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL GRADO DE
SATISFACCIÓN DE LO SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE
ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA (DOP) QUEBRINDA EL
TECNOLÓGICO

MAYO 2015

Servicio de DOP	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy insatisfecho	0	0
Insatisfecho	1	9,2
Ni satisfecho, ni insatisfecho	2	18,1
Satisfecho	3	27,2
Muy Satisfecho	5	45,5
Totales	11	100

CUADRO 5.18.2
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE
ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA-SEDE CARTAGO
 MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Poco Satisfecho	0.00	0
Insatisfecho	0.00	0
Ni Satisfecho, ni Insatisfecho	0.00	0
Satisfecho	20.00	1
Muy Satisfecho	80.00	4
Totales	100.00	5

CUADRO 5.18.3
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE
ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA –SEDE SAN JOSÉ
 MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Poco Satisfecho	0.0	0
Insatisfecho	0.0	0
Ni Satisfecho, ni Insatisfecho	66.7	2
Satisfecho	33.3	1
Muy Satisfecho	0.0	0
Totales	100.0	3

CUADRO 5.18.4
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE
ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA –SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015

Número de Opiniones		
Opciones de Respuesta	Absoluto	Relativos (%)
Poco Satisfecho	0.00	0
Insatisfecho	50.00	1
Ni Satisfecho, ni Insatisfecho	0.00	0
Satisfecho	0.00	0
Muy Satisfecho	50.00	1
Totales	100.00	2

CUADRO 5.18.5
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE
ORIENTACIÓN Y PSICOLOGÍA-SEDE DE LIMÓN
MAYO 2015

Número de Opiniones		
Opciones de Respuesta	Absoluto	Relativos (%)
Poco Satisfecho	0.00	0
Insatisfecho	0.00	0
Ni Satisfecho, ni Insatisfecho	100.00	1
Satisfecho	0.00	0
Muy Satisfecho	0.00	0
Totales	100.00	1

CUADRO 5.19.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE SATISFACCIÓN
GENERAL DE LA CARRERA DE BACHILLERATO DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MAYO 2015

Bachillerato AE	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy insatisfecho	0	0
Insatisfecho	0	0
Ni satisfecho, ni insatisfecho	19	18,4
Satisfecho	52	50,4
Muy Satisfecho	32	31,0
Totales	103	100

CUADRO 5.19.2
SATISFACCIÓN GENERAL DE LA CARRERA DE
BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS-SEDE
CARTAGO
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Muy Satisfecho	0.0	0
Insatisfecho	0.0	0
Ni Satisfecho, ni Insatisfecho	18.8	12
Satisfecho	51.6	33
Muy Satisfecho	29.7	19
Totales	100.0	64

CUADRO 5.19.3
SATISFACCIÓN GENERAL DE LA CARRERA DE BACHILLERATO
DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS- SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Muy Satisfecho	0.0	0
Insatisfecho	0.0	0
Ni Satisfecho, ni Insatisfecho	25.0	4
Satisfecho	56.3	9
Muy Satisfecho	18.8	3
Totales	100.0	16

CUADRO 5.19.4
SATISFACCIÓN GENERAL DE LA CARRERA DE BACHILLERATO
DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Muy Satisfecho	0.00	0
Insatisfecho	0.0	0
Ni Satisfecho, ni Insatisfecho	9.5	2
Satisfecho	47.6	10
Muy Satisfecho	42.9	9
Totales	100.0	21

CUADRO 5.19.5**SATISFACCIÓN GENERAL DE LA CARRERA DE BACHILLERATO
DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS SEDE LIMÓN**

MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Muy Satisfecho	0.00	0
Insatisfecho	0.00	0
Ni Satisfecho, ni Insatisfecho	100.00	2
Satisfecho	0.00	0
Muy Satisfecho	0.00	0
Totales	100.00	2

CUADRO 5.20.1**ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN CONOCIMIENTO
DEL PLAN DE ESTUDIOS**

MAYO 2015

Trabajo	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Si	85	82,5
No	19	13,7
NS/NR	0	0
Totales	103	100

CUADRO 5.20.2
CONOCIMIENTO DEL PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA DE
BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS-
SEDECARTAGO
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	84.4	54
No	9.4	6
NS/NR	6.3	4
Totales	100.0	64

NOTA: El valor relativo se calculó con el total de estudiantes entrevistados de la sede de Cartago (64)

CUADRO 5.20.3
CONOCIMIENTO DEL PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA DE
BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS SEDE SAN
JOSÉ
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	75.00	12
No	25.00	4
NS/NR	0.00	0
Totales	100.00	16

CUADRO 5.20.4
CONOCIMIENTO DEL PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA DE
BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS- SEDE SAN
CARLOS
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	90.5	19
No	9.5	2
NS/NR	0.00	0
Totales	100.00	21

CUADRO 5.20.5
CONOCIMIENTO DEL PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA DE
BACHILLERATO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS SEDE
LIMÓN
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Si	0.00	0
No	100.00	2
NS/NR	0.00	0
Totales	100.00	2

CUADRO 5.21
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN EL CONOCIMIENTO
DEL PLAN DE ESTUDIOS
MAYO 2015

Bachillerato AE	Promedio %
Duración del Plan de Estudios	9,1
Uso de la tecnología en los cursos	7,2
Cantidad de cursos en el plan de estudios	8,3
Coherencia entre el plan de estudios y el desarrollo del curso	9,5
Totales	34,1

CUADRO 5.22.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS ACERCA DE LA SEGURIDAD
DE LA SEDE DONDE ESTUDIAN
MAYO 2015

Costo	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy Satisfecho	16	15,5
Satisfecho	37	32,2
Ni satisfecho, ni Insatisfecho	43	35,9
Insatisfecho	0	12,6
Muy Insatisfecho	7	3,8
NS/NR	0	0
Totales	103	100

CUADRO 5.22.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD EN GENERAL SEDE
CARTAGO
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Muy Satisfecho	12	19
Satisfecho	19	30
Ni satisfecho, ni Insatisfecho	22	34
Insatisfecho	7	11
Muy Insatisfecho	4	6
Totales	64	100

CUADRO 5.22.3
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD EN GENERAL SEDE SAN
JOSÉ
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Muy Satisfecho	0	0
Satisfecho	2	13
Ni satisfecho, ni Insatisfecho	5	31
Insatisfecho	5	31
Muy Insatisfecho	4	25
Totales	16	100

CUADRO 5.22.4
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD EN GENERAL SEDE SAN
CARLOS
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Muy Satisfecho	3	14
Satisfecho	12	57
Ni satisfecho, ni Insatisfecho	3	14
Insatisfecho	0	0
Muy Insatisfecho	3	14
Totales	21	100

CUADRO 5.22.5
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN GRADO DE
SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD EN GENERAL SEDE LIMÓN
MAYO 2015

Opciones de Respuesta	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativos (%)
Muy Satisfecho	0	
Satisfecho	0	
Ni satisfecho, ni Insatisfecho	0	
Insatisfecho	0	
Muy Insatisfecho	2	100
Totales	2	100

CUADRO 5.23.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA FORMA DE
COSTEAR SUS ESTUDIOS ACTUALMENTE
MAYO 2015

Costo	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Beca del TEC	23	22,3
Préstamo TEC	8	7,7
Recursos familiares	65	63,2
Financiamiento Publico	0	0
Otro	7	6,8
NS/NR	0	0
Totales	103	100

CUADRO 5.23.2
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA FORMA DE
COSTEAR SUS ESTUDIOS -SEDE CARTAGO
MAYO 2015

Costo	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Beca del TEC	16	25,0
Préstamo TEC	5	7,8
Recursos familiares	39	60,9
Financiamiento Público	0	0
Otro	4	6,2
NS/NR	0	0
Totales	64	100

CUADRO 5.23.3
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA FORMA DE COSTEAR
SUS ESTUDIOS SEDE SAN JOSÉ

MAYO 2015

Costo	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Beca del TEC	9	56,2
Préstamo TEC	0	0
Recursos familiares	6	37,4
Financiamiento Publico	0	0
Otro	1	6,25
NS/NR	0	0
Totales	16	100

CUADRO 5.23.4
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA FORMA DE COSTEAR
SUS ESTUDIOS -SEDE SAN CARLOS

MAYO 2015

Costo	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Beca del TEC	6	28,5
Préstamo TEC	2	9,5
Recursos familiares	13	61,9
Financiamiento Publico	0	0
Otro	0	0
NS/NR	0	0
Totales	21	100

CUADRO 5.23.5
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA FORMA DE COSTEAR
SUS ESTUDIOS -SEDE LIMÓN
MAYO 2015

Costo	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Beca del TEC	0	0
Préstamo TEC	0	0
Recursos familiares	2	100
Financiamiento Publico	0	0
Otro	0	0
NS/NR	0	0
Totales	2	100

CUADRO 5.24.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN TIPO DE BECA
QUE POSEEN EN EL TECNOLÓGICO
MAYO 2015

Tipo de Beca	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Excelencia académica	0	0
Participación destacada	0	0
Horas asistente	9	39,1
Honor	0	0
Asistencia especial	1	4,3
Dependiente	0	0
Mauricio Campos	10	43,4
Beca préstamo	0	0
Exoneración porcentual	3	13,2
Residencia estudiantil	0	0
Deportiva	0	0
Otra	0	0
NS/NR	0	0
Totales	23	100

CUADRO 5.24.2
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN TIPO DE BECA-
SEDE CARTAGO
MAYO 2015

Tipo de Beca	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Excelencia académica	0	0
Participación destacada	0	0
Horas asistente	7	43,7
Honor	0	0
Asistencia especial	1	6,2
Dependiente	0	0
Mauricio Campos	6	37,5
Beca préstamo	0	0
Exoneración porcentual	2	12,5
Residencia estudiantil	0	0
Deportiva	0	0
Otra	0	0
NS/NR	0	0
Totales	16	100,0

CUADRO 5.24.3
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN TIPO DE BECA-
SEDE SAN JOSÉ
MAYO 2015

Tipo de Beca	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Excelencia académica	0	0
Participación destacada	0	0
Horas asistente	8	88,8
Honor	0	0
Asistencia especial	0	0
Dependiente	0	0
Mauricio Campos	0	0
Beca préstamo	0	0
Exoneración porcentual	1	11,1
Residencia estudiantil	0	0
Deportiva	0	0
Otra	0	0
NS/NR	0	0
Totales	9	100,0

CUADRO 5.24.4
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN TIPO DE
BECA-SEDE SAN CARLOS
MAYO 2015

Tipo de Beca	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Excelencia académica	0	0
Participación destacada	0	0
Horas asistente	1	16,6
Honor	0	0
Asistencia especial	0	0
Dependiente	0	0
Mauricio Campos	0	0
Beca préstamo	0	0
Exoneración porcentual	0	0
Residencia estudiantil	0	0
Deportiva	0	0
Otra	0	0
NS/NR	0	0
Totales	6	100

CUADRO 5.25.1
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPINIÓN DE LOS
COSTOS DE MATRÍCULA DE COMPARADO CON OTRAS
UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS
MAYO 2015

Costos matrícula	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy bajo	7	6,8
Bajo	45	43,6
Intermedio	41	39,8
Alto	2	2,1
Muy alto	0	0
NS/NR	8	7,7
Totales	103	100

CUADRO 5.25.2
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPINIÓN DE LOS
COSTOS DE MATRÍCULA DE COMPARADO CON OTRAS
UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS SEDE CARTAGO
MAYO 2015

Costos matrícula	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy bajo	5	7,8
Bajo	28	43,7
Intermedio	23	39,9
Alto	0	0
Muy alto	0	0
NS/NR	8	12,5
Totales	64	100

CUADRO 5.25.3
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPINIÓN DE LOS
COSTOS DE MATRÍCULA DE COMPARADO CON OTRAS
UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS SEDE SAN JOSE
 MAYO 2015

Costos matricula	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy bajo	1	6,2
Bajo	7	43,7
Intermedio	8	50,0
Alto	0	0
Muy alto	0	0
NS/NR	8	0
Totales	24	100

CUADRO 5.25.4
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPINIÓN DE LOS
COSTOS DE MATRÍCULA DE COMPARADO CON OTRAS
UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS SEDE SAN CARLOS
 MAYO 2015

Costos matricula	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy bajo	1	4,7
Bajo	9	42,8
Intermedio	11	52,3
Alto	0	0
Muy alto	0	0
NS/NR	0	0
Totales	21	100

CUADRO 5.25.5
ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN OPINIÓN DE LOS
COSTOS DE MATRÍCULA DE COMPARADO CON OTRAS
UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS SEDE LIMON
MAYO 2015

Costos matricula	Número de opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy bajo	0	0
Bajo	1	50,0
Intermedio	0	0
Alto	1	50,0
Muy alto	0	0
NS/NR	0	0
Totales	2	100