



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

FCE
FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS

Licenciatura en Administración

**“Información de Alumnos
Universitarios sobre el Consejo
Profesional de Ciencias Económicas”**

Trabajo de Investigación

POR

Gustavo Rafael Deriaz

Profesor Tutor

Cont. Raúl Walter Coronel

M e n d o z a - 2013

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
CAPÍTULO I: CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	8
1. Un acercamiento al tema.....	8
2. La información.....	8
2.1. Necesidad de información.....	8
2.2. Concepto.....	9
2.3. Características.....	10
2.4. Sistemas de información.....	10
3. Introducción a la investigación de mercados.....	11
3.1. La decisión de realizar investigación de mercados.....	12
3.2. Concepto de investigación de mercados.....	13
3.3. Etapas del proceso de investigación de mercados.....	14
3.3.1. Descubrimiento y definición del problema.....	15
3.3.2. Diseño de la investigación.....	16
3.3.3. Muestreo.....	18
3.3.4. Recopilación de datos.....	18
3.3.5. Procesamiento y análisis de datos.....	19
3.3.6. Conclusiones e informes.....	19
CAPÍTULO II: MUESTREO.....	20
1. Descripción de la población meta.....	20
2. Tamaño de la muestra.....	21
2.1. Universidad Nacional de Cuyo.....	21
2.2. Universidad Juan Agustín Maza.....	24
3. Sistema de selección de la muestra.....	25
CAPÍTULO III: RECOPIACIÓN DE DATOS.....	27
1. Prueba preliminar.....	27

2. Estudio principal.....	36
CAPÍTULO IV: PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....	37
1. Procesamiento de datos.....	37
2. Análisis de datos.....	38
2.1. Datos demográficos y de la variable información de los alumnos.....	39
2.1.1. Universidad Nacional de Cuyo.....	39
2.1.1.1. Datos demográficos.....	39
2.1.1.2. Datos de la variable información.....	43
2.1.2. Universidad Juan Agustín Maza.....	48
2.1.2.1. Datos demográficos.....	48
2.1.2.2. Datos de la variable información.....	51
2.1.3. Cuadro comparativo de los resultados presentados.....	56
2.2. Datos de la variable información de los alumnos por carrera.....	57
2.2.1. Universidad Nacional de Cuyo.....	58
2.2.1.1. Información sobre la matriculación.....	58
2.2.1.2. Información sobre el Código de Ética.....	59
2.2.2. Universidad Juan Agustín Maza.....	60
2.2.2.1. Información sobre la matriculación.....	60
2.2.2.2. Información sobre el Código de Ética.....	61
2.3. Datos de la variable trabajo de los alumnos por universidad.....	62
2.3.1. Universidad Nacional de Cuyo.....	63
2.3.2. Universidad Juan Agustín Maza.....	64
CONCLUSIONES.....	67
REFERENCIAS.....	72
ANEXOS.....	74
ANEXOS A.....	74
ANEXOS B.....	76
ANEXOS C.....	83

INTRODUCCIÓN

La investigación que se presenta comienza a gestarse en el año 2012 a partir de prácticas profesionales de la Licenciatura en Administración en el área de Calidad. Las mismas se llevaron a cabo en el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza donde se conformó un equipo para relevar tres de los principales procesos. El autor de este trabajo desconocía aspectos del Consejo Profesional que son fundamentales a saber por los futuros profesionales. Es decir, que la experiencia en el campo formuló interrogantes acerca del trabajo realizado por el Consejo Profesional en los alumnos de las Universidades de Mendoza. Se descubrió cuan importante es que el Consejo trabaje en sus clientes potenciales, siendo estos los alumnos de las carreras en Ciencias Económicas.

Antes de iniciar dicha experiencia y durante el transcurso de la misma el autor del presente trabajo desconocía la Ley nacional N° 20488 y provincial N° 5051 de ejercicio profesional en Ciencias Económicas, siendo la comprensión de las mismas fundamental ya que son las leyes que reglamentan el ejercicio. Son normativas que los profesionales no pueden ignorar.

Estas leyes delegan en los Consejos Profesionales de cada jurisdicción los siguientes objetivos, entre otros:

- Dar cumplimiento a las disposiciones de las leyes 20.488 y 5.051 y otras relacionadas con el ejercicio profesional y sus respectivas reglamentaciones.
- Llevar las matriculas de los profesionales en Ciencias Económicas y crear en el futuro las que correspondan.
- Honrar en todos sus aspectos el ejercicio de las profesiones de Ciencias Económicas.
- Ordenar, dentro de sus facultades, el ejercicio profesional de Ciencias Económicas dictando las normas necesarias para regular y delimitar dicho ejercicio.
- Certificar las firmas y legalizar los dictámenes expedidos por los profesionales matriculados cuando tal requisito sea exigido.
- Cuidar que se cumplan los principios de ética que rigen el ejercicio de las profesiones en Ciencias Económicas.
- Aplicar las sanciones disciplinarias por la violación de las presentes leyes, al Código de Ética y a la ley de honorarios profesionales.
- Reprimir con los medios legales a su alcance, el ejercicio ilegal de la profesión.

- Proponer al poder ejecutivo los aranceles correspondientes al derecho anual del ejercicio profesional y derecho de inscripción en la matrícula y aconsejar y dictaminar sobre la aplicación de los mismos.
- Atender el aspecto previsional y/o los servicios sociales de los profesionales que lo soliciten.
- Desarrollar bibliotecas especializadas, promover y difundir actividades culturales y técnico-científicas entre los profesionales y la comunidad.
- Dictar el Código de Ética para el mejor cumplimiento de los objetivos mencionados anteriormente.

Se puede apreciar que estas leyes contienen el marco legal y ético en el cual el profesional en Ciencias Económicas debe desenvolverse siendo el Consejo Profesional el encargado de apoyarlo, ayudarlo, contenerlo, asesorarlo, potenciarlo, alentarlo y defenderlo.

Es por tal trascendental tarea que cada alumno en Ciencias Económicas debe saber cuáles son por lo menos los dos principales objetivos del Consejo Profesional. El primero de ellos es la matriculación y el control de las mismas y el segundo objetivo es el control del recto ejercicio de la profesión en Ciencias Económicas, es decir la aplicación de las normas del Código de Ética¹.

En dicha organización, el autor de este trabajo, detectó que no hay un programa que se dirija a la capacitación de los alumnos que están próximos a recibirse y que por lo tanto están próximos a matricularse; siendo la matriculación obligatoria por ley. Tampoco hay programas en los que se les informe sobre el contenido y aplicación del Código de Ética de la Profesión.

Es por esto que se plantea como interrogante ¿Cuánto conocen los alumnos en Ciencias Económicas sobre el Consejo Profesional en Ciencias Económicas de Mendoza? Para responder a esta pregunta es que se diseñó este trabajo de investigación en el que seguidamente se presentan los objetivos, hipótesis y pregunta de investigación de modo que sirvan de guía para el resto del trabajo.

- Objetivo General
 - Estudiar la información que poseen los alumnos universitarios sobre los dos principales objetivos del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza.

¹ http://cpcemza.org.ar/?page_id=4

- Objetivos Específicos
 - Determinar y comparar la información que poseen los alumnos de diferentes universidades sobre los dos principales objetivos del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza.
 - Determinar y comparar la información que poseen alumnos de distintas carreras de una misma universidad sobre los dos principales objetivos del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza.
 - Determinar si el hecho que los alumnos universitarios trabajan, hace que los mismos conozcan sobre los dos principales objetivos del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza.
- Pregunta de Investigación
 - ¿Cuán informados están los alumnos de dos universidades de Ciencias Económicas de Mendoza sobre los dos principales objetivos del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza? ¿Existen diferencias por carrera o por universidad al respecto?
- Hipótesis de Investigación
 - La información de los alumnos universitarios sobre los dos principales objetivos del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza no difiere entre carreras de una misma universidad pero sí difiere entre universidades.
 - La información de los alumnos, de cada carrera y universidad, sobre los dos principales objetivos del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza es mayor en los alumnos que trabajan en el campo de las Ciencias Económicas.

Para realizar esta investigación y de acuerdo a lo expuesto por Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2010) se utilizó una metodología *cuantitativa*, ya que se obtuvo la descripción de la variable información de los alumnos sobre los dos principales objetivos del Consejo Profesional de Ciencias Económicas y de otras variables como son la carrera, edad, género, estado

ocupacional, etc. por medio de la medición numérica y el análisis estadístico. Además, el estudio es de tipo *no experimental*, ya que no se intenta construir alguna situación para manipular variables y observar sus efectos, sino que se observan los fenómenos en su contexto natural, en situaciones ya existentes no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza.

El presente trabajo se lleva a cabo mediante la recolección de datos en un solo momento dado, asumiendo como propósito principal describir y analizar las variables mencionadas en los alumnos de dos universidades de Mendoza. Esta forma de trabajo alude a operar desde un diseño *transeccional o transversal*. Lo que se busca es indagar sobre la incidencia de las modalidades o niveles sobre las variables a investigar, por lo tanto es un diseño de tipo *descriptivo*.

En conclusión, para dar respuesta a los objetivos de este trabajo se utilizó un diseño *cuantitativo, no experimental, trasversal o transeccional y descriptivo*.

Para obtener la información necesaria para llevar a cabo la investigación se confeccionó un *cuestionario*, el cual tiene como objetivo obtener información personal de cada uno de los estudiantes y sobre el conocimiento que poseen sobre el Consejo Profesional de Ciencias Económicas, para así poder conocer aquellos puntos que harán aceptar o rechazar la hipótesis inicial.

El objetivo es poder ofrecer al Consejo Directivo, que es el órgano de administración del Consejo Profesional, un instrumento científico que sea útil para la toma de decisiones. Es necesario que sea científico porque esto lo convierte en un instrumento creíble y objetivo. Y que sea creíble y objetivo hacen de este trabajo una herramienta útil ya que sirven para poder determinar si el Consejo Profesional esta cumpliendo con sus dos principales objetivos respecto a los futuros profesionales.

Para el desarrollo del siguiente trabajo se utilizó como guía la propuesta de Zikmund, William G. (1998). En la presente introducción se desarrollaron las etapas a las que el llama el descubrimiento y definición del problema y el diseño de la investigación. En el capítulo uno se presenta los conceptos teóricos de autores reconocidos en el tema que servirán de base para el resto del trabajo. Luego, en los capítulos dos, tres y cuatro se describe el proceso del muestreo, recopilación de datos y el procesamiento y análisis de los datos correspondientemente. Por último, se desarrollan las conclusiones.

CAPITULO I

CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

1. UN ACERCAMIENTO AL TEMA

En las organizaciones, una de las actividades cotidianas e imprescindibles para el futuro es la toma de decisiones. Esta se caracteriza por implicar resultados futuros, es decir que en el momento que se toma la decisión rara vez se puede predecir exactamente lo que ocurrirá. Por lo tanto, en la mayoría de los casos está relacionada con la incertidumbre. Y la incertidumbre está estrechamente vinculada con la información. Lo que suele ocurrir es que no se cuenta con el conocimiento necesario sobre la situación para poder actuar en forma correcta. Para suplir esta deficiencia es que se utiliza la Investigación de Mercado que según Zikmund (1998) ayuda a especificar y a proporcionar la información exacta para reducir la incertidumbre en la toma de decisiones.

En este capítulo se abordarán conceptos de autores especializados en los temas a tratar que nos proporcionaran las bases para el trabajo de investigación que se presenta.

2. LA INFORMACION

2.1. NECESIDAD DE INFORMACION

Para cualquier decisión a tomar en nuestra vida necesitamos información que nos permita evaluar los cursos de acción posibles. Por ejemplo, para decidir qué va a cocinar un ama de casa tiene que tener en cuenta qué ha cocinado en los días anteriores para balancear la dieta, cuáles son los ingredientes de los que dispone, qué alimentos son perecederos para priorizar su utilización, tener en cuenta los gustos de los comensales, el tiempo que dispone para su preparación, el presupuesto del cual dispone, etc. Un ama de casa no hace un análisis tan intrincado porque la asimilación de la información muchas veces es imperceptible y constante. Además, mucha de toda esta información ya se dispone por experiencia y por lo tanto está en nuestro interior. Es decir, ya se saben los gustos de

los comensales y consecuentemente no se les pregunta nuevamente todos los días. Con este ejemplo se busca hacer evidente que siempre se utiliza información para decidir.

En otras situaciones no nos alcanza con la información de la cual disponemos y entonces es cuando recurrimos al medio externo. Ante la amenaza de viento zonda prendemos la radio o la televisión para informarnos sobre qué actividades se suspenden. Podemos predecir por experiencia pero necesitamos verificarlos por fuentes externas.

En esta era de la información donde como nunca podemos acceder en tiempo real a todo tipo de información de todas partes del mundo de manera gratuita, la dificultad que se presenta es justamente la cantidad de información a la cual estamos expuestos a diario. Los seres humanos no somos capaces de procesar tal cantidad de información, además contamos con una capacidad de memorización limitada y nuestras percepciones se ven filtradas por nuestros intereses, entre otras dificultades.

En síntesis, desde que nos levantamos hasta que nos acostamos estamos expuestos a información que condicionan nuestras decisiones. Y esta conclusión se aplica también al mundo organizacional. De hecho cualquier organización que desee prosperar hoy en día depende de la información que logre obtener y generar. En el mundo bursátil es bien sabido que el operador que dispone de información anterior al resto del mercado sobre las empresas que cotizan en la bolsa tiene ventaja ya que puede anticiparse a lo que ocurrirá y entonces actuar de acurdo a su conveniencia.

2.2. CONCEPTO

Para comenzar, resulta útil distinguir la diferencia entre dato e información. Para Zikmund (1998) los datos son simplemente “hechos o medidas registradas de ciertos fenómenos”; la información se genera cuando estos datos se reúnen y procesan. Es decir, que un conjunto de datos se transforman en información. No todo hecho es información; sino que para obtenerla se necesita adaptarla a cada situación en particular. Es necesario un proceso de conversión, de elaboración.

Resulta esclarecedor el concepto de Puebla (2009): *“Es un recurso o bien inagotable, constituido por un conjunto de datos registrados, clasificados, relacionados o interrelacionados, dentro de un contexto y que es valorada por el usuario, debido a que le proporciona un mayor conocimiento al destinatario sobre una situación en particular, disminuyendo su incertidumbre ante las decisiones que debe tomar”*.

Para Haderne (2011) *“la información implica la comunicación y recepción de inteligencia o conocimiento. Evalúa y notifica, sorprende y estimula, reduce la incertidumbre, revela alternativas adicionales o ayuda a eliminar las irrelevantes o pobres, e influye sobre otros individuos y los estimula a la acción. La información está compuesta de datos, imágenes, texto, documentos y voz. A menudo entrelazados en forma compleja. Pero siempre organizados en un contexto significativo”*.

2.3. CARACTERÍSTICAS

No toda la información es valiosa para un individuo u organización en particular. Esta es eficaz si ayuda a tomar decisiones y se puede evaluar de acuerdo a cuatro características.

- **Útil.** La información es útil cuando es relevante para el decisor, cuando obtienen de la información lo que necesitan porque posee valor para los mismos.
- **Exacta.** Se refiere a que la información representa a la situación real, que no contiene errores, que es confiable y válida.
- **Oportuna.** Hace referencia a que la información debe estar disponible en el momento adecuado. Por ejemplo, cuando las organizaciones se acostumbran a llevar los sistemas de información contable desactualizados, entonces, solo sirven para liquidar impuestos pero no permiten saber lo que sucede en tiempo real y se pierden de utilizar todo ese esfuerzo de elaboración de información porque no se dispone en el momento correcto.
- **Completa.** Debe contener toda la información necesaria en todos los aspectos que abarquen las decisiones.

2.4. SISTEMAS DE INFORMACION

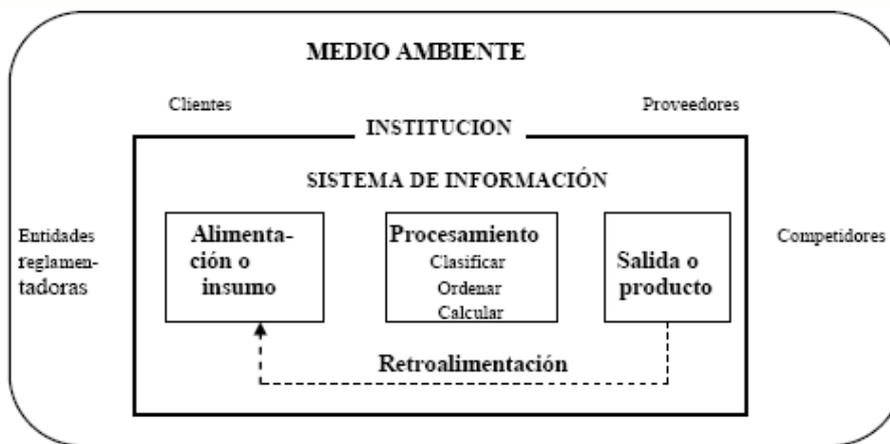
Para Haderne (2011) *“Un sistema de información puede definirse técnicamente como un conjunto de componentes interrelacionados que permiten capturar, procesar, almacenar y distribuir la información para apoyar la toma de decisiones y el control en una institución”*.

Existen, entonces, tres acciones para producir información. En primer lugar se capturan datos tanto del interior como del exterior de la organización. Es decir, del ambiente o contexto en el cual está inserta. En segundo lugar los datos se procesan, es decir que se clasifican, ordenan y calculan. Por ultimo tenemos la salida o producto que traslada la información a donde deba ser utilizada. La

retroalimentación es la etapa en que la institución hace evaluaciones de manera de corregir la etapa de alimentación.

En la figura 1 se presenta el sistema de información incluyendo el ambiente en el cual están insertas las organizaciones ya que estas son partes de este ambiente, necesitan de recursos del mismo y están permanentemente expuestos a hechos generados en el exterior.

Figura N° 1 “Sistemas de información gerencial”



Fuente: Haderne, 2011.

El secreto está en la habilidad de cada organización de transformar datos en información útil que le permitirá beneficiarse. Para Ocaña (2011) “quien mejor genere, gestione y ejecute el conocimiento podrá hacer del saber la nueva forma de ventaja competitiva”. Entendiendo al conocimiento como estar informado sobre algo, pero además como una disposición psíquica conciente para aprehender y comprender ese algo. Se hace evidente como ha señalado Drucker en Ocaña que los principales productores de riqueza en la actualidad son la información y el conocimiento. Que el medio de producción básico no es el capital, la tierra o el trabajo, como la economía clásica propone, sino el saber.

Como conclusión podemos afirmar que lo que una organización pueda hacer en los próximos años dependerá de lo que sus sistemas de información sean capaces de hacer.

3. INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Como ya se ha mencionado, en toda organización existen ciertos grupos de información esenciales para administrarla; y la investigación de mercado desempeña un papel fundamental en el

suministro de dicha información. Igualmente, debe entenderse con claridad que los administradores pueden tomar, y de hecho lo hacen en la mayoría de los casos, decisiones sin hacer uso de la investigación de mercado. Estas decisiones pueden ser correctas si la experiencia del administrador es suficiente y su juicio es apropiado. Lo que se busca es tomar una decisión eficaz y no gastar dinero en una investigación de mercado que no facilitará una decisión. Incluso si facilita la decisión se debe evaluar el costo del beneficio, de manera de asegurarse que el esfuerzo o costo de generar información no superara el beneficio que reporta producirla.

3.1. LA DECISIÓN DE REALIZAR INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La investigación de Mercados resulta útil en diversas situaciones pero la decisión de llevarla a cabo no debe ser automática. Debe sustentarse en las siguientes consideraciones de acuerdo con Zikmund (1998):

- **Restricciones de tiempo y dinero:** La investigación sistemática requiere tiempo y dinero pero los recursos son siempre limitados, en especial los mencionados. Por lo que si no se dispone de recursos suficientes para llevar a cabo la investigación es recomendable que no se realice ya que se corre el riesgo de afectar la integridad de la investigación y por lo tanto de sesgar el proyecto. Muchas veces la decisión debe tomarse en forma inmediata y no llega a disponerse de una comprensión de la situación. En estos casos, aunque no es recomendable, la urgencia impide realizar una investigación.
- **Naturaleza de la decisión:** Por lo general las decisiones rutinarias no requieren de investigación sustancial y el personal ya tiene experiencia suficiente para tomarlas. Por lo tanto no se justifica un gasto importante en investigación. En general, cuanto más importante sea la decisión que enfrenta la administración y mayor sea la incertidumbre o el riesgo que ésta implica, mayor será la posibilidad de llevar a cabo la investigación.
- **Comparación de beneficios contra costos:** Como ya se menciona, llevar a cabo un proyecto de calidad implica tiempo y dinero, es decir un costo para la organización. Por lo que resulta razonable asegurarse que los beneficios de llevar a cabo una investigación sean mayores a los recursos insumidos. Esto implica una dificultad ya que mientras los costos son relativamente fáciles de calcular; con los beneficios no pasa lo mismo porque la información es de carácter subjetiva y por lo tanto es complicado determinar cual será el valor, en términos económicos, que nos generará la decisión para la cual se realiza el proyecto.
- **Actitud hacia la investigación de mercados:** Este punto es crucial y sobre todo entre los alumnos de la Universidades que realizan grandes esfuerzos en trabajos de investigación para

después darse cuenta que quedan encajonados sin que nadie los utilice. Si el órgano de administración de una organización no tiene una actitud positiva hacia la investigación es posible que se lo menosprecie y que todo el esfuerzo sea inútil. Aunque cabe la posibilidad que un proyecto de investigación que al inicio no generaba expectativas termine sorprendiendo por sus resultados a la administración y utilizado para tomar decisiones.

3.2. CONCEPTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Según Naresh Malhotra (2008), la investigación de mercados es "Identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información, con el propósito de ayudar a la administración a tomar decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas (y oportunidades) de marketing".

Philip Kotler (2002), define la investigación de mercados como "el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa".

La American Marketing Association (AMA) en su definición incluye las funciones y etapas de la investigación de mercados: *“la investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el comercializador a través de la información. Esta información se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; como también para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; monitorear el desempeño del marketing; y mejorar la comprensión del marketing como un proceso.*

Para Bennett (1988): *“La investigación de mercados especifica la información requerida para abordar estos problemas; diseña el método para recolectar la información; dirige e implementa el proceso de recolección de datos; analiza los resultados y comunica los hallazgos y sus implicaciones”.*

Estas definiciones nos ayudan a comprender el concepto de investigación de mercados, sobre todo la última que es muy completa. Pero por su simplicidad se prefiere la definición de Zikmund (1998) “Es un proceso objetivo y sistemático en el que se genera la información con el fin de ayudar en la toma de decisiones de mercado”.

En esta definición se pueden distinguir cuatro elementos que merecen ser desarrollados.

- **Objetivo.** Se refiere a que la investigación debe ser neutral, la postura del investigados debe ser impersonal y no emocional o tendenciosa. El fin del proyecto es que refleje la realidad de una situación en particular no un argumento para sostener pensamientos preconcebidos. Anteriormente se menciona que la información debe ser exacta ya que en el caso contrario la investigación carece de valor.
- **Sistemático.** implica que el proyecto no se realiza de manera improvisada sino que es planificado y organizado en todos sus aspectos. Se piensan y describen los pasos del proyecto en lo que se llama la etapa del diseño de la investigación y después hay que proceder a ejecutarlos de la manera en que se los planificó. Es decir, que no hay lugar para la espontaneidad.
- **Información.** El objetivo de la investigación de mercado a diferencia de la investigación en cualquier otra área es que busca generar información y no datos simplemente. Ya se habló del proceso que implica la elaboración de la misma.
- **Toma de decisiones.** Por supuesto que el fin de esta búsqueda de información es para reducir la incertidumbre en la toma de decisiones. La investigación busca ser de ayuda al criterio de la gerencia, complementar su juicio y experiencia con información científica.

Cabe destacar, que muchas de las definiciones de investigación de mercados limitan el concepto por omitir las organizaciones no lucrativas como zoológicos, partidos políticos, organizaciones ambientales, iglesias, etc. Se hace mención a esta limitación porque justamente este trabajo está realizado para una organización pública no estatal sin fines de lucro.

3.3. ETAPAS DEL PROCESO DE INVESTIGACION DE MERCADO

Como se mencionó anteriormente la investigación es sistemática y por lo tanto cuenta con una sucesión de pasos relacionados entre sí que se superponen permanentemente. Cada proyecto deberá diseñar la secuencia de pasos que mejor se adapte a su situación. El investigador deberá escoger entre varias alternativas en cada etapa, donde no hay una correcta sino que depende del propósito, tiempo y recursos de la investigación.

Para este trabajo se utiliza las etapas propuestas por Zikmund (1998):

3.3.1. Descubrimiento y definición del problema

Es imprescindible iniciar cualquier proyecto de investigación conociendo el problema. El tiempo, esfuerzo y dinero invertidos serán en vano sino se especifica el problema, ya que no sirve de nada encontrar la respuesta correcta a una pregunta inadecuada. Incluso nos puede ocasionar pérdidas económicas al implementar acciones como resultado de una investigación que no se conoció debidamente. La formulación de un problema es con frecuencia más importante que su solución y sumando a lo dicho muchas veces la formulación es incluso más difícil que resolverlo. Saber que es lo que está ocurriendo en una situación concreta es el oro en el mundo de los negocios. Poder identificar los síntomas, causas y relaciones entre las variables es lo que se pretende. Adquirir una idea más clara de la situación a investigar es útil para poder iniciar las demás etapas del proyecto pero también porque es la fase que guía a todas las demás.

Cuando se hace referencia a la palabra problema está denota una connotación negativa. Nos indica que algo está mal y necesita ser solucionado. En las organizaciones un problema se presenta cuando no se ha alcanzado los objetivos propuestos. Pero no siempre es un problema lo que motiva una investigación sino que la organización puede querer buscar información para aprovechar una oportunidad. La oportunidad se caracteriza porque permite aumentar el desempeño al emprender nuevas acciones. Pero es más frecuente que se identifiquen solo síntomas que son indicios que señalan la presencia de un problema o de una oportunidad. De cualquier manera, esta etapa se propone conocer todos los aspectos de un área con claridad.

Para ello hay que diferenciar dos etapas. La primera es el descubrimiento del problema. Tiene que ver con poder empezar a dilucidar de qué se trata el problema. Esta situación se da al comienzo cuando el investigador solo tiene algunos síntomas solamente que le sirven como pista para empezar a interpretar la situación. La segunda etapa es la definición del problema donde ya se está en condiciones de formular claramente el problema o la oportunidad.

Para tener una idea más clara del problema se lleva a cabo una investigación exploratoria que tiene como fin disminuir de manera gradual el tema de la investigación para poder convertir una situación ambigua en una con el escenario más claro. Generalmente se lleva a cabo al inicio de la investigación pudiendo emplear técnicas de cuatro categorías: análisis de datos secundarios, estudio de casos, encuestas sobre experiencias, y estudio piloto.

- Los **datos secundarios** o históricos son para Zikmund (1998) “datos previamente recopilados y organizados para algún proyecto distinto del que se realiza en ese momento”. Han sido confeccionados para un propósito distinto del de la investigación por lo que puede que estén desactualizados y que no se encuentre exactamente lo que se necesite. Como ya se disponen de estos datos su acceso y costo son bajos pero como se mencionó puede que su utilidad sea limitada.
- Los **estudios de caso** tienen que ver con explorar acabadamente situaciones similares a la situación objeto del proyecto. Un hotel de Mendoza puede investigar de manera intensiva las actividades de marketing de un hotel de la misma categoría en Buenos Aires. La principal ventaja es que se puede investigar a fondo los detalles de la situación de manera de identificar el orden de los eventos conforme estos ocurren, las relaciones entre las funciones, los individuos o las entidades.
- Las **encuestas sobre experiencia** es una de las primeras acciones que se llevan a cabo ya que es natural preguntar a las personas que saben sobre la situación a investigar. Son las entrevistas con los expertos que tiene como premisa relevar el conocimiento que no está escrito. Es un muestreo intencional de manera de utilizar la información disponible de fuentes económicas.
- En los **estudios pilotos** se genera información a partir de una muestra de individuos pero a pequeña escala. Es decir que no se tiene en cuenta la representatividad de la muestra y otras reglas de validez. A pesar de esto, son técnicas muy utilizadas como es el conocido ejemplo de las sesiones de grupo o grupo foco donde se realiza una entrevista a un grupo chico de personas donde el moderador induce a que se expresen libremente sobre una idea, marca, producto o lo que se quiera indagar de ellos.

Una vez que se ha identificado y esclarecido la situación, con o sin la ayuda de la investigación exploratoria, se debe realizar una presentación formal de la situación y de los objetivos de la investigación. Esto determinará el tipo de información que debe buscarse y suministrará la estructura para la meta del proyecto. Zikmund (1998) dice que “la mejor expresión de un objetivo de investigación es una hipótesis de investigación comprobable y bien establecida. Una hipótesis es una declaración que se puede refutar o apoyar por medio de datos empíricos”.

3.3.2. Diseño de la investigación

Es la etapa donde se define el plan de acción para la recolección y análisis de los datos. Es la estructura que define la clase de información que se recolectará, la fuente de la misma, la forma de

recolectarla, la metodología de muestreo y programación. Obviamente si la etapa anterior se llevo a cabo correctamente y se estableció el objetivo del proyecto la información necesaria, las fuentes y otros elementos del proyecto surgen naturalmente.

Existen numerosas fuentes de información que los autores en el tema llaman también técnicas o métodos básicos de investigación. Seguidamente se mencionaran cuatro de ellas.

- **Encuestas.** Es una técnica que permite obtener información de un grupo de individuos mediante la aplicación de un cuestionario. Es decir, que se interroga a una muestra de individuos con preguntas sobre lo que se quiere saber de ellos. Puede preguntarse sobre sus actitudes, opiniones, comportamiento, nivel de conocimiento, de satisfacción, datos demográficos, etc. La encuesta puede ser realizada por una persona en forma verbal, por escrito o por computadora. Según su conveniencia las encuestas pueden ser estructuradas, cuando restringe el número de respuestas que puede brindar el encuestado, o no estructuradas o abiertas cuando el encuestado puede responder con libertad.

Como hay muchas modalidades de aplicar esta técnica, las ventajas y desventajas dependen de la que se elija. Ya que por ejemplo una entrevista por teléfono con preguntas estructuradas tiene la ventaja de ser económica, fácil de aplicar, de recopilar y codificar la información pero también se pierde mucha información al no poder observar a los encuestados y al limitar al encuestado a las respuestas propuestas. A diferencia de una entrevista personal con preguntas abiertas donde el entrevistador puede utilizar apoyos visuales y complementar la información con observaciones personales. En este caso la desventaja es que es cara. Es tarea del investigador encontrar la modalidad más conveniente de encuesta y de escribir el cuestionario. Esta es una de las partes fundamentales para que la investigación este libre de sesgos. Se debe confeccionar las preguntas de manera clara y ordenada, decidir la secuencia de las mismas, disposición del cuestionario, el formato, entre otros.

- **Experimentos.** Se utilizan para establecer relaciones de causa-efecto. Un experimento consiste en manipular una o más variables independientes para evaluar su efecto en la variable o las variables dependientes. Se trata de aislar las posibles influencias externas de las variables dependientes para no confundir los resultados del experimento. Se han diseñado una variedad de diseños experimentales que no se desarrollaran en este trabajo porque exceden los fines del mismo.
- **Datos secundarios.** Ya se ha hecho mención a la utilidad de los datos secundarios. Un ejemplo de su utilidad seria querer evaluar porque los costos de una organización han aumentado. Lo más natural para empezar a entender la situación seria analizar los

componentes de los costos y su evolución en el tiempo. Para esto se recurre a datos secundarios de los gastos en personal, materiales si existen productos o servicios, gastos en servicios, etc.

- **Observación.** Esta técnica consiste en registrar lo que se observa sin depender de la respuesta de los encuestados. No causan reacciones en el comportamiento de los observados porque se observa de manera pasiva y discreta. La desventaja es que la persona que observa debe estar entrenado y ser neutral en la observación ya que la interpretación de lo que se observa puede no entenderse. Además, las actitudes, pensamientos, motivaciones y otros estados intangibles son imposible de observarlos.

3.3.3. Muestreo

El muestreo consiste en seleccionar un pequeño número de elementos de la población para obtener una conclusión con respecto al total de la población. Cuando las muestras son representativas de la población en su conjunto entonces los resultados tienen las mismas características y no se necesita seleccionar a cada elemento de la población.

En esta etapa se determinara el plan de muestreo. Se deberá seleccionar, en primer lugar, a la población meta. Estos son los elementos que integrarán la muestra. El siguiente paso del muestreo tiene que ver con la determinación del tamaño de la muestra. Se debe precisar el número de elementos que se debe seleccionar de la población. Y por último se debe decidir la manera de seleccionar las unidades de muestreo. Existen dos técnicas básicas para este procedimiento. Por un lado, existe el muestreo probabilístico donde cada elemento de la población tiene una probabilidad conocida de ser seleccionado. Y por el otro lado, existe el muestreo no probabilístico donde cada elemento que conformará la muestra se selecciona según el criterio o conveniencia del investigador. Por lo que resulta estadísticamente incorrecto proyectar los datos más allá de la muestra.

3.3.4. Recopilación de datos

En esta etapa se debe recopilar los datos, es decir que el investigador debe reunir la información según el método decidido tratando de reducir los errores del proceso. Si el método consiste en una entrevista personal entonces el entrevistador deberá reunirse con los elementos de la población seleccionados para que respondan a las preguntas del cuestionario de manera de reunir la información necesaria para el proyecto.

3.3.5. Procesamiento y análisis de datos

El procesamiento de datos implica la edición y la codificación de los datos. La edición consiste en la revisión de la forma de recopilación de datos para solucionar problemas de respuestas ilegibles, incompletas, incongruentes o ambiguas, con el objetivo de incrementar la exactitud. Una vez que los errores están corregidos se deben codificar las respuestas que consiste en asignar un código a cada respuesta posible de una pregunta de manera de facilitar el análisis de los datos.

Una vez que los datos están codificados se procede a razonarlos de manera de poder determinar los resultados. Se analiza la existencia de patrones de respuesta, detalles significativos e incluso relaciones causales entre las respuestas de la investigación. Existen diferentes técnicas analíticas y su aplicación depende del proyecto de investigación.

3.3.6. Conclusiones e informes

En la etapa final del proceso de investigación se debe interpretar los resultados de la investigación en el contexto de la situación que motivó el proyecto con el fin de obtener conclusiones.

Cuando se crea necesario se pueden realizar recomendaciones sobre las conclusiones. Los hallazgos se deben presentar no sólo resumiendo los resultados estadísticos sino de manera tal que se les pueda dar un uso directo a quienes deban tomar decisiones.

CAPITULO II

MUESTREO

1. DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN META

El primer paso a seguir para diseñar la muestra es definir la población meta. Es decir, que el interés se centra en determinar que o quienes son objetos de investigación y esto obviamente depende del objetivo de la misma. Se requiere para ello una definición precisa y tangible de la población de la cual se va a extraer la muestra. La pregunta de investigación dice: ¿Cuán informados están los alumnos de dos universidades de Ciencias Económicas de Mendoza sobre los dos principales objetivos del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza? ¿Existen diferencias por carrera o por universidad al respecto? Por lo tanto, la unidad de análisis o la población meta son los alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas en sus tres carreras (Contador Publico Nacional, Licenciatura en Administración y Licenciatura en Economía) de la Universidad Nacional de Cuyo y de Ciencias Empresariales en sus dos carreras (Contador Publico y Dirección de Empresas) de la Universidad Juan Agustín Maza. Se realizó el estudio en estas dos universidades por la simple razón de haber conseguido la autorización para realizarla.

Los participantes son tanto hombres como mujeres entre 20 y más de 26 años de edad. Se consideró que los alumnos que recién ingresan en las universidades no han tenido el tiempo suficiente como para alcanzar los conocimientos mínimos sobre las instituciones relacionadas con las Ciencias Económicas. Por lo tanto se seleccionó como población meta a los alumnos que estén cursando alguno de los dos últimos años de cada carrera. Esto depende de la cantidad de años del plan de estudio de cada carrera en particular. En el caso de Contador Público Nacional de la Universidad Nacional Cuyo los dos últimos años de cursado son cuarto y quinto pero en el caso de la Licenciatura en Administración de la misma universidad los dos últimos años son tercero y cuarto ya que el plan de estudio consta de cuatro años de cursado.

2. TAMAÑO DE LA MUESTRA

En esta sección se determinara el tamaño de las muestras para cada una de las dos universidades por separado debido a que se utilizaron dos procedimientos diferentes para la obtención de los datos.

2.1. UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO

Se presentó una nota a la Directora de Dirección de Alumnos Susana Crombas solicitando los datos correspondientes a la cantidad de alumnos regulares para los dos últimos años de cursado de cada carrera para determinar el tamaño de la muestra. Las planillas recibidas se adjuntan en el *Anexo A*. La muestra está conformada por los alumnos matriculados. Por matriculado se entiende a la sumatoria de los alumnos ingresantes y reinscriptos. Como este trabajo solo incluye a los dos últimos años de cada carrera entonces la mayoría de los matriculados está conformado por los alumnos reinscriptos que son aquellos que, después de haber revestido la calidad de ingresantes, solicitan y efectivizan su reinscripcion en la misma carrera, en el mismo año lectivo o en uno posterior a efectos de que pueda continuar sus estudios en ella. En el siguiente cuadro se muestra la cantidad de alumnos *matriculados* por carrera y por año de cursado; el total de alumnos por carrera y en porcentajes:

Tabla N° 1 “Número de alumnos regulares por año y por carrera”

Carrera	Año de Cursado			Total	En porcentaje	Redondeando en %
	3ro	4to	5to			
CPN	-	288	518	806	53,6%	54%
LA	155	410	-	565	37,6%	37%
LE	-	41	92	133	8,8%	9%
			Total	1.504	100%	100%

Una vez obtenida la cantidad de alumnos sujetos del estudio, que representan la población realizaremos los cálculos apropiados para determinar el tamaño de la muestra para que sea probabilística. Para esto tendremos en cuenta los siguientes supuestos que se consideran por convención. Los primeros tres son supuestos y el cuarto es el número de alumnos de la población.

- Nivel de confianza: 95%
- Error (E): 5%
- Proporción: 0,5
- N: 1.504

Cálculo del intervalo de confianza:

$$\begin{array}{r}
 5 \left[\begin{array}{l}
 \begin{array}{l}
 0.4798 \rightarrow 2.05 \\
 0.48 \rightarrow X \\
 0.4803 \rightarrow 2.06
 \end{array} \\
 5 \rightarrow 0.01 \\
 2 \rightarrow X
 \end{array} \right. 0.01
 \end{array}
 \quad X = 2 \times 0.01 / 5 = 0.004$$

$$Z = 2.05 + 0.004 = 2.054$$

Se realizará el cálculo de “n” a través de dos fórmulas⁸ distintas para ver cuál se adecua mejor a los objetivos del trabajo.

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

$$n = (0,5 \times (1-0,5)) / ((0,05^2 / 2.054^2 + 0,5 \times (1-0,5) / 1.504) = 329$$

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

$$n = ((2.054^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)) / (0,05^2) = 422$$

El cálculo del tamaño de la muestra es de 329 y de 422 según las fórmulas utilizadas. En promedio el número de elementos de la muestra debería ser de 376. Pero por razones de haber encontrado una tendencia en las respuestas que proporcionaron los alumnos participantes se decidió realizar 100 encuestas. Además, existen dificultades de costo y tiempo que también contribuyeron a limitar el número de integrante de la investigación.

⁸ Las fórmulas utilizadas fueron extraídas de los apuntes de la obligación curricular “Investigación de Mercado” (2011).

Como el interés en el presente trabajo es comparar los resultados entre carreras es imprescindible que los participantes de la muestra sean representativos de la población. Para esto Hernández Sampieri et al. (2010) proponen el siguiente coeficiente:

$$ksh = \frac{nh}{Nh} = \frac{n}{N}$$

En donde nh y Nh son muestra y población de cada estrato y sh es la desviación estándar de cada elemento en un determinado estrato. En este trabajo la población es de 1.504 y el tamaño de la muestra es de 100. Por lo tanto:

$$ksh = \frac{100}{1.504} = 0,066489$$

Luego se multiplica la cantidad de alumnos de cada carrera y de cada año por esta fracción y se obtiene la cantidad de elementos de la muestra para cada año de cada carrera. En el cuadro siguiente se presentan los números de cuestionarios que deben responder por estratos:

Tabla N° 2 “Número de alumnos de cada carrera y año seleccionados en la muestra”

Carrera	Año de Cursado			Total
	3ro	4to	5to	
CPN	-	19	35	54
LA	10	27	-	37
LE	-	3	6	9
			Total	100

Luego, para que sea representativa la muestra se debe buscar diecinueve participantes que estén cursando cuarto año de la carrera de contador publico nacional, treinta y cinco alumnos que estén cursando quinto año de la carrera antes mencionada, diez alumnos de tercer año de la carrera de la licenciatura en administración y así sucesivamente.

2.2. UNIVERSIDAD JUAN AGUSTÍN MAZA

Para esta universidad la forma de determinar el tamaño de la muestra es distinta, ya que la Universidad es diferente de la Universidad Nacional de Cuyo. En primer lugar, el número de alumnos de cada carrera es mucho menor. En segundo lugar, el cursado de las clases de las obligaciones curriculares es obligatorio, lo que permitió acceder a un porcentaje muy alto de la muestra comparada con la población. Por último, no se pudo acceder a los datos exactos sobre la población de estudio como se hizo posible para la Universidad Nacional de Cuyo, por lo tanto no se sabe exactamente cuan precisa es la muestra, pero como se verá es muy alta.

Lo primero a destacar es que las carreras que ofrece la Universidad Juan Agustín Maza son la de Contador Público que consta de cuatro años de cursado con títulos intermedios y la carrera de la Licenciatura en Dirección de Empresas también con títulos intermedios, con la posibilidad de cursar un año más para completar la carrera de Ingeniería en Dirección de Empresas. No ofrece la carrera de Economía o la Licenciatura en Economía.

Se presentó una nota a la Decana de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Juan Agustín Maza, Dra. Liliana Ruiz solicitando los datos correspondientes a la cantidad de alumnos regulares para los dos últimos años de cursado de cada carrera para determinar el tamaño de la muestra. Como se mencionó no fue posible acceder a los datos directamente. El proceso consistió en recorrer los cursos de distintas carreras y años de cursado tomando el cuestionario a los que se encontraban presentes. El tamaño de la muestra lo podemos determinar comparando los alumnos presentes con los alumnos inscriptos para cursar una obligación curricular. Los datos mencionados se resumen en el siguiente cuadro:

Tabla N° 3 “Número de alumnos de cada materia, carrera y año seleccionados en la muestra”

Materia	Carrera	Año de Cursado	Número de alumnos Inscriptos para cursar	Número de alumnos encuestados	Porcentaje de alumnos encuestados en función de los inscriptos
Administración de Recursos Humanos	CP	3ro	11	8	8/11=73%
Auditoria Contable	CP	4to	26	20	20/26=77%

Administración de Recursos Humanos	DE	3ro	5	3	3/5=60%
Administración de Operaciones I	DE	4to	3	2	2/3=67%
Dirección Estratégica	IDE	5to	2	2	2/2=100%
Total			47	35	35/47=74%

Según la primera fórmula utilizada para el cálculo del tamaño de la muestra, el resultado sería el siguiente:

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

$$n = (0,5 \times (1-0,5)) / ((0,05^2 / 2.054^2 + 0,5 \times (1-0,5) / 47) = 38$$

Vemos que la muestra obtenida es más que suficiente, aunque bajo el supuesto que la población total es de cuarenta y siete individuos lo que no se sabe con certeza. La segunda fórmula utilizada anteriormente para el cálculo de la muestra no se utiliza porque no incluye en su cálculos el tamaño de la población por lo que arroja un tamaño de muestra mayor al de la población, lo que resulta incoherente.

3. SISTEMA DE SELECCIÓN DE LA MUESTRA

El último paso para diseñar la muestra es definir el marco muestral. El marco muestral nos permite identificar los elementos de la población, la posibilidad de enumerarlos y por consiguiente la posibilidad de seleccionarlos como elementos de la muestra. La construcción de este marco es fundamental para las muestras probabilísticas.

En este estudio no fue posible confeccionar una lista con los elementos de la población. Es decir, no se logró acceder a los datos de los integrantes de la población, como nombre, apellido, teléfono, domicilio, etc. No fue posible en el caso de la Universidad Juan Agustín Maza y en la Universidad Nacional de Cuyo tampoco por considerar que violaba el derecho a la privacidad de los alumnos.

Como la población que se desea estudiar se encontraba fácilmente en sus respectivas universidades, en días y horarios conocidos (de lunes a viernes de 14 a 20 aproximadamente), se prescindió de una lista con los elementos de la población. Es decir, que no todos los elementos de la población tuvieron probabilidad de ser seleccionados para ser parte de la muestra, ya que los alumnos que participaron en la muestra fueron los que estaban en la facultad en el día que se tomó el cuestionario. Por consiguiente, aquellos que no asistieron a cursar en los días que se tomó el cuestionarios no tuvieron probabilidad de ser elegidos.

Luego, la muestra utilizada para la realización del estudio es *no probabilística* para ambas universidades.

CAPITULO III

RECOPIACIÓN DE DATOS

Para Zikmund, William G. (1998) por lo general existen dos fases en el proceso de recopilación de datos: la prueba preliminar y el estudio principal. En la etapa de prueba preliminar se utilizan algunos individuos de la muestra para identificar y eliminar los problemas potenciales. También para asegurarse que el plan de recopilación para el estudio principal sea un procesamiento apropiado. La prueba a pequeña escala proporciona una oportunidad anticipada para verificar la forma de recopilación de datos con el fin de reducir al mínimo los errores debidos a defectos en el diseño de la investigación. Todos los aspectos del cuestionario deben probarse incluyendo contenido, redacción, secuencia, formato, distribución y dificultad de las preguntas e instrucciones.

Las pruebas pilotos adecuadas incluyen varias etapas. Una prueba piloto es apenas lo mínimo y las evaluaciones deben continuar hasta que no sea necesario ningún cambio. Personalmente sostengo que un instrumento de medición como es el cuestionario en este trabajo siempre es factible mejorarlo, por lo tanto se dejó de realizar pruebas pilotos y se procedió al estudio principal una vez que se considero que las posibles mejoras no tenían una gran incidencia positiva sobre la investigación.

1. PRUEBA PRELIMINAR

Como se menciona en la introducción, para obtener la información necesaria se confeccionó un cuestionario para poder identificar la información que tienen los alumnos de dos universidades de Mendoza del Consejo Profesional.

En primer lugar clasificaremos la encuesta a realizar exponiendo los motivos que justifican la misma:

- Según el medio de comunicación es un cuestionario *autoadministrado* de forma *individual*. Esto quiere decir que se les proporciona directamente a los participantes quienes lo contestan en su lugar de estudio. El cuestionario será entregado a los alumnos en las universidades

objeto de estudio en sus horarios de cursado y los mismos lo completan o se lo autoadministran. Posteriormente, se transcribirán los datos a una planilla de Excel para su análisis mediante tablas y gráficos para un mejor entendimiento.

- Según el tipo de pregunta, en su mayoría son *estructuradas o cerradas* y solo hay tres preguntas *abiertas o no estructuradas* que están muy enfocadas y que se responden en pocas palabras. Esto se diseñó así porque con preguntas cerradas se puede obtener la información necesaria y por lo tanto no se justifica la utilización de preguntas abiertas por su dificultad de procesar y analizar. Las preguntas son *no simuladas* ya que se supone que el encuestado está dispuesto a responder. Lo que se ocultó fue la organización para la que va dirigido este trabajo debido a que es justamente lo que se pregunta en el cuestionario y por lo tanto sesgaría las respuestas si se mencionara.

La forma de tomar la encuesta combina las ventajas de los cuestionarios autoadministrados y de las entrevistas personales. Esto es así ya que el cuestionario era entregado a los alumnos que llegaban temprano a sus clases de cursado y entonces ellos lo completaban solos pero siempre bajo la observación del encargado de darles el cuestionario en caso que surgiera algún interrogante. Se pudo observar a los mismos mientras lo completaban. Este tipo de encuesta en especial tiene como ventajas:

- Oportunidad de retroalimentación: el que entrega el cuestionario a pesar no hacerle las preguntas en forma oral puede abordar cualquier duda en caso que fuera necesario.
- Duración: el cuestionario de por sí es corto ya que no indaga demasiado y por lo tanto no se requiere mucho tiempo para completarlo. El tiempo que necesita el investigador para tomar todos los cuestionarios es corto también ya que muchos participantes lo pueden completar al mismo tiempo.
- Participación elevada: Debido a que se le ofrecía a los alumnos que completaran el cuestionario mientras esperaban empezar a cursar, la participación que se obtuvo fue alta.
- Anonimato de los participantes: al completar el cuestionario en forma personal y sin necesidad de especificar nombre y apellido luego, al entregarlo, no se sabía a quien pertenecía y por lo tanto se aseguraba el anonimato y se evitaba el sesgo de deseo social.
- Mayor probabilidad de completar los cuestionarios: al ser un cuestionario de tan solo una carilla y de preguntas mayormente cerradas el porcentaje de respuesta fue muy elevado y casi nadie se negó a participar en completar el cuestionario.

Entre las desventajas se encuentra la posibilidad de los participantes de preguntarle a sus compañeros sobre las respuestas del cuestionario ya que las principales preguntas no son personales sino que se refieren al conocimiento de los alumnos. Esto trató de evitarse intentando que los participantes respondieran el cuestionario a la vista del que se los entregaba. Aún con este esfuerzo se reconoce la posibilidad que este presente este sesgo.

Seguidamente se expondrá la evolución del cuestionario objeto de este trabajo. Se elaboraron diez modelos de cuestionarios hasta que finalmente se consideró que el cuestionario estaba en condiciones de ser utilizado para el estudio principal. Los que participaron en la prueba piloto fueron miembros de la muestra real, compañeros de estudio pero además el cuestionarios se sometió, principalmente en la etapas iniciales, a la evaluación de profesionales que conocen la metodología del instrumento del área en ciencias económicas.

No todos los cuestionarios se expondrán porque algunos solo sufrieron mínimas modificaciones y en algunos casos el cambio que se hizo se revirtió porque se comprobó que no resultó beneficioso. La evolución de estas modificaciones se mostrará en dos etapas. El primer cuestionario que se elaboró se presenta a continuación:

CUESTIONARIO ACERCA DE TEMAS RELACIONADO CON CIENCIAS ECONOMICAS

¡Buen Día! Somos estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNCuyo. Estamos realizando un trabajo de investigación y nos gustaría saber tu **noción sobre temas relacionados con los estudiantes de Ciencias Económicas**. ¿Serías tan amable de contestar algunas preguntas?

1. ¿Qué carrera estás estudiando?

LE LA CPN Otra:.....

2. ¿Qué año estás cursando?

1º 2º 3º 4º 5º

3. A simple vista, ¿reconoces este logotipo?



No Si

En caso de haber respondido "SI" contestar la siguiente pregunta, sino pasar a la 5.

4. ¿A que lo asocia?

.....

5. ¿Los profesionales de Ciencias Económicas deben matricularse?

- No, en ningún caso
 Solo si lo desean
 Solo si lo desean pero únicamente los contadores públicos
 Todos los contadores por ley deben matricularse
 Todos los profesionales de Ciencias económicas por ley deben matricularse
 No se

En caso de haber respondido que existe la posibilidad de matricularse conteste:

6. ¿Que organización se dedica a tal efecto?

.....

7. ¿Recibiste en algún momento una explicación sobre el contenido del Código de Ética Unificado?

SI NO No recuerdo

8. ¿Alguna vez leíste completo el código de ética unificado?

SI NO

9. ¿Cuán informado crees que estás respecto al contenido del Código de Ética?

Muy informado Bastante informado Algo informado Mal informado
Nada Informado

10. ¿Qué tan interesado estarías en recibir mas información sobre el Código de ética Unificado?

En extremo interesado Muy interesado Medianamente interesado
No muy interesado Nada interesado

En caso de haber respondido estar interesado contestar la siguiente pregunta, sino pasar a la 12.

11. ¿Por que medio te gustaría recibir información? (Puede seleccionar mas de una opción)

Charlas/ Cursos Debate en clases Mail con información Folletos

Otros:.....

12. ¿Existe alguna organización que se dedique al Control del recto ejercicio de la profesión de Ciencias Económicas?

SI NO NO SE

En caso de haber respondido que existe dicha institución responda la siguiente pregunta, sino esta encuesta ha finalizado.

13. ¿Qué organización se dedica a dicho control?

.....

¡Gracias por tu tiempo!

Las correcciones realizadas de esta primera etapa fueron las siguientes:

- Título: se cambio a simplemente “cuestionario” ya que en la introducción se menciona que es acerca de temas relacionados con las Ciencias Económicas.
- Introducción: se la abrevió sacándole el saludo inicial y la presentación del autor de este trabajo. Se mantuvo la explicación del propósito de la investigación y se le agregó la aclaración de la necesidad de responder sinceramente para lo cual se les especifica que el cuestionario es anónimo.

Preguntas:

- En la pregunta número uno se cambia la redacción de la pregunta para hacerla más clara. Las abreviaciones de las carreras se completan por las palabras completas porque es erróneo suponer que todos entenderán las abreviaturas, especialmente en otra universidad donde el nombre de las carreras difiere.
- En la pregunta número dos se sacaron los años de cursado de los participantes que no eran sujetos de la población a estudiar.
- La pregunta número tres y cuatro se eliminó por considerar que el reconocer el logotipo del Consejo Profesional de Ciencias Económicas no denota verdaderamente un conocimiento de algún aspecto de la institución.
- La pregunta número cinco se reformuló al considerar que las respuestas que se brindaban sesgaban a los participantes. Se suplantaron las opciones por si, no o no se.
- La pregunta número seis se mantuvo pero se reformuló la instrucción de la misma para hacerla mas clara.
- En la pregunta número siete se cambió la palabra “código de ética unificado” por “código de ética del profesional en ciencias económicas” para no dar por supuesto que los participantes conocen que para la mencionada profesión existe un código que rige en todas las provincias argentinas.
- La pregunta número ocho se eliminó por comprender que el haber leído o no el código de ética unificado no hace suponer que los participantes lo conocen.
- En la pregunta nueve y diez también se les cambió las palabras “código de ética” por “código de ética de ciencias económicas” y además se redujeron las opciones de cinco a tres para que los participantes se decidieran por posiciones más extremas.
- La pregunta número once, doce y trece se mantuvieron.
- Se agregó una pregunta de manera de determinar la universidad a la cual corresponde el participante ya que el cuestionario en principio iba a ser relevado en cuatro universidades y luego se suscribió a dos. Además se agregó una pregunta para saber si los participantes trabajan y si el trabajo está relacionado con la profesión de ciencias económicas de manera de

determinar si el trabajo influye en la información que los mismos poseen. Esto implica que en el próximo cuestionario el orden de la preguntas cambia.

- Saludo: se mantuvo el agradecimiento por el tiempo y se agrego el agradecimiento por la colaboración.

Del resultado de los cambios mencionados surgió el siguiente cuestionario:

CUESTIONARIO

A continuación, te presentamos diecisiete preguntas sobre aspectos que hacen a la Ciencia Económica. Para que tus respuestas sean útiles es imprescindible que respondas sinceramente, recordar que el cuestionario es anónimo.

1. ¿Qué carrera estudias?

Licenciatura en Economía Licenciatura en Administración Contador Público Nacional

Otra:.....

2. ¿Qué año estás cursando?

3º 4º 5º

3. ¿En qué Universidad estás estudiando?

Universidad del Aconcagua Universidad Maza Otra:.....

Universidad de Mendoza Universidad de Cuyo

4. ¿Actualmente estás trabajando?

No SI

En caso de haber respondido "SI" contesta la siguiente pregunta, sino, pasa a la 6.

5. ¿Tu trabajo esta relacionado con las ciencias económicas?

No SI

6. ¿Los profesionales en Ciencias Económicas necesitan matricularse?

NO SI NO SE

En caso de haber respondido "Si" contesta la siguiente pregunta, sino, pasa a la 10.

7. ¿Qué organización se dedica a tal efecto?

.....

8. ¿Recibiste en algún momento una explicación sobre el contenido del Código de Ética del profesional en Ciencias Económicas?

NO SI

9. ¿Cuán informado crees que estás respecto al contenido del Código de Ética de Ciencias Económicas?

Muy informado Medianamente informado Nada Informado

10. ¿Qué tan interesado estarías en recibir información sobre el Código de Ética de Ciencias Económicas?
Muy interesado Medianamente interesado Nada interesado

En caso de haber respondido "Muy o medianamente interesado" contesta la siguiente pregunta, sino, pasa a la 14.

11. ¿Por qué medio te gustaría recibir información? (Puedes seleccionar más de una opción)
Charlas/ Cursos Debate en clases Mail con información Folletos
Otros:.....

12. ¿Existe alguna organización que se dedique al control del ejercicio de la profesión en Ciencias Económicas?
NO SI NO SE

En caso de haber respondido "SI" contesta la siguiente pregunta, sino, esta encuesta ha finalizado.

13. ¿Qué organización se dedica a dicho control?
.....

¡Muchas Gracias por tu tiempo y colaboración!

Las correcciones realizadas en la segunda etapa fueron las siguientes:

- Título: se mantuvo con la palabra "cuestionario".
- Introducción: se agregó nuevamente el saludo con un simple "hola" y con la presentación del autor de la investigación a modo de presentación ya que el cuestionarios es auto-administrado, es decir, que son los mismos individuos los que deben contestarlos casi individualmente y por lo tanto se requiere una presentación de quien es responsable del estudio, aunque también se les expresa oralmente cuando se les pide colaboración para ser partícipes de la investigación.
Preguntas:
- La pregunta número uno se mantuvo constante.
- La pregunta número dos paso de decir ¿Qué año estas cursando? a ¿Qué año de tu carrera estas cursando? Se agregó la palabra "carrera" para hacerla mas clara.
- Las preguntas tres, cuatro y cinco se mantuvieron igual.
- En la pregunta número seis se agregó la definición general de lo que significa matricularse para evitar las respuestas en la que los participantes no saben lo que es matricularse. Con esta definición se puede saber que participantes conocen que hay que matricularse y cuales no.
- En la pregunta número siete se modificó la redacción de la misma para hacerla mas clara y para no sesgar las respuestas. Pasó de ¿Qué organización se dedica a tal efecto? a ¿Existe una organización que se dedica a matricular? ¿Cuál?

- Las preguntas de la ocho a la trece sobre el código de ética fueron modificadas para que el cuestionario fuera equilibrado respecto a las preguntas que se hacían sobre la necesidad de matricularse y sobre el código de ética. La pregunta nueve y trece se mantuvieron y las demás se eliminaron. En cambio se agregó la pregunta: ¿Existe un Código de Ética que rija la profesión de Ciencias Económicas? Para ser más específico en vez de preguntar si habían recibido una explicación. Además las preguntas sobre si estaban interesados en recibir información y sobre que medio no tiene sentido si los participantes no conocen el código de ética.
- Se agregaron dos preguntas para saber el sexo de los participantes y su edad de manera de obtener algunos datos demográficos de la muestra. Además se agregó una pregunta abierta para saber que otros servicios conocían del Consejo Profesional condicionada a que respondieran que hay que matricularse y que la institución es el Consejo Profesional. De lo contrario estarían contestando los servicios que conocen de otra institución.
- Saludo: no sufrió modificaciones.

El cuestionario que se tomó en el estudio principal y el resultado de los cambios mencionados fue el siguiente cuestionario:

CUESTIONARIO

¡Hola! Soy estudiante de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo. Estoy realizando un trabajo de investigación y me gustaría saber tu noción sobre aspectos que hacen a las Ciencias Económicas. Para que tus respuestas sean útiles es imprescindible que respondas sinceramente y en forma individual. El cuestionario es anónimo.

1. ¿Qué carrera estudias?
 Licenciatura en Economía Licenciatura en Administración Contador Público Nacional
 Otra:.....
2. ¿Qué año de tu carrera estás cursando?
 3º 4º 5º
3. ¿En qué Universidad estás estudiando?
 Universidad de Cuyo Universidad Maza Universidad de Mendoza
 Otra:.....
4. ¿Qué edad tenés?
 De 20 a 23 De 24 a 26 más de 26
5. Sexo: Hombre Mujer
6. ¿Actualmente estás trabajando?

No SI

En caso de haber respondido "SI" contesta la siguiente pregunta, sino, pasa a la 8.

7. ¿Tu trabajo está relacionado con las ciencias económicas?

No SI

8. ¿Los profesionales en Ciencias Económicas necesitan matricularse?

NO SI NO SE

En caso de haber respondido "Si" contesta las dos siguientes preguntas, sino, pasa a la 11.

9. ¿Existe una organización que se dedica a matricular? ¿Cuál?

.....

10. ¿Qué otros servicios conoces que realiza dicha institución? (sea claro al escribir, sin abreviar)

* *
* *
* *

11. ¿Existe un Código de Ética que rija la profesión de Ciencias Económicas?

NO SI NO SE

En caso de haber respondido "SI" contesta las siguientes preguntas, sino, esta encuesta ha finalizado

12. ¿Cuán informado crees que estás respecto al contenido del Código de Ética de Ciencias Económicas?

Definición de matriculación: número que identifica a un profesional. Surge de la inscripción de los mismos en un registro acumulativo de una carrera determinada.

Muy informado Medianamente informado Nada Informado

13. ¿Existe una organización que se dedica al control del Código de Ética? ¿Cual?

.....

¡Muchas Gracias por tu tiempo y colaboración!

2. ESTUDIO PRINCIPAL

El estudio principal fue llevado a cabo por el autor del presente trabajo de investigación por lo que se evitaron varios inconvenientes. En primer lugar no fue necesaria una capacitación previa como lo es en el caso de estudios de gran envergadura, en los cuales se contratan trabajadores de campo para recopilar los datos. En segundo lugar, no fue necesario diseñar el proceso de supervisión porque como se mencionó todo el trabajo de campo estuvo a cargo del autor quien tomó los recaudos al respecto.

La aplicación del cuestionario se llevó a cabo en las primeras semanas de cursado de las dos universidades seleccionadas para así lograr contar con mayor cantidad de individuos posibles de ser relevados.

CAPITULO VI

PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

1. PROCESAMIENTO DE DATOS

Luego de aplicar el cuestionario a los estudiantes se realizó el procesamiento de los datos. Para ello se confeccionó una tabla de Excel (*véase Anexo B y C*) con las preguntas realizadas en el cuestionario, marcándose con un “uno (1)” a las respuestas seleccionadas por los participantes. Se utilizó una hoja de Excel distinta para procesar cada carrera por año de cursado, excepto cuando las muestras eran pequeñas como en el caso de la Licenciatura en Economía donde se procesó cuarto y quinto año juntos y en el caso de la Ingeniería en Dirección de Empresas donde se procesó tercero, cuarto y quinto año de cursado en una misma hoja de Excel.

Para el análisis interno del investigador se agregaron a la tabla algunas filas y columnas, las cuales permitían obtener conclusiones parciales o resumir la información obtenida para alcanzar los resultados. Entre ellas se encuentra una celda al final de cada columna que sumaba las respuestas de dicha opción de manera de poder obtener el número de participantes que eligieron determinada respuesta.

El procesamiento no implicó demasiadas complicaciones porque la mayoría de las preguntas fueron cerradas y de las tres preguntas que eran con respuesta abierta, en dos de ellas había que responder con el nombre de una organización y en el caso que conociera la organización entonces respondía la última pregunta abierta que preguntaba sobre los servicios que conocía el participante de dicha institución.

2. ANÁLISIS DE DATOS

Para el entendimiento del análisis de los datos que se presentan a continuación es imprescindible entender las siguientes consideraciones. En el caso de las preguntas del cuestionario referidas a la información sobre la necesidad de matricularse, las respuestas consideradas o válidas para el análisis son del 100% de la muestra, ya que a todos los participantes se les preguntó sobre si consideran necesario matricularse. Pero las siguientes dos preguntas, es decir la número nueve y la diez del cuestionario (ver en la pagina N° 34 y 35), están condicionadas a que respondan correctamente a la pregunta anterior de cada una de ellas respectivamente. Es decir, que solo los que respondieron que si es necesario matricularse pueden considerarse como la población legítima para responder respecto a que organización matricula. Para los que creen que no hay que matricularse o que no saben si hay que hacerlo no tiene sentido la pregunta sobre la existencia de una organización que consideraron que no tiene razón de existir porque no conciben como necesario el propósito de matricular. Lo mismo para la pregunta diez sobre que otros servicios brinda el Consejo Profesional en Ciencias Económicas además del de matricular. En este caso no se puede considerar a los individuos que no respondieron que el Consejo Profesional es la institución responsable de la matriculación. Ya que en el caso de hacerlo estaríamos considerando respuestas de individuos que pensaron en servicios de otra institución distinta al Consejo Profesional y por lo tanto las respuestas serian inútiles para el presenta trabajo.

Lo mismo ocurre para el análisis de las preguntas referidas a la existencia del Código de Ética. La pregunta número once del cuestionario (ver en la pagina N° 34 y 35), referida a la existencia del mismo se la formula a todos y por lo tanto el 100% de los participantes de la muestra es considerado. Pero en el caso de cuan informado están sobre dicho Código solo se considera como población útil a los que respondieron que existe un código de Ética, porque inevitablemente los demás se encuentran nada informados sobre el Código. Lo mismo para la pregunta sobre la institución que ejerce el control sobre el Código, solo se puede considerar a los participantes de la población que respondieron que si saben sobre la existencia del mismo.

En resumen, cada respuesta sobre la necesidad de matricularse es considerada en el análisis solo en aquel caso en que el participante respondió correctamente a la pregunta anterior, excepto en la pregunta número ocho donde fueron consideradas todas las respuestas. En la pregunta nueve solo las respuestas de los participantes que respondieron correctamente a la pregunta número ocho fueron consideradas y en el caso de la pregunta diez fueron consideradas las respuestas de los participantes que contestaron correctamente a la pregunta número nueve. Esto difiere del tratamiento a las

respuestas sobre la existencia del Código de Ética donde en la pregunta número once fueron consideradas todas las respuestas de los participantes mientras que en las preguntas número doce y trece fueron consideradas únicamente las respuestas de los participantes que respondieron correctamente a la pregunta número once, no a la inmediata posterior como sucede en el caso de las referidas a la matriculación.

2.1. DATOS DEMOGRÁFICOS Y DE LA VARIABLE INFORMACIÓN DE LOS ALUMNOS

En la presente sección se realizará la presentación de los datos demográficos y seguidamente de la variable información de los distintos grupos de alumnos de las dos Universidades consideradas siguiendo los objetivos rectores de la investigación:

Objetivo 1: Determinar y comparar la información que poseen los alumnos de diferentes universidades sobre los dos principales objetivos del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza.

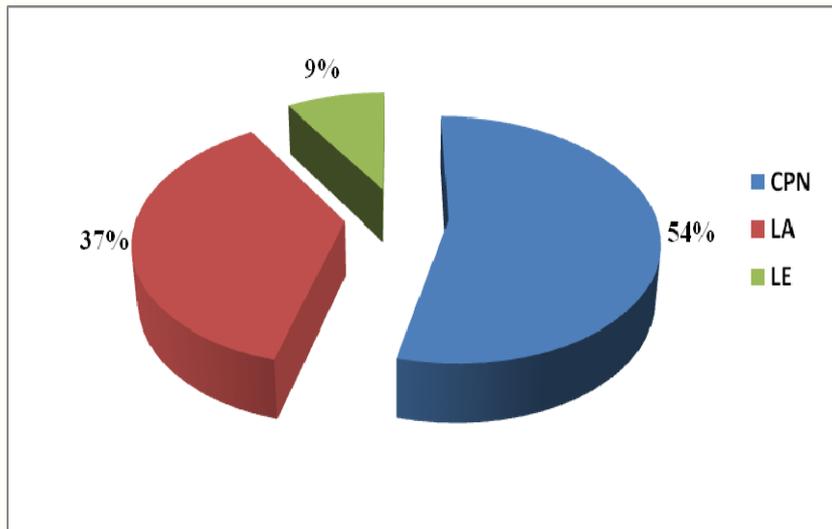
2.1.1. Universidad Nacional de Cuyo

2.1.1.1. Datos demográficos

Pregunta: ¿Qué carrera estudias?

Como se expresó en el diseño de la investigación para la Universidad Nacional de Cuyo el mayor porcentaje de participantes del cuestionarios fueron de la carrera de Contador Publico Nacional con el 54%, luego con el 37% de la carrera de la Licenciatura en Administración y por último con el 9% de la Licenciatura en Economía. Esto se diseñó así para que la muestra sea representativa de la población.

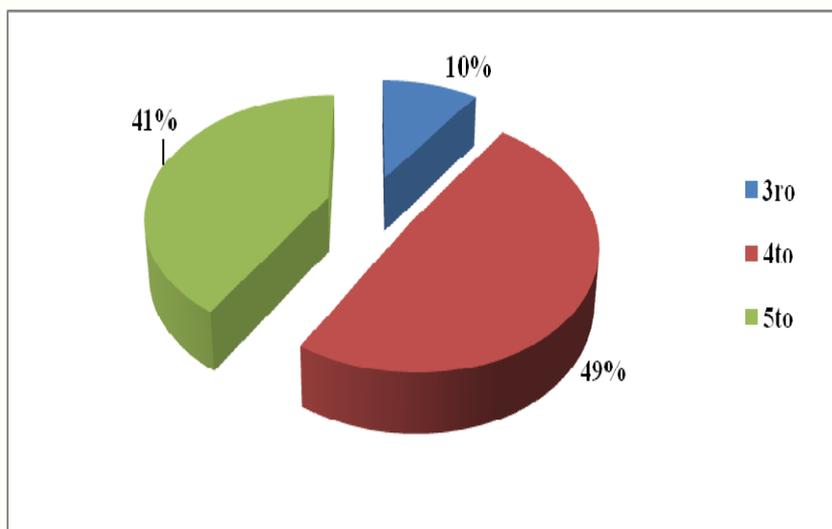
Gráfico N° 1 “Carrera”



Pregunta: ¿Qué año de tu carrera estas cursando?

La mayoría de los participantes encuestados fueron de cuarto año con el 49%, esto se debe a que de las tres carreras se tomaron muestras de cuarto año de cursado. Luego, del total de la muestra el 41% esta cursando quinto año y por ultimo el 10% cursa tercer año.

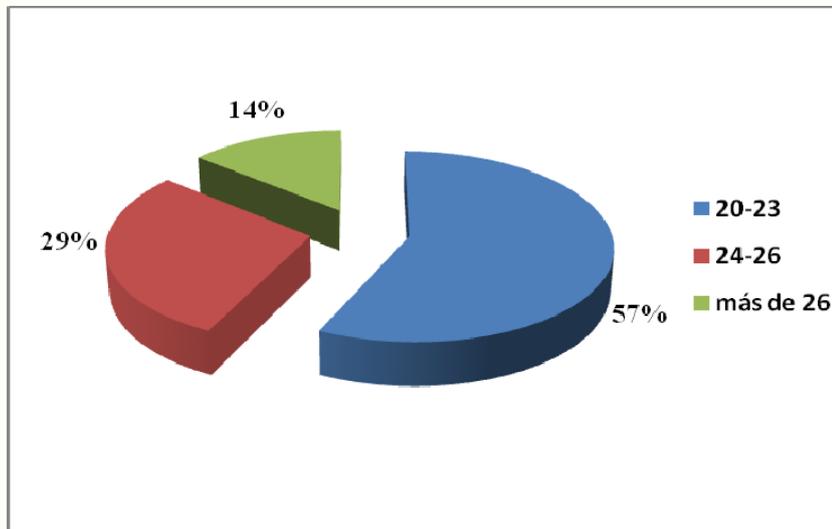
Gráfico N° 2 “Año de cursado”



Pregunta: ¿Qué edad tenés?

Del total de los encuestados el 57% tiene entre 20 y 23 años de edad. El 29% tiene entre 24 y 26 años de edad y el 14% tiene más de 26 años de edad.

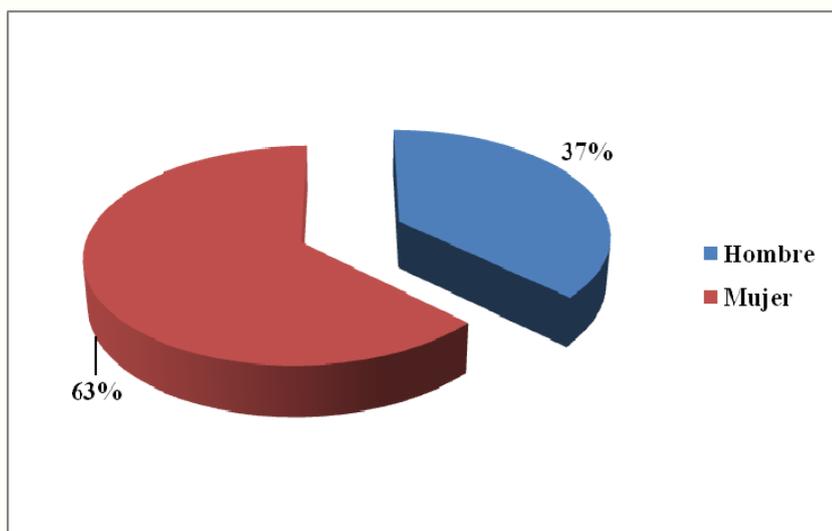
Gráfico N° 3 “Edad”



Pregunta: Sexo.

Del total de los encuestados el 63% fueron mujeres y el 37% fueron hombres. Esto condice con las estadísticas de la facultad en la cual el porcentaje de mujeres es mayor al de los hombres según los datos aportados por Sección Alumnos.

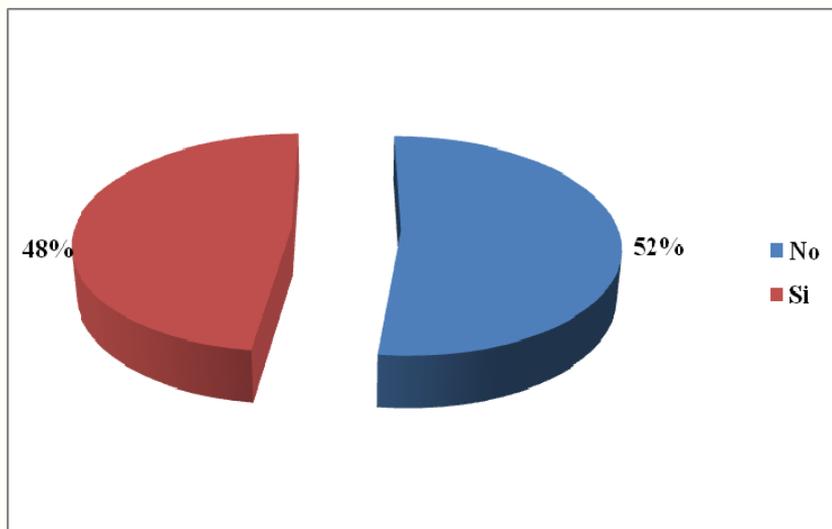
Gráfico N° 4 “Sexo”



Pregunta: ¿Actualmente estás trabajando?

Del total de los encuestados el 52% no esta trabajando y el 48% si trabaja.

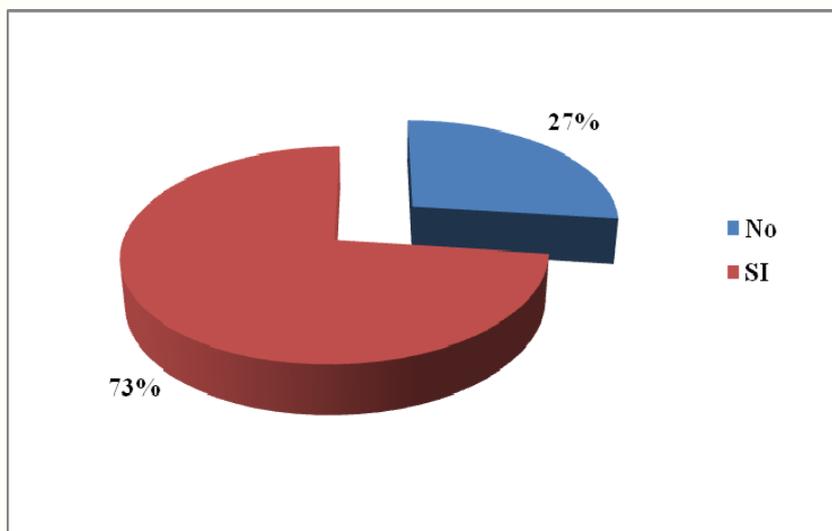
Gráfico N° 5 “Participantes que trabajan”



Pregunta: ¿Tu trabajo está relacionado con las Ciencias Económicas?

Del 48% de los encuestados que respondieron que si trabajaban en la pregunta anterior, en el 73% de los casos el trabajo que realizan si esta relacionado con las ciencias económicas. Y en el 27% restante el trabajo que ejercen no esta relacionado con las ciencias económicas. Esto es importante porque después se analizará si el estar trabajando en el área de las ciencias económicas tiene una influencia positiva en la información que tienen los alumnos del Consejo Profesional.

Gráfico N° 6 “Trabajo relacionado con las Ciencias Económicas”



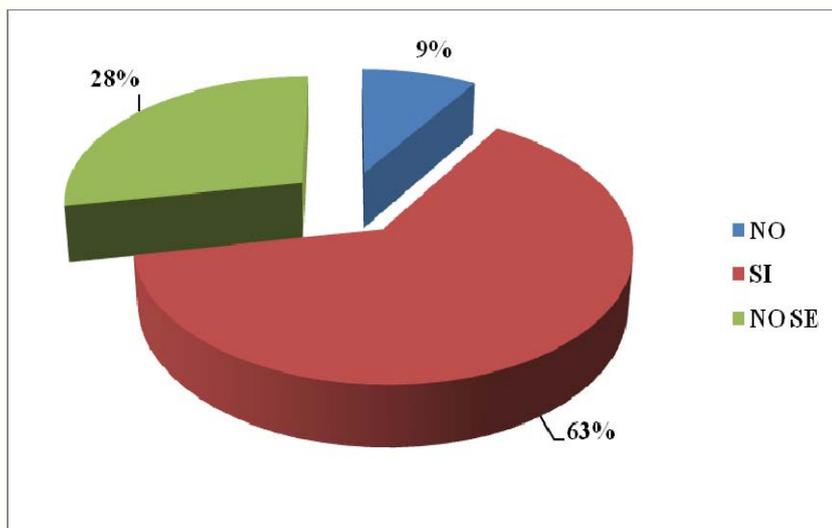
2.1.1.2. Datos de la variable información

- **Información sobre la matriculación**

Pregunta: ¿Los profesionales en Ciencias Económicas necesitan matricularse?

Del total de los encuestados en la Universidad Nacional de Cuyo el 63% respondió que si es necesario que los profesionales en Ciencias Económicas se matriculen. El 28% de los participantes respondió que no sabe si tienen que matricularse y el 9% respondió que los profesionales no tienen que matricularse. Se puede concluir que el 37% de los participantes no sabe que los profesionales en Ciencias Económicas deben matricularse ya sea porque manifestó no saberlo o porque creen que los profesionales no deben matricularse.

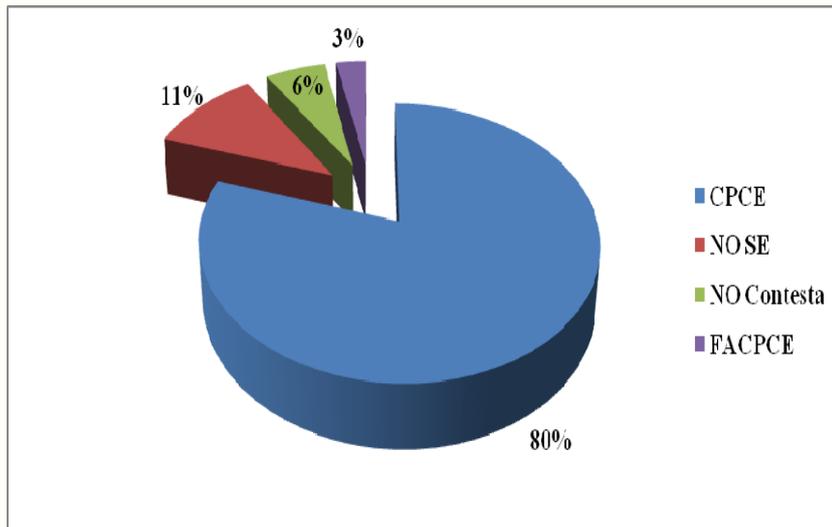
Gráfico N° 7 “Necesidad de matricularse”



Pregunta: ¿Existe una organización que se dedica a matricular? ¿Cuál?

Del 63% del total de participantes que respondieron que los profesionales en ciencias económicas necesitan matricularse; el 80% respondió que la organización que se dedica a matricular es el Consejo Profesional de Ciencias Económicas, el 11% respondió que no sabe que institución matricula, el 6% no contestó y el 3% contestó que la Federación Argentina de Consejo Profesionales de Ciencias Económicas es la encargada de matricular.

Gráfico N° 8 “Organización que matricula”

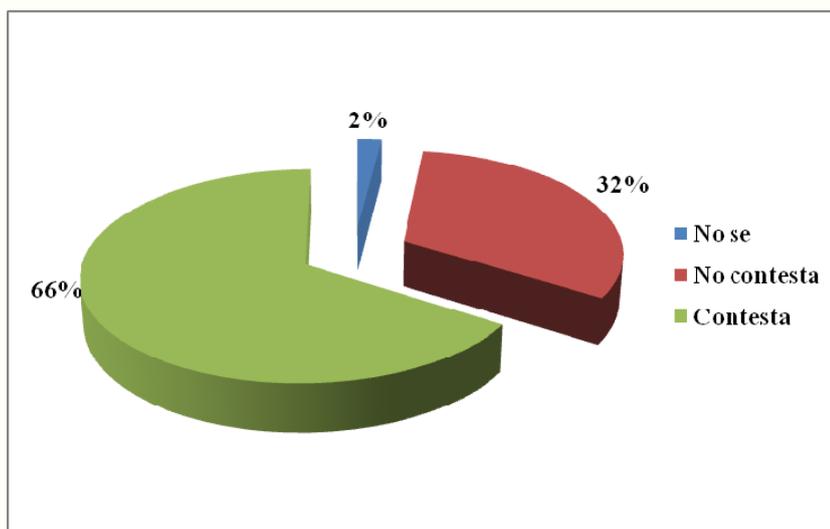


Resulta útil resaltar que del total de los participantes de la muestra el 50% responde Consejo Profesional. Es decir, que el 50% de la muestra supo que es el Consejo Profesional el encargado de matricular.

Pregunta: ¿Qué otros servicios conoces que realiza dicha institución?

Del 80% que respondió que el Consejo Profesional en Ciencias Económicas es la institución responsable de matricular, el 66% mencionó por lo menos un servicio además del de matricular, el 32% no contestó y el 2% no sabe de otro servicio que brinda el Consejo Profesional.

Gráfico N° 9 “Otros servicios”



Es útil resaltar que del total de los participantes de la muestra el 33% menciona por lo menos un servicio del Consejo Profesional con un promedio de 2,6 cada uno. Es decir, que de todos los participantes de la muestra el 33% contestó que sí es necesario matricularse, que el Consejo Profesional de Ciencias Económicas es la institución responsable y además conoce por lo menos un servicio adicional además del de matriculación.

Del 66% de los participantes que mencionó por lo menos un servicio además del de matricular, el 64% contestó capacitación, cursos, actualizaciones o congresos como otros servicio brindado por el Consejo Profesional, el 27% mencionó la certificación de firmas, el 24% el dictar normas y resoluciones técnicas, el 21% el aplicar sanciones, el 18% certificación de estados contables, balances e informes y así sucesivamente siguiendo la tabla que se muestra:

Tabla N° 4 “Otros servicios del CPCE”

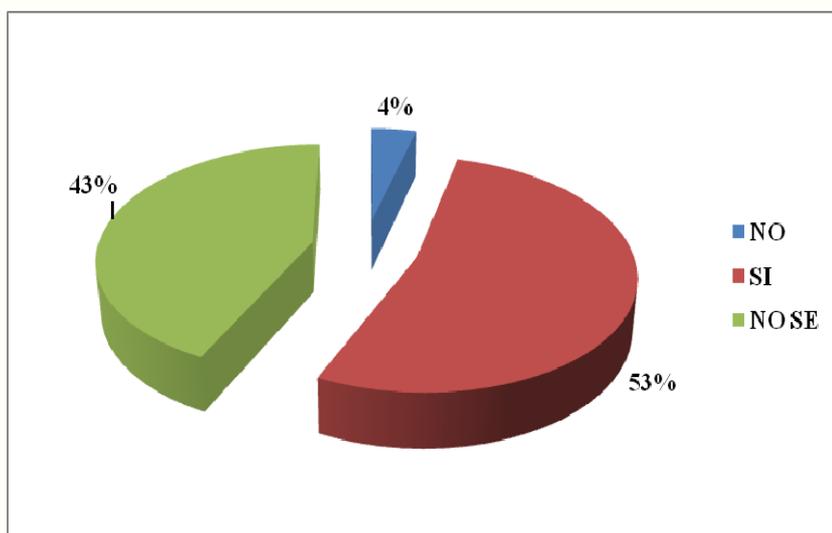
1	Capacitación /Cursos /Actualizaciones /Congresos	64%
2	Certificación de Firmas	27%
3	Dictar Normas/Resoluciones Técnicas	24%
4	Aplicar sanciones	21%
5	Certificación de Estados Contables, Balances e Informes	18%
6	Cobro de impuestos y aranceles	15%
7	Asesoramiento	15%
8	Servicios Recreativos	12%
9	Biblioteca	9%
10	Actividades Sociales	9%
11	Cumplimiento C. Ética	9%
12	Obra Social	6%
13	Bolsa de Trabajo/ Oportunidades Laborales	6%
14	Control ejercicio de la profesión	6%
15	Aplicación Normas	3%
16	Fondo de Alta Complejidad	3%
17	Inscripción Perito	3%
18	Caja Previsional	3%
19	Investigar	3%
20	Promueve leyes	3%

- **Información sobre la existencia de un Código de Ética**

Pregunta: ¿Existe un Código de Ética que rija la profesión de Ciencias Económicas?

Del total de los encuestados en la Universidad Nacional de Cuyo el 53% respondió que si existe un Código de Ética. El 43% de los participantes respondió que no sabe si existe un Código de Ética que rija la profesión de ciencias económicas y el 4% respondió que no existe. Se puede concluir que el 47% de los participantes no sabe que existe un Código de Ética en la profesión en ciencias económicas ya sea porque manifestó no saberlo o porque creen que no existe.

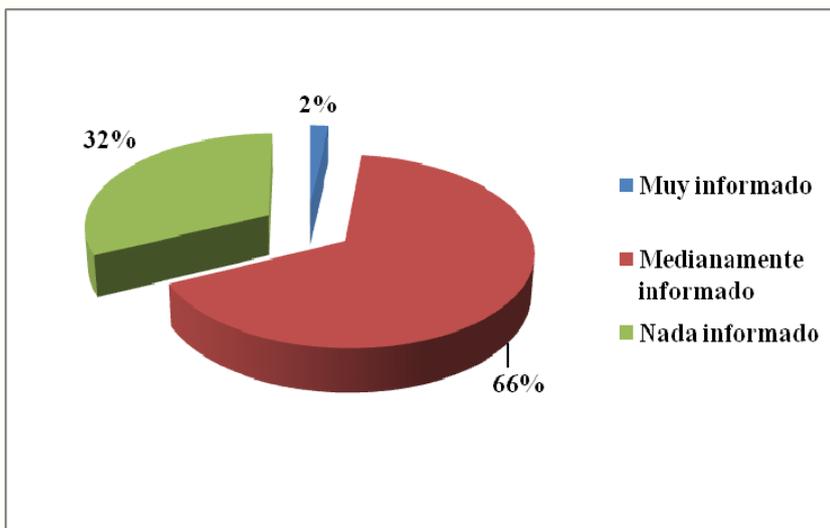
Gráfico N° 10 “Existencia de un Código de Ética”



Pregunta: ¿Cuán informado crees que estás respecto al contenido del Código de Ética de Ciencias Económicas?

Del 53% que manifestó saber sobre la existencia del Código de Ética, el 66% se considera medianamente informado respecto al contenido, el 32% se considera nada informado y el 2% se considera muy informado.

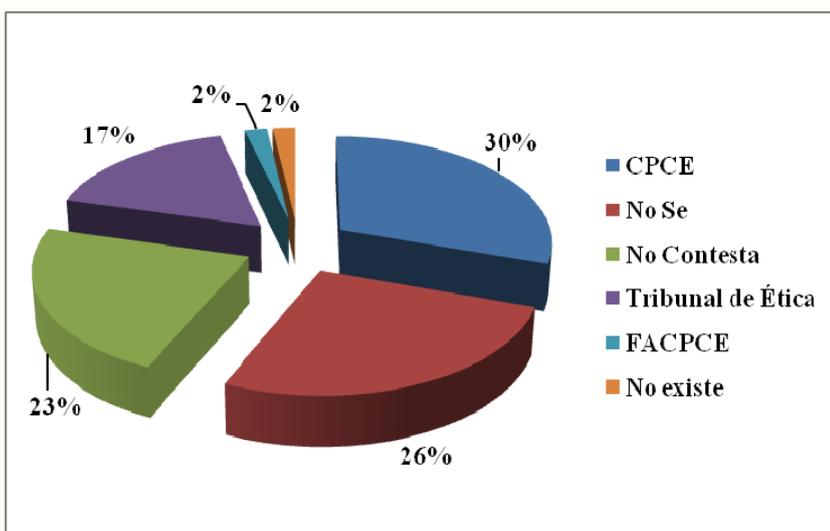
Gráfico N° 11 “Información respecto al Código de Ética”



Pregunta: ¿Existe una organización que se dedica al control del Código de Ética?

Del 53% que manifestó saber sobre la existencia del Código de Ética, el 30% manifiesta que el Consejo Profesional de Ciencias Económicas es el encargado de ejercer el control del Código de Ética, el 26% no sabe que institución es la encargada, el 23% no responde a la pregunta, el 17% responde el Tribunal de Ética, el 2% responde la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas y el otro 2% responde que no existe una institución. Si se supone que los participantes saben que el Tribunal de Ética se encuentra dentro del Consejo Profesional entonces el 47% sabe que organización es la encargada del control del ejercicio de la profesión.

Gráfico N° 12 “Organización controladora del Código de Ética”



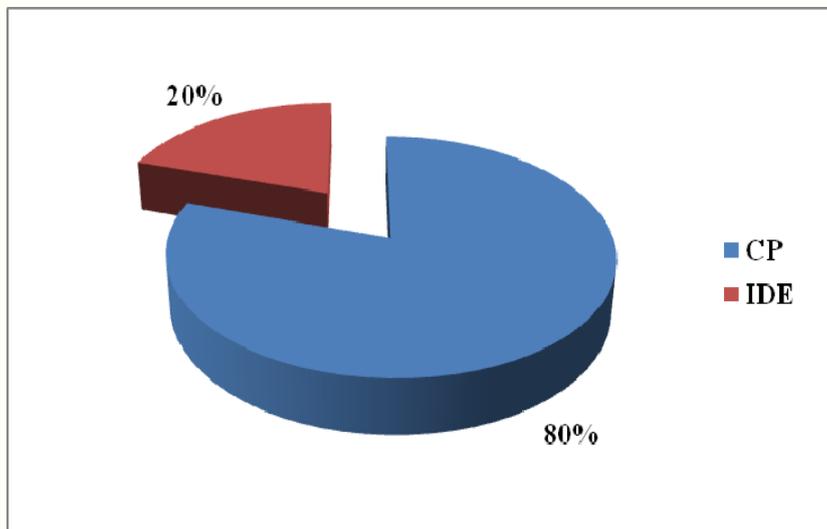
2.1.2. Universidad Juan Agustín Maza

2.1.2.1. Datos demográficos

Pregunta: ¿Qué carrera estudias?

El mayor porcentaje de participantes del cuestionario en la Universidad Juan Agustín Maza fue de la carrera de Contador Público con el 80% y luego con el 20% de la carrera Ingeniería en Dirección de Empresas.

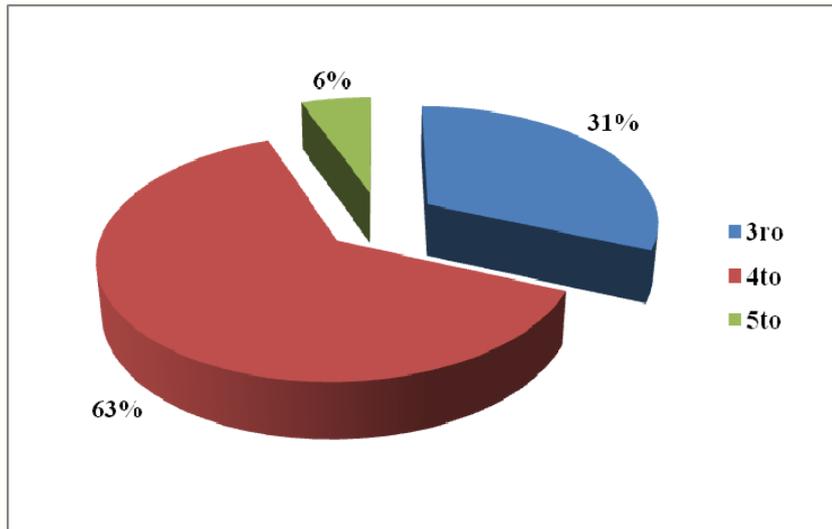
Gráfico N° 13 “Carrera”



Pregunta: ¿Qué año de tu carrera estas cursando?

La mayoría de los participantes encuestados fueron de cuarto año con el 63%. Luego, del total de la muestra el 31% esta cursando tercer año y por último el 6% cursa quinto año.

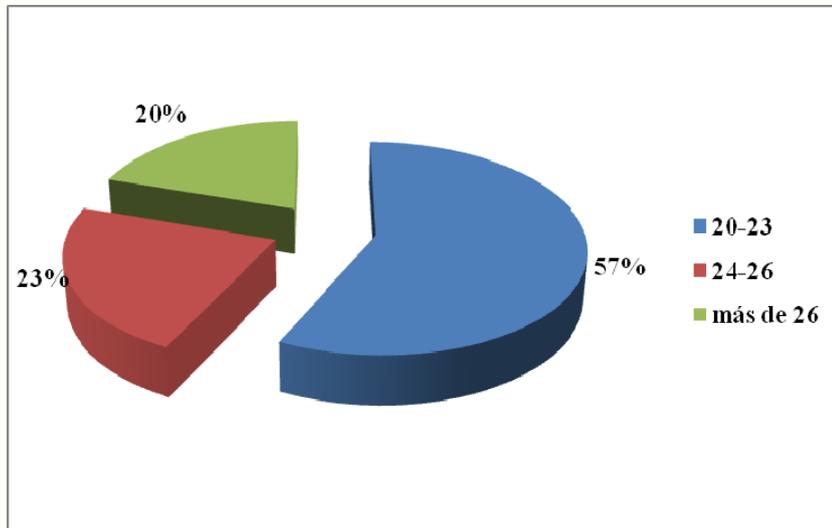
Gráfico N° 14 “Año de cursado”



Pregunta: ¿Qué edad tenés?

Del total de los encuestados el 57% tiene entre 20 y 23 años de edad. El 23% tiene entre 24 y 26 años de edad y el 20% tiene más de 26 años de edad.

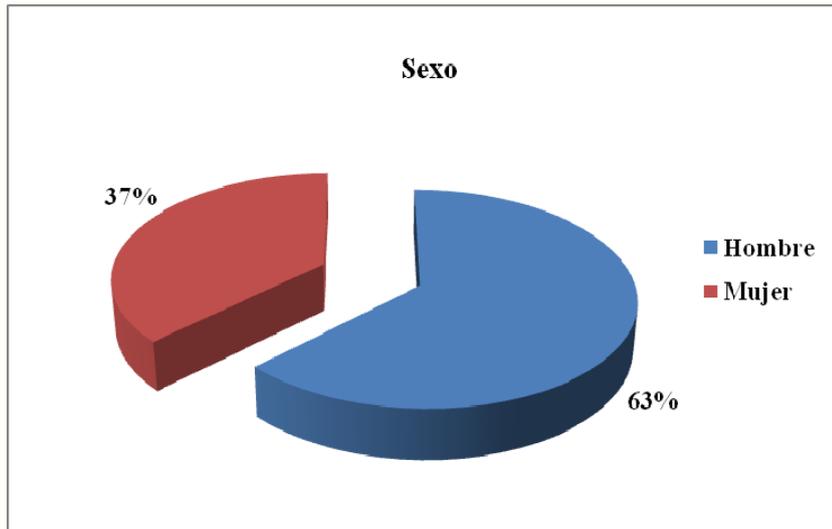
Gráfico N° 15 “Edad”



Pregunta: Sexo.

Del total de los encuestados el 63% fue hombres y el 37% fue mujer.

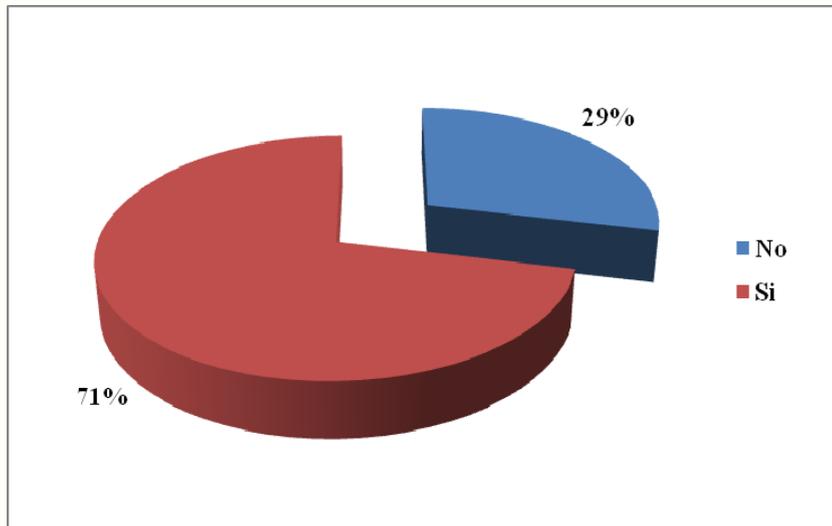
Gráfico N° 16 “Sexo”



Pregunta: ¿Actualmente estás trabajando?

Del total de los encuestados el 71% sí está trabajando y el 29% no está trabajando.

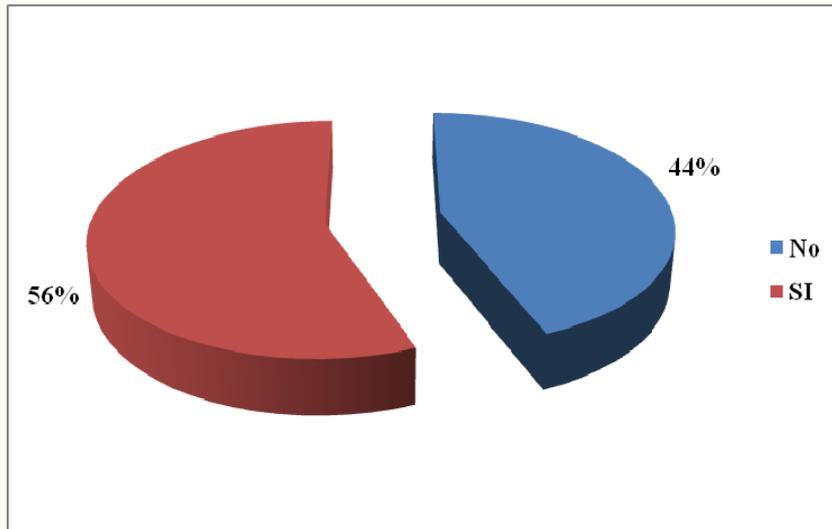
Gráfico N° 17 “Participantes que trabajan”



Pregunta: ¿Tu trabajo está relacionado con las Ciencias Económicas?

Del 71% de los encuestados que respondieron que sí trabajaban en la pregunta anterior, en el 56% de los casos el trabajo que realizan sí está relacionado con las Ciencias Económicas. Y en el 44% restante el trabajo que ejercen no está relacionado con las Ciencias Económicas.

Gráfico N° 18 “Trabajo relacionado con las Ciencias Económicas”



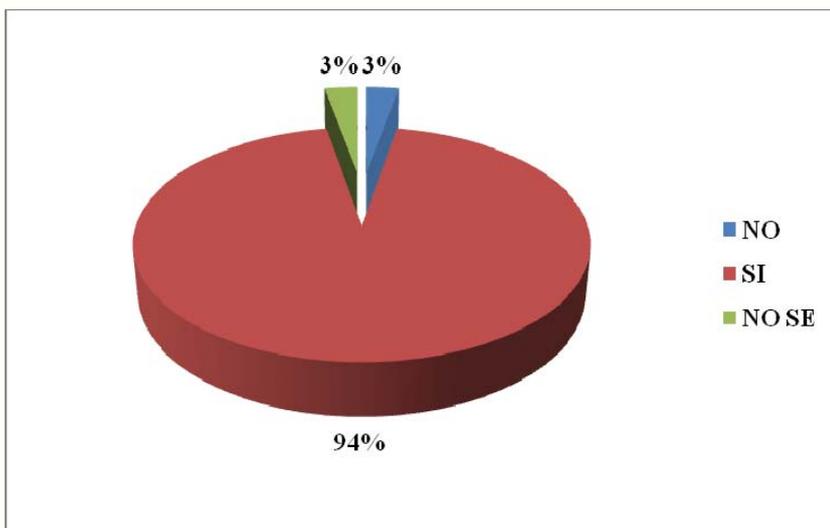
2.1.2.2. Datos de la variable información

- **Información sobre la matriculación**

Pregunta: ¿Los profesionales en ciencias económicas necesitan matricularse?

Del total de los encuestados el 94% respondió que si es necesario que los profesionales en Ciencias Económicas se matriculen. El 3% de los participantes respondió que no sabe si tienen que matricularse y también el 3% respondió que los profesionales no tienen que matricularse. Se puede concluir que solo el 6% de los participantes no sabe que los profesionales en Ciencias Económicas deben matricularse ya sea porque manifestó no saberlo o porque creen que los profesionales no deben matricularse.

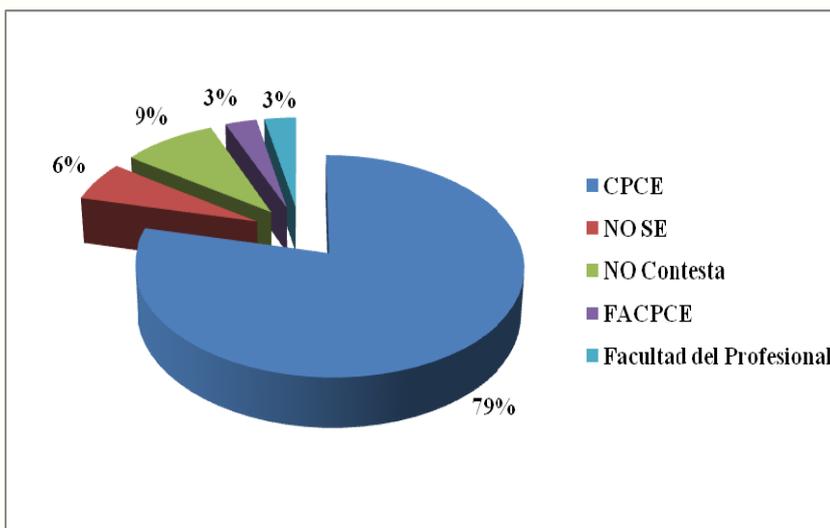
Gráfico N° 19 “Necesidad de matricularse”



Pregunta: ¿Existe una organización que se dedica a matricular? ¿Cuál?

Del 94% del total de participantes que respondieron que los profesionales en Ciencias Económicas necesitan matricularse; el 79% respondió que la organización que se dedica a matricular es el Consejo Profesional de Ciencias Económicas, el 9% no contestó, el 6% respondió que no sabe qué institución matricula, el 3% contestó Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas y el otro 3% respondió la facultad donde egresa el profesional.

Gráfico N° 20 “Organización que matricula”

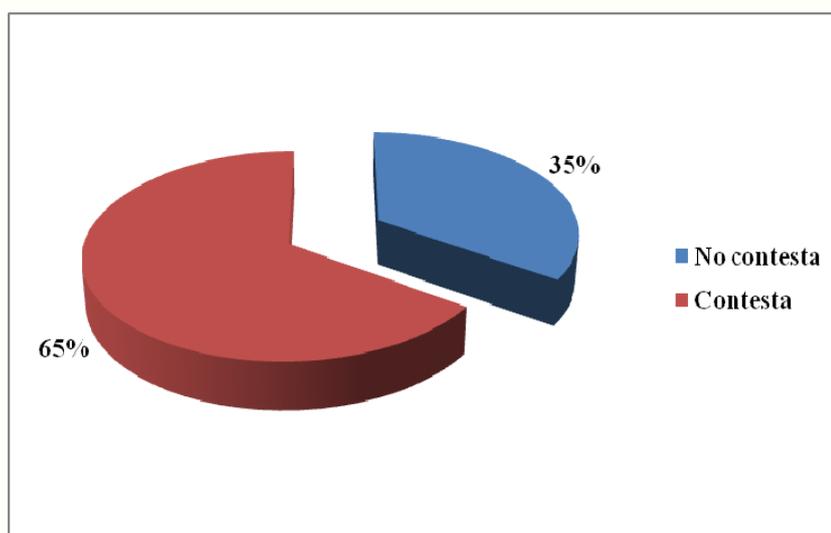


Resulta útil resaltar que del total de la muestra el 74% responde Consejo Profesional. Es decir, que el 74% de la muestra supo que es el Consejo Profesional el encargado de matricular.

Pregunta: ¿Qué otros servicios conoces que realiza dicha institución?

Del 79% que respondió que el Consejo Profesional en Ciencias Económicas es la institución responsable de matricular, el 65% mencionó por lo menos un servicio además del de matricular, el 35% no contestó y ninguno de los encuestados respondió que no sabía de otro servicio.

Gráfico N° 21 “Otros servicios”



Es útil resaltar que del total de la muestra el 49% menciona por lo menos un servicio del Consejo Profesional con un promedio de 1,9 cada uno. Es decir, que de todos los participantes de la muestra el 49% contestó que si es necesario matricularse, que el Consejo Profesional de Ciencias Económicas es la institución responsable y además conoce por lo menos un servicio adicional además del de matriculación.

Del 65% de los participantes que mencionó por lo menos un servicio además del de matricular, el 76% contestó capacitación, cursos, actualizaciones o congresos como otros servicio brindado por el Consejo Profesional, el 29% mencionó la certificación de estados contables, balances e informes, el 12% mencionó asesoramiento, certificación de declaraciones juradas, biblioteca, actualizaciones impositivas, Bolsa de trabajo y así sucesivamente siguiendo la tabla que se muestra:

Tabla N° 5 “Otros servicios del CPCE”

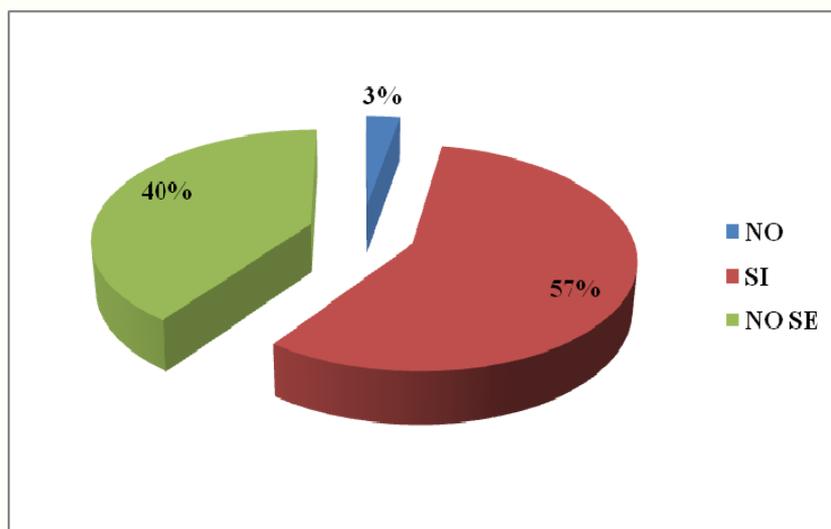
Capacitación /Cursos /Actualizaciones /Congresos	76%
Certificación Estados Contables, Balances e Informes	29%
Asesoramiento	12%
Certificación de declaraciones juradas	12%
Biblioteca	12%
Actualizaciones Impositivas	12%
Bolsa de Trabajo/ Oportunidades Laborales	12%
Asamblea para administradores	6%
Certificación de Firmas	6%
Servicios Recreativos	6%
Caja Previsional	6%

- **Información sobre la existencia de un Código de Ética**

Pregunta: ¿Existe un código de Ética que rija la profesión de Ciencias Económicas?

Del total de los encuestados el 57% respondió que si existe un Código de Ética. El 40% de los participantes respondió que no sabe si existe un Código de Ética que rija la profesión de Ciencias Económicas y el 3% respondió que no existe. Se puede concluir que el 43% de los participantes no sabe que existe un Código de Ética en la profesión en Ciencias Económicas ya sea porque manifestó no saberlo o porque creen que no existe.

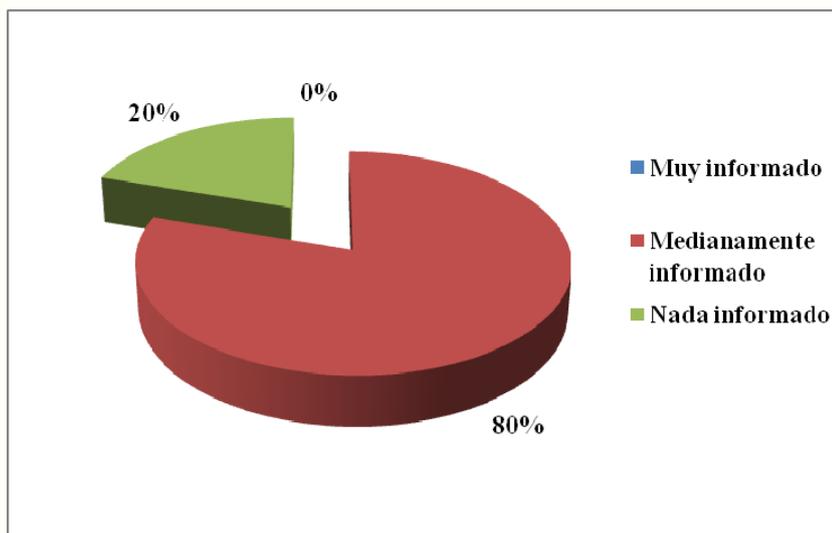
Gráfico N° 22 “Existencia de un Código de Ética”



Pregunta: ¿Cuán informado crees que estás respecto al contenido del Código de Ética de Ciencias Económicas?

Del 57% que manifestó saber sobre la existencia del Código de Ética, el 80% se considera medianamente informado respecto al contenido, el 20% se considera nada informado y nadie se considera muy informado.

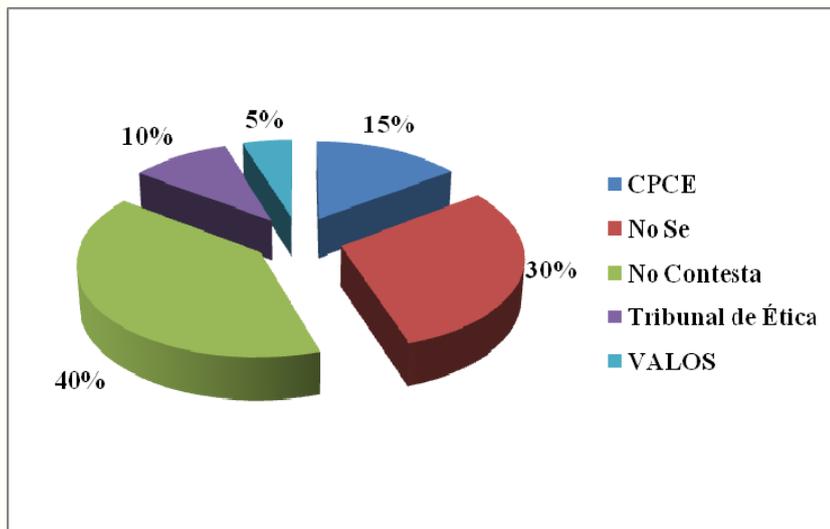
Gráfico N° 23 “Información respecto al Código de Ética”



Pregunta: ¿Existe una organización que se dedica al control del Código de Ética?

Del 57% que manifestó saber sobre la existencia del Código de Ética, el 40% no responde a la pregunta, el 30% no sabe que institución es la encargada, el 15% manifiesta que el Consejo Profesional de Ciencias Económicas es el encargado de ejercer el control del Código de Ética, el 10% responde el Tribunal de Ética, el 5% responde que es VALOS la institución responsable. Si se supone que los participantes saben que el tribunal de ética se encuentra dentro del Consejo Profesional entonces el 25% de los participantes sabe que organización es la encargada del control del ejercicio de la profesión.

Gráfico N° 24 “Organización controladora del Código de Ética”



2.1.3. Cuadro comparativo de los resultados presentados

Tabla N° 6 “Cuadro comparativo matriculación por universidad”

Datos Variable Información	UNCuyo	UMaza
<u>1. ¿Los profesionales necesitan matricularse?</u>		
No	9%	3%
Si	63%	94%
No se	28%	3%
<u>2. Organización que Matricula</u>		
CPCE	80%	79%
No se	11%	6%
No contesta	6%	9%
FACPE	3%	3%
Facultad del Profesional	0%	3%
<u>3. Otros Servicios</u>		
No se	2%	0%
No contesta	32%	35%
Contesta	66%	65%
<u>4. ¿Existe un Código de Ética?</u>		
No	4%	3%
Si	53%	57%
No se	43%	40%

<u>5.Grado de Información del Código de Ética</u>		
Muy informado	2%	0%
Medianamente informado	66%	80%
Nada informado	32%	20%
<u>6.Organización que controla el Código de Ética</u>		
CPCE	30%	15%
No se	26%	30%
No contesta	23%	40%
Tribunal de ética	17%	10%
FACPCE	2%	0%
No existe	2%	0%
VALOS	0%	5%

Respecto a la primera pregunta, se puede observar que los participantes de la UNCuyo manifestaron en un 63% que los profesionales en Ciencias Económicas deben matricularse, mientras que los participantes de UMaza lo iniciaron en un porcentaje muy superior con un 94%. Cuando se les preguntó sobre la organización que matricula el porcentaje mostrado por ambas universidades es muy similar. Las dos universidades mencionaron al Consejo Profesional en un 80% para la UNCuyo y en un 79% para la UMaza. En relación a la pregunta si conocían algún servicio adicional del Consejo Profesional, las dos universidades tienen un porcentaje de respuesta parecido con un 66% para la UNCuyo y con un 65% para la UMaza.

La UNCuyo manifestó que si existe un Código de Ética en el 53% de los casos, mientras que en la UMaza en el 57%. Es decir, que el porcentaje de respuesta es parecido. Respecto al grado percibido de información los participantes de UNCuyo afirman están medianamente informados en el 66% de los casos mientras que los participantes de la UMaza en el 80%. Esta diferencia si es amplia. Por último, los participantes de la UNCuyo manifestaron que el Consejo Profesional o el Tribunal de Ética es la institución responsable del control del Código de Ética en un 37% mientras que en la UMaza en un 25%. Las explicaciones de las diferencias o similitudes de los porcentajes serán presentados en las conclusiones de este trabajo de investigación según las observaciones y conocimiento adquirido por el autor.

2.2. DATOS DE LA VARIABLE INFORMACIÓN DE LOS ALUMNOS POR CARRERA

En la presente sección se realizara la presentación de los datos de la variable información sobre los dos principales objetivos del Consejo Profesional de las distintas carreras de cada

Universidad. El análisis de las carreras se realizara por separado para cada una de las dos Universidades consideradas, siguiendo los objetivos rectores de la investigación:

Objetivo 2: Determinar y comparar la información que poseen alumnos de distintas carreras de una misma universidad sobre los dos principales objetivos del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza.

2.2.1. Universidad Nacional de Cuyo

2.2.1.1. Información sobre la matriculación

En el cuadro a continuación se muestran los resultados por carrera de las tres preguntas referidas a matriculación:

Tabla N° 7 “Cuadro comparativo matriculación por carrera”

Datos Variable Información	UNCuyo		
	<u>CPN</u>	<u>LA</u>	<u>LE</u>
<u>1. ¿Los profesionales necesitan matricularse?</u>			
No	0%	13%	45%
Si	91%	30%	33%
No se	9%	57%	22%
<u>2. Organización que Matricula</u>	<u>CPN</u>	<u>LA</u>	<u>LE</u>
CPCE	86%	55%	67%
No se	4%	45%	0%
No contesta	6%	0%	33%
FACPCE	4%	0%	0%
Facultad del Profesional	0%	0%	0%
<u>3. Otros Servicios</u>	<u>CPN</u>	<u>LA</u>	<u>LE</u>
No se	0%	17%	0%
No contesta	26%	66%	50%
Contesta	74%	17%	50%

De los porcentajes de las respuestas a la primera pregunta se puede observar que son los Contadores lo que respondieron en un 91% que los profesionales necesitan matricularse. Los Licenciados en Administración y en Economía respondieron que si en un 30% y 33% respectivamente. Esta tendencia, de mayor información por parte de los estudiantes Contadores, también se observa en

las respuestas a las otras dos preguntas. En el 86% de los casos los Contadores contestan que el Consejo Profesional es la institución responsable de la matriculación, mientras los Licenciados en Administración lo hacen en un 55% y los Licenciados en Economía lo hacen en un 67%. Se debe recordar que estos porcentajes son sobre los participantes que contestaron que si es necesario matricularse. Los estudiantes de Contador contestaron en un 74% por lo menos un servicio además del de matricular, mientras que los Licenciados en Administración lo hicieron en un 17% y los Licenciados en Economía en un 50%.

Se puede concluir que en la Facultad de Ciencias Económicas de la UNCuyo son los Contadores los que están más informados sobre el objetivo de matriculación según el resultado de las preguntas realizadas.

2.2.1.2. Información sobre el Código de Ética

En el cuadro a continuación se muestra los resultados por carreras de las tres preguntas referidas al código de ética:

Tabla N° 8 “Cuadro comparativo Código de Ética por carrera”

Datos Variable Información	UNCuyo		
	CPN	LA	LE
<u>1. ¿Existe un Código de Ética?</u>			
No	0%	11%	0%
Si	74%	32%	11%
No se	26%	57%	89%
<u>2. Grado de Información del Código de Ética</u>	CPN	LA	LE
Muy informado	2%	0%	0%
Medianamente informado	80%	17%	100%
Nada informado	18%	83%	0%
<u>3. Organización que controla el Código de Ética</u>	CPN	LA	LE
CPCE	38%	8%	0%
No se	20%	42%	100%
No contesta	16%	42%	0%
Tribunal de Ética	23%	0%	0%
FACPCE	3%	0%	0%
No existe	0%	8%	0%
VALOS	0%	0%	0%

Respecto a la primera pregunta los Contadores responden en un 74% que conocen sobre la existencia de un Código de Ética mientras que los Licenciados en Administración y los Licenciados en Economía lo hacen en un 32% y 11% respectivamente. En relación a el grado de información los Contadores se consideran medianamente informados en un 80%, los Administradores en un 17% y los Economistas en un 100% porque sólo un estudiante de economía contestó que si existía un código de ética de los 9 participantes. Luego éste se consideró que estaba medianamente informado. En la última pregunta también el mayor porcentaje en la respuesta correcta la tienen los Contadores con un 61%. Resulta de la suma del 38% del Consejo Profesional y del 23% del Tribunal de Ética. Los Administradores contestaron correctamente en el 8% de los casos mientras que los Economistas no lo hicieron en ningún caso.

Se puede concluir respecto a la información sobre el Código de Ética que los Contadores tiene mayor información que los estudiantes de Administración y Economía.

2.2.2. Universidad Juan Agustín Maza

2.2.2.1. Información sobre la matriculación

En el cuadro a continuación se muestran los resultados por carrera de las tres preguntas referidas a matriculación:

Tabla N° 9 “Cuadro comparativo matriculación por carrera”

Datos Variable Información	UMaza	
1. ¿Los profesionales necesitan matricularse?	<u>CP</u>	<u>IDE</u>
No	4%	0%
Si	92%	100%
No se	4%	0%
2. Organización que Matricula	<u>CP</u>	<u>IDE</u>
CPCE	85%	58%
No se	4%	14%
No contesta	11%	0%
FACPCE	0%	14%
Facultad del Profesional	0%	14%
3. Otros Servicios	<u>CP</u>	<u>IDE</u>
No se	0%	0%

No contesta	27%	75%
Contesta	73%	25%

En relación a la primera pregunta los estudiantes de Contador respondieron que los profesionales deben matricularse en el 92% de los casos mientras que los estudiantes de la Ingeniería en Dirección de Empresas lo hicieron en el 100% de los casos. Es decir que ambos grupos se encuentran muy informados respecto a esta primera pregunta. En relación a la organización que matricula los estudiantes de Contador eligen al Consejo Profesional en el 85% de los casos mientras que los estudiantes de Dirección de Empresas en el 58%. El 73% de los Contadores mencionan un servicio adicional además del de matriculación mientras que los estudiantes de Dirección de Empresas mencionan un servicio en el 25% de los casos.

Se puede concluir que los Contadores conocen al igual que lo estudiantes de Dirección de Empresas que los profesionales en ciencias económicas deben matricularse pero estos últimos no conocen tanto como los Contadores sobre cual es la institución que matricula y sobre los servicios que brinda.

2.2.2.2. Información sobre el Código de Ética

En el cuadro a continuación se muestra los resultados por carreras de las tres preguntas referidas al código de ética:

Tabla N° 10 “Cuadro comparativo Código de Ética por carrera”

Datos Variable Información	UMaza	
<u>4. ¿Existe un Código de Ética?</u>	<u>CP</u>	<u>IDE</u>
No	3%	0%
Si	61%	43%
No se	36%	57%
<u>5. Grado de Información del Código de Ética</u>	<u>CP</u>	<u>IDE</u>
Muy informado	0%	0%
Medianamente informado	76%	100%
Nada informado	24%	0%
<u>6. Organización que controla el Código de Ética</u>	<u>CP</u>	<u>IDE</u>
CPCE	18%	0%
No se	35%	0%
No contesta	35%	67%

Tribunal de ética	12%	0%
FACPCE	0%	0%
No existe	0%	0%
VALOS	0%	33%

El 61% de los Contadores respondieron que si existe un código de ética que rija la profesión de ciencias económicas mientras que los estudiantes en Dirección de Empresa lo hicieron en el 43% de los casos. El 76% de los Contadores se consideran medianamente informados mientras que todos los Ingenieros en Dirección de Empresas que conocían sobre la existencia del Código de Ética se perciben medianamente informados. En relación a la organización que matricula el 30% de los Contadores responde correctamente por Consejo Profesional o por Tribunal de Ética mientras que en el caso de los Ingenieros en Dirección de empresas ninguno lo hace.

Se puede concluir que los Contadores muestran un nivel un poco mayor de información comparados con los Ingenieros en Dirección de Empresas.

2.3. DATOS DE LA VARIABLE TRABAJO DE LOS ALUMNOS POR UNIVERSIDAD

Seguidamente se realizará la presentación de los datos de la variable información de los dos principales objetivos del Consejo Profesional en dos grupos. El primer grupo estará conformado por los participantes de la muestra que no trabajan y por los que si lo hacen y este trabajo no está relacionado con la ciencias económicas. El segundo grupo estará conformado por los participantes que desempeñan algún trabajo relacionado con las ciencias económicas. Para facilitar la exposición de los resultados al primer grupo se los indicara como “grupo 1” y al segundo como “grupo 2”.

El propósito de este apartado es poder vislumbrar si el que los alumnos y futuros profesionales estén trabajando en el campo laboral de las ciencias económicas favorece la adquisición de mayor información sobre el Consejo Profesional respecto a los que no trabajan o a los que si trabajan pero que su trabajo no está relacionado con las ciencias económicas. Este análisis se realiza por Universidad siguiendo el objetivo rector:

Objetivo 3: Determinar si el hecho que los alumnos universitarios trabajan, hace que los mismos conozcan sobre los dos principales objetivos del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza.

2.3.1. Universidad Nacional de Cuyo

A continuación se presenta un cuadro comparativo de las respuestas en porcentajes de los dos grupos:

Tabla N° 11 “Cuadro comparativo matriculación y Código de Ética por grupo”

Datos Variable Información	Grupo 1	Grupo 2*
<u>1. ¿Los profesionales necesitan matricularse?</u>		
No	6%	14%
Si	62%	66%
No se	32%	20%
<u>2. Organización que Matricula</u>		
CPCE	80%	78%
No se	13%	9%
No contesta	7%	4%
FACPCE	0%	9%
Facultad del Profesional	0%	0%
<u>3. Otros Servicios</u>		
No se	0%	5%
No contesta	34%	28%
Contesta	66%	67%
<u>4. ¿Existe un Código de Ética?</u>		
No	3%	6%
Si	57%	46%
No se	40%	49%
<u>5. Grado de Información del Código de Ética</u>		
Muy informado	3%	0%
Medianamente informado	62%	75%
Nada informado	35%	24%
<u>6. Organización que controla el Código de Ética</u>		
CPCE	27%	38%
No se	22%	38%
No contesta	27%	12%
Tribunal de ética	22%	6%
FACPCE	0%	6%

No existe	2%	0%
VALOS	0%	0%
* Respuestas de los participantes que trabajan y que además ese trabajo esta relacionado con las Ciencias Económicas.		

Se puede observar que en la primera pregunta el grupo 2 parece estar más informado que el grupo 1 pero solo por un 4%. En la segunda pregunta por un 2% es el grupo 1 el que supera al grupo 2 y en la tercera pregunta es el grupo 2 el que supera al grupo 1 por un 1%. Es decir, que no se observan diferencias en la información que tiene ambos grupos respecto a la matriculación. De hecho muestran tendencias similares con una diferencia máxima en el porcentaje de respuesta de un 4%.

Respecto a las preguntas sobre el código de ética, en la cuarta pregunta el grupo 1 contesta que si existe un código de ética con una diferencia del 11% por encima del grupo 2. En la quinta pregunta esta diferencia se revierte y es el grupo 2 el que por el 75% se percibe muy o medianamente informado mientras que el grupo 1 lo hace por el 65%. Y en la sexta pregunta el grupo 1 contesta correctamente sobre la institución que controla el Código de Ética en el 49% (27%+22%) de los casos mientras que en el grupo 2 en el 44% (38%+6%).

Se puede concluir que no se muestran diferencias significativas en los resultados de las respuestas brindadas por ambos grupos. No se observa que los participantes de la Universidad Nacional de Cuyo que tienen trabajos relacionados con las ciencias económicas muestren un mayor conocimiento respecto a los que no trabajan o a los que su trabajo no tiene relación con las ciencias económicas.

2.3.2. Universidad Juan Agustín Maza

A continuación se presenta un cuadro comparativo de las respuestas en porcentajes de los dos grupos:

Tabla N° 12 “Cuadro comparativo matriculación y Código de Ética por grupo”

Datos Variable Información	Grupo 1	Grupo 2*
1. ¿Los profesionales necesitan matricularse?		
No	0%	7%
Si	95%	93%
No se	5%	0%

<u>2. Organización que Matricula</u>		
CPCE	75%	85%
No se	0%	15%
No contesta	15%	0%
FACPCE	5%	0%
Facultad del Profesional	5%	0%
<u>3. Otros Servicios</u>		
No se	0%	0%
No contesta	40%	27%
Contesta	60%	73%
<u>4. ¿Existe un Código de Ética?</u>		
No	0%	7%
Si	62%	50%
No se	38%	43%
<u>5. Grado de Información del Código de Ética</u>		
Muy informado	0%	0%
Medianamente informado	85%	71%
Nada informado	15%	29%
<u>6. Organización que controla el Código de Ética</u>		
CPCE	15%	14%
No se	31%	29%
No contesta	46%	29%
Tribunal de ética	8%	14%
FACPCE	0%	0%
No existe	0%	0%
VALOS	0%	14%
* Respuestas de los participantes que trabajan y que además ese trabajo esta relacionado con las Ciencias Económicas.		

Se puede observar que en la primera pregunta el grupo 1 parece estar más informado que el grupo 2 pero solo por un 2%. En la segunda pregunta por un 10% es el grupo 2 el que supera al grupo 1 y en la tercera pregunta es también el grupo 2 el que supera al grupo 1 por un 13%. Es decir, que en referencia a la información que tiene ambos grupos respecto a la matriculación se observan diferencia pero no lo suficientemente marcadas como para dar por entendido que el grupo 2 esta mas informado. De hecho estas diferencias se deben a que la muestra para esta universidad es tan solo de 35 individuos, luego al conformar dos grupo cada respuesta de los individuos tiene un peso mayor que en

la UNCuyo donde la muestra fue de 100 individuos. Es por esto que se observa una mayor diferencia entre los porcentajes de respuesta.

Respecto a las preguntas sobre el código de ética, en la cuarta pregunta el grupo 1 contesta que si existe un Código de Ética con una diferencia del 12% por encima del grupo 2. En la quinta pregunta esta diferencia se mantiene y el grupo 1 se percibe muy o medianamente informado en el 85% de los casos mientras que el grupo 2 lo hace en el 71%. La diferencia es del 14%. Y en la sexta pregunta el grupo 1 contesta correctamente sobre la institución que controla el código de ética en el 23% de los casos mientras que en el grupo 2 en el 28%.

Se puede concluir, que no se muestran diferencias significativas en los resultados de las respuestas brindadas por ambos grupos. No se observa que los participantes de la Universidad Juan Agustín Maza que tienen trabajos relacionados con las ciencias económicas muestren un mayor conocimiento respecto a los que no trabajan o a los que su trabajo no tiene relación con las ciencias económicas.

CONCLUSIONES

El análisis de la temática estudiada en el presente trabajo produce conocimientos que atañen a la actividad del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza, explorando el conocimiento que tiene los alumnos en Ciencias Económicas sobre los dos principales objetivos del Consejo Profesional. Conocer los resultados de la presente investigación permitirá realizar cambios, si es que fueran necesarios, para cumplir los objetivos del Consejo Profesional.

A razón de lo expuesto, los objetivos que guiaron la investigación han sido estudiados en profundidad, lo cual permitió contrastar las hipótesis del presente estudio.

Hipótesis 1: La información de los alumnos universitarios de los dos principales objetivos del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza no difiere entre carreras de una misma universidad pero si difiere entre universidades.

Esta hipótesis presenta dos afirmaciones que han sido investigadas en los resultados, por lo que resulta conveniente dividir la misma en dos afirmaciones para su mejor comprensión. En primer lugar, se analizará si la información de los alumnos sobre el Consejo Profesional difiere entre las carreras de una misma universidad y en segundo lugar si la información de los alumnos difiere entre universidades.

Al estudiar las respuestas del objetivo 2 se puede deducir que los estudiantes de la carrera de Contador Público Nacional tienen, por una gran diferencia, mayor información tanto sobre la matriculación como sobre la existencia de un Código de Ética, respecto a los estudiantes de la carrera de la Licenciatura en Administración y de la Licenciatura en Economía en la Universidad Nacional de Cuyo.

Respecto a la Universidad Juan Agustín Maza, se puede deducir que los estudiantes de la carrera de Contador Público se encuentran levemente más informados respecto a la matriculación y al Código de Ética que los estudiantes de la Ingeniería en Dirección de Empresas. Esta diferencia es mucho menor que la que se observa en la Universidad Nacional de Cuyo, pero de igual manera existe una ligera diferencia por parte de los estudiantes de Contador Público.

Se puede apreciar que la información de los alumnos de una misma universidad si difiere según la carrera que están cursando. Es decir, que los resultados obtenidos evidencian que los datos no apoyan la hipótesis por lo menos en su primera parte, ya que la misma afirma que no existen diferencias de información entre los alumnos de las distintas carreras.

Respecto a la segunda parte de la hipótesis, los estudiantes de la Universidad Maza parecen estar más informados que los de la Universidad Nacional de Cuyo principalmente sobre la matriculación y con una leve diferencia respecto a la existencia del Código de Ética. Pero los estudiantes de la Universidad de Cuyo que respondieron que deben matricularse nombraron en promedio 2,6 servicios del Consejo Profesional además del de matriculación, mientras que los estudiantes de la Universidad Maza nombraron en promedio 1,8 servicios cada uno de los que respondieron que debían matricularse. Esto disminuye la diferencia aunque de igual manera los alumnos de la Universidad Maza mostraron estar levemente más informados que los de la Universidad Nacional de Cuyo.

Se puede apreciar que el conocimiento de los alumnos de una misma universidad si difiere entre universidades. Es decir, que los resultados obtenidos evidencian que los datos apoyan la hipótesis en su segunda parte, ya que la misma afirma que existen diferencias de información entre distintas universidades.

Para concluir se puede afirmar que los resultados obtenidos no apoyan la hipótesis 1 en su primera parte mientras que si lo hacen en su segunda parte.

Esto es revelador y motivo de análisis para el Consejo Profesional del porque los Contadores en las dos universidades estudiadas manifiestan un mayor grado de información respecto a los estudiantes de los otras carreras. Seguidamente se presentaran algunas consideraciones que se dedujeron y que pueden resultar útiles para analizar las causas de los resultados obtenidos por parte del Consejo Profesional y las decisiones futuras a encarar en función de los resultados obtenidos.

- Estos resultados tal vez son unas de las causas del porque se lo llama al Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza un consejo de Contadores, ya que se verifica que desde que son estudiantes los contadores saben más sobre las obligaciones que tiene con el Consejo Profesional y sobre los servicios que ofrece.

- El actual presidente del Consejo Profesional en una entrevista exteriorizó que años atrás se deban charlas informativas sobre el Consejo Profesional en la Facultad de Ciencias Económicas, específicamente en el último año de la carrera de Contador. Además manifestó que actualmente no se están brindando. También reconoció este acercamiento la rectora de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Maza Cont. Liliana Ruiz. Luego se puede pensar que el que estén más informados los estudiantes de Contador puede ser, en parte, el resultado de las charlas de información que se brindaron años atrás a los estudiantes en ambas universidades. Asimismo se reconocen las muchas causas que pueden estar en juego.
- Es crucial actuar en función de los resultados presentados porque si suponemos que como máximo se van a matricular en el futuro los que saben que es obligatorio. Entonces de la carrera de la Licenciatura en Administración de la UNCuyo solo se matricularán como máximo el 30% de los recibidos, en la carrera de la Licenciatura en Economía de la UNCuyo solo se matricularán como máximo el 33% de los recibidos y en la carrera de la Ingeniería en Dirección de Empresas de la Universidad Maza se matricularan como máximo todos los que se reciban ya que el 100% respondió que era obligatorio matricularse.
- En relación con lo anterior es importante tener en cuenta que muchos de los estudiantes respondieron que no era necesario matricularse. Es decir, que ellos no respondieron que no sabían, sino que están creyendo que no es obligación matricularse. De igual manera muchos respondieron que no existe un código de ética el cual respetar. Esto representa desafíos al Consejo Profesional porque no solo debe informar a los que respondieron que no saben si tienen en el futuro que matricularse o sobre la existencia del Código de Ética sino que además tienen que convencer a los que creen que no es una obligación para los profesionales matricularse y además convencerlos sobre la existencia del Código de Ética.
- El autor de este trabajo observó, mientras tomaba el cuestionario a los participantes, que en muchos casos los estudiantes de Contador Público manifestaban saber sobre el Consejo Profesional porque lo necesitan obligatoriamente para completar algunos pasos de los trabajos que realizarán. Este es el caso de uno de los procesos mas importante del Consejo Profesional como es el de legalizar estados contables de sociedades comerciales, de organizaciones sin fines de lucro o cooperativas, legalizar manifestaciones de bienes, certificados de ingresos, formularios de la AFIP, etc. Es recomendable que el Consejo Profesional genere un valor agregado de manera que los profesionales en ciencias económicas se sientan atraídos a participar en dicha institución y no que solo deban integrarla porque obligatoriamente la

necesitan. Se puede pensar que los profesionales que no son Contadores no se matriculan porque el Consejo Profesional no les brinda un valor que supere el costo de matricularse y aunque es obligatorio por ley el estar matriculado sería recomendable que los profesionales quisieran voluntariamente estar vinculados al Consejo Profesional. No hay mejor publicidad que los clientes de una institución estén satisfechos con el servicio que brinda. De igual modo estas conjeturas son observaciones iniciales y merecería una investigación adicional para tener aseveraciones y conclusiones reales.

- Por último, es importante resaltar la oportunidad única que tiene el Consejo Profesional de poder relacionarse e informar a los alumnos de las Facultades de Ciencias Económicas de Mendoza al tenerlos a todos reunidos en los establecimientos educativos antes de que se reciban y se dispersen. El querer reunir a todos los profesionales en la actualidad es impensable por las dificultades que presenta. Por lo expuesto sería recomendable que el Consejo se presente y se haga conocer en las universidades. Podría ofrecerle a los mismos alumnos de las universidades que realicen estas charlas ya que estos en su mayoría tienen obligaciones curriculares relacionadas con prácticas de trabajo y entonces podrían cumplirlas mediante la realización de estas charlas.

La segunda hipótesis tiene el fin de verificar si el que los alumnos trabajen en áreas de las Ciencias Económicas implica una mayor información del Consejo Profesional por parte de los mismos.

Hipótesis 2: La información de los alumnos, de cada carrera y universidad, sobre los dos principales objetivos del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza es mayor en los alumnos que trabajan en el campo de las Ciencias Económicas.

Cuando se presentaron los resultados del objetivo 3 se concluyó que no se muestran diferencias significativas en los resultados de las respuestas brindadas por ambos grupos. Es decir, que no se observó que los participantes de la Universidad Nacional de Cuyo o de la Universidad Juan Agustín Maza que tienen trabajos relacionados con las Ciencias Económicas muestren mayor información respecto a los que no trabajan o a los que su trabajo no tiene relación con las ciencias económicas.

Luego, los resultados obtenidos no apoyan esta hipótesis ya que se planteó que el trabajar en áreas relacionadas con las Ciencias Económicas favorece el mayor grado de información, y como se concluyó esto no fue así.

Esta conclusión confirma la recomendación antes mencionada sobre informar a los alumnos de Ciencias Económicas antes de que egresen ya que se comprobó que los mismos no parecen adquirir mayor información en sus primeros años de trabajo.

El presente estudio aporta información valiosa sobre el nivel de información de los alumnos de dos facultades de Mendoza sobre el Consejo Profesional de Ciencias Económicas. Los resultados permiten evaluar la gestión del Consejo Profesional y tomar decisiones de los caminos a seguir. Esto es justamente lo que se pretende y el objetivo inicial que justificó este trabajo; el generar información útil para la toma de decisiones. Además, se deja abierto el camino para nuevas investigaciones.

REFERENCIAS

LIBROS

HERNANDES SAMPIERI, Roberto. FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. BAPTISTA LUCIO, María del Pilar. (2010) “*Metodología de la Investigación*”. 5ta Edición. Mc Graw-Hill.

KINNER, Thomas C. y TAYLOR, James R. (1998) “*Investigación de mercados*” 5ta edición. Colombia: Mc Graw-Hill.

KOTLER, Philip. (2002) “*Dirección de Marketing Conceptos Esenciales*”, 1ra Edición. Prentice Hall.

Ley 20.488 de Ejercicio Profesional de Ciencias Económicas del ámbito nacional de 1973.

Ley 5.051 de Ejercicio Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza de 1985.

MALHOTRA, Naresh K. (2008) “*Investigación de mercados*”, 5ta edición. México: Pearson Educación.

OCAÑA, Hugo R. y GULLE de LINARES, Verónica. (2001) “*La toma de decisiones en la gerencia estratégica*”. Mendoza: Inca Editores.

ZIKMUND, William G. (1998) “*Investigación de mercados*”, 6ta edición. México: Pearson Educación.

PUBLICACIONES Y REVISTAS

CLARÍN PYMES (2009) “*Guía total para el comercio minorista: Cómo construir un negocio exitoso*”. Buenos Aires: Arte Gráfico Editorial Argentino.

HADERNE, Marisa. (2011) “*Sistemas de información gerencial*”, Mendoza: FCE, UNCuyo.

OCAÑA, Hugo R. “*Estrategias de negocios*”. Edición en preparación. Mendoza: FCE, UNCuyo.

PUEBLA, Patricia L. (2009) “*La Información en la toma de decisiones*”, Mendoza: FCE, UNCuyo.

OTROS MATERIALES

BENNETT, Peter D. (1988), “*Dictionary of Marketing Terms*”. Chicago: American Marketing Association.

Material de la cátedra “Análisis Organizacional”, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Cuyo. (2011)

Material de la cátedra “Estrategia de Negocios”, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Cuyo. (2011)

Material de la cátedra “Investigación de Mercado”, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Cuyo. (2011)

PÁGINAS WEB CONSULTADAS

http://cpcemza.org.ar/?page_id=4

ANEXOS

ANEXO A

Universidad Nacional de Cuyo

Definiciones Operacionales

Aspirantes:	Personas que solicitan su ingreso como alumnos de una carrera, en la que no fueron alumnos con anterioridad, deban o no realizar el examen y/o curso de ingreso.
Ingresantes:	Es igual a la sumatoria de Alumnos Nuevos Inscriptos e Inscriptos por Pase
Nuevos Inscriptos:	Son aquellos alumnos que habiendo cumplido con los requisitos necesarios para ingresar, son admitidos en primer año, por primera vez en una determinada carrera. Este universo no incluye por lo tanto a los que se reinscriben en primer año.
Inscriptos por Pase:	Son aquellos alumnos inscriptos en una carrera con materias aprobadas "por equivalencia" ya sea porque provienen de otra carrera u otra Universidad. Cada Dependencia aplicará las normas de admisión de pases para la inscripción de los mismos.
Reinscriptos:	Alumnos que, después de haber revestido la calidad de ingresantes, solicitan y efectivizan su reinscripción en la misma carrera, en el mismo año lectivo o uno posterior a efectos de que pueda continuar sus estudios en ella.
Matriculados:	Es igual a la sumatoria de Ingresantes y Reinscriptos
No Reinscriptos:	Son aquellos alumnos que no han efectivizado su reinscripción anual o que no han cumplimentado en el año lectivo de que se trate los requisitos que la Universidad hubiere establecido para considerarlos como alumnos.
Activos:	Alumnos que cumplen con el rendimiento académico mínimo en el ciclo lectivo anterior, (1 de abril de 2009 a 31 de marzo de 2010). Rendimiento académico mínimo: aprobar al menos 2 materias por año, salvo cuando el plan de estudios prevea menos de 4 asignaturas anuales.
Egresados:	Son aquellos alumnos matriculados que completan todos los cursos y demás requisitos académicos de la carrera a la que

OK T
OK V

ALUMNOS MATRICULADOS, SEGÚN AÑO CURRICULAR QUE CURSAN

Carreras	MATRICULADOS		1er. Año		2do. Año		3er. Año		4to. Año		5to. Año		6to. Año	
	Total	Varones	Total	Varones	Total	Varones	Total	Varones	Total	Varones	Total	Varones	Total	Varones
TOTAL	4017	1694	747	327	1076	426	682	298	793	329	719	314	0	
Contador Público Nacional y Perito Partidor	2258	923	435	187	562	222	455	196	288	108	518	210		
Licenciado en Administración	1090	479	121	66	397	153	155	73	410	180	7	7		
Licenciado en Economía	248	135	38	17	45	27	32	19	41	18	92	54		
Licenciado en Estadística (Ciclo)	34	14	34	14										
Contador Pub. Nac. y Perito Partidor (Sede San Rafael)	340	125	72	25	72	24	40	10	54	23	102	43		
Lic. en Gestión de Negocios Regionales (Ciclo) (Sede)	47	18	47	18										

Firma del Responsable

Luciana Crocetti
LUCIANA CROCETTI
SECRETARIA ACADÉMICA

Aclaración:

Maria Alejandra Marín
MARIA ALEJANDRA MARIN
SECRETARIA ACADÉMICA
F.C.E. - UNICUYO

FECHA: 20/11/12

Tabla de respuestas de los encuestados de la Lic. en Administración de 3er año UNCuyo

1			2			3		4			5		6		7		8			9			
Carrera			Año de Cursado			Universidad		Rango de Edad			Sexo		¿Trabajan?		¿Relacionado con las CE?		¿Necesitan Matricularse?			Org. que Matricula			
LE	LA	CPN	3º	4º	5º	Ucuyo	Umaza	20-23	24-26	más 26	H	M	No	Si	No	Si	No	Si	No se	CPCE	No se	No contesta	Universidad donde se estudia
1	1		1			1		1				1	1					1			1		
2	1		1			1		1				1	1						1				
3	1		1			1		1				1		1				1			1		
4	1		1			1		1			1		1					1			1		
5	1		1			1			1			1	1						1				
6	1		1			1		1			1		1					1			1		
7	1		1			1		1			1			1					1				
8	1		1			1		1			1			1		1		1					
9	1		1			1		1			1		1										1
10	1		1			1		1			1		1										1

10						11			12			13			
Otros Servicios						¿Existe C. Ética?			¿Cuan Informado?			Org. Controladora			
No se	No contesta	Certificación Estados Contables	Obra social	Inscripción Perito	Bolsa de trabajo	No	Si	No se	Muy	Media	Nada	CPCE	No se	No contesta	No existe organización
								1							
			1	1	1		1	1			1			1	
							1			1				1	
	1							1							
								1			1				1
								1							
								1							

Tabla de respuestas de los encuestados de Contador Público Nacional de 4to año de la UNCuyo

	1			2			3		4			5		6		7		8			9						
	Carrera			Año de Cursado			Universidad		Rango de Edad			Sexo		¿Trabajan?		¿Relacionado con las CE?		¿Necesitan Matricularse?			Org. que Matricula						
	LE	LA	CPN	3°	4°	5°	Ucuyo	Umaza	20-23	24-26	más 26	H	M	No	Si	No	Si	No	Si	No se	CPCE	No se	No contesta	FACPCE	No se	No contesta	Capacitación, Actualización, Cursos, congresos, etc.
1			1		1		1			1	1			1		1			1		1						1
2			1		1		1		1			1	1	1					1		1					1	
3			1		1		1		1				1	1					1		1					1	
4			1		1		1			1	1			1					1		1						1
5			1		1		1		1			1		1		1			1		1					1	
6			1		1		1		1		1			1		1			1		1		1				
7			1		1		1		1			1		1		1			1		1					1	
8			1		1		1		1			1		1		1	1			1		1					1
9			1		1		1		1			1		1		1			1		1						1
10			1		1		1		1			1		1		1			1		1						
11			1		1		1		1			1	1						1		1					1	
12			1		1		1		1			1		1		1			1		1					1	
13			1		1		1		1			1	1						1		1					1	
14			1		1		1		1			1	1						1				1				
15			1		1		1		1			1		1		1			1		1						1
16			1		1		1		1			1		1		1			1				1				
17			1		1		1		1			1		1		1			1		1						
18			1		1		1		1			1		1		1			1		1					1	
19			1		1		1		1			1	1						1		1					1	

10							11			12			13				
Otros Servicios							¿Existe C. Ética?			¿Cuan Informado?			Org. Controladora				
Cobro de impuestos	Certificación Estados Contables, Balances	Asesoramiento	Certificación informes	Caja Previsional	Cobro Aranceles	Dictar Normas profesionales	No	Si	No se	Muy	Media	Nada	CPCE	No se	No contesta	Tribunal de Ética	FACPCE
1							1			1				1			
							1				1		1				
								1									
	1	1	1				1			1						1	
							1										
								1									
							1			1				1			
							1			1							1
	1						1			1					1		
								1									
							1			1							
								1									
									1	1			1				
		1				1	1			1					1		

Tabla de respuestas de los encuestados de Contador Público Nacional de 5to año de la UNCuyo

1			2			3		4			5		6		7		8			9														
Carrera			Año de cursado			Universidad		Rango edad			Sexo		¿Trabajan?		¿Esta Relacionado?		¿Necesitan Matricularse?			Org. que matricula				No se	No contesta	Contesta Servicios	Capacitación, Actualización, Cursos, congresos,	Cobro de impuestos	Certificación Estados Contables y Balances	Asesoramiento	Obra Social	Cobro Aranceles		
LE	LA	CPN	3*	4*	5*	Ucuyo	Umaza	20-23	24-26	mas 26	H	M	No	Si	No	Si	No	Si	No se	CPCE	No se	No contesta	FACPCE	No se	No contesta	Contesta Servicios	Capacitación, Actualización, Cursos, congresos,	Cobro de impuestos	Certificación Estados Contables y Balances	Asesoramiento	Obra Social	Cobro Aranceles		
1		1			1					1			1					1		1					1									
2		1			1			1					1						1		1													
3		1			1			1					1						1		1													
4		1			1			1	1				1	1					1		1													
5		1			1			1					1						1		1													
6		1			1				1				1						1		1													
7		1			1				1				1						1		1													
8		1			1			1					1						1		1													
9		1			1			1					1						1		1													
10		1			1			1	1				1						1		1													
11		1			1			1					1						1		1													
12		1			1			1					1						1		1													
13		1			1			1					1						1		1													
14		1			1			1					1						1		1													
15		1			1			1					1						1		1													
16		1			1			1					1						1		1													
17		1			1			1					1						1		1													
18		1			1			1					1						1		1													
19		1			1			1					1						1		1													
20		1			1			1					1						1		1													
21		1			1			1					1						1		1													
22		1			1			1					1						1		1													
23		1			1			1					1						1		1													
24		1			1			1					1						1		1													
25		1			1			1					1						1		1													
26		1			1			1					1						1		1													
27		1			1			1					1						1		1													
28		1			1			1					1						1		1													
29		1			1			1					1						1		1													
30		1			1			1					1						1		1													
31		1			1			1					1						1		1													
32		1			1			1					1						1		1													
33		1			1			1					1						1		1													
34		1			1			1					1						1		1													
35		1			1			1					1						1		1													

10								11			12			13			
Otros Servicios								¿Existe C. Ética ?			¿Cuan Informado?			Org. Controladora			
Certificación de firma	Certificación declaraciones juradas de bienes	Manejo de aportes jubilatorios	Bolsa de Trabajo	Actualización impositivas	Servicios recreativos	Biblioteca	Asesoramiento	No	Si	No se	Muy	Media	Nada	CPCE	No se	No contesta	tribunal de Ética
								1					1		1		
								1	1								
	1							1					1	1			
		1						1				1		1			
			1	1	1			1				1			1		
	1							1				1					1
						1		1				1			1		1
								1	1								
								1				1				1	
								1				1				1	
								1				1				1	
			1			1		1				1		1			
							1		1								
								1				1				1	
				1			1	1				1				1	

DECLARACION JURADA – Res. 212/99-CD

“El autor de este trabajo declara que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no haya dado a conocer en las referencias, que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgredí o afecta derecho de terceros”.

Mendoza, 28 de Noviembre del 2013

Deriaz, Gustavo
Apellido y Nombre

25.701
Nº de Registro


Firma