

# Factores que influyen en la toma de decisión de la carrera profesional a estudiar de los alumnos de I año sabatino de la Facultad de Ciencias Económicas de la UCC, Campus León, en el período de Febrero a Julio de 2014

Vinicio Sandino. Coordinador de Investigación UCC León.

vinicio.sandino@ucc.edu.nirez

## Resumen

El presente documento tiene como finalidad dar a conocer los factores que influyen en la toma de decisión de una carrera profesional, ya que este es un tema social que actualmente se vive dentro del entorno universitario y de este modo determinar motivaciones que utilizan los estudiantes para estudiar la carrera que cursan y así aportar algunas recomendaciones.

Para saber cuáles son esos factores que influyen en la toma de decisión se aplicaron a los alumnos encuestas en la cual un 70% fueron mujeres y un 30% hombres, todos estos de las carreras de Administración de Empresas, Marketing y Publicidad, Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, Comercio Internacional y Contabilidad Pública y Finanzas.

Los estudiantes consideran que el factor más influyente en la toma de decisión es la de ser un

profesional y salir adelante con un porcentaje de 38.04%, seguido del gusto por la carrera con un porcentaje de 35.8%. También se reflejó que un 37.7% de los estudiantes al momento de elegir su carrera toman en cuenta las opiniones académicas.

El 46% de los estudiantes considera que están de acuerdo en que las motivaciones si influyen al momento de elegir una carrera y que sus talentos también los ayudaron a elegir, y que están en desacuerdo en que los familiares influyeron en la toma de la decisión de su carrera y que el entorno social, la cultura, no es una influencia para inclinarse por una carrera o por otra, en cambio expresaron su total acuerdo al expresar que el factor económico si tiene mucha influencia al elegir sus carreras profesionales.

**Palabras Claves:** Toma de Decisión, Carrera Profesional, Actitudes, Alumno, Factores.

## Introducción

El presente documento compila la información sobre las actitudes de los estudiantes al decidir la carrera de su elección, en la que se desempeñaran el resto de su vida.

El propósito del trabajo de investigación es determinar los principales factores que influyen en la toma de decisión de la carrera a estudiar de los alumnos de I año del turno sabatino de la

Facultad de Ciencias Económicas de la UCC – Campus León, de las carreras de Administración de Empresas, Marketing, Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, Comercio Internacional Y Contabilidad. Se han seleccionado estas carreras, ya que son las más demanda dadas dentro de los títulos pre-gradados de la UCC. Todos los estudiantes siempre tienen algún sentimiento hacia alguna rama social,

ya sea de salud, de servicio comunitario, de economía, etc., sin embargo, hay muchas veces que a lo largo del transcurso de su carrera, se dan cuenta que esa no es su vocación, y entran en pánico, con el miedo pensar que ningún perfil profesional es para ellos.

En la actualidad la mayoría de los jóvenes no estudian lo que realmente quieren ya se por recursos económicos, o por presión por parte de las familias, como consecuencia puede ocasionar problemas psicológicos a largo, mediano o corto plazo, actitudes negativas, rechazo a la familia o simplemente depresión.

A lo largo del transcurso de la carrera elegida, se han tenido compañeros que no estudian lo que realmente quisieran educarse para desarrollarse en su vida profesional, por tal razón es necesario conocer los motivos por los cuales, estos no ha podido cumplir con su propósito.

En cuanto al estudio es exploratorio y se utilizó como instrumento la encuesta, aplicada a 50 estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas, enfocándonos específicamente en las carreras: Administración de Empresas, Marketing, Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, Comercio Internacional Y Contabilidad de I año del turno sabatino. En base a los resultados, se han realizado análisis estadísticos en Excel que se plasman en este documento.

Es importante reconocer hasta qué grado los estudiantes se sienten cómodos con su carrera, y la forma en que éstos la desempeñan, el trabajo contiene introducción, planeamiento del problema, objetivos, antecedentes, justificación, arco teórico, diseño metodológico, análisis de resultados, conclusiones, recomendaciones y anexos.

## Objetivos Generales

Determinar los principales factores que influyen en la toma de decisión de la carrera profesional de los alumnos de I año sabatino de la facultad

de ciencias económicas en la universidad de ciencias comerciales ( UCC – León ) .

## Objetivos Especifico

Indagar sobre los factores que indicen en la toma de decisión en la elección de la carrera.

Identificar los factores internos que influyen en la orientación vocacional hacia la carrera elegida.

Reconocer los factores externos que influyen en la orientación vocacional hacia la carrera elegida

## Justificación

Los motivos primordiales por los que se ah seleccionado este tema han sido porque es un mal social, que actualmente se viven dentro de nuestro entorno universitario y porque se pretende determinar motivaciones que utilizan los estudiantes para estudiar la carrera que cursan y así poder aportar con algunas recomendaciones , si en su caso ,si en su caso la decisión de carrera fuese errónea .

Facultad de Ciencias Económicas de la UCC-León de las carreras de Administración de Empresas, Marketing , Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras ,Comercio Internacional y Contabilidad sepan si lo que estudien, realmente les gusta y es su vocación ya que es una decisión muy importante , tiene que ser algo en lo que seas bueno y te guste hacer porque será algo que te dedicaras en la vida.

Se objetiva que los alumnos de I año de la

Esta información es muy útil para los que están pasando por este problema para poderse guiar ,no desesperarse, despejar todo tipo de dudas ,estar al tanto de lo que pasa en la actualidad y que será lo mejor para nuestras vidas siempre y cuando sea muy buena decisión ya que será a lo que se dedicara en la vida .

Se pretende por medio de este documento investigativo , poder ayudar a la juventud , no exclusiva y únicamente a los estudiantes de la

de la población en estudio sino que también , cualquier estudiante que haya , o no, interesado a la universidad aun ,ya que le dará una pauta para poder determinar a que otro perfil inclina más ,conocer acerca de la test vocacionales y su papel fundamental dentro de una prueba de habilidades y aptitudes , se le brindara una mejor percepción del perfil vocacional , partiendo de su personalidad.

## Diseño Metodológico

### Hipótesis

Los principales factores que indiquen en la toma de decisión de la carrera a elegir de los estudiantes de UCC son la familia ,amigos y la economía . metodológico

### Método de Investigación

Es mixto ya que abarca enfoques cuantitativos y cualitativos , basándose en la recolección y análisis de datos por medio de conteos y uso de estadísticas, y al mismo tiempo a través de descripciones y observaciones.

### Tipos de Estudio

Es un diseño no experimental transversal (observacional y descriptivo ) o transaccional

explicativo debido a que brinda repuesta al porque ocurre nuestro fenómeno y en que condición se da este .

### Universo

Estudiante de la universidad de ciencias comerciales (UCC- campus León ) que posee 1589 matrículas en los turnos : diurno ,sabatino , dominical.

### Población

Estudiantes de la facultad de ciencias económicas 1 año de turno sabatino de la Universidad de ciencias comerciales (UCC-campus León ) que posee 218 matrículas activas , distribuidas de la siguiente manera :

Administración de Empresas.....	67
Marketing y publicidad.....	45
Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.....	18
Contabilidad Pública y Finanzas.....	57
Comercio Internacional.....	10
Banca y Finanzas.....	10
Comunicación y Relaciones Publica.....	11

Se ha estudiado solamente a cinco solamente, que son : Administración de Empresas , Marketing y Publicidad , Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras , Contabilidad Pública y Finanzas y Comercio Internacional , que suma una cantidad de 197 matrículas hábiles .

### **Muestra**

Realizamos una cuenta ah 50 personas de l año de la carrera de : Administración de Empresas , Marketing y Publicidad , Administración de Empresas Turísticas Y Hoteleras , Contabilidad Pública y Finanzas y Comercio Internacional de la universidad de ciencias comerciales ( UCC – campus León ) del turno sabatino .

### **Fuente de Recolección de la Información**

Estudiante de l año de la carrera de Administración de Empresas ,Marketing Y Publicidad ,Administración de Empresas Turística y Hoteleras , Contabilidad Pública y Finanza y Comercio Internacional de la universidad de ciencias comerciales ( UCC-campus león ) del turno sabatino .

### **Unidad de Análisis**

Alumnos de l año del turno sabatino de la carrera de Administración de Empresas, Marketing y Publicidad, Administración de Empresas Turística y Hotelera ,Contabilidad Publica y Finanzas ,Comercio Internacional de la facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Ciencias Comerciales ( UCC-campus león ).

### **Técnicas e instrumentos para recolección de datos**

Para la realización de este estudio investigativo consultamos fuentes escritas, también se recopilo información por medio de las encuestas . reunía toda la información del presente trabajo de investigación proseguimos a la tabulación y análisis de datos realizamos 50 encuestas de las cuales fueron distribuidas al azar dentro, de los estudiantes de l año de la carrera anteriormente mencionadas , en dos aulas dentro de recintos universitarios , en donde , al recontar se obtuvieron los siguientes resultados :

Administración de Empresas: 12

Marketing y Publicidad: 10

Administración de Empresas turística y Hotelera (Turismo):9

Comercio Internacional: 11

Contaduría Pública y Finanzas: 8

## **VIII. ANÁLISIS E INTERPRETACION DE DATOS**

Se procesó esta información de manera manual, por ser la más económica y usual. Por poseer una muestra reducida este método de tabulación fue el más sencillo para la realización del trabajo. De igual manera se utilizó Microsoft Word y Excel 2010 para la elaboración de tablas y gráficos.

## IX. DATOS DEMOGRAFICOS

Tabla 1

Edades de los encuestados

carrera	edades												
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	30	37	38	
Admón.	-	1	2	1	2	-	-	-	3	1	2	-	12
M y P	1		3	1	2	-	1	-	1	-	1	-	10
Turismo	-	1	6	1	-	1	-	-	-	-	-	-	9
C.I	-	3	2	3	2	-	-	-	-	-	-	1	11
C.P.F	2	-	1	3	1	-	-	1	-	-	-	-	8

TOTAL	3	5	14	9	7	1	1	1	4	1	3	1	50
-------	---	---	----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

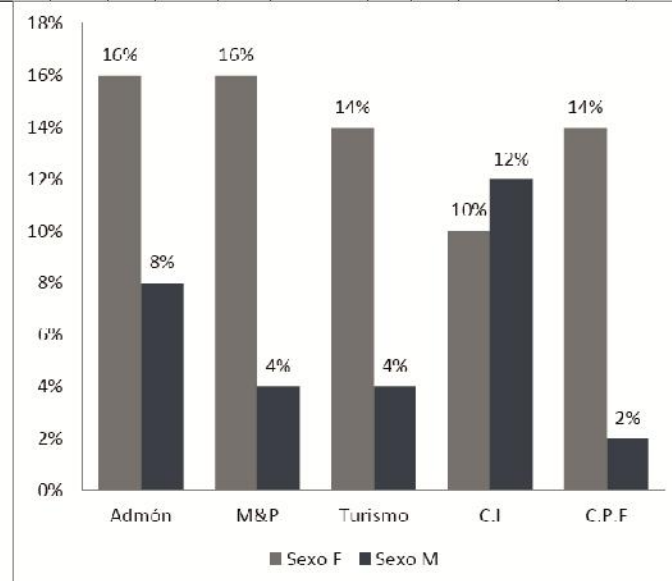


Figura 1. Sexo de los Encuestados

De acuerdo a la información proporcionada por los estudiantes, se obtuvieron los siguientes resultados: un 70% equivalente a 35 mujeres han respondido nuestra encuesta y el restante, es decir un 30%, equivale a 15 varones, de los cuales, en las carreras de:

Administración de empresas: se han encuestado a 12 personas, en donde 8 son mujeres y representa 16% y 4 son varones y equivalen a un 8%, sumando un 24%.

Marketing y Publicidad: se ha aplicado la encuesta a 10 personas, de las cuales 8 son mujeres y equivalen a un 16% y 2 son varones y equivalen a un 4% sumando una totalidad de 10%.

Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras: se ha encuestado a 9 personas de las cuales ,7 son mujeres y corresponde a un 14% y 2 son varones equivalentes a un 4% sumando una cantidad de 18%.

Comercio Internacional: se ha encuestado a 11 personas de las cuales, 5 son mujeres y equivalen a un 10% y 6 son varones y equivalen a un 12% sumando un total de 16%.

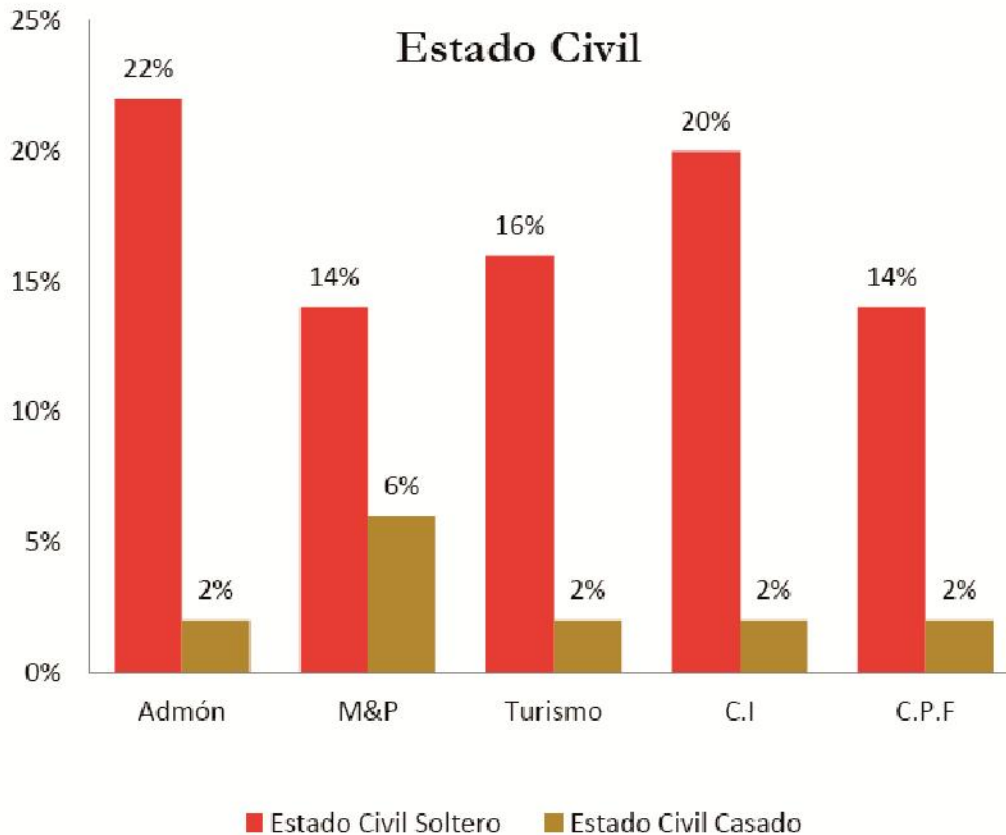
Contabilidad pública y Finanzas: se ha encuestado a 8 personas de las cuales 7 son mujeres y equivales a un 14% y 1 persona es varón y equivale a un 2% sumando un total de 15% en esta carrera respectivamente.

**TABLA 2**  
**ESTADO CIVIL**

Carrera	Estado civil		total
	soltero	Casado	
Admon	11	1	12
M y P	7	3	10
Tuismo	8	1	9
C.I	10	1	11
C.P.F	7	1	8
total	43	7	50

Nota: estado civil d estudiantes encuestados 50 fuente: elaboración propia

Estado civil de estudiantes encuestados.



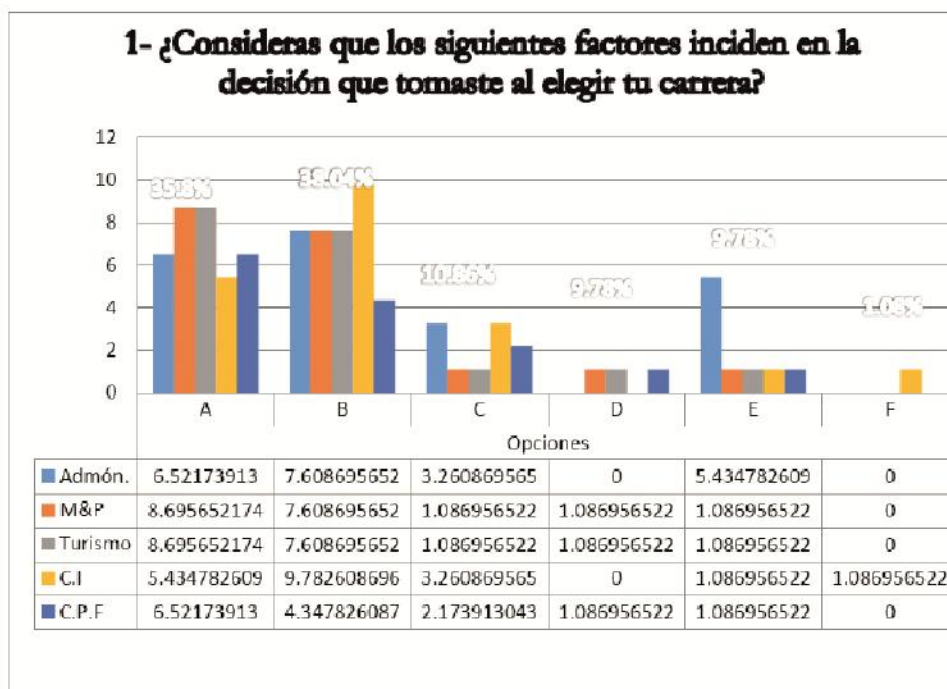
## ANÁLISIS

En la presente tabla, podemos observar los estados civiles de las personas encuestadas. Se ha contabilizado que un 24%, es decir, 12 personas de la carrera de Administración de Empresas están solteros y un 2%, es decir, una persona está casada (o). En la carrera de Marketing y Publicidad, un 14% correspondiente a 7 personas, no tienen compromisos, mientras que un 6% correspondiente a 3 personas ya han contraído nupcias, En la carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras un 16% que equivale a 8 personas, han respondido que están solteras, mientras que un 2%, que incluye a una persona ha indicado que está casada (o). En la carrera de Comercio Internacional, un 20% ha indicado que está soltero, es decir, 10 personas en cuanto, un 2% ha indicado que una persona está comprometida (o). En la carrera de Contaduría Pública y Finanzas, un 14% ha indicado que están solteros, equivalente a 7 personas, en lo que una persona que representa a un 2% está casado. Como un resultado final, se obtuvo que un 86%, equivalentes a 43 personas están solteros mientras que un 14%, es decir, 7 personas están comprometidos.

X. DATOS GENERALES:

Grafica 3

Factores que inciden en la decisión que tomaste al elegir tu carrera



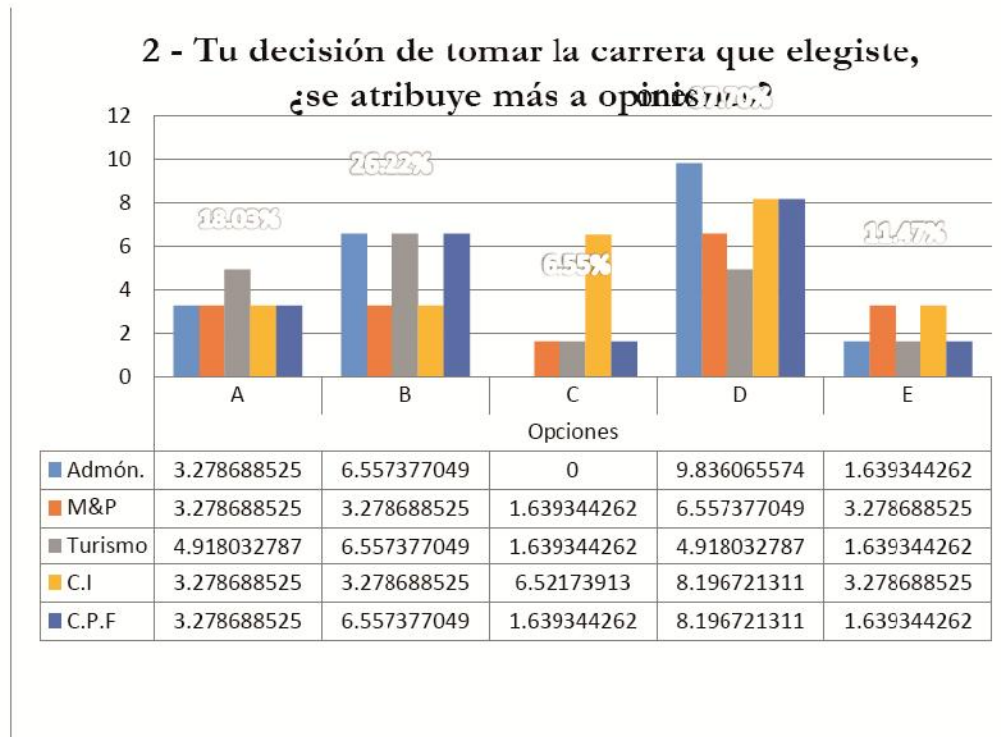
- A: Gusto por la carrera.
- B: Ser profesional y salir adelante.
- C: Se presenta mayor demanda laboral.
- D: Brinda mayor desarrollo intelectual.
- E: Consejos y medios de comunicación.
- F: Surgió desde la infancia y es su vocación.

En la distribución porcentual de esta tabla que incluye los factores que inciden en la decisión de elegir la carrera. Se puede observar que en administración de empresas sobresalió la opción B, que indica el ser profesional y salir adelante con un 7.60% mientras que en Marketing y Publicidad consideran que el factor que más incide es el gusto por la carrera, y lo han designado el 8.69% de la muestra seleccionada. En la carrera de Turismo, un 8.69% se inclinó

por la opción de gusto por la carrera, mientras que un 9.78% considera que influye más el ser profesional y salir adelante con la carrera de comercio internacional y finalmente la carrera de Contaduría considera que el factor más relevante es el gusto por la carrera con un 6.52%. En conclusión, los estudiantes consideran que el factor que más influye en su tomas de decisión es el ser profesional y Salir adelante con un 38.04% seguido del gusto por la carrera con un 35.8%.



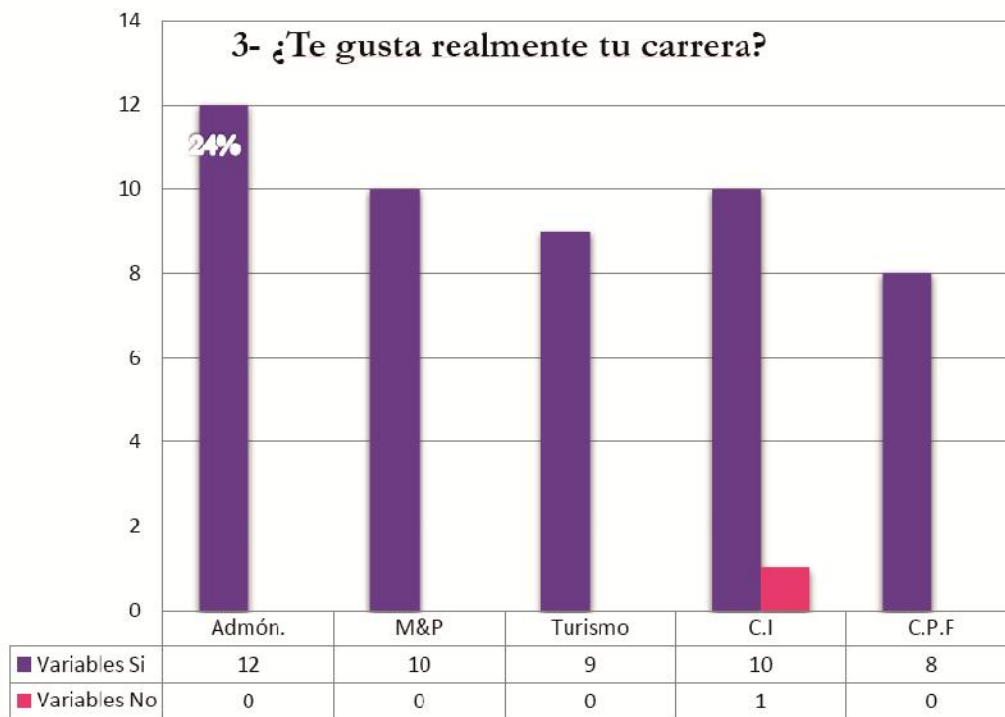
Tabla 4



- A) Sociales
- B) Familiares D) Académicas
- C) Amistosas
- D) Académicas
- E) Medios sociales

En la presente grafica se puede apreciar las diferentes opiniones de los estudiantes con respecto a las opiniones que utilizaron para elegir su carrera. Podemos observar que en la carrera de Administración de Empresas sobresale un 9.83% con la opción de académicas. En la carrera e Marketing y Publicidad han elegido mayoritariamente la opción académicas con un 6.55%. En la carrera de Turismo han respondido en mayor cantidad por la opción e familiares en un 6.55%, mientras que en la carrera de Comercio Internacional, pertenecen en mayor cantidad a la opción académicas con un índice de 8.19% y finalmente la carrera de Contaduría expresa que se inclina más por la opción académica con un 8.19%. Finalmente como resultado de la encuesta, un 37.70% demuestra que los estudiantes se atribuyen más a opiniones académicas.

Tabla 5



En la presente grafica podemos apreciar que los individuos encuestados; en su mayoría, es decir, un 98%, correspondiente a 49 personas consideran que si le gusta su carrera y han elegido bien en lo que se desempeñaran, mientras que un 2%, es decir, una sola persona considera que su carrera no es de su agrado. Al aplica la encuesta, se dio la libertad de que algunos estudiantes pudiesen compartir comentarios del porque les gusta su carrera. Entre los comentarios más comunes:

Turismo:

- a. Porque quiero conocer más de mi país y me brinda más desarrollo personal.
- b. Es lo que más me gusta y quiero desempeñarme en el área de hotelería y turismo.
- c. Abe muchas puertas al turismo en el país.

Administración de Empresas:

- a. Es una carrera innovadora que es una de las más demandadas.

- b. Es dinámica y teórica, pero no me apasiona.
- c. La estudio porque me gustan las matemáticas.

Comercio Internacional:

- a. Me gusta porque abarca acerca del desarrollo económico del país.
- b. Me gusta porque me hace conectarme con el extranjero.
- c. Es una carrera con amplio campo laboral.

Marketing y Publicidad:

- a. Es una carrera innovadora y con estrategias.
- b. Es una carrera en donde puedo ser original y ser uno mismo.
- c. Porque sobrepasa las fronteras nacionales.

Contaduría Pública y Finanzas:

- a. Por las oportunidades de trabajo.
- b. Esta carrera te ofrece una mayor calidad de

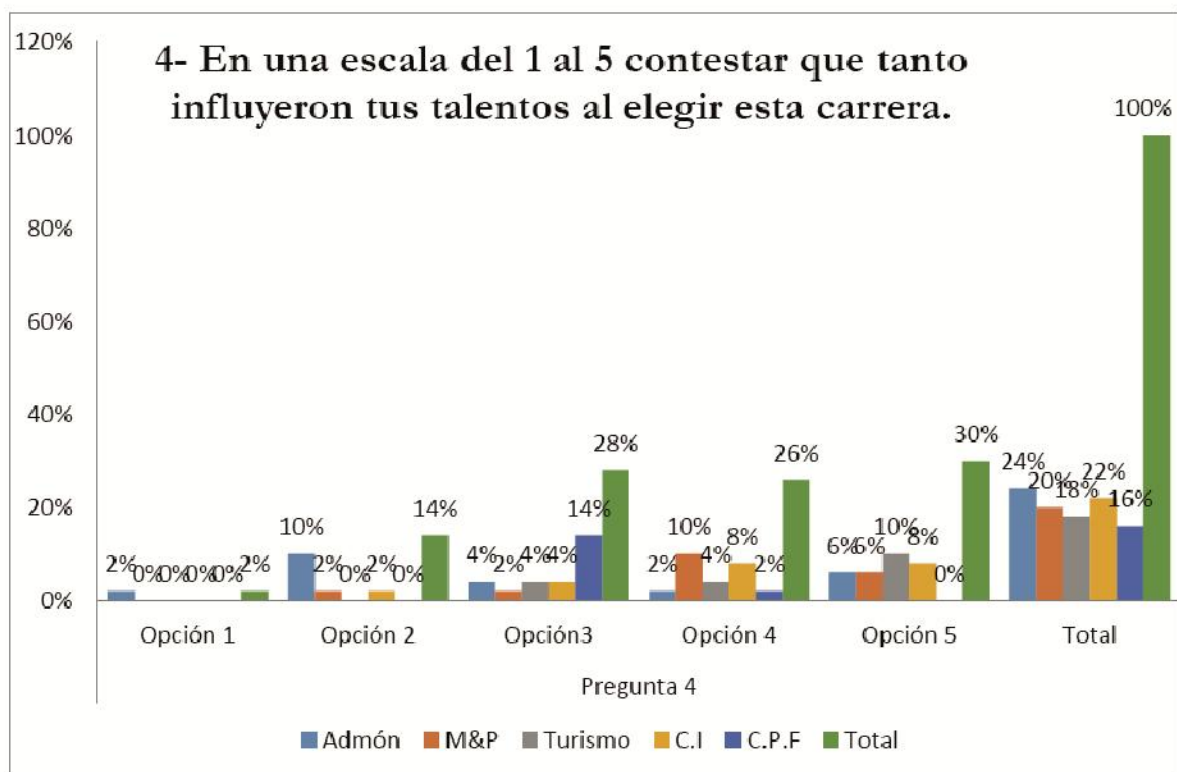
vida y desarrollo profesional y personal.

c. Porque es la base de todo lo económico.

Al interpretar a la mayoría de comentarios, en su gran parte se basan en ser profesionales y Salir adelante. En la carrera de administración de empresas se basan principalmente en que es una carrera de negocios, y eso les ayudara a desempeñarse satisfactoriamente. En la carrera de marketing y publicidad se inclinan en que es una carrera joven, innovadora y les permite abrir su mente a nuevas cosas, En la carrera

de turismo, los estudiantes consideran que les gusta su carrera porque sobrepasa las fronteras nacionales, hay más comunicación extranjera y le ayuda a la vez, a conocer su propio país. En la carrera de comercio internacional, hay más opiniones acerca de que es una carrera muy amplia laboralmente, y que contribuirá al desarrollo del país y finalmente, la carrera de contaduría pública y finanzas tiene un pensamiento de oportunidades de trabajo más rápidas y que esta carrera les ayudara en su vida cotidiana a la vez.

Tabla 6



Opción 1: Muy en desacuerdo

Opción 2: En desacuerdo

Opción 3: Ni en desacuerdo ni en acuerdo

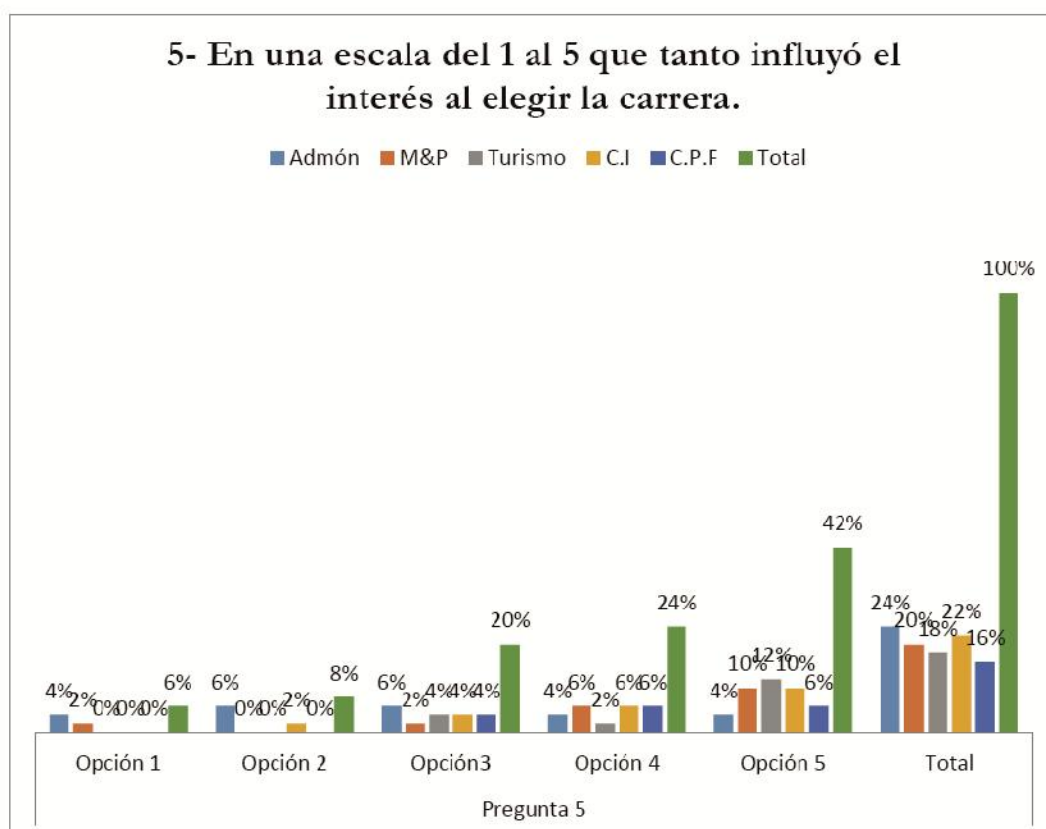
Opción 4: De acuerdo

Opción 5: Muy de acuerdo.

En la presente gráfica se pueden observar que tanto consideran los estudiantes influyeron los talento dentro de la toma de decisión de su carrea. Un 2% opino que está muy en desacuerdo, un 14% equivale a las personas que estuvieron en desacuerdo, un 28% representa a las personas que no estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo, sobresaliendo la carrera de contaduría Pública y finanzas con un 14%, dentro de las personas que estuvieron de acuerdo

está representado por un 26%, cuya carrera que más destaco fue Marketing y Publicidad con un 10%, mientras que las personas que estuvieron muy de acuerdo equivalen a un 30%, cuya carrera que más destaco fue turismo con un 10%. Para un análisis final podemos reconocer que los estudiantes consideran que están muy de acuerdo que los talentos influyeron al elegir la carrera.

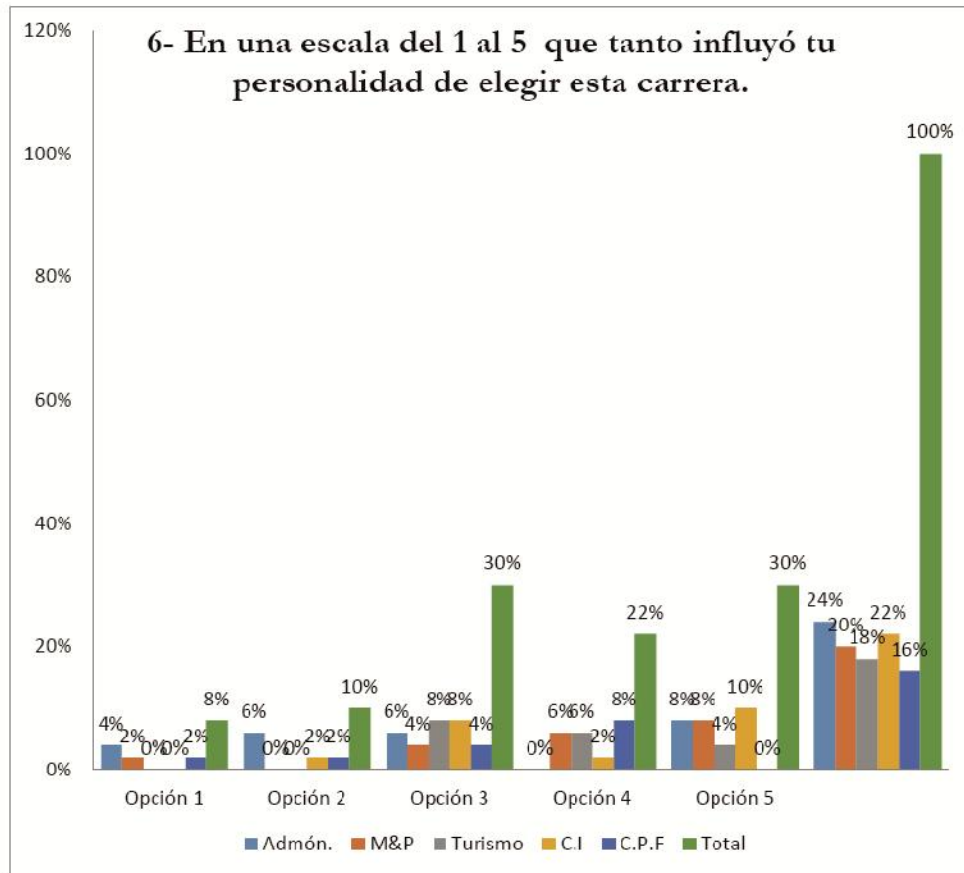
Tabla 7



En la presente grafica podemos observar la influencia del factor interés al elegir la carrera. Podemos analizar que un 6% está muy en desacuerdo, sobresaliendo la carrera de administración de empresas con un 4%. Un 8% está en desacuerdo que el interés influye en la carrera y equivale un 6% la carrera de administración de empresas, mientras que un

20% considera que no está en desacuerdo ni de acuerdo, liderando con un 6% la carrera de administración de empresas. Un 24% considera que esta de acuerdo con la noción, liderando la carrera de turismo con una participación de un 12. Podemos llegar a una conclusión que los estudiantes están muy de acuerdo que el interés influye en la toma de decisión de la carrera.

Tabla 8



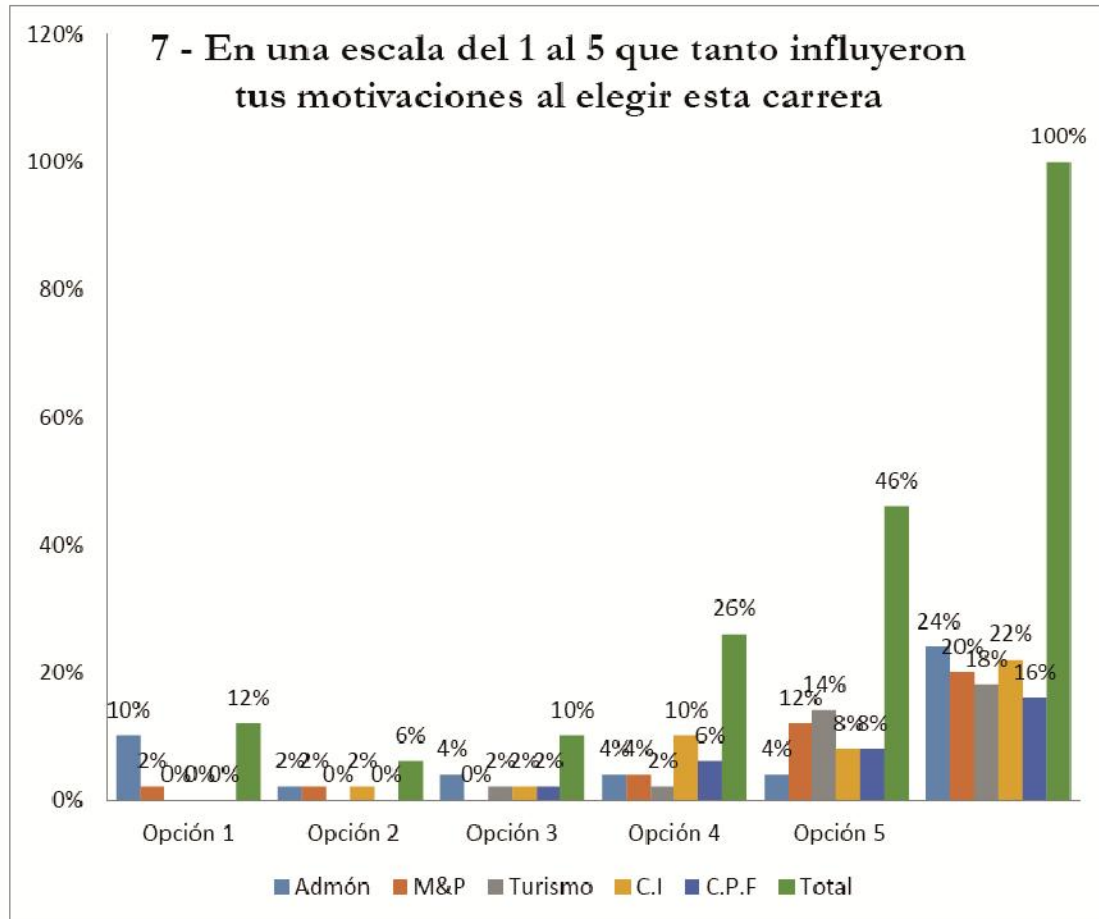
Opción 1: Muy en desacuerdo opcion3: ni en desacuerdo ni en acuerdo

Opción 2: En desacuerdo opcion4: De acuerdo opcion5: Muy de acuerdo

En la presente grafica podemos observar la influencia de la personalidad al elegir la carrera, en donde un 8% está muy en desacuerdo con esta noción, destacando la carrera de administración de empresas con un 4%. Un 10% considera que está en desacuerdo con la propuesta, principalmente la carrera de administración que representa un 6%. Un no está en desacuerdo ni en acuerdo, donde un 8% son opiniones de

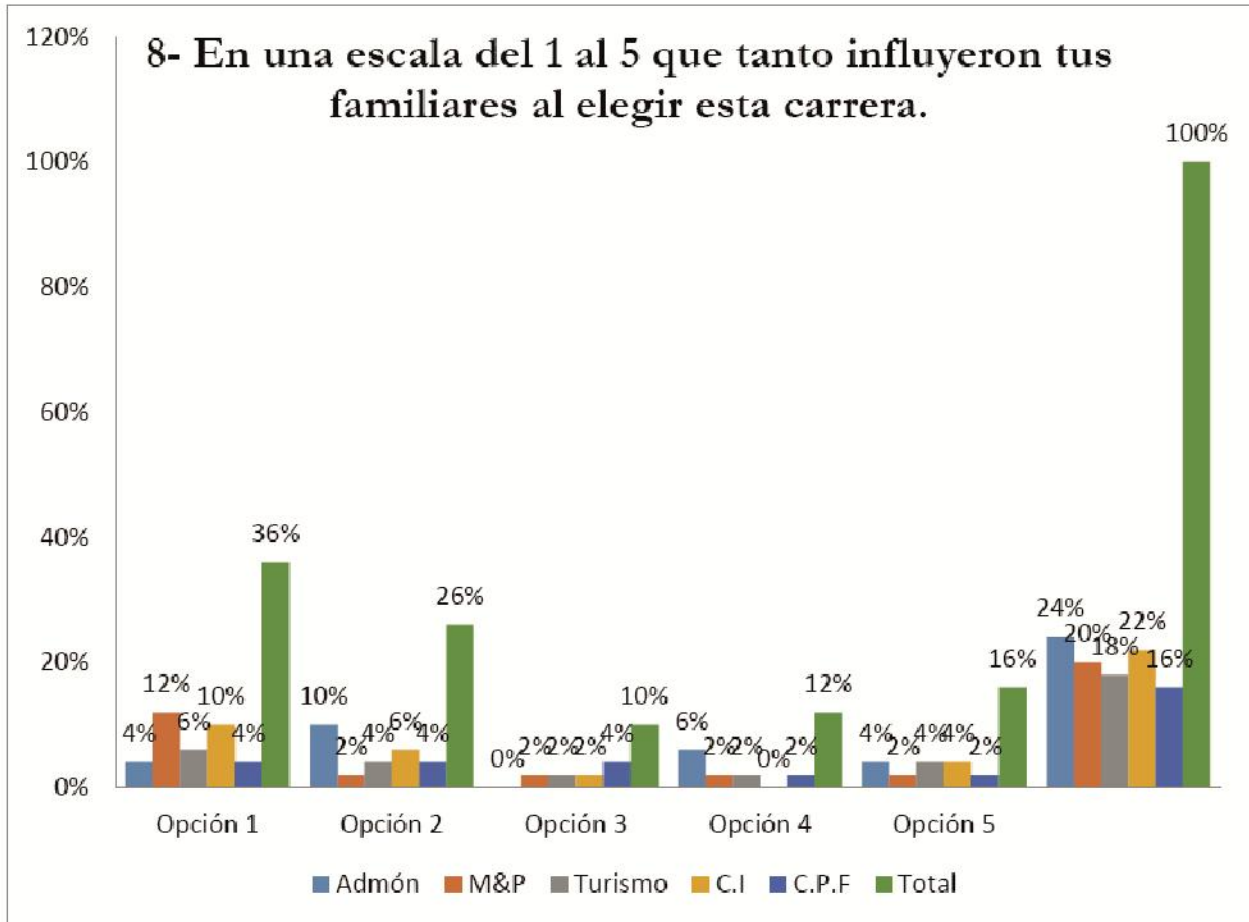
la carrera de turismo y un 8% representa a comercio internacional. Un 22% considera en que si está de acuerdo en que la personalidad influye, incluyendo que un 10% lo representa la carrera de comercio internacional, y finalmente un 30% está muy de acuerdo con la variable. En conclusión, los estudiantes han considerado que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, en un 30%, y un 30% está muy de acuerdo.

Tabla 9



En la presente grafica podemos observar que tanto consideran los estudiantes que influyen las motivaciones al elegir la carrera. Un 12% considera que está muy en desacuerdo, donde un 10% lo representa la carrera de administración de empresas. Un 6% considera que está en desacuerdo, distribuido entre las carreras de administración de empresas, marketing y publicidad y comercio internacional. Un 10% considera que no está ni en desacuerdo con que las motivaciones influyan, liderado por la carrera de administración de empresas en un 4%. Están de acuerdo un 26%, en donde un 10% de ello está representado por comercio internacional. Un 46% está muy de acuerdo, liderado por un 14% por la carrera de turismo. En conclusión, un 46% consideran que están muy de acuerdo en que las motivaciones si influyen en el momento de elegir una carrera,

Tabla 10



Opción 1: Muy en desacuerdo

Opción 2: En desacuerdo

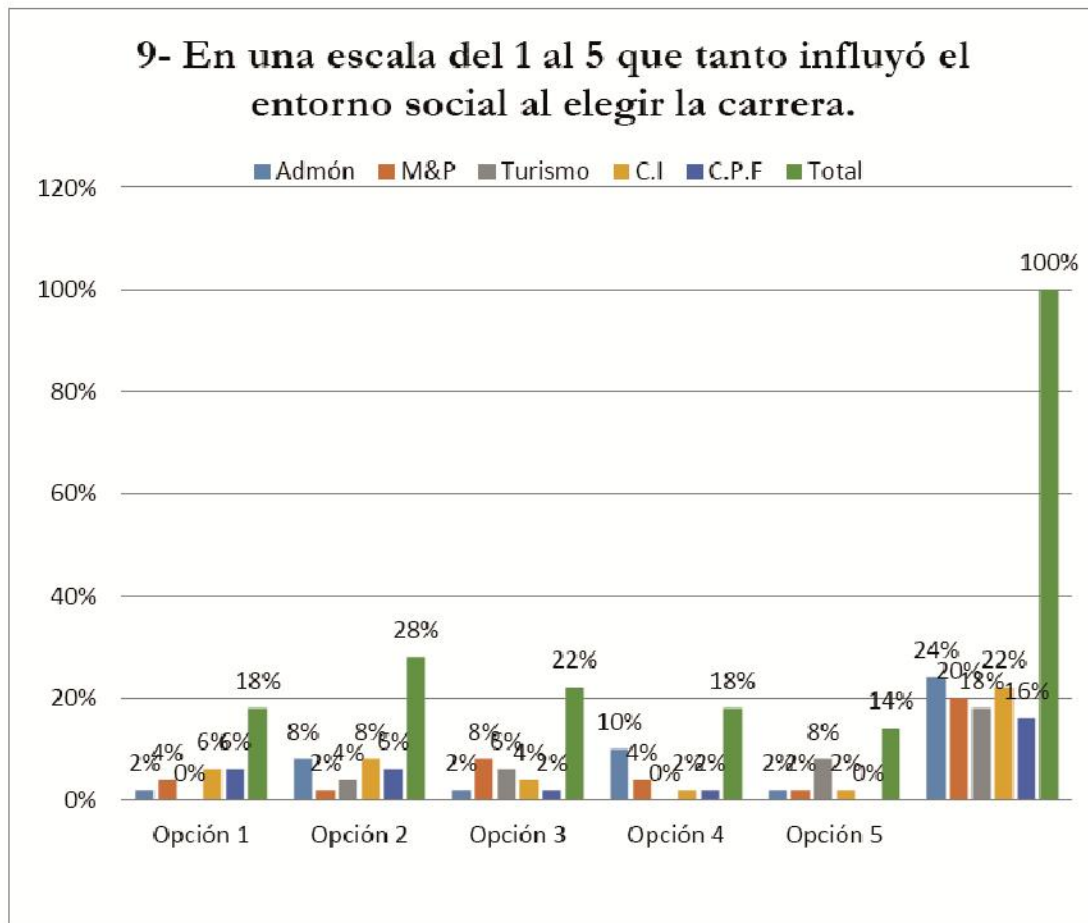
Opción 3: Ni en desacuerdo ni en acuerdo

Opción 4: De acuerdo

Opción 5: Muy de acuerdo.

En la presente grafica podemos observar el porcentaje de las opciones, que los estudiantes consideran, tienen mayor influencia. El 36% de los estudiantes en muestra consideran que están muy en desacuerdo en que los familiares influyen en el momento de elegir la carrera que van a estudiar, en donde la carrera que más influye en este resultado es marketing y publicidad con un 12%. El 26% liderado por la carrera de administración de empresas en un 10%, está en desacuerdo con esta noción. Un 10% considera que no está ni en acuerdo ni en desacuerdo, representado en la mayor parte por un 4% que equivale a la carrera de contaduría pública y finanzas. Un 12% considera que esta de acuerdo en que los familiares llegan a influir al momento de tomar una decisión, en donde un 6% representa la carrera de administración de empresas. Finalmente ,están muy de acuerdo un 16% en donde la mayor parte corresponde a las carreras de administración de empresas, turismo y comercio internacional que corresponde a un 4% cada uno respectivamente, En conclusión, los estudiantes consideran que están muy en desacuerdo en que los familiares influyeron en la toma de decisión de su carrera.

Tabla 11

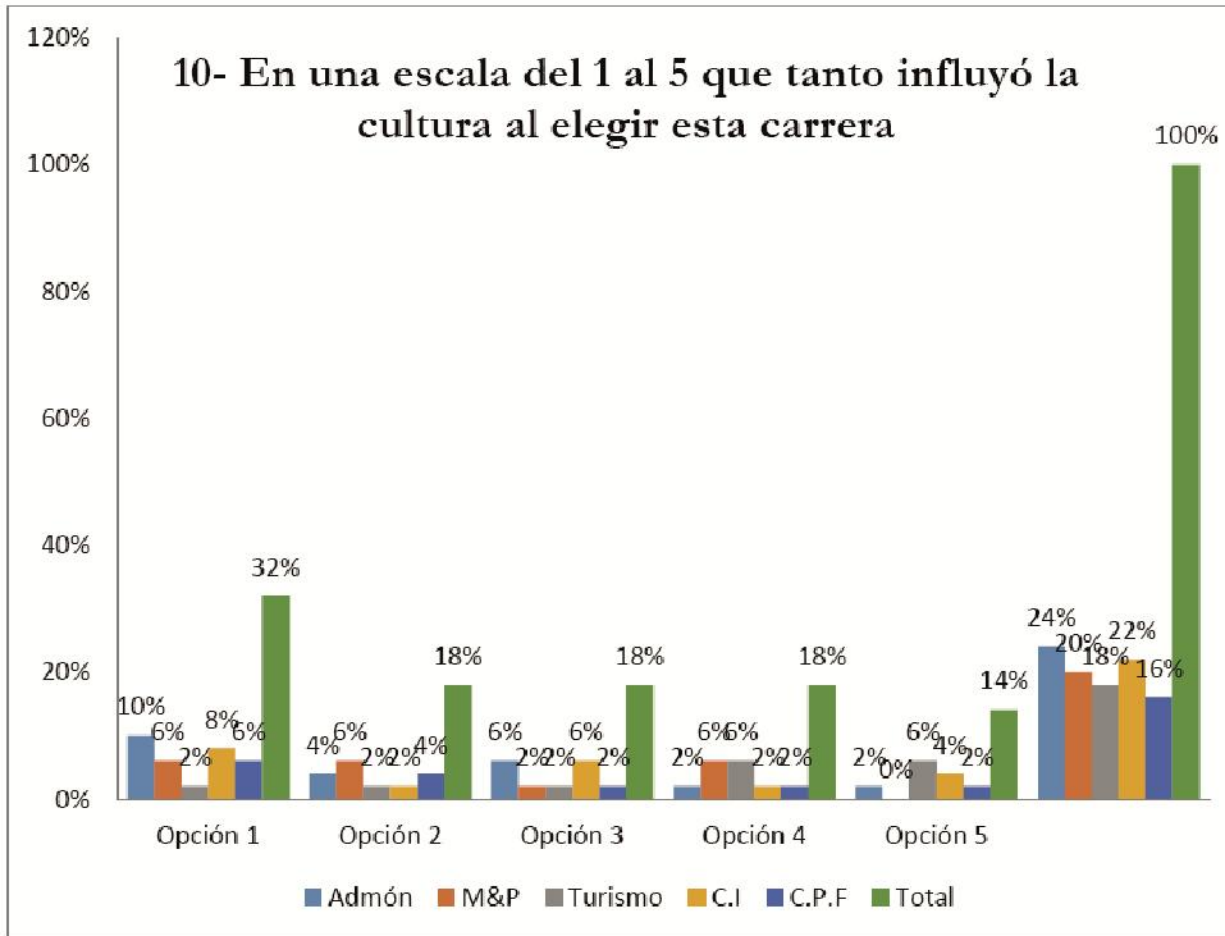


En la presente grafica de barras podemos apreciar que tanto influyo el entorno social en la elección de la carrera de los estudiantes de I año de la facultad de Ciencias Económicas .En donde un 18% estuvo muy en desacuerdo en lo propuesto, liderando la noción con las carreras de comercio internacional y contaduría pública y finanzas con un 6% cada uno respectivamente. Un 28% está en desacuerdo, considerando que las cantidades más sobresalientes son administración de empresas y comercio internacional con un 8% cada una respectivamente. Un 22% de las cincuenta personas

encuestadas, no están ni en acuerdo ni en desacuerdo, en donde lidera un 8% correspondiente a la carrera de marketing y publicidad. Un 18% de los estudiantes considera están de acuerdo en que el entorno social si influye y un 10% dentro de esta cantidad corresponde a los estudiantes de administración de empresas, y finalmente, un 14% considera que está muy de acuerdo, en donde lidera en opinión la carrera de turismo con un 8%. En conclusión, los estudiantes consideran que están en desacuerdo que el entorno social sea influencia para elegir la carrera profesional a desempeñar.



Tabla 12

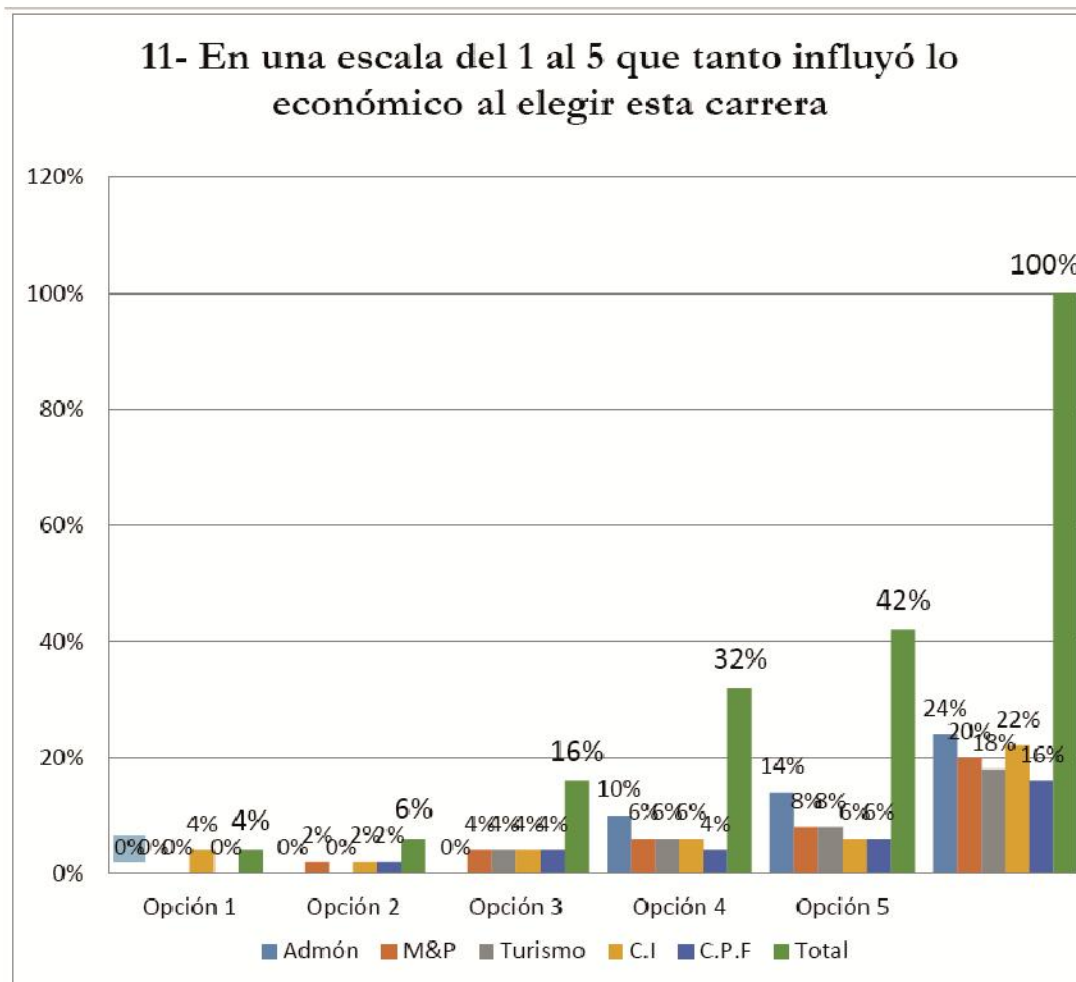


Opción 1: Muy en desacuerdo Opción 2: En desacuerdo Opción 3: Ni en desacuerdo ni en acuerdo Opción 4: De acuerdo Opción 5: Muy de acuerdo.

En la presente grafica se puede apreciar que entre los individuos encuestados, un 32% está muy en desacuerdo en que la cultura influya al momento de elegir la carrera, en donde el porcentaje que más influye es 10% con la carrera de administración de empresas. Están en desacuerdo un 18% que lidera la carrera de marketing y publicidad con un 6%. Un 18% considera no estar ni en acuerdo ni en desacuerdo, considerando que la mayor influencia es la carrera de administración de empresas y comercio internacional con un

6% respectivamente. Está de acuerdo un 18% en donde un 6% de la carrera de marketing y publicidad, y un 6% de la carrera de turismo tienen la mayor participación en este ítem. Un 14% están muy de acuerdo con esta propuesta en donde un 6% representa la carrera de turismo, quienes más influyen en la misma.

En conclusión, los estudiantes (de las cinco carreras anteriormente mencionados) están muy en desacuerdo en que la cultura influyo en la elección de sus carreras respectivamente.



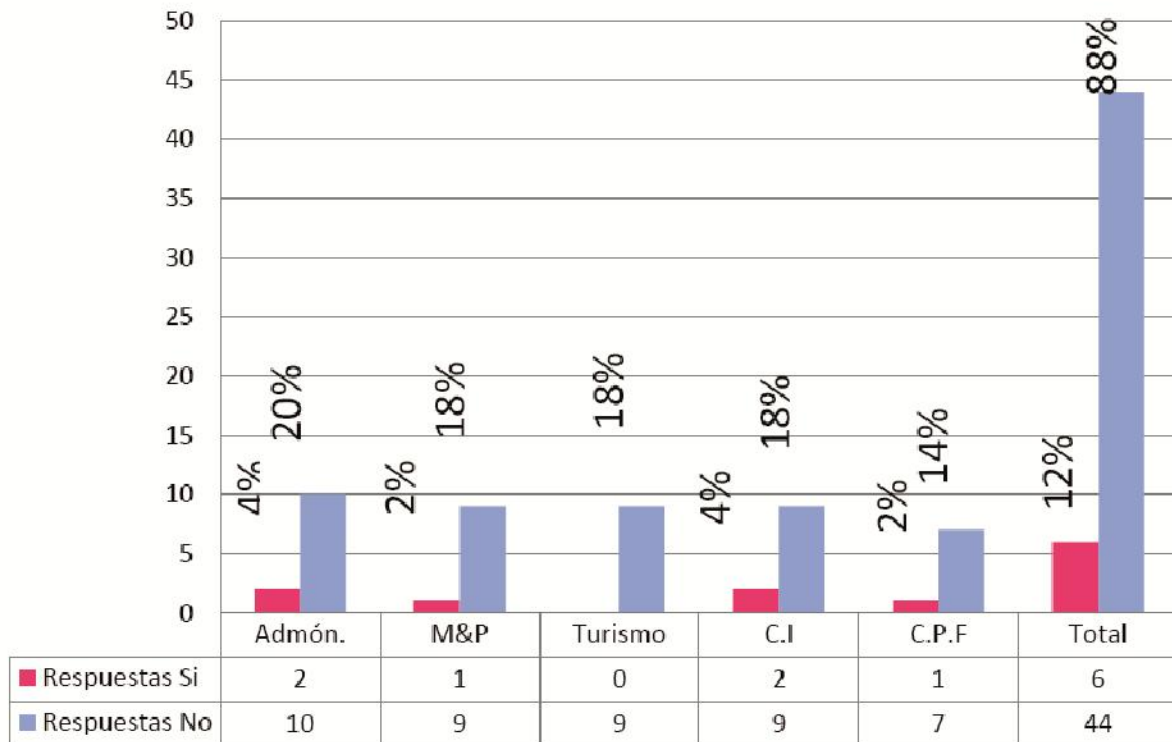
En esta grafica podemos observar las opiniones de los estudiantes con respecto a que tanto consideran que influye el aspecto económico en la elección de la carrera. Un 4% consideran que están muy en desacuerdo con la noción, esta cantidad le corresponde en su totalidad a los estudiantes de la carrera administración de empresas. Un 6% está en desacuerdo, distribuidos en 2% por las carreras de marketing y publicidad, comercio internacional y contaduría pública y finanzas. Un 16% no está ni en desacuerdo ni en acuerdo, distribuidos en 4% por las carreras de marketing, turismo,

comercio internacional y contaduría. Un 32% considera que esta de acuerdo, y es representado en su mayor cantidad, es decir, un 10% por la carrera de administración de empresas y finalmente, un 42% representa a los que están muy de acuerdo, liderado por la carrera de administración de empresas en un 14%.

En conclusión, los estudiantes consideran que están muy de acuerdo en que el factor económico si influye al momento de elegir la carrera profesional.

Tabla 14

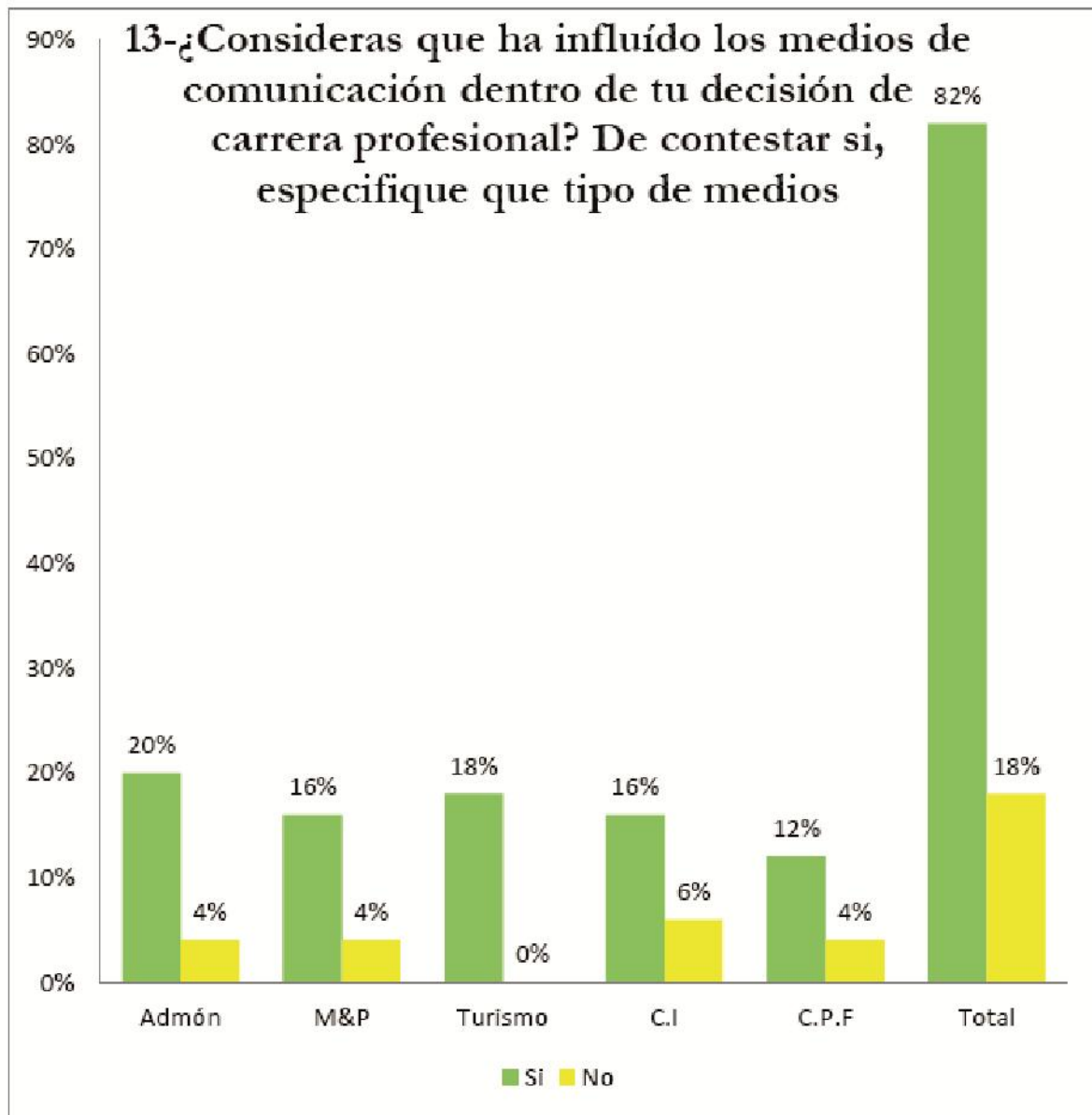
12-¿Hiciste algún test vocacional antes de la elección de la carrera?



En la presente grafica de barras podemos apreciar los resultados de la pregunta número doce de que en la carrera de Administración un 4% respondió que si realizo alguno, mientras que un 20% ha respondido que no. En la carrera de Marketing y publicidad un 2% ha respondido que sí, mientras que un 18% ha respondido que no. En la carrera de Turismo nadie de los encuestados respondió que sí, mientras que

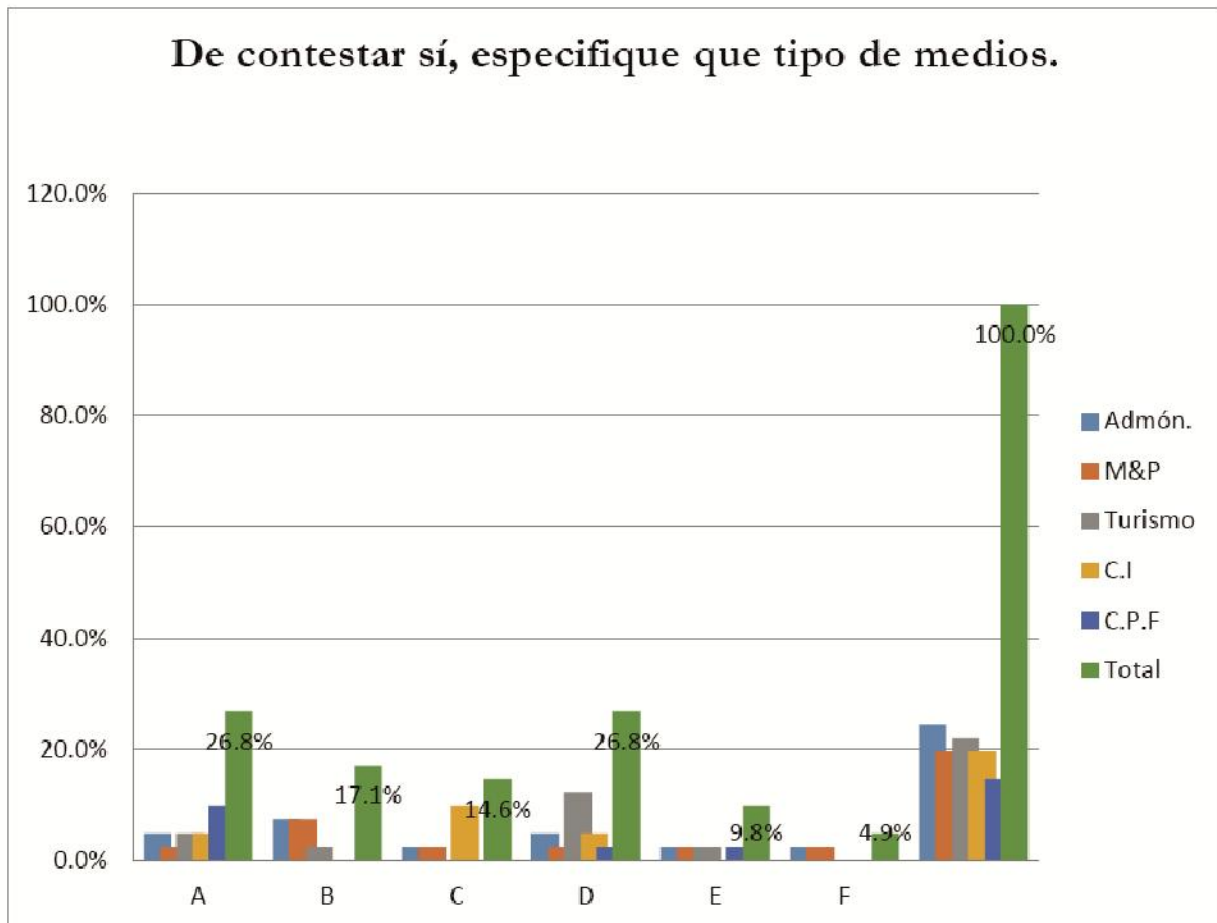
un 18% ha la encuesta, se les cuestiona a los estudiantes si anteriormente han realizado algún test vocacional, obteniendo en los resultados respondido que no, y finalmente en la carrera de Contaduría Publica y Finanzas, un 2% ha respondido que sí, mientras que el 14% no ha realizado test vocacionales, Como resultado final obtenemos que un 12% si ha realizado test, mientras que el 88% no lo realizo.

Tabla 15



En la presente grafica podemos apreciar que los individuos encuestados; en su mayoría 82% consideran que si ha influido los medios de comunicación dentro de la decisión de carrera como puede ser la radio, televisión, redes sociales, etc. Solamente un 18% considera que estos factores no han influido en su toma de decisión.

Tabla 16



A: Libros, revistas y periódicos.

B: Radio, Televisión, DVD, CD.

C: Internet y/o herramientas multimedia.

D: Diálogos familiares.

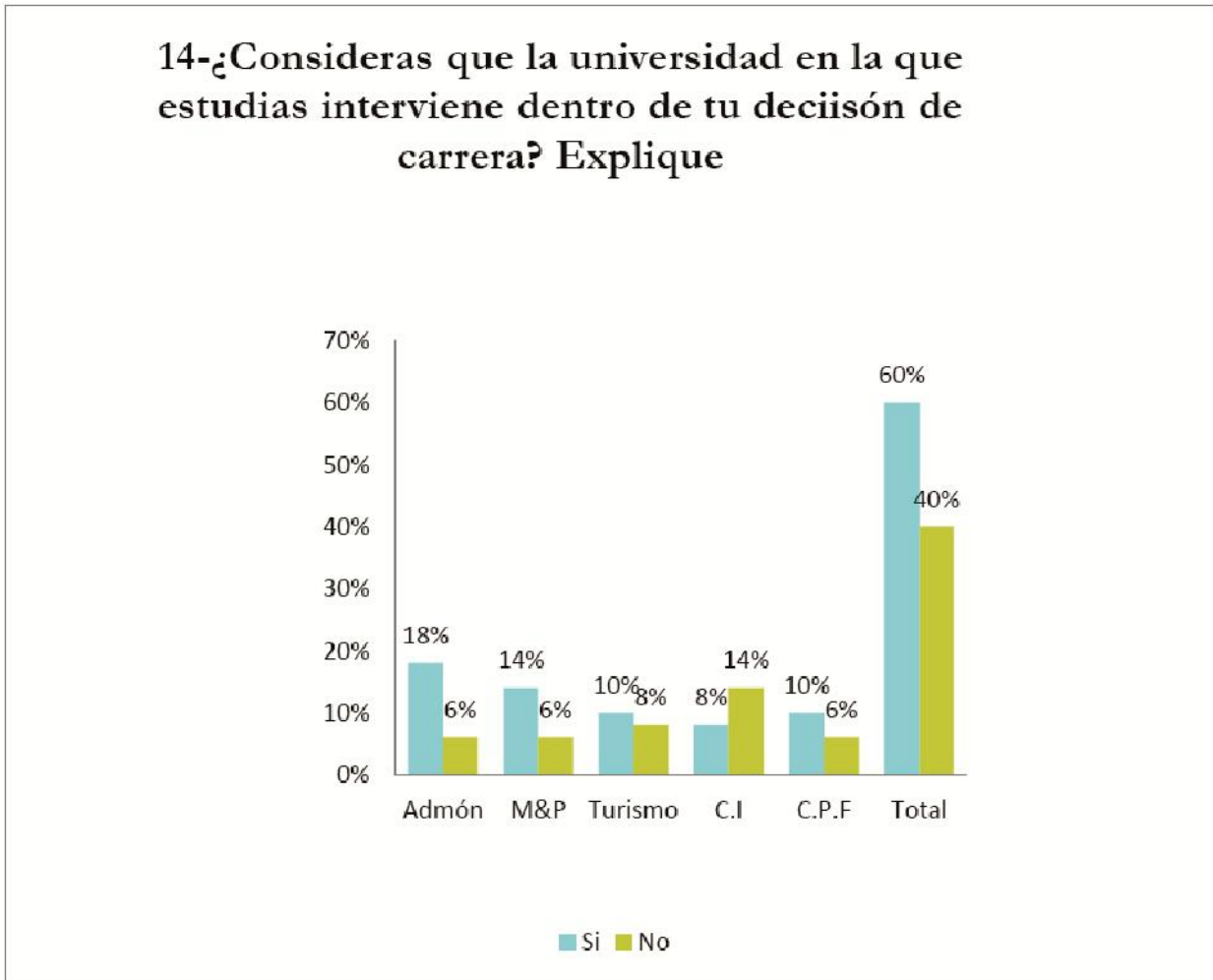
E: Escuela, teatros, centros recreativos.

F: Otros medios.

En la presente gráfica, dando continuidad a la anterior se especifica, cuales son los tipos de medios con los que los estudiantes se han influido al contestar que sí, en la pregunta anterior. Obteniendo como factor de mayor influencia se encuentra la opción A que representa a los libros, revistas y periódicos y la opción D, que representa Diálogos familiares con una misma cantidad de 26.8%. Seguido de estos, está la opción B que representa radio,

televisión, DVD, CD y está determinado por un 17.1%, seguido del terminante C que expresa internet y/o herramientas multimedia estimados en un 14.6%, continuando con la opción E que representa a las escuelas, teatros y centros recreativos cuyo porcentaje es 9.8% y finalizando con la opción F que representa otros medios, porcentuando en un 4.9% respectivamente,

Tabla 17

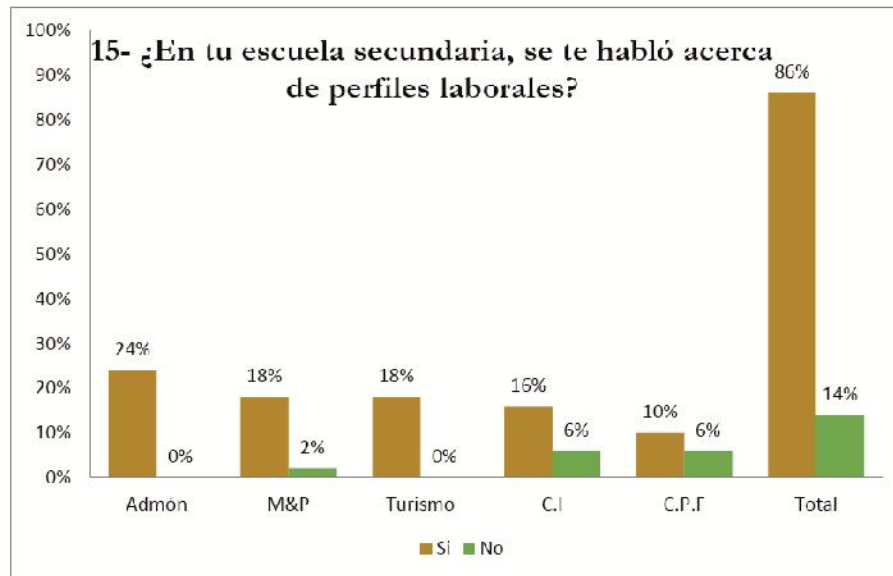


En la presente gráfica, se puede apreciar la cantidad en porcentaje de los estudiantes en muestra que consideran que la universidad en la que estudia, en este caso, la Universidad de Ciencias Comerciales, UCC – Campus León, tiene intervención dentro de la decisión de su carrera. Ante esta pregunta, un 60% ha respondido que si considera que hay relación, mientras que en su minoría representado por el 40% que incluye a las cinco carreras, consideran que no tiene ninguna intervención.

Se ha permitido que los estudiantes justifiquen sus respuestas, y entre los argumentos más relevantes están los siguientes, (se omite la carrera):

- 1) Porque se concentra más en las cerraras económicas.
- 2) Es una de las mejores Universidades para estudiar mi carrera.
- 3) Porque te brinda oportunidades de encontrar trabajo.
- 4) UCC es la mejor universidad en comercio.
- 5) Por el prestigio que ha adquirido a lo largo de los años.
- 6) Por su pasantía laboral.

Tabla 18



En la presente grafica de barras, se presenta el porcentaje de estudiantes que en su escuela se les hablo o no de los perfiles laborales, considerando que es una pauta para poder seleccionar la carrera que en la actualidad estudian. Según los datos obtenidos de los 50 encuestados, podemos notar que un 86% dijo que si fue orientado, y tuvo un pauta para poder reconocer si realmente seguía su talento o vocación, mientras que un 14% no tuvo el mismo privilegio, y no fueron orientados.

Tabla 19



En la presente gráfica, se puede apreciar los datos representados en porcentaje de la cantidad de jóvenes a los que, sus padres, les han dado la libertad de elegir su carrera por voluntad propia. De un 100%, un 92% representa a los estudiantes de la carreras de administración, marketing, turismo, comercio y contabilidad a los que sus padres dejaron a su criterio la elección de su carrera, mientras que la minoría, es decir, un 8%, no tuvieron las mismas oportunidades de seguir su vocación.

En esta pregunta, los estudiantes pudieron

compartir su justificación e respuesta, entre ellas, las más relevantes:

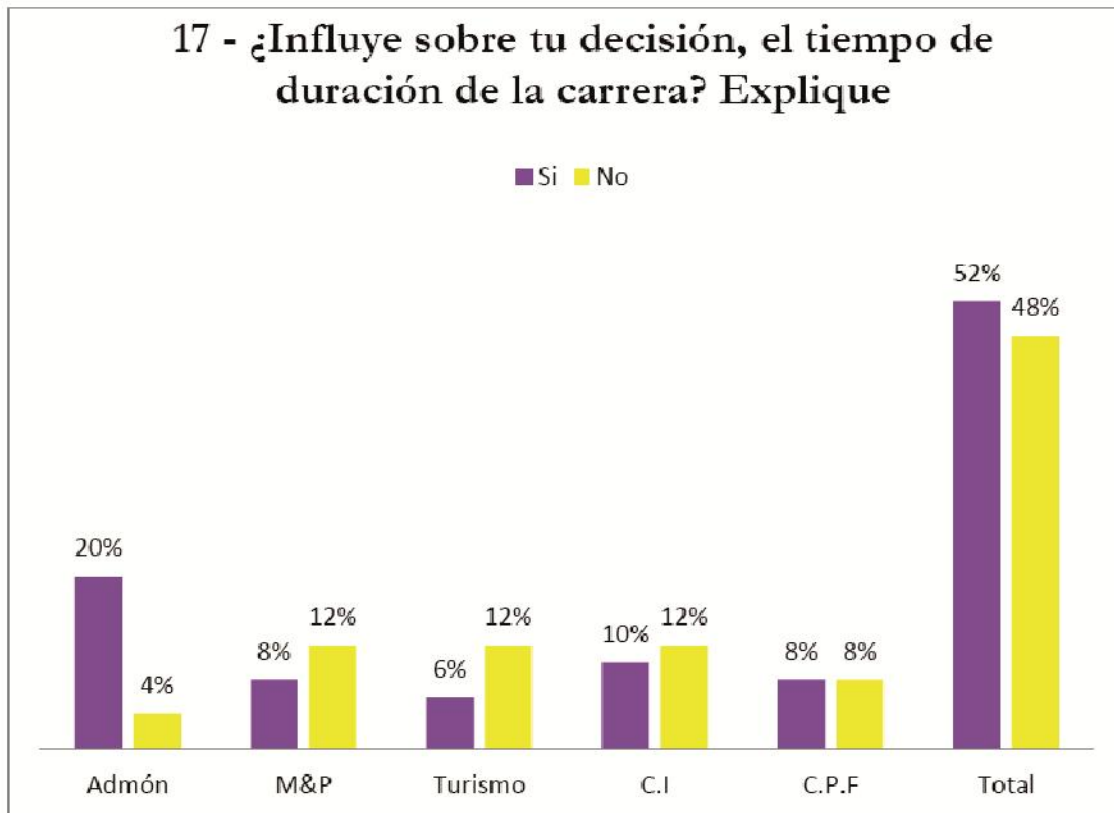
Si aceptaron y me apoyaron cuando decidí estudiar marketing.

Me dieron la confianza y seguridad.

Siempre han confiad en mi capacidad de tomar decisiones.

Ellos no quieren que sea una profesional frustrada y eso me gusta mucho.

Tabla 20



En la presente grafica se pretende representar en carácter porcentual, la influencia que tiene el tiempo de duración de la carrera dentro de la toma de decisión. Un 52% de la muestra tomada considera que si, que la duración tiene gran influencia mientras que un 48%, que corresponde a la minoría considera que no, no es importante ni necesario.

Algunos de los estudiantes justificaron sus no

respuestas y estas son las más relevantes y representativas:

Porque concluyo más rápido y tendré más tiempo para ponerlo en práctica.

No tiene nada que ver el tiempo que dure sino me gusta mi carrera.

Sí, porque mi edad tiene que ver con esto.



respuestas y estas son las más relevantes y representativas:

Porque concluyo más rápido y tendré más tiempo para ponerlo en práctica.

No tiene nada que ver el tiempo que dure sino me gusta mi carrera.

Sí, porque mi edad tiene que ver con esto.

Pregunta 18

Si respondiste estado civil: CASADO. ¿Interviene de cierta manera tu estatus dentro de su toma de decisión? EXPLIQUE.

Un 14% de los encuestados marcaron el dato demográfico “estado civil”, la opción CASADO y dentro de sus respuestas están las siguientes:

No, porque siempre me apoyaron con mis estudios (Administración de Empresas).

No interviene en nada el estar casado o adjunto, por lo menos en mí, no ha intervenido en nada, porque sigo estudiando. (Contaduría).

Si (Marketing).

Si, ya que mi pareja es preparado y pues yo no me puedo quedar atrás (Marketing).

Con esto, concluimos que en un 50% opinan que si por conseguir el mismo status que su cónyuge. Y por otro 50%, consideran que no, ya que eso no altera el hecho de estudiar, y no interviene en nada.

Tabla 21

¿ESTUDIAS ESTA CARRERA PO SEGUI UNA GNERACION DE PROFESIONALES EN TU FAMILIA?

Carrera	Respuestas		total
	si	No	
admón.	6%	18%	24%
M y P	4%	16%	20%
Turismo	0%	18%	18%
C.I	6%	16%	22%
C.P.F	2%	14%	16%
<b>TOTAL</b>	<b>18%</b>	<b>82%</b>	<b>100%</b>

NOTA: Influencias de la carrera por seguir una generación encuestados 50 Fuente: Elaboración propia. Influencia de la generación de profesionales de las familias de los encuestados.

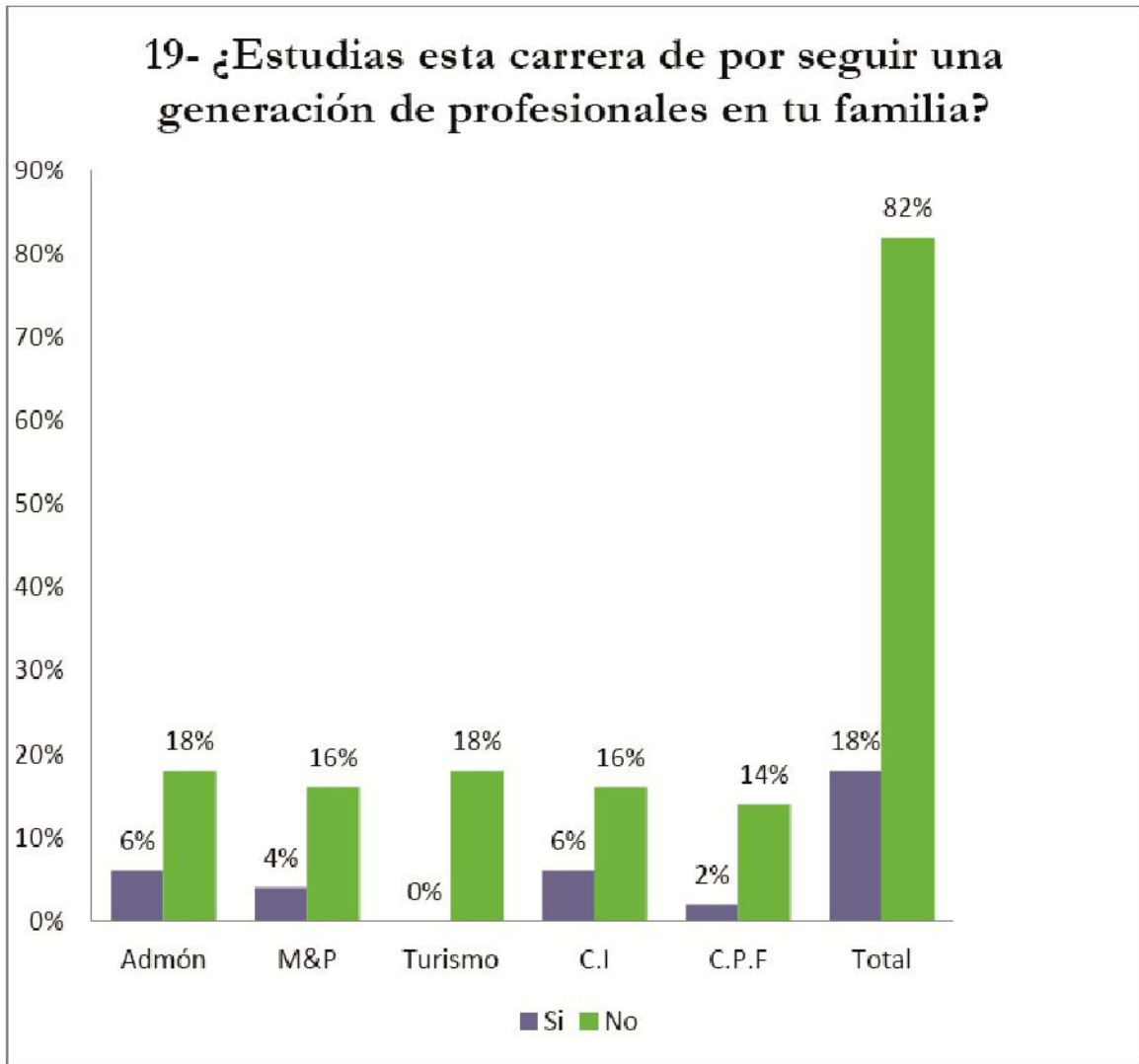


Figura 21

En esta presente grafica se aprecian los resultados cuantitativos de los resultados obtenidos por los estudiantes de I año de la facultad de Ciencias Económicas de la UCC – León. Como se puede observar, en su mayoría, es decir, un 82% de las encuestas indican que si estudian una carrera por el simple hecho de seguir una generación de profesionales en su familia, ya sea la misma carrera u otra, sin embargo, la minoría, es decir, un 18% indican que no, no lo hacen por seguir una secuencia, inclusive algunos lo hacen por decisión propia.

Tabla 22

¿CONSIDERAS QUE ESTUDIAS ESTA CARRERA POR MODA?

NOTA:

CARRERA	RESPUESTAS			
	SI	NO	UN POCO	OTRO
Admón.	12%	10%	2%	0%
M y P	0%	16%	4%	0%
Turismo	0%	16%	2%	0%
C.I	0%	18%	4%	0%
C.P.F	0%	10%	0%	6%
TOTAL	12%	70%	12%	6%

Influencia de la moda en la carrera encuestados 50 Fuentes: Elaboración propia.

Influencia la moda en la carrera de los encuestados.

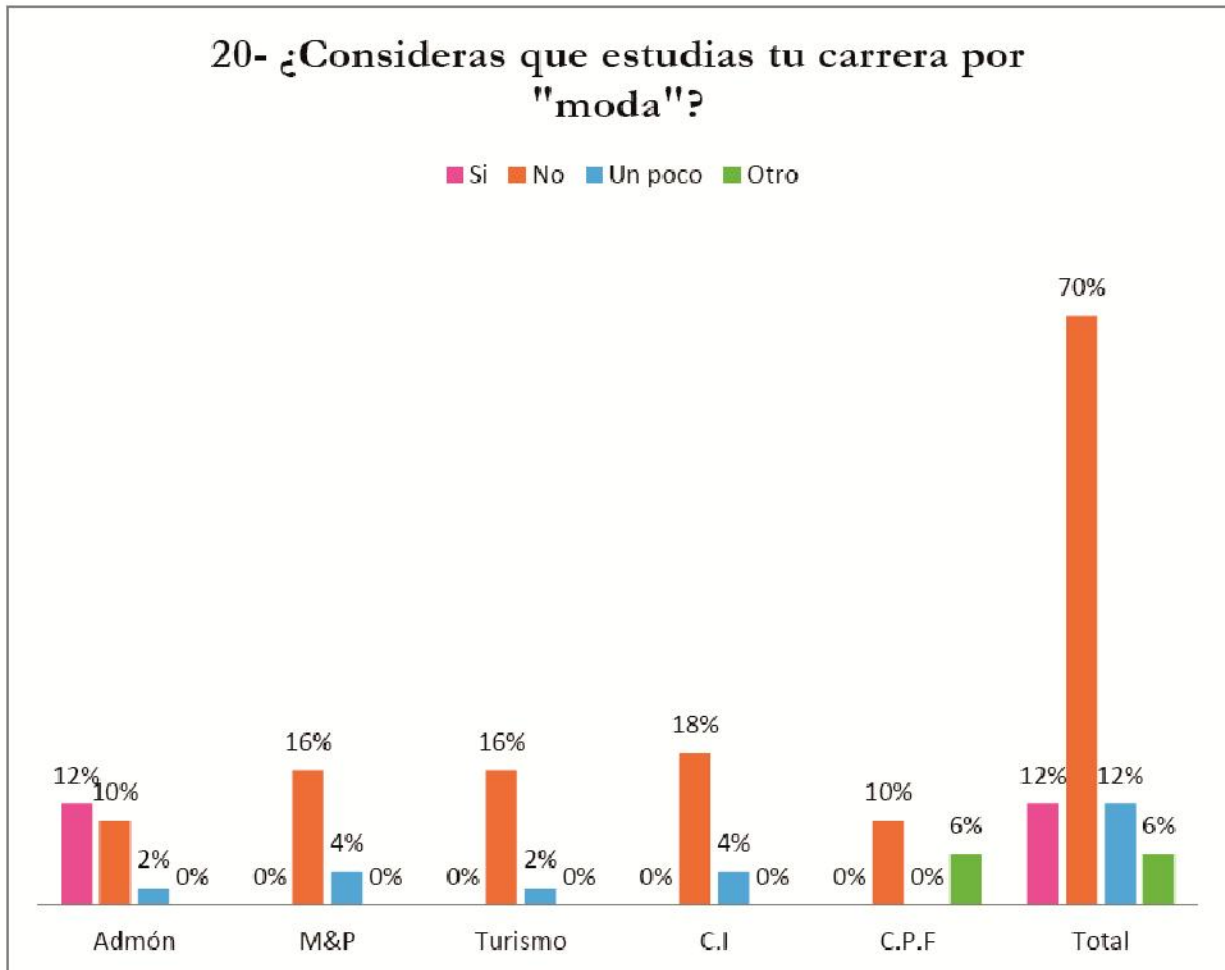


Figura 22

En la presente grafica se puede apreciar la cantidad porcentual de estudiantes que consideran, estudian su carrera por moda o tendencia. Como análisis de resultados, obtenemos que un 70% consideran que no, no tiene ninguna relación a esa variable. Obteniendo un 12% están ubicados los estudiantes que consideran que si, la estudian por actualidad, por tendencia. Seguido de esto, una cantidad del 12% asegura que está un poco influenciado en ello, pero no en su totalidad, mientras que un 6% que estudia su carrera por otras razones, en la que excluyen totalmente a la moda.

## CONCLUSIONES

Los factores que indican en la toma de decisión de la carrera elegir de los estudiantes del año de facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Ciencias Comerciales – UCC campus león, está determinado por el profesional y salir adelante, lo que produce que los estudiantes ingresen a una carrera con el fin de prosperar, es una de las visiones más importantes entre ellos, coronarse como profesionales y desempeñar un cargo de mando.

Otros factores incidentes en el proceso de tomas de decisiones con el que constituyen principalmente el gusto por la carrera seguido de selección de carreras por demandas laboral.

Entre los factores externos que influyen en la

orientación vocacional hacia la carrera elegida están determinados primordialmente por los factores académicos, es decir, que aquellos que intervienen directamente con el perfil de la carrera, seguido de los factores familiares y los factores económicos

Los factores internos que concluyen, son influidos dentro de la toma de decisiones están determinadas por las motivaciones, que los impulsa a lograr sus auto metas en un futuro propuesto seguido del factor interés y del factor talento, en donde ellos consideran, haber elegido su carrera las habilidades que poseen para poderse proyectar en ese campo laboral.

## RECOMENDACIONES

En relación a los padres:

Apoyarse a sus hijos en la decisión que ellos crean necesario, no obligarlos a desempeñar algo que ellos no desean, en cambio a eso, frustrados innecesariamente

Crear un ambiente de confianza, para que ellos puedan expresar abiertamente cuáles son sus deseos vocacionales.

En relación a los amigos:

No influir en malas decisiones que vayan afectar a sus amigos.

Evitar ingresar a la misma carrera solo por amistad, ya que no está seguro si a tu amigo le gusta lo que tú estudias.

.Al lector de este tema de investigación:

Imaginarse ejerciendo la profesión cuando

tenga cuarenta años y si la actividad a realizar va acorde con sus intereses y condiciones personales. ¿Te sientes a gusto y satisfecho?

Hacer una relación entre aptitudes. Es primordial que nuestra elección venga cargada un perfecto conocimiento de lo que nos gusta y de lo que somos capaces de hacer.

Reconocer tus talentos y habilidades es de suma importancia, una lista de las cosas en las que eres realmente bueno, las cosas que te gusta hacer, y analiza como podrían ser aplicadas a un trabajo.

Saber si las instituciones debe ser la adecuada. Este es otro detalle importante, hay que estudiar cual es la mejor en la arena que nos gusta. La idea es formarnos como excelentes profesionales.

## BIBLIOGRAFIA

Quiroz, M. (2005-2006) Análisis de las competencias y factores que inciden en la inserción laboral de los egresados de la Licenciatura en Agro negocios. Recuperado e 19 de Octubre del 2014

[http:// cenidad.una.edu.ni/Tesis/tnc10q8.pdf](http://cenidad.una.edu.ni/Tesis/tnc10q8.pdf).

Universidad de Nuevo León. (2005). “Evolución de las carreras” de Recuperado 13 de Agosto de 2014. [http:// www.gerencie.com/ tomadecisiones.htm](http://www.gerencie.com/tomadecisiones.htm).

Catholic.Net.Inc. (julio de 2008) “¿Que es la vocación? Recuperado el Agosto de 2014, de [http: // es.catholic.net/ jóvenes/ 149/270/ articulo. Php?id=2013](http://es.catholic.net/jóvenes/149/270/articulo.Php?id=2013)

Universidad Nacional de Buenos Aires. (2014) “ Grado Académico” Recuperado el Agosto de 2014, [http:// es.wikipedia.org/wiki/Grado\\_acad%9Amico](http://es.wikipedia.org/wiki/Grado_acad%9Amico) Historia

Virginia Galilea. (mayo de 2000). “orientación vocacional” / Recuperado el Agosto de2014, de [http:// www.sie.es/crl/archivo:pdf/ORIENTACION%VOCACIONAL.pdf](http://www.sie.es/crl/archivo:pdf/ORIENTACION%VOCACIONAL.pdf)