

# **UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS**



## **Estudio de opinión estudiantil sobre preferencia por carreras profesionales, 2015 y 2016 - Lima**

---

### **AUTORES:**

**MG. MARÍA ELENA ARANA ARENAS  
DIRECCIÓN DE CALIDAD Y ACREDITACIÓN**

**BACH. REYNO MESÍAS PADILLA SANTOS  
OFICINA DE PLANIFICACIÓN**

**Lima, Enero - 2017**

## Contenido

Resumen .....	1
Abstract.....	2
Introducción.....	3
CAPÍTULO I:.....	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.1.    Determinación del problema .....	6
1.2.    Formulación del problema .....	7
1.3.    Objetivos: general y específicos.....	7
1.4.    Importancia y alcance de la investigación.....	8
1.5.    Limitaciones de la investigación .....	9
CAPÍTULO II:.....	10
MARCO TEÓRICO .....	10
2.1.    Antecedentes del estudio .....	11
2.1.    Marco teórico .....	11
2.2.    Definición de términos .....	21
CAPÍTULO III: .....	22
HIPÓTESIS Y VARIABLES .....	22
3.1.    Hipótesis.....	23
3.2.    Variables.....	23
3.3.    Operacionalización de variables.....	24
CAPÍTULO IV: .....	25

METODOLOGÍA.....	25
4.1.    Enfoque de investigación .....	26
4.2.    Tipo de investigación .....	26
4.3.    Diseño de investigación .....	26
4.4.    Población y muestra .....	26
4.5.    Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	26
4.6.    Tratamiento estadístico .....	26
4.7.    Procedimiento.....	27
CAPÍTULO V: .....	28
RESULTADOS .....	28
5.1.    Validez y confiabilidad de los instrumentos .....	29
5.2.    Presentación y análisis de los resultados.....	29
5.3.    Discusión de resultados .....	47
Conclusiones.....	51
Recomendaciones .....	52
Referencias bibliográficas .....	53
ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	54

**Lista de cuadros y tablas**

Cuadro 1: Colegio de procedencia

Cuadro 2: Preferencia por carreras profesionales iguales a las que oferta la UPA

Cuadro 3: Preferencia por otras carreras profesionales diferentes a las que oferta la UPA

Cuadro 4: Motivos por lo que seleccionó la carrera profesional

Cuadro 5: Otros motivos por lo que seleccionó la carrera profesional

Cuadro 6: Alumnos de colegios públicos y privados de Lima, que desean estudiar en la UPA

Cuadro 7: Preferencia por carreras profesionales iguales a las que oferta la UPA y alumnos de colegios públicos y privados que desean estudiar en la UPA

Cuadro 8: Otras carreras profesionales que prefieren estudiar en la UPA.

Cuadro 9: Sexo de los estudiantes

Cuadro 10: Distrito en el que vive

Cuadro 11: Colegio de procedencia

Cuadro 12: Grado de estudio que cursa a la fecha

Cuadro 13: Desea continuar estudios en

Cuadro 14: Carrera profesional de su preferencia: Primera opción

Cuadro 15: Carrera profesional de su preferencia: Segunda opción

Cuadro 16: Te gustaría estudiar en las Américas

Cuadro 17: Ingresos familiar promedio

Cuadro 18: Carreras profesionales que aumentaron su nivel de preferencia en el 2016, respecto al año anterior

Cuadro 19: Carreras profesionales que disminuyeron su nivel de preferencia en el 2016, respecto al año anterior

Cuadro 20: Deseos de seguir estudios en la UPA.

## **Lista de figuras e ilustraciones**

Figura 1: Estadísticas universitarias

Figura 2: Costo de estudios universitarios en Lima

Figura 3: Estadísticas universitarias según universidades y carreras profesionales

Figura 4: Las 10 carreras más pedidas por las empresas en el 2015

Figura 5: Las 10 carreras universitarias mejor pagadas en el país.

Figura 6; Colegio de procedencia

Figura 7: Preferencia por carreras profesionales de la UPA

Figura 8: Preferencia por otras carreras profesionales.

Figura 9: Motivos por lo que seleccionó la carrera profesional

Figura 10: Alumnos de colegios públicos y privados de Lima, que desean estudiar en la UPA.

Figura 11: Alumnos de colegios públicos y privados que desean estudiar en la UPA y preferencia por carreras profesionales de la UPA

## Resumen

La presente investigación se realizó en la Universidad Peruana de las Américas, durante los años 2015 y 2016, tomándose como parámetro de medición el Estudio de Opinión Estudiantil sobre preferencia por carreras profesionales, de allí que el propósito de la presente investigación consistió en obtener información oportuna y confiable que permita plantear nuevas estrategias en la UPA en concordancia con las expectativas y opinión estudiantil de los jóvenes que desean elegir una carrera del futuro. El presente estudio se justificó por cuanto posee valor teórico, utilidad práctica, relevancia social, por su conveniencia y en base a los beneficios que genera para la Universidad. El estudio se sustenta en el nivel de preferencia de las carreras profesionales y su posicionamiento en el mercado. Metodológicamente el trabajo investigativo se aborda desde la perspectiva de los tipos de estudio descriptivo y diseño longitudinal de tendencia. Para la contratación de la hipótesis se utilizó la “tabla de frecuencia absoluta y relativa”, donde se plantearon dos hipótesis, aceptando en todos los casos la hipótesis alternativa, lo que permitió llegar a las siguientes conclusiones: (1) Los resultados de la encuesta del 2016, evidencian que las carreras profesionales de ingeniería civil (14%), arquitectura (10%), ingeniería mecánica (10%) y medicina humana (5%) tienen alto nivel de preferencia, sin embargo, la Universidad Peruana de las Américas no oferta estas carreras a la comunidad universitaria, a pesar que estas carreras experimentaron un crecimiento mayor en el 2015, donde ingeniería civil alcanzó el 23%, medicina humana 18.4%, ingeniería mecánica 13.4% y arquitectura 9.2%. (2) Los resultados confirman, que las carreras profesionales ofertadas por la Universidad Peruana de las Américas mantienen un alto nivel de posicionamiento en el mercado universitario, respaldado por el 39.8% de las preferencias en el 2015 y por el 41% en el 2016, producto de la implementación de las estrategias, ubicación geográfica, plana docente altamente calificado, gestión de calidad académica, infraestructura, entre otros.

**Palabras clave:** Preferencia, posicionamiento y demanda laboral.

## **Abstract**

This research was carried out at Universidad Peruana de las Americas (UPA) during the years 2015 and 2016, taking as a measurement parameter the Student Opinion Study on preference for professional careers, hence the purpose of the present investigation was to obtain timely and reliable information that allows to propose new strategies at the UPA in agreement with the expectations and student opinion of the young people who wish to choose a career of the future. The present study was justified because it has theoretical value, practical usefulness, social relevance, for its convenience and based on the benefits it generates for the University. The study is based on the level of preference of professional careers and their positioning in the market. Methodologically the research work is approached from the perspective of the types of descriptive study and longitudinal trend design. To test the hypothesis, the "absolute and relative frequency table" was used, where two hypotheses were considered, accepting in all cases the alternative hypothesis, which allowed to reach the following conclusions: (1) The results of the 2016 survey show that civil engineering (14%), architecture (10%), mechatronics engineering (10%) and human medicine (5%) have a high level of preference, however, the Universidad Peruana de las Americas did not offer these careers to the university community, although these careers experienced a greater growth in 2015, where civil engineering reached 23%, human medicine 18.4%, mechatronics engineering 13.4% and architecture 9.2%. (2) The results confirm that the professional careers offered by the Universidad Peruana de las Americas maintain a high level of positioning in the university market, supported by 39.8% of the preferences in 2015 and 41% in 2016, As a result of the implementation of strategies, geographic location, highly qualified teaching staff, academic quality management, infrastructure, among others.

**Keywords:** Preference, positioning and labor demand.

## Introducción

El posicionamiento que alcanzó el Perú durante la última década, sostiene que las carreras vinculados a los sectores de minería, energía e hidrocarburos, construcción, turismo, gastronomía y agroindustria, industrial, textil y confección y derecho.

Estudiar una profesión con buena salida laboral, no siempre asegura que los puestos sean bien pagados. Ahora bien, si nos referimos a las carreras mejor pagadas, destacan las de ingeniería y derecho.

La sociedad peruana viene cambiando y la causa de ello son las tendencias en el mercado laboral. La mayor fuerza laboral en el país, está concentrada por los jóvenes del nuevo milenio llamada generación Z. Estos jóvenes se caracterizan por ser innovadores, tienen un rápido aprendizaje, no buscan tener estabilidad laboral y mantienen un balance entre el trabajo y la vida personal, además del gran manejo de la tecnología.

El sector creativo y digital relaciona a carreras tecnológicas TIC, negocios móviles, basados en el autoempleo como base de proyectos.

Estas carreras están referidas a educación como educación en línea y digital, así como el rubro de manufactura que demanda ingenieros altamente especializados en sistemas automáticos, biotecnología y nanotecnología.

Por tanto, el propósito de la presente investigación consistió en obtener información oportuna y confiable que permita plantear nuevas estrategias en la UPA en concordancia con las expectativas y opinión estudiantil de los jóvenes que desean elegir una carrera del futuro. Para ello fue necesario obtener información estadística en los periodos 2015 y 2016 de las expectativas de los jóvenes para que la UPA atienda en forma oportuna y con asertividad a los postulantes que proceden de las diversas áreas de Lima; tomar conocimiento de la demanda de las carreras del futuro a nivel nacional y de Lima, para medir el nivel de posicionamiento de la UPA en el mercado estudiantil y laboral y; tener como referencia la información analizada en el presente estudio para que oriente la creación de nuevas carreras a nivel de pregrado.

Con respecto a la metodología el trabajo investigativo se aborda desde la perspectiva de los tipos de estudio aplicada y con la aplicación de un diseño de investigación no experimental longitudinal de tendencia, donde la población lo constituyeron los estudiantes de 4to y 5to de secundaria de los colegios públicos y privados de Lima, que alcanza un total de 241,424 estudiantes en el 2015 y 242,235 estudiantes en el 2016, que nos sirvió de referencia para estimar el tamaño de la muestra por conveniencia, resultando 500 estudiantes para el 2015 y

248 estudiantes en el 2016. La técnica empleada fue la observación en la cual se aplicó una encuesta formada por un cuestionario de 7 preguntas para el primer grupo y 8 preguntas para el segundo grupo, que fue validado por juicio de experto.

En virtud de ello, la investigación se plantea en cinco (5) capítulos; el primero corresponde al problema de investigación donde encontramos los problemas propiamente dichos, los objetivos, la importancia y alcance y las limitaciones de la investigación; el segundo nos ofrece los fundamentos teóricos que consta de los antecedentes, marco teórico y conceptual; el tercero nos describe la hipótesis y las variables; el cuarto, nos describe la metodología, es decir, el enfoque, tipo, diseño de la investigación, población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de información, tratamiento y procedimiento estadístico; finalmente, el quinto es el desarrollo del trabajo de campo propiamente dicho ya que esbozamos los resultados de la encuesta aplicada a la muestra en sus respectivos cuadros, gráficos e interpretaciones; asimismo, detallamos las conclusiones y recomendaciones acompañada de la bibliografía y anexos correspondientes.

Esperamos que este trabajo de investigación, sirva de base para que otros investigadores prosigan con este tema tan importante, en el futuro, especialmente los docentes y alumnos en sus trabajos de investigación en el pregrado, ampliando el estudio a nivel regional y nacional.

Los resultados de este trabajo comprometieron la participación de los docentes de los Comités Internos de Calidad, a tiempo completo de las diferentes Escuelas Profesionales de la UPA, quienes activa y responsablemente interactuaron con los alumnos internos y externos, aplicando las encuestas.

Para la oficina de Admisión, Marketing y Gerencia General, constituye un valioso aporte en la determinación de vacantes, publicación y difusión de la oferta de carreras que ofrece la UPA y nueva carrera según la demanda laboral y el avance de la ciencia y la tecnología.

**CAPÍTULO I:**  
**PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

## 1.1. Determinación del problema

La Universidad Peruana de las Américas, internaliza la demanda de los jóvenes y sistematiza las encuestas aplicadas a diferentes jóvenes que provienen de diversos distritos de Lima, convocándoles a través de ferias tecnológicas en la Sede de la UPA y en otros casos encuesta en colegios y en otros eventos externos. La finalidad es captar la opinión de los jóvenes sobre las carreras de mayor demanda en el país y de las carreras de la UPA, para tener elementos de juicio en la oferta de vacantes y en el nivel de posicionamiento de los mismos.

Logrado este objetivo, nuestra Universidad, afianza su oferta y ofrece mayor número de vacantes, prevé los requerimientos de ambientes y docentes, mobiliario y equipamiento para satisfacer la demanda estudiantil de los jóvenes postulantes que apuestan por nuestra Universidad.

El desarrollo del país, ofrece un futuro promisorio para los sectores de minería, extracción y gastronomía.

La pregunta fundamental de los jóvenes es cuáles son las carreras demandadas en el país.

Elegir una carrera universitaria puede resultar más complejo de lo que parece. Existen diversos factores que presionan en la decisión, ya que probablemente la elección de la carrera marque su futuro profesional, bienestar económico y calidad de vida.

Un estudio realizado en el 2014 afirma que las carreras más demandadas en el mercado laboral fueron las relacionadas con la administración de empresas y la que lidera el ranking es contabilidad (top metas universitarias.edu.pe).

Se afirma también que en el 2015 habrá más de 100 carreras acreditadas por SINEACE vinculados a ingeniería.

En la lista de carreras de mayor demanda están los siguientes:

- Contabilidad
- Administración hotelera
- Administración de negocios internacionales
- Ingeniería industrial
- Administración financiera
- Economía
- Administración industrial y marketing.

## 1.2. Formulación del problema

### Problema general

¿Cuál es el nivel de preferencia y la opinión estudiantil de los jóvenes de Lima por las carreras que ofrecen las universidades y el posicionamiento de la Universidad Peruana de las Américas en los períodos 2015-II y 2016-II?

### Problemas específicos

- A. ¿Cuáles son los indicadores y la información estadística en los periodos 2015 y 2016, que sustente con asertividad la demanda de carreras profesionales y las expectativas de los jóvenes para elegir una carrera?
- B. ¿En qué medida el posicionamiento de la UPA, con las carreras que ofrece, está relacionado con el mercado estudiantil y laboral?
- C. ¿Qué nuevas carreras profesionales deberán aperturarse en el mediano plazo en la UPA, según las tendencias del mercado laboral y las expectativas de los jóvenes en futuras generaciones?

## 1.3. Objetivos: general y específicos

### Objetivo general

Obtener información oportuna y confiable que permita plantear nuevas estrategias en la UPA en concordancia con las expectativas y opinión estudiantil de los jóvenes que desean elegir una carrera del futuro.

### Objetivos específicos

- A. Obtener información estadística en los periodos 2015 y 2016 de las expectativas de los jóvenes para que la UPA atienda en forma oportuna y con asertividad a los postulantes que proceden de las diversas áreas de Lima.
- B. Tomar conocimiento de la demanda de las carreras del futuro a nivel nacional y de Lima, para medir el nivel de posicionamiento de la UPA en el mercado estudiantil y laboral.
- C. Tener como referencia la información analizada en el presente estudio para que oriente la creación de nuevas carreras a nivel de pregrado.

## **1.4. Importancia y alcance de la investigación**

### **1.1.1. Importancia**

El estudio presentado en este trabajo de investigación, realizado por la Universidad Peruana de las Américas, a través de los autores y la participación activa de los docentes a tiempo completo y de los estudiantes de las diferentes escuelas profesionales, radica en la obtención de información actualizada que oriente a los alumnos, en la elección de una carrera profesional y en especial se captan las expectativas y opiniones de los jóvenes que están en los últimos años de secundaria, cuya necesidad de elegir una carrera universitaria es vital para ellos y desean hacerlo en universidades de prestigio que están posicionados en el entorno y mercado laboral. La situación económica de los estudiantes de nivel A y B, los hace elegir su carrera en universidades de prestigio y los padres hacen ingentes esfuerzos para que sus hijos ingresen y estudien en estas instituciones, sin embargo, los estudiantes ubicados en el nivel C y D, que provienen de colegios secundarios públicos y privados eligen universidades privadas, recientemente creadas con una antigüedad de los por menos 12 años de funcionamiento y entre ellas las que han obtenido autorización definitiva y las que quedaron con autorización provisional.

El joven estudiante con expectativas notables sea cual fuere su situación o nivel económico, escoge en su mayoría universidades que le ofrezca garantías en su nivel académico, seguridad en los estudios, adecuado equipamiento y nivel científico, técnico y humanístico para el logro del perfil, del futuro egresado basado en competencias que conlleven a ubicarlo en la generación Z, porque está preparado para la demanda laboral que cada vez es más exigente con el avance de la ciencia y la tecnología.

En síntesis, la importancia del trabajo se centra en la utilidad y asertividad del joven para elegir su carrera profesional en base a dos o tres alternativas, teniendo en consideración su expectativa y le oriente vocacionalmente para labrarse un futuro con mejores expectativas de calidad de vida, evitando la frustración al estudiar carreras que no tienen demanda en el mercado y por lo tanto estudian una carrera que no la practican porque el mercado ya está saturado y se degenera en el subempleo.

Finalmente, el estudio también demuestra el grado de posicionamiento que actualmente tiene la UPA en relación a las universidades de Lima.

### **1.1.2. Alcances de la investigación**

- Está dirigido a jóvenes entre los 15 y 20 años de edad, provenientes de diferentes distritos de Lima.
- A las universidades para que repotencien la mejora continua en las carreras que ofrecen.
- A los padres de familia y opinión pública para dar a conocer la importancia de algunas carreras y su grado de demanda en el mercado laboral.

### **1.5. Limitaciones de la investigación**

- a) Económicas: La muestra es relativamente pequeña, frente a la población juvenil en edades de 18 a 20 años, siendo que la mayoría trabaja.

Ampliar la muestra significa invertir una apreciable cantidad de dinero en el procesamiento y aplicación de encuestas por la amplitud del área geográfica de los distritos de Lima.

- b) Sociales: La resistencia de algunos jóvenes que consideran la elección de una carrera como secreta o confidencial.

La aplicación individual es muy lenta por ello debió hacerse en talleres, focus group y en ferias tecnológicas.

- c) Psicológicos: Temor de los jóvenes a exponerse a la crítica por señalar una carrera que no le guste al encuestador, los amigos o que desconozca la gama de carrera y se limita a informar sobre su preferencia por la que en ese momento le viene a la mente.

- d) Una limitación considerable es que la encuesta se aplicó a jóvenes de colegios secundarios públicos y privados del nivel económico C y D, sin embargo, a la pregunta a algunos jóvenes de colegios A y B, estas contestan que su expectativa es la ingeniería pero especifican las especialidades de robótica, mecatrónica y la nanotecnología, cuya innovación revolucionará en el mundo al siglo 2021 y en la generación Z.

**CAPÍTULO II:**  
**MARCO TEÓRICO**

## 2.1. Antecedentes del estudio

La creciente demanda de jóvenes que pugnan por estudiar una carrera profesional y la apertura de nuevas universidades, especialmente en Lima, han generado diversas expectativas por la elección de determinadas carreras en la que los jóvenes confían en encontrar empleo como dependientes o independientes, para forjarse una sólida calidad de vida, que permita lograr su futuro en el ámbito personal, social y en el entorno del campo laboral nacional e internacional.

Muchos alumnos egresan de la educación secundaria para elegir una carrera universitaria, otros estudian en institutos tecnológicos y consolidan estudios, así también personas que trabajan eligen estudiar su carrera profesional en modalidades de educación virtual, semipresencial y a distancia.

Las universidades también tienen la expectativa de posicionarse en las carreras que ofrecen y se someten a encuestas, estudios y otras estrategias de mercadeo.

Asimismo, diferentes medios de comunicación social, investigan sobre la preferencia y opinión de los jóvenes para determinar las prioridades que tienen las carreras profesionales y la demanda de los jóvenes.

Un estudio realizado sobre preferencia de carreras profesionales por la empresa **Llankay Yachay SAC** (2016), elaborado para uso confidencial de la Universidad Peruana de Integración Global, encuesta aplicada a 383 alumnos de 4to y 5to de colegios secundarios públicos y privados en los distritos más representativos de Lima Metropolitana, encontró los siguientes resultados:

“Administración y negocios internacionales 10.7%, contabilidad 7.6%, medicina humana 7.3%, ingeniería de sistemas 6.5%, derecho 5.5%, ingeniería industrial 5.2%, psicología 4.7%, ingeniería civil 4.4%, diseño gráfico 3.7%, hotelería, turismo y gastronomía 3.7%, ingeniería ambiental 3.4%, arquitectura 3.1%, ciencias de la comunicación 3.1%, farmacia y bioquímica 3.1%, enfermería 2.6%, entre otras carreras que mostraron menor porcentaje de preferencia”.

## 2.1. Marco teórico

Un estudio realizado por el portal [trabajando.com](http://trabajando.com), afirma que en el Perú y en el año 2015 habrá más de 100 carreras acreditadas por el SINEACE.

El posicionamiento que alcanzó el Perú durante la última década, sostiene que las carreras vinculados a los sectores de minería, energía e hidrocarburos, construcción, turismo, gastronomía y agroindustria, industrial, textil y confección y derecho (Grupo Educación al Futuro - GEF).

Estudiar una profesión con buena salida laboral, no siempre asegura que los puestos sean bien pagados. Ahora bien, si nos referimos a las carreras mejor pagadas, destacan las de ingeniería y derecho.

Según datos del Consejo nacional de Educación, Derecho, sigue siendo la carrera con mayor cantidad de alumnos matriculados, el segundo lugar lo ocupa contabilidad y el tercer lugar administración.

Derecho a nivel nacional tiene 57,915 estudiantes, contabilidad 55,317 estudiantes, administración 48,412 estudiantes.

En el Perú existen 140 universidades, de los cuales 51 son públicas y 89 privadas con 1'060,078 alumnos al año 2015.

Uno de cada 5.6 postulantes, logra ingresar a una universidad pública.

Por el tipo de gestión 36.4% son universidades públicas, 63.6% son universidades privadas.

Los alumnos matriculados el 31% están en universidades públicas y el 69% en universidades privadas con 729,092 alumnos.

La edad promedio de los alumnos es de 18 años para ingresar a la universidad.

Los alumnos graduados en universidades públicas 50.9% asciende a 45,964 alumnos y el 49.1% universidades privadas con 44,443 alumnos. Tal como se muestra en la Figura 1.

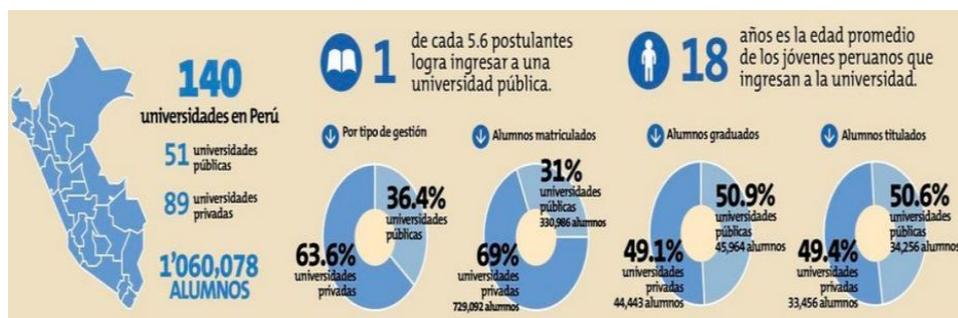


Figura 1: Estadísticas universitarias

Fuente: <http://peru21.pe/multimedia/imagen/t-277357>

Existen 22 a 25 escalas diferenciados de pensiones en las universidades.

En el cuadro adjunto se puede apreciar las diferencias de costos por cada universidad en admisión, matrícula, escalas, pensiones mínimas y exoneraciones, el costo del ciclo y costo total. Tal como refleja la Figura 2.

Universidad	S/.		N° de escalas	S/.		S/.		S/.	
	Admisión	Matrícula		Pensión		Costo de ciclo		Costo total	
				Min.	Máx.	Min.	Máx.	Min.	Máx.
Pacífico	300 - 650	245	4	1,596	3,576	7,980	17,880	79,800	178,800
UTECH	450	300	5	1,450	3,050	7,251	15,250	72,513	153,502
U. de Piura	220	515	5	1,410	3,100	7,050	15,500	70,500	155,000
USIL	350	295	5	1,383	3,230	6,915	16,150	69,150	161,500
U. de Lima	380	240	4	1,333	2,869	6,665	14,344	66,650	143,440
Ricardo Palma	350 - 410	Variable	3	1,250	2,100	6,250	10,500	62,500	105,000
Científica del Sur	300	300	5	1,200	3,500	6,000	17,500	60,000	175,000
UCAL	390	Variable	4	1,190	2,690	5,950	13,450	59,500	134,500
ESAM	350	350	5	1,050	2,885	5,250	14,425	52,500	144,250
Católica del Perú	400 - 650	Variable	5	1,036	3,238	5,179	16,190	51,788	161,898
UPC	550	Variable	25	1,009	3,553	5,045	17,765	50,450	177,650
Antonio Ruiz de Montoya	150	105	5	880	2,100	4,400	10,500	44,000	105,000
Peruana Unión	220 - 250	700	2	803	1,409	4,014	7,045	40,143	70,450
Cayetano Heredia	450	Variable	4 - 5	725	2,900	3,625	14,500	36,250	145,000
UTP	200	352	-	720	720	3,600	3,600	36,000	36,000
Wiener	150	200	-	685	685	3,425	3,425	34,250	34,250
San Martín de Porres	250 - 450	530	22	612	3,766	3,058	18,832	30,580	188,320
Garcilaso de la Vega	160 - 210	105	-	600	1,225	3,000	6,125	30,000	61,250
Privada del Norte	100	250	-	560	620	2,800	3,100	28,000	31,000
Bausate y Meza	150	195	-	550	550	2,750	2,750	27,500	27,500
SISE	100	250	2	550	650	2,750	3,250	27,500	32,500
Ciencias y Humanidades	200	200	-	470	470	2,350	2,350	23,500	23,500
César Vallejo	100	350	-	450	450	2,250	2,250	22,500	22,500
San Juan Bautista	200	250	3	450	1,850	2,250	9,250	22,500	92,500
U. de Las Américas	70	180	3	420	570	2,100	2,850	21,000	28,500
Católica Sedes Sapientiae	150	250	3	414	650	2,070	3,250	20,700	32,500
Alas Peruanas	150	Variable	4	320	1,500	1,600	7,500	16,000	75,000

Figura 2: Costo de los estudios universitarios en Lima  
Fuente: <http://peru21.pe/multimedia/imagen/t-277359>

En la Figura 3, se muestra las 10 carreras profesionales con más de alumnos matriculados en las universidades privadas, liderando la carrera de Derecho con 51,768 matriculados, seguido por contabilidad con 39,823 estudiantes, en tercer lugar se ubica la carrera de administración con 35,047 estudiantes, también en el ranking aparecen las carreras de ingeniería civil, administración de negocios internacionales, psicología, ingeniería industrial, odontología, ingeniería de sistemas y enfermería, en orden descendente.

Asimismo, se muestran las 10 carreras con más alumnos matriculados en las universidades públicas, ubicándose en el ranking 1° la carrera de contabilidad con

15,494 estudiantes, administración con 13,365 alumnos, ingeniería civil con 10,512 estudiantes, entre otras carreras, tal como se muestra en la figura 3.



Figura 3: Estadísticas universitarias según universidades y carreras profesionales  
Fuente: <http://peru21.pe/multimedia/imagen/t-277358>

Reflexionando sobre el futuro de los jóvenes postulantes la mayor fuerza laboral en el Perú al 2030, está tipificado como la generación Z<sup>1</sup>.

Los nacidos en los años 2000 tienen preferencias por aprender idiomas y están en constante aprendizaje, ya que tienen un gran manejo de la tecnología.

CEPLAN estima que ascendería a 7'000,000 el número de jóvenes de 15 años al 2030.

La sociedad peruana viene cambiando y la causa de ello son las tendencias en el mercado laboral. (CEPLAN 2015).

La mayor fuerza laboral en el país, está concentrada por los jóvenes del nuevo milenio llamada generación Z.

Estos jóvenes se caracterizan por ser innovadores, tienen un rápido aprendizaje, no buscan tener estabilidad laboral y mantienen un balance entre el trabajo y la vida personal, además del gran manejo de la tecnología.

El Director Nacional de Prospectiva y Estudios Estratégicos de CEPLAN, Fredy Vargas, detalló que del total de la PEA que se estima para el 2030 en 20 millones, la mayor fuerza, es decir, unos 7 millones de jóvenes, serán menores de 30 años. Así mismo, la mayoría están más preparados que las generaciones anteriores y cuentan con conocimiento del idioma inglés y de un tercer idioma y que tienen un posicionamiento global.

<sup>1</sup> <http://larepublica.pe/05-03-2015/los-millennials-seran-la-mayor-fuerza-laboral-del-peru-en-el-2030>

Esto genera desafíos, porque vamos a tener que entender cuáles son las habilidades que se va a requerir en su momento, qué es lo que estas personas están dispuestos a dar y tenemos que considerar las características específicas de este tipo de generación. Las universidades deberán repensar estos rasgos ya que dentro de 10 años el mercado laboral será distinto.

Las carreras del futuro según investigamos con encuestas periodísticas y el CEPLAN están los del sector salud y atención social en las que se desarrollan trabajos como enfermería y cuidados a domicilio, medicina preventiva, terapia física y emprendimiento social.

Un segundo rubro es el de servicio de profesionales y empresariales donde encajan trabajos como servicio legal, emprendimientos, asesoramiento y consultoría, servicios de contabilidad y de inversiones.

El sector creativo y digital relaciona a carreras tecnológicas TIC, negocios móviles, basados en el autoempleo como base de proyectos.

Estas carreras están referidas a educación como educación en línea y digital, así como el rubro de manufactura que demanda ingenieros altamente especializados en sistemas automáticos, biotecnología y nanotecnología.

En el sector construcción, se requerirá profesionales, técnicos en instalación, remodelación y construcciones prefabricadas.

Otro mega sector es el turismo, donde se demandará especialistas en turismo de lujo. Otro sector es medio ambiente y responsabilidad social formando promotores.

Finalmente, se puede concluir que el 67% de puestos laborales Top, no van de la mano con la oferta vigente y un técnico soldador especializado llega a ganar S/. 4,000.00 mientras que un profesional de otras áreas no llega ni a S/. 1000.00.

La publicación de SINEACE sobre Estudio y Demanda Laboral, vinculada a la gestión de riesgos y desastres y cambio climático. SINEACE 2016 Primera Edición, considera que la oferta formativa debe responder a la necesidad de capital humano, calificado, para responder con pertinencia a las situaciones y expectativas que demanda el desarrollo del país al 2021, la finalidad es identificar las brechas existentes entre el perfil del personal requerido y la oferta formativa existente especialmente a nivel universitario, a fin de retroalimentar y orientar para la creación de escuelas profesionales, de que la formación responda a reales necesidades y a las expectativas de los jóvenes.

Esta percepción ha sido debatida en diferentes eventos de la OEA. La ONU en el 2015, la Comunidad Andina en 2010 y por otros estudios en Universidades Peruanas, al elaborar sus estudios de mercado y autoevaluaciones para el Plan Estratégico.

Según el estudio de SINEACE demuestra que la oferta formativa actual es insuficiente para afrontar las demandas y amenazas para el desarrollo sostenible del país, en la que uno de los factores es la amenaza del cambio climático que tendrá consecuencias en el país y el mundo y demandará cuadros profesionales diversos con mayor urgencia entre ellos, ingenieros, médicos, promotores sociales, especialistas en medio ambiente y geólogos.

Las instituciones de formación profesional muestran una tendencia hacia la preparación de jóvenes en algunas carreras que no la demandan los jóvenes y en otros casos se ofrecen las carreras demandadas de dudosa calidad por falta de laboratorios, equipamiento e infraestructura adecuada.

El Estudio del SINEACE señala que hay predominancia del personal masculino 82% y la presencia femenina se da en carreras de salud.

La alta presencia masculina se da en ingeniería pero falta especialización en ingeniería de desastres y de emergencias, con especialistas de proyectos y presupuestos por resultados, agricultura, pesca, producción de alimentos.

Con esta lógica es importante considerar cualitativa y cuantitativamente las necesidades de recursos humanos con formación oportuna y apropiada que posibilite el desarrollo de sus capacidades personales, técnicas y/o profesionales formados con visión integral que les permita manejar la gestión y el cambio.

Lo anteriormente expuesto requiere, alianzas estratégicas entre las universidades públicas, privadas y las empresas para hacer cuadros profesionales de acuerdo a la oferta y la demanda.

El estudio del SINEACE en su procesamiento a nivel nacional aplicado a universidades en Ancash, Ayacucho, La Libertad, Lambayeque, Lima Metropolitana, Lima Regiones, Tumbes y Ucayali a 189 encuestados.

Las ofertas de especialización en las carreras más demandadas y que presentan dificultades para la proyección en la inserción laboral es escasa y sólo la ofrecen INDECI, SERNANP, SENFOR, SENATI, TECSUP, la Universidad Católica del Perú y la Universidad Nacional de San Marcos, Ingeniería, agronomía a nivel de Lima y las ONGs.

## Las 10 carreras más pedidas por las empresas en el 2015

El portal Trabajando.com realizó un análisis de las 10 profesionales más demandas en el 2015 con los datos que obtuvieron de más de 100 mil ofertas publicadas por las empresas en su página web.

De acuerdo a la investigación realizado por Trabajando.com, por tercer año consecutivo Administración de Empresas ocupó el primer lugar, seguido por Contabilidad e Ingeniería Industrial.

La carrera de economía se ubicó en 4to lugar, el 5to lugar le correspondió a Administración de Empresas en el nivel técnico, en el sexto lugar aparece ingeniería informática, en el séptimo lugar computación e informática. La carrera de derecho se ubicó en el 8vo lugar, administración de negocios internacionales en el 9no, y finalmente, ciencias de la comunicación ocupó el 10mo lugar, tal como se muestra en la figura 4.

Actualmente la UPA oferta a la comunidad 8 carreras profesionales, de los cuales 7 son las carreras más demandadas por las empresas, con excepción de administración de servicios turísticos que no refleja en el estudio de Trabajando.com, sin embargo, nuestros estudiantes y egresados están insertados en el mercado laboral.

Carreras más demandadas durante el 2015	
1	Administración de Empresas
2	Contabilidad
3	Ingeniería Industrial
4	Economía
5	Administración de Empresas (Técnico)
6	Ingeniería en Informática / Sistemas
7	Computación e Informática
8	Derecho
9	Administración de Negocios Internacionales
10	Ciencias de la Comunicación

Figura 4: Las 10 carreras más pedidas por las empresas en el 2015

Fuente: <http://elcomercio.pe/visor/1848758/1223245-10-profesiones-mas-pedidas-empresas-2015-noticia>

Según el portal web “ponte en carrera” del Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), los ingresos promedios mensuales de algunas carreras universitarias

mejor remuneradas en el país fluctúan entre los S/ 1500 y S/ 7000, (ponte en carrera ,2016).

Entre las 10 carreras universitarias mejor pagadas en el país son las carreras de ingenierías, se suman a este grupo las carreras de medicina y ciencias políticas; estas carreras están en el rango de S/ 6000 a S/ 7000 soles con respecto al máximo de los ingresos.

Ahora los jóvenes al momento de seleccionar su carrera profesional por vocación, podrían adicionar otro factor que es la motivación, que se expresa en términos de remuneración y rentabilidad que podrían obtener al escoger bien su carrera profesional. En la Figura 5, las 10 carreras universitarias mejor pagadas en el país.

Familia de carreras universitarias (1)	Ingreso promedio (2)	Mínimos y máximos de ingresos en nuevos soles (3)
Ingeniería Civil	4,109	De 1600 a 6700
Geología	3,980	De 1700 a 6700
Ingeniería Eléctrica	3,974	De 1700 a 6300
Ingeniería de Telecomunicaciones	3,965	De 1900 a 6700
Medicina	3,964	De 1500 a 7000
Ingeniería Minera, Metalurgia y Petróleo	3,951	De 1600 a 6900
Ingeniería Industrial	3,810	De 1500 a 6600
Ingeniería Mecánica	3,798	De 1600 a 6500
Ciencias Políticas	3,717	De 1600 a 6000
Ingeniería Electrónica	3,668	De 1500 a 6500

Figura 5: Las 10 carreras universitarias mejor pagadas en el país

Fuente: <http://peru21.pe/multimedia/imagen/t-383929>

### 2.1.1. Posicionamiento en el mercado de servicios

La misión de la empresa requiere definir el mercado y los segmentos que se atenderán. Posicionar un producto en un mercado es dotarle de unas características que lo diferencian del resto de la oferta. El objetivo del posicionamiento es diferenciar en la mente de los consumidores los productos que ofrecen las empresas. (Grande Esteban Ildefonso).

Para conseguir la diferenciación el producto o servicio debe ser importante, distintiva, no imitable, comunicable y comprensible y finalmente, rentable.

### **El proceso de posicionamiento**

Según Grande Esteban, el posicionamiento de los servicios puede hacerse desde distintos niveles. Existe posicionamiento para el sector, para la organización y para el producto.

Desde un nivel de la organización se tiene en cuenta las dimensiones que diferencian unas empresas a otras. Una vez elegido el nivel de posicionamiento las empresas deben identificar los atributos relevantes para la diferenciación dentro de los segmentos de mercado a los que se dirigen. Los consumidores eligen los servicios basándose en las diferencias percibidas, que no siempre tiene por qué ser el más valorado. Una de las técnicas más fiables es el uso de mapas perceptuales.

Identificar los atributos que servirán para posicionar entidades desde la dimensión organización o producto supone comenzar con una investigación cualitativa en la que una serie de personas identifiquen los atributos importantes para ellos y que puedan servir de base para conseguir el posicionamiento.

### **Valorar las opciones de posicionamiento**

Para Grande Esteban, valorar las opciones de posicionamiento, es posicionarse por las características del servicio, donde las empresas crean un servicio y lo comunican al mercado siguiendo un enfoque orientado al producto, que debería ser abandonado; reforzar la posición frente a los competidores, que consiste en valorar la imagen actual como punto fuerte que diferencia a la empresa de sus competidores; ocupar un nicho libre, que consiste en encontrar un atributo que no caracterice a ningún competidor y conseguir que se asocie a la empresa.

El posicionamiento basado en los beneficios o ventajas buscadas por los consumidores, consiste en detectar qué es lo que desea el mercado y ofrecerlo; otra estrategia es reposicionarse, que consiste en una estrategia de

diferenciación basada en destacar nuevos atributos; los servicios también se pueden reposicionar.

### **Implementación de las estrategias**

Grande Esteban, afirma que en la práctica las empresas se posicionan en el mercado a través de variables mix de marketing; entre las estrategias tenemos el producto, que debe ser innovador, el precio, donde las empresas bajan sus precios para posicionarse, distribución, mediante la creación de sucursales para facilitar la distribución de los servicios, la estrategia de comunicación, a través de algún mensaje y las personas, que consiste en la calidad de los trabajadores.

## **2.1.2. El posicionamiento de los consumidores de servicios**

### **Un modelo general de comportamiento del consumidor**

Ante el nacimiento de las necesidades, las personas tratan de satisfacerlas y comienzan a buscar información cuando encuentran posibles proveedores capaces de atender sus demandas. Esta búsqueda de información le hace ir percibiendo alternativas, paralelamente aparecen preferencias, y los consumidores jerarquizan las ofertas que encuentran de acuerdo con sus gustos y adecuación para satisfacer sus necesidades.

Una vez consumido el bien o el servicio podrán haber encontrado lo que buscan o por el contrario, no haber alcanzado la satisfacción. Es decir, aparecerán actitudes posteriores a la compra. Si el producto les ha agradado seguramente volverán a adquirirlo cuando lo necesiten de nuevo; serán fieles a la marca o al proveedor del servicio, si no quedaran satisfechas analizarán todas las fases del proceso que han seguido, y tratarán de encontrar la causa de su insatisfacción. Podrán culpar al producto, al proveedor, al distribuidor o a sí mismas. También desarrollarán actitudes hacia ese producto que no les ha agradado, y tal vez se forjen una imagen negativa de él o del proveedor; quizá reclamen y exijan una nueva prestación, o la devolución el dinero que han pagado. (Grande Esteban).

### **2.1.3. Necesidades y deseos de los consumidores de servicios. La investigación de mercados en el sector terciario.**

Según Grande Esteban, la identificación de las necesidades de los consumidores se encuentra condicionada por los principios de marketing que imperen en la empresa. Las organizaciones orientadas al producto los crean y tratan de imponerlos por todos medios al mercado. Las empresas orientadas al consumidor lo investigan y tratan de ofrecer aquello que puede interesar a los consumidores, convencidos de que sus beneficios los serán útiles. No se fijan en el producto en sí, sino en los beneficios o utilidad que pueda interesar a los consumidores. Las empresas de servicios pueden conocer las necesidades del mercado basándose en la intuición, aplicando procedimientos de prueba y error, o utilizando técnicas de investigación comercial.

### **2.1.4. Barreras de entrada en el mercado**

Según Grande Esteban, las empresas desean protegerse de sus competidores y crean barreras para impedir que otras penetren en su sector. Esas barreras pueden ser diversas clases, tenemos la barrera legal, que permite que las empresas patenten sus productos tangibles o bienes. Sin embargo, los servicios, por ser intangibles, no se pueden patentar. No existen barreras legales que protejan a los servicios de la posible aparición de competidores.

## **2.2. Definición de términos**

**Preferencia:** Inclinación, predilección o elección de una cosa o persona entre varias.

**Posicionamiento:** Estrategias de Posicionamiento. En marketing, llamamos posicionamiento a la imagen que ocupa nuestra marca, producto, servicio o empresa en la mente del consumidor. Este posicionamiento se construye a partir de la percepción que tiene el consumidor de nuestra marca de forma individual y respecto a la competencia.

**Mercado laboral:** El mercado de trabajo es el entorno económico en el cual concurren la oferta, formada por el número de horas que quiere trabajar la población en actividades remuneradas y la demanda, constituida por las oportunidades de empleo.

**CAPÍTULO III:**  
**HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### 3.1. Hipótesis

#### **Hipótesis general**

En qué medida el nivel de expectativa y la opinión estudiantil de los jóvenes tiene certeza sobre la carrera profesional que debe elegir para lograr una adecuada calidad de vida y status en el mercado laboral.

#### **Hipótesis específicos**

- A. Si el análisis de la información estadística en los periodos 2015 y 2016 implica asertividad en la elección de las carreras del futuro, entonces las universidades deberán replantear la oferta en función a la demanda del mercado laboral.
- B. Si se analizan y aplican resultados de las encuestas tomados por la UPA a diferentes jóvenes de diversas áreas de Lima y provincias entonces se puede obtener el nivel de posicionamiento de las carreras que oferta y el planteamiento de estrategias de captación para el pregrado.

### 3.2. Variables

#### **Variable independiente:**

Preferencia por carreras profesionales

#### **Variable dependiente:**

Posicionamiento de las carreras profesionales

### 3.3. Operacionalización de variables

Variable	Tipo de variable	Categorización	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Nivel de medición / escala	Unidad de medida	Índice	Valor	Ítem	Instrumento	Técnica de recolección de información
Independiente:  • Preferencias por carreras profesionales	Cuantitativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vocación</li> <li>• Motivación: remuneración y rentabilidad</li> </ul>	*Primacía o ventaja que una persona o cosa tienen sobre otra por su valor o importancia	*Permite que el estudiante seleccione una carrera según sus preferencias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Procedencia de colegios públicos y privados</li> <li>*Preferencia por carreras UPA</li> <li>*Preferencia por carreras diferentes de UPA</li> <li>*Motivos para selección de carreras</li> <li>*Otros motivos para selección de carrera</li> <li>*Deseo de estudiar en UPA</li> <li>*Preferencia por estudiar en UPA carreras no ofertadas</li> </ul>	Nominal	personas	Si No.	1 y 2	1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7	Cuestionario	Encuesta
Dependiente:  • Posicionamiento de carreras profesionales	Cuantitativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagen y marca</li> <li>• Cognitivo</li> </ul>	* El posicionamiento, en marketing, es una estrategia comercial que pretende conseguir que un producto ocupe un lugar distintivo, relativo a la competencia, en la mente del consumidor	*permite que las carreras profesionales se posicione en la mente del cliente potencial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Sexo</li> <li>* Distrito de residencia</li> <li>*Procedencia de colegios públicos y privados</li> <li>*Grado de estudio alcanzado</li> <li>*Deseo de estudiar estudios superiores</li> <li>*Preferencia por carrera 1ra opción</li> <li>*Preferencia por carrera 2da opción</li> <li>*Deseo de estudiar en UPA</li> <li>*Ingreso familiar promedio</li> </ul>	Nominal Razón	personas	Si No.	1 y 2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 y 8	Cuestionario	Encuesta

**CAPÍTULO IV:**  
**METODOLOGÍA**

#### 4.1. Enfoque de investigación

Cuantitativo

#### 4.2. Tipo de investigación

Aplicada

#### 4.3. Diseño de investigación

Diseños longitudinales de tendencia

Medición en una población	Medición en una población	Medición en una población	Medición en una población
Tiempo 1	Tiempo 2	Tiempo 3	Tiempo k

#### 4.4. Población y muestra

##### **Población:**

La población está constituida por los estudiantes de 4to y 5to de secundaria de Lima, que en el 2015 alcanzó una cifra de 241,424 y en el 2016 alcanzó los 242,235.

##### **Muestra:**

La muestra de los alumnos de 4to y 5to de secundaria fue No Probabilística de conveniencia. Casal y Mateu (2003), dicha representatividad se da en base a una opinión o intención particular de quien selecciona la muestra. (MEZA, CEVALLOS y REYES 2012, p.130).

#### 4.5. Técnicas e instrumentos de recolección de información

Técnica a utilizar fue la encuesta y su instrumento de recolección de información el cuestionario, aplicado a los alumnos de 4to y 5to de secundaria de los colegios públicos y privados de Lima, que participaron en las Ferias Tecnológicas gestionados por la UPA, para conocer el nivel de preferencia por las carreras profesionales universitarias.

#### 4.6. Tratamiento estadístico

La hipótesis de trabajo fue procesada a través de la tabla de frecuencia absoluta y relativa correspondiente que permitió determinar el nivel de expectativa de los estudiantes de 4to y 5to de secundaria de los colegios públicos y privados de Lima.

Se utilizó la siguiente fórmula para calcular los porcentajes:

$$p = \frac{n}{N} * 100$$

#### **4.7. Procedimiento**

Se procesaron las encuestas aplicados a los estudiantes de 4to y 5to de secundaria en el 2015 y 2016, organizándoles en tabla de frecuencias y porcentajes, que permitieron comparar porcentualmente ambos resultados a través de las variables e indicadores, mostrándonos tendencias sobre el nivel de preferencias de los estudiantes por las carreras profesionales y su posicionamiento en el mercado.

**CAPÍTULO V:**  
**RESULTADOS**

## 5.1. Validez y confiabilidad de los instrumentos

Los instrumentos de medición fueron validadas a juicio de expertos, de ambos instrumentos, 2015 y 2016.

## 5.2. Presentación y análisis de los resultados

### 5.2.1 Presentación

En este capítulo se presenta los resultados obtenidos del Estudio de opinión estudiantil sobre preferencia por carreras profesionales, 2015 y 2016, que consistió en el desarrollo y aplicación de las encuestas para su posterior procesamiento, análisis e interpretación de resultados que se exponen en sus cuadros y gráficos correspondientes, que sirvieron de fundamento para la contrastación de los hipótesis y formulación de conclusiones y recomendaciones.

Se aplicaron dos encuestas a los estudiantes de 4to y 5to de secundaria de Lima, la primera encuesta en el 2015 con un total de 7 preguntas entre cerradas y abiertas y la segunda se en el 2016 con un total de 8 preguntas también entre cerradas y abiertas, organizados en función de las variables; la codificación de las categorías nos permitió tabular los resultados de la encuesta en el software estadístico SPSS y su respectivo procesamiento generó la tabla de frecuencias y gráficos, que fueron analizados e interpretados en función a las variables e indicadores que intervienen en la hipótesis.

### 5.2.2. Análisis de los resultados

#### **ESTUDIO DE OPINIÓN ESTUDIANTIL 2015-II: Colegios Públicos y privados de Lima**

**Cuadro 1: Colegio de procedencia**

<b>Colegio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Público	88	17,6
Privado	411	82,4
Total válido	499	100,0

Total encuesta 500

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

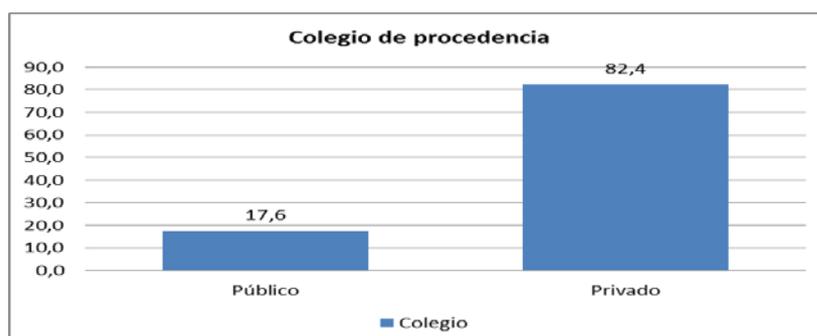


Figura 6: Colegio de procedencia

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

### Interpretación:

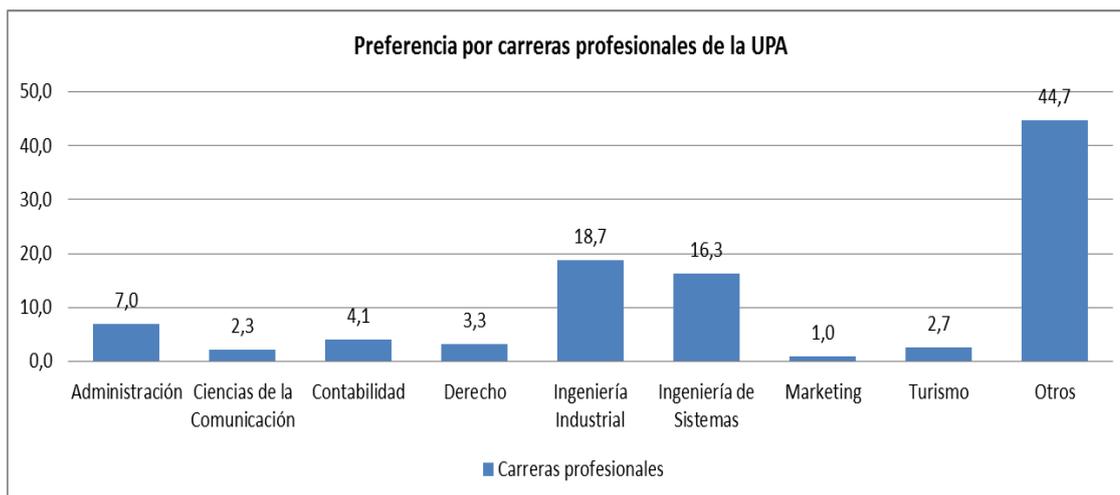
Los resultados explican que el 82.4% de los encuestados proceden de colegios privados y sólo el 17.6%, lo que explica que existe una clara tendencia, que los estudiantes que provienen de colegios privados, postularían en universidades particulares, en contraste, con aquellos estudiantes de colegios públicos, sólo el 17.6% postularían a universidades privadas.

### Cuadro 2: Preferencia por carreras profesionales iguales a las que oferta la UPA

Carreras profesionales	Frecuencia	Porcentaje
Administración	34	7,0
Ciencias de la Comunicación	11	2,3
Contabilidad	20	4,1
Derecho	16	3,3
Ingeniería Industrial	91	18,7
Ingeniería de Sistemas	79	16,3
Marketing	5	1,0
Turismo	13	2,7
Otros	217	44,7
Total válido	486	100,0

Total encuesta 500

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA



**Figura 7: Preferencia por carreras profesionales de la UPA**  
 Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

### **Interpretación:**

Las carreras profesionales que más prefieren los estudiantes son: Ingeniería Industrial (18.7%), seguida por Ingeniería de Sistemas (16.3%), administración de empresas (7%), contabilidad (4.1%), derecho (3.3%), Turismo (2.7%). Ciencias de la comunicación (2.3%) y marketing (1%), que en su conjunto representan el 55.3% y otras carreras 44.7%.

**Cuadro 3: Preferencia por otras carreras profesionales diferentes a las que oferta la UPA**

<b>Carreras profesionales</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Ing. civil	50	23,0
Medicina	40	18,4
Ing. mecánica	29	13,4
Arquitectura	20	9,2
Ing. electrónica	10	4,6
Ing. de minas	7	3,2
Ing. química	7	3,2
Ing. ambiental	6	2,8
Ing. eléctrica	5	2,3
Ing. mecánica	5	2,3
Psicología	5	2,3
Economía	4	1,8
Matemática Pura	3	1,4
Diseño gráfico	2	0,9
Ing. aeronáutica	2	0,9
Ing. económica	2	0,9
Ing. marítima	2	0,9
Ing. software	2	0,9
Agronomía	1	0,5
Aviación comercial	1	0,5
Ciencias Sociales	1	0,5
Diseño publicitario	1	0,5
Ing. electrónica	1	0,5
Física	1	0,5
Fuerzas armadas	1	0,5
Ing. empresarial	1	0,5
Ing. genética	1	0,5
Ing. naval	1	0,5
Ing. petrolera	1	0,5
Ing. petroquímica	1	0,5
Medicina forense	1	0,5
Nutrición	1	0,5
Odontología	1	0,5
Publicidad	1	0,5
<b>TOTAL</b>	<b>217</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

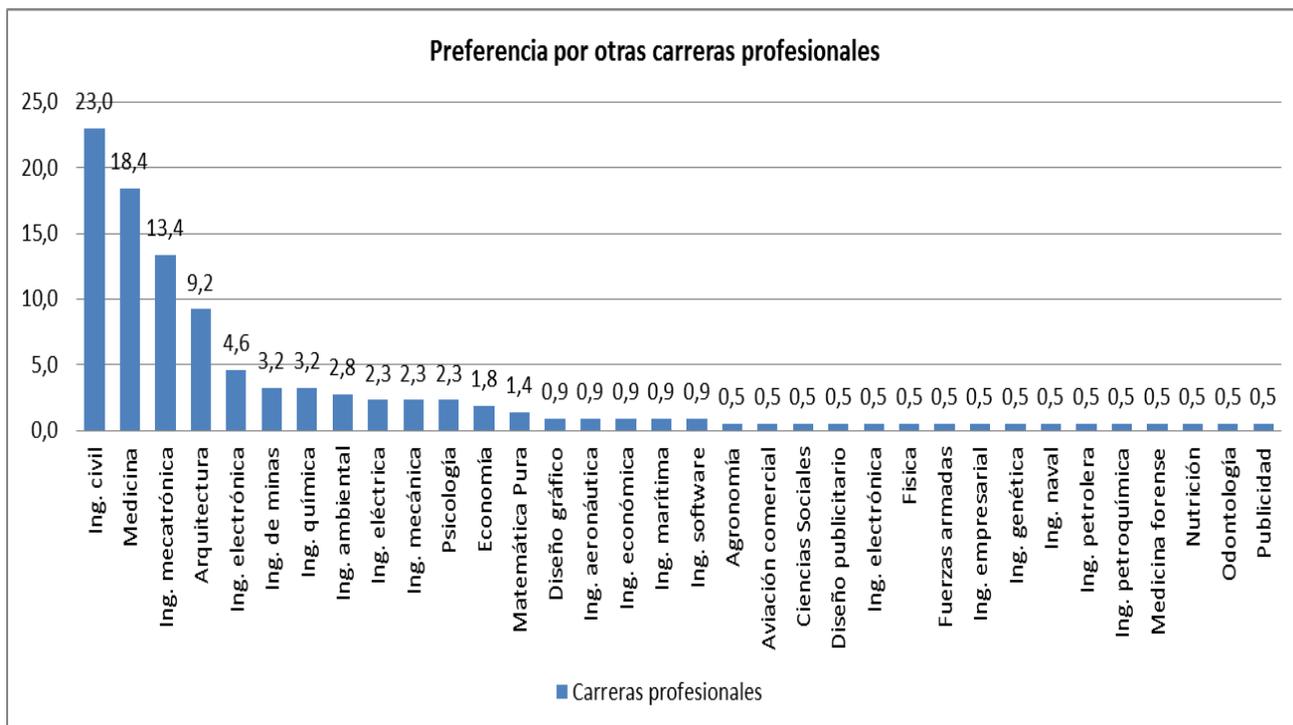


Figura 8: Preferencia por otras carreras profesionales  
Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

### Interpretación:

Los resultados evidencian que el 44.7% de los encuestados, prefieren carreras distintas a las que oferta la UPA, que se distribuyen siguiendo la escala ordinal en forma descendiente tenemos: el 23% de los encuestados prefieren la carrera profesional de ingeniería civil, el 18.4% la carrera de medicina, el 13.4% ingeniería mecatrónica, el 4.6% la carrera de ingeniería electrónica, el 3.2% la carrera de ingeniería de minas, al igual que la carrera de ingeniería química, el 2.8% la carrera de ingeniería ambiental, las carreras de ingeniería eléctrica, ingeniería mecánica y psicología, empataron con 2.3%, la carrera de economía alcanzó el 1.8% y la carrera de matemática pura alcanzó el 1.4%; las carreras de diseño gráfico, ingeniería aeronáutica, ingeniería económica, ingeniería marítima e ingeniería de software empataron con 0.9%; asimismo, un grupo de carreras profesionales tienen referencia de 0.5%, respectivamente.

**Cuadro 4: Motivos por lo que seleccionó la carrera profesional**

Motivos	Frecuencia	Porcentaje
Está de moda	14	2,8
Harta chamba	66	13,3
Mis amigos estudiarán esa carrera	8	1,6
Le agradería a mis padres	42	8,4
Otros	368	73,9
Total válido	498	100,0

Total encuesta 500

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

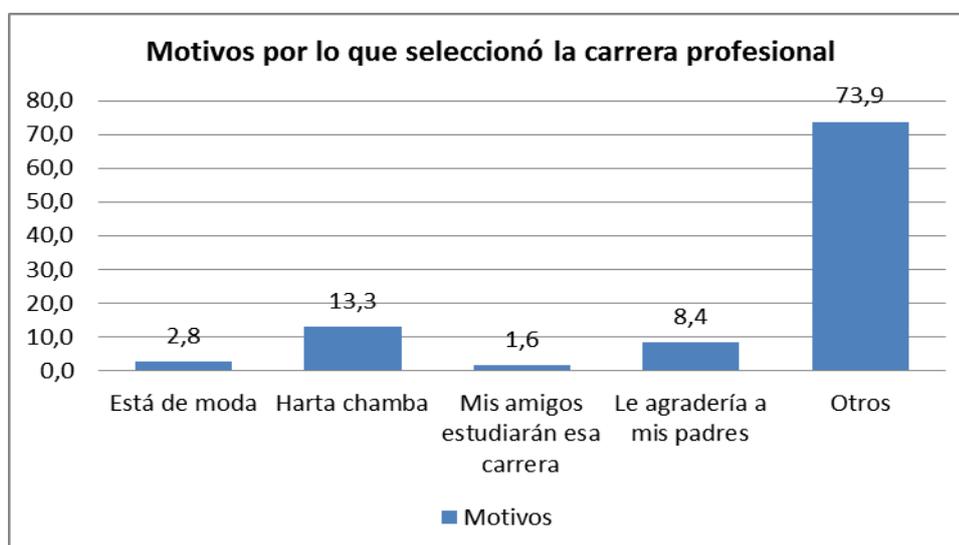


Figura 9: Motivos por lo que seleccionó la carrera profesional

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

### Interpretación:

Los resultados evidencian los motivos que le impulsarían a los estudiantes para elegir la carrera correcta, sería: el 13.3% elegiría la carrera porque existe una oferta laboral alta, el 8.4% de los encuestados seleccionarían la carrera profesional sólo por agradar a sus padres, el 2.8% porque la carrera está de moda y el 1.6% elegiría la carrera, sólo por imitar a sus amigos. Sin embargo, el 73.9% de los encuestados tendrían otros motivos para la seleccionar para seleccionar la carrera.

**Cuadro 5: Otros motivos por lo que seleccionó la carrera profesional**

Motivos	Frecuencia	Porcentaje
Me gusta la carrera	245	67,87
Es mi vocación	14	3,88
Me gusta matemáticas	8	2,22
Me llama la atención	6	1,66
Buenos ingresos económicos	5	1,39
Es interesante la carrera	4	1,11
Me gustaría salvar vidas	3	0,83
Tengo talento	3	0,83
Más posibilidades de trabajo	2	0,55
Me gusta dibujar	2	0,55
Me gusta el sistema de trabajo	2	0,55
Me gustan los niños	2	0,55
Me gustaría crear programas	2	0,55
Me identifico con la carrera	2	0,55
Abarca las áreas que más me gusta	1	0,28
Abarca varios aspectos	1	0,28
Adecuado a mi expectativa	1	0,28
Anhelos ser médico	1	0,28
Aportar a la mejora de la calidad	1	0,28
Me gusta el Arte	1	0,28
Buen ingeniero	1	0,28
Buena carrera	1	0,28
Carrera de mucho prestigio	1	0,28
Carrera muy solicitada	1	0,28
Defenderme legalmente	1	0,28
Desarrollo personal	1	0,28
Deseo estudiar	1	0,28
El Perú necesita ing. civiles	1	0,28
El trabajo que desempeño es sistemas	1	0,28
Es la carrera que me gusta hacer	1	0,28
Es mi meta	1	0,28
Es mi preferencia	2	0,55
Esa carrera me dará futuro	1	0,28
Estudio de la vida	1	0,28
Lleva cursos que me gusta	1	0,28
Me atrae la carrera	1	0,28
Me atrae las construcciones	1	0,28
Me gusta comunicarme	1	0,28
Me gusta construir, crear grandes proyectos	1	0,28
Me gusta el cuidado de la salud	1	0,28
Me gusta la fabricación	1	0,28
Me gusta la justicia	1	0,28
Me gusta la malla curricular	1	0,28
Me gusta la tecnología	1	0,28

Me gusta las asignaturas	1	0,28
Me gusta los negocios	1	0,28
Me gusta los planos, diagramas y diseños	1	0,28
Me gustan los robots	1	0,28
Me gustaría conocer el mundo	1	0,28
Me siento capaz	1	0,28
Me siento cómodo	1	0,28
Mejor desempeño	1	0,28
Mis hermanos estudian la carrera	1	0,28
Muy importante	1	0,28
Muy pedida en la actualidad	1	0,28
No hay en el Perú	1	0,28
Oportunidades de la carrera	1	0,28
Para autorrealización	1	0,28
Para defender a la gente humilde	1	0,28
Para todo necesitas un conocimiento de administración	1	0,28
Podría ayudar a mi padre en su empresa	1	0,28
Quiero hacer robots	1	0,28
Quiero ser profesional	1	0,28
Realizar obras innovadoras	1	0,28
Reflejo en ella lo que me gustaría hacer	1	0,28
Resulta interesante	1	0,28
Me gustaría salvar vidas	1	0,28
Siento que va conmigo	1	0,28
Me gustaría suturar	1	0,28
Tendré buen futuro	1	0,28
Tener mi empresa	1	0,28
Trabajo interesante	1	0,28
Va acorde a mis aptitudes	1	0,28
Yo decido la carrera	1	0,28
Total	361	100

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

**Cuadro 6: Alumnos de colegios públicos y privados de Lima, que desean estudiar en la UPA**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	197	39,8
No	298	60,2
Total válido	495	100,0

Total encuesta 500

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

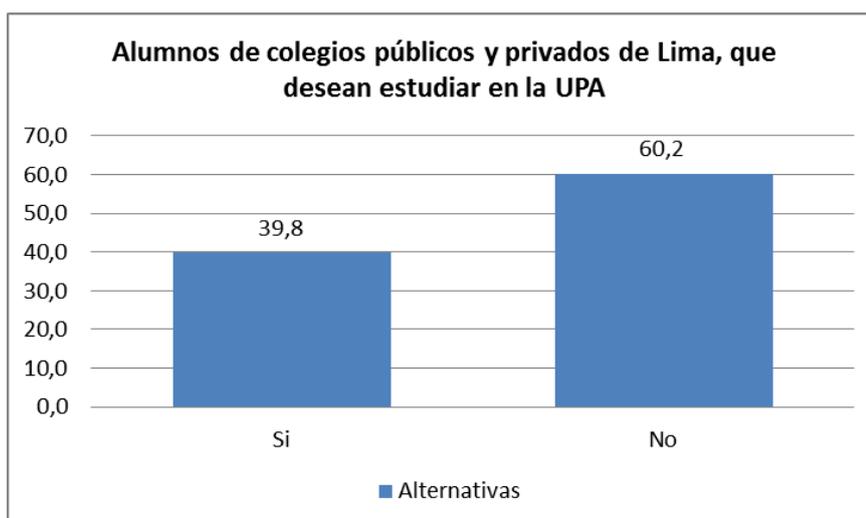


Figura 10: Alumnos de colegios públicos y privados de Lima, que desean estudiar en la UPA

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

### Interpretación:

Los resultados reflejan que el 39.8% de los encuestados procedentes de los colegios públicos y privados de Lima, estarían dispuestos estudiar en la UPA, alguna de sus carreras, mientras que el 60.2%, elegirían otras carreras en otras universidades.

**Cuadro 7: Preferencia por carreras profesionales iguales a las que oferta la UPA \* Alumnos de colegios públicos y privados que desean estudiar en la UPA – Tabla de contingencia**

Preferencia por carreras profesionales de la UPA	Alumnos de colegios públicos y privados que desean estudiar en la UPA		Total
	Si	No	
Administración	20	14	34
Ciencias de la Comunicación	3	8	11
Contabilidad	10	10	20
Derecho	6	10	16
Ingeniería Industrial	46	44	90
Ingeniería de Sistemas	39	40	79
Marketing	5	0	5
Turismo	8	5	13
Otros	60	166	226
Total	197	297	494

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

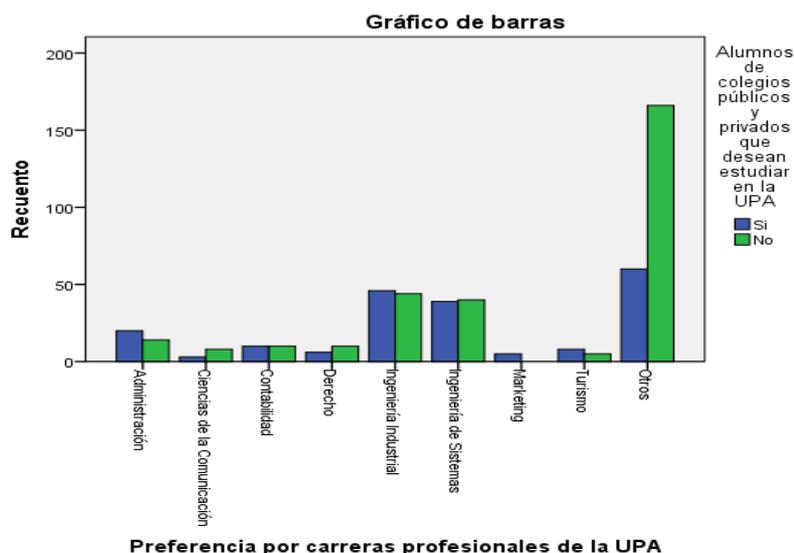


Figura 11: Alumnos de colegios públicos y privados que desean estudiar en la UPA y preferencia por carreras profesionales de la UPA

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

### Interpretación de resultados

Los resultados reflejan que el 39.89% de los alumnos procedentes de colegios públicos y privados de Lima, tienen preferencia por estudiar en la UPA, de los cuales, el 27.7% tienen preferencia por las carreras profesionales que oferta la universidad, mientras que el 12.1% desean estudiar en la UPA pero otras carreras profesionales.

Por otro lado, 60.12% de los alumnos de colegios públicos y privados no tienen preferencia estudiar en la UPA, es decir, el 26.52% van a estudiar carreras iguales a las que oferta UPA en otras universidades y el 33.60% de los encuestados prefieren estudiar carreras profesionales diferentes a las de la UPA, en otras universidades.

**Cuadro 8: Otras carreras profesionales que prefieren estudiar en la UPA**

Carreras	f	Porcentaje
Ing. civil	17	3,4
Medicina	10	2,0
Ing. mecatrónica	6	1,2
Arquitectura	5	1,0
Diseño Gráfico	2	0,4
Economía	2	0,4
Ing. ambiental	2	0,4
Ing. electrónica	2	0,4
Psicología	2	0,4
Ing. Aeronáutica	1	0,2
Ing. de minas	1	0,2
Ing. económica	1	0,2
Ing. marítima	1	0,2
Ing. Mecánica	1	0,2
Ing. naval	1	0,2
Ing. petrolera	1	0,2
Ing. química	1	0,2
Otras carreras en la UPA	56	11,2
Otras carreras en otras universidades	443	88,8
Total	499	100,0

Total encuesta: 500

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

**5.2.3. Análisis de resultados:****ESTUDIO DE OPINIÓN ESTUDIANTIL 2016-II: Colegios Públicos y privados de Lima****Cuadro 9: Sexo**

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	170	69%
Femenino	78	31%
Total	248	100%

Tamaño de muestra: 248 encuestas

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

**Interpretación:**

Los resultados reflejan que el 69% de los alumnos de 4to y 5to de secundaria encuestados en los diferentes distritos de Lima son varones y 31% son mujeres.

**Cuadro 10: Distrito en el que vive**

	Frecuencia	Porcentaje
San Juan de Lurigancho	63	26%
Ate	21	9%
Villa María del Triunfo	17	7%
Callao	13	5%
San Juan de Miraflores	13	5%
Santa Anita	13	5%
Santiago de Surco	13	5%
Lima	12	5%
Carabaylo	10	4%
Huaral	7	3%
Villa El Salvador	7	3%
San Borja	6	2%
San Martín de Porres	6	2%
El Agustino	5	2%
San Miguel	5	2%
Comas	4	2%
Independencia	4	2%
Breña	3	1%
Pachacamac	3	1%
Pisco - Ica	3	1%
Chorrillos	2	1%
Lince	2	1%
Los Olivos	2	1%
Lurigancho	2	1%
San Luis	2	1%
Chincha	1	0,4%
Jesús María	1	0,4%
La Unión - Huánuco	1	0,4%
La Victoria	1	0,4%
Magdalena	1	0,4%
Puente Piedra	1	0,4%
Punta Negra	1	0,4%
Rimac	1	0,4%
Total	247	100%

Tamaño de muestra: 248 encuestas

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

**Interpretación:**

Los resultados muestran que el 26% de los encuestados provienen del distrito de San Juan de Lurigancho, del distrito de Ate provienen el 9%, Villa María del Triunfo 7%, de los distritos de Callao, San Juan de Miraflores, Santa Anita, Santiago de Surdo y Cercado de Lima residen el 5%, respectivamente, otros distritos de Lima por debajo del 5%.

En los 8 distritos mencionados residen el 67% de los encuestados, que son nuestros clientes potencialmente universitarios.

Cuadro 11: Colegio de procedencia

	Frecuencia	Porcentaje
Privado	225	91%
Público	21	8%
Otro	2	1%
Total	248	100%

Tamaño de muestra: 248 encuestas

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

**Interpretación:**

Los resultados reflejan que el 91% de los encuestados estudian en colegios privados, mientras que el 8% en colegios públicos; es evidente, que los estudiantes de colegios privados prefieren estudiar en universidades privadas, mientras que los estudiantes de colegios secundarios públicos tienen preferencia por universidades públicas y sólo un pequeño grupo prefieren estudiar en las privadas.

Cuadro 12: Grado de estudio que cursa a la fecha

	Frecuencia	Porcentaje
4to. de secundaria	157	63%
5to. de secundaria	91	37%
Total	248	100%

Tamaño de muestra: 248 encuestas

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

**Interpretación:**

Los resultados muestran que al momento de aplicar la encuesta el 63% estaban estudiando en 4to de secundaria y el 37% en 5to de secundaria, que son los clientes potencialmente universitarios.

Cuadro 13: Desea continuar estudios en:

	Frecuencia	Porcentaje
Universidad	241	97%
Instituto técnico	3	1%
Instituto superior tecnológico	1	0,4%
Otro	3	1%
Total	248	100%

Tamaño de muestra: 248 encuestas

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

**Interpretación:**

Los resultados reflejan que la mayoría de los encuestados (97%) prefieren postular a universidades y sólo el 3% a otras instituciones de educación superior, es decir, a institutos técnicos, a institutos tecnológicos u otros como a las fuerzas armadas del Perú.

Cuadro 14: Carrera profesional de su preferencia: 1ra. Opción

	Frecuencia	Porcentaje
Ingeniería civil	32	14%
Ingeniería industrial	32	14%
Ingeniería de sistemas	25	11%
Ingeniería mecatrónica	24	10%
Arquitectura	23	10%
Medicina humana	12	5%
Administración de empresas	6	3%
Economía	6	3%
Ingeniería electrónica	6	3%
Ingeniería mecánica	6	3%
Contabilidad y finanzas	5	2%
Ingeniería de minas	5	2%
Negocios internacionales	5	2%
Derecho	4	2%
Ingeniería ambiental	3	1%
Ingeniería eléctrica	3	1%
Administración y marketing	2	1%
Administración y negocios internacionales	2	1%
Ciencias de la comunicación	2	1%
Estadística	2	1%
Ingeniería empresarial	2	1%
Ingeniería geológica	2	1%
Psicología	2	1%
Administración y gestión de empresas	1	0,4%
Agronomía	1	0,4%
Arqueología	1	0,4%
Aviación	1	0,4%
Comunicaciones	1	0,4%
Derecho y ciencia política	1	0,4%
Diseño	1	0,4%
Diseño de moda	1	0,4%
Farmacia y bioquímica	1	0,4%
Historia	1	0,4%
Hotelería y turismo	1	0,4%
Ingeniería aeronáutica	1	0,4%
Ingeniería agrícola	1	0,4%
Ingeniería automotriz	1	0,4%
Ingeniería comercial	1	0,4%
Ingeniería genética	1	0,4%
Ingeniería informática	1	0,4%
Ingeniería mecánica eléctrica	1	0,4%
Ingeniería mecánico-eléctrica	1	0,4%
Marketing	1	0,4%
Marketing y negocios internacionales	1	0,4%
Música	1	0,4%
Odontología	1	0,4%
Periodismo deportivo	1	0,4%
Relaciones Internacionales	1	0,4%
Total	236	100%

Tamaño de muestra: 248 encuestas

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

**Interpretación:**

Los resultados reflejan que las carreras más preferidas por los encuestados son ingeniería civil con 14% de preferencia, ingeniería industrial también con un 14%, ingeniería de sistemas con 11%, ingeniería mecatrónica y arquitectura con 10%, respectivamente, otras carreras tienen preferencia por debajo de 5%, con excepción de medicina humana que tiene una preferencia de 5%.

También los resultados muestran que las carreras profesionales afines o iguales que oferta la Universidad Peruana de las Américas, siguen siendo muy preferidas, donde ingeniería industrial alcanza el 14%, ingeniería de sistemas 11%, administración de empresas 3%, contabilidad y finanzas 2%, negocios internacionales 2%, derecho 2%, administración y marketing 1%, administración y negocios internacionales 1% y ciencias de la comunicación 1%; estas carreras han logrado su posicionamiento estratégico en el mercado tanto en la demanda de preferencias como en la demanda laboral. Lo que explica, que los clientes potencialmente universitarias seguirán prefiriendo formarse profesionalmente en nuestra universidad.

Cuadro 15: Carrera profesional de su preferencia: 2da. Opción

	Frecuencia	Porcentaje
Ingeniería civil	21	10%
Ingeniería de sistemas	20	10%
Ingeniería electrónica	11	5%
Ingeniería industrial	11	5%
Ingeniería mecatrónica	10	5%
Arquitectura	9	4%
Administración de empresas	8	4%
Contabilidad y finanzas	7	3%
Ciencia política	5	2%
Marketing	5	2%
Medicina humana	5	2%
Ciencias de la comunicación	4	2%
Derecho	4	2%
Economía	4	2%
Negocios internacionales	4	2%
Psicología	4	2%
Comunicaciones	3	1%
Ingeniería ambiental	3	1%
Ingeniería de minas	3	1%
Ingeniería eléctrica	3	1%
Ingeniería mecánica	3	1%
Administración empresarial	2	1%
Administración y negocios internacionales	2	1%
Agronomía	2	1%
Aviación comercial	2	1%
Biología	2	1%
Diseño de interiores	2	1%
Diseño gráfico	2	1%
Filosofía	2	1%
Ingeniería aeronáutica	2	1%
Ingeniería de software	2	1%
Ingeniería química	2	1%
Marketing y negocios internacionales	2	1%
Música	2	1%
Administración y gestión de empresas	1	0,5%
Administración y marketing	1	0,5%
Ciencias de la computación	1	0,5%
Ciencias de la Comunicación	1	0,5%
Derecho y ciencia política	1	0,5%
Diseño	1	0,5%
Diseño gráfico profesional	1	0,5%
Diseño gráfico técnico	1	0,5%
Enfermería	1	0,5%
Física	1	0,5%
Gastronomía	1	0,5%
Idiomas	1	0,5%
Ingeniería agrícola	1	0,5%
Ingeniería automotriz	1	0,5%
Ingeniería biomédica	1	0,5%
Ingeniería de industrias alimentarias	1	0,5%
Ingeniería de sonido	1	0,5%
Ingeniería económica	1	0,5%
Ingeniería geofísica	1	0,5%
Ingeniería geológica	1	0,5%
Ingeniería informática	1	0,5%
Ingeniería minera	1	0,5%
Marketing y publicidad	1	0,5%
Matemática pura	1	0,5%
Mecánica aeronáutico	1	0,5%
Petroquímica	1	0,5%
Publicidad	1	0,5%
Química	1	0,5%
Redes e informática	1	0,5%
Relaciones internacionales	1	0,5%
Traducción	1	0,5%
Traducción e interpretación	1	0,5%
Veterinaria	1	0,5%
Total	206	100%

Tamaño de muestra: 248 encuestas

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

**Interpretación:**

Los resultados reflejan el nivel de preferencia de los encuestados por las carreras profesionales como segunda opción, sigue siendo ingeniería civil con un 10%, ingeniería de sistemas también con 10%, ingeniería electrónica, ingeniería industrial e ingeniería mecatrónica con 5%, respectivamente, mientras que otras carreras tienen preferencia por debajo de 5%.

Cuadro 16: Te gustaría estudiar en las américas

	Frecuencia	Porcentaje
No	140	59%
Si	99	41%
Total	239	100%

Tamaño de muestra: 248 encuestas

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

**Interpretación:**

Los resultados de la encuesta aplicados a los estudiantes de 4to y 5to de secundaria de Lima, reflejan que el 41% tienen preferencia por la Universidad Peruana de las Américas, un mercado potencial, que podría ser aprovechado con un programa de marketing personalizado y focalizado principalmente en los distritos que mayor presencia tiene la universidad.

Cuadro 17: Ingreso familiar promedio

	Frecuencia	Porcentaje
Menor igual a 2000 soles	78	56%
De 2001 a 4000 soles	37	26%
De 4001 a 6000 soles	15	11%
De 6001 a 8000 soles	4	3%
Mas de 8000 soles	6	4%
Total	140	100%

Tamaño de muestra: 248 encuestas

Fuente: Dirección de Calidad y Oficina de Planificación - UPA

**Interpretación:**

Los resultados reflejan con respecto al ingreso familiar promedio de los encuestados, donde el 56% de las familias tienen ingresos mensuales por debajo de 2000 soles, el 26% tienen ingresos entre 2000 y 4000 soles, el 11% están en el rango de 4000 a 6000 soles, el 3% tienen ingresos entre 6000 y 8000 soles y el 4% de las familias tienen ingresos superiores a 8000 soles.

**5.3. Discusión de resultados****Nivel de preferencia por carreras profesionales**

Los estudios sobre preferencia por carreras profesionales tanto en los resultados de la encuesta de opinión aplicada en el 2015 como en el 2016, demuestran entre las carreras más preferidas a ingeniería civil, medicina, ingeniería mecatrónica y arquitectura.

Para fines del análisis se ha agrupado a las carreras profesionales en dos grupos teniendo en cuenta su nivel de preferencia, donde encontramos carreras profesionales que incrementan su nivel preferencia en el 2016 respecto a los resultados del año anterior, mientras que en otras carreras el nivel de preferencia disminuye en el mismo periodo de la referencia.

Entre las carreras profesionales que aumentaron su nivel de preferencia tenemos a arquitectura que se incrementó en 0.8%, ingeniería mecánica en 0.7%, economía en 1.2% e ingeniería empresarial en 0.5%, tal como se aprecia en el cuadro 18.

En cambio, en el segundo grupo de carreras profesionales disminuyeron su nivel de preferencia en el 2016 respecto al año anterior, entre ellas tenemos a ingeniería civil, medicina humana, ingeniería mecatrónica, ingeniería electrónica entre otros, que muestran una tendencia negativa, tal como nos refleja el cuadro 19.

**Hipótesis 1**

Si el análisis de la información estadística en los periodos 2015 y 2016 implica asertividad en la elección de las carreras del futuro, entonces las universidades deberán replantear la oferta en función a la demanda del mercado laboral.

Cuadro 18. Carreras profesionales que aumentaron su nivel de preferencia en el 2016 respecto al año anterior:

Carreras profesionales	Encuesta de opinión 2015		Encuesta de opinión 2016		Diferencia relativa
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
Arquitectura	20	9.2%	23	10%	0.8%
Ing. Mecánica	5	2.3%	6	3%	0.7%
Economía	4	1.8%	6	3%	1.2%
Ing. Empresarial	1	0.5%	2	1%	0.5%

Elaboración propia

Cuadro 19. Carreras profesionales que disminuyeron su nivel de preferencia en el 2016 respecto al año anterior:

Carreras profesionales	Encuesta de opinión 2015		Encuesta de opinión 2016		Diferencia relativa
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
Ing. Civil	50	23%	32	14%	-9%
Medicina humana	40	18.4%	12	5%	-13.4%
Ing. Mecatrónica	29	13.4%	24	10%	-3.4%
Ing. Electrónica	11	5.1%	6	3%	-2.1%
Ing. De minas	7	3.2%	5	2%	-1.2%
Ing. Ambiental	6	2.8%	3	1%	-1.8%
Ing. Eléctrica	5	2.3%	3	1%	-1.3%
Psicología	5	2.3%	2	1%	-1.3%
Ing. Aeronáutica	2	0.9%	1	0.4%	-0.5%
Agronomía	1	0.5%	1	0.4%	-0.1%
Ing. Genética	1	0.5%	1	0.4%	-0.1%
Odontología	1	0.5%	1	0.4%	-0.1%

Elaboración propia

Existe un grupo significativo de carreras profesionales que tuvieron una preferencia media y baja en el 2015, sin embargo, en el estudio del 2016, se aprecia ausencia de estas carreras, más bien, aparecieron otras carreras con diferentes niveles de preferencia (alta, media y baja).

Resaltamos, que las carreras de ingeniería industrial (14%), ingeniería de sistemas (11%) tienen preferencias altas, mientras que administración de empresas (3%), contabilidad y finanzas (2%), negocios internacionales (2%) y derecho (2%), tienen una preferencia media, que precisamente son las que oferta la UPA y otras carreras con niveles de preferencia iguales o menores al 1% han sido consideradas como bajas.

Lo que no significa que no se implementen estas carreras, ya que con un buen programa de marketing podría mejorar el nivel de preferencia y posicionamiento en el mercado, siempre y cuando exista un mercado laboral que requiera profesionales de estas carreras para captarla.

### **Posicionamiento de la UPA en el mercado universitario de Lima**

Analizando comparativamente los resultados de opinión de las encuestas en el 2015 y 2016, aplicados a los alumnos de 4to y 5to de secundaria en los colegios públicos y privados de Lima, específicamente sobre deseo de continuar estudios universitarios en la UPA, se llegaron a los siguientes resultados:

### **Hipótesis 2**

Si se analizan y aplican resultados de las encuestas tomados por la UPA a diferentes jóvenes de diversas áreas de Lima y provincias entonces se puede obtener el nivel de posicionamiento de las carreras que oferta y el planteamiento de estrategias de captación para el pregrado.

Cuadro 20: Deseo de seguir estudios en la UPA

	<b>Encuesta 2015</b>		<b>Encuesta 2016</b>		<b>Diferencia relativa</b>
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	
Si	197	39.8%	99	4%	1.2%
No	298	60.2%	140	59%	-1.2%
Total	495	100%	239	100%	

Elaboración propia

Los resultados reflejan, que el nivel de preferencia de los encuestados por estudiar una carrera en la UPA es alta, lo que explica que las carreras que oferta la universidad a los jóvenes, tiene un posicionamiento en el mercado universitario limeño; es decir, en el estudio del 2015, el nivel de preferencia por estudiar en la UPA fue de 39.8%, y en el 2016 alcanzó el 41%, incrementándose en 1.2%, resultados que afirman el posicionamiento de la universidad en el mercado, que le atribuimos a la implementación del programa de marketing de la universidad, y al posicionamiento de nuestros estudiantes en el mercado laboral.

## Conclusiones

- Los resultados de la encuesta del 2016, evidencian que las carreras profesionales de ingeniería civil (14%), arquitectura (10%), ingeniería mecatrónica (10%) y medicina humana (5%) tienen alto nivel de preferencia, sin embargo, la Universidad Peruana de las Américas no oferta estas carreras a la comunidad universitaria, a pesar que estas carreras experimentaron un crecimiento en el 2016, respecto al 2015.
- Los resultados de la encuesta del 2016, reflejan que las carreras profesionales de ingeniería mecánica (3%), economía (3%), ingeniería electrónica (3%) e ingeniería de minas (2%), tienen un nivel de preferencia medio.
- Los resultados de la encuesta del 2016, ratifican la preferencia por las carreras profesionales que oferta la UPA, atribuyéndole una preferencia alta a las carreras de ingeniería industrial (14%) e ingeniería de sistemas (11%) y una preferencia media a las carreras de administración de empresas (3%), contabilidad y finanzas (2%), negocios internacionales (2%) y derecho (2%).
- Los resultados confirman, que las carreras profesionales ofertadas por la Universidad Peruana de las Américas mantiene un alto nivel de posicionamiento en el mercado universitario, respaldado por el 39.8% de las preferencias en el 2015 y por el 41% en el 2016, producto de la implementación de las estrategias, ubicación geográfica, plana docente altamente calificado, gestión de calidad académica, infraestructura, entre otros.

## **Recomendaciones**

- Implementar las carreras profesionales de ingeniería civil, arquitectura y mecatrónica con moderno equipamiento, debido a su alto nivel de preferencia, en un corto plazo, para satisfacer la demanda insatisfecha existente por seguir estudios universitarios y cubrir la demanda laboral actual, compitiendo con universidades que tienen posicionados estas carreras.
- Implementar las carreras profesionales de ingeniería mecánica, economía e ingeniería electrónica en un mediano plazo, de acuerdo a las tendencias de mercado y la demanda laboral.
- Fortalecer las carreras profesionales actuales de la UPA, sobre todo a las carreras profesionales que tienen un nivel de preferencia medio (administración y gestión de empresas, contabilidad y finanzas, marketing y negocios internacionales, derecho), a fin de aplicar planes de mejora para las carreras profesionales con un nivel de preferencia bajo (ciencias de la comunicación y administración de servicios turísticos).
- Para competir en el mercado de las universidades que ofrecen carreras profesionales como turismo, ciencias de la comunicación y marketing, así como en la oferta de la reciente carrera de psicología, se requiere alianzas estratégicas para motivación, vinculación con la demanda laboral, la investigación, acciones de responsabilidad social y el equipamiento moderno de sus laboratorios, biblioteca y programas actualizados en sistemas de información en cada carrera.

## Referencias bibliográficas

- SINEACE. (2016). Estudio de oferta formativa y demanda laboral vinculadas a la gestión de riesgos de desastres y cambio climático. Primera Ed. Lima. Perú.
- Meza Minanya, E, Et. al. (2012). Bases teórico práctico para elaborar la matriz de consistencia en proyectos de investigación. Lima. Perú.
- Grande Esteban, Ildefonso. (2005). Marketing de los servicios. 4<sup>a</sup> Ed. Edit. Esic Editorial. Madrid. España.
- <http://larepublica.pe/05-03-2015/los-millennials-seran-la-mayor-fuerza-laboral-del-peru-en-el-2030>
- <http://peru21.pe/multimedia/imagen/t-383929>
- <http://elcomercio.pe/visor/1848758/1223245-10-profesiones-mas-pedidas-empresas-2015-noticia>
- Llinkay Yachay SAC. (2016). Estudio de mercado para la ampliación de nuevas carreras profesionales y maestrías. Para uso confidencial de: Universidad Peruana de Integración Global SAC. Lima – Perú.

## ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

### Estudio de opinión estudiantil sobre preferencia por carreras profesionales, 2015 y 2016.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES				
<p><b>Problema general:</b></p> <p>¿Cuál es el nivel de preferencia y la opinión estudiantil de los jóvenes de Lima por las carreras que ofrecen las universidades y el posicionamiento de la Universidad Peruana de las Américas en los períodos 2015-II y 2016-II?</p> <p><b>Problemas específicos:</b></p> <p>A. ¿Cuáles son los indicadores y la información estadística en los períodos 2015 y 2016, que sustente con asertividad la demanda de carreras profesionales y las expectativas de los jóvenes para elegir una carrera?</p> <p>B. ¿En qué medida el posicionamiento de la UPA, con las carreras que ofrece, está relacionado con el mercado estudiantil y laboral?</p> <p>C. ¿Qué nuevas carreras profesionales deberán aperturarse en el mediano plazo en la UPA, según las tendencias del mercado laboral y las expectativas de los jóvenes en futuras generaciones?</p>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Obtener información oportuna y confiable que permita plantear nuevas estrategias en la UPA en concordancia con las expectativas y opinión estudiantil de los jóvenes que desean elegir una carrera del futuro.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>A. Obtener información estadística en los períodos 2015 y 2016 de las expectativas de los jóvenes para que la UPA atienda en forma oportuna y con asertividad a los postulantes que proceden de las diversas áreas de Lima.</p> <p>B. Tomar conocimiento de la demanda de las carreras del futuro a nivel nacional y de Lima, para medir el nivel de posicionamiento de la UPA en el mercado estudiantil y laboral.</p> <p>C. Tener como referencia la información analizada en el presente estudio para que oriente la creación de nuevas carreras a nivel de pregrado y posgrado.</p>	<p><b>Hipótesis general:</b></p> <p>En qué medida el nivel de expectativa y la opinión estudiantil de los jóvenes tiene certeza sobre la carrera profesional que debe elegir para lograr una adecuada calidad de vida y status en el mercado laboral.</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b></p> <p>A. Si el análisis de la información estadística en los períodos 2015 y 2016 implica asertividad en la elección de las carreras del futuro, entonces las universidades deberán replantear la oferta en función a la demanda del mercado laboral.</p> <p>B. Si se analizan y aplican resultados de las encuestas tomados por la UPA a diferentes jóvenes de diversas áreas de Lima y provincias entonces se puede obtener el nivel de posicionamiento de las carreras que oferta y el planteamiento de estrategias de captación para el pregrado y posgrado.</p>	<b>V. 1: Preferencia por carreras profesionales</b>				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Índice de valoración	
			Vocación	*Preferencia por carreras UPA *Preferencia por carreras diferentes de UPA *Preferencia por estudiar en UPA carreras no ofertadas	2, 3, 7		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> <li>• No.</li> </ul>
			Motivación	*Procedencia de colegios públicos y privados *Motivos para selección de carreras *Otros motivos para selección de carrera *Deseo de estudiar en UPA	1,4,5,6		
<b>V. 2: Posicionamiento de carreras profesionales</b>							
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Índice de valoración				
Imagen y marca	*Preferencia por carrera 1ra opción *Preferencia por carrera 2da opción	6 y 7		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> <li>• No</li> </ul>			
Cognitivo	* Sexo * Distrito de residencia *Procedencia de colegios públicos y privados *Grado de estudio alcanzado *Deseo de estudiar estudios superiores *Deseo de estudiar en UPA *Ingreso familiar promedio	1, 2, 3, 4, 5, 8					

### ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Estudio de opinión estudiantil sobre preferencia por carreras profesionales, 2015 y 2016.

TIPO Y DISEÑO	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS	PROPUESTA DE MARCO TEÓRICO
<p><b>Tipo:</b> La presente investigación, puede ser tipificada como Aplicada Descriptivo.</p> <p><b>Diseño:</b> No Experimental - Longitudinal de tendencia</p> <p>T1 → T2 → T3 → Tn</p>	<p><b>Población:</b> La población está constituida por los estudiantes de 4to y 5to de secundaria de Lima, que en el 2015 alcanzó una cifra de 241,424 y en el 2016 alcanzó los 242,235.</p> <p><b>Muestra:</b> La muestra de los alumnos de 4to y 5to de secundaria fue No Probabilística de conveniencia. Casal y Mateu (2003), dicha representatividad se da en base a una opinión o intención particular de quien selecciona la muestra. (MEZA, CEVALLOS y REYES 2012, p.130).</p>	<p><b>1. Técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario de encuesta,</b> aplicado a los estudiantes de 4to y 5to de secundaria en los colegios públicos y privados de Lima, para conocer el nivel de preferencia por las carreras profesionales y su posicionamiento.</p> <p><b>3. Técnica de Opinión de expertos y su instrumento el informe de juicio de expertos,</b> aplicado a 5 magísteres o doctores en el área, para validar el cuestionario.</p>	<p>La hipótesis de trabajo será procesada a través de la tabla de frecuencia absoluta y relativa que determina la relación entre las V1 y V2.</p> <p>Se utilizará la siguiente fórmula para muestras independientes:</p> $p = \frac{n}{N} * 100$ <p>Donde:</p> <p>p= Frecuencia relativa</p> <p>n= Fracción de la muestra</p> <p>N= Tamaño de la muestra</p>	<p>3.1 Antecedentes 3.2 Bases teóricas</p> <p><b>Primera variable (X)</b> 1. Preferencia por carreras profesionales</p> <p><b>Segunda variable (Y)</b> 2. Posicionamiento de carreras profesionales</p> <p>.3 Términos básicos</p>