

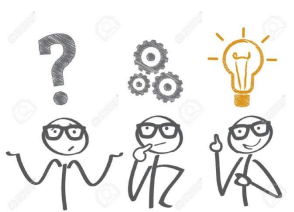
Análisis de la de la demanda de estudiantes de la carrera de Contador Público en la FCA y CS de la UAT y estrategias para intervenir en acción a la mejora.

Silvia Patricia Muñoz Castellanos  
Gabriela Ortega Cervantes  
Cesar Alejandro Muñoz Castellanos

Noviembre de 2019

## Antecedentes.-

- Las actividades académicas se iniciaron el día 19 de noviembre de 1956, con la Carrera de Contador Público y Auditor ,se inició con 14 alumnos.
- En el año 1976, 20 años después, la Facultad cambió sus instalaciones que ocupa actualmente, en la Colonia Infonavit Fundadores
- Actualmente, junio de 2018, cuenta con 2,426 alumnos de las cinco carreras que se imparten de las cuales, la carrera de Contador Público cuenta en total turno matutino y vespertino con 503 alumnos , el resto de la población de estudiantes corresponden a las carreras de Licenciado en Administración, Licenciado en Comercio Exterior, Licenciado en Informática y Licenciado en Derecho.
- Este análisis comprende actualizaciones del Análisis de la disminución de la matrícula de nuevo ingreso de los alumnos de la carrera de Contador Público de la FCA y CS de la UAT y estrategias para intervenir en la acción a la mejora publicado en Mayo de 2019 como parte del libro Sustentabilidad y Competitividad Global en las Organizaciones. Una edición del Departamento de Fomento Editorial de la Universidad Autónoma de Tamaulipas



## Problema.

La carrera de Contador Público fue la pionera en la F.C.A. y C.S., han pasado muchas generaciones, es preocupante como **ha ido disminuyendo la matrícula en últimos años.**

Hasta 2010 la carrera contaba con matrículas de turno tanto matutino como vespertino.

- A partir del periodo **2011-1** disminuyó la matrícula de turno vespertino, así lo fueron los periodos 2012-1, 2013-1, 2014-1 .
- Hasta el **periodo 2015-1**, en el que disminuyeron tanto turno vespertino como matutino.
- A partir de 2016-1, 2017-1 y 2018-1 la disminución de la matrícula únicamente afectó en el turno vespertino, por lo que **es relevante hacer un estudio para que la matrícula se incremente o se mantenga.**

## Objetivo General:

Identificar factores internos y externos que afectan y que inciden en la matrícula de los alumnos de nuevo ingreso en la carrera de Contador Público de la F.C.A. y C.S. de Nuevo Laredo de la U.A.T.

Establecer el grupo óptimo de factores que inciden y requieren intervenir para implementar un Plan de acción Institucional para incrementar la matrícula.



## Objetivos específicos:



- 1.- Análisis Comparativo de la competencia,
- 2.- Elaboración de entrevista y encuestas abiertas para detectar variables que afectan la disminución de la matrícula.
- 3.- Aplicación de encuestas a estudiantes, profesores y empleadores para elaborar un análisis.
- 4.- Análisis de Resultados mediante la aplicación de un método estadístico (SPSS).
- 5.- Elaboración de Informe Final para implementar el Plan de acción Institucional .



## Justificación

Investigación para conocer a nuestra competencia .y saber que ofrecen a los estudiantes de la misma carrera en cuanto a currícula, profesionalismo de maestros, instalaciones de la institución, tecnología, servicios administrativos, convenios, vinculación con otros organismos; los medios de difusión que emplean para atraer al estudiante.

Con los resultados de este proyecto de investigación se establecerán estrategias que beneficiaran tanto a la Universidad, la Unidad Académica, los alumnos, los maestros y las necesidades actuales de mercado laboral y además servirán para posteriores investigaciones.

## Marco Teórico

La gestión educativa desde el punto de vista pedagógico, promueve el aprendizaje de manera conjunta de alumnos, profesores y la Institución, la cual forman una comunidad del aprendizaje para interactuar continuamente de manera responsable en el mejoramiento de los aprendizajes de los estudiantes para tener una formación integral como miembros de una sociedad, preparándolos para su vida laboral.

## Marco Teórico

Rivas (1989) explica que se dan una serie de características en los estudiantes: manifiestan de manera limitada la experiencia en el momento de analizar su elección ajeno a su experiencia personal y que **finalmente lo realizan al azar y con improvisación** , están condicionados por **factores internos** (desconocimiento de sí mismos, características psicológicas del periodo evolutivo, etc.), así como de **factores externos (recursos familiares, oportunidades, etc.; en la mayoría de los estudiantes se puede constatar la falta de madurez vocacional).**

# Marco Teórico

Loveles (2019) Enlista en EducationCorner factores a considerar para elegir Universidad.

**Acreditación**, asegurarse de que los programas son validos; **Tipo de escuela**, elegirla conforme al interés personal sobre la oferta de programas; **Ubicación Geográfica**, incremento de costo de estudios es ligado a este factor; **Tamaño de la Escuela**, las universidades grandes suelen tener mayores recursos pero menos atención personalizada y las pequeñas suelen ser mas especializas en aéreas como las artes con atención mas personalizada. **Costo Total**, dependido de la Universidad y carrera elegida se involucran costos adicionales de comida, transporte, estancia, libros, entre otros; **Calidad Académica**, estadísticamente en que rango académico se encuentra la Universidad y carrera a elegir , cual es el % estudiantes que obtienen trabajo al egresar?; **Profesorado**, asegurarse que los profesores de la institución tienen la calidad y prestigio adecuado; **Ambiente del Campus**, los ambientes son muy diversos, es importante visitar personalmente la universidad; **Carreras Académicas**, es factor determinante que la universidad elegida ofrezca la carrera que deseas estudiar; **Oportunidad de Trabajo**, hay Universidades que tienen bien fundadas relaciones con industrias y proveed bolsa de trabajo con comunicación directa entre empleadores y los egresados; **Pedir Ayuda/Consejo**, Principalmente a la familia; y por ultimo **Perspectiva**, hay muchos factores a considerar para elegir tu carrera y universidad, es recomendable hacer las cosas con calma , paso a paso, y poco a poco encontrar lo especifico deseado .

# Marco Teórico

Así mismo Elvir, Y (2013) indica, que los alumnos después de considerar las **fuentes de financiamiento**, está condicionada a; **Factores Espaciales** relacionados con la **cercanía de la Unidad Académica**, la transportación de su casa a la Universidad y al trabajo, para los que estudian y trabajan, los servicios conexos cercanos a la Universidad como lo es la **Biblioteca, papelería, librerías, servicio de copiado, etc.**

**Factores Académicos**: Oferta académica, el grado de especialidad, demanda percibidas, hacer atractivo el **marketing de los servicios**,

# Marco Teorico

**Estudios de casos, experiencia demostrativa, aprender haciendo, Conferencistas invitados, viajes académicos, visitas de campo a otras universidades, empresas ubicadas en ciudades y centros del extranjero, con posibilidad de realizar pasantías.**

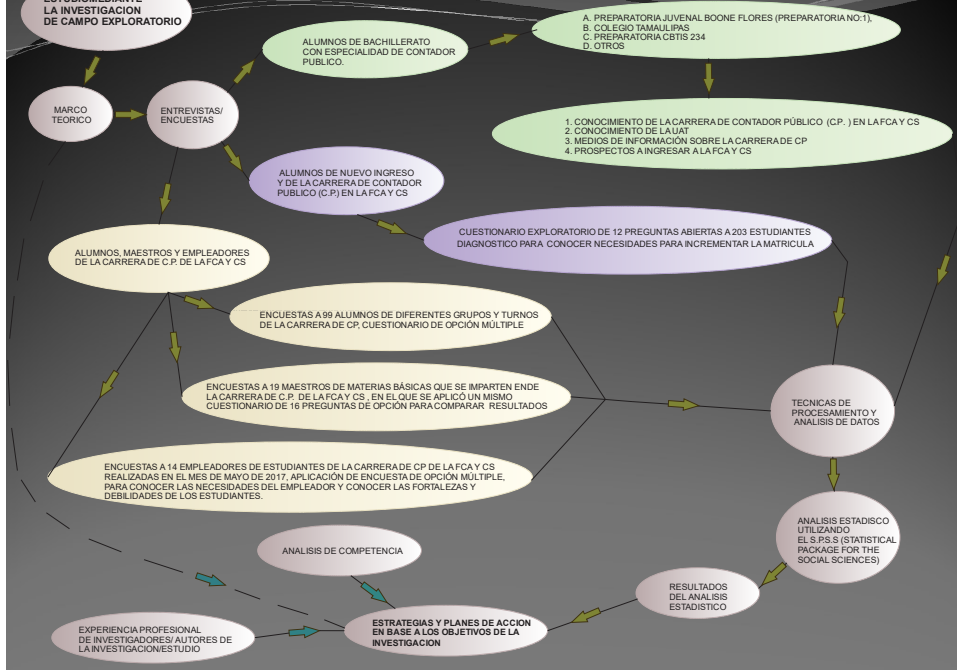
**El prestigio de los docentes** ( que presentan libros, son investigadores, asesoran empresas públicas o privadas), ya que los docentes con prestigio pueden contribuir un balance entre lo real y la teoría.

# Metodología

Este proyecto es un estudio mediante investigación de campo exploratoria, realizando entrevistas y encuestas a alumnos de preparatoria del bachillerato con especialidad contable, a maestros y alumnos tanto de nuevo ingreso como demás periodos de la carrera de contador público de la unidad académica, así como empleadores de estudiantes de la facultad y aplicación del método estadístico SPSS.



# Diagrama Metodológico



## Análisis de Competencia en las Universidades de la localidad que imparten la carrera de Contador Público

NOMBRE UNIVERSIDAD	INSCRIPCION	PERIODO	COSTO	ACTIVIDADES	SERVICIO SOCIAL	PRACTICAS PREPROFESIONALES	FORMAS DE TITULACION	BECAS	IDIOMA	OTROS	CERTIFICACION
Royal	Manual 1er. Periodo, examen electrónico	9 semestres	Alto	Culturales y deportivas	si	si	Tesis, Examen de Ceneval y Promedio.	Beca, Y 2do. Lugar de ingreso	Inglés todos los periodos	Uniforme Obligatorio	
Icost		cuatrimestral, 3 años	Semejante a la de la FCA y CS				Tesis, Examen de Ceneval y Promedio.		Inglés todos los periodos	Bolsa de trabajo y Código de Ética	
Utipanam	simple	9 tetrimestres	Costo Promedio				Tradicional	no mencionan	Inglés 2 periodos		
Tecnémio		8 semestres	Alto				Tesis, Examen de Ceneval y Promedio.	Becas al mérito académico, Beca académica, Beca familiar, Beca del esfuerzo y CECOBICA	si	formación de Carrera y personal	si
Tecnológico de Nvo. Laredo	simple	9 semestres	bajo		SI	SI	Tesis, Examen de Ceneval y Promedio.	becas: de titulación, servicio social, excelencia vinculación, capacitación y de movilidad	no	Residencia Profesional, Beca de trabajo, Diplomados	
FCA Y CS, UAT	simple	8 semestres/ plan nuevo 9 semestres	bajo	si	si	si	Se titulan por Tesis, CENEVAL, examen profesional y por promedio general de (9.7) y toefl obligatorio	Becas Internas( promedio y para hijos de sindicalizados), becas federales, estatales y municipales (manutencion, Prospero, Sedesol)	Inglés 2 periodos	Bolsa de trabajo	Nacional e Internacional en la carrera de Contador Público

## Entrevistas con alumnos de bachillerato con especialidad de Contador Público

Preparatoria Juvenal Boone Flores (Preparatoria No:1), Colegio Tamaulipas  
Preparatoria CBTis 234  
Conocimiento de la carrera de Contador Público (CP) en la FCA y CS

- Conocimiento de la UAT**
- Medios de Información sobre la carrera de CP**
- Prospectos a ingresar a la FCA y CS**



## Entrevistas a alumnos de nuevo Ingreso y de la carrera de Contador Público en FCA y CS

Encuestas aplicando un cuestionario de 12 preguntas a 203 estudiantes de la carrera de Contador Público de la FCA y CS de ambos turnos y de diferentes grados, para diagnóstico y para conocer necesidades para incrementar la matrícula, aplicando un cuestionario exploratorio con preguntas abiertas.



## Aplicación de encuestas a Alumnos, Maestros y Empleadores de la Carrera de C.P, de la FCA y CS

Encuestas a 99 alumnos de diferentes grupos y turnos de la carrera de CP, cuestionario de opción múltiple.

Encuestas a 19 maestros de materias básicas que se imparten en la carrera de C.P. de la FCA y CS, en el que se aplicó un mismo cuestionario de 16 preguntas de opción para comparar resultados.

Encuestas a 14 empleadores de estudiantes de la carrera de CP de la FCA y CS realizadas en el mes de mayo de 2017, aplicación de encuesta de opción múltiple, para conocer las necesidades del empleador y conocer las fortalezas y debilidades de los estudiantes.



## Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

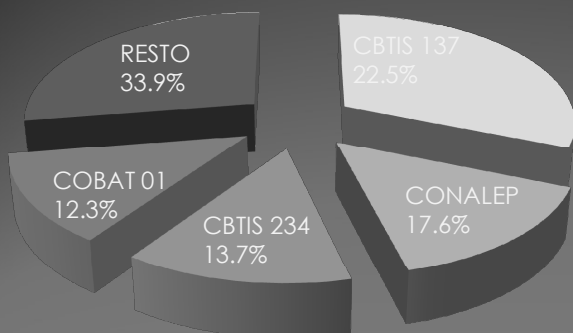
Al recopilar la información, se estudiaron los cuestionarios a aplicar y se aplicó el método estadístico SPSS para obtener resultados y hacer un análisis de frecuencias para formular reporte final sobre las estrategias para establecer un plan de acción de dicha investigación



## RESULTADOS

**% DE LOS 503 ALUMNOS MATRICULADOS EN 2018/2019 EN LA CARRERA DE CONTADOR PUBLICO FCS Y CS DE LA UAT CONFORME A LA PROCEDENCIA**

- Es la carrera que les gusta (28.7%)
- Es una buena Escuela y con Prestigio (13.4%)
- Porque consideran que es buena opción (12.4%)
- Por la flexibilidad de horarios (11.9%)
- La cercanía a sus casas, facilidades económicas, les gusta la FCA Y CS, por superación (25.3%)



## RESULTADOS

La mayoría de los alumnos se enteran de la Facultad de Comercio, Administración y Ciencias Sociales (FCA y CS) por los **familiares, amigos y conocidos** (66.2%)

El 67.6% **no tiene orientación vocacional**.

Consideran que la información más necesaria que deben conocer en las preparatorias para ingresar a la FCA y CS es todo lo referente a las **carreras que ofertan y sus costos** (36.3%), la **necesidad de orientación vocacional y como aplicar su carrera profesional en el campo laboral** (14.7%), así como tener conocimiento en **los programas de estudios y de las materias que cursan en su carrera** (14.7%).

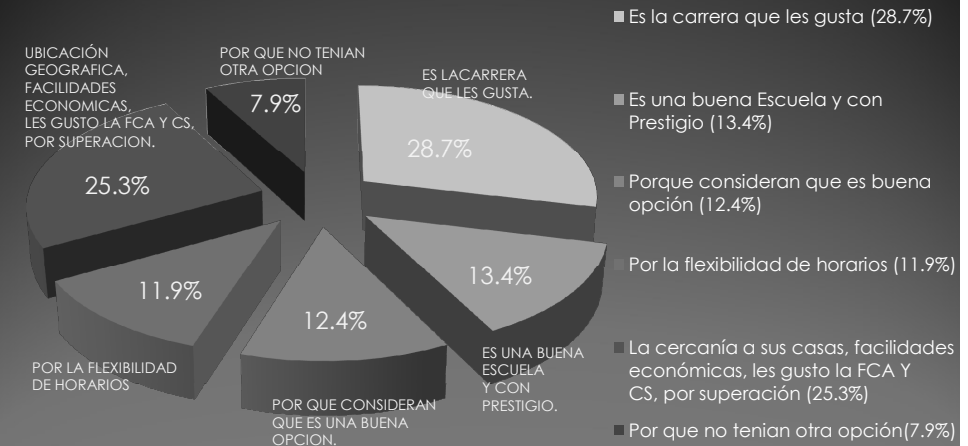
## RESULTADOS

Información adicional que consideran necesaria conocer:

Sobre las **Becas que ofertan o promueven, la calidad de la Institución (Certificaciones), la flexibilidad en los horarios, la ubicación, información sobre la documentación que requieren para ingreso, los requisitos de inscripción, la calidad de maestros que forman parte de la Institución, los diferentes convenios con los que cuenta nuestra FCA y CS, la existencia de Bolsa de trabajo.**

## Resultados

**% DE LAS RAZONES POR LAS QUE LOS ALUMNOS ESCOGIERON INGRESAR A LA CARRERA DE C.P. EN LA FCA Y CS DE LA U.A.T.**



## Resultados

Se les cuestionó su opinión sobre la **imagen de la FCA y CS**: el (49.1%) la considera **muy buena**, (29.2%) **buena**, (11.9%) **Excelente**, (7.4%) **Regular**, (2%) **Mala**, (2.5%) **Muy mala** y el (3%) respondió que no tienen **ninguna opinión al respecto**.

**A los alumnos les gustaría implementar o mejorar en la FCA y CS:** Baños e instalaciones (13.9%); mejorar la cátedra y asistencia de los maestros (9.4%); que las materias que se imparten en la carrera de CP apliquen más prácticas, debates, visitas a empresas (9.4%), más y mejor tecnología, mejorar el equipo de cómputo y tener más proyectores (6.9%), que exista un módulo permanente con horario corrido para asistencia e información a los alumnos (9.4%). Entre otras: Mejorar las actividades de deportes, mejorar el internet, actualizar biblioteca, tener más y mejor vigilancia, mejorar la imagen de la facultad, apoyo en transporte, hacer publicidad, tener actividades de convivencia estudiantiles, buzón de quejas y compromiso de cumplir, servicio de enfermería, apoyo a los encuestados considera que no es necesario implementar nada y un (1%) opina que es bueno y así está bien.

## Resultados

**Los alumnos sugieren** que la facultad debería **promoverse informando de lo mejor que tiene la FCA y CS (22,3%); con platicas y visitando a las preparatorias (19.3%); por medio de publicidad por los propios estudiantes (16.8%); por medio de folletos (13.4%); por medio de conferencias (8.9%)** y entre otros: **formación de un equipo eficaz para promover la carrera; por medio de redes sociales, por Facebook y anuncios multimedia; publicidad por televisión, radio, periódico; con logo de la FCA y CS y la carrera en artículos para tener identidad; promover a las preparatorias recorridos a nuestra Facultad y realizar eventos culturales.**

## Resultados significativos alumnos y maestros

FALTA DE MANTENIMIENTO EN INSTALACIONES
FALTA DE CAPACITACION DE SOFTWARE QUE SE UTILIZA EN PROFESION
LOS ALUMNOS REQUIEREN DE ASESORIAS ACADEMICAS
CENTRO DE IDIOMAS (INGLES)
REALIZAR DIAGNOSTICO PREVIO DEL PERFIL PROFESIONAL AL ESTUDIANTE
REALIZAR DIAGNOSTICO DEL PERFIL DEL MAESTRO EN SU AREA DE ESPECIALIDAD
NECESIDAD DE ORIENTACION VOCACIONAL

## Resultados de empleadores a alumnos FCA y CS

FALTA DE CAPACIDAD ORAL Y ESCRITA
FALTA DE CAPACIDAD PARA HABLAR Y ESCRIBIR IDIOMAS EXTRANJEROS
FALTA DE ADAPTACION AL CAMBIO
FALTA DE LIDERAZGO
SIN ESPIRITU DE INICIATIVA EMPRENDEDORA
FALTA DE PLANIFICACION Y USO DEL TIEMPO EFECTIVAMENTE
FALTA DE CAPACIDAD DE AUTOAPRENDIZAJE
FALTA DE CREATIVIDAD

## Plan de Acción

- Los Estudiantes de la Facultad de Comercio, Administración y Ciencias Sociales (FCA y CS ) en su mayoría tiene una opinión positiva en cuanto a la imagen de la Institución en General y es una gran ventaja, a pesar de que la mayoría de los estudiantes de la carrera de Contador Público (C.P) no tuvieron orientación vocacional, la mayoría de ellos escogieron ingresar a la Institución porque les gusta la carrera.
- Definitivamente para establecer las estrategias considerar nuestras fortalezas y debilidades como institución, como administrativos, como maestros, como estudiantes y mejorar nuestra relación con el sector público y privado.
- Influir en la implementación de mejores programas de orientación vocacional en las escuelas preparatorias o en su implementación.

## Plan de acción

- Como institución se recomienda para poder promover nuestra carrera:  
Mejorar las instalaciones y los sanitarios, el equipo de tecnología: de cómputo, internet, proyectores. Crear video promocional de Orientación Vocacional , difundirlo.
- A los administrativos:  
Establecimiento un módulo informativo permanente para atención del estudiante.  
Establecer servicio de Orientación Vocacional para los alumnos que deseen ingresar a la Unidad Académica, con el fin de facilitar o identificar su inclinación por la carrera que son competentes.  
Hacer un diagnóstico para el perfil del maestro con relación a su experiencia profesional para que esté relacionado al área de las materias que imparte.  
Tener un Área para asesorías académicas permanentes, sabemos que existen las tutorías académicas, pero es necesario implementar un espacio para que los mismos alumnos becados o de servicio social presten asesorías a sus compañeros en el momento en que lo requieran.

## Plan de acción

Los alumnos requieren del idioma Ingles: podrían aprovecharse los convenios con TAMIU para solicitar becas o bien facilidades económicas para cursos ya sea que se impartan en Laredo Texas o bien maestros vengan a impartirlos a nuestra unidad académica como ya se había hecho anteriormente. Impartir algunas clases en idioma Ingles.

Hacer una evaluación a los maestros de tiempo completo que no están cumpliendo con las actividades de desempeño docente y únicamente cumplen con asistencia a clases sin participar en academias, investigación, tutorías, asesorías de tesis, extensión. Con esto, crear un plan de control que asegure el cumplimiento de los programas de materias con altos estándares de calidad educativa de manera competitiva a nivel global.

## Plan de acción

Mejorar la relación en la vinculación con los empresarios, ya se tomara en cuenta para conocer su opinión para preparar a nuestros estudiantes y a nuestros maestros ( que somos los formadores),de acuerdo a las **necesidades del campo laboral**;

Fortalecer las áreas que sugieren como lo es la **capacidad oral y escrita, adaptación al cambio, liderazgo, espíritu de iniciativa, emprendimiento, uso de tiempos efectivos, capacidad de auto aprendizaje creatividad.**; éstas debilidades se pueden fortalecer por medio de la Tutorías, se podría manejar por medio de  **cursos periódicos para maestros** y así implementarlo en las cátedras que impartimos a nuestros alumnos, recordando que los profesores somos profesionistas y no tenemos la **preparación de la pedagogía** o una metodología a aplicar en nuestras clases y además **ofertar estos cursos por medio de tutorías directamente a los alumnos.**

Actualización constate de la demanda real de Contadores Públicos local, estatal u nacional así como oportunidades de demanda en el extranjero. Influir para mantener en el mercado salarios estándares atractivos/justos para los Contadores Públicos a nivel Nacional.

## Plan de acción

- Promover la carrera de Contador Público por medio de publicidad relacionada con los millennials , por medio de mercadotecnia electrónica y gratuita( Facebook, instagram, LinkedIn), visitar las preparatorias con los mismos estudiantes de la carrera para que den su testimonio como estudiantes, y que obtengan la identidad con su carrera y con la facultad.
- Promover la carrera por medio de actividades culturales, conferencias invitando a las diferentes preparatorias de la localidad para que se vayan identificando con la carrera y la facultad.
- NOTA: La información obtenida de los empleadores así como un análisis estadístico profundo de la competencia serán motivo de una investigación a futuro.