

Análisis de Mercado para determinar la Viabilidad de Ofertar un Postgrado en UACyA Norte

María Cruz Cortez García & Petra de Jesús Cortés García

M. Cortez & P. Cortés

Universidad Autónoma de Nayarit

R. Parra, M. Espinosa, (eds.). Proceso de investigación y el posgrado en las Universidades Públicas. Proceedings-©ECORFAN-México, Nayarit, 2016.

11 Introducción

Ante la evidente necesidad de las organizaciones de ser competitivas y productivas en el mercado cada vez más globalizado, los procesos de selección de personal se hacen más exigentes al interior de las empresas, para poder contar con personal calificado y competente en el desarrollo efectivo de sus funciones.

Es por esto que las Unidad Académica del Norte como institución educadora de los profesionales del mañana, se ve en la obligación de contar y ofertar maestrías en el área de económicos administrativos, acordes con las exigencias del mercado y el desarrollo del entorno en donde ésta se desenvuelven, es por esta razón que surge la idea de formular un estudio de mercado para determinar la viabilidad de ofertar un posgrado en esta Institución perteneciente a la Universidad Autónoma de Nayarit; esta investigación se hace con el fin de recolectar información aprovechando la generación 2011-2015 y obtener sus respuestas siendo inquietud el poder cursar una maestría en Recursos Humanos, Mercadotecnia, Finanzas e Impuestos respectivamente, además se considera que esta sería una muestra representativa ya que son un total de 79 egresados, sin olvidar que llevamos como Institución trece generaciones que también pudieran interesarse o demandar este posgrado para su propio beneficio y el de las organizaciones donde laboran actualmente.

Se considera que el resultado de este estudio será viable ya que si existe la demanda por parte de estudiantes egresados y además público en general que reúna las características necesarias para poder cursar dicho posgrado,

Hablando de la viabilidad pues la unidad académica del Norte depende administrativa y académica de UAC y A campus centro que cuenta con un departamento de Investigación y Posgrado, se cuenta con la Infraestructura física, el mobiliario y equipo, maestros que pudieran impartir las clases y sobre todo contamos con un coordinador administrativo, que manejaría lo referente a los cobros o sería el enlace entre el campus centro y esta Unidad Académica del Norte.

11.1 Objetivos de la investigación

Objetivo general

Realizar un análisis de mercado para determinar la viabilidad de ofertar un posgrado en la unidad de contaduría y administración, extensión norte.

Objetivos específicos

- Conocer los organismos, normas y documentos que intervienen en el proceso y puesta en marcha de un posgrado perteneciente a UAC y A Norte
- Recopilar información concisa, relevante y verídica acerca de los procesos de implementación del posgrado
- Elaborar un estudio de mercado, para determinar la viabilidad de la creación de un posgrado en la Unidad Académica del Norte.

11.2 Desarrollo

Antecedentes de Acaponeta

Es un municipio del estado de Nayarit (México) ubicado en la zona costa de dicho Estado. Tiene una extensión de 1.667 km². Con la nueva regionalización Acaponeta se localiza en la Región Norte del Estado de Nayarit.

Orígenes

El municipio tiene, según el censo del año 2010, 36,572 habitantes. La cabecera del municipio es la población de Acaponeta.

El nombre Acaponeta que significa "Lugar junto al río donde crece el frijol enredado en la caña de carrizo"

Número de habitantes por municipios

La siguiente tabla nos muestra la población por todo el municipio hasta el censo del 2010, cabe mencionar que también se da a conocer la población de Tecuala y Huajicori ya que de esos municipios también egresaron jóvenes de las tres licenciaturas de la generación 2011-2015.

Tabla 11

Clave municipio del	Municipio	Cabecera municipal	Habitantes (año 2010)
001	Acaponeta	Acaponeta	36 572
005	Huajicori	Huajicori	11 400
016	Tecuala	Tecuala	39 756

Economía

Las Principales Actividades Económicas de nuestro Estado en la región Norte , pertenecen al sector primario, secundario y terciario y son: Industria y Comercio.-En el municipio de Acaponeta, se cuenta con una gran diversidad de industrias como son: GRUMA, que es una empresa internacional, además de distribuidoras que pertenecen a empresas nacionales como son: SELLO ROJO, LALA, Bodega Aurrera, Soriana, Coca-Cola, Ford, Santorini, Bimbo, Marinela, etc., y algunas locales como: Tostadas Diana, Purificadoras de Agua, Grupo Sierra, etc, así como empresas familiares, que estas empresas son y pueden exigirles obtener un posgrado para desarrollo de trabajo administrativo dentro de ellas, por lo que estos pudieran ser los empleadores que soliciten personal con ciertos requisitos académicos en este caso un posgrado o especialidad y no solo la licenciatura.

Antecedentes de UACyA (Extensión Norte)

A finales del año 2002, la Universidad inicia un proceso de reforma académica y administrativa que cambió la denominación de escuela, dando lugar a la ahora Unidad Académica de Contaduría y Administración.

La Unidad Académica de Contaduría y Administración, ofrece tres programas a nivel licenciatura, que son: Contaduría, Administración y Mercadotecnia. Se ubica en el campus universitario central y tiene extensiones en Acaponeta y Ahuacatlán, Nayarit. Pertenece al Área de Ciencias Económicas y Administrativas y es la más poblada de la Universidad; se rige por la Ley Orgánica del 2003, donde el Consejo General Universitario es el máximo órgano de gobierno y, en lo interno, por el Consejo de Unidad Académica el cual se integra por igual número de alumnos y docentes, además de una representación de los trabajadores administrativos y manuales.

La Unidad Académica del Norte atiende una Extensión de la Unidad Académica de Contaduría Y Administración dependiente de la Universidad Autónoma de Nayarit. Se encuentra ubicada en Acaponeta Nayarit, fue creada el 4 de Agosto de 1998; con dicha institución se ve beneficiada la zona Norte del Estado de Nayarit: Acaponeta, Tecuala, Huajicori y sur de Sinaloa.

Posgrados e investigación

Coordinación de Investigación y Posgrado tiene la siguiente visión y misión

Nuestra visión es formar personas profesionales dotadas de conocimientos, capacidades y habilidades contables y administrativas adecuadas a los requerimientos del entorno que demanda profesionales íntegros capaces de crear, innovar y trabajar en la transformación del estado.

Nuestra razón de ser es la formación integral del alumno, facilitando el desarrollo de habilidades intelectuales y prácticas para que sean capaces de analizar problemas de su entorno, proponiendo, evaluando e implementando alternativas de solución, generando las condiciones a la investigación y vinculación, con alto sentido humanístico.

A continuación se menciona la Oferta Educativa de este departamento y cada una con un objetivo en particular:

- Maestría en Finanzas: Formar profesionistas con un alto nivel de preparación que les permita atender las necesidades operativas financieras de las organizaciones públicas, privadas y sociales, así como, generar estrategias de desarrollo, considerando los factores cambiantes del entorno.
- Maestría en Impuestos: Formar profesionistas de alto nivel, con conocimientos, habilidades y valores en el área de impuestos aplicables en el ámbito impositivo de los Contribuyentes, Municipio, Estado y País; propiciar e impulsar la investigación de los diferentes campos de la legislación tributaria y administración contable, así como, que sean capaces de contribuir a mejorar la respuesta de las organizaciones a los requerimientos gubernamentales en cuestiones impositivas, mediante la aplicación de métodos especializados.
- Maestría en Ciencias Administrativas: Formar profesionistas que se desempeñen como directivos y/o consultores con perfiles específicos en cada una de las diferentes áreas del programa, con capacidad para el ejercicio de actividades profesionales, académicas o de investigación, que participen en la dirección de las entidades públicas o privadas y en el manejo óptimo de sus recursos, así como en planteamiento y solución de problemas

Dentro de su oferta académica la Universidad Autónoma de Nayarit cuenta con la Unidad Académica de Contaduría y Administración, y que ésta a su vez cuenta con un antecedente que desde el 2003 se oferta maestrías en el área de económicos administrativos que inclusive UACyA cuenta con un departamento de Investigación y Posgrados, y que en que en la extensión Norte (Acaponeta) oferto un posgrado en el área de económicos administrativos, obteniendo una generación en el año de 2007-2009, teniendo una demanda de hasta 30 alumnos integrado con alumnos egresados de las primeras generaciones, docentes de la misma Institución y Público en general, de los cuales todos cursaron el primer años aquí en Acaponeta, y en el segundo año se desplazaron 7 alumnos a UACyA campus centro (Tepic) a las maestrías en finanzas, impuestos y administración pública, quedándose el resto en la extensión Norte 23 alumnos, en la maestría en ciencias administrativas con especialidad en Mercadotecnia.

Educación

En todo el Estado existen instituciones públicas y privadas de educación del nivel básico, medio superior y superior.

La Política de Educación es vincular la educación con el desarrollo del Estado, orientando la oferta educativa media superior y superior con la ciencia y la tecnología, hacia la generación de capacidades, habilidades, aptitudes, actitudes y conocimiento que propicien contextos idóneos para que el potencial productivo de cada región se consolide.

La Política para el Desarrollo Económico es detonar el crecimiento económico del Estado mediante la operación de programas de creación regulada de infraestructura y servicios públicos para el desarrollo de los sectores económicos, así como acciones de fomento a la inversión pública y privada que permitan sentar las bases para la generación de empleos permanentes y de calidad que eleven el nivel de vida de las y los nayaritas.

La Educación de calidad para la vida con un objetivo específico que es ampliar la cobertura de educación en los niveles básico, medio superior y superior, para garantizar el acceso de la población al sistema educativo estatal.

Las líneas de acción es diseñar programas de generación de infraestructura física que cubran las necesidades en base a la demanda real y potencial de cada nivel. Elevar la calidad de la educación en todos los niveles educativos.

Impulsar la creación de espacios educativos sustentados en estudios de factibilidad. Promover la generación de oferta educativa pertinente en educación superior.

Cabe mencionar que la Unidad Académica de Contaduría y Administración campus centro cuenta con un departamento exclusivo de investigación y posgrado en su área que facilitaría en lo administrativo la apertura de un posgrado en UACyA Norte (Acaponeta, Nay).

La educación superior

En el contexto actual de la globalización y flexibilidad productiva, la educación ha cobrado una creciente importancia tanto en la política como el debate académico y teórico. Al finalizar el siglo XX han aumentado las oportunidades de acceso a la información y al conocimiento, y se ha incrementado exponencialmente esta evolución. Desde esta perspectiva, y ante esta nueva realidad, la educación y la formación profesional se han convertido en pilares de las reformas políticas, sociales y económicas a la que se enfrentan nuestras sociedades para encarar los retos del siglo XXI (Ruiz, 1997:7).

Los estudios sobre la educación superior que se realizan hoy en día juegan un papel importante, ya que a través de estos se puede vincular las necesidades del mercado laboral con la formación de profesionistas que respondan a los cambios y se adapten a los nuevos retos que marcan los nuevos contextos pero sobre todo que sean una respuesta a las problemáticas.

El carácter cambiante del mercado de trabajo y del empleo en la actualidad

La igualdad de oportunidades de acceso a la educación facilita el ejercicio efectivo del derecho del trabajo. La necesidad de vincular educación y actividad económica se ha reforzado mucho en los últimos años. El factor humano ha pasado a ocupar el primer plano entre todos los medios de producción. La creciente competitividad a nivel internacional, basada en la calidad de los productos y en la rapidez de prestación de los servicios, hace que la calificación de la mano de obra se convierta en el principal elemento para garantizar el futuro de las empresas.

“La enseñanza superior reviste capital importancia para el desarrollo económico y social. Las instituciones de nivel terciario tienen la responsabilidad principal de entregar a las personas los conocimientos que se requieren para desempeñar cargos de responsabilidad en los sectores público y privado. ..” (BM 1996:1 citado por Ruiz, 1997:16)

Que son las IES en México

La Subsecretaría de Educación Superior (SES), define a las Instituciones de Educación Superior (IES) como: “un organismo o estructura que desempeña labores de docencia, investigación y difusión con el fin de formar profesionistas en las diferentes ramas del conocimiento y preservar, crear y transmitir los bienes de la cultura en relación con el interés social. Las instituciones se rigen por un conjunto de normas, leyes nacionales y reglamentos propios, para llevar a cabo su labor, con recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros. Las instituciones pueden ser públicas o privadas, autónomas, federales o estatales, según el tipo de ingresos de que dispongan”, (SES, 2005).

Las Instituciones Públicas de Educación Superior en México son financiadas por el gobierno, a diferencia de las universidades privadas, las cuales obtienen su capital de instituciones privadas. las instituciones públicas son autónomas; es decir que la universidad tiene el derecho de designar a sus autoridades, y a organizarse como mejor lo considere para expedir sus normas y reglamentos dentro de lo establecido por la Ley Orgánica respectiva.

Una universidad autónoma goza de libertad de cátedra y designa a su personal académico; expide certificados, grados y títulos; otorga validez a los estudios realizados en otros establecimientos nacionales y del extranjero; de acuerdo con sus normas, reconoce o incorpora estudios de bachillerato o licenciatura impartidos en instituciones privadas; administra libremente su patrimonio y determina su presupuesto. Los ingresos de las universidades públicas autónomas provienen, en gran medida, del Gobierno Federal y de los Gobiernos Estatales.

En la actualidad, la mayoría de las universidades en México, cuentan con facultades, escuelas, institutos o centros de investigación, departamentos, academias, áreas y divisiones como parte de las formas de organización académico administrativas; asimismo tienen consejos universitarios conformados por académicos y estudiantes, rectoría etc. No está por demás subrayar que son las universidades públicas en México las que concentran el mayor número de estudiantes.

Definición de mercado

Es “donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. (Iván Thompson, 2005).

Área en la que coinciden las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

Definición de demanda

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicio que el mercado requiere para la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. En este estudio el factor determinante será la opinión de los posibles consumidores o usuarios respecto al negocio o servicio, sus precios, y sus productos. Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

Definición de oferta

Cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productos) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

Investigación de mercados

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado, para generar reafirmar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso mismo; dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado. La investigación de mercados especifica la información que se requiere para analizar esos temas, diseña las técnicas para recabar la información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones. Según Naresh K Malhotra(2008:7) “La investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis, difusión, y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing.”

La investigación de mercados intenta aportar información precisa que refleja la situación real. Se utiliza el método más adecuado para recabar los datos, los cuales se analizan e interpretan, y después de se hacen inferencias. Los hallazgos, las implicaciones y las recomendaciones se presentan en un formato que permita que la información sirva para la toma de decisiones de marketing y que se proceda en consecuencia.

La American Marketing Association (2006), define a la investigación de mercados como: “es la función que vincula a consumidores, cliente y público con el mercadólogo mediante información que sirve para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing”.

Viabilidad

Según el diccionario de la Real Academia Española (Diccionario de la Real Academia Española, 2010) viabilidad “Que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo”.

Es la posibilidad que tiene un proyecto para ser ejecutado y operado de tal manera que cumpla con su objetivo.

Condición que hace posible el funcionamiento del sistema, proyecto o idea al que se refiere, atendiendo a sus características tecnológicas y a las leyes de la naturaleza involucradas.

Viabilidad técnica

La viabilidad técnica se analiza ante un determinado requerimiento o idea para determinar si es posible llevarlo a cabo satisfactoriamente y en condiciones de seguridad con la tecnología disponible, verificando factores diversos como resistencia estructural, durabilidad, operatividad, implicaciones energéticas, mecanismos de control, según el campo del se trate (Española, 2007).

Para llevar a cabo el estudio de viabilidad de un proyecto se precisa recopilar información suficiente para:

- Identificar las limitaciones, restricciones y supuestos.
- Detectar las oportunidades.
- Analizar el modo actual de funcionamiento de la organización.
- Definir los requisitos que configuran el proyecto.
- Evaluar las distintas alternativas.
- Llegar a un acuerdo sobre la línea de acción

Definición y análisis de viabilidad

El proyecto es el instrumento que da sentido, define, concreta y estructura las distintas actividades que queremos desarrollar, enmarcándolas en los fines del plan de gestión y de la planificación estratégica.

Para su diseño y puesta en marcha se requiere primero un análisis de la realidad y, posteriormente, un estudio de viabilidad.

El estudio de viabilidad consiste en algo tan obvio como ver si es posible ejecutar el proyecto y darle la continuidad que precisa. Para ello, habremos de tener en cuenta lo siguiente: recursos con los que contamos, recursos que necesitamos y nuestra capacidad para conseguirlos. Si contamos con los recursos, el proyecto es viable y podemos ponerlo en marcha; si no hay recursos suficientes la decisión más inteligente es descartarlo o aplazarlo

Un estudio de viabilidad consiste en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa que conlleve riesgos económicos. También el estudio de viabilidad resulta útil para evaluar la posible ampliación o expansión de un negocio ya existente. El estudio de viabilidad es el paso más crítico antes de convertir la idea del negocio en realidad e invertir una cantidad de dinero significativa.

El proceso de determinar la viabilidad en cuatro aspectos esenciales a toda iniciativa empresarial.

Viabilidad conceptual

Es necesario realizar un análisis crítico y exhaustivo de las fortalezas y debilidades de la idea. En general, para ser exitoso un nuevo negocio debe: Suplir una necesidad del mercado; poder obtener en un tiempo razonable los permisos para operar; ofrecer un producto o servicio que presente una ventaja diferencial en relación a sus competidores; requerir una inversión de capital inicial al alcance del proponente.

Viabilidad operacional

De igual manera, se deberá evaluar objetivamente los siguientes aspectos relacionados a la operación y administración del negocio propuesto: Recursos humanos; Infraestructura disponible; Capacidad tecnológica; Requisitos legales; Salud y tiempo disponible.

Viabilidad de mercado

La verdad es que el análisis de mercado es probablemente el componente más importante en el proceso de determinar la viabilidad del negocio. Debido a lo complejo que puede resultar este análisis, muchas veces es el área más débilmente cubierta por los nuevos empresarios. El análisis de mercado para propósitos de determinar la viabilidad deberá incluir como mínimo: Un estimado del mercado potencial se refiere a la cantidad total de su producto o servicio que puede ser vendido en su área de mercado.

La participación proyectada en el mercado es el porcentaje del mercado potencial a ser capturado o que razonablemente puede ser capturado por su empresa; Las proyecciones de ventas representan la base del análisis financiero.

Viabilidad económica

El análisis financiero para determinar viabilidad económica conllevará usualmente los siguientes pasos:

- A. Análisis de las fuentes y usos de los fondos
- B. Proyecciones de ingresos y gastos y flujo de efectivo.
- C. Análisis del punto de empate permite determinar el nivel de ventas que se requiere para cubrir todos los gastos de la empresa (punto de equilibrio).
- D. Estimación del período de repago- se define como el tiempo requerido para recobrar la inversión inicial, dado el nivel de ingreso neto proyectado.
- E. Estimación del rendimiento sobre la inversión representa la tasa de ganancias en relación con el capital invertido, expresada en términos porcentuales.

La metodología del estudio

La metodología es un método que nos ayudará a llevar a cabo la investigación, donde se hará mención del estudio que puede ser de tipo documental así como también de campo, además de las herramientas de recolección de información como pueden ser fuentes primarias y secundarias.

11.3 Diseño de investigación

De acuerdo a la dimensión temporal y finalidad se definió como un trabajo de campo y documental de tipo descriptivo porque se intenta especificar las propiedades importantes del objeto de estudio que es sometido a análisis; con un diseño transversal, porque los datos se obtuvieron en un tiempo único, básicamente en el 2015 donde dichos datos fueron recolectados en la Unidad Académica de Contaduría y Administración extensión Norte, en Acaponeta, Nayarit, mediante una encuesta hecha a los alumnos recién egresado específicamente a un total de 79 alumnos de la generación 2011-2015, de las Licenciaturas en Mercadotecnia, en Administración de Empresas y en Contaduría de la modalidad escolarizado y semiescolarizado.

Tipo de estudio.- Este estudio se ubica en un enfoque cuantitativo deductivo por que se utilizó la recolección y el análisis para contestar preguntas de investigación y se presenta en un diseño no experimental debido a que no se construirá ninguna situación ni se manipularan variables (Hernández y otros, 1991; p. 58-70). De acuerdo a la dimensión temporal y finalidad se definió como un trabajo de campo, tipo descriptivo por que se intenta especificar las propiedades importantes del objeto de estudio que es sometido a análisis.

El área de estudio

Geográficamente el área de estudio se encuentra situada en la región Norte del Estado de Nayarit, específicamente en la ciudad de Acaponeta, Nay.

Universo de estudio

“Se llama población el conjunto de unidades que comparten características comunes para término del muestreo, se denomina universo”. (2006:180)

El presente estudio va encaminado a obtener información sobre los alumnos que estén estudiando el nivel superior en Acaponeta, Nayarit, con una edad desde los 20 y hasta más de 45 años de edad de las IES en Acaponeta, Nayarit; donde la población asciende a total de 79 estudiantes recién egresados del nivel superior, para conocer si existe la demanda por su parte para cursar un posgrado, específicamente una maestría en el área de económicos- administrativos, considerando la siguiente población estudiantil en cada una de las Licenciaturas en esta unidad académica del Norte. Cuando se tiene una población finita, y se conoce el tamaño de la población.

En esta investigación se consideró al total de estudiantes de las tres licenciaturas, que de manera desglosada se integra de la siguiente manera:

Tabla 11.1

Licenciatura en Mercadotecnia	10 Alumnos
Licenciatura en Administración (Escolarizado)	15 Alumnos
Licenciatura en Administración (Semiescolarizado)	19 Alumnos
Licenciatura en Contaduría (Escolarizado)	23 Alumnos
Licenciatura en Contaduría (Semiescolarizado)	12 Alumnos
Universo de Estudio	79 Alumnos

Instrumentos y técnicas de recolección de datos

Las fuentes de información primaria para este estudio fueron: la entrevista y la encuesta.

Entrevista.- es una entrevista no estructurada, directa y personal en la que el entrevistador interroga a un solo encuestado para descubrir motivaciones, creencias, actitudes y sentimientos implícitos sobre un tema (Malhotra 2008).

Encuesta.- es un cuestionario aplicado a estudiantes recién egresados de las tres licenciaturas de la unidad académica del Norte, en la ciudad de Acaponeta

Las fuentes de información secundaria para este estudio fueron:

Estadísticas (INEGI); libros de Metodología de Investigación, de Educación, de Economía y otros; además Páginas de Internet.

Técnica de recolección de datos.- Para obtener los datos se aplicó una encuesta mediante un cuestionario, a los estudiantes del nivel Superior de las tres Licenciaturas que se encuentran en esta Escuela perteneciente a la UAN.

Instrumentos de recolección de datos.- El cuestionario fue diseñado con 10 preguntas con opción de respuestas múltiples donde se mide desde el género, edad, modalidad, si desea cursar una maestría, si se encuentra trabajando, de quien depende económicamente, entre otros cuestionamientos.

El plan para el procedimiento y análisis de los datos

En el presente trabajo, los resultados obtenidos a través del cuestionario serán tabulados de acuerdo a los cálculos estadísticos correspondientes y se presentaran los resultados por medio de gráficas para su comparación y análisis. Anexando al final de las conclusiones algunas de las gráficas más representativas de este estudio de Mercado para determinar la viabilidad de ofertar un posgrado en la Unidad Académica del Norte.

11.4 Conclusiones

De acuerdo con este estudio de mercado se puede concluir que si se considera viable el hecho de poder ofertar un posgrado en esta Institución Educativa que es la unidad Académica del Norte, de acuerdo a los datos recolectados si existe la demanda por los alumnos egresados de la actual generación 2011-2015; resultados que se dan a conocer al final de este documento, solo las gráficas más representativas de estas deducciones, ya que se aplicó una encuesta con cuestionario como herramienta compuesto por 10 preguntas; este instrumento arroja como resultado lo siguiente, de los 79 egresados un 77% contestó que si continuará estudiando, y básicamente el 46% desea hacerlo inmediatamente; a los encuetados les gustaría que se ofertara un posgrado y básicamente asistir en Acaponeta un 49%; de acuerdo al indicador relacionado a lo laboral solo en un pequeño porcentaje ya trabaja solo un 32%; un 44% trabaja en el sector público y un 47% lo hace en el sector privado; y que 45 alumnos que equivale a un 74% de los estudiantes o sea la mayor parte estaría dispuesto a pagar de \$40,000.00 y hasta \$60,000.00.por una maestría.

De acuerdo a estos resultados y considerando que UACyA cuenta con un departamento encargado de investigación y posgrado el cual nos hace más viable en cuanto a los requisitos administrativo y académicos y poder ofertar dicho posgrado, pero además se cuenta con infraestructura o sea el espacio físico.

Un aula, se cuenta con mobiliario, proyector de cañón, una biblioteca, servicio de internet; pero sobre todo existe la demanda por parte de los egresados, considerando además 13 generaciones anteriores y el público en general, considerando las políticas de la de Universidad Autónoma de Nayarit, pero sobre la toma de decisiones y puesta en marcha de este proyecto por parte de la autoridad correspondiente; no sin dejar de mencionar el hecho del realizar posteriormente un estudio económico requerido para evaluar esta iniciativa; y declarar o sustentar la viabilidad requerida para este estudio.

11.5 Resultados

Grafico 11



Grafico 11.1

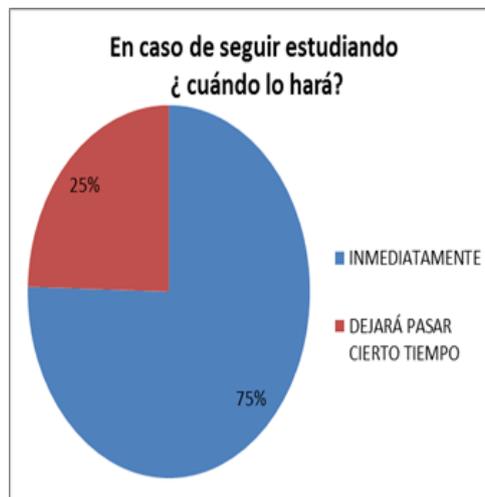


Grafico 11.2



Grafico 11.3

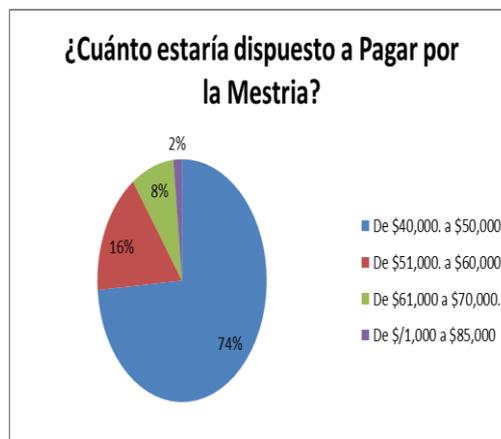
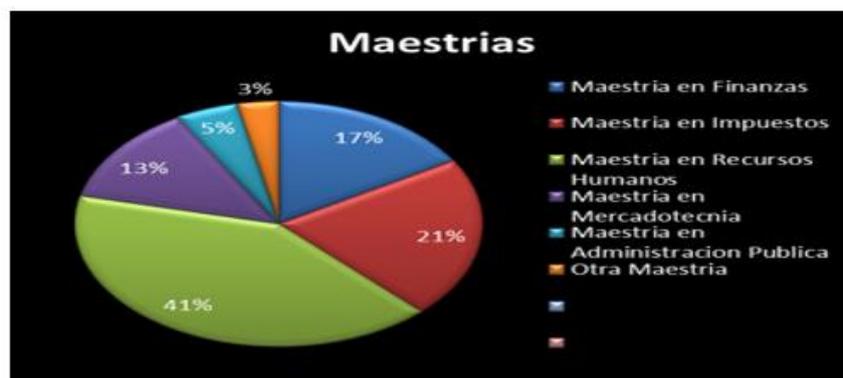


Grafico 11.4



11.6 Referencias

AMA. (2008), Investigación de Mercados, México. Pearson Educación

Brunner, J. (2006). Educación Superior, America Latina, Cambios y Desafios Español (1ra. Edición) Chile: PAIDOS.

Churchill, G. (2003). Investigación de Mercados. Español (4ta. Edición) México_ THOMSON

Diccionario Enciclopédico VOX 1. 2009 Larousse Editorial, S.L.

Diccionario Manuel de la Lengua Española VOX 2007 Larousse Editorial, S.L.

Kotler, P. (2002). Fundamentos de Marketing, México, Pearson Educación 6ª. Edición

Malhotra, K. (2008) Investigación de Mercado., Español (5ta. Edición). México: PEARSON: PRENTICE HALL.

Ruiz, Clemente. (1997). El reto de la educación superior en la sociedad del conocimiento. Español (1ra. Edición) México: ANUIES.

PAGINAS DE INTERNET:

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (ed.): «Principales resultados por localidad 2010 (ITER) - Nayarit.Consultado 25 de Octubre del 2014

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (ed.): «Tasa de crecimiento media anual de la población por entidad federativa, 1990 a 2010» (2010). Consultado el 25 de Octubre del 2014.

INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010. Nayarit /Población/Población total por municipio y edad desplegada según sexoConsultado 25 de Octubre del 2014

INEGI. Marco Geostadístico Municipal 2005 y 2010, Secretaría de Planeación, Programación y Presupuesto

www.nayarit.gob.mx/gobierno/plan_estatal_desarrollo.asp; Consultado el 5 de Noviembre del 2014.

<http://www.uacya.uan.edu.mx/posgrado/index.html>

<http://www.uan.edu.mx/es/historia-de-la-uan>

http://www.uprm.edu/cde/public_main/Informes_Articulos/articulos/ArticuloViabilidad.pdf

Martuscelli y Martínez , La Educación en México como Oportunidad Social de la Educación Superior en el mercado laboral, consultado en: http://www.congresoretosyexpectativas.udg.mx/Congreso%203/Mesa%203/Mesa3_3.pdf