



Revista Iberoamericana
de Educación Superior

Revista Iberoamericana de Educación

Superior

E-ISSN: 2007-2872

emmaro@unam.mx

Instituto de Investigaciones sobre la
Universidad y la Educación
México

Farías-Martínez, Gabriela-María; Monforte-García, Gabriela; García-Montoya, Maricela;
Prott-Maldonado, Luis-Enrique

Criterios, percepciones y personalidad de los estudiantes que determinan la elección de
una carrera profesional en el área de negocios

Revista Iberoamericana de Educación Superior, vol. VII, núm. 19, 2016, pp. 64-80

Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación
Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=299145847004>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Criterios, percepciones y personalidad de los estudiantes que determinan la elección de una carrera profesional en el área de negocios

Gabriela-María Farías-Martínez, Gabriela Monforte-García, Maricela García-Montoya,
Luis-Enrique Prott-Maldonado

RESUMEN

El objetivo del presente estudio fue comprender los criterios, percepciones y rasgos de personalidad asociados con la elección de una carrera profesional en negocios. Utilizando un enfoque cuantitativo, se aplicó un cuestionario sobre la selección de criterios de elección de carrera y la selección de los rasgos de personalidad asociados con cada una de las licenciaturas. Mediante las técnicas de estadística descriptiva y análisis de factores se obtuvo como resultado que no hay un perfil particular de personalidad de los estudiantes para cada licenciatura y que estos eligen una carrera profesional en negocios principalmente por influencias externas.

Palabras clave: educación en negocios, elección de carrera profesional, estudiantes.

Gabriela-María Farías-Martínez

gabriela.farias@itesm.mx

Mexicana. Doctora en Innovación Educativa, Tecnológico de Monterrey, México. Profesora Titular del Tecnológico de Monterrey. Temas de investigación: gestión para la innovación educativa, educación en contabilidad.

Gabriela Monforte-García

gmonforte@itesm.mx

Mexicana. Doctora en Ciencias Sociales con Orientación en Desarrollo Sustentable, Universidad Autónoma de Nuevo León. Profesora del Tecnológico de Monterrey. Temas de investigación: educación en negocios, sustentabilidad.

Maricela García-Montoya

maricela.garcia@itesm.mx

Mexicana. Master on Science in Accounting, Universidad de Texas, Dallas, EUA. Profesora del Tecnológico de Monterrey. Temas de investigación: educación en negocios, emprendimiento y empresas familiares.

Luis-Enrique Prott-Maldonado

luisprott@itesm.mx

Mexicano. Maestro en Administración, Tecnológico de Monterrey, México. Profesor del Tecnológico de Monterrey. Temas de investigación: educación en negocios.

Critérios, percepções e personalidade dos estudantes, fatores determinantes na eleição de uma carreira profissional na área de negócios

RESUMO

O objetivo do presente estudo foi entender os critérios, percepções e traços de personalidade associados com a escolha de uma carreira profissional em negócios. Utilizando enfoque quantitativo, aplicou-se um questionário sobre a seleção de critérios de escolha de profissão e a seleção dos traços de personalidade associados com cada curso. Mediante técnicas de estatística descritiva e análise de fatores, obteve-se como resultado que não existe um perfil específico de personalidade dos estudantes para cada curso e que eles escolhem uma carreira profissional em negócios principalmente por influências externas.

Palavras chave: educação em negócios, escolha de carreira profissional, estudantes.

Students criteria, perceptions and personality that determine the choice of a professional path business

ABSTRACT

The objective of this analysis was to understand the criteria, perceptions and personality features related to choosing a professional path in business. By using a quantitative approach, a questionnaire was applied to determine the selection of criteria when choosing a career, as well as the selection of personality features associated to each academic degree. Through descriptive statistical techniques and factor analysis the outcome was that there is no such specific personality profile of student for every bachelor's degree and the fact that they mainly choose a professional path in business out of external influence.

Key words: business education, professional path choice, students.

Recepción: 25/03/14. **Aprobación:** 16/06/15.



Introducción

Ante la globalización de las economías es imprescindible facilitar la transición del ámbito universitario al mercado laboral y la creación de empresas, por lo cual las instituciones de educación superior deben poner especial atención en los procesos de orientación y elección de una carrera, así como en el propio diseño curricular de su oferta académica.

Como señalan De Masi (2000), Rifkin (1995), Delors (1996) y Mayor (1999), hay mayor integración entre los países en grandes bloques políticos y económicos; la posesión del conocimiento técnico y científico determina el poder económico.

En el ámbito del trabajo, se están modificando la estructura y las jerarquías laborales; aparecen nuevos requerimientos, se solicitan nuevas competencias que requieren de una formación continua; se establecen nuevas relaciones entre empleadores y empleados, con una redistribución de beneficios y responsabilidades, de modo que los trabajadores son ahora más responsables de sus carreras, de su salud y de su retiro.

De acuerdo con los autores Iriarte-Redín (2004), Lewis, Coursol y Wahl (2000) y Pope (2000), en un entorno de trabajo donde cada día se incrementa el uso de la tecnología, la calidad de la vida laboral es distinta, los lugares de trabajo son más dinámicos y flexibles, pero de mayor competencia y estrés; se necesitan personas con gran capacidad de abstracción y de conceptualización que puedan organizar la información y tengan habilidades sociales que les permitan resolver problemas grupales poco estructurados e interactuar mejor con sus colaboradores, tanto en forma presencial como virtual.

Lo anterior está generando cambios en el mundo educativo y en el ámbito específico de la orientación en el sentido de que hay muchas más oportunidades y opciones de itinerarios educativos, en las industrias hay cada vez más cursos de capacitación para responder a las nuevas demandas; la distancia entre la formación y el desarrollo profesional es cada

vez más corto; la educación no formal (prácticas, trabajo voluntario, actividades, tiempo libre, estancias en otros países) puede marcar una clara diferencia entre los candidatos con la misma educación formal; el aprender a ser y aprender a vivir juntos ganan terreno al conocer y al aprender a hacer, en una sociedad con más tiempo libre y en la que el trabajo formalmente establecido como se conocía hace algunos lustros ocupa menos tiempo (Tractenberg, Streumer y Van Zolingen, 2003); así, es necesario que las instituciones de educación superior indaguen sobre los procesos de elección de una profesión por parte de sus estudiantes y puedan adecuar sus procesos formativos para cooperar en la efectividad de esta decisión.

De acuerdo con lo anterior, la investigación tiene como objetivo general comprender los criterios, percepciones y características de personalidad que influyen en la elección, por parte de los jóvenes universitarios, de una carrera profesional en negocios. Por tanto, la pregunta de investigación pretende definir: ¿Cuáles son los factores que determinan la elección de una carrera profesional en negocios?

Partiendo de la pregunta se definieron los objetivos particulares: a) conocer la percepción que los estudiantes tienen sobre la carrera profesional en negocios que han elegido; b) conocer los atributos de personalidad de los estudiantes que se asocian con la elección de una carrera particular de negocios.

Asimismo, se justifica por la necesidad permanente de actualizar la oferta académica de las universidades ante las demandas del mercado laboral, pero también ante el nuevo perfil de estudiantes, los denominados nativos digitales, quiénes poseen habilidades en ámbitos específicos como por ejemplo la tecnología, los idiomas; pero que también presentan carencias en actitudes como la solidaridad, el compromiso con la sustentabilidad y el consumo responsable. Y además, porque la sociedad demanda nuevos perfiles para afrontar los desafíos actuales y venideros, y las escuelas de negocios requieren

validar la pertinencia de sus programas académicos ante estos desafíos.

Vale la pena preguntarse si el perfil que el estudiante percibe de su carrera, ¿es el que debe ser?, ¿es el que los académicos pensaron?, ¿es el que la sociedad requiere?, ¿o es el que la moda vende?

Marco teórico

Posturas en relación con los procesos de orientación para la selección de una carrera profesional

La orientación para el desarrollo profesional se enfrenta a grandes desafíos: preparar a las personas para convivir con estos cambios; expandir y mejorar los servicios de orientación; repensar los paradigmas actuales y desarrollar conceptos y paradigmas nuevos, así como nuevos métodos, técnicas y contenidos.

A menudo en la sociedad actual se da lo que se denominan roles-tensión, roles contradictorios e incompatibles entre las expectativas, las concepciones de la vida y la realidad misma. Los períodos de transición sin duda se han hecho más complejos y de ahí la necesidad crucial de ofrecer una formación profesional que facilite comportamientos adecuados, adquisición de estrategias y habilidades relacionadas con la toma de decisiones, la resolución de problemas y la planificación de tareas, el control emocional y la significación personal de las situaciones difíciles.

En este sentido, en la orientación para la carrera convergen tres objetivos clave: 1) favorecer la capacidad de tomar decisiones de auto orientación; 2) potenciar la autonomía, y 3) orientar para la vida facilitando que todos los procesos educativos converjan en la autorrealización de las personas (Byrne y Willis, 2005).

En definitiva, la orientación para la carrera no se centra, exclusivamente, en preparar a las personas para el empleo remunerado en el entorno laboral, sino que es un proceso educativo que capacita para la vida en sentido amplio. La orientación para la carrera se entiende como el fundamento para

el autodesarrollo de una persona a lo largo de la vida gracias a la integración de roles, escenarios y acontecimientos que le van sucediendo (Gysbers y Henderson, 2001). Para estos autores la palabra *vida* hace referencia al desarrollo completo de la persona. *Carrera*, por su parte, es el conjunto de los variados roles que la persona asume (estudiante, trabajador, consumidor, ciudadano o padre). Los *escenarios* son los espacios en los que la persona desarrolla esos roles (la casa, la escuela, la comunidad, u otros) y por último, los *acontecimientos* serían las transiciones que las personas atraviesan en su periplo vital (terminación de estudios, entrada en el trabajo, casamiento, divorcio, jubilación, etcétera).

En este sentido, la orientación ayuda a identificar los conocimientos, actitudes y habilidades que el estudiante ha de aprender para desenvolverse adecuadamente en la vida y de ahí que, como señalan Gysbers y Henderson (2001), la orientación para la carrera no es sinónimo de orientación hacia la ocupación, ya que las vidas de las personas son sus propias carreras.

Según Lewis (2001), el trabajo, al ser parte integrante de la vida, ha de abordarse desde la interdependencia con otros aspectos de la vida de las personas, al igual que lo indica Sávickas (1993), “*la carrera es personal*”; podemos plantearnos que la orientación para la carrera tiene como meta preparar para la autogestión de la propia vida en sentido amplio, por lo que no es la suma de habilidades y conocimientos orientados a tomar una decisión de carácter académico o profesional.

Criterios de influencia en la elección de una carrera profesional

Los estudiantes acceden a la universidad con una pluralidad de motivaciones: deseo de participar en iniciativas, conocer innovaciones intelectuales, vivir nuevos encuentros sociales y tipos de roles, adquirir prestigio y conocimientos profesionales, entre otras. Latiesa (1987) desarrolló un modelo para la elección



de una carrera profesional que se fundamenta en las anticipaciones que hacen los estudiantes sobre sus oportunidades de éxito académico, por las posibilidades de inserción profesional y por sus propios gustos personales; sin embargo, estas evaluaciones están condicionadas por la oferta laboral y las limitaciones escolares, sociales y condiciones objetivas; en su aplicación resultó que el factor más importante para la elección de carrera es el gusto personal del estudiante; en segundo lugar es la consideración de la inserción profesional, y en tercer lugar las posibilidades de éxito en llegar a ser un modelo de profesional previamente anticipado.

Hay una diversidad de factores que influyen en la selección de una carrera profesional por parte de los estudiantes; por ejemplo capacidad intelectual, estilos personales, perspectivas de empleo, antecedentes familiares, presiones de los padres, las percepciones de las distintas disciplinas, la cultura, el enfoque de mercado, el plan de estudios y las opciones de las universidades (Bourdieu, 1990; Wolk y Cates, 1994; Simons, 2004; Tan y Laswad, 2006; Hoffjan *et al.*, 2009).

Por otra parte, Montero (2000) conceptualiza la elección de carrera como una práctica social, es decir un proceso interactivo de búsqueda personal y de recreación y reproducción de valores sociales y culturales. Con respecto a lo individual en el proceso de elección de carrera, es esencial el conocimiento de la capacidad y nivel de esfuerzo personal. En cuanto a la elección como práctica social, esta aproximación permite entender por qué los jóvenes no han desarrollado la autocrítica, la seguridad en sí mismos, que implica la capacidad de elegir en forma consciente y responsable; por qué asignan valoraciones en términos de género, prestigio y estatus a las carreras. Esto supone analizar el tipo de imágenes e influencias que los jóvenes han obtenido a través de la socialización en ambientes más cercanos como la escuela y la familia, así como el contexto económico y social que los rodea.

Diversos estudios han evidenciado la influencia que ejercen las personas que están cerca del estudiante como padres, hermanos, profesores y pares en la conformación de su percepción sobre una carrera profesional (Sugahara *et al.*, 2006).

En un estudio realizado por Hutaibat (2012) con respecto a las percepciones de los estudiantes y su interés por elegir una carrera en la disciplina contable, los resultados revelaron que el factor que más afectaba la percepción de los alumnos respecto a la carrera profesional estaba relacionado con las oportunidades de trabajo y el nivel de ingresos que se pudieran obtener. El segundo factor en orden de importancia tenía que ver con la opinión de familiares y amigos, la cual era muy valorada por los encuestados, y en tercer lugar la opinión de sus profesores.

De acuerdo con Byrne y Willis (2005), la mayor influencia en la elección de una carrera profesional proviene de sus propios estudios en la materia, de sus maestros y de los medios de comunicación. Se encontró asimismo que los estudiantes suelen inclinarse por profesiones que se tengan en gran estima por parte de la sociedad.

Si bien estas expectativas vocacionales se refieren mayormente a valores intrínsecos, factores financieros y de prestigio social, los estudios han comprobado que el impacto de dichos factores varían dependiendo de los diferentes grupos culturales (Sugahara *et al.*, 2008).

Percepciones acerca de las carreras de la formación profesional en negocios

Algunos textos clásicos sobre educación en negocios como el de Lyon (1922) otorgan una visión general de los propósitos tempranos de la educación de negocios, por ejemplo entrenar a los taquígrafos y contadores, y ayudar a los estudiantes a pensar acerca de las empresas comerciales (Lyon, 1922). A medida que pasaba el tiempo, los objetivos de la educación de negocios se adaptaron también para fomentar la

innovación en el pensamiento creativo, pero también un enfoque estratégico sobre qué pensar.

Dado que estas habilidades se consideran útiles para todos los estudiantes, la educación de negocios se incorporó en el plan general de estudios de las escuelas preparatorias en los Estados Unidos en los años 1930 y 1940 (Wraga, 1994); pero a medida que se ampliaba la oferta educativa en este sentido, surgían posturas críticas que afirmaban que enseñar negocios a los estudiantes de secundaria los preparaba para un trabajo no para la educación superior, que debe ser el propósito final de la educación secundaria (Litzinger y Penley, 1977). Como resultado de ello, el entusiasmo por la enseñanza de la educación de negocios antes de la universidad se desvaneció.

Sin embargo, recientemente diversos grupos empresariales han defendido que las habilidades de negocios, como la capacidad de pensar de manera estratégica y creativa sobre la resolución de problemas, son necesarias en todos los niveles de la educación y son igualmente aplicables para un estudiante que planea estudiar filosofía como para quién planea ir a los negocios (Rader, 2003).

A medida que las empresas se vuelven más importantes en las finanzas globales y la política, saber de negocios es sin duda una fuente importante de los conocimientos necesarios para entender el mundo en que vivimos y no sólo la forma de mejorar las utilidades de una organización. Esta formación es importante también para el manejo de las finanzas personales y tomar decisiones de vida educadas (Jones, 2009).

En un estudio realizado por Railsback y Gronegan (2008) con respecto a la percepción que directores, orientadores vocacionales y consejeros tienen acerca de la importancia de los cursos de negocios en la educación preparatoria, resultó que los consejeros vocacionales parecen ser más débiles partidarios de la educación de negocios como preparación para la universidad, que los directores de escuelas secundarias o consejeros.

La información que la mayoría de los estudiantes tiene acerca de las carreras de negocios y sus diferentes campos es limitada, por lo cual se ven forzados a recurrir a otras fuentes de información como lo son las percepciones propias o de las personas que se encuentran a su alrededor, como familiares y amigos. Sobre este punto, la elección de una carrera de negocios se ve influenciada por la percepción de la utilidad de estos estudios para la continuación del negocio familiar (Zellweger, Sieger y Halter, 2011).

Es necesario entonces comprender que la percepción que los estudiantes construyen alrededor de la educación en negocios es un proceso que integra, sintetiza y organiza de forma consciente las experiencias y las relaciones que ha incorporado en su vida; por lo que es de suma importancia exponer a los estudiantes de preparatoria a situaciones y conversaciones que les permitan construir una percepción adecuada sobre el valor de la educación en negocios.

Personalidad y elección de carrera profesional

Con respecto a la elección de una profesión, en los individuos pueden establecerse perfiles psicoepistemológicos por predominio relativo de una u otra orientación hacia el conocimiento, ya sea empírica, racional o metafórica (Felmer, Pool, Fisher y Fritz, 2008). Además, cada disciplina del conocimiento privilegia el uso de una u otra forma de conocer, reconociéndola como más válida, de modo que para cada disciplina puede establecerse un perfil que es teóricamente el requerido.

Efectivamente, cada orientación psicoepistemológica es una orientación global hacia la recepción y procesamiento de información, y como tal, comprende el uso diferencial de funciones mentales básicas (sensación, intuición, pensamiento y sentimiento). Estas asociaciones diferenciales resultan en patrones particulares de funcionamiento que hacen que cada individuo responda a las situaciones de una manera



que le es única, pero que al mismo tiempo facilita un orden, internamente lógico y consistente con su perfil particular de aproximación a la realidad.

En el caso concreto de la disciplina de negocios, los contenidos e intenciones educativas que predominan en el currículo actual implican una integración de las diversas orientaciones al conocimiento, empírica, racional y metafórica (Royce, 1974); es un campo multidisciplinario y como tal favorece la inclusión de diversos perfiles.

De acuerdo con Montero (2000), la elección de carrera profesional aparece efectivamente como una práctica personal, en tanto quienes toman una decisión de carrera son personas diferentes a otras, con expectativas, habilidades, historias personales y académicas distintas; otorgan otros significados a su propia elección y enfrentan problemáticas diversas. Por lo tanto, hablar de formas personales de enfrentar una elección vocacional, necesariamente se refiere a una de muchas posibilidades de expresar la personalidad y de haber llegado a una integridad de la identidad. Además de la importancia de los diferentes factores intrínsecos y extrínsecos que determinan la elección de una carrera profesional, la cultura y los estilos de aprendizaje entre los estudiantes también determinan esta decisión (Sugahara *et al.*, 2008).

Lo anterior permite cuestionar si efectivamente existe un perfil personal que determine en mayor medida la elección de una carrera en el área de negocios, o bien hay otros factores determinantes relacionados con las experiencias y relaciones que el estudiante haya integrado para tomar una decisión. Con el fin de comprender en mayor medida esta relación, se ha planteado esta investigación.

Metodología

Esta investigación, de carácter exploratorio, fue diseñada para realizar un estudio de tipo descriptivo; tal tipo, como lo señalan Hernández, Fernández y Baptista (2006), permite describir situaciones y eventos mediante la recolección, ordenamiento,

clasificación y análisis de la información proveniente de un determinado fenómeno en un contexto específico. El acercamiento mediante esta metodología tiene por objetivo medir la influencia que ciertos factores de percepción y personalidad ejercen en la elección de una carrera profesional en el campo de los negocios.

De acuerdo con Hernández *et al.* (2006), el diseño de la primera fase del estudio es no experimental, ya que no existe manipulación deliberada de las variables; esta etapa del proyecto se enmarcó con un alcance descriptivo, para que en una segunda fase se llevara a cabo la identificación de los factores que influyen en la decisión de elegir una carrera en el área de negocios. Se trata de un estudio transversal, ya que el levantamiento de datos se efectuó del 15 de octubre al 5 de noviembre de 2012.

La investigación se realizó con la participación de un grupo de 392 estudiantes del primer año de la escuela de negocios, de una universidad ubicada en el Norte de México. Los estudiantes se encuentran adscritos a las licenciaturas siguientes: Negocios Internacionales (LIN, 74), Publicidad y Comunicación de Mercados (LPM, 32), Mercadotecnia (LEM, 51), Administración de Empresas (LAE, 35), Administración Financiera (LAF, 59), Contaduría Pública y Finanzas (LCPF, 39), Derecho (LED, 63) y Creación y Desarrollo de Empresas (LCD, 39).

La pregunta de investigación planteada para el estudio fue la siguiente: ¿Cuáles son los criterios que determinan la elección de una carrera profesional en el ámbito de los negocios?

Y como preguntas secundarias: a) ¿cuál es la percepción que tienen los estudiantes sobre la carrera profesional de su elección?; y b) ¿cuáles son los atributos de personalidad que definen la elección de una carrera profesional en negocios?

El procedimiento de análisis inició con la revisión de literatura en torno al tema de investigación. Posteriormente se diseñaron los cuestionarios tomando como base los instrumentos utilizados en estudios

relacionados con el tema de investigación, que fueron consultados en la literatura revisada.

El instrumento de investigación quedó conformado por las secciones siguientes:

- Sección 1: datos demográficos.
- Sección 2: atributos que influyen en la decisión de un estudiante para elegir una carrera profesional.
- Sección 3: percepción de carrera profesional.
- Sección 4: características de personalidad.

Posterior a la aplicaron los cuestionarios, se codificaron y capturaron las respuestas con apoyo de una hoja de cálculo en Excel para su análisis utilizando los paquetes estadísticos IBM-SPSS Statistics 20 y NCSS 2007.

Para determinar la confiabilidad de los instrumentos utilizados en las secciones 3 y 4, se estimó el indicador Alpha de Cronbach. De manera general se encontraron indicadores de confiabilidad aceptables. Para la sección 3 los valores del indicador estuvieron alrededor de 0.704 y para la sección 4 los valores del indicador rondaron el valor de 0.85. Un valor para el índice Alpha de Cronbach mayor o igual a 0.70, indica que el instrumento es adecuado.

Se aplicó estadística descriptiva para el análisis de los datos generales de los participantes en la investigación contenidos en la sección 1 y los atributos que contribuyen a la elección de la carrera contenidos en la sección 2. El análisis descriptivo se complementó con un análisis de conglomerados y un análisis factorial.

Aanálisis de los resultados Con respecto a los atributos que influyen en la decisión de un estudiante para elegir una carrera profesional

El análisis de la sección 2 se realizó identificando los conceptos que los estudiantes consideran como los más relevantes y como los menos relevantes al

momento de tomar la decisión de elegir la carrera profesional de su preferencia (se asignaron etiquetas desde 1, al más importante, hasta 24, al menos importante). El criterio de análisis consistió en identificar los conceptos más relevantes como aquellos que se etiquetaron hasta con un valor máximo de 5. En el extremo opuesto, fueron considerados como los menos relevantes aquellos criterios con etiquetas igual o mayores a 20. Dado que la variable *criterios para la elección de la carrera* es de escala nominal, la medida de tendencia central que se empleó para reconocer los conceptos más y menos populares fue la moda.

Los criterios que los estudiantes de primer semestre de las carreras de negocios de la universidad en cuestión, identificaron como los más importantes para seleccionar su carrera profesional se encuentran listados en la tabla 1.

Como se observa en la tabla 1 los criterios de selección de la carrera profesional se pueden agrupar en los siguientes conceptos, para los cuales realizamos una interpretación en el marco de las características propias de la población analizada:

1. Los relacionados con el tipo de trabajo y con algunas características del mismo destacándose las siguientes:

Los estudiantes de las carreras de LCPF, LAE, LPM, LCD, LIN, LEM señalan que un criterio de selección es la posibilidad de tener su propio negocio, este concepto puede ser considerado como un primer paso hacia el emprendimiento. También mencionaron de manera repetitiva las cualidades de desempeñar un trabajo interesante y variado.

Los estudiantes de la carrera de LCPF fueron los únicos que señalaron el establecer una empresa familiar como incentivo de selección de su carrera.

Por otra parte, las únicas dos carreras en las que los estudiantes consideraron a la creatividad como criterio de selección son LPM y LEM, siendo para esta última igualmente importante ocupar un alto nivel jerárquico en la empresa.



Tabla 1. Criterios de selección de carrera más importantes

LCPF	LAE	LPM	LCD	LIN	LEM	LAF	LDF y LED
Trabajo propio, disponible, empresa familiar	Trabajo propio, variado	Trabajo propio, interesante, variado y creativo	Trabajo propio, interesante, seguro, variado	Trabajo propio, disponible, retador	Trabajo propio, creativo, interesante, variado, alto nivel jerárquico	Trabajo interesante, disponible	Trabajo retador, variado, interesante
Vocación	Vocación		Vocación		Vocación		Vocación
Desarrollo profesional		Desarrollo profesional	Desarrollo profesional	Desarrollo profesional	Desarrollo profesional		
Buen salario inicial	Buen ingreso		Buenas ganancias	Buen ingreso	Buen salario	Buen salario inicial, ganancias	Buen salario inicial, ganancias
				Viajar			Contribuir con la sociedad, relación con la gente

Fuente: elaboración propia.

Es importante resaltar el hecho de que sólo los estudiantes de las dos carreras anteriores asumen como criterio de selección el concepto de creatividad que en principio puede considerarse como la base de la innovación.

Adicionalmente los estudiantes de la carrera de LAF señalaron que los criterios más importantes en este rubro son que el trabajo sea interesante y que haya oferta laboral. Por su parte, los estudiantes de LED y LDF se interesan por un trabajo variado, interesante y retador. El concepto retador también fue mencionado por los estudiantes de LIN.

2. El ingreso también forma parte de los criterios de selección. Los estudiantes de las carreras LCPF, LAF, LED y LDF señalan que desean tener un buen salario inicial, mientras los estudiantes de LAE, LCD, LIN y LEM mencionan que desean tener buen ingreso y buenas ganancias, la única carrera para la que sus estudiantes no consideran al ingreso como criterio de selección es LPM.

3. El concepto desarrollo profesional es mencionado como criterio de selección por los estudiantes de las carreras LCPF, LPM, LIN, LCD y LEM; la vocación es importante para los estudiantes de las carreras de LCPF, LAE, LCD, LEM, LDF y LED.

4. Finalmente, en dos carreras se señalaron dos conceptos de mención exclusiva siendo éstas la carrera de LIN apuntando como criterio a favor viajar. Por último los estudiantes de las carreras LDF y LED mencionan que para ellos es importante la relación con la gente y contribuir con la sociedad. Los autores de este artículo pensamos que este último criterio debería estar presente en todas las carreras del área de negocios, debido a la innata vocación de servicio que todas ellas tienen hacia la sociedad.

En el ámbito de los criterios menos importantes para la selección de la carrera se obtuvieron los resultados que se muestran en la tabla 2.

La tabla anterior indica que los estudiantes de las carreras LCPF, LAF, LPM y LIN no perciben como

criterios de decisión para seleccionar su carrera el contribuir a la sociedad y la equidad de género, por su parte LCD y LEM comparte con el grupo anterior la idea de que la equidad de género no es un criterio de selección.

Por otra parte, los estudiantes de todas las disciplinas, excepto LPM, mencionan que el hecho de tener horarios flexibles o disponibilidad de tiempo para sus actividades personales no es importante para seleccionar su carrera, lo cual señala que hay una fuerte tendencia en los estudiantes hacia consagrarse todo su tiempo a la actividad laboral. En el mismo orden de ideas, para ellos tampoco es criterio de selección el que se les presenten buenas condiciones de trabajo, lo que muestra una disposición de anteponer el área personal con el fin de desarrollarse profesionalmente; los estudiantes de LCPF y LIN no entran en esta categoría.

Con relación a otros criterios, salvo para los estudiantes de las carreras LCPF y LCD, no es criterio de decisión establecer una empresa familiar, como tampoco lo es la movilidad excepto para los estudiantes de LIN y LPM; el salario inicial no es un incentivo de selección para los estudiantes de las carreras de LPM, LCD y LIN; la creatividad no es considerada como importante para tal decisión por los estudiantes de las carreras de LCPF, LAE y LIN; y por último, los estudiantes de la carrera de LIN no consideran la vocación como incentivo para seleccionar una carrera profesional.

Con respecto a la percepción de la carrera profesional

Para el estudio de la sección 3 se emplearon dos herramientas de análisis estadístico. En primera instancia se aplicó la herramienta de análisis por

Tabla 2. Criterios de selección de carrera menos importantes

LCPF	LAF	LAE	LPM	LDF y LED	LCD	LIN	LEM
Contribuir a la sociedad, equidad de género	Contribuir a la sociedad, equidad de género		Contribuir a la sociedad, equidad de género		Equidad de género	Contribuir a la sociedad, equidad de género, interacción con otros	Equidad de género
Horario flexible (disponibilidad de tiempo)	Tiempo libre (vida personal)	Trabajo: horario flexible, tiempo personal disponible		Trabajo: horario y flexibilidad	Trabajo: horario y flexibilidad	Trabajo: horario y flexibilidad	Trabajo: horario y flexibilidad
	Buenas condiciones de trabajo	Buenas condiciones de trabajo	Trabajo con buenas condiciones, seguro	Trabajo con buenas condiciones, seguro	Buenas condiciones de trabajo		Buenas condiciones de trabajo
	Empresa familiar	Empresa familiar	Empresa familiar	Empresa familiar		Empresa familiar	Empresa familiar
Viajar	Viajar, movilidad de empleo	Movilidad		Movilidad	Movilidad		Movilidad
			Buen salario		Buen salario inicial	Salario inicial	
Creatividad		Creatividad				Creatividad	Vocación

Fuente: elaboración propia.



conglomerados obteniéndose un agrupamiento de las carreras en función de ciertas características que presentan en común con respecto a la percepción de los estudiantes de primer ingreso. A partir de dicho análisis se construyó el *dendrograma* que permite visualizar las carreras en grupos afines. En la figura 1 se observan los resultados del dendrograma.

Respecto a la percepción que tienen los estudiantes sobre sus carreras profesionales, el análisis por conglomerados mostró afinidad entre los siguientes grupos de carreras: LAE, LIN, LCD y LEM, también son reconocidas como similares las carreras de LAF y LCPF, las carreras en el área de derecho (LDF y LED) y la carrera en el área de publicidad (LPM) no arrojaron características en común con las demás.

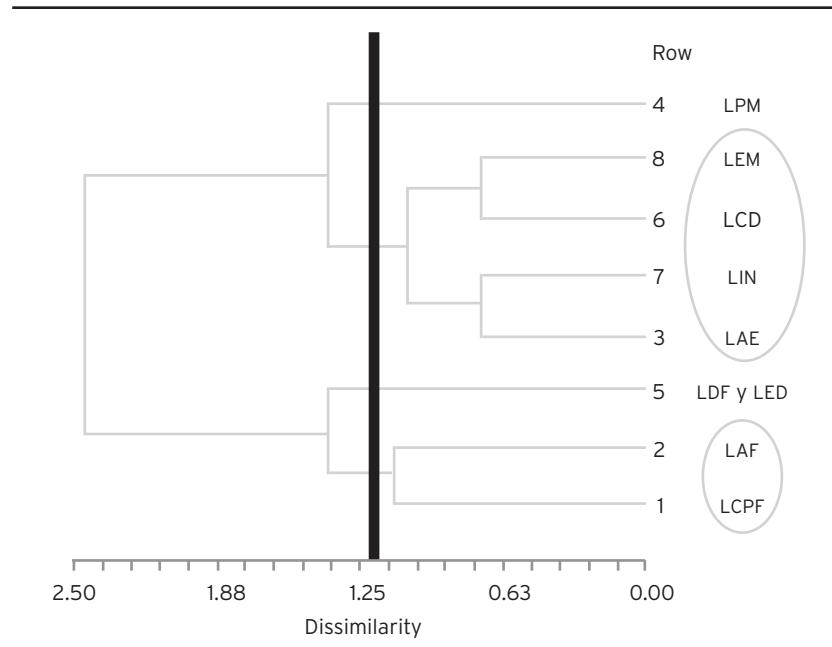
Posteriormente, para entender las razones del agrupamiento anterior, se aplicó la herramienta de análisis factorial. El bloque 3 estaba conformado por un total de 35 variables las cuales fueron agrupadas en máximo 5 factores con un porcentaje de varianza acumulado que fluctuó de 89.03 hasta 92.53.

Los resultados del análisis factorial se muestran en la tabla 3.

En la tabla anterior se pueden observar más de seis conceptos diferentes que son percibidos por los estudiantes de las carreras de negocios, y que describen a las carreras desde la óptica de los estudiantes de primer ingreso. Los conceptos a partir de los constructos son los siguientes:

- La parte analítica y sistemática de la carrera en el nivel 1.
- El nivel 2 representa la relación del análisis con la toma de decisiones.
- La percepción sensorial de la carrera se encuentra en el nivel 3.
- En el nivel 4 se encuentra la relación con el entorno y con la sociedad.
- El concepto innovación se observa en nivel 5.
- Finalmente, el resto de los conceptos son algunas características que podríamos asumir como distintivas para algunas carreras.

Figura 1. Dendrograma



Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Resultados del análisis factorial para la percepción sobre la carrera profesional

	LCPF	LAF	LAE	LPM	LDF y LED	LCD	LIN	LEM
1	Define límites Sistemática, Metódica Estructurada Precisa	Analítica	Estructurada Reflexiva					
2		Soluciones y Decisiones	Soluciones y Decisiones	Soluciones y Decisiones				
3				Se enfoca a la imagen	Se enfoca a la imagen		Se enfoca a la imagen Se enfoca a lo emocional Cautivadora	Se enfoca a lo emocional
4	Formal		Formal Lucrativa	Se proyecta hacia los demás Innovadora Creativa	Se proyecta hacia los demás Innovadora	Extrovertida Innovadora Original	Extrovertida Innovadora	Innovadora Adaptable

Fuente: elaboración propia.

Ahora, respecto a las similitudes y diferencias entre los programas profesionales percibidas por los alumnos de primer ingreso, conviene resaltar las siguientes relaciones: Los alumnos de las carreras LCPF, LAF y LDF-LED, perciben a su carrera como analítica, y tanto finanzas como derecho perciben que el análisis es la base para la toma de decisiones, situación que no es percibida por los alumnos de la carrera de contador; no obstante, los alumnos de finanzas no perciben claramente que los resultados de la toma de decisiones tengan un beneficio para la sociedad, sin embargo, si perciben un beneficio lucrativo; por su parte, para los estudiantes de derecho si es palpable que los resultados de la toma de decisiones tienen un beneficio para la sociedad.

Retomando el resultado a partir del dendrograma, el punto de convergencia entre LCPF y LAF es

el componente analítico y aunque los alumnos de las carreras de derecho manifiestan estar conscientes de este atributo, estas últimas se separan del grupo LCPF-LAF por su capacidad de aplicar el análisis en beneficio de la sociedad.

Por otra parte, tenemos a los alumnos de la carrera de publicidad (LPM), que aunque no perciben el componente de análisis, sí tienen claro que los resultados tienen un impacto en las decisiones, estos estudiantes muestran un claro énfasis en el componente sensorial a partir de la imagen, además de dar evidencia de que sus decisiones tienen un impacto en la sociedad. Algo muy destacable de los alumnos de esta carrera es que tienen la expectativa de innovar con un claro soporte en el concepto de creatividad. Observemos que las características de esta carrera hacen que no se agrupe con ninguna de las carreras analizadas.



El grupo conformado por los alumnos de las carreras LAE, LCD, LIN y LEM no perciben los conceptos de análisis y de cómo éste influye en la toma de decisiones; aunque por otra parte si tienen claro el componente sensorial manifiesto a través de lo emocional y la imagen. Los alumnos de este grupo de carreras tienen presente el componente de innovación aunque no perciben la presencia del concepto creatividad. Las carreras de LAE y LCD manifiestan una relación con su entorno y de manera particular la carrera LCD manifiesta originalidad. Finalmente los alumnos de LIN perciben el concepto de adaptación.

Con respecto a las características de personalidad

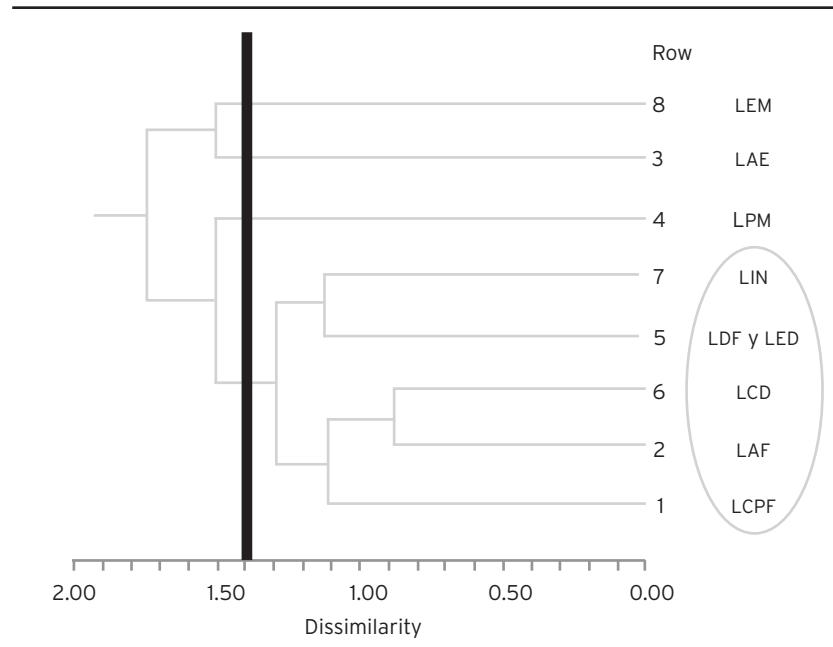
Para el estudio del bloque 4 también se aplicó la herramienta estadística de análisis por conglomerados con la intención de identificar las carreras que presentaron similitud respecto a los atributos de personalidad. Para este caso se partió de 37

variables, a partir de las cuales se obtuvo el dendrograma, mismo que muestra a las carreras con un grado de similitud tal que conformen grupos afines. En la figura 2 se muestran los resultados de este análisis.

El dendrograma muestra que existe similitud entre las carreras LIN, LED, LCD, LAF y LCPF; los alumnos de las carreras LPM, LAE y LEM no presentan características afines por lo que se les considera como diferentes entre ellas y de las demás carreras. Nuevamente con el interés de entender las razones que justifiquen el agrupamiento de las carreras para el criterio de personalidad, se realizó un análisis factorial el cual partió de un total de 37 variables las cuales fueron concatenadas en tres factores, siendo éste el mejor nivel de agrupamiento en función del porcentaje de variación explicado que tomó valores entre 86.63 y 96.35. Los resultados se muestran en la tabla 4.

Para entender las causas del agrupamiento que se obtuvo como resultado a partir del dendrograma, el

Figura 2. Dendrograma



Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Resultados del análisis factorial para los atributos de personalidad

LEM	LIN	LAF	LCD	LCPF	LDF y LED	LAE	LPM
	Emprendedor	Emprendedor	Emprendedor	Emprendedor	Emprendedor		Extrovertido
Apariencia	Apariencia	Apariencia	Apariencia				Capaz
				Imagen	Imagen	Imagen	Atiende el origen del problema
			Confiable	Confiable		Confiable	
Orgulloso						Seguro de sí	
Efectivo	Tradicional	Retador			Empático		

Fuente: elaboración propia.

análisis factorial nos muestra que las carreras afines comparten el concepto emprendedor como el factor crítico. Además, tienen otros atributos de personalidad en común como la apariencia, la imagen y la rectitud o confiabilidad, aunque éstos no están presentes en todas las carreras a la vez. Por otra parte, los alumnos de la carrera de LIN se distinguen del grupo por el atributo tradicional; los alumnos de la carrera de LAF por el atributo retador; y los alumnos de las carreras de LED y LDF por el atributo empático.

Respecto a los alumnos de la carrera LEM, aunque presentan el atributo apariencia, los atributos orgulloso y efectivo los hacen divergir del grupo anterior, al igual que los alumnos de la carrera LAE, en que, aunque ellos comparten los atributos imagen y confiable presentes en el grupo, solamente ellos presentan el atributo seguro de sí mismo, lo que hace que esta carrera no se una al grupo afín.

Por último, presentando atributos en su personalidad completamente diferentes a los alumnos de las demás carreras, se encuentran los alumnos de la carrera LPM para quienes se reconocieron como atributos de su personalidad el ser extrovertido, el ser capaz y la capacidad de atender el origen del problema.

Cabe hacer notar que, aunque a través del análisis factorial fue posible identificar algunos atributos de personalidad distinguibles entre los estudiantes de las carreras de negocios, hay una gran similitud entre sus características de personalidad, es decir, con base en su personalidad no se puede leer de manera clara cuál es el perfil de personalidad propio de los estudiantes de cada carrera.

Conclusiones

Los resultados de la investigación no muestran una clara diferencia entre las percepciones que los alumnos de las carreras del área de negocios en la institución tienen de su propia personalidad, esto podría implicar que la personalidad de los jóvenes no es determinante para seleccionar su carrera una vez que hayan decidido estudiar una carrera del área de negocios.

No hay un perfil muy claro con relación a la personalidad definida para cada licenciatura; se observa una clara tendencia hacia el emprendimiento, la apariencia y la imagen, pero ninguna de ellas es una característica distintiva de alguna licenciatura en lo particular.



Los estudiantes dan más valor a cuestiones extrínsecas, no tanto a la vocación. Algo que llama la atención es que no dan importancia, en la elección de carrera, a factores como contribución a la sociedad, equidad de género, tiempo disponible, vida equilibrada. Lo anterior se percibe como la preeminencia del desarrollo profesional sobre aspectos de la vida personal.

Respecto al perfil de las carreras, algunas no están claramente definidas. Algunos estudiantes no perciben la identidad de la carrera, se traslanan LAE, LIN, LEM incluso fusionar a éstas podría ser una alternativa. Es difícil reconocer la identidad de ciertas licenciaturas, porque son de una alta especialidad y no se tiene claro el contexto o la generalidad de la disciplina.

Podría plantearse a futuro una investigación similar con los alumnos de las áreas de ingeniería, ciencias de la salud y humanidades para comparar los hallazgos de esas posibles investigaciones con los aquí presentados. Adicionalmente, podría realizarse un estudio de los alumnos en su último año de estudios de preparatoria para identificar sus rasgos más

importantes de personalidad y posteriormente confrontarlos con el área de estudios de la carrera que seleccionaron, así como la carrera que seleccionaron dentro de esa área de estudios profesionales.

Es importante considerar a la luz de los resultados de este estudio, el enfoque que los procesos de orientación vocacional en la preparatoria deben asumir ante la preeminencia de los factores extrínsecos en el proceso de selección de carrera profesional. Convendría mencionar el rol de los orientadores vocacionales y la influencia que ejercen en desanimar en algunos casos a alumnos con un perfil cuantitativo a optar por carreras de la rama de ingeniería y por otra parte utilizar como motivación para los estudiantes con inclinación hacia los negocios, que “no tendrán que utilizar habilidades analíticas”.

Finalmente, es importante llamar la atención acerca del futuro de los programas académicos en negocios, cuáles deben ser sus contenidos y orientación y que sean lo que se necesita que sean con la solidez académica más allá de modas y estilos. ■

Referencias

- Bourdieu, Pierre (1990), *The logic of practice*, California, Estados Unidos, Stanford University Press.
- Byrne, Marann y Pauline Willis (2005), “Irish secondary students' perceptions of the work of an accountant and the accounting profession”, en *Accounting Education*, 14(4), pp. 367-381, <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/06939280500346003>.
- De Masi, Doménico (2000), *A sociedad pós-industrial [The post-industrial society]*, São Paulo, SENAC-SP.
- Delors, Jacques (1996), *La educación encierra un tesoro: informe para la UNESCO de la comisión internacional sobre la educación para el siglo XXI*, Madrid, Santillana.
- Felmer, Lucio, Gloria Pool, Inés Fisher y Carmen Fritz (2008), “Los estilos epistémicos y tipos de personalidad como factores asociados a la elección de carrera” (Spanish), en *Revista de Pedagogía*, vol. 30, núm. 86, pp. 115-134.
- Gysbers, N. C. y P. Henderson (2001), “Comprehensive guidance and counseling programs: a rich history and a bright future”, en *Professional School Counseling*, 4(4), pp. 246-256.
- Hernández, Roberto, Carlos Fernández y Pilar Baptista (2006), *Metodología de la investigación*, 4ta ed., México, McGraw Hill.
- Hoffjan, Andreas, Pascal Nevries y René Stienemann (2009), “Comparative management accounting. Literature review on similarities and differences between management accounting in Germanic and Anglophone countries”, en W. Berens, A. Hoffjan, y T Burgartz, (eds), *Controlling in einem globalen markt*, vol. 37, Edition Controlling und Management, Peter Lang Verlag.
- Hutaibat, Khaled (2012), “Interest in the management accounting profession: accounting students' perceptions in Jordanian universities”, en *Asian Social Science*, <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ass/article/view/15405>.
- Iriarte-Redín, Concha, (2004), “Orientar para la vida a través de la orientación para la carrera”, en *Estudios sobre Educación*, vol. 7, pp. 21-32.
- Jones, Blake (2009), “ACC business day gives students a chance to hone business skill”, en *Post Star*: http://poststar.com/news/local/acc-business-day-gives-students-a-chance-to-hone-business/article_244e0ed1-438e-5ddc-a005-867fd9c6fb80.html.
- Latiesa, M. (1989), “Demanda de educación superior: evaluaciones y condicionamientos de los estudiantes en la elección de carrera”, *REIS. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 46, pp. 101-139.
- Lewis, Jacqueline (2001), “Career and personal counseling: comparing process and outcome”, en *Journal of Employment Counseling*, vol. 38, núm.2 pp. 82-90.
- Lewis, Jacqueline, Diane Coursol, y Kay Wahl (2000), “Electronic portfolios in counselor education”, en J. W. Bloom y G. R. Walz (eds.), *Cybercounseling and cyberlearning: strategies and resources for the millennium*, Alexandria, VA, American Counseling Association/CAPS.
- Litzinger, Wolfgang y Larry Penley (1977), “High school business education vis-a-vis collegiate education for business” en *Balance Sheet*, vol. 59, pp. 104-141.
- Lyon, Leverett (1922), *Education for business*, 1ra. ed., Chicago, The University of Chicago press.
- Mayor, Federico (1999), *Un monde nouveau*, París, Odile Jacob-UNESCO.
- Montero Medoza, María Teresa (2000), *Elección de carrera profesional: visiones, promesas y desafíos*, Chihuahua, México, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- Pope, M. (2000), “A brief history of career counseling in the United States”, en *The Career Development Quarterly*, vol. 48, núm. 3, pp. 194-211.
- Rader, M. (2003), *Effective methods of teaching business education in the 21st century*, núm. 41. Virginia, Estados Unidos, National Business Education Association Yearbook, .
- Railsback, B. y N. Groneman (2008), “The value of business education: perceptions of high school guidance counselors, principals, and boards of education”, en *Delta Pi Epsilon Journal*, vol. 50, núm. 3, pp. 150-163.
- Rifkin, Jeremy (1995), *The end of work*, Nueva York, Putman's Sons.



Royce, Joseph (1974), "Epistemic styles, individuality, and world view", en A. Debons y W. Cameron (eds.), *NATO Conference on Information Sciences*, Nueva York, Academic Press.

Savickas, M. L. (1993), "Career counseling in the posmodern era", en *Journal of Cognitive Psychotherapy: An International Quarterly*, 7, pp. 205-215.

Simons, Kathleen (2004), "Comprehensive literature review: factors influencing choice of accounting as a major", en *Journal of the Academy of Business Education*, vol. 5, pp. 97-110.

Sugahara, Satoshi, Gregory Boland, y Andrea Cilloni (2008), "Factors influencing students' choice of an accounting major in Australia" en *Accounting Education*, vol. 17, pp. 37-54, <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09639280802009199>.

Tan, Lin y Fawzi Laswad (2006), "Students' beliefs, attitudes and intentions to major in accounting", en *Accounting Education*, <http://www.tandfonline.com>.

[com/doi/full/10.1080/09639280600787194#.](http://doi/full/10.1080/09639280600787194#)

UwdnUnkVxC4.

Tractenberg, Leonel, Jan Streumer y Simon Van Zolingen (2003), "Career counseling in the emergin postindustrial society", documento inédito, Holanda, Universidad de Twente, Faculty of Educational Science and technology.

Wolk, Carel y Tommy Cates (1994), "Problem-solving styles of accounting students: Are expectations of innovation reasonable?", en *Journal of Accounting Education*, vol. 12, núm. 4, pp. 269-281.

Wrager, William (1994), *Democracy's high school: the comprehensive high school and educational reform in the United States*. Maryland, Estados Unidos: University Press of America, Inc.

Zellweger, Thomas, Philipp Sieger, y Frank Halter, (2011), "Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background", en *Journal Of Business Venturing*, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S088390261000042X>.

Cómo citar este artículo:

Farías-Martínez, Gabriela-María, Gabriela Monforte-García, Maricela García-Montoya y Luis-Enrique Prott-Maldonado (2016), "Criterios, percepciones y personalidad de los estudiantes que determinan la elección de una carrera profesional en el área de negocios", en *Revista Iberoamericana de Educación Superior (RIES)*, México, UNAM-IISUE/Universia, vol. VII, núm. 19, pp. 64-80, <https://ries.universia.net/article/view/1103/criterios-percepciones-personalidad-estudiantes-determinan-eleccion-carrera-profesional-area-negocios> [consulta: fecha de última consulta].