



UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ
Universidad del Estado



Facultad de
Administración
y Economía



BOLETÍN N°3 ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN

Ingeniería Comercial 2023



• ÍNDICE DE CONTENIDOS

Perfil de egreso	3
Actividades de investigación	
Estudio de los factores que determinan el comportamiento de los consumidores de servicios Odontológicos en las ciudades de Arica y Tacna	4
Satisfacción laboral y su influencia en la productividad de los docentes de la facultad de Administración y economía (FAE) de la universidad de Tarapacá, postpandemia	5
Percepción de la responsabilidad social (RS) de los estudiantes de la facultad de administración y economía (FAE) de la universidad de Tarapacá, sede Arica	6
Estudio sobre el atractivo del mercado para la creación de una plataforma live streaming relacionado con la animación y el cómic japonés en la ciudad de Arica	7
Factores que impulsan el emprendimiento en el adulto mayor en la ciudad de Arica	8
Conocimiento en sustentabilidad de los estudiantes de la universidad de Tarapacá, sede Arica	9



• PERFIL DE EGRESO

El profesional egresado(a) de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá es un profesional con una formación humanista; comprometido con la sociedad; con una visión crítica para el mejoramiento de la organización y, el desempeño profesional; preparado para afrontar los requerimientos del cambio en diferentes tipos de organizaciones.

El profesional de la Universidad de Tarapacá, de la carrera de Ingeniería Comercial se desarrolla en el ámbito de la Gestión Estratégica, Gestión Comercial, Gestión Financiera y Gestión de las Personas. Se desempeña en el diagnóstico, evaluación, toma de decisiones, implementación y seguimiento de los resultados de las decisiones en las diferentes áreas de realización profesional. Además, es capaz de investigar, interpretar, analizar, concluir y comunicar sus resultados en el ámbito disciplinario de las ciencias de la administración de empresas.

El Ingeniero(a) Comercial de la Universidad de Tarapacá se caracteriza por poseer habilidades sociales, autogestión e innovación, gestión del conocimiento y de la información.

El profesional egresado(a) de la Carrera de Ingeniería Comercial se puede desempeñar en diferentes tipo de organizaciones: públicas y privadas, nacionales e internacionales; pequeñas, medianas y grandes; con o sin fines lucrativos.

El (La) profesional en su condición de Licenciado en Ciencias en la Administración de Empresas podrá incorporarse a distintos programas de postgrado, de tipo profesional o académico, en su área disciplinaria; además podrá acceder y realizar investigaciones para el desarrollo de la disciplina.



- **ESTUDIO DE LOS FACTORES QUE DETERMINAN EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES DE SERVICIOS ODONTOLÓGICOS EN LAS CIUDADES DE ARICA Y TACNA**

La investigación tuvo como objetivo principal analizar los factores que influyen en la elección de los servicios odontológicos por parte de los consumidores en las ciudades de Arica (Chile) y Tacna (Perú). El estudio surge como una respuesta a la necesidad de comprender mejor las preferencias y necesidades de los consumidores en el ámbito de la odontología, especialmente en una región transfronteriza donde la elección de servicios puede estar influenciada por diversas variables.

La muestra fue de 110 consumidores de servicios odontológicos de ambas ciudades, quienes participaron completando un cuestionario estructurado lo que permitió la recopilación de los datos durante el primer semestre de 2023. Se adoptó un enfoque cuantitativo y se utilizó un diseño no experimental de tipo transversal para obtener una visión precisa del comportamiento de los consumidores en ese momento específico.

El análisis factorial confirmatorio, reveló cuatro factores principales que afectan la elección de servicios odontológicos: motivación, percepción, aprendizaje y actitud. El análisis discriminante permitió determinar qué variables discriminan

mejor entre los consumidores que eligen la ciudad de Arica (Chile) y aquellos que optan por la ciudad de Tacna (Perú).

Los resultados mostraron que las variables de motivación, percepción, aprendizaje, actitud y precio son relevantes para diferenciar entre ambos grupos. Este análisis proporcionó una perspectiva más específica y detallada respecto la relación de estas variables, con la elección de los servicios odontológicos en cada ciudad.

En conclusión, el estudio proporciona una comprensión profunda de los factores que influyen en la elección de los servicios odontológicos en la región transfronteriza de Arica y Tacna. Los hallazgos ofrecen valiosa información para mejorar la oferta de servicios odontológicos y satisfacer las necesidades de los consumidores en ambas ciudades.

Por: Melanie Muñoz Bustamante
Benjamín Toro García

Docente Guía: Daniel Viera Castillo



- **SATISFACCIÓN LABORAL Y SU INFLUENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD DE LOS DOCENTES DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA (FAE) DE LA UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ, POSTPANDEMIA**

Teniendo como precedente el estudio realizado el año 2018 por dos exalumnas de la Universidad de Tarapacá respecto la Satisfacción Laboral y Productividad, se estructuró la investigación; donde se buscó conocer si, la información obtenida anteriormente podría haber sido modificada por la Pandemia del virus Covid-19.

Por lo tanto, el estudio corresponde a una réplica, siendo una investigación cuantitativa, de tipo descriptiva correlacional, y donde se definieron las como variables de Satisfacción Laboral (independiente) y Productividad (dependiente), con el objetivo principal de determinar si, la satisfacción laboral influye en la productividad de los docentes de la Facultad de Administración y Economía (FAE) de la Universidad de Tarapacá.

Para la medición de la satisfacción laboral se utilizó el Cuestionario del Modelo de Satisfacción Laboral S20/23 de Meliá y Peiró, el cual a través de cuatro dimensiones (supervisión, ambiente físico, prestaciones recibidas e intrínsecas del trabajo) intenta medir el grado de satisfacción laboral de un colaborador.

Finalmente, se logró identificar que la satisfacción laboral no influye en la productividad de los académicos de la Facultad de Administración y Economía (FAE) de la Universidad de Tarapacá, siendo la misma conclusión obtenida en el estudio del año 2018. Por tanto, lo que se afirma es que, aún después de la Pandemia del virus Covid-19, la productividad de los académicos no se verá afectada en gran medida si su satisfacción laboral es mayor o menor. Si fue posible de afirmar: que el factor "intrínseco del trabajo" de la Satisfacción Laboral, si influye en la productividad de los docentes, pero no a gran escala.

Por: Luciano Benitt Cortés
Docente Guía: Ximena Vega Donoso



- **PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL (RS) DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA (FAE) DE LA UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ, SEDE ARICA**

La investigación propuso medir el nivel de conocimiento y percepción sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los alumnos de la Universidad de Tarapacá, en su sede Arica, específicamente de la Facultad de Administración y Economía (FAE). El estudio esperó contar con una visión en cuanto a los criterios y principios que se abordan en la gestión administrativa de la institución superior, considerando los 7 criterios de la ISO 26000 utilizados en el cuestionario Ethos (2007), referidos a: valores, gobierno y transparencia, clientes, compromisos éticos, comunidad, gobierno y sociedad, público interno y medio ambiente.

La investigación logra analizar la gestión de la Universidad de Tarapacá desde la visión y perspectiva de los alumnos, los que tienen una estrecha relación con el mundo empresarial, específicamente en las carreras de la Facultad de Administración y Economía (FAE). Lo anterior, considerando que, en la medida que las instituciones públicas y privadas puedan implementar la Responsabilidad Social (RS) dentro de sus pilares estratégicos, podrán contar con un impacto positivo tanto en el

entorno interno y externo; sobre todo considerando que, para la educación superior no solamente es indispensable la incorporación de la RS dentro de las diferentes mallas curriculares, sino que también debe estar presente en la gestión administrativa de las instituciones de educación superior (IES).

La investigación considera aspectos teóricos que abarcan desde la importancia de la gestión de la Responsabilidad Social en las organizaciones hasta sus efectos en las instituciones públicas de educación superior. La investigación que es diagnóstica, fue cualitativa y tuvo como referencia para la construcción del instrumento, el cuestionario de Ethos con sus siete criterios.

Por: Gerzon Coaat Del Puerto Donoso
Isai Armando Santander Acosta

Docente Guía: María Cristina Alfred Urizar



- **ESTUDIO SOBRE EL ATRACTIVO DEL MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA PLATAFORMA LIVE STREAMING RELACIONADO CON LA ANIMACIÓN Y EL CÓMIC JAPONÉS EN LA CIUDAD DE ARICA**

Considerando que el consumo de anime y manga durante los últimos años, ha mantenido un crecimiento importante a nivel mundial, esto principalmente, a la modificación de hábitos generados por la pandemia vivida recientemente, donde las personas buscaron otras maneras de mantener su ocio producto del encierro. En este sentido, grandes empresas de plataformas de live streaming incursionaron en este mercado como los ya existentes, generando un aumento de suscriptores.

Dentro de la ciudad de Arica, también se logró observar un mayor número de personas que empezaron a realizar eventos de anime y manga, conciertos con sus representantes del anime, entre otros factores que se observaron.

Por este motivo, en la presente investigación, se buscó evaluar el atractivo del mercado dentro de la ciudad de Arica para lograr crear una plataforma live streaming de animación y cómic japonés que permitiera explotar este posible mercado existente.

El estudio utilizó una encuesta para cuantificar la demanda existente dentro de la ciudad, cuanto es su consumo y cuáles son las proyecciones, tanto para la demanda como para el consumo monetario. Se analizaron los competidores y las dificultades presentes en este nuevo mercado.

Finalmente se realizó un análisis que permitió obtener el perfil del consumidor, siendo este el que debiera ser considerado al momento de ingresar a este mercado.

Por: Ricardo Ravanal Lobera
Docente Guía: Daniel Viera Castillo



● FACTORES QUE IMPULSAN EL EMPRENDIMIENTO EN EL ADULTO MAYOR EN LA CIUDAD DE ARICA

A lo largo de los años, se ha observado una disminución en la tasa de natalidad en todo el mundo, lo que ha dado como resultado un aumento del envejecimiento de la población. En este sentido, el segmento de la población de personas mayores como grupo demográfico, con frecuencia se enfrentan a la problemática de sentirse olvidada por la sociedad, especialmente en lo que respecta al ámbito laboral como a lo que se refiere a los beneficios sociales, entre otros aspectos. Esta situación, ha obligado a que muchas personas de edad avanzada quieran explorar alternativas que les permitan garantizar su sustento económico, dando lugar al denominado emprendimiento senior.

En este contexto actual, la investigación tuvo como objetivo identificar los factores que explican las razones que impulsan a las personas mayores a emprender en la ciudad de Arica. La metodología empleada se ajusta a un enfoque cualitativo no exploratorio. Se utilizó un instrumento tipo encuesta diseñado para recopilar la información de la población objetivo, lo que permitió generar algunas recomendaciones en cuanto a las dificultades que enfrentan las personas de este grupo etario en el ámbito del emprendimiento.

De las conclusiones se destacan los hallazgos de emprendedores senior, quienes iniciaron sus emprendimientos motivados principalmente por las oportunidades que este significaba, y que se alineaban con su estilo de vida. Asimismo, se constató que poseen las características necesarias para llevar a cabo un emprendimiento con éxito en la mayoría de los casos. Sin embargo, se logró reconocer el requerimiento de un mayor respaldo y acceso a la información referida a los beneficios disponibles desde las instituciones tanto públicas como privadas para el segmento senior de la ciudad de Arica. Las conclusiones obtenidas permiten contribuir con información a un ámbito incipiente en la ciudad, enriquece el conocimiento en el ámbito del emprendimiento senior y el desarrollo de las economías grises, las que deberán ser consideradas en futuras propuestas de políticas públicas que la región proyecte para este segmento etario.

Por: Daniel Rodrigo Domínguez Liendo
Docente Guía: María Cristina Alfred Urizar



● CONOCIMIENTO EN SUSTENTABILIDAD DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ, SEDE ARICA

La crisis ambiental y socio ambiental, son conceptos que en la actualidad van incrementando su relevancia tanto desde los gobiernos como en las organizaciones e instituciones de educación superior (IES). Bajo este escenario, el siguiente estudio buscó lograr disponer de información inicial en el ámbito de la sustentabilidad, específicamente desde los estudiantes de la Universidad de Tarapacá sede Arica. Lo anterior, considerando que la presente institución de educación superior forma profesionales que se espera logren tener una conciencia capaz de responder a las problemáticas presentes.

El estudio se realizó en tres dimensiones del ámbito de la sustentabilidad, estas fueron: conocimiento, compromiso institucional y hábitos y/o prácticas sustentables. La información obtenida permitió contar con un diagnóstico inicial desde el conocimiento que los estudiantes poseen, la percepción referente al compromiso institucional y finalmente, los hábitos o prácticas que la población estudiantil identifica en su día a día.

La investigación logra identificar información inicial para los primeros acercamientos en sustentabilidad desde las acciones que una IES debería implementar en el corto plazo.

Finalmente, la investigación consideró tanto aspectos teóricos como técnicos, lo que permitió proponer un instrumento inicial, el que fue aplicado a los estudiantes de la Universidad de Tarapacá, sede Arica, destacando que los estudiantes muestran en general un grado significativo de conocimiento como de hábitos y/o prácticas del ámbito de la sustentabilidad, situación contraria y negativa frente a lo referido como compromiso institucional. Dicha información configura elementos iniciales que permitirán dirigir acciones en el corto plazo que podrían beneficiar a la institución.

Por: Silvana María Villarreal Tovar
Docente Guía: María Cristina Alfred Uríza



UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ
Universidad del Estado

FAE

Facultad de
Administración
y Economía



BOLETIN N°3 ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN

Ingeniería Comercial 2023