

UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE EDUCACIÓN  
TÉCNICA PARA EL DESARROLLO

CARRERA: ECONOMÍA AGRÍCOLA Y *DESARROLLO RURAL*

TITULO:

*ESTUDIO DE MERCADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS CARRERAS DE  
AGROPECUARIAS EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL  
EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS*

AUTOR:

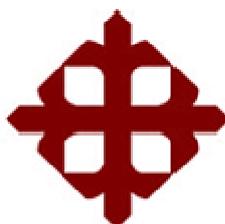
TRIANA TOMALÁ ÁNGEL ANTONIO

Proyecto de investigación previo a la obtención del título  
de Economista Agrícola y *Desarrollo Rural*

TUTOR:

FRANCO RODRÍGUEZ JOHN ELOY

Guayaquil, a los 27 días del mes de septiembre del 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Educación Técnica para el Desarrollo

Carrera: ECONOMÍA AGRÍCOLA Y *DESARROLLO RURAL*

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el señor  
Angel Antonio Triana Tomalá como requerimiento parcial para la obtención  
del título de *ECONOMISTA AGRICOLA Y DESARROLLO RURAL*

TUTOR

.....

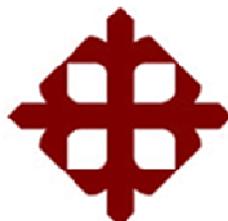
Ing. John E. Franco Rodríguez, MSc

DIRECTOR DE LA CARRERA

.....

Ing. John E. Franco Rodríguez, MSc

Guayaquil, a los 27 días del mes de septiembre del 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Educación Técnica para el Desarrollo

Carrera: Economía Agrícola y Desarrollo Rural

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, ANGEL ANTONIO TRIANA TOMALÁ

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “Estudio de mercado para la implementación de las carreras de agropecuarias en modalidad semipresencial en la provincia del Guayas”, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

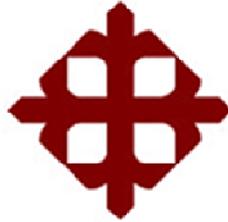
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 27 días del mes de septiembre del 2014

EL AUTOR:

.....

ANGEL ANTONIO TRIANA TOMALÁ



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Educación Técnica para el Desarrollo

Carrera: Economía Agrícola y Desarrollo Rural

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Angel Antonio Triana Tomalá

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del trabajo de titulación: “Estudio de mercado para la implementación de las carreras de agropecuarias en modalidad semipresencial en la provincia del Guayas”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 27 días del mes de septiembre del 2014

EL AUTOR:

.....

ANGEL ANTONIO TRIANA TOMALÁ

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por permitirme culminar este objetivo,

a mi Familia por su comprensión y apoyo,

a mi tutor por su valiosa ayuda.

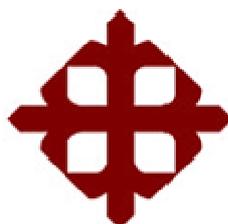
Angel.

## DEDICATORIA

A mi familia por su paciencia y  
compresión en los momentos de  
mi ausencia.

A mi Madre por su constante apoyo.

Angel.



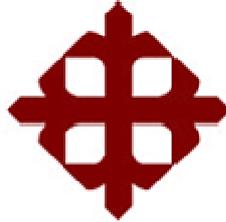
**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Educación Técnica para el Desarrollo

Carrera: Economía Agrícola con Mención en Desarrollo

## **CALIFICACIÓN**

.....  
Ing. John E. Franco Rodríguez, M.Sc



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Educación Técnica para el Desarrollo

Carrera: Economía Agrícola y Desarrollo Rural

## **CALIFICACIÓN**

.....  
Ing. John E. Franco Rodríguez, MSc.

## RESUMEN

En la actualidad, existen varias posibilidades para aquellas personas que laborando, pudieran en horarios flexibles, realizar sus actividades académicas de tal manera que puedan obtener su respectivo título.

Este proyecto se realizó con la finalidad de contribuir con el estudio de mercado para la implementación de las carreras de agropecuarias en modalidad semipresencial en la provincia del Guayas.

Hasta el momento se ha identificado por medio de este estudio la preferencia selectiva al ofertar las carreras agropecuarias, más sin embargo queda por establecer, disponibilidad y acceso a sistemas de información digital (internet), mecanismo de cancelación, métodos de evaluación, espacios de transferencia de tecnología presencial.

A su vez se plantea un mecanismo de promoción y difusión de las carreras agropecuarias a través de convenios con colegios agropecuarios, manual de publicidad basado en un modelo que pretende mostrar los elementos necesarios para ilustrar la oferta académica y que se rige a la matriz productiva, dirigida a satisfacer las necesidades de las futuras generaciones.

## **ABSTRACT**

Currently, there are several possibilities for those who laboring, could Flexible schedules, make their academic activities so they can get their respective title.

This project was conducted with the aim of contributing to the market study for the implementation of agricultural careers in blended format in the province of Guayas.

So far been identified through this study the selective preference to offer agricultural careers, but yet remains to be established, availability and access to digital information systems (internet), cancellation mechanism, evaluation methods, spaces transfer of classroom technology, and governing the production model, designed to meet the needs of future generations.

## ÍNDICE GENERAL

<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
Resumen .....	ix
Abstract.....	x
Indice .....	xi
Indice de Graficos .....	xi
1. INTRODUCCIÓN .....	1
Objetivo General .....	2
Objetivos Específicos.....	2
2. MARCO REFERENCIAL.....	3
2.1 Reseña Histórica de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil .	3
2.1.1 Misión.....	5
2.1.2 Visión .....	5
2.1.3 Objetivos .....	5
2.1.4 Organigrama .....	7
2.1.4.1 Organigrama.....	8
2.2 Facultad de Educación Técnica para el desarrollo .....	9
2.2.1 Carreras .....	11
2.2.2 Misión.....	11
2.2.3 Visión .....	11
2.2.4 Objetivos de Calidad .....	12
2.2.5 Objetivos .....	12
2.2.6 Análisis de F.O.D.A. identificado para la Facultad Técnica para el Desarrollo .....	13
2.3 Ley Orgánica de Educación Superior .....	14
2.4 Resultados de Evaluación de la carrera de Ingeniería Agropecuaria ....	14
2.5 Definición de Educación a distancia .....	20
2.6 Historia de la Educación a distancia .....	20
2.7 Características de la Educación a distancia .....	23
2.7.1 Separación profesor- estudiante .....	24
2.7.1.1 Medios Técnicos .....	25

2.7.1.2 Organización Apoyo (Tutoría) .....	26
2.7.1.3 Aprendizaje independiente y flexible.....	27
2.7.1.4 Comunicación Bidireccional .....	28
2.7.1.5 Comunicación masiva .....	28
2.8 Roles en la Educación semipresencial .....	29
2.9 Tendencias en educación flexible y a distancia .....	30
2.10 Universidades de educación a distancia basadas en tecnología .....	31
2.10.1 Universidades privadas dirigidas a adultos .....	31
2.10.2 Universidades corporativas.....	32
2.10.3 Alianzas estratégicas universidad-industria .....	32
2.10.3.1 Organizaciones de control de acreditación y certificación.....	32
2.10.3.2 Universidades tradicionales extendidas.....	33
2.10.3.3 Universidades Multinacionales Globales.....	33
2.11 Mitos de la Educación a distancia.....	35
2.12 Teorías de la Educación semipresencial .....	39
2.13 Componentes de la Educación semipresencial .....	39
2.14 El chat de cómo herramienta de la Educación semipresencial.....	41
2.15 Retos de la Educación semipresencial .....	41
2.16 Bases para la reconstrucción del diseño institucional.....	42
2.17 El papel del tutor frente a la Educación semipresencial.....	42
2.18 Modelo de mercado social para la modalidad virtual de pregrado .....	43
2.19 Indicadores para la evaluación de la enseñanza en una universidad a distancia.....	43
2.20 Clases de publicidad .....	43
2.21 Objetivos de la publicidad .....	44
2.22 Medios de comunicación.....	45
2.22.1Clasificación.....	45
2.22.2Clasificación de Haas.....	45
2.22.3 Teoría de Clemente .....	46
2.22.4 Clasificación de Cruz Sampler .....	46

2.23 Definición de manual .....	47
2.23.1 Ventajas de los manuales .....	48
2.23.1.1 Clasificación de manuales .....	48
2.23.1.2 Por su alcance .....	49
2.23.1.3 Por su contenido .....	49
2.23.1.4 Por su función específica o área de actividad .....	49
2.24 Tipos de investigación de mercados .....	49
2.25 Elaboración de instrumento de recolección de datos .....	51
2.26 Guía de consulta para la elaboración de encuesta .....	51
2.27 Una nueva etapa en la evolución del marketing .....	51
2.28 Las variables del marketing educativo .....	52
<b>3. MARCO OPERACIONAL .....</b>	<b>55</b>
3.1 Ubicación del ensayo .....	55
3.2 Características Climáticas .....	56
3.3 Materiales .....	56
3.4 Análisis Estadístico .....	56
3.5 Manejo del experimento .....	57
3.6 Variables .....	57
3.7 Encuesta realizada .....	59
<b>4. RESULTADOS .....</b>	<b>60</b>
4.1 Edad .....	60
4.2 Sexo .....	61
4.3 Tipo de modalidad de estudio .....	62
4.4 Forma de pago de estudios .....	63
4.5 Rango de ingresos .....	64
4.6 Conocimiento sobre carreras agropecuarias en la UCSG .....	65
4.7 Los estudiantes frente oferta de estudios semipresenciales .....	66
4.8 Propuesta de horarios .....	67
4.9 Planteamiento de horarios propuestos por los estudiantes .....	68
4.10 Preferencia de carrera agropecuaria .....	69
4.11 Carreras sugeridas por los estudiantes .....	71

4.12 Distancia de movilización los estudiantes a los establecimientos educativos.....	72
4.13 Evaluación sobre el espacio para prácticas de campo .....	73
4.14 Diagnostico previo al plan de promoción.....	74
4.15 Programa propuesto en base a las estrategias.....	76
4.16 Presupuesto del plan de promoción.....	80
4.17 Evaluación y Control.....	81
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	84
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>85</b>
ANEXOS .....	88
Anexo 1. Lista de Colegios Agropecuarios y/o agroindustriales de la Provincia del Guayas .....	88
Anexo 2. Encuesta Realizada .....	89
Anexo 3. Presupuesto.....	90

## Índice de Gráficos

Gráfico 1. Distribución de Estudiantes según sus edades .....	60
Gráfico 2. Distribución de estudiantes según su sexo .....	61
Gráfico 3. Modalidad de estudio .....	62
Gráfico 4. Forma de pago .....	63
Gráfico 5. Rango de ingresos .....	64
Gráfico 6. Marketing de las carreras agropecuarias .....	65
Gráfico 7. Aceptación de la propuesta académica.....	66
Gráfico 8. Preferencia de Horarios.....	67
Gráfico 9. Horarios propuestos por los encuestados .....	68
Gráfico 10. Preferencia de carreras .....	69
Gráfico 11. Preferencia de carreras por estudiantes varones .....	69
Gráfico 12. Preferencia de carreras por estudiantes mujeres .....	70
Gráfico 13. Carreras planteadas por los encuestados .....	71
Gráfico 14. Movilización al establecimiento académico .....	72
Gráfico 15. Disponibilidad de espacio para prácticas .....	73
Grafico 16. Distribución Zona 5.....	76
Grafico 17. Actores.....	77
Gráfico 18. Página <i>Twitter</i> UCSG.....	78
Gráfico 19. Cuadro de potencialidades Zona 5.....	79

## 1. INTRODUCCIÓN

La educación de tercer nivel a través de la historia se ha visto marcada en la dificultad para aquellas personas que más allá de trabajar y hacer su trabajo de manera responsable y profesional, se han encontrado con la vergonzosa situación de no poder formalizar su preparación al no poder lograr un título universitario.

En la actualidad, existen varias posibilidades para aquellas personas que laborando, pudieran en horarios flexibles, realizar sus actividades académicas de tal manera que puedan obtener su respectivo título. Sin embargo, no se logran satisfacer todas las necesidades de formación.

Lo ideal es la propuesta a las que algunas universidades están preparando como una gran posibilidad, la de extender la preparación universitaria a través de los medios de convergencia como son: El internet y la televisión o programas de radio.

No podemos hablar de educación moderna sin antes hablar o referir el pasado donde la educación superior estaba limitada o era accesible solamente a las clases económicas pudientes.

Un ciudadano común no tenía acceso a educación superior clase A. Recordemos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, como pionera al implementar la “pensión diferenciada” a inicios de los años '90.

La apertura y el apoyo de los gobiernos de primer mundo en cuanto a proyectos pilotos es también un elemento a considerar. La participación de la empresa privada mediante el apoyo a estudiantes con los equipos pertinentes para el acceso a internet sería otro elemento.

Actualmente los estudiantes tienen poco apoyo en los portales de búsqueda de carreras innovadoras agropecuarias disponibles *online*.

Existe demanda de profesionales técnicos para ejecución de trabajos de mandos medios. Es importante conocer que las universidades públicas se encuentra actualmente con categoría C, D y con todas sus extensiones cerradas, lo cual amplia nuestra oportunidad de oferta.

Con los antecedentes expuestos, se plantearon los siguientes objetivos:

**Objetivo General:**

Realizar el estudio de mercado para contribuir con la implementación de las carreras de agropecuarias en modalidad semipresencial en la provincia del Guayas.

**Objetivos Específicos:**

1. Realizar un estudio de mercado en el entorno socio-económico para las carreras agropecuarias, para identificar una posible demanda una posible demanda de servicios educativos bajo la modalidad a distancia y/o semipresencial.
2. Realizar un plan de promoción y difusión de la oferta educativa para las carreras agropecuarias bajo la modalidad a distancia y/o semipresencial.

## **2. MARCO REFERENCIAL**

### **2.1 Reseña Histórica de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil**

Esta institución de educación superior fue creada el 17 de mayo de 1962, a petición de la junta pro universidad Católica que presidía Mons. César Antonio Mosquera Corral, arzobispo de Guayaquil, el jurista Dr. Leonidas Ortega Moreira y el P. Joaquín Flor Vásconez S.J., que fueron sus autoridades fundadoras, como Gran Canciller, primer rector y consejero, respectivamente. El presidente Constitucional de la República, Dr. Carlos Julio Arosemena Monroy, mediante el respectivo Acuerdo Ejecutivo # 936, aprobó el estatuto, y el Ministerio de Educación Pública autorizó su funcionamiento por Resolución #1158. (UCSG, 2014)

En esa época, entre otras personalidades, actuaron en el Cuerpo Gubernativo el Dr. Santiago Castillo Barredo, el Ing. Francisco Amador Ycaza, Mons. Antonio Bermeo, Mons. Rogerio Beauger; el P. Jorge Mesía S.J., como Secretario del Cuerpo Gubernativo y el Dr. Fausto Idrovo Arcentales, secretario general. El Dr. Héctor Romero Menéndez (1962-66), el P. José Joaquín Flor (1862) y el Ing. Raúl Maruri Díaz (1862) fueron los decanos fundadores de Jurisprudencia, Filosofía e Ingeniería. (UCSG, 2014)

El 6 de junio de 1963, es decir, a los 19 días de haberse expedido el Acuerdo Ejecutivo, se inició el primer período académico de clases con las siguientes Facultades: Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas, Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación y Ciencias Físicas y Matemáticas (Escuelas de Ingeniería Civil y Arquitectura). Los cursos fueron dictados en el edificio del colegio nocturno "20 de abril", de los padres jesuitas, ubicado en la esquina de Eloy Alfaro 1955 y Manabí, de esta ciudad, en donde funcionó hasta 1966 en que se inauguró el edificio

principal en el campus universitario, situado en el Km. 1,5 de la avenida Carlos Julio Arosemena Tola. (UCSG, 2014)

En 1963 fue creada la Escuela de Economía, adscrita a la Facultad de Jurisprudencia. Posteriormente, el Cuerpo de Gobierno, en sesión del 18 de marzo de 1965, aprobó la creación de la Facultad de Economía. (UCSG, 2014)

En 1965 se creó la Facultad de Arquitectura (antes había funcionado como Escuela la adscrita a la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas). En 1967 fueron creados el Instituto de Educación Técnica para el Desarrollo (Facultad desde 26-09-77), con las Escuelas de Zootecnia y Electricidad y Telecomunicaciones, y la Facultad de Medicina. En 1969 se incorpora la Escuela de Trabajo Social (que funcionaba desde 1960 con auspicio del Club Rotario de Guayaquil. En 1970 se autorizó el funcionamiento del Instituto de Artes Aplicadas (hoy carrera de Diseño de Interiores) y en 1973 se incorporó a la Facultad de Ciencias Médicas, la Escuela de Enfermería "San Vicente de Paúl" (que había sido creada en 1974 por la Comunidad de las Hijas de la Caridad y venía funcionando en Quito). (UCSG, 2014)

En 1985 fue creada la Escuela de Ingeniería en Sistemas Computacionales en la Facultad de Ingeniería y, en el mismo año, se autorizó el funcionamiento del Consejo de Escuela de Derecho, en Jurisprudencia. (UCSG, 2014)

La Escuela de Graduados de la Facultad de Ciencias Médicas fue constituida en octubre de 1986. (UCSG, 2014)

De acuerdo al estatuto vigente aprobado en el año 2001, las Carreras reemplazan a la denominación de Escuelas. (UCSG, 2014)

Mayores datos históricos del claustro se encuentran en las Memorias editadas en mayo de 2002, con motivo del XL aniversario institucional. (UCSG, 2014)

La Facultad de Especialidades Empresariales es creada en junio de 2003 para responder a la demanda empresarial de la formación de profesionales con nuevos perfiles, características específicas y competencias para la toma de decisiones innovadoras. (UCSG, 2014)

En el año 2005 se funda la Facultad de Artes y Humanidades que logró la Certificación ISO 9001-2008 que avala los estándares de calidad y mejoramiento permanente. (UCSG, 2014)

### **2.1.1 Misión**

Generar, promover, difundir y preservar la ciencia, tecnología, arte y cultura, formando personas competentes y profesionales socialmente responsables para el desarrollo sustentable del país, inspirados en la fe cristiana de la Iglesia Católica. (UCSG, 2014)

### **2.1.2 Visión**

Ser una Universidad católica, emprendedora y líder en Latinoamérica que incida en la construcción de una sociedad nacional e internacional eficiente, justa y sustentable. (UCSG, 2014)

### **2.1.3 Objetivos**

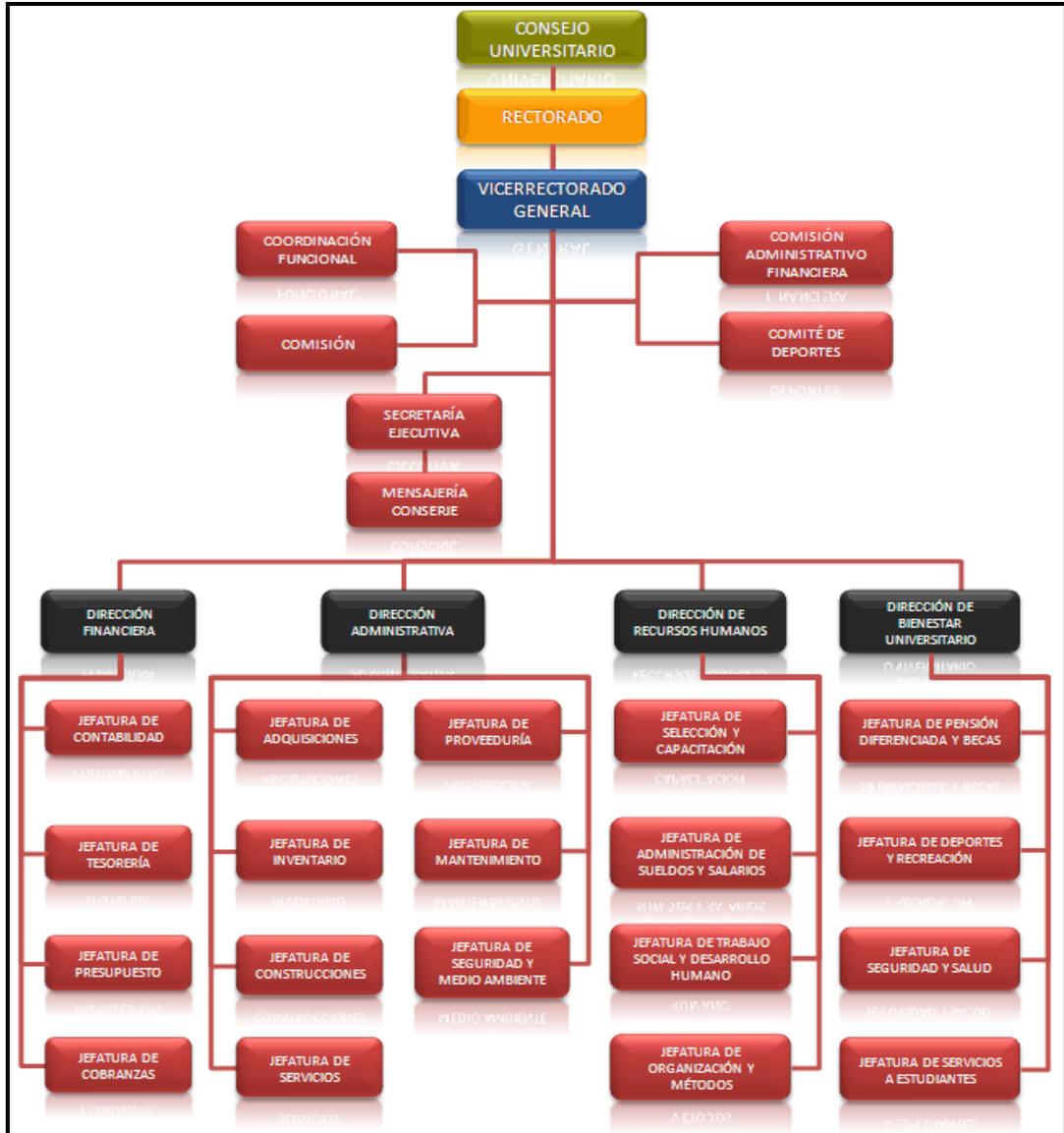
La Universidad Católica de Santiago de Guayaquil es un establecimiento de educación superior, que como tal tiene como finalidades esenciales la preparación de profesionales socialmente responsables a base de la investigación, conservación, promoción y difusión de la ciencia y de la cultura, haciendo énfasis en sus valores autóctonos con miras a lograr el mejor desarrollo y superación del hombre ecuatoriano en un marco de

convivencia democrática, justicia social, paz creadora, respeto y exaltación a los valores y derechos humanos, asegurando al propio tiempo, de una manera institucional, la impronta de una genuina inspiración cristiana y el mensaje de Cristo, tal como es transmitido por la Iglesia Católica, la actuación comunitaria y trascendente, en un mundo universitario consciente de su función social frente a los problemas de la sociedad contemporánea, y el cumplimiento de su misión académica como Instituto de formación y cultura, abierto a todas las corrientes del pensamiento universal. (UCSG, 2014)

Para lograr estos objetivos la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil:

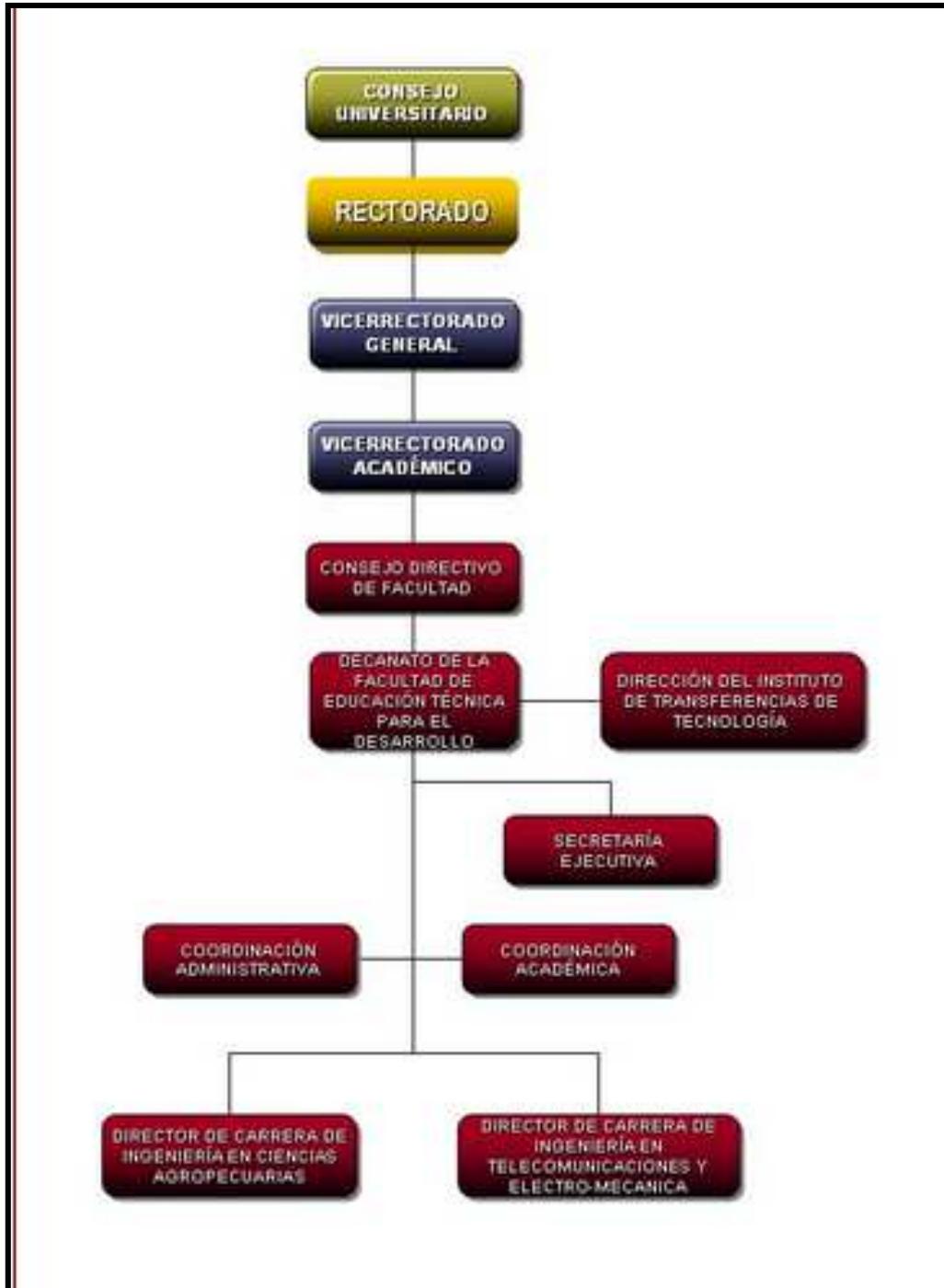
1. Asumirá como institución su responsabilidad social
2. Velará porque la investigación, conservación, promoción y difusión de la ciencia, la técnica y la cultura se realicen de manera objetiva, y estará abierta, en la búsqueda de la verdad, a las distintas corrientes ideológicas.
3. Promoverá la democratización de la enseñanza, según las posibilidades institucionales que procurará acrecentar, y la constante superación de sus niveles académicos.
4. Tenderá a la formación integral del hombre, no solo científica y técnicamente capacitado, sino atento a las distintas dimensiones de lo humano.
5. Buscará el diálogo entre Ciencia y Fe. Para llevar a la práctica este diálogo la comunidad universitaria considera fundamental la realización de los estudios teológicos como materia básica para todos los estudiantes. El Departamento de Teología ofrecerá facilidades para dicho estudio y para el servicio pastoral.
6. Mantendrá siempre una actitud de autoanálisis que haga posible su permanente superación. (UCSG, 2014)

## 2.1.4 Organigrama UCSG



Fuente: (USCG, 2014)

### 2.1.4. 1 Organigrama Facultad Técnica para el desarrollo



Fuente: (USCG, 2014)

## **2.2 Facultad de Educación Técnica para el Desarrollo**

La Facultad de Educación Técnica para el Desarrollo, inició sus actividades como una dependencia, anexa al Rectorado de la Universidad Católica de Guayaquil, en el año de 1975, en calidad de Instituto Técnico. (UCSG, 2014)

Posteriormente, en septiembre de 1977, por Resolución del Consejo Universitario, se creó la Facultad de Educación Técnica para el Desarrollo, como una alternativa para la formación de Técnicos de Nivel medio, los que insertados en el agro puedan desarrollar tecnologías capaces de cambiar los arcaicos procedimientos de manejos de los animales de granja, como también de la agricultura, en términos generales. De igual manera, con el propósito de coadyuvar en la implementación de nuevas tecnologías en el área de la Electricidad y Telecomunicaciones. (UCSG, 2014)

Posteriormente en el período del rectorado del Sr. Ing. Eudoro Cevallos de la Jara, la Facultad integra a su estructura académica, la Escuela de Electricidad, con el nivel Tecnológico medio. (UCSG, 2014)

Continúa desarrollándose la Unidad Académica y procede a conformar su estructura universitaria, en base a la integración de la Escuela de Electricidad, Electrónica y Telecomunicaciones, en la que el país se encontraba en esos momentos, en un vertiginoso proceso de implementación y cambio. (UCSG, 2014)

Nuestra Unidad Académica ha continuado creciendo y con una mirada prospectiva de las Autoridades de la Universidad, se fija como meta y se estructuran las carreras terminales de ingeniería lo cual permite que la Facultad tenga una acogida favorable de la colectividad, valorada por la extraordinaria cantidad de alumnos que accedieron a estudiar y completar el nivel de educación superior, situación que se mantiene en constante

crecimiento, en circunstancias de su nivel y estructura académica lograda. (UCSG, 2014)

En los actuales momentos, se encuentran debidamente estructuradas, con las carreras terminales de Ingeniería Agropecuaria con Mención en Gestión Empresarial Agropecuaria; Economía Agrícola y Desarrollo Rural; Ingeniería de Telecomunicaciones, con Mención en Gestión Empresarial de Telecomunicaciones; e, Ingeniería en Electromecánica, con Mención en Gestión Empresarial Industrial, Agronomía, Recursos Naturales Renovables y Ambientalismo, Ingeniería Agroindustrial y Medicina Veterinaria y Zootécnica, carreras cuyo contenido Académico satisfacen plenamente la mano de obra profesional que requiere el país para desarrollar sus programas y proyecciones técnicas sociales. (UCSG, 2014)

La Facultad ha mejorado ostensiblemente su nivel académico dentro de la estructura global de nuestro centro de estudios. (UCSG, 2014)

En la Administración del Sr. Ing. Héctor Rodríguez Gilbert, en calidad de Decano, periodo 1989-1991, se construyó el edificio de la Facultad, gracias a la tesorera gestión de dicha autoridad, ante el Sr. Rector Dr. Gustavo Noboa Bejarano y la Srta. Vicerrectora Dra. Nila Velásquez Coello, con el apoyo incondicional de todos y cada uno de los integrantes del Consejo Universitario. (UCSG, 2014)

Las autoridades directrices de la Universidad, comprendieron a plenitud la necesidad y proyección de nuestra Unidad quien en esos momentos se encontraba empeñada en lograr, utilizando el basto recurso humano y homogénea masa crítica de prestantes profesionales que integran la Facultad Técnica, de sostener tan importantes logros académicos-profesionales como es la creación de carreras terminales de Ingeniería. (UCSG, 2014)

En el área de la investigación tecnológica y/ o científica, de igual manera en la facultad se han llevado a efecto múltiples trabajos de relevante importancia, que por ahora se han iniciado como proyectos semillas, para luego de obtenidos los correspondientes resultados, continuar con los procesos de investigación de envergadura y de carácter interdisciplinarios, interinstitucionales, apoyados por el SENECYT y por organismos y/ o fundaciones internacionales. (UCSG, 2014)

### **2.2.1 Carreras (Vigentes para ingreso de Estudiantes)**

- Electrónica
- Electromecánica
- Telecomunicaciones
- Agropecuaria
- Agroindustria
- Medicina Veterinaria y Zootecnia (UCSG, 2014)

### **2.2.2 Misión**

Formar profesionales que contribuyan al desarrollo sustentable de la sociedad, capacitados en los procesos de producción, investigación y administración en las ciencias aplicadas a las especialidades: Ambientales, Agroalimentarias, Telecomunicaciones, Eléctrico-mecánica, y Electrónica en Control y Automatismo. (UCSG, 2014)

### **2.2.3 Visión**

Para el año 2020 ser reconocida como la mejor opción académica del país, con Responsabilidad Social, para el estudio de las ciencias aplicadas en los campos de las especialidades Ambientales, Agroalimentarias, Telecomunicaciones, Eléctrico-mecánica, y Electrónica en Control y Automatismo. (UCSG, 2014)

#### **2.2.4 Objetivo de calidad**

"Mantener la certificación internacional ISO 9001:2008, mediante la implementación de un sistema de garantía de calidad que permita mejorar permanentemente los servicios de apoyo y docencia de pregrado para responder a las exigencias y demandas sociales". (UCSG, 2014)

#### **2.2.5 Objetivos**

- Aplicar criterios técnico-científicos a los procesos productivos en los sistemas agropecuarios, atendiendo a sus características y complejidades sinérgicas.
- Integrar elementos conceptuales sobre las principales teorías de las ciencias de la vida y su expresión fenomenológica en los campos disciplinares en el ámbito agroalimentario.
- Desarrollar una estrategia constante para el incremento del acervo personal y profesional de sus estudiantes y futuros egresados a través de la automotivación por el aprendizaje a lo largo de la vida (*Lifelong Learning*). (UCSG, 2014)
- Manejar de forma eficiente, ordenada y sistemática la gestión de los indicadores de producción y productividad en los sistemas de agro producción, con la finalidad de hacerlos competitivos en relación a los pares del entorno, atendiendo la retroalimentación que brinda el grupo objetivo de bienes, productos y servicios. (UCSG, 2014)
- Fomentar en los estudiantes y egresados el liderazgo asertivo, con creatividad e inteligencia emocional, reflexividad y flexibilidad para la toma de decisiones, que generen confiabilidad que permita abordar con optimismo las situaciones difíciles, estableciendo métodos eficaces para el trabajo en equipo. (UCSG, 2014)

## **2.2.6 Análisis de F.O.D.A. identificado para la Facultad Técnica.**

### **Fortalezas**

- Infraestructura, laboratorios, consultorios, equipos, predio para realizar prácticas.
- La Universidad Católica Santiago de Guayaquil es reconocida por su prestigio y excelencia.
- Autoridades y directivos con experiencia e identificación institucional.
- Plantilla de docentes con gran nivel académicos; maestría y doctorado. (UCSG, 2014)

### **Oportunidades**

- Crecimiento de demanda en carreras profesionales.
- Política del Estado apoyando la formación científica
- Vigencia del sistema nacional de evaluación y acreditación de las instituciones a nivel superior.
- Existencia de recursos disponibles a nivel nacional para financiar proyectos agrícolas.
- Inicio de desarrollo de redes de instituciones que apoyan el desarrollo rural. (UCSG, 2014)

### **Debilidades**

- Falta de inversión en el predio para desarrollo de prácticas de campo por materia.
- Falta de capacitación de los alumnos en software relacionados a materias de las diferentes mallas. Disminuye el sentido de pertenencia de los estudiantes con la institución. (UCSG, 2014)
- Falta de convenios con empresas privadas.
- Se genera inconvenientes con notas en el sistema.

## **Amenazas**

- Apoyo y fortalecimiento de universidades públicas y privadas
- No existe pensión diferenciada.
- Apoyo del gobierno por estudios en universidades fuera del país con financiamiento de baja tasa de interés y a largo plazo.
- Bajo presupuesto para proyectos de investigación.
- Riesgo frente a la competencia de otras instituciones por convenios recursos y espacios comunes en instituciones rurales.
- No existe una clara y adecuada promoción de las carreras agropecuarias. (UCSG, 2014)

## **2.3 Ley Orgánica de Educación Superior**

### **CAPÍTULO II**

#### **De las Modalidades de Estudio**

**Art. 6.** Modalidad de Estudio es la forma de organización académica de los programas ofertados por las instituciones de educación superior. Pueden ofertar las siguientes modalidades: presencial, semipresencial y a distancia.

## **2.4 Resultados de Proyecto de Evaluación a la carrera de Ingeniería Agropecuaria. Periodo de evaluación 2000 - 2006**

El sistema de comunicación y marketing de la UCSG realizó una evaluación, de la facultad técnica, tomando una muestra de 30 graduados, que representa 20 % en relación a esa fecha (2000 – 2006) y el 7 % a la fecha actual, del total de egresados. Dicha evaluación arrojó los siguientes resultados.

1. Calificación del nivel de satisfacción de la experiencia en la UCSG de 1 a 5 teniendo en cuenta que 1 es el menor nivel de satisfacción y 5 el mayor. (UCSG, 2014)

La tendencia mayoritaria califica de un modo relativamente bajo (entre 3 y 2) su percepción de la Universidad y está determinada esa calificación por los siguientes aspectos:

- Falta de laboratorios especializados como Entomología y Microbiología
- Ausencia de recursos tecnológico como: Conexión a internet //Infocus/Wi-Fi
- Demoras y errores en procesar trámites administrativos.
- Inconvenientes con asentamientos
- Poder político de los estudiantes que intervienen en áreas de competencia académica. (UCSG, 2014)

Secundariamente hay una calificación positiva (5 y 4) que está determinada por los siguientes aspectos:

- Comodidad del campus
- Formación cristiana
- Principios y Valores
- Excelencia académica
- Prestigio/Reconocimiento Social de la UCSG. (UCSG, 2014)

2. Calificación del nivel de satisfacción de la experiencia con la carrea de Ingeniería Agropecuaria de 1 a 5 teniendo en cuenta que 1 es el menor nivel de satisfacción y 5 el mayor. (UCSG, 2014)

Tienden a calificarla mayoritariamente de forma negativa (3 y 2).

Emergen los siguientes aspectos:

- Falta de prácticas en el campo de especialización.
- Falta de infraestructura como laboratorios y equipos como teodolitos y microscopios.
- Contenido académico poco satisfactorios.
- Docente con pedagogía antigua y poca experiencia profesional.
- Poco incentivo en la investigación, el campo donde se realizaban las prácticas no estaban en las condiciones adecuadas.
- No cuenta con inversión tecnológica.
- Inconvenientes con asentamientos de notas. (UCSG, 2014)

Secundariamente calificaron entre (5 y 4) su experiencia. Esta calificación está determinado por:

- Vinculación con el sector agropecuario
- Docentes con experiencia en su cátedra
- La disciplina investigativa
- La preparación profesional recibida los ayudó a ejercer en el campo laboral. (UCSG, 2014)

### 3. Principales aspectos positivos de haber estudiantes en la carrera de Ingeniería Agropecuaria

Se destacan los siguientes:

- La experiencia adquirida en las practicas de trabajo
- Posicionamiento a nivel nacional de la UCSG ayuda a una buena inserción laboral.
- Relaciones interpersonales y vinculación con el sector agropecuario
- Malla que incluyen materias administrativas
- Docentes con experiencia. (UCSG, 2014)

### 4. Principales aspectos negativos de haber estudiado en la carrera de Ingeniería Agropecuaria

Se destacan los siguientes:

- Falta de prácticas de campo
  - Falta de materias, equipos y maquinarias agrícola
  - No contaban con tecnología y buenos laboratorios
  - En ocasiones no había transporte para movilizarse hacia el lugar de las prácticas.
  - Falta de desarrollo de proyectos agropecuarios, desarrollo rural y agricultura orgánica.
  - Falta de apoyo en la inserción laboral de los graduados. (UCSG, 2014)
5. Evaluación comparativa de los aspectos positivos versus los aspectos negativos ¿Cuales tienen mayor peso, los positivos o los negativos?

La tendencia clara e inequívoca es enfatizar que para los graduados más peso han tenido los aspectos positivos que negativos principalmente por el prestigio de la UCSG, su buena imagen adicional y que existe un buen ambiente de estudio. (UCSG, 2014)

Los conocimientos en general les han servido en el ámbito profesional.

6. Calificación del nivel de satisfacción de 1 a 5 teniendo en cuenta que 1 es el menor nivel de satisfacción y 5 el mayor de los siguientes aspectos:

**Estructura y materias del pensum:**

La tendencia preponderante es calificar 3 la estructura del pensum. Enfatizan notablemente la falta de prácticas en el campo de sus distintas especializaciones y recomiendan incorporar más horas de prácticas y materias como: pastos y forrajes, biología, manejo de material agrícola y maquinaria y ecología. (UCSG, 2014)

Secundariamente emergen los siguientes aspectos positivos que se expresan en una calificación entre 5 y 4:

- Materia alineadas a las necesidades
- Pensum bien estructurado
- Buena articulación entre las materias de agricultura y pecuaria. (UCSG, 2014)

#### **Horarios:**

La tendencia está dividida entre calificar positivamente y negativamente a los horarios considerándolos acordes a las necesidades para un importante número de alumnos; sin embargo para otro grupo similar no eran adecuados, debido a que las practicas se realizaban fuera de la ciudad por lo que recomiendan que la jornada de la tarde inicie entre las 17h00 y 18h00. (UCSG, 2014)

Un grupo minoritario indica que los horarios se ajustaban en base a la disponibilidad de los docentes. (UCSG, 2014)

#### **Docentes:**

Al igual que la variable anterior la evaluación está dividida enfatizando los siguientes aspectos:

- Docentes con experiencia y actitud
- Docentes desactualizados en procesos metodológicos
- Docentes con limitado conocimiento de herramientas tecnológicas básicas (UCSG, 2014)

De manera minoritaria emerge que existían docentes sesgados que privilegiaban a ciertos alumnos. (UCSG, 2014)

7. Evaluación sobre la demanda de la carrera de Ingeniería Agropecuaria:

La tendencia clara e inequívoca es que tiene demanda ajustando los siguientes aspectos:

Alineación de la carrera a las siguientes tendencias:

- Énfasis en materias gerenciales administrativas
  - Mayor conocimiento agroalimentarios y pecuarios
  - Mayor conocimiento de los proyectos del gobierno para proponer proyectos de investigación
  - Mayor énfasis en prácticas y tecnología. (UCSG, 2014)
8. Identificación de los aspectos que redefine el grupo objetivo del perfil de la Carrera:

La tendencia clara e inequívoca es no cambiar el nombre de la carrera pero agregar certificaciones:

- Medio Ambiental
- Ecológico

Colateralmente emerge la siguiente sugerencia de titulación:

Ingeniería en sistemas de Gestión y producción Agropecuaria con mención en Medio Ambiente. (UCSG, 2014)

9. Aspectos emergidos adicionalmente.

- Es necesario una mayor promoción de la carrera
- Obtener certificaciones internacionales especializados
- Incrementar laboratorios especializados
- Mantener a la finca de Limoncito en condiciones adecuadas
- Implementar ofertas de posgrado
- Mayor acercamiento de las principales Autoridades de la Universidad y el sector publico (UCSG, 2014)

## **2.5 Definición de Educación a distancia.**

La educación a distancia es un método que utiliza la comunicación y la tecnología, en forma individual o masiva, junto con métodos didácticos y educadores competentes, para propiciar el aprendizaje. (España, 2014)

## **2.6 Historia de la Educación a distancia.**

Si bien hay quienes asimilan el origen de la educación a distancia con la primera instrucción escrita posible, existe consenso en que el origen de la educación a distancia se remonta al siglo XVIII, con un anuncio publicado en 1728 por la Gaceta de Boston, en donde se hacía referencia a un material auto instructivo para ser enviado a los estudiantes con posibilidad de tutorías por correspondencia. (José Luis Córico, 2014)

Desde esa fecha son muchos los antecedentes que se pueden citar, entre los que cabe destacar su inicio en Europa Occidental y América del norte durante el siglo XIX con el fin de dar atención a las minorías, que por diferentes motivos, no asistieron a escuelas ordinarias. Al finalizar la Segunda Guerra Mundial empezó a expandirse, pues se pensó que se podía ofrecer de una forma más económica que la educación presencial, principalmente en países grandes y de población escasa, que intentaban vencer distancias, como Suecia y Canadá. (José Luis Córico, 2014)

A partir de los años sesenta, el crecimiento es más marcado, estableciéndose decenas de instituciones de educación a distancia en el mundo, como es en Asia, España, la Unión Soviética, en Inglaterra (Open University en 1969), en Estados Unidos (1971), sobre todo en África y Oceanía así como en México que es uno de los pioneros en esta modalidad de enseñanza, entre otros más. (José Luis Córico, 2014)

La educación a distancia ha evolucionado desde sus orígenes, por lo que no siempre se han utilizado los mismos recursos y vías de comunicación

para el proceso de enseñanza-aprendizaje, así encontramos que los avances tecnológicos marcan diferentes etapas, en las que no hay un periodo preciso que las delimite, por ello hay quienes consideran, tres, cuatro o inclusive cinco generaciones; nosotros agrupamos los avances en tres generaciones. (España, 2014)

La primera generación es la enseñanza por correspondencia y surge a finales del siglo XIX y principios del XX con el desarrollo de la imprenta, de ahí que predomina el uso del libro de texto y el correo postal, al final de esta época aparece una nueva figura denominada tutor o asesor en lugar del profesor y se crean Centros Regionales de Apoyo. Esta etapa ha sido la de mayor duración, aunque actualmente hay quienes aún utilizan esta forma de enseñanza. (España, 2014)

La segunda generación o enseñanza multimedia podría decirse que inicia con la incorporación de medios masivos de comunicación a los espacios escolares, como son el cine, la radio y la televisión; se caracteriza por la confianza que se depositó en el poder de los medios para influir en los estudiantes sin tomar en cuenta las formas de apropiación de los contenidos presentados; la atención se centraba en lo que se iba a transmitir y no en el tratamiento didáctico ni se tomaban en cuenta las características de la población a la que iba dirigida. (España, 2014)

Posteriormente surgen paquetes instruccionales, en los que predominaba el material impreso; se empieza a industrializar la producción de medios donde los videos educativos tienen una gran demanda: Aparece el CD-ROM; se incorporan las asesorías a distancia a través del teléfono y el uso del fax, así como la videoconferencia y la audio conferencia, además del material impreso. Hay quienes consideran a esta como otra generación más. En la tercera generación denominada enseñanza telemática desaparece el concepto de distancia como aspecto funcional

aunque se mantiene físicamente al darse una nueva forma de relación entre los elementos que participan en esta modalidad educativa como son: los asesores, los estudiantes, los materiales de apoyo y otras instituciones educativas tanto nacionales como internacionales. Esta generación aunque nace a mediados de los ochenta, se desarrolla durante los noventa donde, las tecnologías de las telecomunicaciones fortalecen la incorporación de datos de audio e imagen. (España, 2014)

Se caracteriza por la integración de las telecomunicaciones con otros medios educativos a través de la informática. Se apoya cada vez más en el uso de la computadora y de sistemas multimedia. (José Luis Córico, 2014)

Las tecnologías continúan su desarrollo, lo que ha creado nuevas formas de trabajo y de interacción entre los usuarios, su uso educativo lo encontramos reflejado en proyectos de vanguardia que crean ambientes educativos innovadores y nuevas experiencias de aprendizaje que permiten ofrecer cursos en línea, capacitación en sedes remotas, asesoría especializada en línea, actividades académicas diversas de investigación, docencia y de auto-aprendizaje en entornos colaborativos, entre otras potencialidades. Pero su incorporación requiere de planeación, seguimiento y evaluación. (España, 2014)

Estamos entonces ante una realidad virtual que es, además de representación, un modelo de construcción, incluye tres aspectos básicos: la inmersión, la interacción y la navegación.

La inmersión puede ser entendida como inclusión física en la imagen mediante hardware como cascos estereoscópicos o láser retiniano. (José Luis Córico, 2014)

La interacción supone asumir el punto de vista de un personaje que interactúa con otros en ámbitos simulados esto es, aparentan ser reales;

La navegación consiste en recorrer los espacios virtuales, por lo que navegar es orientarse en los laberintos de información que están en continua evolución. (José Luis Córico, 2014)

La realidad virtual es un recurso didáctico que los docentes pueden utilizar para motivar y atraer la atención de los estudiantes a través de esquemas tridimensionales de calidad y alto grado de interactividad ofrecida por los sistemas virtuales que hacen uso de las Nuevas Tecnologías de Información y comunicación. (José Luis Córico, 2014)

Este último sistema educativo se impone cada vez más como una nueva forma de interacción electrónica no sólo entre el hombre y la computadora, sino también entre los diversos participantes que intervienen en los procesos de enseñanza y aprendizaje a distancia, sin limitaciones de espacio y tiempo. (José Luis Córico, 2014)

### **2.7 Características de la Educación a distancia.**

La denominación aceptada generalmente en 1982, educación a distancia, creemos que probablemente apareció por primera vez en 1892, en el catálogo de la Universidad de Wisconsin (Rumble, 1986) y seguramente utilizado entonces por el director de la correspondiente extensión de la citada Universidad, William Lighty, en 1906. Posteriormente el término fue popularizado en Alemania, sobre todo en las décadas de 1960 y 1970 en que se extendió a otros países de Europa (Verduin y Clark, 1991). (García, 2002)

Según estudios comparativos de las definiciones más relevantes de educación a distancia, destacan como rasgos característicos de esta forma de enseñar, los siguientes:

- Separación profesor-estudiante
- Medios Técnicos
- Organización Apoyo (Tutoría)
- Aprendizaje independiente y flexible
- Comunicación Bidireccional
- Comunicación masiva (García, 2002)

### **2.7.1 Separación profesor- estudiante.**

Es una de las características generales de la educación a distancia a la que más alusión se hace como propia de esta modalidad de estudio, que consiste en el no contacto cara a cara, o comunicación no directa, a diferencia de la que se da en el aula en un modelo tradicional. Implica una separación en tiempo y/o espacio entre el profesor y el estudiante. (García, 2002)

Si bien es cierto que en los sistemas tradicionales existen aprendizajes que se producen sin la presencia física del profesor, éstos están en función de la edad del estudiante y del nivel educativo; además no en todos los casos se produce una separación absoluta del estudiante y del profesor, pues existen situaciones en las que se brindan sesiones de tutoría presenciales ya sea individual o grupal así como evaluaciones presenciales de los aprendizajes, esto es, puede hablarse de estudios semi-presenciales. (García, 2002)

El diseño del proceso de enseñanza-aprendizaje es el que determina el grado de separación entre el profesor y el estudiante, así se pasa de la enseñanza en aulas reales a la producida en aulas virtuales por lo que se produce una comunicación diferida en el espacio y en el tiempo o en

ambos, a la que nos referiremos más adelante dada su importancia. (García, 2002)

#### **2.7.1.1 Medios técnicos.**

Se consideran como recursos facilitadores del aprendizaje los materiales: impresos, de audio, vídeo, informáticos y los canales de comunicación (correo postal, teléfono, radio, televisión, fax, Internet.) que se utilizan para emitir mensajes educativos. (Ramirez, 2011)

El avance vertiginoso que en los últimos años se ha dado en torno a estos recursos técnicos de comunicación ha posibilitado su incorporación en mayores ámbitos de la población rompiendo fronteras de espacio y tiempo, por lo que la UNESCO los señala como impulsores del principio de igualdad de oportunidades. (Ramirez, 2011)

Aunque consideremos que aún están lejos de convertirse en verdaderos impulsores de dicho principio, pues si bien es cierto, que a través del tiempo estos medios han permitido más accesibilidad a la educación al minimizar y /o desaparecer las barreras geográficas, laborales, familiares y en algunos casos de salud y sociales, no ha sido así en las económicas, aunque reconocemos que cada vez hay más sectores de la población que tienen alcance a la tecnología, sin embargo aún sigue siendo una limitante, pero con enormes potencialidades. (Ramirez, 2011)

Los medios técnicos se han ido incorporando cada vez más en la enseñanza convencional, por lo que no son de uso exclusivo en los sistemas a distancia, pero sin ellos ésta sería imposible, por lo que se consideran una característica imprescindible de dicho sistema. (Ramirez, 2011)

### **2.7.1.2 Organización Apoyo (Tutoría)**

En la enseñanza presencial que es la forma tradicional de aprender, existe una tendencia marcada en que el maestro siga siendo el responsable directo de la “instrucción” en el aula, creando así una dependencia con el estudiante, lo que contrasta con quienes aprenden por sí solos únicamente por su esfuerzo personal; la educación a distancia tiende a ser tutelada, esto es no cae en alguno de los casos extremos que hemos referido, sino más bien parece ser una fase intermedia entre uno y otro, pues el docente se convierte en facilitador o guía del aprendizaje a través de vías de comunicación para apoyar al estudiante en su estudio independiente. (Cabral, 2011)

Cabe destacar una diferencia que García Aretio establece entre las instituciones de enseñanza presencial y a distancia para referirse a la necesidad del trabajo en equipo de numerosas personas con diferentes funciones con el fin de hacer posible la educación a distancia. (José Luis Córico, 2014)

*“Mientras en las instituciones convencionales quien enseña básicamente es el docente, en la enseñanza a distancia es precisamente la institución la que ostenta esta responsabilidad”.*  
(Cabral, 2011)

Al respecto es importante hacer una reflexión en el sentido de que independientemente de la modalidad educativa de que se trate, la responsabilidad siempre recaerá en la organización o institución.  
(Cabral, 2011)

Cada vez más se torna más indispensable el trabajo colaborativo o en equipo para llevar a buen término cualquier programa educativo, sin embargo, en el caso de la enseñanza convencional si la institución tiene

fallas y si los programas educativos y materiales de apoyo no se trabajan en equipo, la enseñanza es posible, es decir, el docente puede llevar a cabo el proceso aunque como es obvio se reflejará en los resultados, pero esto no es exactamente así en la modalidad a distancia pues una falla en cualquiera de quienes intervienen en el proceso educativo podría en muchos de los casos hasta imposibilitarlo o bien obstruirlo con consecuencias más significativas. (Cabral, 2011)

Como ejemplo podemos citar: la no distribución de materiales, fallas en la administración de la plataforma en caso de que ésta se utilice como entorno de aprendizaje, material mal seleccionado o elaborado como causa de abandono. (Cabral, 2011)

### **2.7.1.3 Aprendizaje independiente y flexible**

El estudiante puede avanzar a su propio ritmo, con un estilo y método de aprendizaje elegidos por el mismo, organizar sus espacios y tiempos de estudio según sus necesidades, lo cual requiere el desarrollo de su voluntad y habilidades “aprender a aprender” y “aprender a hacer”; por lo que el aprendizaje depende principalmente del estudiante más que del docente. (Cabral, 2011)

Con el apoyo de las nuevas tecnologías de la comunicación este aprendizaje autónomo e individual se favorece al reducir la soledad, acortando distancias y favoreciendo la socialización a través de la interacción con el profesor, el tutor y otros estudiantes, aunque de manera virtual. (Cabral, 2011)

El estudio independiente por parte del estudiante se realiza a través de materiales de estudio que son diseñados por la institución. (Cabral, 2011)

#### **2.7.1.4 Comunicación Bidireccional**

La comunicación entre docente y estudiante con una realimentación es indispensable en todo proceso educativo, sea presencial o a distancia, sin embargo varios autores destacan esta característica en la educación a distancia a fin de descartar la creencia de que en ella la comunicación es unidireccional. (José Luis Córico, 2014)

Los estudiantes pueden establecer un diálogo (simulado) a través de sus materiales de estudio y de las vías de comunicación (diálogo real) encontrando así respuesta a sus interrogantes tanto en sus propios materiales de estudio, como por el profesor o tutor, y entre sus propios compañeros. (José Luis Córico, 2014)

Los avances tecnológicos ponen a disposición de profesores y estudiantes una serie de medios que permiten salvar los obstáculos tiempo espaciales, por lo que esta comunicación mediada se considera el rasgo diferencial más característico de la educación a distancia. (José Luis Córico, 2014)

#### **2.7.1.5 Comunicación masiva**

Esta característica se refiere al manejo de información orientada a numerosos sectores de población ya sea dentro de un mismo territorio o de otros, con esto, se eliminan las fronteras, tiempo y espacio. Los medios masivos de comunicación más importantes son: medios impresos (libros, periódicos, revistas, internet) y electrónicos (radio, cine y televisión). (Rodríguez, 2004)

La comunicación masiva permite los sistemas a distancia al hacer llegar la educación a estudiantes dispersos geográficamente sin necesidad de la presencia del profesor, dando lugar a la economía de escala lo que significa, que se puede dirigir un mismo mensaje educativo a un amplio

sector de población con el consiguiente ahorro en su diseño y producción. (Rodríguez, 2004)

Aunque este tipo de enseñanza también puede individualizarse o dirigirse a minorías, la comunicación masiva no es un rasgo exclusivo de la educación a distancia, pero si es señalada como característica importante.

## **2.8 Roles en la Educación semipresencial**

Entre los diversos roles que se pueden presentar en un equipo de educación en modalidad semipresencial (ESP) se pueden mencionar los siguientes: (BAUTISTA, 1998)

### **1-Coordinador general:**

Es el responsable de todo el equipo, establece el cronograma de actividades, propone las tareas a realizar, planifica y controla el normal funcionamiento del proyecto. (BAUTISTA, 1998)

### **2-Experto en Contenidos:**

Es el docente a cargo del curso, es el experto en contenidos del tema a ser dictado a distancia. (BAUTISTA, 1998)

### **3-Profesor tutor:**

Apoya en la administración guiando y orientando al estudiante.

### **4-Asesor de diseño:**

Pedagogo especialista que ayuda al profesor a seleccionar los medios necesarios y diseñar actividades. (BAUTISTA, 1998)

**5-Asesor en tecnología:**

Apoya al equipo docente seleccionando herramientas tecnológicas para el apoyo de los objetivos. (BAUTISTA, 1998)

**6-Productor de nuevas tecnologías:**

Apoya en la producción de material audiovisual que enriquece las clases. Es el encargado de mediatizar los contenidos.

**7-Diseñador gráfico:**

Selecciona los recursos gráficos adecuados para los cursos virtuales.

**8- Evaluador del sistema:**

Tiene a su cargo la evaluación de todo el sistema (materiales, tutores, alumnos y administración general), también puede proponer medidas correctivas para solucionar inconvenientes que se hayan producido durante el cursado a distancia. (BAUTISTA, 1998)

Además, hay que considerar el equipo de marketing y aquellas funciones relacionadas con sedes o instituciones educativas vinculadas, en el caso de que exista en el sistema encuentros presenciales en distintos lugares geográficos. (B. & A., 1985)

**2.9 Tendencias en educación flexible y a distancia**

Es evidente que las posibilidades de las redes para la enseñanza superior, para la formación encaminada a mejorar la competencia profesional de manera constante, renovación, ampliación y puesta al día del conocimiento científico y de las habilidades técnicas necesarias para mantener los estándares profesionales lo más alto posible, la formación de los profesores en procesos de tipo colaborativo, todavía no han sido explotadas. (Salinas, 1998)

Cualquier persona con una conexión a internet puede apuntarse a los cientos de cursos de idiomas, mecanografía o informática que aparecen en la red. Es indudable que asistiremos, y asistimos, a una inflación tanto de cursos on-line, como de aprendizaje abierto. También en el terreno de la formación continua y superior se observa un incremento de las demandas de aprendizaje. Este aumento del mercado de formación lleva consigo mayores oportunidades y mayor competitividad, tanto para las instituciones existentes, como para las de nueva creación. Basándonos en Hanna (1998), podemos diferenciar distintos modelos de enseñanza basados en las posibilidades que hoy brindan las redes para la formación: (Salinas, 1998).

## **2.10 Universidades de educación a distancia basadas en la tecnología.**

A diferencia de las universidades a distancia basadas en el tradicional estudio por correspondencia, o en la extensión de las clases mediante satélites, televisión, etc..., se trata de universidades en línea que ofrecen un modelo de enseñanza organizado en función de la tecnología (utilizando fundamentalmente sistemas de aprendizaje asíncrono, apoyándose en las ventajas de los sistemas de conferencia mediante ordenador y en las posibilidades crecientes de *world-wide-web*). Se trata de las universidades online o universidades virtuales cuyo número está creciendo constantemente. (Salinas, 1998)

### **2.10.1 Universidades privadas dirigidas a adultos.**

La formación de adultos es uno de los mercados emergentes para universidades privadas y organizaciones o empresas privadas existentes y nuevas que operan dirigiéndose a segmentos muy determinados de ese mercado, atentos a las necesidades que presentan, en ámbitos como el de la cualificación técnica o de gestión, ofreciendo cursos estándar, etc... Se trata de instituciones distintas a las instituciones tradicionales sin

ánimo de lucro de formación continua, sean éstas públicas o privadas, al plantear la formación más que como servicio público, como una mera actividad empresarial. (Salinas, 1998)

### **2.10.2 Universidades corporativas.**

Se trata de organizaciones de formación que diversas corporaciones empresariales han puesto en funcionamiento para cubrir necesidades de formación específica de sus propios recursos humanos (desarrollo de competencias base para el puesto de trabajo, integración en la cultura de la compañía, aumento la cooperación, la comunicación y las competencias de los empleados de forma individual y en equipo, etc.). Proporcionan estudios que tienen acreditación, pero su actividad principal al menos la de la compañía nodriza no es la formación y se orientan fundamentalmente a las necesidades de la misma. (Salinas, 1998)

### **2.10.3. Alianzas estratégicas universidad-industria.**

La asociación y las alianzas estratégicas se están desarrollando entre universidades y organizaciones con ánimo de lucro. Esto supone el contacto entre diferentes culturas organizativas, diferentes objetivos, y diferentes principios operativos. Entre los beneficios de este tipo de asociaciones cabe esperar el intercambio de información y de conocimientos y el desarrollo de estrategias adecuadas para un mercado en constante cambio. Desde la perspectiva de las universidades, este tipo de asociación debe prepararlas para un mundo en competición. (Salinas, 1998)

#### **2.10.3.1 Organizaciones de control de acreditación y certificación.**

La emergencia de un extenso mercado de formación continua ha hecho surgir organizaciones que se encargan certificar las competencias individuales, tanto de cara a los trabajadores, como a los empresarios. La flexibilización de la formación exige cada día más sistemas de

acreditación y certificación de las competencias que se van adquiriendo individualmente y de reconocimiento de programas de formación entre instituciones. (Salinas, 1998)

### **2.10.3.2 Universidades tradicionales extendidas.**

Muchas universidades convencionales diseñan y organizan programas específicos para ofrecerlos a una audiencia de adultos en modalidades no presenciales. Las experiencias van desde unidades poco dependientes de la organización tradicional y que deben autofinanciarse, hasta universidades que modifican y ofrecen los programas convencionales para una audiencia no convencional. Se trata, en cualquier caso, de atender a un mercado de formación continua que cada vez requiere mayor especialización, al mismo tiempo que se puede atender a los usuarios tradicionales de dichas instituciones en modalidades más flexibles. (Salinas, 1998)

### **2.10.3.3 Universidades Multinacionales Globales.**

Generalmente apoyados en alguna universidad convencional (Universidad tradicional extendida o Universidad a distancia basada en la tecnología), se trata de servicios de formación superior de carácter internacional o mejor global que se pueden apoyar o no en universidades de los otros países. (Basabe, 2010)

El éxito de cualquiera de estos tipos de proyectos dependerán de varios factores (Salinas, 1997): el prestigio de las instituciones, la flexibilidad del profesorado (su capacidad para adaptarse a las demandas de las nuevas tecnologías), calidad de los contenidos frente a los fuegos de artificio multimedia, interactividad no limitada a profesor-alumno, reconstrucción de los ambientes de comunicación humana. (Basabe, 2010)

Y en el terreno de la educación superior, el éxito de estos proyectos dependerá de la transformación de algunas de las actuales estructuras que provocan el aislamiento institucional para potenciar equipos que conjuguen la calidad docente en sistemas presenciales con la interacción a través de las redes y que lleven a la cooperación en el diseño y la distribución de los cursos y materiales de educación a distancia en el marco de consorcios de instituciones dando lugar a verdaderas redes de aprendizaje, descritas en otros trabajos ( Harasim y otros, 1995; Salinas, 1995, 1996).

Al mismo tiempo, las redes pueden proporcionar a las instituciones universitarias instrumentos para desarrollar otra de sus importantes funciones: la investigación. Internet ha posibilitado desde sus comienzos la cooperación en este campo mediante experiencias que pueden catalogarse de tele investigación. Tradicionalmente ha sido el correo electrónico el instrumento utilizado para facilitar la cooperación en proyectos de investigación e intercomunicarse. En la actualidad, crecen las posibilidades de conectarse a un instrumento científico instalado en otro lugar, por ejemplo: Telescopios, microscopios y laboratorios virtuales crecerán en número y podrán ser utilizados por cualquier abonado registrado. Otro ejemplo lo constituye la telemedicina. (Salinas, 1998)

Pero, también se puede participar en directo en el proceso de creación de una idea. La creación de nuevo conocimiento, el proceso colaborativo de creación de nuevos materiales para la enseñanza, constituyen otro de los puntos claves que debe preocuparnos a los pedagogos y que conjuga la puesta en marcha de acciones formativas a través de internet con acciones de formación de profesorado. (Basabe, 2010)

La utilización de las redes como instrumentos al servicio de la formación en experiencias de aprendizaje abierto, sean a cargo de una sola institución, sean mediante proyectos asumidos por consorcios de

instituciones, ofrece un doble efecto: mejora y aumenta el acceso a las experiencias y materiales de aprendizaje a personas que tienen dificultades para el acceso a acciones convencionales y contribuye a una actualización y al desarrollo profesional del profesorado que participa en la experiencia. (Basabe, 2010)

### **2.11 Mitos de la Educación a semipresencial.**

**MITO:** Suele decirse que la educación a distancia es un modelo democrático de enseñanza que permite que todo el mundo pueda acceder a él. Y ahora con las nuevas tecnologías el acceso será aún más fácil. (Sagrá, 2002)

Tait, como cita Sagrá, ya pensaba con escepticismo sobre este tema porque consideraba que es muy fácil imponer una dirección totalitaria en los centros de enseñanza a distancia, donde no hay lugar para la resistencia o radicalismo estudiantil. En el caso de las universidades virtuales, el radicalismo de los alumnos podría manifestarse a través de piratas o de «hackers» del ciberespacio que podrían poner en la picota las formas de comunicación virtual.

Para que la democracia tenga lugar en los sistemas de enseñanza a distancia, creemos imprescindible tener en cuenta las consideraciones que realizara Chesterton cuando insistía que el profesorado «debe en todo momento vigilar los valores y supuestos que transmiten sus lecciones, encontrar el modo de que los alumnos puedan influir en mayor medida en los programas y animarles a que pongan en tela de juicio todo cuanto aprenden». (Sagrá, 2002)

Las nuevas tecnologías permiten establecer una comunicación en línea y tener un papel mucho más activo en la construcción y desarrollo de un currículum. De nosotros dependerá continuar atados a sistemas

autoritarios unidireccionales o establecer canales democráticos de participación entre todas las partes. Así como en las clases presenciales, muchos docentes en la enseñanza a distancia aspiran a conservar el control del proceso educativo dentro de los límites de un programa impuesto autoritariamente. Por primera vez, en la historia de la educación a distancia podemos decir que vamos a darles la voz y la palabra a los alumnos y alumnas de un curso porque la tecnología nos permite superar el juego imaginario de comunicación diferida tal como hacen los grandes medios de comunicación. (Sagrá, 2002)

**MITO: Con las nuevas tecnologías podemos cambiar el sistema de la educación semipresencial.**

Hemos comprobado en muchas instituciones (UNED española y la UNED costarricense) la tendencia a repetir con nuevas tecnologías lo que siempre se ha hecho sin ellas. Por ejemplo, reproducir en la pantalla de la computadora el mismo texto que se encuentra en un manual impreso, el mismo mapa o dibujo, cuando se podría hacer un uso creativo con el multimedia. Pero no sólo se trata de que se reproduzca los mismos ejemplos utilizados en otros medios sino que también se repiten modelos comunicativos y concepciones reproductoras del proceso de enseñanza-aprendizaje. De poco sirve usar el correo electrónico, si vamos a hacer un uso convencional de este recurso. ¿Pero qué hacemos con el e-mail cuando estamos ante cursos que superan los mil o dos mil alumnos? ¿Darles respuestas masivas que sirven para todos, pero no sirven para cada caso en particular? (Sagrá, 2002)

La primera consecuencia es que el orden jerárquico tan propio del sistema educativo queda en entredicho y se convierte en un terreno conflictivo. La verticalidad de la «cadena de mando» chirría ante la horizontalidad del aprendizaje. Para explotar estas posibilidades con éxito la educación debe convertirse en un proceso cooperativo entre profesores y alumnos, donde

ambos, en particular estos últimos, asumen una mayor responsabilidad individual y colectiva. Al no estar los conocimientos en un lugar determinado, sino distribuidos fundamentalmente en redes, todos deben aprender a buscarlos, analizarlos, elaborarlos y aprovecharlos (Basabe, 2010)

El desarrollo de nuevas tecnologías no ha supuesto, necesariamente, una transformación de los modelos comunicativos y educativos puestos en práctica en las instituciones académicas. La incorporación de programas de radio, audio-casetes, televisión, vídeo o Internet no significan, en líneas generales, una propuesta pedagógica y metodológica distinta si, previamente, no se las ha integrado y desarrollado en función de un modelo comunicativo y pedagógico distinto. (Sagrá, 2002)

Una tecnología como la radio o el audio-cassetes puede ser más comunicativa y rica para el aprendizaje que el uso de una teleconferencia o el correo electrónico en manos de un docente que construya el acto de enseñar en un acto para el conocimiento, la reflexión, la crítica. Una teleconferencia que utilice un modelo transmisivo alude a usar una nueva tecnología con una vieja concepción pedagógica. Es importante señalar que la mayoría del vídeo conferencias, que se realizan en la actualidad, se caracterizan por ser «bustos parlantes». Una videoconferencia no es un programa de radio con la imagen del profesor, ni tampoco una comunicación telefónica sin más. Una videoconferencia es, al mismo tiempo, el espacio de una clase y un programa de televisión. (Sagrá, 2002)

En su desarrollo histórico, las tecnologías utilizadas en la educación a distancia han pasado por cuatro grandes etapas: (Sagrá, 2002)

**Primera etapa:** caracterizada por el dominio del material impreso, textos y manuales, por correspondencia e intercambio de documentos. (Sagrá, 2002)

**Segunda etapa:** que denominamos analógica caracterizada por la utilización de televisión, vídeos, programas radiofónicos. (Sagrá, 2002)

**Tercera etapa:** se incorpora la informática a los procesos de producción tecnológica de materiales. (Sagrá, 2002)

**Cuarta etapa:** que denominamos digital y donde se integran los diferentes medios tecnológicos a través de redes como Internet u otros canales de distribución digital. (Sagrá, 2002)

Las tecnologías más utilizadas en estos momentos en la educación a distancia son una mezcla de medios de las diferentes etapas y, donde uno de ellos, predomina. (Sagrá, 2002)

### **MITO: Las nuevas tecnologías de la información favorecen la comunicación entre todos**

En primer lugar tenemos que considerar que la educación a distancia además de ser un sistema o modalidad educativa es un sistema de comunicación y que, en líneas generales, podemos decir que como sistema de comunicación se basa en los modelos matemáticos de la información. Desde esta perspectiva detallemos que este modelo de comunicación es de carácter transmisor, unidireccional y de «feed-back» diferido. (Basabe, 2010)

Las tecnologías actuales comienzan a permitir una comunicación en tiempo real y la puesta en práctica de otros modelos de comunicación. Es importante destacar el problema de la limitación económica para

desarrollar proyectos de comunicación digital integrando diferentes medios. De nada vale establecer la red digital más sofisticada si las comunicaciones entre alumnos y profesores están limitadas drásticamente por su costo. Actualmente, esta es la mayor desventaja de la teleeducación respecto de la educación presencial gratuita, donde nadie paga por minuto de hablar, escuchar o mirar. La facilidad de las comunicaciones por sí sola no cambia la educación. (Basabe, 2010)

### **2.12 Teorías de la Educación semipresencial.**

Basándonos en este concepto, observaremos que existe un cierto acuerdo para establecer tres grandes bloques de teorías o, por lo menos, de intentos de teorizar la base de la educación a distancia (Sagrá, 2002)

### **2.13 Componentes de la Educación semipresencial.**

Los componentes que interaccionan en esa realidad educativa en la que se ha de aplicar la metodología de enseñanza/aprendizaje más adecuada, de acuerdo con: (García L. , 1999) son :

- El tipo de alumnos receptores de la formación;
- El tipo o modalidad de comunicación didáctica de que se puede disponer dentro de la norma o modelo educativo propuesto;
- El tipo de estructura organizativa en el que se integra su docencia, y
- El tipo de tareas docentes que expresamente se le requieren dentro de la modalidad educativa diseñada. (García L. , 1999)

Por todo ello, nos referiremos a los componentes o elementos básicos que se integran en el sistema a distancia y cuyas características y/o funciones se diferencian sustancialmente de las análogas de los sistemas convencionales y que son: (García L. , 1999)

El alumno, el docente, los materiales o soportes de los contenidos, las vías de comunicación y la infraestructura organizativa y de gestión en que se integran (García Aretio, 1994). (García L. , 1999)

A estos componentes clásicos podemos agregar otros que vienen siendo también comunes a otras instituciones de enseñanza convencional. Con todos ellos nos atrevemos a construir el espacio o estructura de la educación a distancia. (García L. , 1999)

De acuerdo con el documento UNESCO (1998), a los citados podríamos agregar:

- La misión. En un sistema de educación a distancia, la misión define el rol del sistema dentro de un contexto concreto de política educativa. Puede dirigirse hacia objetivos concretos, grupos pilotos, regiones, sectores o niveles de enseñanza, y guiados por valores y filosofías específicas de la enseñanza. (García L. , 1999)
- Los programas y currículos. Éstos definen el perfil de un sistema o una institución. Deberán estar relacionados con la misión y los mercados y necesidades específicas. (García L. , 1999)
- Las técnicas y estrategias de enseñanza. Dependen parcialmente del tipo de programa y de las necesidades que se pretende satisfacer. También dependen de la filosofía y valores educativos del sistema escogido, y del potencial y características educativas de la tecnología utilizadas. (García L. , 1999)
- Relación entre los alumnos. En bastantes sistemas a distancia esta relación es inexistente. Sin embargo, se suele considerar importante. Como no siempre es posible la reunión personal de grupos de

alumnos, puede suplirse a base de organización de grupos virtuales a través de las tecnologías. (García L. , 1999)

Como puede comprobarse, en el marco teórico que hemos esbozado destaca la relación mediada entre docente y alumnos. Es ésta la característica que más diferencia un programa o acción formativa presencial, en el que la relación habitualmente es directa, de otro a distancia. (García L. , 1999)

#### **2.14 El chat cómo herramienta de la Educación semipresencial.**

Los sistemas de comunicación pueden ser síncronos o asíncronos. Los sistemas síncronos son aquellos que generan comunicación entre usuarios en tiempo real, como podrían ser los chats o las videoconferencias. (Carvajal, 2013)

#### **2.15 Retos de la Educación a semipresencial.**

Uno de los retos que tiene la Educación en general, y la Educación a Distancia en particular, es su adaptación al nuevo escenario que representa el paradigma telemático, producto de la fusión creativa de las telecomunicaciones con la informática, y que representa una revolución en la comunicación humana a través de la producción, transferencia, distribución y consumo de la información digital, (Ortiz, 1996).

Tenemos que tomar en cuenta que la educación abierta y a distancia está cambiando, al igual que la estructura tradicional de la universidad está cambiando. El problema para los educadores a distancia no sólo va a ser cómo aplicar las nuevas tecnologías a la educación a distancia sino en qué forma el significado del término distancia está cambiando con las nuevas tecnologías telemáticas. (J., 1998)

### **2.16 Bases para la reconstrucción del diseño institucional.**

Con el propósito de mostrar una posible forma de operar en este campo, en lo relacionado con la educación a distancia, se muestra un esquema de trabajo aplicable a uno de los niveles de concreción del diseño, como es el programa o "plan en curso" sustentado en los postulados del constructivismo, a través del cual se concibe el diseño de instrucción como un proceso de construcción dinámico y creativo. De los resultados de este análisis se obtiene que no hay "un" modelo de diseño válido para todas las circunstancias y contextos; que los modelos sirven como guía y orientación y que, necesariamente, los esquemas de trabajo deberán ser perfeccionados tomando en cuenta los resultados que se obtengan de su aplicación a la práctica educativa concreta. (Escontrela.R., 2003)

### **2.17 El papel del tutor frente a la Educación semipresencial.**

Independientemente de la tecnología utilizada, el tutor y su forma de actuar es el factor esencial para asegurar que el entorno de aprendizaje con uso de tecnología será favorable al estudiante. En los cursos por correspondencia, la falta de apoyo de un tutor era uno de los factores por los cuales había alta deserción. En un ambiente virtual, la calidad, la variedad y la dinámica de las interacciones, así como el entusiasmo y la consagración del tutor, además del diseño del curso, su presentación y accesibilidad son fundamentales para retener a los estudiantes y para que éstos se sientan en un ambiente de aprendizaje. Lo anterior condujo a L. Sherry, en su artículo " Issues in Distance Education", a escribir que los directores de programas a distancia debían "poner todo su empeño en conseguir el ciber-tutor ideal antes que la tecnología más sofisticada". (Chaupt, 1997)

### **2.18 Modelo de mercado social para la modalidad virtual de pregrado.**

Igualmente, hay que considerar la naturaleza del mercado en el cual se desenvuelve la EVAD (Evaluación a Distancia) influye también en su calidad y en los criterios para su evaluación. En este aspecto, existe un mercado nuevo, con nuevos actores, complejo y muy segmentado, cambiante y con límites difusos. (Silvio.J., 2006)

### **2.19 Indicadores para la evaluación de la enseñanza en una universidad a distancia.**

Una vez alcanzados en la Universidad española objetivos relativos a la democratización del acceso a los estudios superiores y al logro de la autonomía universitaria, son ahora otros los que preocupan y ocupan al ámbito universitario, los de la búsqueda de la calidad, eficacia, eficiencia, competitividad, etc. De ahí el interés del Consejo de Universidades español que, tras proyectos experimentales y pilotos, diseñó un plan para la evaluación de la calidad de las universidades españolas. Pero ese plan no contemplaba las singularidades de una Universidad a distancia. El modelo de evaluación de universidades a distancia que se propone, considera una serie de características, propias, delimitadoras del concepto de calidad (funcionalidad, eficacia, eficiencia, disponibilidad, información e innovación), que integran los diversos ámbitos o dimensiones que se contemplan (contexto, metas, entradas, procesos, resultados y mejoras). Sobre estas dimensiones se construyen los indicadores para la evaluación de la enseñanza en estas instituciones. (García.L., 1998)

### **2.20 Clases de publicidad**

La publicidad puede ser de diferentes clases:

- Abierta, asociada, colectiva, comercial, demostrativa, directa, exterior, general, grafica, gratuita, impresa, indirecta, informativa, institucional, de marca, mecanicista, periodística, en prensa, de prestigio, privada, reiterada y subliminal. (O'Guim, 2004)

De esta diversidad de clases, las que aplican para el tipo de publicidad que la Universidad requiere son:

- Informativa que consiste en transmitir información sobre el producto o servicio que ofrece, como prospectos o folletos explicativos de las cualidades de lo que se ofrece institucionalmente, la que no produce ingresos pero conduce al bien común.
- Privada es aquella que se dirige a un público definido, o la que emplea un comerciante particular. (Newell, 2000)

## **2.21 Objetivos de la publicidad**

- Según Colley, 1961. Citado por O'Guim, comenta que la publicidad tiene como objetivo último transmitir información, crear una actitud o inducir a una acción beneficiosa para el anunciante.
- Promover la venta de productos o servicios, estableciendo relaciones entre el comerciante y el consumidor, y aumentar las bases de convencimiento en el público al que se dirige.
- Pretende informar acerca de los bienes o servicios cuya contratación intenta alcanzar; este contenido está sometido a una finalidad comercial, concreta: inducir al consumidor a una acción de compra.
- Incidir en el destinatario mediante el mensaje, para modificar su conducta. El mensaje transmitido en forma signo-estímulo provoca una mutación psíquica en el destinatario, manifestada en forma signo-respuesta. (O'Guim, 2004)

De los objetivos antes mencionados se puede concluir que para las universidades los aspectos más importantes de la publicidad son promover, difundir e informar los servicios que ofrecen, utilizando los diversos medios de comunicación. (O'Guim, 2004)

La promoción de los servicios que las instituciones educativas realizan va en función de las necesidades de cada institución. En la actualidad es necesario utilizar este recurso debido a la competencia educativa y al crecimiento impresionante de nuevas escuelas de nivel medio y superior, para entender mejor el término de promoción se enuncian varios conceptos. (Newell, 2000)

## **2.22 Medios de comunicación**

### **2.22.1 Clasificación**

La doctrina publicitaria ha seguido diferentes criterios para agrupar en un sistema coherente los diversos medios que canalizan la acción de la publicidad. Los más representativos pueden concretarse en las posturas que siguen: (Sarabia, 1999)

### **2.22.2 Clasificación de Haas**

El número de medios publicitarios imaginados e imaginables es casi ilimitado, pero todos ellos pueden incluirse dentro de tres grupos generales: (Billorou, 1983)

1. Los que se dirigen al individuo aislado: prensa, radio, televisión, publicidad directa.
2. Los que se dirigen a la multitud: publicidad exterior, cine, etc.
3. Aquellos medios susceptibles de orientarse hacia el individuo o hacia la multitud: vitrinas, escaparates, stands, demostraciones, etc. (Billorou, 1983)

### **2.22.3 Teoría de Clemente**

Se basa en el análisis de los elementos que concurren en cada medio, para conseguir una clasificación utilitaria, que se ordena como sigue: (Sarabia, 1999)

1. Según el órgano de percepción
2. Por la duración del contacto mensaje-público
3. El alcance de cada medio
4. Según el esfuerzo exigido para conseguir un eficaz contacto mensaje público
5. Según la finalidad del medio
6. Informativo, recreativo y científico. (Billorou, 1983)

### **2.22.4 Clasificación de Cruz Sampler**

1. Medios generales y clásicos: Prensa diaria .Revistas, Radio, Cine, Televisión.
2. Publicidad exterior: Carteles, Vallas, Columnas, Luminosos.
3. Publicidad directa: Folletos, Circulares, Boletines
4. Publicidad en el punto de venta: Obsequios, Muestras, Degustación. (Middleton, 2010)

Esta clasificación muestra la gran variedad y la utilidad de los medios de comunicación, en forma general, pero en la actualidad existen nuevas tecnologías que son muy útiles y prácticas para la publicidad de bienes y/o servicios. (Middleton, 2010)

En la actualidad y de acuerdo a la investigación realizada, las universidades y otras instituciones educativas utilizan una gran variedad de medios de comunicación que son: (Middleton, 2010)

Radio, televisión, prensa, volantes, revistas, páginas de internet, marketing por teléfono, anuncios panorámicos, folletos, directorio telefónico, cine, publicidad en movimiento, exposiciones educativas, publicidad de boca en boca y carteles. (Sarabia, 1999)

Las instituciones educativas utilizan uno o varios medios de comunicación para promocionar sus servicios pero ninguna o casi ninguna han pensado en diseñar un manual que contenga toda la información necesaria para dar a conocer la institución de una manera ordenada y sistemática que facilite la realización de cualquier trámite, e información necesaria para aquellas personas que desconocen todo acerca de la institución. (Newell, 2000)

Debido a lo anterior y viendo la necesidad de proponer un manual que facilite la promoción de los servicios que la institución ofrece es que se ha pensado en la realización del mismo, considerando las ventajas y beneficios que se pueden obtener en cuanto a la captación de alumnos a través de instituciones públicas y privadas. (Sarabia, 1999)

Primero se definirá que es un manual para describir su funcionalidad.

### **2.23 Definición de manual**

Un manual es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa, o de dos o más de ellas. El manual incluye además los puestos o unidades administrativas que intervienen precisando su responsabilidad y participación. Suelen contener información y ejemplos de formularios, autorizaciones o documentos necesarios, máquinas o equipo de oficina a utilizar y cualquier otro dato que pueda auxiliar al correcto desarrollo de las actividades dentro de la empresa. En él se encuentra registrada y transmitida sin distorsión la información básica

referente al funcionamiento de todas las unidades administrativas, facilita las labores de auditoría, la evaluación y control interno y su vigilancia, la conciencia en los empleados y en sus jefes de que el trabajo se está realizando o no adecuadamente. (Gomez, 1997)

### **2.23.1 Ventajas de los manuales**

1. Logra y mantiene un sólido plan de organización.
2. Asegura que todos los interesados tengan un entendimiento adecuado del plan general y de sus propios papeles y relaciones pertinentes.
3. Facilita el estudio de los problemas de organización.
4. Sistematiza la iniciación, aprobación y publicación de las modificaciones necesarias en la organización.
5. Sirve como una guía eficaz para la preparación, clasificación y compensación del personal clave.
6. Determina la responsabilidad de cada puesto y su relación con los demás de la organización.
7. Evita conflictos jurisdiccionales y la yuxtaposición de funciones.
8. Expone claramente las fuentes de aprobación y el grado de autoridad de los diversos niveles.
9. La información sobre funciones y puestos suele servir como base para la evaluación de puestos y como medio de comprobación del progreso de cada quien.
10. Conserva un rico fondo de experiencia administrativa de los funcionarios más antiguos.
11. Sirve como una guía en el adiestramiento de novatos. (Billorou, 1983)

#### **2.23.1.1 Clasificación de manuales**

Según Gómez, existen diversas clasificaciones de los manuales, a los que se designa los nombres diversos, pero que pueden resumirse de la siguiente manera: (Santesmases, 2007)

### **2.23.1.2 Por su alcance**

1. Generales o de aplicación universal.
2. Departamentales o de aplicación específica.
3. De puestos o de aplicación individual. (Billorou, 1983)

### **2.23.1.3 Por su contenido:**

1. De historia de la empresa o institución.
2. De organización.
3. De políticas.
4. De procedimientos.
5. De contenido múltiple (manual de técnicas). (Newell, 2000)

### **2.23.1.4 Por su función específica o área de actividad:**

1. De personal.
2. De ventas.
3. De producción o ingeniería.
4. De finanzas.
5. Generales, que se ocupen de dos o más funciones específicas.
6. Otras funciones. (Billorou, 1983)

Un manual comprende en forma ordenada, secuencial y detallada los procedimientos que se ejecutan en una unidad administrativa, los órganos que intervienen y los formatos que se deben utilizar para la realización de las funciones que se le han asignado. (Billorou, 1983)

## **2.24 Tipos de investigación de mercados.**

- 1. Investigación Exploratoria:** es una investigación inicial conducida para aclarar y definir la naturaleza de un problema ambiguo. Por ejemplo se conoce el problema general pero se requiere comprender mejor las dimensiones del problema. No pretende dar evidencia concluyente que determine el curso de acción particular, para eso es necesario otra investigación. (Malhotra, 2004)

**\*\*Problemas ambiguos** ¿nuestras ventas han bajado y no sabemos por qué? ¿Se interesará la gente en la idea de un nuevo producto? (Malhotra, 2004)

**2. Investigación Descriptiva:** Consistente en describir las características de una población. Saber de quienes compran un producto, el tamaño del mercado, identificar características de la competencia. (Santesmases, 2007)

**\*\*Conciencia del problema** ¿qué tipo de gente compra nuestros productos? ¿Qué características de nuestro producto prefieren los consumidores? (Santesmases, 2007)

**3. Investigación Causal:** es una investigación conducida a identificar las relaciones causa y efecto entre variables. Los dos tipos anteriores preceden a esta investigación. Aquí los investigadores tienen una expectativa sobre la relación que se explicará, como pronosticar la influencia del precio, del empaque, de la publicidad, etc. (Malhotra, 2004)

**Variación Concomitante:** es la manera en la que dos fenómenos o eventos varían juntos (publicidad y ventas). Cuando no existe relación entre variables no existe relación causal. (Santesmases, 2007)

**\*\*Problema definido con claridad** ¿realizarán compras nuestros clientes con el nuevo empaque del producto? ¿Cuál de las dos campañas publicitarias es más efectiva? (Santesmases, 2007)

La investigación del proyecto de tesis propuesto fue de tipo exploratoria y descriptiva dado que buscamos aclarar una situación problemática en función de la cantidad de personas registradas en años anteriores y buscamos un mecanismo alternativo de mejorar nuestra oferta académica a través de la modalidad semipresencial, dado las características de nuestros posibles clientes (Estudiantes de Colegios Técnicos Agropecuarios y Agroindustriales de la provincia del Guayas).

### **2.25 Elaboración de instrumento de recolección de datos.**

El investigador debe trabajar, duro para eludir dichas limitaciones, seleccionando adecuadamente la estrategia de investigación de acuerdo con el tema de estudio y eligiendo un buen método de recolección de información. Pues, a pesar de que el estudio de caso ha sido considerado como la estrategia más suave de investigación, es también considerada la más difícil de hacer (Yin, 1989:21-27). (P., 2006)

### **2.26 Guía de consulta para la elaboración de encuesta.**

La observación por encuesta, que consiste igualmente en la obtención de datos de interés sociológico mediante la interrogación a los miembros de la sociedad, es el procedimiento sociológico de investigación más importante y el más empleado. (Casas, 2003).

Entre sus características se pueden destacar las siguientes:

- 1.** La información se obtiene mediante una observación indirecta de los hechos, a través de las manifestaciones realizadas por los encuestados, por lo que cabe la posibilidad de que la información obtenida no siempre refleje la realidad.
- 2.** La encuesta permite aplicaciones masivas, que mediante técnicas de muestreo adecuadas pueden hacer extensivos los resultados a comunidades enteras.
- 3.** El interés del investigador no es el sujeto concreto que contesta el cuestionario, sino la población a la que pertenece; de ahí, como se ha mencionado, la necesidad de utilizar técnicas de muestreo apropiadas. (Casas, 2003).

### **2.27 Una nueva etapa en la evolución del marketing**

Los conocimientos básicos del marketing, aquellos de mercado, de clientes, de competidores, de oferta o de precios, tienen una realidad cotidiana para los representantes de las ciudades. Parece, pues, más que

nunca necesario adaptar los principales fundamentos de la estrategia de marketing al campo de la conceptualización: el "marketing territorial", derivado del marketing que al principio se aplicaba únicamente a los productos de gran consumo. (Moreno, 2010)

El marketing urbano constituye una nueva etapa en la evolución del marketing "clásico". Probablemente es uno de los últimos campos de aplicación de esta disciplina microeconómica. (Moreno, 2010)

### **2.28 Las variables del marketing educativo**

Desde la enunciación de las famosas 4P del marketing: producto, precio, plaza y promoción (McCarthy<sup>4</sup>, 1960) se ha avanzado en la teoría del marketing de los servicios agregando 3P: personas, procesos y presencia física (Cowell<sup>5</sup> 1989). En las organizaciones educativas, estas variables del marketing las podemos desarrollar como: (Manes, 2000)

#### **a) Producto**

Es el servicio educativo en su dimensión global. Si bien existe un currículo mínimo que se debe respetar, la creciente autonomía de las instituciones educativas ha permitido el desarrollo de Proyectos Educativos singulares y mejor adecuados a la realidad social que los circunda. (Bustos, 2005)

#### **b) Precio**

La gratuidad de la educación es una verdad parcial, pues desde las tributaciones impositivas los ciudadanos sostenemos al sistema educativo. La gratuidad tiene la ventaja de igualdad de oportunidades de acceso a la educación pero también tiene sus desventajas pues, a menudo, lo que no se paga en realidad no se valora. (Bustos, 2005)

c) Plaza

Las redes de distribución de servicios educativos deben ser coherentes y consistentes tanto en la calidad de sus prestaciones como en la imagen que proyectan. Las redes de instituciones educativas virtuales son un buen ejemplo de esta variable. (Bustos, 2005)

d) Promoción

Es la variable que se orienta a la difusión y animación del proyecto educativo, sea por recomendación o a través de mecanismos promocionales específicos. Estos son: la publicidad, la promoción institucional, las relaciones públicas y la prensa, el marketing directo y el novedoso marketing digital. (Bustos, 2005)

e) Personas

Se refiere al personal de contacto con el cliente, es decir, el equipo de dirección, el claustro de profesores, la administración y servicios, en su relación con los alumnos y padres. La institución educativa debe responder al concepto moderno de organización de servicios, orientada a la satisfacción de las necesidades del cliente, tanto externo como interno. (Bustos, 2005)

f) Procesos

Comprende todos los procesos requeridos para la prestación de servicios educativos, desde la enseñanza y aprendizaje hasta la organización del centro de estudiantes. La evaluación de los procesos permite analizar la red de insatisfactores en una comunidad educativa y determinar los indicadores de calidad. (Bustos, 2005)

g) Presencia física

Las instalaciones y el equipamiento de la institución educativa forman parte de la presencia física, pero también se incluye el cuidado,

mantenimiento, limpieza, distribución de espacios, el plano de evacuación y la señalética.

Asimismo, la presencia física se extiende al personal de la institución educativa, su pulcritud, aseo y vestimenta. (Bustos, 2005)

Estas variables más o menos controlables desde la gestión directiva de una institución educativa, permiten comprender los alcances del marketing en la educación. (Manes, 2000)

El diagnóstico institucional es una buena herramienta de investigación y evaluación de expectativas y percepciones sobre la realidad del Institución educativa. Es recomendable realizar este tipo de evaluaciones anualmente para desarrollar e implementar una planificación estratégica institucional que contemple una gestión estratégica de marketing y procesos de mejora continua hacia la calidad total. (Manes, 2000)

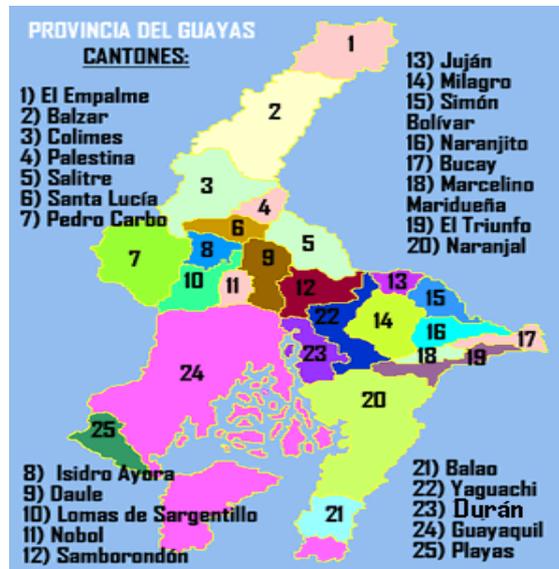
### 3. MARCO OPERACIONAL

#### 3.1 Ubicación del ensayo.

El ensayo se realizó en la provincia del Guayas, considerando 16 de 25 cantones de la provincia de Guayas que contaban con colegios agropecuarios y/o agroindustriales.

El Empalme	Balzar
Bucay	Colimes
Juján	Milagro
Simón Bolívar	Naranjito
El Triunfo	Salitre
Isidro Ayora	Daule
Lomas de Sargentillo	Balao
Yaguachi	Guayaquil

Dibujo 1. Provincia del Guayas



Fuente: <http://www.eruditos.net>

### 3.2 Características Climáticas.<sup>1</sup>

El clima varía según su precipitación anual y sus características son las siguientes:

Temperatura media	25 – 30°C
Precipitación promedio:	1 000 – 2 000 mm
Humedad relativa:	80 - 83 %
Altitud:	4 – 6 m.s.n.m.

### 3.3 Materiales

Tablero	Plumas
Hojas	Computador
Hoja de Cálculo Excel	Cámara Fotográfica
G.P.S.	Corrector

### 3.4 Análisis Estadístico

El análisis estadístico se realizó a través de la determinación del tamaño muestral, por medio de la fórmula para poblaciones finitas, con una seguridad del 95 % cuya ecuación se indica a continuación:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

---

<sup>1</sup>. [www.magap.gob.ec](http://www.magap.gob.ec)

Donde:

n = muestra

N = Total de población

Z = 2.58 (para seguridad del 99 %)

P = proporción esperada (en este caso = 5 % = 0.05)

q = 1 -p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

d = precisión (en este caso deseamos un 3 %)

### **3.5 Manejo del experimento**

Se procedió a realizar encuestas en los colegios agropecuarios y/o agroindustriales, con la finalidad de promover las carreras agropecuarias con modalidad a distancia, luego obtener las preferencias de la muestra, aplicando la formula detallada en el punto anterior. El detalle de las unidades con las que se trabajó, se pueden revisar en el anexo 1., página 85

### **3.6 Variables.**

Se elaboró una encuesta que incluía las siguientes variables.

- Edad: Esta variable nos permitió el rango de edades en las diferentes unidades educativas.
- Sexo: Esta variable nos permitió cuantificar y establecer que sexo s encuentra en mayor cantidad.
- Modalidad de estudio: Esta variable nos permitió conocer las diferentes modalidades de educación (Presencial, semipresencial, Distancia.)
- Forma de pago: Esta variable nos permitió conocer las diferentes formas de cancelación de los estudiantes: Fiscomicional, Particular.

- Rango de ingresos: Esta variable nos permitió en caso de los estudiantes que asisten a colegios pagados, conocer el rango de sus ingresos.
- Marketing de las carreras agropecuarias: Esta variable nos saber si los estudiantes conocían sobre las carreras agropecuarias en la facultad técnica en la UCSG.
- Aceptación de la propuesta académica (semipresencial): Esta variable nos permitió conocer si los estudiantes aceptan la propuesta de las carreras agropecuarias en modalidad semipresencial.
- Preferencia de horarios propuestos: Esta variable nos permitió conocer si los estudiantes aceptan la propuesta de horarios.
- Planteamiento de horarios por parte de los encuestados: Esta variable nos permitió conocer horarios diferentes propuestos por los estudiantes que no aceptan los horarios de esta oferta académica.
- Preferencia de carrera agropecuaria seleccionada: Esta variable nos permitió conocer la tendencia, o preferencia de carrera agropecuaria.
- Planteamiento de carreras planteadas por los encuestados: Esta variable nos permitió conocer las carreras no ofertadas que los estudiantes sugirieron o nos permitieron conocer que le gustaría recibir.
- Tiempo de movilización al establecimiento académico: Esta

variable nos permitió conocer si los estudiantes se encuentran cerca o lejos de su unidad académica.

- Instalaciones disponibles en las unidades académicas: Esta variable nos permitió conocer si las unidades académicas poseían espacios para realizar las prácticas de campo.

### **3.7 Encuesta realizada**

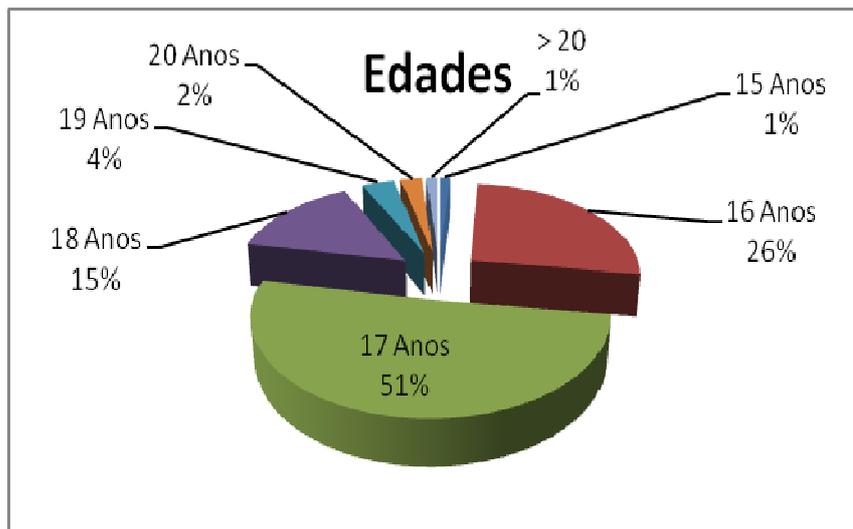
El detalle del instrumento utilizado para la encuesta, se puede revisar en el Anexo 2., pagina 86

## 4. RESULTADOS

Con los resultados obtenidos se tendrá una mejor visión del plan estratégico a realizar para mejorar e implementar, la promoción y difusión de las carreras agropecuarias en modalidad semipresencial, diversificando la oferta académica de la UCSG. A continuación se describe los resultados de las variables del estudio.

### 4.1 ¿Cuál es tu Edad?

Gráfico 1. Distribución de estudiantes según sus edades

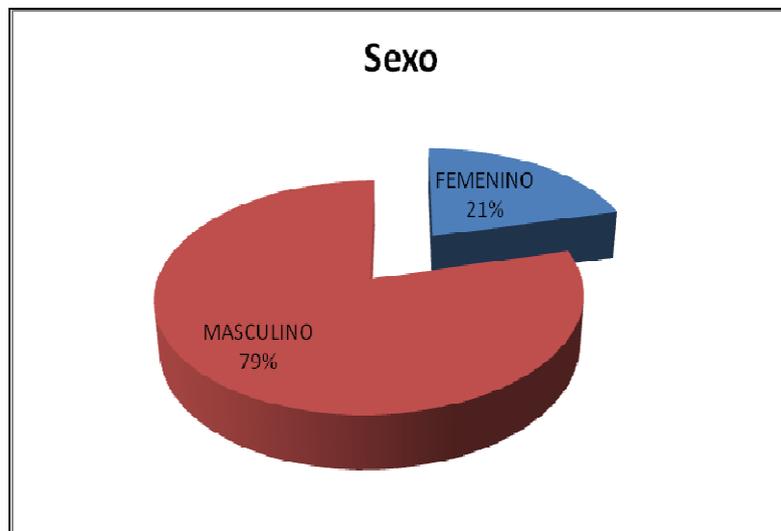


Fuente: Triana, 2014

En relación al total de encuestados sobre su edad, se observó que del 100 % existen una mayor cantidad de estudiantes del 17 años con 51 % , 16 años con el 26 % y 18 años octavo 15 %. El resto de la muestra varía entre 15 años y hasta 30 años en algunos sitios. El análisis referencia que la edad ideal es la que están en curso los estudiantes, no existieron edades superiores a más de 20 años ó como en algunos casos colegios con estudiantes mayores de 30 años.

## 4.2 ¿Cuál es tu Sexo?

Gráfico 2. Distribución de estudiantes según su sexo



Fuente: Triana, 2014

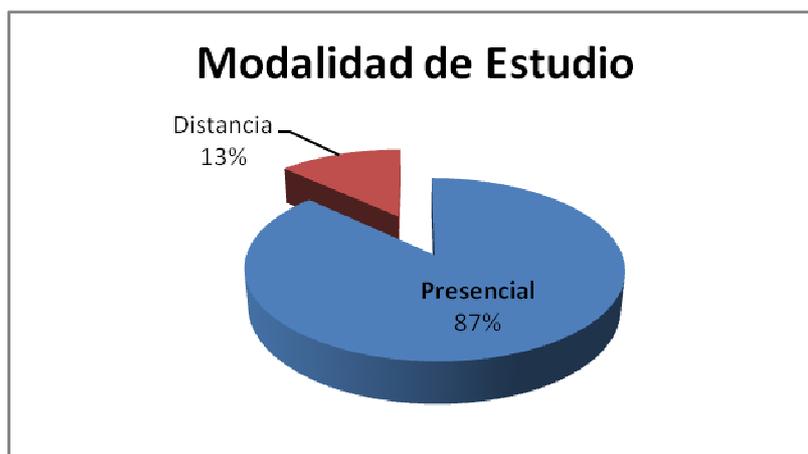
En relación al total de encuestados sobre su sexo, se observa que del total de la muestra, es decir, del 100 % existen una mayor cantidad de estudiantes varones con 79 % , y 21% estudiantes de sexo femenino. En las ciudades rurales el hombre es el destinado a estudiar y la mujer a los quehaceres domésticos, aunque los porcentajes están aumentando cada año en la participación de la mujer en los colegios.

### 4.3 ¿En qué tipo de modalidad estudias? Presencial, Semipresencial o distancia.

El análisis determinó que el 87 % de las unidades educativas o colegios encuestados mantienen una modalidad de estudios presenciales, es decir, se dictan clases todo el día en una jornada matutina o vespertina; el 13 % de la muestra determinó que los estudiantes mantienen un régimen de clases a distancia.

Como se puede observar en el Gráfico 3.

Gráfico 3. Modalidad de estudio.

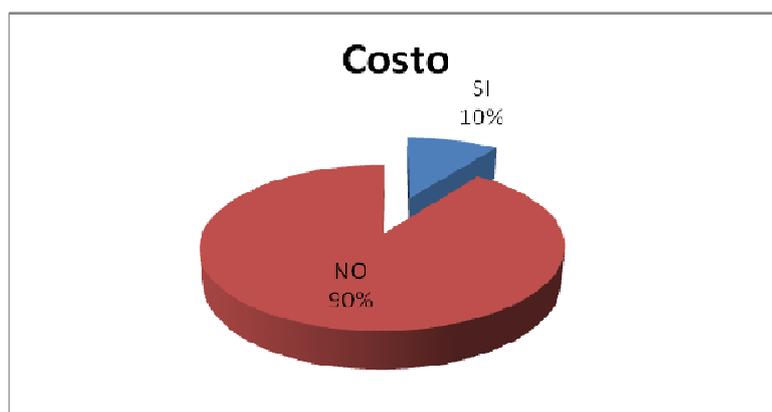


Fuente: Triana, 2014

La modalidad de estudios a distancia, en cierta forma, es en la que al estudiante se le facilita y puede desarrollar todas sus capacidades y con lo cual el sistema de aprendizaje aumenta y se obtienen beneficios en todos los actores de la red de educación, incluso, las nuevas exigencias en la educación esta llevando que carreras, colegios o módulos a distancias desaparezcan con el tiempo, debido que no se puede desarrollar un aprendizaje permanente.

#### 4.4 ¿Cómo pagas tus estudios?

Gráfico 4. Forma de pago.



Fuente: Triana, 2014

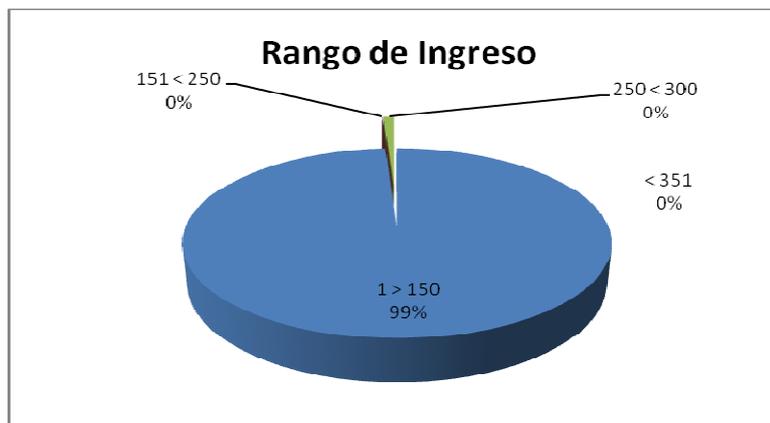
La modalidad de colegios a distancia integra a unidades particulares, con costos que no fueron tomados en cuenta y no son parte de la investigación pero el cual dio un porcentaje del 13 %, y el resto que es el 87 %, son colegios que obtienen recursos del estado. El sistema de colegios fiscales actualmente ha mejorado con elementos en tecnologías, infraestructura, docencia específica, entre otros factores que han permitido el aumento del número de estudiantes en estas unidades educativas.

**4.5 En el caso que sea AUTOGESTIÓN, seleccione el rango en que están tus ingresos.**

Para el siguiente análisis se tomó en cuenta una ponderación de los ingresos de los estudiantes que en definitiva son valores de ingresos que fluctúan entre USD \$1.00 a \$150.00 dólares, es decir, sus ingresos son percibidos por alguna ayuda en las labores agrícolas de las parcelas de sus padres, de algún negocio, incluso con la transportación usando taximotos, que es algo común en zonas rurales.

Este valor en porcentaje fue del 100 %, ninguna de las encuestas marco un valor mayor a los USD \$150,00 dólares.

Gráfico 5. Rango de ingresos.

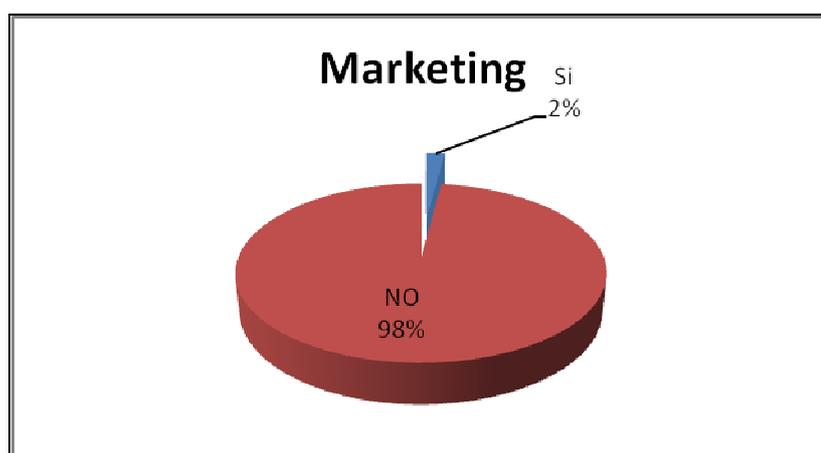


Fuente: Triana, 2014

#### 4.6 ¿Sabías que la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, oferta carreras agropecuarias?

En relación al total de encuestados sobre conocimiento que, la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Oferta carreras agropecuarias. Se observa que del 100 % de personas encuestadas, existe un 98 % de desconocimiento y 2 % conocía gracias al canal de la UCSG, que llega a nivel nacional.

Gráfico 6. Marketing de las carreras agropecuarias

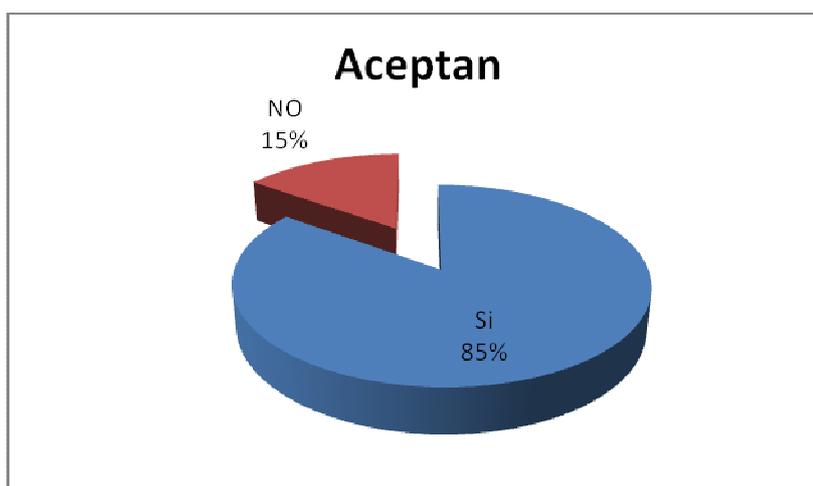


Fuente: Triana, 2014

A nivel general actualmente la UCSG muestra a la comunidad de carreras afines a la ciudad de Guayaquil, es decir, carreras administrativas, derecho, humanidades, pero no carreras técnicas o en ciencias de la vida; en esta opción solo ven a la carrera de Medicina, pero no se encuentran opciones alternativas en sistemas de producción agropecuaria.

#### 4.7 ¿Estudiarías una Carrera Agropecuaria en la UCSG en modalidad a distancia?

Gráfico 7. Aceptación de la propuesta académica

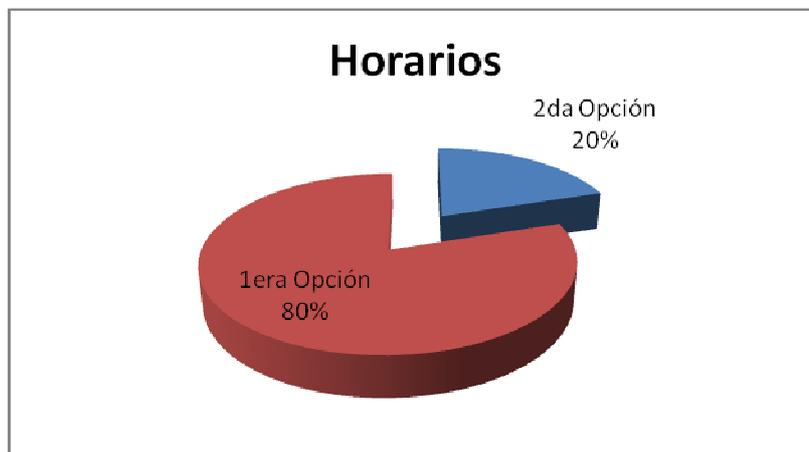


Fuente: Triana, 2014

En relación al total de encuestados sobre la aceptación de la oferta académica a distancia y/o semipresencial que pudiera proponer la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, se observa que del 100 % de encuestado, existe un 85 % de aceptación y 15 % que prefiere asistir de manera presencial. El semipresencial siempre dará un margen en tiempo para poder desarrollar actividades sobre todo para tener ingresos, debido que el estudio en la UCSG es pagado, y en pocos casos son becados y este tiempo en semipresencial cumple también el tiempo de tutorías que deben ser controladas con los actuales sistema o programas de seguimiento tutorial que ayudará a cumplir las horas académicas.

#### 4.8 ¿Aceptarías recibir clases prácticas los días?

Gráfico 8. Preferencia de horarios.



Fuente: Triana, 2014

En relación al total de encuestados sobre el planteamiento de horarios. Se plantearon dos opciones detalladas a continuación:

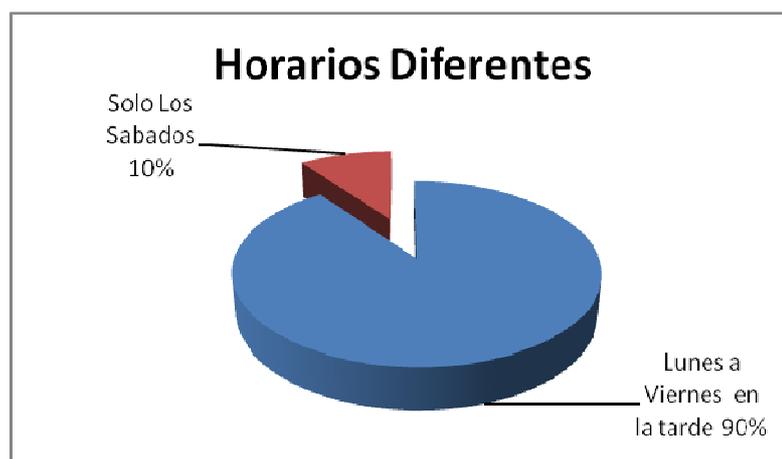
1era Opción: solo sábados y domingos.

2da opción: Viernes, Sabados y Domingos

Como se observa que del total de la muestra, es decir, del 100 % de los encuestados, existen una mayor cantidad de estudiantes con 80 %, prefieren la primera opción y solo el 20% estudiantes acepta la 2da opción.

#### 4.9 Si desea algún horario especial puede plantearlo.

Gráfico 9. Horarios propuestos por los encuestados



Fuente: Triana, 2014

En relación al total de encuestados sobre el planteamiento de horarios, los participantes de la encuestas plantearon alternativas de horarios, descritos de la siguiente manera:

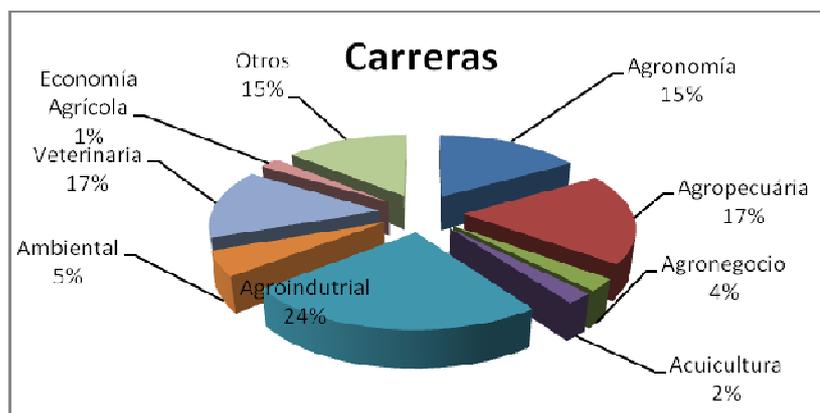
1era Opción: solo sabados

2da Opción: Lunes a viernes en horario de 16h00 a 22h00

Como se observa que del total de la muestra, el 100 % existen una mayor cantidad de estudiantes con 80 %, prefieren la Segunda opción y solo el 20 % estudiantes acepta la 1ra opción.

**4.10 Si las siguientes carreras fueren ofertadas a distancia, ¿cuál sería la que escogerías?**

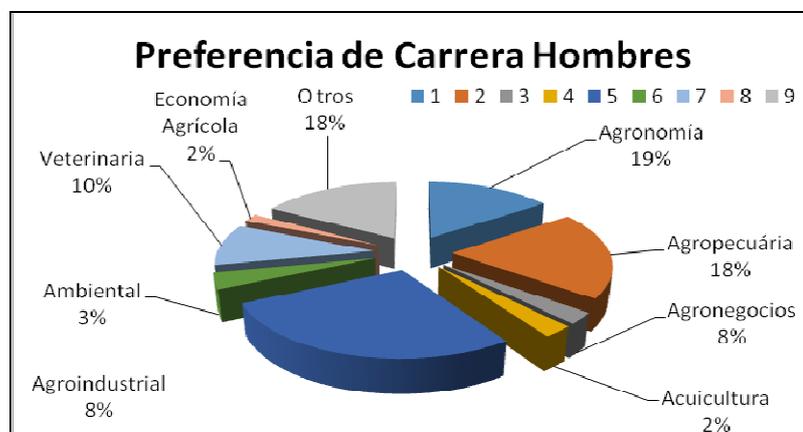
Gráfico 10. Preferencia de carreras.



Fuente: Triana, 2014

En relación al total de encuestados sobre la preferencia en la elección de carreras, se observa que del 100 % de los encuestados, existen una mayor preferencia por a la carrera de Agroindustrial con el 24 % y en Agropecuaria y Veterinaria con un 17 %, respectivamente, Agronomía con el 15 %, el resto de carreras propuestas con valores inferiores al 10%.

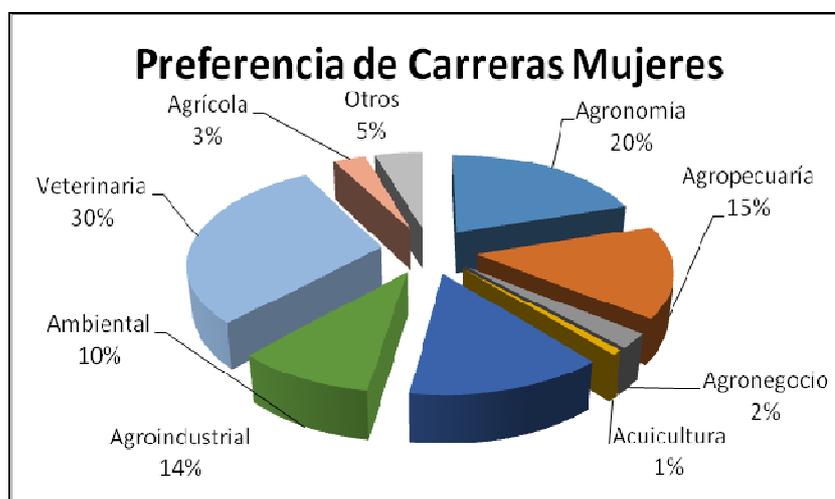
Gráfico 11. Preferencia carreras por estudiantes varones



Fuente: Triana, 2014

En relación al total de encuestados varones sobre la preferencia en la elección de carreras, se observa que del 100 % existen una mayor preferencia por la carrera de Agronomía 19 %, luego Agropecuaria con un 18 %, respectivamente, Veterinaria con el 10 %, Agronegocios y Agroindustria con el 8 % y en la última distribución con un promedio de 2 % entre Economía Agrícola, Ambiental y Acuicultura.

Gráfico 12. Preferencia carreras por estudiantes mujeres



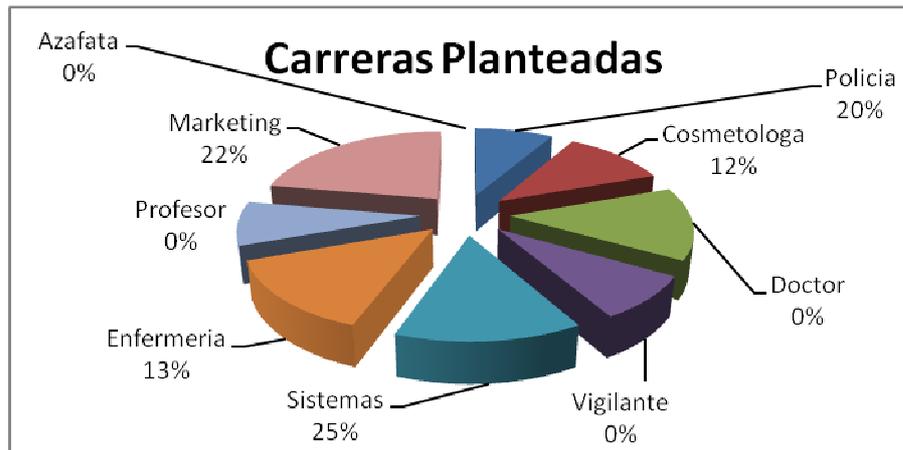
Fuente: Triana, 2014

En relación al total de encuestados sobre la preferencia en la elección de carreras se observa que del 100 % existen una mayor preferencia a la carrera de Veterinaria con un 30 %, Agronomía con el 20 % en Agropecuaria con un 15%, Agroindustria con el 14 %, siguiendo por Ambiental con el 10 % y en la última distribución con un promedio de 2 % entre Economía, y Acuicultura.

Los establecimientos se encuentran ubicados en zonas rurales y urbanas en los respectivos cantones, solo en el cantón Balao se presentó mayor interés por parte de los estudiantes, en la carrera de Ingeniería en Acuicultura, dado que tiene acceso al manglar y existen empresas de dedicadas al cultivo de tilapia y de otras especies, que se puedan implementar en la carrera de Ingeniería Acuícola.

**4.11 Escribe, la Carrera que no se encuentra en la pregunta 10 y que desearías estudiar a distancia.**

Gráfico 13. Carreras planteadas por los encuestados

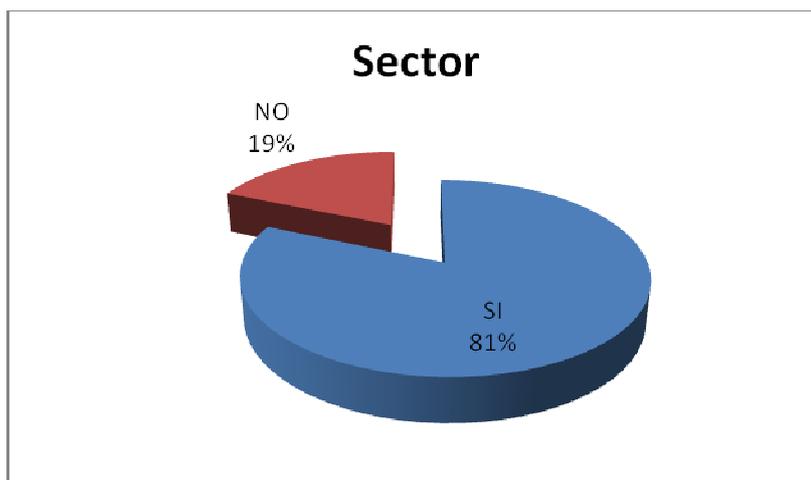


Fuente: Triana, 2014

En relación al total de encuestados hombres y mujeres sobre la preferencia en la elección de carreras, se observa lo que plantearon los encuestados que no están interesados en carreras agropecuarias, del 100 % existen una mayor tendencia a Ingeniería en Sistemas con el 25 %, Cosmetología con 12 %, Policia con un 20 %, Enfermería con el 13 %, Marketing con un 22 %, y otras con valores no representativos.

#### 4.12 ¿A Cuántos minutos vives del establecimiento en el que estudias?

Gráfico 14. Movilización al establecimiento académico

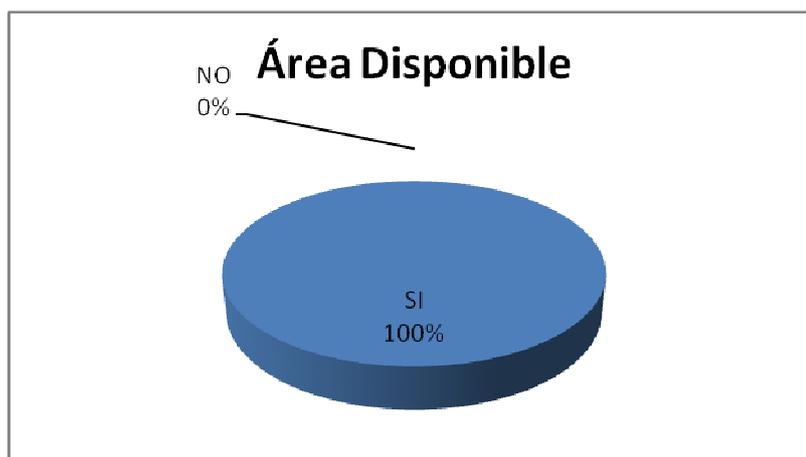


Fuente: Triana, 2014

En relación al total de encuestados sobre la ubicación del domicilio en distancia a donde se encuentra su unidad académica, se observa que del 100 % el 93 % de estudiantes se encuentra dentro del mismo sector y el 7 % se traslada más de una hora para llegar al establecimiento académico.

#### 4.13 ¿Tu Colegio tiene instalaciones, terrenos, laboratorios para efectuar prácticas?

Gráfico 15. Disponibilidad de espacio para prácticas



Fuente: Triana, 2014

En relación a los colegios visitados he verificado que, el 100 % cuenta con área para realizar prácticas de campo y bien se podría hacer seguimiento a futuros proyectos con los estudiantes. total de encuestados sobre la ubicación del domicilio en distancia a donde se encuentra su unidad académica.

En función de las encuestas realizada se propone primero realizar convenios con colegios agropecuarios, donde que podrian servir como centro de apoyo presencial, tanto para realizar exámenes, contacto presencial con tutores y la ejecución de proyectos de campo, dado que los colegios agropecuarios cuentan con al área para realizar las practicas de campo y fortalecer la teoría.

Segundo, realizar un manual de publicidad basado en un modelo que pretende mostrar los elementos necesarios para ilustrar la oferta

académica que ofrece la UCSG, con la finalidad de despertar interés en los estudiantes de los últimos niveles de bachillerato y lograr un incremento en la matrícula, de las carreras agropecuarias, que va a complementar su inclinación hacia el área agropecuaria y no solo académicamente, sino en su aplicación en función de su perfil. Dicha propuesta es de carácter cualitativo ya que los resultados que se pretenden lograr dependerán de su aprobación, autorización y la puesta en práctica de la misma.

#### **4.14 Diagnóstico previo al plan de promoción.**

Como pudimos verificar en el instrumento, en la pregunta número siete dice:

¿Sabías que la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, oferta carreras agropecuarias?

Pudimos confirmar que solo el 2% del 100% de encuestados conocía, sobre la oferta académica relacionada a formación agropecuaria en la UCSG.

Para cumplir con uno de los objetivos planteados, propongo seguir las siguientes estrategias.

1. Difusión a través de visitas a los colegios agropecuarios de los cantones de la provincia del Guayas
2. Establecer una comunicación continua con los actores inmersos en el entorno agropecuario a través de los medios de comunicación, radio, canal de la UCSG.
3. Realizar una plataforma de comunicación que permita la continua actualización una forma práctica y económicamente viable para

promocionar la facultad técnica de tal manera que podamos difundir sin mayor inversión de tiempo, esto a través de una página web.

4. Realizar difusión tanto en ferias internas en la facultad como en eventos relacionados a la gestión agropecuaria en general , cito varios ejemplos:  
Feria Ganadera en el cantón Duran, Expo Cacao, Cumbre Internacional de Banano, Etc .Que generan un impacto directo en los asistentes.
5. Ofertar carreras agropecuarias, modalidad semipresencial para aquellos que no prefirieran clases presenciales.

#### 4.15 Programa propuesto en base a las estrategias.

Visitar, con el propósito de promocionar la facultad Técnica, inicialmente a los colegios agropecuarios y agroindustriales de la provincia del Guayas, luego a los de la provincia de Santa Elena y posteriormente a todos los de la zona 5, Sta. Elena, Bolívar, Los Ríos, siguiendo el lineamiento de zonificación realizada por el Senplades.

Grafico 16. Distribución Zona 5



Fuente: Senplades

Desarrollar propuestas para convenios, con empresas públicas y privadas inmersas en el entorno agropecuario, participación continua en foros agropecuarios, plantear realizar investigación con participación conjunta con ambas empresas, invitar a las diferentes cámaras de la producción a participar también para generar bienes y servicios para satisfacer a la sociedad, dejando en el alto y posicionando la Facultad técnica para el desarrollo, de la UCSG.

Grafico 17. Actores



Fuente: Franco 2014

Creación de una página web o una página virtual, social sea esta *Facebook*, *Twitter*, Etc, donde se pueda dar a conocer de manera continua, directa y segura la información de eventos dentro y fuera de la institución dejando abierta una ventana para hacernos conocer y al mismo tiempo escuchar.

Tenemos Ejemplo: la pagina de *twitter* realizada por la facultad de Economía.

Gráfico 18. Página *Twitter* UCSG.



**Síguenos en twitter @ucaticagye por un Backpack UCSG y un cupo a:**

**¡Es hora de que los jóvenes lideren este siglo!**

Congreso: "Fortalecimiento de la Dolarización; recetas para que este siglo sea de los jóvenes" - Federación Interamericana Empresarial (FIE)

Hotel Hilton Colón - 22 de septiembre - 08h00 (Incluye almuerzo)

**Participa:**

- Síguenos en Twitter: @ucaticagye
- Dale RT y menciona a 1 amigo.

El sorteo se realizará el viernes 12 de septiembre.

**ISMAEL CALA**

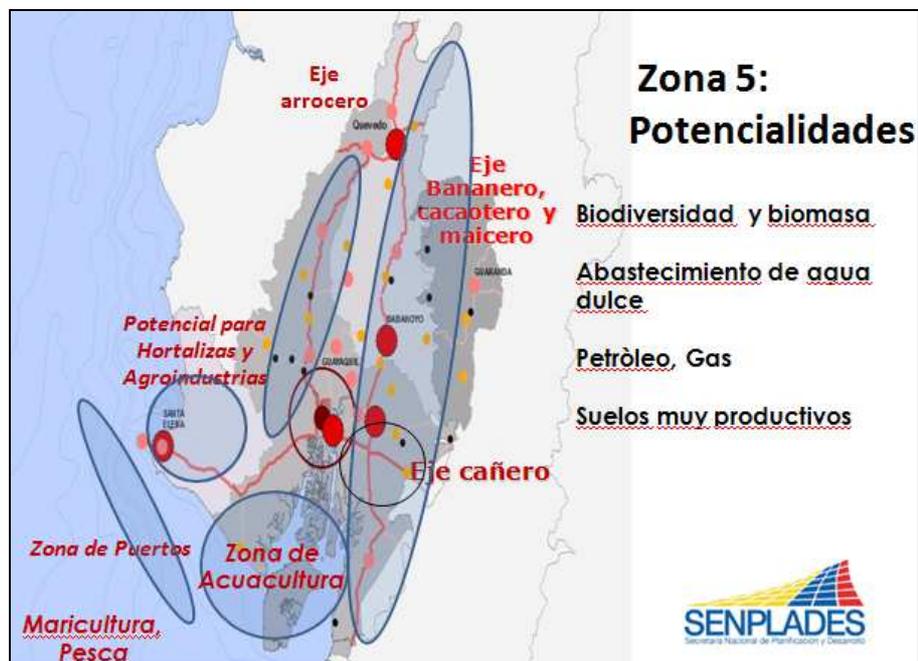
Fuente: UCSG, 2014

Realizar un programa de visitas con estudiantes a los diferentes eventos, en lo posible que sean de la misma zona donde se realicen las visitas, incluyendo estudiantes de otras facultades para fortalecer lazos de amistad, compañerismo y al mismo tiempo ampliar el rango de los trabajos a realizar.

Inicialmente en la provincia del Guayas, posteriormente en la zona 5, que es donde se genera la mayor diversidad de ejes de producción en la que, encontramos los siguientes productos de consumo interno o para exportación.

- Acuicultura
- Arroz
- Cacao
- Caña de Azúcar
- Camarón
- Hortalizas
- Ganadería
- Pesca

Gráfico. 19 Cuadro de potencialidades Zona 5



Fuente: Franco, 2014

La inclusión del estudiantado dentro de este proceso genera un sentido de pertenencia, se logra ahorrar recursos, en lo económico y en el talento humano.

#### **4.16 Presupuesto del plan de promoción**

El detalle del instrumento, presupuesto se encuentra en el anexo 3. Página 83.

A continuación la explicación de cada uno de sus rubros.

1. En relación a el espacio físico (*Stand*) los precios varían, y si existen convenios logramos omitir esa inversión está ingresado un valor referencial.
2. Estudiantes propongo que sean 3, los que se encargaran de repartir y explicar sobre las bondades de la oferta académica.
3. El conductor del vehículo, se encontrara alguien de manera eventual para efectos de no incurrir en problemas con IESS, SRI. En algunos casos, podrá conducir el Señor que labora en la facultad el mismo que labora en la facultad que ya está regularizada su situación laboral.
4. El material impreso se le cálculo un valor de USD. 0,25 centavos de dólar, valor que se puede mejorar por volumen.
5. Se ha considerado comprar una carpa para dichos eventos, cinco sillas plásticas para los estudiantes, conductor y visitantes al local. (*Stand*), también se compraría una mesa plástica.
6. Los valores de combustibles están calculados, según el rendimiento y el corrido tomando en consideración el kilometrajes a los Colegios más distantes. Ejemplo. El Empalme por el norte y Balao por el Nor-Este.

7. La alimentación está contemplado USD, 10.00 dólares, por persona.
8. El pontazgo y/o peajes se tomo como referencia un valor de USD, 4.00 dólares y un máximo de 4 pontazgos entre la salida y la entrada de la ciudad.

#### **4.17 Evaluación y Control**

Para definir si nuestro plan ha tenido el impacto esperado, al término de cada cierre del proceso de matriculación. Se llevará a cabo un seguimiento del número de inscrito en cada carrera propuesta.

Para efectos de control se realizara el seguimiento a través de fotos y encuesta de diferentes trabajos de tesis de investigación y vinculación. Que se pudieran realizar en las mismas ferias para obtener datos actualizados como:

- Situación problemática en el agro.
- Conocer sobre plagas o enfermedades a las que se enfrentan en las diferentes zonas.
- Intercambio cultural
- Transmisión de conocimientos ancestrales
- Turismo
- Gastronomía
- Zonas de riesgo
- Impacto ambientales
- Censos
- Tendencias de consumo
- Transito

Un estudiante promedio invierte en la UCSG aproximadamente USD \$ 1.9000 al año es, decir que, tan solo con incremento o

registro de 3 personas a la facultad, cubrimos con los gastos generados para este plan de promoción y difusión.

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este proyecto de titulación tuvo como objetivo el estudio de mercado en el entorno social de las carreras agropecuarias, identificando las preferencias al momento de seleccionar una carrera tentativa a distancia o semipresencial.

El mecanismo de educación semipresencial logrará una inserción de los estudiantes de colegios agropecuarios a un sistema universitario que le permitirá tener un mejor desempeño profesional sin la necesidad de incurrir en gastos como son: el transporte, la alimentación y el hospedaje. Siempre que se logre firmar convenios con colegios agropecuarios que luego de analizar distancias podrían ser extensiones de la facultad técnica para el desarrollo. Este sistema promueve una educación relacionada a su formación secundaria y en este sentido se podría pensar que su desempeño posterior puede ser incidido por esta presencia en su elección.

Este estudio podría ser un primer paso, para el cual se debería realizar una profundización y ampliación de lo analizado al momento. Por ahora se ha identificado la preferencia selectiva al ofertar las carreras agropecuarias, sin embargo queda por establecer, preferencias de horarios, la capacidad económica, disponibilidad y acceso a sistemas de información digital (internet), mecanismo de cancelación, métodos de evaluación, espacios de transferencia de tecnología presencial.

Este estudio se tornaría fortalecido dado que impulsaría a que continúen estudios de tercer nivel personas que por varios factores dejaron sus estudios a un lado, la implementación o el desarrollo de un estudio para realizar un edificio para que pudieran pernoctar las personas que prefieran estudiar de manera presencial y vienen de los diferentes

cantones.

Es importante conocer que de acuerdo al nuevo sistema para poder realizar futuros estudios, encuestas, propuestas, etc. Se necesita realizar una carta para que otorguen el permiso correspondiente, cada zona o distrito es debidamente regulado por una entidad del ministerio de Educación.

## BIBLIOGRAFÍA

- B., H., & A., B. (1985). Educación a distancia: Situación y perspectiva. 191.
- Basabe, F. (2010). Educación a Distancia en el nivel superior. México: Trilla
- BAUTISTA, A. (1998). "Tecnología, mercado y gobernabilidad: un trinomio interactivo en la enseñanza a finales del segundo milenio. Revista Complutense de Educación, 9 , 29-46.
- Bustos, H. (2005). Libro Lila Marketing Educacional. México: Genesis Reyes.
- Billorou, O. (1983). Introducción a la publicidad.
- Cabral, B. (2011). La Educación a distancia vista desde la perspectiva Bibliotecológica. México: Universidad Nacional Autónoma de México .
- Sagrá, A. (2002). Educación a distancia, educación presencial y usos de la tecnología: una tríada para el progreso educativo. Madrid.
- Carvajal, H. (2013). El Chat como herramienta de comunicación en la educación a distancia: Usos y potencialidades para fomentar el aprendizaje cooperativo.
- Chaupt, e. a. (1997). El Tutor, el estudiante y su nuevo rol., (págs. 97-110). Guadalajara.
- Escontrela.R. (2003). Bases para Reconstruir el Diseño Instruccional en los Sistemas de Educación a Distancia. Docencia Universitaria, 48.
- Espana, M. d. (2014). Objetivos Educativos Europeos y Espanoles, Estrategias Educación y Formación 2010-2014. Espanaa: Tórculo Artes Gráficas.
- García, L. (1999). Fundamentos y Componentes de la Educación a Distancia. Espana.
- García, L. (2002). La Educación a Distancia. Ariel S.A.

- García.L. (1998). Indicadores para la Evaluación de la enseñanza en una Universidad a Distancia. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 85.
- Gomez, G. (1997). Sistemas Administrativos Análisis y Diseño México DF. 1ra. Edición. Mexico: MC GRAW HILL Interamericana Editores, S.A.
- J., C. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). ELSEVIER, 538.
- J., R. (1998). La Educación a Distancia en el Umbral del nuevo paradigma telemático.
- José Luis Córico, M. d. (10 de Agosto de 2014).  
<http://repository.uaeh.edu.mx>. Obtenido de  
<http://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/12514/LECT31.pdf?sequence=1>
- Newell, F. (2000). Las nuevas reglas del marketing. Puerto Rico: Mc Graw- Hill.
- Malhotra, N. K. (2004). Investigación de mercados un enfoque aplicado. Mexico: Pearson Education Inc.
- Manes, J. (2000). Marketing educativo, gestión estratégica y calidad total: un círculo virtuoso. Colombia.
- Middleton, S. (2010). Build a Brand in 30 days : The brand strategy Guru. Georgia: Capstone/Wiley.
- Moreno, C. (2010). El Marketig Territorial Fomenta El Progreso y EL Desarrollo de las Regiones . Santiago de Cali.
- P., M. (2006). El método de estudio de caso Estrategia metodológica de la investigación científica.
- Ramirez, M. (2011). Tranformado Ambientes de aprendizaje en la educacion con recursos educativos abiertos. Mexico: Creative Commons México.

- Rodríguez, J. (2004). El aprendizaje virtual enseñanza y aprendizaje en la era digital. Espana: Homo Sapiens .
- Santesmases, M. (2007). Marketing conceptos y estrategias. Espana: Ediciones Pirámides.
- Sarabia, F. (1999). Metodología para la investigación en marketing y dirección de empresas. Espana: Ediciones Pirámide
- Salinas, J. (1998). Redes y educación: Tendencias en educación flexible ya distancia. II Congreso Internacional de Comunicación, tecnología y educación, (págs. 144-151). Oviedo.
- Silvio.J. (2006). Hacia una Educación virtual de calidad,pero con equidad y pertenencia. Revista de Universidad y Sociedad, 14.
- O'Guim.T. (2004). Publicidad y comunicación integral de marca. Thomson. CEAACESa, 2014. Normativa institucional en linea.  
Recuperado de <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/CEAACES.pdf>  
Consultado Agosto 28 del 2014
- CEAACESb, 2014. Modelo generico de carreras presenciales y semipresenciales en linea.  
Recuperado de <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/CEAACES.pdf>  
Consultado Agosto 29 del 2014
- CEAACESc, 2014. Carreras presentacion.pdf  
Recuperado de <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/CEAACES.pdf>  
Consultado Agosto 30 del 2014
- CEAACESd, 2014. Ley organica de educacion superior  
Recuperado de <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/CEAACES.pdf>  
Consultado Agosto 30 del 2014
- Mapas, 2014. Mapa Fisico de la Provincia del Guayas  
Recuperado de <http://www.eruditos.net>  
Consultado Mayo 20 del 2014

## ANEXOS

### Anexo 1.

#### Lista de Colegios Agropecuarios y/o agroindustriales de la Provincia del Guayas.

<b>CANTONES</b>	<b>NOMBRE DE LAS INSTITUCIONES</b>	<b>Estudiantes Muestreados</b>
Jujan	Colegio Teodoro Alvarado Garaicoa	18
Balao	Colegio Técnico Agropecuario Balao	82
Balzar	Colegio Técnico Agropecuario Balzar	21
Balzar	Colegio Técnico Balzar	23
Bucay	Colegio Técnico Agropecuario Francisco Falqu�ez Ampuero	29
Bucay	Colegio Fiscal Técnico Bucay	50
Colimes	Colegio Técnico Agropecuario Colimes	40
Daule	Colegio Técnico Agropecuario Galo Plaza Lasso	67
Empalme	Colegio Fiscal Técnico Agropecuario 17 de Agosto	18
Empalme	Colegio Fiscal Mixto Agropecuario Pueblo Nuevo	20
El triunfo	Colegio Nacional Técnico El Triunfo	228
El triunfo	Colegio Técnico Simón Bolívar	14
Guayaquil	Colegio Técnico Agropecuario Pablo Weber Cubillo	43
Lomas de sargentillo	Colegio Fiscal Técnico Agropecuario Lomas de Sargentillo	30
Mariscal Sucre	Colegio Fiscal Técnico Agropecuario Mariscal Sucre	55
Milagro	Colegio Técnico Milagro	165
Naranjito	Colegio Fiscal Presidente Diego Noboa	25
Salitre	Colegio Técnico Agropecuario 27 de noviembre	65
Simón Bolívar	Colegio Nacional Mixto 13 de Octubre	27
Yaguachi ( Viejo)	Colegio Fiscal Técnico Agropecuario Dr. Enrique Úraga	38
<b>TOTAL</b>		<b>1056</b>

## Anexo 2.

### Encuesta Realizada.



#### ENCUESTA ESTUDIANTIL



Objetivo: Estimar la demanda por estudios universitarios en modalidad a distancia entre estudiantes de colegios agropecuarios y agroindustriales de la provincia del Guayas.

1. Nombre/Colegio \_\_\_\_\_ 2. Tu Edad  años
2. ¿ En qué tipo de modalidad estudias ? 3. Tu Sexo M  F
- Presencial  Semipresencial  Distancia
3. Actualmente te encuentra estudiando, para obtener su bachillerato en :

#### 4. ¿Cómo pagas tus estudios?.

- Son gratuitos (el colegio es Nacional, Fiscal, fisco-misional)
- Mis Padres me ayudan
- Trabajas medio tiempo (AUTOGESTIÓN)
- Otras (ahorros, ayuda de familiares y demás)

#### 5. En el caso que sea AUTOGESTIÓN, seleccione el rango en que están tus ingresos

- Entre \$ 1 y < \$ 150 mensuales  Entre \$ 251 y < \$ 350 mensuales
- Entre \$ 151 y < \$ 250 mensuales  Más de \$ 351 mensuales

#### 6. ¿Sabías que la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, oferta carreras agropecuarias

- Si  No

#### 7. ¿Estudiarías una Carrera Agropecuaria en la UCSG en modalidad a distancia?

- Si  No

#### 8. ¿Aceptarías recibir clases prácticas los días?

- Viernes 17H00 - 20H00 , Sabado 8H00 - 16H00 y Domingo 8H00 - 14H00
- Solo , Sabado 8H00 - 16H00 y Domingo 8H00 - 16H00

#### 9. Si desea algun horario especial puede plantearlo (colocarlo en la linea)

#### 10. Si las siguientes carreras fueren ofertadas a distancia, ¿cuál sería la que escogerías ?

- |                            |                          |                                  |                          |
|----------------------------|--------------------------|----------------------------------|--------------------------|
| Ingeniería Agronómica      | <input type="checkbox"/> | Ingeniería Agroindustrial.       | <input type="checkbox"/> |
| Ingeniería Agropecuaria    | <input type="checkbox"/> | Ingeniería Ambiental             | <input type="checkbox"/> |
| Ingeniería en Agronegocios | <input type="checkbox"/> | Medicina Veterinaria y Zootecnia | <input type="checkbox"/> |
| Ingeniería en Acuicultura  | <input type="checkbox"/> | Economía Agrícola                | <input type="checkbox"/> |

#### 11. Escribe, la Carrera que no se encuentra en la pregunta 10 y que desearías estudiar a distancia.

#### 12. ¿A Cuántos minutos vives del establecimiento en el que estudias ?

- Entre 15 y 30 minutos
- Entre 31 y 45 minutos
- Entre 46 y 60 minutos
- Entre 60 y 90 minutos
- De ser usted fuera de la ciudad, escribir de donde

13. ¿Tu Colegio tiene instalaciones, terrenos, laboratorios para efectuar prácticas ? Si  No

Anexo 3.

Presupuesto

PROGRAMA									
Numero de eventos por año		2	20	12	5	5	5	44	
Material es sugeridos	Cantidad Sugerida	Valor Unitario	Ferias (Locales)	Colegios Agropecuario	Invitaciones a eventos	Foros	Cumbres		
Stand	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ -	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 1.250,00	
Estudiantes	3	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Chofer	1	\$ 40,00	\$ 80,00	\$ 800,00	\$ 480,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 1.800,00	
Material Impreso	500	\$ 0,25	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 625,25	
Carpa	1								
Sillas	12	\$ 9,80							
Mesa	1	\$ 17,25							
Combustible		\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 240,00	
Alimentación		\$ 40,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 440,00	
Peajes	6	\$ 1,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 31,00	
Cantidad requerida por todos los eventos									\$ 4.386,25