

**FACTORES DE POSICIONAMIENTO DE EDMIX DESDE
LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE NICHOS DE
MATRICULA DEL ESTADO DE HIDALGO**

Área de investigación: Mercadotecnia

Rosa María Muñoz Rivera

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

México

roma.muri@gmx.es, romunoz581@hotmail.com

XVIII
CONGRESO
INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA
ADMINISTRACIÓN
E
INFORMÁTICA



Octubre 2, 3 y 4 de 2013 ♦ Ciudad Universitaria ♦ México, D.F.



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

FACTORES DE POSICIONAMIENTO DE EDMIX DESDE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE NICHOS DE MATRÍCULA DEL ESTADO DE HIDALGO

Resumen

La creencia del nicho de matrícula, aspirantes capaces e interesados en educación superior, sin recursos ni satisfactores básicos, sobre las competencias profesionales, incursión exitosa al sector productivo, mayor calidad de vida, valor y reconocimiento como persona, como beneficios que perciben en trabajadores con título universitario; no supera en su categoría de competencia, a los beneficios que valoran en otras opciones de vida. El atributo determinante que posicionaría EDMIX e impulsaría su inscripción al servicio educativo virtual mixto se compone de apoyos (becas, servicios, bajo costo) educación de calidad (docentes competentes, flexibilidad, eficacia terminal), vinculación al sector productivo (prácticas, laboral) e incubación de proyectos. Si la calidad se cumple se promueve permanencia, eficacia terminal y reposicionamiento. Se obtiene a través del desarrollo de una metodología mixta.

Palabras clave. Posicionamiento, atributo satisfactor, nicho de matrícula, expectativa vital.



FACTORES DE POSICIONAMIENTO DE EDMIX DESDE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE NICHOS DE MATRICULA DEL ESTADO DE HIDALGO

Introducción y objetivo

En la actualidad, a pesar de que potencialmente cualquier persona, familia o empresa, a su particular nivel, pueda acceder al conocimiento y lo aproveche en el amplio sentido, las condiciones económicas, políticas y culturales, envueltas en juegos de poder neoliberal promueven, cada vez más, la polarización de la riqueza y una competencia acérrima, que constriñen los esfuerzos de una gran mayoría a la sobrevivencia, los induce al consumismo, y los interna en una espiral de enajenación y marginación (Cohen, 2006), velando la necesidad de realización de sus potencialidades en pro de una mejor calidad de vida. La aspiración al desarrollo humano que involucra el fortalecimiento de las capacidades de los individuos para generar ingresos, un mejoramiento global en las condiciones de vida y en las capacidades del conjunto de la población (Agosín, 2001), requiere, en principio de una transformación en las expectativas de los segmentos vulnerables a través de la educación de su necesidad de formación superior (Maslow 1987), sobre el extrañamiento de otros posibles medios de satisfacción temporales (Séve, 1989).

El patrón cultural y los esfuerzos de las instituciones de educación media superior (EMS) transmiten a los estudiantes la idea de los beneficios que pueden obtener con la educación superior, quienes si bien no tienen claro como, aprenden que la educación superior es un medio necesario para integrarse con éxito al sector productivo y la calidad de vida asociada.

La Modalidad de educación superior virtual mixta -presencial virtual por videoclase interactiva y presencial real- (EDMIX), que ofrece la Universidad Politécnica de Tulancingo (UPT), pone al alcance de estos grupos en riesgo una solución potencialmente eficiente y flexible para que no se queden fuera o deserten del proceso educativo.

La oferta de educación superior virtual mixta, accesible y flexible parecería suficiente para abrir los canales de adquisición y generación de conocimiento, pero en realidad existen circunstancias que restringen la percepción de valor como mejor opción de vida después de la educación media superior; y desaceleran su asimilación como una oportunidad de desarrollo. Así la necesidad latente e incipiente de conocimientos, no resulta una razón suficiente para que personas capaces e interesadas, pero en condiciones de vulnerabilidad social, se sientan motivadas a cursar estudios universitarios como proyecto de vida, por ello la utilización de la herramienta del posicionamiento es preciso para hacer de la necesidad algo consciente que lleve al estudiante de educación media superior a dar continuidad a sus estudios.

Conocer las variables de relación determinantes y las condiciones de posicionamiento que pueden, dentro de la categoría de pertenencia, inclinar la decisión de los posibles aspirantes por el valor de la educación superior en vez del de otras opciones de vida, es el propósito de este trabajo; a través de la determinación del nicho de matrícula en el Estado de Hidalgo y de su percepción sobre sus opciones en función de sus necesidades, expectativas y actitudes; y, la percepción sobre la calidad del servicio de los estudiantes ya matriculados en



EDMIX.

Se parte del supuesto de que la calidad de la educación EDMIX garantiza la afluencia de estudiantes interesados, a esta modalidad flexible, que se ajusta a sus condiciones y posibilidades, y facilita la influencia de las estrategias mercadológicas utilizadas. Aunque, una vez concientizado el interés, no siempre es posible satisfacerlo.

Planteamiento del problema

De acuerdo a Rama (2006) y Tunnermann (2006), la educación superior se caracteriza, por cambios en la demanda, sobre todos de sectores que no se han terminado de satisfacer como los grupos indígenas, los estudiantes de los estratos de ingresos más bajos, minusválidos o emigrantes, entre otros, que reclaman equidad, no tanto en el acceso, que de alguna manera se ha ampliado al masificar y feminizar o hacer virtual la matrícula, sino en la inequidad en los procesos y diversos niveles de calidad, que reduce la posibilidad de permanencia y conclusión efectiva en la muy diversificada oferta educativa que ha surgido, sobre todo privada. Las actuales estructuras académicas son en general demasiado rígidas, poco diversificadas, y carentes de adecuados canales de comunicación entre sus distintas modalidades y con el mundo de la producción y del trabajo.

Con la videoconferencia se está dando una convergencia entre la educación a distancia y la educación presencial (Bates (2000) como un elemento didáctico sustancial que mejora el proceso de comunicación al permitir la realimentación entre el profesor y el estudiante, en tiempo real, como si estuviera cara a cara (Chacón, 1997). Esta modalidad presenta ventajas como la reducción de costos derivados del desplazamiento, alojamiento, etc., la eliminación de barreras espaciales y la flexibilidad temporal; y de la formación presencial, se encuentran la interacción física, establecimiento de vínculos que tiene una incidencia notable en la motivación de los participantes, posibilita realizar actividades algo más complicadas de realizar de manera puramente virtual; y desventajas como son conocimientos limitados en TICs, limitaciones para acceder a una PC y a Internet, débiles habilidades de estudio, y problemas similares a los que pudieran tener quienes acceden a un centro de enseñanza tradicional; problemas que de no solventarse, profundizan la brecha entre los que aprenden más y mejor y los que tienen acceso solo a tecnología atrasada y obsoleta, o no la tienen (ILCE, 2008).

El contexto problemático que se vive en el Estado de Hidalgo se resume claramente en el informe de SEPH (2011) *“El atraso en aspectos como la conectividad, el acceso a la educación superior, la cantidad de computadores y costos de conexión y el magro apoyo estatal a la educación virtual”*; además de circunstancias económicas, aislamiento geográfico, compromisos de trabajo o familiares o un aletargamiento cultural, restringen las aspiraciones y desarrollo de las potencialidades de jóvenes con la edad correspondiente para ingresar a la educación superior.

De las cifras reportadas en INEGI (2010) se deduce la tendencia de la pirámide educacional: de cada 100 jóvenes, 10 son analfabetas, casi 90 terminan secundaria, de estos, 20 se quedan con secundaria y de 5 a 6 deciden integrarse a la capacitación para el trabajo, casi 70 ingresan a la educación media superior, aunque solo alrededor de 45 la terminan, y de estos casi 30 (27) ingresan a la Educación superior; la estadística oficial nacional reporta que aproximadamente la mitad termina la E S.

Con el proyecto EDMIX, educación superior virtual de calidad, se trata de



incrementar la cobertura de la educación superior para nichos potenciales de matrícula que no ingresan pero están interesados en ella.

La región está apenas en lo que se denomina el ingreso al proceso de virtualización, si bien existen instituciones y grupos dedicados a ofrecer cursos virtuales, desarrollar software educativo y la tradicional educación a distancia, en términos estrictos, no se ha consolidado aún una educación virtual que abarque las diversas funciones educativas y utilice el potencial disponible para mejorar los desarrollos pedagógicos (Facundo, 2005).

Se ha considerado necesario utilizar la perspectiva de la mercadotecnia para conocer y entender al nicho de matrícula y lograr que los servicios y productos educativos ofertados, se ajusten a sus necesidades, para que se intercambien casi solos y tornen la necesidad de educación superior en un interés real (Drucker, 2003) que supere, en la categoría de pertenencia, al valor de otros medios de vida que integran, la competencia.

El posicionamiento, herramienta mercadológica, implica una serie de decisiones e intenciones de la universidad, para lograr la imagen con la que quiere ser percibidos (Walker et al, 2003 y Kotler, 2004), que requieren indispensablemente conocer los atributos específicos que satisfacen la necesidad del potencial consumidor, y así situar a EDMIX como un vital medio de desarrollo que supera en valor neto a los medios obtenidos de otras opciones de vida.

Para trabajar en el posicionamiento es imprescindible conocer la percepción, las motivaciones que pueden conformar el interés por un producto. En esta estrategia se selecciona y genera el valor base de la competitividad, que consiste en identificar los atributos de EDMIX que se priorizarán para tratar de ubicarlos en la mente de la población objetivo; por un lado los atributos del servicio que se ofrece y por otro la definición de dimensiones desconocidas, determinantes para un posicionamiento, aquellos atributos que sin ser aparentemente los relevantes, son los que impulsan la decisión de sus partícipes (Coca, 2008), e impulsarán la percepción de que los beneficios adquiridos exceden a los costos derivados (Kim, 2005).

Los consumidores, a la hora de tomar decisiones definitivas, se verán influidos por su percepción que es la verdad dentro de ellos, aunque no sea la realidad; El posicionamiento se basa en la percepción de qué oferta les proporcionarán el mayor valor, y actúan en consecuencia. El valor percibido por el cliente lo define como la diferencia que aprecia entre el total de ventajas y el total de costos que supone una oferta, respecto a otras ofertas alternativas (Kotler (2006). Aumentar alguno de los beneficios funcionales o emocionales (producto, servicios, personal e imagen) o reducir alguno de los costos (además del precio, la fatiga y el trabajo de su adquisición), incrementa el valor percibido.

En ese empeño, conocer los beneficios que los sujetos de investigación persiguen y brindárselos, se considera la pauta para asegurar el satisfactor deseado y que los estudiantes se inclinen por la educación superior.

Las siguientes características de empleo de vida de la población que decide no continuar en educación superior y que se consideran como las entidades que representan la competencia de EDMIX [INEGI (2010), SEPH (2011) y Hgo.gob (2005)], son las barreras que desafía el posicionamiento múltiple de EDMIX:

- Pobreza económica que limita a la familia para apoyar la estancia y la permanencia en



la universidad.

- Ambiente cultural velado del hambre de conocimiento como medio de desarrollo integral, debido a la distracción cotidiana que implica resolver necesidades básicas.
- Desesperanza y confusión al no encontrar oportunidades para salir de sus problemas económicos a la vez de constatar que personas con larga carrera académica no descollaron ni mejoraron su calidad de vida.
- Atractivo enriquecimiento y aparente mejoramiento en la calidad de vida, derivado de la participación en organizaciones delictivas.
- Mayores ingresos económicos si logran colocarse como migrantes en otro país (no consideran las penurias y baja calidad de vida para lograrlo).
- Solución inmediata de sobrevivencia, al contratarse por magra remuneración y malas condiciones de trabajo.
- Deficiencias endémicas en la formación que reduce las competencias para emprender e integrarse a una actividad productiva (Ni Ni).
- Opciones de educación superior que por cultura y prácticas regionales resultan atractivas como la enfocada a educación (Normal, UPN).
- El ejército dado la satisfacción inmediata de necesidades básicas de manutención y preparación competente y formación como ciudadano, al mismo tiempo.

Método

Bajo la perspectiva metodológica mixta (cualitativo, cuantitativo) con enfoque de sistemas y del marketing estratégico de generación de valor, que ubica al posicionamiento como la tercera fase después de la segmentación y de la selección de mercados; y, previo a las fases de oferta y comunicación de valor.

El mercado meta se localiza en Hidalgo y la zona periférica de influencia. La ubicuidad que permite la educación virtual, conlleva a prestar el servicio en todas aquellas sedes municipales, institucionales u organizacionales, que cuenten con los usuarios potenciales y se asocien al proyecto EDMIX. La población objetivo que abarca esta investigación son a) los estudiantes que están terminando la EMS, de quienes interesa conocer el interés, las expectativas y posibles otras opciones en relación a la decisión de continuar con la educación superior b) los estudiantes que cursan actualmente las carreras que ofrece EDMIX, como referentes vivos del servicio, y del fermento de desarrollo y movilidad social, de las zonas del Estado de Hidalgo que no cuentan localmente con oferta de educación superior, de difícil comunicación o acceso hacia zonas mayormente pobladas, comunicadas e instaladas con servicios de educación superior.

Para determinar la muestra de los nichos potenciales de matrícula en el Estado de Hidalgo, se realizará una revisión de datos secundarios, en diversas estadísticas disponibles presentadas por la SEP, SEPH, INEGI de 2005 a 2011, respecto al comportamiento de la matrícula durante los diversos ciclos del sistema educativo mexicano. Para identificar concretamente el número y tipo de instituciones educativas de EMS en cada municipio, y el número de estudiantes que las integran en el último nivel del bachillerato, se utilizó la base de datos que presenta la SEP en el reporte de su prueba ENLACE, la cual, además clasifica a los municipios por grado de marginación, que es una de las variables que integran el perfil del nicho potencial de matrícula.



Por reducir las limitaciones y obstáculos combinados, por recursos tiempo, distancia geográfica, dificultad de acceso, y dinero; se utilizará el método de muestreo probabilístico por racimos (agrupamientos, *clusters* o conglomerados):

Para determinar la forma de abordar y analizar el fenómeno de posicionamiento múltiple, se visualizan las siguientes técnicas de análisis, tabla 2.

Tabla 2. Técnicas de análisis

Objetivo	Investigación	Sujetos	Instrumentos	Técnicas	
Diagnosticar la percepción de los posibles aspirantes a matricularse en EDMIX, del valor neto de la educación superior, a base de identificar sus necesidades, expectativas y actitudes al respecto	Descriptiva Deductiva	Cuanti Cuali	Estudiantes EMS Estudiantes de EDMIX	Cuestionarios cerrados sobre: Necesidades, expectativas, categorías de pertenencia, jerarquización de valor para identificar el valor neto. Preguntas abiertas s/ atributos, costos y proyecto vida	-Análisis estadístico descriptivo. (frecuencias y tabla cruzada) -Análisis deductivo (prueba de hipótesis, para una muestra, con escalas no métricas, y la prueba Chi cuadrada) -Análisis cualitativo aplicando por analogía: -Preguntas de tema oculto (análisis discurso) -Análisis simbólico
Diagnosticar la percepción de los estudiantes matriculados en EDMIX sobre la calidad del servicio, e identificar su satisfacción y actitudes sobre el mismo	Exploración	Cuali Cuali Cuanti	Estudiantes de EDMIX	Historias de ingreso a la universidad Escala de Opinión sobre calidad EDMIX (escala de intervalos) Comentarios sobre la calidad del servicio	-Análisis del discurso -Técnica proyectiva, constructiva -Análisis estadístico descriptivo -Interpretativo de comentarios -Técnica Proyectiva

Fuente: elaboración propia

La población meta se integra de la siguiente manera:

- Elementos: Estudiantes que están por egresar de la EMS, que cubren el perfil determinado en la integración del mercado meta, de los que no está cubierta su demanda.
- Unidad de muestreo: Instituciones de EMS del Estado Hidalgo dentro del perfil meta.
- Extensión: Estado de Hidalgo, México.
- Tiempo: 1er semestre de 2012.
- Grado de marginación: de media a muy alta.
- Nivel de atención del nicho: sin instituciones de educación superior en la región o de no fácil acceso a ellas.
- Factibilidad técnica: Con internet mínimo de un mega de ancho de banda, costo bajo.
- Identificación de escuelas por localidad, por municipio.



Resultados

Las proyecciones que se pueden inferir del sondeo realizado en los estudiantes ya inscritos en EDMIX, como representantes anticipados del nicho de mercado al que se quiere conocer son:

Motivaciones de ingreso y calidad del servicio

Sobre las motivaciones de ingreso a la universidad, y la calidad del servicio, se reduce a tres enfoques relevantes que los estudiantes muestran:

- Primero el que quiere superar la situación de pobreza y ambientes difíciles que les ha tocado vivir, con gran esfuerzo y esperanza, como promesa de cambio de vida y superación, de ser reconocido y volver con el poder de devolver al hogar algo de lo recibido. El sueño es: **“con una carrera, poder ser alguien y poder hacer algo”**.

- El segundo que considerando a la familia como referente quiere a) llegar a ser como ellos, pasarse del lado de los que pueden (así lo percibe), en el entendido de que el lugar en la familia y en el mundo se deriva de una transacción, de poder dar, tener algo que el otro no, o b) quiere diferenciarse dado un estilo de vida doloroso que no desea repetir. Más con deseos que con elementos intelectuales, busca algo casi mágico, y con la carrera poder llenar un vacío económico y personal. Así: **“sin un título (competencia, trabajo, satisfactores) no se es nada”**.

- El tercero tipo tiene la creencia de que **el título es la condición indispensable para acceder al mundo de trabajo y ser alguien como persona**.

En los tres casos, luchar y vencer obstáculos para ingresar a la universidad, y entre más difícil, más vale, son ideas que lo definen como ‘ser humano’. Ven la profesión universitaria como medio condicional para ‘poder ser alguien y poder hacer algo’. Solo con educación se puede acceder al modelo de éxito, como se puede ver.

En comunidades poco marginadas abundan expectativas de tipo académico y profesional y respuestas optimistas de éxito y superación. En comunidades de mayor marginación y vulnerabilidad, la preocupación presente es la de problemas económicos, preocupación cuya solución visualizan como objetivo de vida futura, y por ello desean trabajar o tener dinero para ellos y la familia de origen.

Al terminar la EMS, los estudiantes perciben deseos, bienes o valores con una visión vaga, como satisfactores relacionados con sus necesidades inmediatas, o de vivencia cotidiana, como metas próximas, y, en una menor proporción señalan las de tipo trascendental o de filosofía de vida. La forma de lograr los deseos o proyecto de vida, coinciden y está inmersa en el logro de los mismos, es secuencial y forma un círculo virtuoso:

Empeño – preparación – trabajo - ser Humano - vivencia ética - desarrollo continuo

Al parecer subyace a la forma de lograr sus expectativas, la necesidad (propia o inducida por su familia, maestros o pares), de ser perseverante y competitivo por medio del esfuerzo; para hacerlo viable y sustentable, la formación continua, y al menos como sentencia, la vivencia ética, el corresponder con justicia; y, tener una familia, que puede implicar seguridad, amor, autoestima y trascendencia.



Atributos

Los atributos más atractivos o significativos de una universidad son:

- Apoyos: entre los que se encuentran las becas y servicios diversos
- Flexibilidad: que promueva la permanencia y potencie las oportunidades
- Eficacia: que realmente la preparación permita integrarse con éxito al mundo económicamente activo y viabilizar su proyecto de vida.

De las razones que los estudiantes EDMIX dan por lo que elegirían otras reconocidas universidades, se puede derivar también los atributos determinantes para ello: bajo costo, o manutención resuelta, cerca de la localidad, aseguramiento de trabajo una vez concluida una educación de calidad, reconocimiento, acreditación, fomenta una autonomía, mejora de vida, y el desarrollo humano.

Estudiantes que terminan EMS

La percepción de los estudiantes que terminan EMS, posibles aspirantes a matricularse en EDMIX, sobre el valor neto de la educación superior, se identifica a base de identificar sus necesidades, expectativas y actitudes; dirige esta etapa de la investigación sobre posicionamiento múltiple, de alcance exploratorio y corte mixto, en la que se utiliza como instrumento de recopilación de información un cuestionario con preguntas de respuesta cerrada y abierta, a las que se les da un tratamiento cuantitativo y cualitativo, ambas para triangular, corroborar hallazgos y en sí para complementar la información requerida.

La unidad de análisis está integrada por 308 estudiantes de último semestre de educación media superior, en 12 instituciones, de financiamiento público, tipo CECYTEH, Bachillerato General, COBAEH, CBTA, y CBTIS, que cubrían el perfil definido para el mercado meta, en el estado de Hidalgo seleccionados por medio de una muestra por racimos de dos etapas.

Los principales temas explorados fueron:

- La expectativa que los posibles aspirantes tienen sobre la ES.
- La necesidad de la ES.
- La idea o creencia sobre el tipo de actividad o empleo que desempeñan los profesionistas titulados, y su influencia al tomar la decisión de ingresar a la ES.
- El valor que tienen otras opciones de vida, frente a la de educación superior.
- Las razones que subyacen la elección de proyecto de vida
- El atributo satisfactor del servicio de ES
- Valores terminales que les pueden motivar a tomar la decisión



Tabla 3. Nicho de matrícula en función de la decisión al dilema inscripción-interés

ESTUDIANTES EMS: SITUACIÓN	DECISIÓN		CONDICIÓN ATRIBUTOS
Proyecto de Vida c/EMS -Autonomía	No Inscripción (OOV)	No interés (Rol social, Independencia)	Capacitación para el trabajo c/EMS
Necesidad Incipiente ES -Desesperanza -Discriminación -Bajos Rec. Económicos	No Inscripción (OOV)	No Interés (Duda Beneficios de ES)	Capacitación para el trabajo c/EMS
Necesidad latente ES -Rec. Eco. Limitados -Baja estima	Sí Inscripción (Riesgo Deserción)	No interés (Duda Beneficio E S Distorsión de Valor)	Seguimiento Apoyo Tutoría
Necesidad Latente ES -Bajos Rec. Económicos -Necesidades Básicas	No Inscripción (OOV)	Sí Interés (Beneficios / Razones)	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyos/oportunidades - Universidad, prestigio relevancia, credibilidad - Calidad/Eficacia terminal - Tecnología, instalaciones equipo de calidad - Docentes competentes, de buen trato - Flexibilidad, modalidad accesibilidad - EBC, vinculación, práctica - Apoyo e incubación de Proyectos
Necesidad Percibida ES -Rec. Eco. Limitados -Conciencia/motivación	Sí Inscripción	Sí Interés (Beneficios / Razones)	

Fuente: Elaboración propia

El nicho de matrícula lo integran aquellos estudiantes que estando interesados en la educación superior y apreciando los beneficios que se esperan de ella, no van a inscribirse y por tanto decidirán en principio por otra opción de vida, debido a que se encuentran sin recursos económicos y con necesidades básicas.

El 23% de estudiantes que terminan la EMS están interesados en la educación superior pero no van a inscribirse debido a que no cuentan con recursos económicos ni satisfactorios básicos.

- **Razones que motivan otras opciones de vida para quienes sí interesa, y tienen la expectativa de beneficios, pero no se inscriben a educación superior**

En la siguiente tabla 4, el 26% de los estudiantes de EMS que prevén no inscribirse en la educación superior, expresan las razones subyacentes a su decisión:

Estos estudiantes forman el grueso del nicho potencial que en principio se detecta. Gracias al análisis del discurso de los estudiantes al responder sobre las razones para elegir otras opciones de vida, se aprecia que lo que realmente impulsa la decisión no es en sí la opción elegida, sino la necesidad que lo motiva y que finalmente es lo que se tendrá que atender. Estas razones se relacionan significativamente con la idea del beneficio que creen obtener de la educación superior.



Tabla 4. Razones de otra opción de vida, para el nicho potencial de matrícula

Beneficio de la Educación Superior	%	Razones de otra opción de vida (OOV)
Ninguna, EMS suficiente	1	Desesperanza: - Hacer nada, discriminación, no recursos (1)
No aplicable a problemas reales Ser persona, obtener valor y reconocimiento social.	2	Desesperanza: - Baja estima (1) Fantasía: • Obtener ventaja, especulación (1) Resolver problemas económicos: • Migración por no oportunidades (1) Formación • Buscar formación competente (1)
Competencias Profesionales y Calidad de vida	24	Superar desesperanza: • Discriminación, Bajos recursos (1) • Baja estima Fantasía: - Jactancia y Distorsión de valor (1) Proyecto de Vida: - Autonomía (2) - Desarrollo humano - Rol social- familiar (5) Resolver problemas económicos • Beca-trabajo (1) • Migración por no oportunidades (2) • Búsqueda de calidad de vida (5) Asegurar formación - Buscar formación competente (4) - Buscar ser persona (1) - Distorsión de valor (2)

Fuente: Elaboración propia

Dilema del estudiante terminal de EMS, sujeto de posicionamiento de EDMIX

El objetivo específico de esta investigación es “Diagnosticar la percepción de estudiantes terminales de EMS, fuente del nicho de aspirantes a matricularse en EDMIX, sobre el valor neto (contraste entre costos y beneficios entre Educación superior y Otras opciones de vida) de la educación superior, a base de identificar sus necesidades, expectativas y actitudes al respecto”.

En la siguiente tabla 6, se integran las variables que representan el dilema al que se enfrentan los estudiantes al terminar la educación media superior (EMS), que, ante sus necesidades implícitas o motivaciones ocultas que quieren satisfacer, tienen que elegir entre, ingresar a un proyecto formativo de educación superior (E S) o, preferir otra opción de vida (OOV); esta elección suele inclinarse hacia la alternativa que representa para ellos



Tabla 6 Dilema del estudiante terminal de EMS, sujeto de estudio de posicionamiento de EDMIX

	OOV	NECESIDADES DILEMA	ES	TITULADOS												
<p>Necesidad de vida</p> <p>DESEOS</p> <p>Necesidad Inmediatas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de vida - Autonomía - Identidad - Poder, tener éxito 	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de vida - Autonomía - Identidad - Poder, tener éxito 	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de vida - Autonomía - Identidad - Poder, tener éxito 	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de vida - Autonomía - Identidad - Poder, tener éxito 												
<p>FORMA DE LOGRARLOS</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>M</th> <th>H</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Negocio /Trabajo /Beca</td> <td>Trabajo/Negocio</td> </tr> <tr> <td>Normal /Ejército</td> <td>Ejército/Normal</td> </tr> <tr> <td>Hogar</td> <td>Migración</td> </tr> <tr> <td>Migración</td> <td>Hogar</td> </tr> <tr> <td>Ilícitos/NiNis</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	M	H	Negocio /Trabajo /Beca	Trabajo/Negocio	Normal /Ejército	Ejército/Normal	Hogar	Migración	Migración	Hogar	Ilícitos/NiNis		<ul style="list-style-type: none"> - Formación/Vocación/Satisfacción (Realización/Trascendencia) - Trabajo, Ingreso, Autonomía, Estabilidad (Autoestima, Poder) - Aceptación, reconocimiento, seguridad, (Necesidades básicas) 	<ul style="list-style-type: none"> - Empeño / esfuerzo - Preparación /Competencias /calidad en el trabajo - Trabajo - Capacitación/Actualización - Ser 'Humano' - Vivencia ética - Desarrollo continuo 	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo - Negocio - Migración - Hogar - No trabajan - Ilícito
M	H															
Negocio /Trabajo /Beca	Trabajo/Negocio															
Normal /Ejército	Ejército/Normal															
Hogar	Migración															
Migración	Hogar															
Ilícitos/NiNis																
<p>DILEMA</p>	<p>OOV</p> <p>Expectativa</p> <p>Beneficios Satisfactoros</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar proyecto de vida - Obtener recursos económicos - Satisfacer necesidades básicas - Asegurar recursos para acceder a la educación superior 	<p>NECESIDADES</p> <p>Interés implícito</p> <p>Motivación Oculta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formación (Competente, ser persona, trabajar para estudiar) - Resolver problemas económicos (Calidad de vida, Beca-trabajo, oportunidades para no migrar, - Proyecto de vida - Fantasía (especulación, jactancia) - Superar desesperanza(baja estima, discriminación, hacer nada) - Evitar ilícitos 	<p>ES</p> <p>Expectativa</p> <p>Beneficios Satisfactoros</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trabajo /Negocio /Ingresos - Poder hacer algo - Poder ser alguien 	<p>TITULADOS</p> <p>Percepción</p> <p>Beneficios Ocupación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Calidad de vida - Reconocimiento como persona 												

Fuente: Elaboración propia

el mayor valor neto (beneficio –costos), el cual determinan al comparar las expectativas de beneficio satisfactor que creen que cada una de ellas le ofrecerá.

Para hacer la ponderación de las expectativas de beneficios de cada alternativa, se utiliza el patrón cultural sobre los deseos más importantes para su proyecto de vida (DESEOS) y (FORMA DE LOGRARLOS).

En el caso de la inclinación hacia otras opciones de vida, la forma de lograr los deseos de vida, se presenta dividido por género mujer (M) – hombre (H); en cada uno de ellos se desglosan las opciones relevantes a las que se inclinarían cada género.

Una variable importante que refuerza, de manera estadísticamente significativa, la expectativa de beneficio sobre la educación superior, es la percepción que los estudiantes de EMS tienen sobre la ocupación de profesionistas titulados (TITULADOS), y la asociación (también significativa) de esta ocupación con los beneficios que reciben de ello.

Como se ha señalado, los estudiantes manifiestan una visión de vida con un enfoque de inmediatez; proyectan la situación actual, a una visión de situación futura. Por ello, se presentan los deseos o proyectos de vida en dos estratos, uno superior, general o de (Necesidad de vida), que aplica a todos los casos (columnas); y otra, proyección de la necesidad inmediata de vida, (Necesidades Inmediatas).

En la columna ‘Necesidades’, en que se sitúa al sujeto decisor, la forma de alcanzar los deseos o proyecto de vida, que manifiestan los estudiantes, coinciden y están inmersas en el logro de los mismos, es secuencial y forma un círculo virtuoso: Esfuerzo, formación, trabajo, ser ‘humano’. Como se puede ver en la tabla 6, marcada con un círculo. La flecha implica significancia estadística.

a) En el proyecto de vida, de manera general visualizan:

- La calidad de vida o desarrollo humano, o sea, una situación en la que se pueda satisfacer con un mínimo de dignidad todas las necesidades de una persona, familia o sociedad, que le permita movilidad social y evite volver a las condiciones de precariedad vivenciadas, por falta de alimentación, educación, salud y/o, recreación.
- Autonomía o capacidad de auto moldearse, de autogobernarse, de ser independiente, de reflexionarse, visualizarse, darse reglas y de vivir de acuerdo a las mismas.
- Identidad, o imagen de sí mismo, que se va seleccionando, aprendiendo y que se expresa en el discurso y en las prácticas; con la claridad de ser quien ellos han decidido hacerse o con el sentimiento de que ser el que es, otros se lo atribuyen; es una necesidad remarcada que evidencia la situación de discriminación, impotencia y de baja estima acentuada en los jóvenes que así lo señalan. Aquí se encuentra la multicitada expresión ‘ser alguien en la vida’ ‘no más ser discriminado’ ‘ser reconocido como alguien que puede, como una persona de bien, de éxito’.
- Poder y éxito, capacidad de pasarse al lado de los que ‘pueden’, pueden satisfacer necesidades, pueden ayudar a otros, pueden recompensar, pueden influenciar, pueden emprender.

b) En la forma de lograr este bien, se tiene que el hombre es un ser que necesita y que las necesidades generan la actividad humana. Así se encuentra la escala de necesidades de Maslow:

- Formación en educación superior (vocación – realización);
- “Todo ser humano tiene como finalidad la autorrealización que desea y puede alcanzarla; se



produce neurosis y otras enfermedades cuando esto no ocurre. La autorrealización se trata de la necesidad que todos los seres humanos tienen de utilizar todas sus capacidades y ampliar sus horizontes; dar sentido a las cosas, encontrar su razón de ser. Aquí se encuentran: a) la necesidad de adquirir conocimientos, b) la necesidad de comprender, de analizar, de establecer relaciones y encontrar significados, de construir un sistema de valores y, c) las necesidades estéticas (Maslow, 1987)”

- Trabajo, autonomía, autoestima;
- Reconocimiento (poder, aprecio, relación, amor, afiliación);
- Seguridad (trabajo, casa, jurídica, personal, alimentación, etc.).

El esfuerzo y dedicación aparece como sinónimo de ‘mayor valor’ de los logros alcanzados, “si todo lo que vale la pena fuera fácil, cualquiera lo tendría” reza el dicho popular.

La percepción de los estudiantes de EMS sobre la ocupación de profesionistas titulados, básicamente trabajo, negocio o en caso de fracaso endógeno, migración, es otra variable que impacta significativamente las expectativas de beneficios de la E S, entre los que destacan la calidad de vida y el reconocimiento como persona.

Así, el patrón cultural sobre proyecto de vida, su forma de lograrlo y, la percepción que los estudiantes de EMS tienen sobre la ocupación y beneficios asociados de los profesionistas titulados, influyen las expectativas de beneficios que los estudiantes de EMS tienen sobre la E S.

Las expectativas de beneficios de la E S a su vez, presentan una relación, estadísticamente significativa con las necesidades implícitas o motivación oculta de los estudiantes, es decir, los jóvenes internamente suponen y esperan que podrían satisfacer sus necesidades implícitas con educación superior.

Las necesidades, interés implícito o motivación oculta, se derivan de las razones que dan los jóvenes para elegir otra opción de vida en el caso de que no pudieran emprender la E S; de lo que se deduce que esas razones o necesidades son las que piensan satisfacer con la educación superior, que al no poder resolverlo así, consideran una mejor otra forma de hacerlo.

De estas necesidades implícitas, se determina con significancia estadística que, aunque tengan interés en la educación superior, los estudiantes de EMS por falta de recursos económicos y de satisfactores básicos, prevén la no inscripción. La falta de oportunidades para la familia y la incertidumbre de que después de otros tres o cuatro años tengan una mejor situación les hace considerar que lo que más les urge por el momento, no es emprender la educación superior.

Las necesidades que subyacen a su decisión son:

- a) Formación, competencias y sustento, ser persona y ser reconocido; o para trabajar un tiempo para juntar recursos y poder contar con educación superior (trabajar, migrar, o contar con beca-trabajo, o en pocos casos aceptar ilícitos o degradación para contar con recursos para formarse -lo que evidentemente es una distorsión de valor-).
- b) Resolver los problemas económicos, Trabajo - Ingresos - Beca; la necesidad incide en prepararse para el trabajo, o beca; migrar para obtener ingresos, dada la falta de oportunidades en la localidad; mejorar la calidad de vida propia y familiar; degradarse y confundir los valores por su baja estima y cerrazón para visualizar otras opciones.
- c) Proyecto de vida, la necesidad es lograr autonomía, independencia, dedicarse a lo que le gusta; tener ya un desarrollo, una mejor calidad de vida (de la que hasta el momento ha tenido); desempeñar un rol social (negocio ya existente) o familiar (tener un hogar, una familia propia); distorsión y confusión de valores al enredarse en la miseria humana



(‘narcotráfico o degradación para salir rápidamente de la pobreza y profundas carencias, y nunca más volver a una situación de miseria económica’).

d) Fantasías, especulación de opción ventajosa, fantasiosa; la necesidad es contar con un medio para la especulación de ventajas (fanfarronear); contar con una expectativa fantasiosa, jactanciosa (vaga y hasta frívola); como medio para el logro de objetivos diferentes (salirse de su casa, ir a la aventura, relacionarse); distorsión de valores, (aprender para hacer fraude, o utilizarlo en ilícitos).

e) Desesperanza, bajos recursos materiales y culturales, discriminación, marginación, la necesidad es ocuparse para no caer en ilícitos; los bajos recursos y discriminación, no les permiten visualizar un mejor desarrollo; estima baja, valores relajados, actitud derrotista; hacer nada, (No, Nos, o Ni Nis), tirarse a la desgracia, a la apatía.

Así la E S se convierte, significativamente, para ellos en una necesidad latente, es decir, aunque se tiene conciencia de la necesidad, por el momento no se puede satisfacer; ante las circunstancias, no se encuentra otra salida, lo que inclina su decisión, en principio, hacia la no inscripción en la educación superior y por tanto hacia otra opción de vida.

En ese punto, los estudiantes se enfrentan al dilema, también estadísticamente significativo, de decidirse por la educación superior (E S) o por otra opción de vida (OOV), si no perciben apoyo o posibilidad de sortear el problema.

Las OOV que específicamente se plantearon en la recopilación de información, se derivaron de la primera fase cualitativa de la investigación, y fueron nueve; por un lado, el Ejército y la Normal o UPN, como otras instituciones de educación superior populares como opción; y por otro, trabajo, negocio, ilícitos, migración, hogar, hacer nada, otros.

Como se puede ver en el cuadro de ‘Atributos Determinantes’, el interés e inscripción en la universidad se puede dar si la universidad ofrece certidumbre en los atributos siguientes:

- Becas, servicios y bajo costo, que es precisamente una de las restricciones que tienen para emprender E S. Becas: que además de la PRONABE, puedan ser sujetos de la beca institucional al fortalecer las funciones en las sedes; de la beca alimenticia, al invitar a instituciones socias para ello, la de no pago de colegiatura en función de excelencia académica, además de conseguir otros socios y padrinos a distancia comprometidos en la formación de estos estudiantes interesados y capaces. Servicios: tal y como se prestan en la universidad, desde relacionados con la salud, la ocupación del tiempo de ocio, hasta de vinculación con el sector productivo. Bajo costo: además de las becas y servicios, el que la educación superior se preste en la localidad, transporte gratuito a la universidad, estancia y beca alimenticia en periodos de asistencia a la universidad, materiales y biblioteca virtual, equipos de cómputo e internet a su disposición en la sede; concursos, campañas, jornadas y cualquier otro que pueda diluir o deshacer el dique condicional de carencias materiales, que limitan el acceso a la E S. Cabe señalar que después de un año de trabajo con magro ingreso, jóvenes entusiastas y persistentes con una clara motivación, emprenden la formación en E S, que tal si se les brinda apoyo...

- Eficacia terminal, calidad en la educación, tecnología e instalaciones de calidad, docentes competentes y flexibilidad; todo esto como un todo interrelacionado, requisito indispensable para decidir, a pesar de las penurias, extrañar sus necesidades básicas para lograr la satisfacción de una vital, la educación superior como proyecto de vida.

- Vinculación, práctica profesional e incubación de proyectos: este atributo, en mancuerna indisoluble con los anteriores, es, al final de cuentas, el propósito que le da peso y valor a todo el esfuerzo realizado. Por ello los jóvenes refieren que las instituciones sean relevantes, de prestigio, lo que implica que evidencie o al menos asegure la promesa de la



eficacia terminal y el acceso adecuado al sector productivo.

Una vez inscritos, si no se cumple con la calidad en el servicio educativo, se corre el riesgo de la deserción del estudiante, o de la conclusión de la carrera pero sin haber desarrollado adecuadamente las competencias previstas, generándose entre los estudiantes la idea de no calidad de EDMIX y no lográndose el posicionamiento deseado, aunque sí uno generado por los estudiantes y la población, de No calidad, lo que redundará en un factor negativo para el posicionamiento en los nichos de matrícula de las siguientes generaciones.

Si se cumple con la calidad en el servicio educativo, de acuerdo a la opinión referida por los estudiantes ya inscritos, se puede dar durante la carrera la permanencia y la eficacia terminal, ocurriendo así el posicionamiento en los estudiantes matriculados en EDMIX.

La calidad referida implica, como se puede ver en el cuadro 'Cumple calidad':
Calidad en la comunicación. Atributo diferenciador de la modalidad sobre el cual se finca la ventaja competitiva de ser el primero en el subsistema de Ups, en explorarla.

Calidad en la educación: Docentes competentes, de buen trato (muy reiterado), materiales, biblioteca, PC, frecuencia en acceso a laboratorios.

Eficacia terminal y vinculación efectiva. Apoyo real, becas y servicios, ya comentado.

Conclusiones

La pretensión es que se visualice cómo, hablando de generalidades, los jóvenes que eligen otras opciones de vida actúan movidos por una visión de vida que no es más que la proyección de la que tienen ahora, y su deseo o preocupación esencial es satisfacer necesidades básicas inmediatas. Los beneficios o forma de lograrlo esos deseos de vida, al optar por OOV son: a) Buscan ingresos para reintentar su acceso a la ES; b) Los que tienen un proyecto de vida para el cual es suficiente con la EMS; y, c) los que no ven oportunidad alguna y les urge satisfacer necesidades básicas. Como parece evidente, en ese esfuerzo y motivación permanecerán, buscando alcanzar deseos de vida relativos a sus necesidades inmediatas.

En el caso de los jóvenes que eligen por la educación superior, la visión de proyecto de vida (deseos) son más integrales, de una formación que le permita satisfacer todas sus necesidades, no solo las básicas, que posibilita su desarrollo humano, logrando autonomía, identidad, y capacidad de influencia; la posibilidad de ser alguien y hacer algo por medio de la capacidad de generar recursos de todo tipo (Humanos, financieros, materiales, tecnológicos).

La congruencia entre la oferta de EDMIX y las decisiones e intenciones para lograr la calidad de este servicio, resulta esencial para inspirar confianza tanto en los estudiantes como en los prestadores o facilitadores del servicio educativo, y para despertar entusiasmo del cual derive una promesa relevante, diferenciadora y genere un afecto positivo, lealtades duraderas hacia el valor que implica la educación superior virtual mixta EDMIX y en consecuencia una colaboración de calidad.

Un gran valor proporcionado a los clientes puede ser la clave para lograr una elevada lealtad es decir su profunda motivación y compromiso para volver a consumir el producto o servicio en el futuro, a pesar de las influencias coyunturales o de otras influencias de marketing (Hamel, 1996), **esta satisfacción depende de la percepción de los resultados del producto en función de sus expectativas, la satisfacción del consumidor se convierte a la vez de en un objetivo, en una herramienta de marketing.**



Es así que, la **calidad efectiva** de la educación superior que es sinónimo de satisfacción con el producto obtenido por el gran valor que representa o le proporciona, resulta el garante del posicionamiento y sustentabilidad de EDMIX.

El conocer y evaluar los factores que generan una percepción positiva y hasta cierto punto sostenida de los usuarios y participantes en la generación de este tipo de servicios, implicaría la mejora en la definición de políticas, estilos de liderazgo, gestión del servicio, y en sí una posibilidad de transformación de la cultura organizacional que catalizaría la vivencia de la calidad.

Referencias:

- Agosin, Manuel R., David E. Bloom, y Eduardo Gitli (2001). *Globalización, liberalización y desarrollo humano sustentable: adelantos y desafíos en los países centroamericanos*, UNCTAD/PNUD Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo. Programa de las Naciones Unidas sobre el desarrollo. Documento ocasional. El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua) /Misc.126.
- Coca Carasila, Andrés Milton y José Alfredo Solís Rojas (2008). *Posicionamiento de productos. Caso: Vino de altura. Bolivia*. Compendium número 21. Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Venezuela. Redalyc. Desde <http://redalyc.uaemex.mx>.
- Cohen, Daniel (2006). *Trois lecons sur la société post-industrielle*. Seuil. París. (en López, 2008).
- Bates, T. (2000). *Managing Technological Change. Strategies for colleges and university leaders*. San Francisco. Jossey-Bass. Citado en Sangrá, 2002.
- Chacón, Fabio (1997). *Un nuevo paradigma para la educación corporativa a distancia*. Revista Asuntos. Año I N
- Ducker, Peter (2003). *The list. Business Week*, p. 14, abril 21. En Kotler (2006).
- Hgo.gob– Gobierno del Estado de Hidalgo – (2005). *Enciclopedia de los municipios de México*. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal –INFDM– Desde <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/hidalgo/soci.htm>.
- ILCE (2008). *El Futuro de la Educación a Distancia y del e-learning en América Latina. Una Visión Prospectiva*. México.
- INEGI (2010). *Anuario Estadístico del Estado de Hidalgo*. Edición 2010. Aguascalientes, México.
- Kim, W Chan y Renée Mauborgne (2005). *La estrategia del océano azul*. Harvard Business School Press. Grupo editorial NORMA. Colombia.
- Kotler, Philip y Fernando Trías de Bes (2004). *Marketing Lateral*. Pearson. México.
- Kotler, Philip (2006). *Dirección de mercadotecnia*. McGraw Hill. México.
- López Segrera, Francisco (2008). *Educación superior y sociedad del conocimiento. Tendencias actuales*. Global University Network for Innovation, Universidad de Naciones Unidas.
- Maslow, Abraham (1987). *Motivation and Personality*. 3a Edición. Harper & Row Publishers. New York.
- Rama, Claudio (2006). *La Tercera Reforma de la Educación Superior en América Latina*. Desde http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-25551997000100005&script=sci_arttext&tlng=en



- Ries, Al y Jack Trout (1972). *Posicionamiento*. Serie de artículos del libro clásico en 1980. Libros comentados en 2000. McGraw Hill. México.
- SEPH (2011). *Memoria de gestión. Secretaría de Educación Pública de Hidalgo 2005-2011*. Pachuca, Hidalgo, México.
- Sève, Lucien (1997). *Marxismo y teoría de la personalidad*. Amorrortu Editores. Buenos Aires.
- Tünnermann Bernheim, Carlos (2006). *Pertinencia y calidad de la educación superior*. Desde www.ilaedes.org/documentos/articulos/tipodeunipertinenteconst.
- Walker, O.C.; H. W. Boyd; J. Mullins y J. C. Larreche (2003). *Marketing Strategic, A decision-focused approach*. 4a. edición, McGraw Hill. New York

