

# UNIVERSIDAD VIRTUAL MIXTA: MODELO DE POSICIONAMIENTO MÚLTIPLE EDMIX PARA NICHOS EN RIESGO

## (THE COMBINED TRADITIONAL AND VIRTUAL UNIVERSITY :A MULTIPLE POSITIONING EDMIX MODEL FOR NICHES AT RISK)

Rosa María Muñoz Rivera

Eduardo Muñoz Bautista

*Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México*

### RESUMEN

El posicionamiento múltiple del servicio de educación superior virtual mixto (EDMIX) o posicionamiento simultáneo, tanto en el nicho de matrícula como en los coproductores oferentes, asocia en sus mentes el servicio educativo con el atributo que satisface a cada uno de ellos, cuando en él perciben mayor valor o prioridad que en el de otras opciones de vida u ocupación, consideradas en la misma categoría de pertenencia. Para el nicho (jóvenes capaces, interesados, vulnerables económicamente, no matriculados), la percepción de los beneficios que proporciona la educación superior (ES), influenciada por el patrón cultural de que un profesionista universitario titulado tiene trabajo, mejor calidad de vida y estatus social, no es suficiente para posicionar EDMIX, al menos que garantizara: apoyos para atenuar su vulnerabilidad económica, eficacia terminal y vinculación al sector productivo; sin embargo, estos atributos deseados en el servicio educativo precisan de ser posicionados en los diversos coproductores. Bajo una perspectiva metodológica mixta, un diseño exploratorio pronosticador apoyados en métodos y técnicas híbridas para la recolección, análisis e interpretación de datos, se propone un modelo de posicionamiento múltiple que alinea los intereses de cada uno de los implicados hacia el objetivo estratégico de alcanzar un servicio de calidad. La comunidad espera que el esfuerzo invertido en una preparación superior reditúe proporcionalmente en desarrollo humano, al menos para el propio profesionista; la administración municipal, como socio facilitador de las instalaciones y equipos locales, que se potencie y optimice con mínima inversión el desarrollo de capital humano y social; los docentes y administrativos, que concreten sus expectativas profesional y de vocación, por supuesto los estudiantes directamente beneficiados, obtengan lo que explícita e implícitamente demandan: la efectividad del proyecto en el cual han decidido participar. La sinergia de calidad promueve sustentabilidad; pero la disconformidad, deserción y/o un posicionamiento no deseado de descrédito.

*Palabras clave:* posicionamiento múltiple, universidad a distancia mixta, nicho, atributo satisfactor.

## ABSTRACT

The multiple positioning of a mixed (blended) virtual higher education (EDMIX) model, or the simultaneous positioning of both the enrolment niche and that of co-providers of academic offers, conjures up in one's mind an educational service that possesses the attribute of meeting each of these needs, i.e. where value and priority are viewed as more important than other life or employment options, and where its basic characteristics are considered in the same category as pertinence. For this market niche market, i.e. young, but highly motivated individuals who are economically vulnerable and oftentimes waiting to enroll on a course), the perception of the benefits provided by Higher Education (HE) is mainly influenced by the stereotypical view that all qualified university professionals have a paid job and that they possess a better standard of living than others, and that they are of a higher social status. In fact, these are insufficient criteria for positioning EDMIX within higher education, that is, unless there is guaranteed support to attenuate its economic vulnerability and unless a certain level of terminal efficacy exists, and unless linkages are established with the productive sector. However, the desired attributes of educational services often means that the services are positioned within the context of co-providers. Therefore, a system that has a mixed methodological perspective and that is characterized by exploratory design, and that has the means of providing a prognosis of the current situation of traditional and blended learning, and that is supported by hybrid methods and techniques for the gathering, analysis and interpretation of data, constitutes a multi-positioning model that aligns the interests of each of the implied factors with the strategic objective of achieving a quality service. Therefore, the efforts invested in higher-level preparation will proportionally benefit human development- at least for university professionals and municipal administrators who act as facilitators in the operation of facilities and equipment. In this way, they will optimize -via minimum investment- the development of human and social capital. Moreover, it will aid the work of professors and administrators who desire to consolidate their professional and vocational expectations. Lastly, the students will directly or indirectly benefit -explicitly or implicitly- from the effectiveness of the project they have decided to participate in. It is therefore the synergy of various quality parameters that will promote sustainability. Notwithstanding, it may also create a certain level of inconformity, as well as foster student desertion, and/or the undesired positioning of virtual higher education due to its being discredited.

*Keywords:* multiple positioning, blended education, niche, satisfaction attribute.

El principal factor de producción de riqueza y generación de desarrollo humano para amplios sectores de la población potencialmente aptos para ello es la información y el conocimiento, especialmente lo que facilita la educación superior, que complementada con una formación en valores y cultura de paz, posibilita para transformar el ambiente local hacia un mayor bienestar del que actualmente detenta. El conocimiento es el capital más importante con el que cuenta un individuo para integrarse a su entorno cultural; y su desarrollo intelectual potencia la oportunidad para que alcance su autonomía y automodelación, en un proyecto de vida individual y comunitario dirigido hacia el bien común (Aguilera, 1995).

Las tecnologías de la información y el conocimiento (TIC) potencialmente permiten a cualquier organización o persona acceder, utilizar y/o generar nuevo

conocimiento; pero, las condiciones económicas y culturales que promueve el ambiente neoliberal, originan cada vez más la polarización de la riqueza y una competencia acérrima, que reduce los esfuerzos de una gran mayoría solo a la sobrevivencia y a la marginación, a la vez que los incita al consumismo y nubla su necesidad de capacitarse para generar ingresos, mejorar sus condiciones de vida y las del conjunto poblacional (Agosín, 2001).

La aspiración al desarrollo humano requiere en principio de una transformación en las expectativas de los segmentos vulnerables, a través de la toma de conciencia de su necesidad de formación superior (Maslow 1987) aún sobre el extrañamiento temporal de otras necesidades inmediatas. El hombre es un ser carente, pero no siempre tiene cabal conciencia de sus necesidades, sobre todo si se alejan de las necesidades básicas de supervivencia. La percepción de la necesidad es la antesala de la toma de conciencia de la necesidad, que se expresa en el interés, manifiesto de múltiples formas, en aspiraciones, deseos y motivaciones, hacia el objeto de la necesidad (Avilés, 2007).

De cada 100 jóvenes que ingresan en primaria al sistema educativo nacional, 10 son analfabetas, 20 se quedan con secundaria, 70 inician pero solo 45 terminan educación media superior y 27 ingresan pero solo la mitad aproximadamente, termina la educación superior (INEGI, 2010).

Las instituciones de educación superior se ven ante la posibilidad de ofrecer oportunidades a los segmentos capaces e interesados, pero en riesgo de quedar marginados de la formación e información de calidad y bajo costo, dada la adaptación a usos educativos de prácticamente toda innovación en materia de tecnología de la información y comunicación (Esains, 2008), a través de modalidades de educación a distancia (*'on line'*, *'e-learning'*) y el aprendizaje mixto, combinado, híbrido, semipresencial, o combinación de métodos (*'blended-learning'* *'b-learning'* o *'blending'*); que implican clases presenciales más aprendizaje electrónico, o aprendizaje móvil (*m-learning* o *movil learning*) más otros recursos educativos, que permitan lograr juntos una enseñanza eficaz (Heinze, 2004); en las que la educación a distancia y la presencial convergen, por medio de herramientas móviles o en sedes remotas, como la videoconferencia.

A pesar de la dinámica acelerada de los cambios en la tecnología y de la existencia de instituciones dedicadas a ofrecer cursos virtuales, desarrollar software educativo y educación a distancia, en México todavía se está en un proceso de transición hacia una educación virtual que utilice el potencial disponible para mejorar los procesos pedagógicos en las diversas funciones educativas (Facundo, 2005). En el Estado de Hidalgo, aspectos como el atraso en conectividad o altos costos de conexión, baja cantidad de computadores y magro apoyo público (SEPH, 2011), ralentizan la implementación efectiva y eficiente de modalidades virtuales.

EDMIX, servicio de educación superior en la modalidad virtual mixta (presencial virtual por videoclase interactiva y presencial real), que ofrece la Universidad Politécnica de Tulancingo (UPT), de financiamiento público, primera y única experiencia en el subsistema de universidades politécnicas en su momento, pone al alcance de estos grupos vulnerables una solución de calidad potencialmente eficiente y flexible, para que aspirantes capaces e interesados accedan y puedan permanecer en el proceso educativo.

Conocer los beneficios que el nicho de investigación persigue, brindárselos en los servicios y productos educativos requiere de la perspectiva mercadológica. El posicionamiento como herramienta mercadológica resulta necesario para hacer de la necesidad algo imperante que lleve, por un lado, al estudiante de educación media superior (EMS), a dar continuidad a sus estudios, y por otro, afianzar la calidad del servicio que los participantes prestan en la producción y oferta de educación y de ambientes mínimos; partiendo del supuesto de que la calidad de la educación EDMIX garantiza la afluencia (acceso, permanencia y eficacia terminal) de estudiantes capaces e interesados en la educación superior, pero restringidos por condiciones y posibilidades económicas.

El posicionamiento es el lugar que ocupa en la mente del consumidor un producto o servicio, es la percepción sobre la marca, atributos y recompensas, por lo que no es algo que se hace al producto, sino a la mente o percepción del consumidor (Ries, 1972); implica para la organización una cadena de decisiones e intenciones para lograr la imagen con la que quiere ser percibida (Kotler, 2004), misión que arrastra tras de su logro y sostenimiento el que todos los implicados en la oferta identifiquen la generación de este producto (bien y/ o servicio) como una motivadora y prioritaria necesidad; originándose así el concepto de “posicionamiento múltiple”.

El posicionamiento múltiple que se deriva de la percepción de la realidad, desde la cual se toman decisiones, es básicamente una promesa, una perspectiva de valor que se adquiere directa o indirectamente, en la que se identifica el servicio como el satisfactor de una serie de deseos, necesidades y expectativas en la propia escala de valores del estudiante y la de sus facilitadores; capaz de despertar entusiasmo y crear un grado de lealtad mayor, más fuerte y duradero que otras opciones.

El posicionamiento múltiple de EDMIX se enfrenta a desafíos tanto en otras opciones de empleo de vida del estudiante, de la categoría de competencia de EDMIX, como son trabajo, migración, delincuencia, hogar, desesperanza; como a desafíos organizacionales para lograr la calidad del servicio, a través de lograr la satisfacción laboral, de profesores de tiempo completo y asignatura, de administrativos y de la alta dirección.

Diseñar un modelo de posicionamiento múltiple para nichos de matrícula en el Estado de Hidalgo, a partir de la experiencia de la Universidad Politécnica de Tulancingo, es el propósito de este trabajo; en el cual se identifican las variables de relación determinantes y las condiciones que influyen el posicionamiento o percepción de un valor mayor; que pueden, dentro de la categoría de pertenencia, inclinar la decisión por la educación superior en vez de por otras opciones de vida para el nicho de matrícula, o de otras opciones de ocupación para los productores y facilitadores del servicio EDMIX.

## MÉTODO

Esta investigación utiliza la perspectiva metodológica mixta (cualitativo, cuantitativo), el enfoque de sistemas y el del marketing estratégico de generación de valor; de este último se realizan las tres primeras fases, segmentación, selección de mercado y posicionamiento, con las cuales quedan definidas las directrices que pueden orientar estrategias en las etapas que quedan pendientes: la oferta y la comunicación de valor de EDMIX. Tiene un diseño exploratorio pronosticador, que se apoya de métodos y técnicas híbridas, integrados en el proceso de recolección, análisis e interpretación de datos, a fin de corroborar hallazgos y en sí para complementar la información requerida, encontrar validez y responder al problema planteado. De acuerdo al enfoque de sistemas, dado que lo que se produce es un servicio intangible, dirigido a la mente del estudiante, quien es a su vez consumidor y producto, el posicionamiento múltiple requiere de la decisión, intención y desempeño recíprocos, entrelazados, de ambos sujetos que intervienen en su producción para lograr la calidad que se pretende, evidenciar el mayor valor de los beneficios sobre el de los costos y desarrollar, en cada uno de los sujetos, afectos y lealtades duraderas hacia EDMIX.

El fenómeno se aborda en tres fases: en la primera a fin de identificar la percepción sobre la calidad del servicio, se realiza un sondeo a 37 estudiantes matriculados en EDMIX. Los instrumentos que se aplican, historia de vida, basadas en la propuesta de Callegaro (2007), técnica de los tres deseos y escala jerárquica comentada con razones para elegir la opción de vida, parten del supuesto de que el comentario que cada persona realiza, se hace de una memoria editada de entre la multiplicidad de experiencias captadas por sus sentidos y refleja parte del patrón cultural o estado de ideas del grupo social del que provienen. La escala de opinión SERVQUAL (Parasuraman, 2002) con comentarios, para conocer su percepción sobre la calidad del servicio educativo; permite sondear atributos deseados y su nivel de satisfacción; el análisis estadístico descriptivo y las técnicas interpretativas de comentarios, análisis del discurso y proyectiva constructiva, apoyan el análisis e interpretación de datos.

En la segunda fase, a fin de diagnosticar la percepción de estudiantes terminales de EMS, posibles aspirantes a EDMIX, sobre el valor neto de la educación superior, a base de identificar necesidades y expectativas al respecto, se aplica una encuesta con preguntas cerradas y abiertas, al segmento de estudiantes terminales de EMS, entre quienes se encuentra el nicho de matrícula, localizado en el Estado de Hidalgo y la zona periférica de influencia, específicamente en municipios clasificados como de marginación media a muy alta, que no disfrutaban de oferta local de educación superior pública ni les es fácil la comunicación o acceso hacia zonas mayormente pobladas, con servicios de educación superior y que cuentan con los servicios mínimos necesarios de telecomunicación por internet.

Dadas las limitaciones y obstáculos de tiempo, distancia geográfica, dificultad de acceso y costo; se utiliza el método de muestreo probabilístico por racimos (agrupamientos, *clusters* o conglomerados), aplicándose la encuesta a 308 estudiantes del último semestre de EMS en 12 instituciones de financiamiento público, tipo CECYTEH, Bachillerato General, COBAEH, CBTA, y CBTIS. Se apoya en las técnicas, análisis estadístico descriptivo, (frecuencias y tabla cruzada); el análisis deductivo (prueba de hipótesis, para una muestra, con escalas no métricas, y prueba Chi cuadrada); análisis cualitativo aplicando por analogía: preguntas de tema oculto (análisis del discurso) y análisis simbólico.

La tercera fase, implica a proveedores del servicio, los docentes (8), los administrativos (3) y los directivos (3) (informantes de calidad), quienes mejor que nadie, detectan y conocen la problemática a resolver, las estructuras, procesos y prácticas que requieren transformación y mejora, y son elemento clave en la implementación de los resultados del estudio. A ambos se les aplican entrevistas en profundidad, apoyadas en técnicas de interpretación cualitativa: proyectivas, exhaustivas, expresivas y de escalonamiento (cambio de roles y tres deseos), a fin de identificar el estado de sus motivaciones.

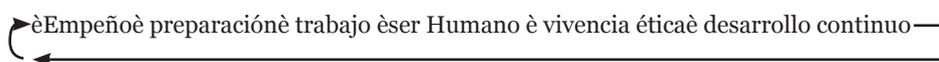
## **RESULTADOS**

Entre los hallazgos de la primera fase, con estudiantes inscritos en EDMIX se tiene que las variables que les impulsan para ingresar a la universidad son: superar los bajos recursos económicos, la marginación como estilo de vida no deseable, movilidad social mediante el logro de un mejor trabajo, calidad de vida, ser persona de bien, autoestima positiva y capacidad de desarrollo, reconocimiento de valía, deseo y decisión de superarse, decisión de estudiar educación superior, oportunidad real de desarrollo al tener a la universidad en la comunidad, contar con una carrera como medio para tener respeto y reconocimiento familiar y social para devolver apoyo a la familia, desilusión por ineficiencia de la comunicación, no satisfacción con el servicio.

Los estudiantes visualizan la educación como medio de desarrollar mayores recursos humanos para satisfacer dos imperiosas necesidades: una, asegurar trabajo, que palie la situación económica que en la mayoría de la experiencias familiares resulta muy difícil; y, otra personal, al desarrollarse, ser reconocido, apreciado, respetado y poder estar con “los que pueden”, poder hacer, actuar y corresponder al apoyo que su familia les ha brindado. Superar la marginación como estilo de vida, mejorar su calidad de vida y lograr movilidad social. Luchar y vencer obstáculos para ingresar a la universidad y entre más difícil, más valioso, son ideas que lo definen como “ser humano”; en sí, ven la profesión universitaria como el medio para poder acceder al modelo de éxito económico-social, tener trabajo, poder hacer algo, poder ser alguien.

Al terminar la EMS los estudiantes perciben su “bien” deseos o proyecto de vida, más que con una visión trascendente o permanente, con una visión vaga, como una proyección futura de la solución de necesidades inmediatas, de vivencia cotidiana, lo que distrae y nubla la visión para percibir necesidades superiores. En cuanto a proyecciones terminales o de filosofía de vida, presentan dificultades para imaginarse el futuro, solo expectativas vagas o indeterminadas; incertidumbre por el futuro y ansia por lo desconocido.

La forma de lograr el proyecto de vida, coinciden y está inmersa en el logro de los mismos, es secuencial y forma un círculo virtuoso:



La técnica de análisis de preguntas de tema oculto, permite deducir la situación de limitaciones e inseguridad que actualmente condiciona al potencial nicho de matrícula.

Los atributos que los estudiantes que ya cursan la carrera, señalan más atractivos o significativos de una universidad son: apoyos (becas y servicios), flexibilidad (que promueva la permanencia y potencie las oportunidades), eficacia (que permita integración exitosa al mundo laboral y viabilizar su proyecto de vida).

En la segunda fase, con estudiantes terminales de EMS, los resultados encontrados son los siguientes: Las ideas que el 80% manifiestan sobre los beneficios que brinda la educación superior están influenciadas de forma estadísticamente significativa por su percepción sobre la mejor ocupación y calidad de vida de profesionistas titulados. Pero la misma prueba indica que no existe asociación significativa entre la percepción de beneficios de los profesionistas titulados y la decisión de ingreso a la universidad.

El 75 % de los jóvenes señala que se va a inscribir a la educación superior, aunque de estos el 10% dice no estar interesado o no le encuentra a la ES un beneficio mayor que el de la EMS, ni la considera aplicable a problemas reales. El 25% que no va a inscribirse, reconoce el beneficio y valor de la educación superior, de ellos un 3% no la incluye en su proyecto de vida por desempeñarse ya en un negocio u oficio, el 1% no le encuentra atractivo, por desesperanza, y, el 21% restante constituye el nicho de matrícula.

En la decisión de no inscribirse, aunque tengan interés en la educación superior, la carencia de recursos económicos y las necesidades básicas, tienen un impacto significativo estadísticamente, y por ello se inclinan por otra opción de vida que implique trabajo-ingresos, u otro tipo de formación que asegure además manutención.

Con el análisis del discurso de las razones que subyacen a la decisión, se sintetizan cinco conceptos que generalizan aspectos de su realidad (categorías):

- Formación: preparación, educación, estudios, trabajar para estudiar.
- Recursos económicos: superar problemas económicos, trabajo-ingresos, beca.
- Proyecto de vida: decisión de vida, valores instrumentales (para situaciones cotidianas) y terminales (filosofía y proyecto de vida).
- Fantasía: especulación de opción ventajosa, jactanciosa o cómoda.
- Desesperanza: bajos recursos, discriminación, baja estima, conformismo.

La asociación altamente significativa entre las razones subyacentes de otras opciones de vida y la expectativa de beneficios de la educación superior, se convierten en sí en las razones de valoración de la educación superior, es decir la educación superior les lleva a superar todas esas necesidades; aunque el interés inmediato sea de inscribirse o no (tabla 1).

En general, si no ingresan a la universidad, optarán 58% por buscar ingresos, 34% buscarán otro medio de educación superior; 6% migración, 2% hogar; y 1% ser NiNis (Ni estudiar Ni trabajar), o ilícitos.

Tabla 1.

*Razones o necesidades subyacentes a la opción de vida del nicho de matrícula*

Razones subyacentes a la decisión de vida.	Beneficios por la formación universitaria	%
Proyecto de vida, superar pobreza, asegurar formación, reconocimiento, jactancia y superar desesperanza	Competencias profesionales y calidad de vida	93
Formación, resolver pobreza, autonomía, rol social, fantasía, comodidades y desesperanza	Ser persona y reconocimiento social	5
Desesperanza, discriminación y baja estima	No beneficio ni aplicación a la realidad	2

Fuente: Elaboración propia

El atributo satisfactor determinante de la decisión de inscribirse, evidencia el problema raíz del segmento estudiado: 24 % para becas y apoyos generales, 61% para calidad, formación de competencias y eficacia terminal y, 15% para el formato táctico del servicio educativo, que implica facilidades para la permanencia, vinculación laboral e incubación de proyectos. Estos atributos, acicatean la filosofía organizacional del oferente y exigen decisiones estratégicas, a nivel institucional.

La figura 1 sintetiza el contexto del dilema que enfrenta el estudiante de EMS, de elegir entre educación superior (ES) y otras opciones de vida (OOV) y las necesidades que motivan su elección y las expectativas de beneficio satisfactor en cada caso. El sujeto decisor se categoriza según su decisión.

La perspectiva del “bien” o proyecto de vida, quienes deciden por OOV, se manifiesta como necesidades inmediatas y, las necesidades o valores terminales de vida, no las perciben con claridad, quedan implícitas. Quienes eligen la ES perciben y refieren los valores terminales de vida: calidad de vida, autonomía, identidad, ciudadanía.

El proyecto o deseo de vida general que perciben quienes deciden por la ES y que quedan implícitas en los que sufren las precariedades económicas, visualiza:

- La calidad de vida o desarrollo humano, en la que se pueda satisfacer con un mínimo de dignidad todas las necesidades de una persona, familia o sociedad, permita movilidad social y evite volver a condiciones de precariedad vividas.
- 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 la vivencia; con la claridad de ser quien se ha decidido a ser o con la idea 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. La multicitada expresión “ser alguien en la vida”, “no ser más discriminado”, “reconocimiento como alguien que puede, 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 participar en la vida pública, pueden emprender.

La forma de lograr el “bien”, se da en la escala de necesidades de Maslow (1987):

- 5<sup>a</sup> Formación en educación superior, vocación y autorrealización, o necesidad de cada individuo de utilizar todas sus capacidades, ampliar sus horizontes, adquirir conocimientos, comprender, analizar, dar significado y sentido a las cosas, construir un sistema de valores, y las necesidades estéticas.
- 4<sup>a</sup> Trabajo, autonomía, autoestima.
- 3<sup>a</sup> Reconocimiento (poder, aprecio, relación, amor, afiliación).
- 2<sup>a</sup> Seguridad (trabajo, casa, jurídica, personal, alimentación, etc.).
- 1<sup>a</sup> Cobertura de necesidades básicas (fisiológicas, vestido, habitación).

La tercera fase de la investigación se realiza, a través de las técnicas de “Cambio de roles” y “Entrevista en profundidad” a los docentes y administrativos de apoyo a la docencia, señalan su percepción sobre los diversos aspectos que impactan su desempeño, su motivación interna y externa, y su actitud hacia EDMIX, así como las necesidades de mejora y de apoyo en el desempeño de su función; los hallazgos se sintetizan en el formato FODA, y las conclusiones son planteadas en el modelo propuesto de posicionamiento múltiple:

Fortalezas: Factores de satisfacción: a) Vocación docente, b) Prestigio y desarrollo docente, c) Visión y actitud positiva hacia EDMIX, d) Imagen como importante opción de educación Superior, e) Conciencia del docente, sobre la problemática.

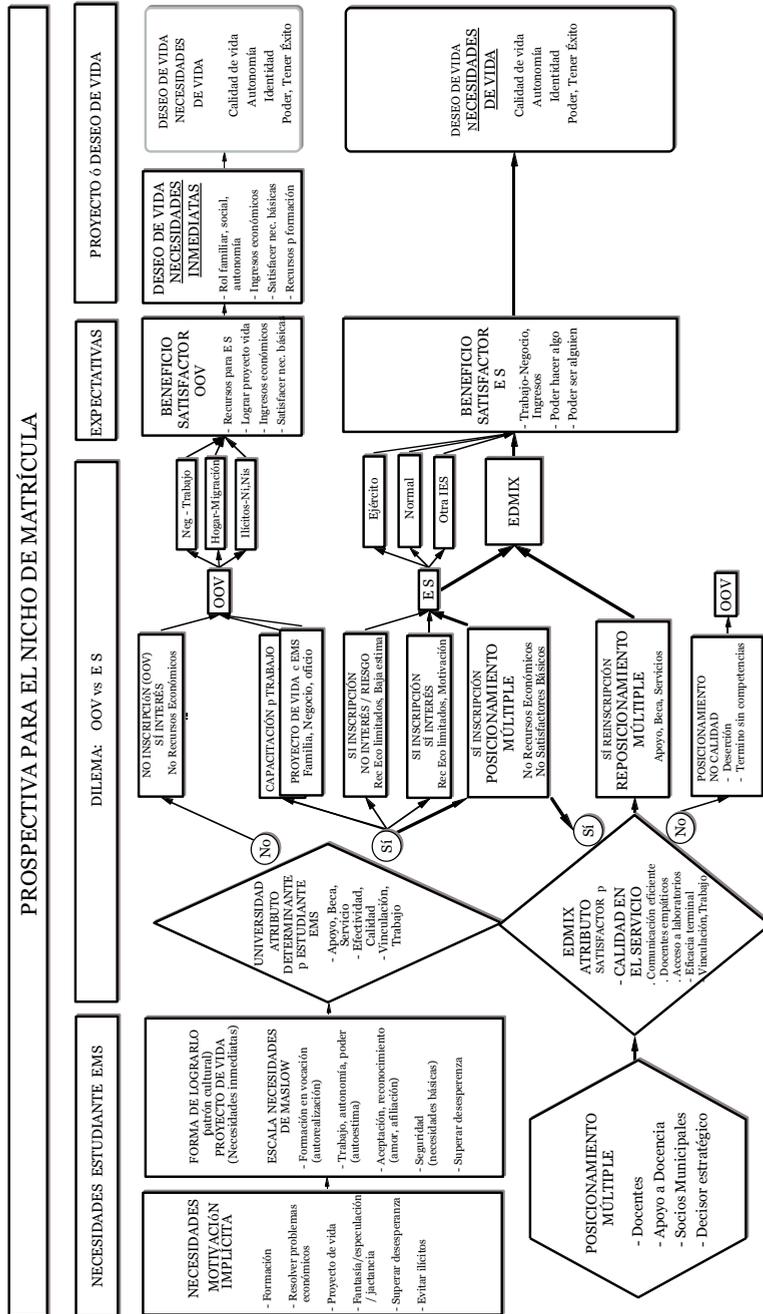


Figura 1. Prospectiva para nicho de matrícula  
 Fuente: Elaboración propia

Oportunidades: 1) Recursos Humanos a) Gestión de recursos académicos: perfil del docente, capacitación, desarrollo, carga académica y visión estratégica; b) Gestión de servicio al estudiante: apoyos didácticos, políticas de aceptación, permanencia y nivelación académica. 2) Recursos tecnológicos: comunicación, aseguramiento de calidad. 3) Innovación.

Debilidades: 1) Factores de insatisfacción: Remuneración/asignación de grupos, ambiente de trabajo /sin apoyo, desconfianza en el jefe, bajo perfil del alumno, mantenimiento, soporte técnico/comunicación, aplicación relajada de políticas en el estudiantes EDMIX, políticas sobre estudiantes. 2) Factores de satisfacción: logro / baja satisfacción. 3) Recursos tecnológicos (EDMIX servicio). 4) Visión y actitud negativa hacia EDMIX.

Amenazas: 1) Demérito del esfuerzo estudiantes-docentes. 2) Los alumnos virtuales se sientan “solos”. 3) Los docentes se sientan “sin apoyo.” 4) ‘Eficientismo’ en vez de competitividad. 5) Menor aprovechamiento del enorme potencial de la modalidad y al implementarlo, de la ventaja de ser los primeros bajo el concepto planteado. 6) Posicionamiento hecho por estudiantes y población como servicio de menor calidad.

## DISCUSIÓN

En el modelo de posicionamiento múltiple de EDMIX (figura 2), se identifican de acuerdo a los resultados válidos, las variables de relación, estadísticamente significativa, y el tipo de influencia que permiten identificar los elementos de valor que se tendrán que considerar en las posteriores estrategias de mezcla de mercado dirigidas a hacer atractiva y sustentable la percepción entrelazada de los usuarios y oferentes sobre las ventajas de participar con calidad en EDMIX: formación competitiva para los estudiantes con vulnerabilidad económica, y el logro de la misión de servicio sobre posibles ambientes de tipo reactivo y eficientistas, para los oferentes.

El centro del modelo se compone del posicionamiento múltiple de EDMIX en: a) el nicho de matrícula de estudiantes terminales de EMS, b) el ayuntamiento del municipio sede, c) el docente que colabora en esta modalidad, d) el administrativo o directivo de apoyo a la docencia, e) el tomador de decisiones estratégicas, y f) el reposicionamiento en estudiantes ya inscritos en esta modalidad.

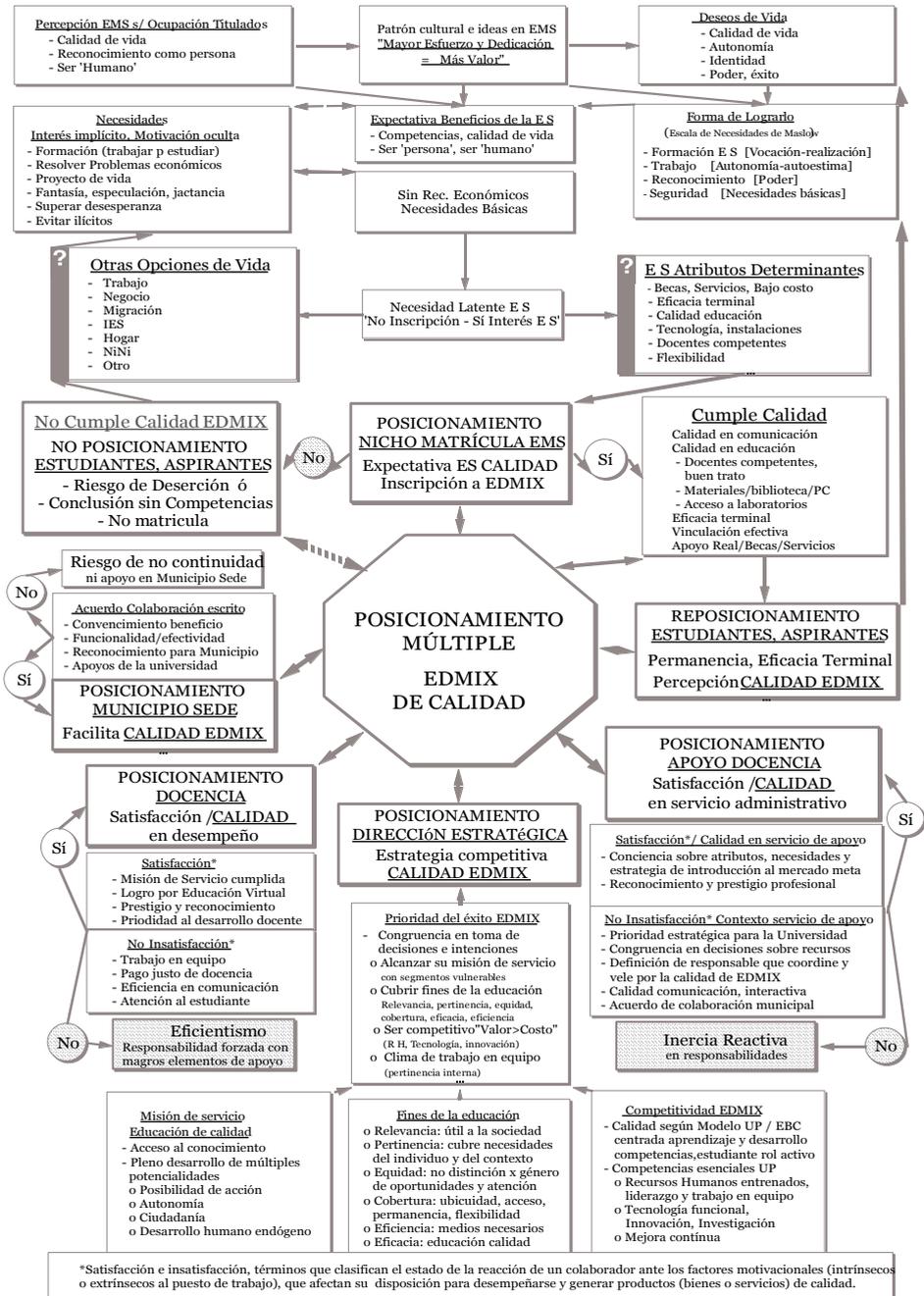


Figura 2. Modelo de posicionamiento múltiple de EDMIX

Fuente: Elaboración propia

A cada uno de ellos le preceden las condiciones deseables que pueden influenciar la percepción de cada individuo sobre el valor neto de EDMIX, así como las consecuencias, de no lograrse el posicionamiento. En el caso del decisor estratégico no se indica, pero de su visión-acción depende el engranaje del resto de posicionamientos; si no se da, tiende a no lograr el posicionamiento múltiple ni la permanencia del servicio.

El modelo de posicionamiento múltiple pretende estructurar con las primeras casillas las necesidades, interés implícito o motivación oculta de los estudiantes de EMS, que ven en la educación superior el medio de satisfacerlas, idea asimilada del patrón cultural y de la percepción sobre la ventajosa ocupación y beneficios que obtiene el profesionista titulado; y con ello alcanzar su proyecto de vida.

El posicionamiento múltiple que el servicio ofrece, alimenta la satisfacción y a su vez precisa del desempeño de calidad, circuito virtuoso tal, que facilita a los estudiantes una efectiva formación integral, y a los colaboradores la misión de servicio. Si no se cumple con la calidad en el servicio educativo, se corre el riesgo de la deserción del estudiante, o de que concluya la carrera sin haber desarrollado adecuadamente las competencias previstas, dándose entre los estudiantes y la población, un posicionamiento no deseado de 'no calidad', lo que redundará en un factor negativo para el posicionamiento en los nichos de matrícula de las siguientes generaciones.

Cumplir con la calidad en el servicio educativo, implica, cumplir con los atributos determinantes, diferenciadores de la modalidad, sobre el cual se finca la ventaja competitiva: calidad en la comunicación, calidad en la educación que precisa de docentes competentes de buen trato (muy reiterado), materiales y estrategias didácticas, biblioteca, PCs, acceso frecuente a laboratorios, eficacia terminal, vinculación efectiva, apoyo real, becas y servicios, ya comentados.

Lograr los atributos determinantes por los participantes en su producción y oferta, dos elementos son indispensables, uno, el aseguramiento de la calidad, que implica contar con los elementos necesarios para estar en posibilidad de prestar un servicio de calidad, independientemente si se logra o no; y dos, la vivencia de la calidad, evidenciada en las decisiones e intenciones de quienes producen el servicio, quienes, de acuerdo a la propuesta motivacional de Herzberg (1959), precisan de la satisfacción por su desempeño y este a su vez, de un ambiente de trabajo propicio.

En los docentes su "satisfacción o motivación interna" aumenta ante su percepción del logro de su misión de servicio; el desempeño de su actividad con vocación e interés; el prestigio por participar con éxito en la modalidad mixta; el desarrollo profesional por trabajar con nueva tecnología educativa; la percepción de respaldo y confianza de su autoridad en el grupo; el respeto de su decisión sobre la disponibilidad para

participar o no en la modalidad EDMIX; mientras que entre otros, la satisfacción se merma tanto como se perciba la inclinación hacia, el eficientismo, hacia la asignación de la actividad sin consulta previa al docente, sanciones o amenazas laborales veladas, indiferente aprecio y apoyo por la participación en esta modalidad, no contar con capacitación necesaria para el aprovechamiento eficaz de la videoconferencia como herramienta, ni para liderar el especial ambiente de aprendizaje, las condiciones y disponibilidades de los estudiantes y las sedes remotas, descarga en el docente de la responsabilidad total por el éxito en el aprendizaje del estudiante y magro apoyo para superar contingencias en la videoconferencia.

A la vez, los docentes sienten la “no insatisfacción o motivación externa” laboral, que ayuda a que no se importune la percepción de satisfacción por su desempeño y que desarrolla en ellos confianza, lealtad y actitud positiva, básicamente cuando cuentan, con un ambiente de trabajo en equipo, en el que sientan desarrollo, respeto y fomento de sus capacidades, habilidades, competencias y proactividad; que se cuenta con la aplicación de políticas y el trato al estudiante que vela por el respeto y no relajamiento de las normas; que cuentan con una remuneración justa por la participación en una modalidad educativa que requiere, en las circunstancias actuales, de mayor trabajo que el de un grupo presencial.

Si se logra la satisfacción y la no insatisfacción, se puede contar con un posicionamiento de EDMIX en el docente, lo que a su vez asegurará servicios de calidad. De no lograrse, se corre el riesgo de que, en vez del logro de la calidad en la preparación del profesionista, se dé una conducta eficientista en su desempeño, en la cual solo se cubren los requisitos programados, aunque no se logre cabalmente los fines, al ser forzado a desempeñar una responsabilidad, con magros elementos de apoyo.

El personal de apoyo a la docencia, también requiere posicionar EDMIX y reforzar el esfuerzo educativo con la calidad y prioridad que la introducción de este servicio en el mercado meta, necesita; esta prioridad equivalente a un posicionamiento, requiere ser desplegada y sostenida desde la dirección estratégica; influenciando a los administrativos implicados en la toma de conciencia, primero, de los atributos diferenciales de la modalidad EDMIX y el consecuente apoyo diferencial respecto al de la modalidad presencial; segundo, de la prioridad de que esta modalidad haga su mejor papel como proyecto estratégico en etapa de introducción, y, en caso de contingencias fortuitas, de tener previstas alternativas de solución y apoyo.

Esto implica dar prioridad a la atención de necesidades que demandan los nuevos ambientes de aprendizaje: instalaciones en la universidad y en cada sede remota, de nuevas estructuras de comunicación entre usuario y organización (internet y video-clases), nuevos sistemas de distribución de los materiales, nuevas fórmulas de diseño y producción de los materiales educativos y cursos, e indispensablemente

la implementación de estos sistemas, principalmente el acceso y utilización tanto a profesores como a estudiantes del desarrollo de habilidades para decidir qué buscar, cómo obtenerlo, procesarlo y utilizarlo; entender que los usuarios del servicio educativo tienen características situaciones y condiciones distintas.

El limitar el servicio educativo a una recepción pasiva de lo que se envía, por no contar con un ancho de banda suficiente u otro tipo de conectividad o tecnología, así como de equipos de cómputo, restringe la interactividad y la capacidad instalada que permita a los estudiantes aprovechar las posibilidades de los nuevos sistemas y tener una participación activa en su proceso de desarrollar competencias y de aprender a aprender.

La limitación de materiales de estudio abierto (manual, guías, videos, otros) también puede limitar el aprovechamiento y seguimiento oportuno del programa de estudio, en caso de fallas o interferencias en la comunicación. La atención de la nueva modalidad con los sistemas y mismos procesos que los de la modalidad presencial, en la práctica puede atrofiar la efectividad del apoyo a los docentes de EDMIX y la satisfacción percibida por esta función, y a la vez, generar insatisfacción por la paradoja de tener la responsabilidad de apoyar la eficaz introducción de la modalidad y la real restringida posibilidad en la actual circunstancia, para hacerlo, lo que dispersa la prioridad del docente hacia otros intereses funcionales.

La clara definición de responsabilidad y autoridad de quien dirija y de seguimiento a EDMIX, es esencial para coordinar de manera efectiva el logro del programa educativo y por tanto la misión de servicio, dada las diferentes áreas participantes en la proveeduría de los servicios de apoyo; y evitar que se soslaye o no se perciba por los responsables tácticos, la problemática y necesidad prioritaria de capacitación, desarrollo, capacidad instalada mínima, materiales y servicios de apoyo al aprendizaje, se desvíe el compromiso de apoyo y se descargue al docente, a su entendimiento, experiencia y disposición de servicio, la responsabilidad del curso.

De no darse la percepción de satisfacción y de no insatisfacción por la función encomendada, el desempeño del personal de apoyo a la docencia puede girar hacia una inercia reactiva.

Desde la perspectiva de los directivos de vinculación, la importancia y visión estratégica que otorgue el ejecutivo municipal a la necesidad de educación superior de la población a la cual sirve, será de gran peso en la aceptación de colaboración y apoyo permanente a la prestación del servicio EDMIX. El municipio, en general cuenta con recursos diversos, materiales, estructurales y de relación que le dan la posibilidad, si existe la voluntad, de facilitar a la universidad la instalación, el servicio de internet (que en los casos reales, se comparte a la sede el servicio que utiliza la presidencia municipal, pero ante el incremento de la demanda surge la

necesidad de mayor servicio -ancho de banda-, y un funcionario municipal de apoyo. Cabe señalar que existen multitud de estrategias y alianzas que la presidencia municipal está en posibilidad de realizar para que la sede se allegue de benefactores (donaciones, desde equipos nuevos o de re-uso, mobiliario, terreno, patrocinios del servicio de telecomunicación, apoyo para alimentación, transporte de los jóvenes, becas, otros), y se le facilite a la sede prestar un servicio en el que al menos se dé el aseguramiento de la calidad estructural sostenida, para esa comunidad.

Ante las actuales circunstancias, se requiere de un acuerdo de colaboración escrito con el municipio, que precise para y entre ambas instituciones, los beneficios aportados, la responsabilidad de cada uno en la funcionalidad de la sede y evite el arbitrio y voluntad de nuevas administraciones. De esa manera, se puede, "asegurar otro posicionamiento" en el municipio sede.

Por último, la dirección estratégica de la universidad tiene en sus manos los elementos para dar prioridad a la calidad de EDMIX y lograr el posicionamiento múltiple. La dimensión contextual de las estrategias, decisiones e intenciones pertinentes hacia ese objetivo, entraña asegurar los medios estructural, personal y relacional para alcanzar su misión de servicio con segmentos vulnerables, por medio de la educación de calidad a el acceso al conocimiento y el desarrollo pleno de las múltiples capacidades; con una oferta relevante, pertinente, que amplía la cobertura con equidad, eficiencia y eficacia; la competitividad a través de prestar un mayor valor neto para los participantes en EDMIX, a través de la vivencia de la calidad, y del desarrollo de las competencias esenciales como son los recursos humanos persistentemente entrenados, actualizados, liderados con un estilo de trabajo en equipo; tecnología funcional e innovación apoyada en la investigación permanente; y, la mejora continua. Y para asegurar la misión, un clima de trabajo interno pertinente (reiterado), como fuente de satisfacción y motivación para producir un servicio EDMIX de calidad que asegure un posicionamiento múltiple.

## **CONCLUSIONES**

En el modelo de posicionamiento múltiple de EDMIX solo se representa la etapa estratégica de generación de valor, las condiciones previas de cada uno de los tipos de posicionamiento, dan la pauta para que en la implementación de la mezcla de mercado se desarrollen las estrategias de producción y comunicación de valor, distribución y seguimiento del valor.

Para que el nicho de matrícula transforme la necesidad de educación superior en un interés imperante que lo lleve por sí mismo a matricularse, necesita percibir, a través del conjunto de experiencias que el servicio le produce, que EDMIX cumple la promesa de asegurar permanencia, aprendizaje significativo y de calidad, que

apuntale su inserción en el sector productivo y la movilidad social; de no ser así, dada su vulnerabilidad económico-social, no decidirá matricularse.

Esta condición requiere que se aseguren los atributos determinantes que influyen en la satisfacción de cada actor del posicionamiento múltiple, los cuales como se ha comentado, dependen de la interrelación efectiva de decisiones e intenciones de cada actor directivo y operativo, alineadas a la misión estratégica de calidad de EDMIX. El municipio acuerda y asegura facilidades para contar con educación superior de calidad; el personal docente y de apoyo a la docencia, potencia su esfuerzo y satisfacción con las favorables condiciones estructurales y, los directivos priorizan EDMIX como misión estratégica. La sinergia de calidad promueve sustentabilidad, en tanto que su disconformidad, deserción estudiantil y/o posicionamiento no deseado da descrédito.

La incorporación de EDMIX con estructura y contenidos de la modalidad presencial en aulas, y soslayadas o minusvaloradas las necesidades de los nuevos tipos de estudiantes y ambientes de aprendizaje, presenta para los participantes, variables problemáticas que incomodan y alteran la motivación, actitud y resultado del esfuerzo honesto de productividad prevista; lo que va deteriorando el nivel de prioridad que cada participante otorga a su decisión cotidiana de logro de calidad en EDMIX.

Descargar en el docente la responsabilidad absoluta de la operatividad y resultados de un programa de estudio, pone en conflicto la sinergia potencial de EDMIX, dadas las inconsistencias en la eficacia del resto de funciones intervinientes.

El nicho de matrícula no continua con la universidad como proyecto de vida por falta de conciencia de su necesidad y beneficio, sino por el riesgo que representa invertir su esfuerzo en un servicio educativo que no garantice eficaz competencia para insertarse al sector productivo y generar desarrollo humano, en vez de invertir en otra opción de vida.

El posicionamiento múltiple desde la visión de la organización, se define como la acción de diseñar la oferta y la imagen de un producto, desde una serie de decisiones e intenciones organizacionales, para obtener una posición competitiva, bajo un enfoque sistémico, y lograr por un lado, que el potencial consumidor sitúe a EDMIX como el medio para satisfacer su necesidad de contar con un vital medio de desarrollo; y, por otro, que también los actores directamente implicados en la generación, apoyo y toma de decisiones en la producción de EDMIX como medio de acceso al conocimiento y potencialmente al desarrollo, lo sitúen como una imperante (prioritaria) necesidad de logro de su misión de servicio.

La introducción efectiva a un mercado meta, de un servicio de gran angular y gran potencial de cobertura y eficacia como EDMIX, no se logra sin la diferenciación del producto, y si no se asegura desde el inicio un mínimo de funcionalidad y solución para las contingencias que adelantan las problemáticas conocidas de conectividad, instalaciones, nuevos ambientes de aprendizaje, cambios en los paradigmas académicos y tipo de población estudiantil, para satisfacer expectativas y promover el posicionamiento buscado.

Independientemente de que la investigación se realiza en el marco espacial referido puede tener un valor metodológico que trascienda los límites mencionados.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. En Kotler (2006). New York: Free Press.
- Agosin, M. R., Bloom, D. E., y Gitli, E. (2001). *Globalización, liberalización y desarrollo humano sustentable: adelantos y desafíos en los países centroamericanos*, UNCTAD/PNUD. / UNCTAD / PLENUD/Misc.126. Disponible en: <http://unctad.org/es/Docs/poedmm126.sp.pdf>
- Aguilera P., A. (1995). *Hombre y cultura*. Trotta. Madrid.
- Avilés R., J. (2007). *Conciencia básica*. Universidad Nacional Mayor de san Marcos. Perú. Recuperado de <http://pepsicbvsalud.org/scielo.php?pid=51609-4720070002000098>
- Callegaro, A., y Zimmerman, M. (2007). El ingreso a la universidad: análisis lingüístico-discursivo de relatos y argumentos. *Opción*, 23(54) Maracaibo.
- Esains, V. (2008). Informe especial. *Learning Review*. España. Recuperado de <http://www.learningreview.com/images/stories/articulos>.
- Facundo, A. (2005). *Tecnologías de la información y la comunicación y Educación superior virtual en Latinoamérica y el Caribe: Evolución, características y perspectivas*. Bogotá, D.C. Colombia: Los libertadores.
- Heinze, A., y Procter C. (2004). *Reflections on the Use of Blended Learning*. Education in a Changing Environment Conference Proceedings. University of Salford, Education Development Unit, Available on-line. Recuperado de [http://ece.salford.ac.uk/proceedings/papers/ah\\_04](http://ece.salford.ac.uk/proceedings/papers/ah_04)
- Herzber, F., Mausner, B., y Snyderman B. (1959). *The motivation to work*. Wiley. Nueva York. En Robbins (2009).
- INEGI [Instituto Nacional de Estadística y Geografía] (2010). *Anuario Estadístico del Estado de Hidalgo*. Aguascalientes.
- Kotler, P., y Trías de Bes, F. (2004). *Marketing Lateral*. México: Pearson.
- Kotler, P., y Keller, K. (2006). Dirección de Marketing. 12a E. México: Pearson.
- Maslow, A. (1987). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row Publishers.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., y Bery, L. (2002). *SERVQUAL: a multiple-items scale for measuring consumer perceptions o service quality*. London: Routledge.
- Ries, A., y Trout J. (1972). *Posicionamiento*. Serie de artículos del libro clásico en 1980. Libros comentados en 2000. México: McGraw Hill.
- Robbins, P., y Judge T. (2009). *Comportamiento organizacional*.

Décimotercera edición. México: SEPH [Secretaría de Educación Pública de  
Pearsons. Pentice Hall. Hidalgo] (2011). *Memoria de gestión  
López Segrera, F. (2008). Educación superior y sociedad del conocimiento.  
Tendencias actuales.* Global University  
Network for Innovation, Universidad de  
Naciones Unidas. 2005-2011. México.

## PERFIL ACADÉMICO Y PROFESIONAL DE LOS AUTORES

**Rosa María Muñoz Rivera.** Doctora en Dirección y Mercadotecnia (UPAEP), Maestra en Administración Organizaciones (UNAM). Profesor Investigador de la (UAEH). LGAC, Marketing en la innovación y desarrollo de mercados. Artículo derivado de la tesis de doctorado por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla.

E-mail: [roma.muri@gmx.es](mailto:roma.muri@gmx.es) y [romunoz87@gmx.es](mailto:romunoz87@gmx.es)

### DIRECCIÓN DE LA AUTORA

C/ Porfirio Díaz 1, Col. Francisco Madero,  
C.P. 43740, Cuautepec, Hidalgo, México.

**Eduardo Muñoz Bautista.** Doctor en Dirección y Mercadotecnia, Maestro en Psicopedagogía, Profesor Investigador de la (UAEH). LGAC, Marketing en la innovación y desarrollo de mercados.

E-mail: [masteremb2002@yahoo.com.mx](mailto:masteremb2002@yahoo.com.mx)

### DIRECCIÓN DEL AUTOR

C/Jaspe No 105 Fraccionamiento Punta Azul. 42088. Pachuca de Soto, Hidalgo, México.

**Fechas de recepción del artículo:** 13/05/2014

**Fecha de aceptación del artículo:** 18/09/2014

### Como citar este artículo:

Muñoz Rivera, R. M., y Muñoz Bautista, E. (2015). Universidad virtual mixta: modelo de posicionamiento múltiple EDMIX para nichos en riesgo. *RIED. Revista Iberoamericana de educación a Distancia*, volumen 18, n° 1, pp. 151-170.