

## ESPECIALIZACIÓN EN MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL

### **Trabajo Final**

El análisis de la modalidad Presencial Home como ventaja competitiva a partir de la experiencia del estudiante-consumidor. Caso: Universidad Siglo 21.

MARTÍNEZ, MARIANA

2022

## Índice

1. Introducción	3
2. Planteamiento del problema	5
2.1 Formulación del Problema	6
3. Objetivos	7
3.1. Objetivo General	7
3.2. Objetivos específicos	8
4. Justificación	9
5. Referencias bibliográficas	10
5.1. Marco Teórico	11
6. Metodología	21
6.1 Cantidad y características del universo encuestado	22
6.2 Análisis de encuestas	23
6.3 Evaluación de resultados	29
7. Bibliografía	37

## 1. Introducción

La primera universidad que funcionó en territorio argentino se fundó en la provincia de Córdoba a principios del siglo XVII, precisamente en junio de 1613. En agosto de 1821 abrió sus puertas la Universidad de Buenos Aires. Si bien eso dio inicio a la educación universitaria en el país, se reconocen varios períodos que determinan la historia hasta llegar a la actualidad.

Hay un primer período (1613-1900) en el que la universidad adoptó las características de una “institución transferida” poco conectada con el desarrollo de nuevas ideas y el contexto económico y social. Con la independencia, la importancia de la universidad se asoció a la formación de las élites para el manejo de los asuntos del Estado.

En el período entre 1900 y 1950 se crearon las universidades nacionales que configuraron el sistema heredado de la reforma de 1918, con una población estudiantil que en 1947 ascendía a más de 50.000 estudiantes. Su misión y perfil fue producto del desarrollo económico, social y cultural y no de una misión propia en el progreso científico y tecnológico.

El tercer período que va de 1950-1970 puede denominarse la “primera expansión del sistema universitario”. En esos años se consolidaron las universidades nacionales y aparecen las privadas. La tendencia es a la multiplicación de instituciones, la aparición de críticas al modelo de universidad de élites, la necesidad de modernizar el sistema a través de nuevos métodos pedagógicos y diferentes estructuras académicas.

El cuarto período abarca los años de 1971 a 1995, cuando se produce la “segunda expansión del sistema universitario” con la proliferación de instituciones y el desarrollo del sector privado. En este período se crean en distintas provincias universidades nacionales; también,

privadas, con la Iglesia católica como actor central.

En este contexto y en 1995 se crea la Universidad Siglo 21 en ciudad de Córdoba. En sus primeros 20 años se convirtió en una institución privada de carácter federal, con presencia en las 23 provincias de Argentina y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a través de más de 300 Centros de Aprendizaje Universitario. Ofrece propuestas de formación compuesta por carreras de grado, pregrado y posgrado, además de programas de certificación internacional. Las diferentes modalidades de cursado tienen como objetivo atender a la diversidad de características y circunstancias particulares de los estudiantes. Desde lo presencial a lo virtual, pasando por la posibilidad de integrar estos formatos, las modalidades Presencial, Presencial Home, Educación Distribuida, Educación Distribuida Home y Aprendizaje para la Vida y Posgrados virtuales.

Universidad Siglo 21 se define a sí misma como una comunidad que forma, capacita y desarrolla ciudadanos comprometidos y líderes emprendedores. Y trabaja con el propósito de liderar la transformación de los modelos pedagógicos con base en las oportunidades que las tecnologías de la información brindan.

Este trabajo final busca analizar una de las modalidades de cursado que integra la Universidad, midiendo la experiencia del estudiante consumidor que cursa en modalidad Presencial Home. Las conclusiones que supondrá la ejecución de este proyecto aspira a ser versión inédita de una investigación que servirá a la institución educativa como fuente de información para seguir posicionándose dentro del mercado educativo.

## **2. Planteamiento del problema**

La modalidad Presencial Home como ventaja competitiva para la Universidad Siglo 21 desde su nacimiento a la actualidad, a partir de la experiencia del estudiante – consumidor.

Universidad Siglo en 2018 inicia la planificación de la actual Modalidad Presencial Home que finalmente se implementó en 2018. Antes de esta implementación, la modalidad vigente en sede era Senior, cuya gran diferencia con la modalidad actual es que contemplaba un cursado de materias cuatrimestral mientras que el que se cursa es bimestral. De ese año a esta parte varias fueron las carreras que se sumaron a la oferta hasta completar un total 12 que se cursan en la actualidad, otras pasaron de Presencial a Presencial Home y otras tantas están en vista de la gerencia de Producto para sumarse a la oferta educativa.

La modalidad evidencia un crecimiento actual que fue fluctuando desde su nacimiento a la actualidad: en 2018 el Q NI (Nuevos Ingresantes) fue de 647 anual y en 2019 creció a 699. En 2020 baja a 483, evidenciando una caída del 30%, año que coincide con el fenómeno de la pandemia. En 2021 se recupera ese 30% y se incrementa un 3% adicional llegando al total de 645 estudiantes. En este 2022, los objetivos definidos por el área de Marketing para el período 1 en cantidad de ingresantes fueron cumplidos anticipadamente y al momento son 720 nuevos ingresantes que iniciaron e inician este año.

A través del conocimiento de la experiencia de los estudiantes consumidores de la modalidad que se analiza, este Trabajo será fuente para la Universidad. Si lo que busca es sostener el modelo e incrementar el crecimiento, le permitirá identificar oportunidades y diseñar mejoras en base a necesidades reales.

## **2.1 Formulación del Problema**

¿Qué oportunidades presenta la modalidad de cursado Presencial Home como ventaja competitiva para Universidad Siglo 21 según la experiencia del estudiante consumidor?

### **3. Objetivos**

#### **3.1.Objetivo**

##### **General**

Describir las oportunidades que presenta la modalidad de cursado Presencial Home como ventaja competitiva para Universidad Siglo 21 según la experiencia del estudiante consumidor.

### **3.2. Objetivos específicos**

- Conocer la posición que ocupa la modalidad Presencial Home dentro del mercado educativo de Córdoba.
- Identificar las cualidades que hacen de la modalidad Presencial Home ventaja competitiva para la Universidad.
- Conocer la experiencia del estudiante que cursa modalidad Presencial Home.

#### **4. Justificación**

El trabajo final que a continuación se describe contempla dos actores fundamentales que integrados hacen de este trabajo un estudio que busca, desde la experiencia del estudiante consumidor, respuestas sobre las oportunidades de una modalidad de cursado que dicta Universidad Siglo 21, institución educativa privada con más de 25 años de historia.

Describir las oportunidades que presenta la modalidad beneficiará a la organización ya que podrá contar con un estado de situación de la modalidad y el nivel de satisfacción de su público consumidor. Para los estudiantes, serán estos resultados no sólo muestra de un protagonismo que se materializa en respuestas sobre lo que piensan y necesitan, también un motivo para inspirar a la organización en el diseño de mejoras que incrementen su bienestar.

Impactar sobre los niveles de satisfacción de la organización y los estudiantes que la eligen dan relevancia al trabajo que se presenta. Con el foco puesto en el protagonismo del estudiante y su experiencia.

## 5. Referencias bibliográficas

Diseñar un trabajo de investigación que haga foco en el protagonismo del consumidor demanda de un recorrido teórico que otorgue herramientas relacionadas con el análisis del comportamiento del consumidor y para ello, el libro Marketing (2012) de Philip Kotler y Gary Armstrong se convierte en uno de los libros base de referencia: “(...) *los clientes son los participantes más importantes en el microentorno de la compañía. El objetivo de toda la red de entrega de valor consiste en servir a los clientes meta y crear relaciones sólidas con ellos.*” (Kotler y Armstrong., 2012, p. 69).

Este trabajo también contempla los conceptos posicionamiento y ventaja competitiva desde la visión de los autores antes citados: “*Además de decidir a qué segmentos del mercado se va a dirigir, la empresa debe determinar una proposición de valor, es decir, de qué manera creará un valor diferenciado para los segmentos meta, y qué posiciones desea ocupar en tales segmentos*” (Kotler y Armstrong., 2012, p. 207). También se toman conceptos que refieren a la posición de un producto y análisis de la competencia.

Fueron también los aportes de Santesmases Mestre, Sánchez Guzmán, Valderrey Villar a través de su libro “Fundamentos de Mercadotecnia”(2014) base teórica fundamental para la descripción de la figura del consumidor.

De Christopher H. Lovelock, autor del libro “Administración de Servicios Estrategias de marketing, operaciones y recursos humanos” (2004), se recuperaron conceptos claves: qué son los servicios y el enfoque integral de la administración, qué es la medición del valor y qué es el valor total del cliente

## 5.1.Marco Teórico

### Comportamiento del consumidor, lealtad y satisfacción del cliente

Si se considera que las empresas que logran interpretar con mayor rapidez los cambios en el comportamiento de los consumidores pueden anticipar los ajustes a su oferta y aprovechar las ventajas que esto pueda significar en el mercado, los estudios de tendencias en el comportamiento de consumidor cobran sentido.

De acuerdo a Santesmases Mestre, el inicio del proceso de compra se produce cuando hay un deseo concreto por un producto o servicio consecuencia de estímulos de marketing y está condicionado por el dinero que el posible cliente tenga disponible o su capacidad para financiar la compra.

La demanda es consecuencia de los deseos que se han generado en un mercado. Así, un potencial consumidor se convierte en demandante de un producto/servicio cuando, además de estar interesado en la oferta, tiene la capacidad económica para comprarlo: *“La necesidad es una sensación de carencia de algo, un estado fisiológico o psicológico, que es común a todos los seres humanos, con independencia de los factores étnicos y culturales. Un deseo es la forma en la que se expresa la voluntad de satisfacer una necesidad, de acuerdo con las características personales del individuo, los factores culturales, sociales y ambientales, y los estímulos de la mercadotecnia. La demanda es una manifestación expresa de un deseo, que está condicionada por los recursos disponibles del individuo o entidad demandante, y por los estímulos de mercadotecnia recibidos. Las necesidades son ilimitadas, pero los recursos, en cambio, son limitados, y el comprador tratará de asignarlos del modo que estime más conveniente para él. A ello contribuye la*

*mercadotecnia, como luego se*

*explicará, mediante la creación de utilidad. La mercadotecnia, por tanto, actúa fundamentalmente sobre la demanda.” (Santesmases Mestre, 2014, p. 33).*

En este caso, el deseo que demanda cumplir el mercado siguiendo sus capacidades económicas es inscribirse a cursar y finalizar una carrera universitaria en Siglo 21. El potencial consumidor es un aspirante que decide apostar por la educación universitaria en una institución que presta sus servicios a cambio del pago de matrícula y aranceles. Cursa en modalidad semi presencial y en sede Nueva Córdoba.

*“¿Por qué es tan importante satisfacer al cliente? La satisfacción del cliente es la clave para establecer relaciones redituables con él, para mantener y cultivar clientes, y para cosechar los frutos del valor del cliente de por vida. Los clientes satisfechos compran de nuevo un producto, hablan con otras personas de manera favorable del producto, ponen menos atención a las marcas y a los anuncios de la competencia, y adquieren otros productos de la empresa.” (Kotler y Armstrong., 2012, p. 87).*

Uno de los objetivos estratégicos de la Universidad sigue siendo fidelizar estudiantes a través de acciones que promuevan la persistencia. Será a través de la continuidad del cursado de los estudiantes que la organización pueda mantener la tasa de egresados, incrementar la cantidad de estudiantes que decidan hacer segundas carreras, doble titulaciones o continuar con trayectos de posgrado: *“La lealtad es un término (...) En nuestros días y en el contexto empresarial, se usa para referirse a la disposición de los clientes a preferir una compañía y comprar o utilizar sus productos o servicios en forma consistente y, mejor aún, exclusiva, además de recomendar los productos de la compañía a sus amigos y conocidos. Sin embargo, la lealtad a una marca va más allá del comportamiento específico e incluye*

*preferencia, gusto y futuras intenciones. Richard Oliver sostiene que los clientes primero se*

*vuelven leales en el sentido cognitivo, con la percepción obtenida de la información de atributos de marca, de que una marca es preferible entre una serie de alternativas. En la segunda etapa, conocida como lealtad afectiva, los clientes comienzan a apreciar la marca en base a repetidas instancias de uso satisfactorio. A la competencia le resulta difícil*

*menoscabar esta sensación con sus argumentos. En la tercera etapa, lealtad conativa, los consumidores se comprometen a volver a comprar la misma marca, lo que lleva a la cuarta etapa, lealtad de acción, que resulta en la compra repetida. (Lovelock, C, 2004, p.177).*

### **Posicionamiento, diferenciación y ventaja competitiva**

Según sostiene Kotler (2012), las compañías obtienen una ventaja competitiva si satisfacen las necesidades de los consumidores meta mejor que los competidores. La ventaja competitiva se logra cuando una marca o producto logra diferenciarse de sus competidores y adquiere para el mercado una valoración que lo hace preferido a largo plazo, generalmente por su capacidad para dar respuesta a las necesidades y expectativas.

Hay competencia creciente en el mercado educativo argentino por cantidad de oferta educativa universitaria, si se contempla lo privado y público. Lo que no hay en Córdoba ni en el país es un modelo educativo con las características de la modalidad Presencial Home y ese es un ejemplo de diferenciación.

Los estudiantes que eligen Presencial Home cursan asignaturas que tienen una modalidad de cursado blend que combina la presencialidad con la virtualidad. El entorno áulico presencial y virtual se constituye en un espacio de interactividad que enfatiza el papel del estudiante en la construcción del conocimiento (aprender haciendo) y del docente como facilitador de éste guiando el proceso de aprendizaje.

El diseño instruccional de las clases se basa en la participación activa de los estudiantes, el

trabajo colaborativo, la transferencia de los aprendizajes a las prácticas, la autoevaluación y la evaluación participativa y reflexiva constante. Las materias programáticas<sup>1</sup>, específicas<sup>2</sup> y electivas<sup>3</sup> se cursan bimestralmente, con una asistencia obligatoria del 75%. En el caso de las materias de proceso<sup>4</sup>, el cursado se desarrolla durante un semestre que comprende 2 sub períodos (A y B), con una asistencia obligatoria del 75%.

Los estudiantes, según la carrera, gusto y disponibilidad, tienen la opción de elegir cursar en franja horaria de la mañana, tarde o noche. El cursado presencial en el aula es hasta tres días por semana y hasta 6 horas de cursado por día.

*“La tarea de diferenciación y posicionamiento incluye tres pasos: identificar un conjunto de posibles ventajas competitivas de diferenciación y construir una posición a partir de ellas, elegir las ventajas competitivas correctas y seleccionar una estrategia general de posicionamiento. Después, la compañía debe comunicar y entregar de manera efectiva al mercado la posición elegida.”* (Kotler y Armstrong., 2012, p. 207). Siguiendo la misma línea Santesmases Mestre refuerza: *“Los mercadólogos deben entender las necesidades de los consumidores mejor que los competidores y entregarles mayor valor. Dependiendo del grado en que una empresa pueda diferenciarse y posicionarse como proveedora de valor superior para el cliente, gana una ventaja competitiva.”* (Santesmases Mestre, 2014, p. 210).

*“Para tener éxito en nuestra sociedad repleta de comunicación, las compañías deben crear*

---

<sup>1</sup> Las clases programáticas son aquellas que se focalizan en el desarrollo de los contenidos teóricos y en las cuales se abordan los lineamientos generales y comunes a todas las disciplinas.

<sup>2</sup> MATERIAS ESPECÍFICAS Son materias propias de cada disciplina y que acreditan al alumno en el conocimiento de sus perfiles profesionales específicos.

<sup>3</sup> MATERIAS ELECTIVAS Son asignaturas que no pertenecen al plan de estudio específico de la carrera pero que complementan el proceso de enseñanza-aprendizaje. La oferta de materias electivas brinda contenidos conceptuales y generales alineados a pilares de la Universidad como lo son la Innovación, Gestión de Negocios y Equipos, nuevas Tecnologías y Liderazgo.

<sup>4</sup> MATERIAS DE PROCESO Tienen la finalidad de integrar los contenidos específicos y las competencias profesionales, vinculando los conocimientos con la realidad práctica, a partir del análisis global de situaciones

simuladas y/o de la inmersión en organizaciones donde se pone en juego la transferencia de conocimientos teóricos a la realidad.

*una posición en la mente de los clientes potenciales, una posición que considere no sólo las propias fortalezas y debilidades de cada compañía sino también las de los clientes. Para lograr un posicionamiento exitoso los directivos deben comprender las preferencias de sus clientes, a la vez de conocer totalmente los servicios ofrecidos por la competencia. A partir de este conocimiento podrán definir una visión de su negocio, que articulará la forma en que la empresa piensa servir a sus clientes con ventaja sobre la competencia” (Lovelock, C, 2004, p. 211).*

Según Lovelock, *“la mayoría de las empresas de servicio se enfrentan a la competencia activa. Los ejecutivos deben encontrar la forma de crear ventajas competitivas significativas para sus servicios. Idealmente, deberían apuntar a segmentos a los que puedan atender mejor que otros proveedores. El concepto de posicionamiento es valioso porque obliga al reconocimiento explícito de los distintos atributos que conforman el concepto general de servicio y acentúa la necesidad de comprender qué atributos determinan el comportamiento de elección de los clientes” (Lovelock, C, 2004, p. 234).*

En 2027 se da inicio a la planificación de la actual Modalidad Presencial Home que finalmente se implementó en 2018. Hoy en sede Nueva Córdoba cursan más de 2500 estudiantes y se logró un 83,7% de persistencia, dato que evidencia también un alto porcentaje de estudiantes que siguen apostando por la reinscripción. Los datos del crecimiento sostenido fueron detallados con anterioridad.

Considerando este presente, válido es recuperar los argumentos de Lovelock: *“El reposicionamiento es una función tan importante como el posicionamiento original (...) No es una decisión que se toma a la vista de la decadencia del segmento elegido, sino que se planea durante la etapa de madurez del servicio, cuando éste está más firme y cosechando*

éxito. Es parte de la vida del servicio, y anticipar su evolución permite ahorrar esfuerzos para extender su vida útil” (Lovelock, C, 2004, p. 219). Poner foco en la etapa de madurez del servicio será la cuestión.

### **Los servicios y el enfoque integral de administración**

“Los servicios son actividades económicas que crean valor y proporcionan beneficios a los clientes en tiempos y lugares específicos como resultado de producir un cambio deseado en (o a favor de) el receptor del servicio”. (Lovelock, C, 2004, p. 4). Ese es un punto de partida teórico para enmarcar el trabajo de investigación dentro de una categoría por el producto que se analiza. La educación es un servicio.

“Entre los servicios que interactúan con las mentes de las personas están la educación (...). Cualquier cosa que alcance la mente de las personas tiene el poder de cambiar actitudes e influir en el comportamiento; así que, si los clientes están en una posición de dependencia o si existe la posibilidad de manipulación, se requiere el establecimiento de normas éticas estrictas y una vigilancia cuidadosa. La recepción de estos servicios exige una inversión de tiempo de parte del cliente; sin embargo, es necesario que los receptores estén presentes físicamente en la ejecución del servicio, sino que sólo su mente tiene que estar en comunicación con la información presentada” (Lovelock, C, 2004, p. 99 y 100).

Sobre el mismo concepto Lovelock agrega: “Los servicios dirigidos a la mente de las personas como la educación (...) son también difíciles de remplazar si la calidad no satisface las expectativas de los clientes. (...) De modo similar, las universidades, por lo general, no compensan a los estudiantes por las clases de mala calidad. Incluso si una universidad aceptara que los estudiantes insatisfechos repitieran las clases en forma gratuita con un

*instructor diferente, los estudiantes aún tendrían que invertir en tiempo adicional y esfuerzo*

*mental” (Lovelock, C, 2004, p.150).*

*La mezcla de marketing es el conjunto de estrategias dentro de un plan de marketing para que las empresas puedan competir en el mercado a través de productos que satisfagan a los consumidores, sean accesibles para ellos en relación a su costo/beneficio, con un sistema de comunicación efectiva y asertiva, y las facilidades para que ese producto o servicio esté al alcance del consumidor en el momento preciso. Según Lovelock, un servicio de las características que brinda Universidad Siglo 21 requiere de la inclusión de otros elementos estratégicos que no integra la “mezcla” original: “Cuando se analizan estrategias de mercado para bienes manufacturados, se destacan cuatro elementos estratégicos básicos: producto, precio, plaza (o distribución) y promoción (o comunicación), categorías definidas como las cuatro P de la mezcla de marketing. Sin embargo, la naturaleza distintiva de los desempeños del servicio, sobre todo los aspectos como la participación del cliente en la ejecución y la importancia del factor tiempo, exigen que se incluyan otros elementos estratégicos. Ahí es cuando aparece el protagonismo del enfoque integral de administración de los servicios” (Lovelock, C, 2004, p. 43 y 44).*

*Según argumenta Lovelock, el servicio debe verse como un sistema: “El nivel de contacto que una empresa de servicio trata de establecer con sus clientes es un factor importante para definir todo el sistema de servicios, el cual incluye tres subsistemas que se interrelacionan: las operaciones de servicio (donde se procesan las entradas y se crean los elementos del resultado del servicio), la entrega del servicio (donde se lleva a cabo la integración final de estos elementos y el resultado se entrega al cliente) y el marketing de servicios, que abarca todos los puntos de contacto con los clientes, incluyendo la publicidad, la promoción y la investigación de mercado (Lovelock, C, 2004, p. 116).*

## **La figura del cliente como empleado parcial**

*Se anticipó desde el inicio que el protagonismo de este trabajo está puesto en la experiencia del estudiante consumidor; elección que responde a las exigencias de un nuevo paradigma: “El cambio de las perspectivas tradicionales de la empresa propone que todas las áreas de la empresa deben trabajar juntas para crear una empresa orientada al cliente (Lovelock, C, 2004, p. 55).*

*“Cuanto mayor sea la participación de los clientes en la producción del servicio, mayor será su potencial para influir en los procesos en que participan. (...) En principio hay dos formas de mejorar la productividad y la calidad. En primer lugar, (...) el mejoramiento de las habilidades de participación del cliente. (...) El conocimiento crea capacidades y el reto de las empresas es encontrar las formas de utilizar las capacidades de los clientes. Algunos investigadores argumentan que las empresas deben ver a los clientes como empleados parciales que influyen en la productividad y calidad de los procesos de servicio y en los resultados. Esta perspectiva requiere un cambio en la forma de pensar de la gerencia, como aclaran Schneider y Bowen: Si considera a los clientes como empleados parciales, usted comienza a pensar de un modo muy diferente sobre lo que espera que los clientes proporcionen al encuentro de servicio, pues, ahora, deben ofrecer no sólo expectativas y necesidades, sino también capacidades importantes para la producción del servicio que les permitan desempeñar el papel de empleados parciales. El reto de la administración de servicios aumenta en consecuencia” (Lovelock, C, 2004, p. 146).*

*La mirada puesta en el cliente demanda algo más que sólo decisión institucional por parte de las organizaciones: “¿Cuánto tiempo dedica el liderazgo de la organización a desarrollar y mantener personalmente una cultura corporativa centrada alrededor de los*

*clientes y de*

*sus empleados? (Lovelock, C, 2004, p. 91). Es parte de la cultura de las organizaciones.*

*“¿Cómo mide usted el valor del servicio? El valor es una función, no sólo de los costos para el cliente, sino también de los resultados obtenidos por el cliente. El valor siempre es relativo, debido a que se basa tanto en las percepciones de la forma en la cual se proporciona un servicio, como en las expectativas iniciales del cliente. Por lo común, una compañía mide el valor utilizando las razones expresadas por los clientes para un valor elevado o bajo de satisfacción” (Lovelock, C, 2004, p. 90).* Los resultados obtenidos por el cliente definido en este caso como estudiante consumidor, es uno de los ejes de la investigación.

### **El valor total del cliente**

*“Existe un nuevo término que ha empezado a cobrar especial importancia en la administración de servicios: se trata del valor total del cliente (customer equity, en inglés). Éste se refiere a la suma total de los valores generados durante la vida de todos los clientes de la empresa. (...) Esto implica que los clientes y el valor que generan son aún más cruciales para la estrategia corporativa que el mismo valor de marca (definido como el valor incremental que los clientes añaden subjetivamente a un servicio por encima de su valor objetivo sin el nombre de la marca). (...) es un nuevo enfoque de la estrategia corporativa que finalmente pone a los clientes y más aún, a las estrategias diseñadas para hacer crecer el valor de cada cliente, como la razón esencial de la organización. (Lovelock, C, 2004, p. 181)”.* Descripción teórica que justifica la elección del estudiante consumidor como el protagonista de la investigación.

Hay algo más que demanda de las organizaciones el resguardo del cliente y es el diseño de

estructuras funcionales propias que respondan a las exigencias de ese público objetivo:

*“Las*

*estrategias de los negocios, centradas en un diseño holístico o integral y en brindar una experiencia total a los clientes, crean consistentemente un valor superior para ellos. Las experiencias holísticas empiezan mucho antes de las transacciones reales y terminan mucho después de ellas. Incluyen atributos funcionales y afectivos. Están orquestadas de modo que proporcionen valores intrínsecos y extrínsecos. Además, dan por resultado una preferencia de los clientes más sólida y sostenible que las estrategias administradas en forma independiente (...). La experiencia total del cliente afecta directamente su percepción del valor, las recomendaciones de boca en boca y la intención de volver a consumir ahí (Lovelock, C, 2004, p. 433).*

*“Si uno acepta el criterio de que la calidad es cumplir las expectativas de los clientes sostenidamente, entonces la tarea de la empresa es equilibrar las expectativas y las percepciones del cliente y ajustar cualquier desequilibrio que haya entre las dos”.* (Lovelock, C, 2004, p. 500). Será por la medición de percepciones reales, a través de encuestas, la manera de conocer el nivel de cumplimiento de expectativas de los estudiantes consumidores.

## **6. Metodología**

Se usó la encuesta como técnica para recopilar información. Fueron anónimas y se tomó la muestra del universo de estudiantes que cursan la modalidad presencial home en sede Nueva Córdoba.

La muestra probabilística fue aleatoria simple ya que cada uno de los miembros de la población tuvo la misma probabilidad conocida de ser seleccionado. Se dividió la población en grupos según carrera (se contemplaron todas sin distinción de franja de horario de cursado)

.para obtener muestras aleatorias de cada grupo y se contemplaron todas las carreras que se cursan en la modalidad: Abogacía, Contador Público, Ingeniería en Software, Licenciatura en Administración, Licenciatura en Administración Hotelera, Licenciatura en Ambiente y Energías Renovables, Licenciatura en Comercialización, Licenciatura en Comercio Internacional, Licenciatura en Criminología y Seguridad, Licenciatura en Gestión de Recursos Humanos y Licenciatura en Gestión Turística.

Los datos de contacto de los estudiantes encuestados se descargaron del Tablero Power BI, considerando la bolsa total de estudiantes en curso descartando los ingresantes cohorte marzo 2022 (si bien son estudiantes, al no haber iniciado el cursado no deberían tener opiniones formadas sobre la modalidad de cursado).

La encuesta fue enviada por mail, también vía WhatsApp a través de profesores que extendieron la encuesta en sus grupos de estudiantes y también a estudiantes de la

modalidad que difundieron la encuesta entre sus grupos de estudio.

### **6.1. Cantidad y características del universo encuestado**

De los 207 estudiantes que respondieron la encuesta y ante la pregunta de lugar de procedencia, la mayor cantidad de estudiantes respondieron ser de Córdoba capital y otro tanto más del interior de Córdoba y el resto de provincias como Buenos Aires, Salta, Jujuy, Santa Cruz, Catamarca, San Luis, Santa Fe, La Pampa, Chubut, Santiago del Estero, Tierra del Fuego y San Juan.

La franja etaria de estudiantes que respondieron fue de 18 a 50 años.

Los estudiantes de las carreras de Licenciatura en Administración, Licenciatura en Comercialización y Licenciatura en Comercio Internacional fueron quienes más respondieron la encuesta.

## 6.2. Análisis de encuestas

### ¿Por qué elegiste cursar una carrera en esta modalidad?

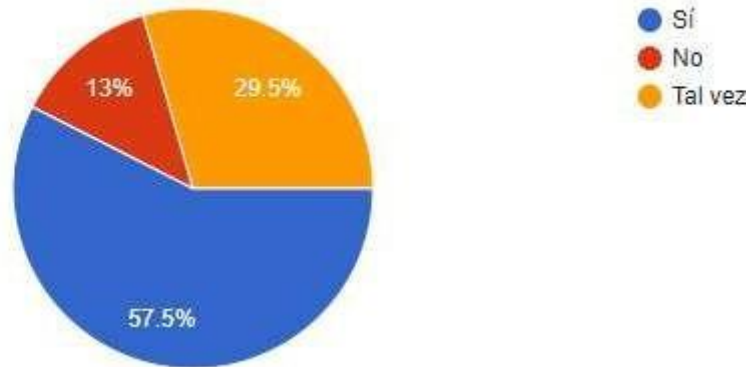
207 respuestas



Ante la consulta de “¿por qué elegiste cursar una carrera en esta modalidad?” el mayor porcentaje que corresponde al 25,6% respondió que eligió la modalidad por el “*cursado bimestral y semipresencial*”. El 21,3% argumentó que “*mi carrera sólo se cursa en esa modalidad*”, un 17,4% “*por ubicación geográfica de la Sede*”, un 15,9% por “*franja horaria*” y otro 9,7% “*porque me gusta*”.

## ¿Remendarías esta modalidad de cursado?

207 respuestas



El porcentaje más alto (57,5%) afirmó que “*Sí*” recomienda la modalidad, el 29,5% que “*Tal vez*” y el 13% restante directamente “*No*” la recomienda.

## Justificaciones

*Te permite un cursado blend y mayor disponibilidad de tiempo ya que una parte la haces en aula presencial y otra parte en la plataforma virtual*

**ES UNA MODALIDAD SUPER FLEXIBLE QUE PERMITE MANEJAR MIS TIEMPOS Y NO DEJAR DE HACER OTRAS ACTIVIDADES. LA PLATAFORMA ADEMÁS ES SUPER DINÁMICA-**

*Por mi forma de aprender considero que es mejor tener el seguimiento de los profesores.*

*Tiene menos carga horaria, lo que te da la posibilidad de trabajar y cursar*

*Esta modalidad te permite trabajar o realizar otras prácticas debido al tiempo que insume.*

*A veces los contenidos se dan muy rápido y no se alcanzan a ver todos los temas.*

*Si sos ordenado y responsable, es una excelente forma de estudio, dinámica, en la que tenés que estudiar previamente, e ir a las clases a sacar dudas y poner en práctica el conocimiento, sin cursadas interminables de profesores leyendo power points*

*Es una modalidad muy flexible que me permitió trabajar a la par de mis estudios! Algo que valoro el día de hoy*

*Es más fácil para adaptar tiempos y poder prestarle la atención que requieren*

*Muchos contenidos importantes solo se tocan por arriba*

*Si bien las modalidades a distancia y semi distancia brindan accesibilidad y comodidad, en la modalidad presencial es donde mejor se cubren los temas y mejor soporte docente hay*

*La recomiendo porque es cómodo para las personas que viven en nueva córdoba*

*Va muy rápido el cursado, al ser aula invertida depende mucho del estudiante aprender y llegar a asimilar lo más importante de la materia en dos meses*

*Porque es rápida y llevadera*

*Los tiempos de estudio son demasiado breves. Al final te das cuenta que solo estudiaste para aprobar, es muy difícil incorporar conocimientos, lenguaje e ideas nuevas. No recomiendo en absoluto*

*Si bien la modalidad presencial Home está buena, considero que en 2 meses no se puede aprender mucho*

*Porque la presencialidad me ayudó a mantener el foco en el objetivo y evacuar mis dudas con mayor rapidez. El hecho de que no sea todos los días; me permitía la carga horaria justa para desarrollarme en mis otras actividades.*

*En mi caso que la elegí por los horarios es recomendable porque son muy flexibles.*

*Por la comodidad*

*Vivo a 5 cuadras de la Sede Nva Córdoba y me queda más cómodo por el tema de los horarios*

*Práctica y permite adaptabilidad*

*Poco tiempo dedicación para el cursado de las materias. Dos meses es muy escaso, deberían ser cuatrimestrales.*

*Es importante estar conectado con profesores y compañeros de estudios*

*Te permite manejar tiempos cuando trabajas y estudias a la vez*

*No se llega a adquirir plenamente los conocimientos y el contenido de la materia!!! Va muy rápido y se dificulta seguimiento de algunas materias*

*Si bien tiene menos días de cursado, tiene demasiados trabajos extra a entregar durante el bimestre sumado a que los profesores suelen agregar tps en el cursado, entre apis y tps del módulo, termina siendo no tan práctico para gente que trabaja.*

*Permite combinar bien el trabajo con el estudio.*

*Me parece una modalidad que resulta cómoda para estudiantes trabajadores*

*Es práctico. Combina presencial con virtual*

*Me gustaría más cursado por la mañana ! Solo se da a la tarde y yo que tengo horarios rotativos me cuesta poder conseguir cambiar los horarios en mi trabajo .*

*Te mantiene más activo a la hora de realizar actividades prácticas más frecuentes, parciales con poca distancia uno del otro entonces hay que ser más constante con el estudio.*

*"Permite avanzar rápido en la carrera"*

*Me resultó cómodo y ágil el tema de no ir todos los días y tener una sola vez la materia en la semana, aunq lo malo los feriados son molestos por lo que se tendría que programar una segunda clase en esos casos en la semana*

*esta mal instrumentada*

**ES CÓMODO Y PRACTICO PARA QUIENES TRABAJAMOS**

*Debido a las materias promocionadas son directamente aprobadas y muchas veces los parciales se pueden aprobar sin conocer la materia, por lo que estaría bueno que haya un examen final oral a pesar de haber aprobado con más de 7.*

*No en todas las facultades tenes la posibilidad de no cursar algunas materias*

*Accesible para las personas que trabajan*

*Es una modalidad cómoda para aquellos que trabajan y esto les permite poder continuar con la carrera*

*La recomiendo si no te sobra el tiempo, en caso contrario, recomendaría la modalidad presencial.*

*Ayuda mucho para realizar actividades y trabajo en paralelo.*

*en alguna oportunidad no pude acomodar mis horarios y a veces solo hay una comisión que te limita tus horarios*

*la recomiendo si la persona tiene voluntad propia de estudiar en su casa e ir a las clases con el contenido leído. Sino no ya que es una modalidad que no permite ver todo en clases*

*Es cómoda por la distribución de días respecto a las materias. Aunque me gustaría cursar más días para ayudar a mantener el ritmo. En mi caso al viajar, me queda cómodo como es la modalidad actualmente.*

*No tuve una buena experiencia presencial. Son demasiadas cargas horarias y hay profesores que no te motivaban a presenciar la clase.*

*Por lo cual, siento que en las mayorías de materias que curse presencial, nunca se justifico tanta carga horaria.*

*Es una modalidad en la que se cursa todas las materias, te permite tener contacto con docentes y compañeros y a su vez te permite*

*trabajar si hubiese tenido la posibilidad de cursar presencial no lo hubiese dudado*

*La recomiendo para personas que trabajan y tienen horarios complicados, pero prefiero, ve que se aprovecha y me gusta más la modalidad presencial.*

*Por cuestiones laborales, me es conveniente cursado PH.*

*En mi caso elegí la modalidad por la ubicación geográfica y por la posibilidad que nos brinda para trabajar.*

*Es muy cómodo el horario si trabajas, lo único que no me gustaba era la sede*

*"Para mí es más cómodo, no estar corriendo o comprometiendo los horarios por el trabajo.*

*Las clases son muy prácticas*

*Me gusta PH, pero creo que en algunas materias no logramos profundizar lo suficiente*

*Pocas clases, son dos clases y parcial, en algunas no llegas a estudiar*

*No se adecua a los requerimientos de la carrera. Son tiempos muy cortos (2 meses) para materia de proceso que se necesitan mínimo 4 meses para poder abordar los contenidos de la materia de forma correcta y para realmente aprender. Constantemente los profesores nos acortan los contenidos de la materia por la falta de tiempo y por lo tanto baja el nivel educativo*

Es compatible con el trabajo, aunque tiene varios aspectos por mejorar. Creo que debería haber una mayor flexibilidad en optar por cursar la clase de forma presencial o bien unirse a la transmisión en vivo; entre otros aspectos

La recomendaría sólo para quienes tienen un trabajo a la par y pueden cursar ciertos días o en cierta franja horaria. Pero no la recomendaría para los que plenamente se dediquen a estudiar porque los tiempos son muy cortos de aprendizaje, y tener clases todos los días como la modalidad Presencial sería mucho mejor para nuestra carrera.

Son pocas horas de cursado presencial.

Porque en mi caso, por ser del interior, me beneficia el hecho de no tener que viajar todos los días, poder contar con suficiente tiempo para poder trabajar o realizar otras actividades. Y al no ser distancia, tienes contacto con profesores y horas aulicas, lo que te brinda de un contexto, una rutina y una constancia de semana a semana ir llevando las materias y no atrasarse en el cursado.

Recomiendo mi modalidad antes que Totalmente a distancia. Pero prefiero completamente presencial que mi modalidad actual :)

"Se puede articular perfecto con la actividad laboral. No es mucho tiempo de clase, sin aprox 2 hs por materia, y es el tiempo justo para interactuar con el profesor y evacuar dudas.

Lo que si es insostenible la franja horaria. 15 a 18 se cursa normalmente y en mi caso me complicó el trabajo. Lo ideal es que sea después de las 18 hs"

"depende del compromiso de la persona a la hora de estudiar

Muy pocas clases

No sirve. Las materias duran solamente dos meses, no rendís final si promocionas. La mayoría estudia de memoria xq no alcanza el tiempo. Tenemos un parcial después de dos semanas de cursado y el segundo parcial es después de tres semanas. Pésimo

Tiene sus pros y contras, por un lado no son extensos horarios de cursado y pocos días a la semana que asistir pero lo malo es el tiempo acotado en el que se dan las materias lo que no facilita adquirir todos los conocimientos y ver más en profundidad los contenidos y actividades extras que realizar.

Esta bueno para la gente que trabaja y no tiene tiempo para ir a una facultad tradicional

Es una modalidad flexible que te da la posibilidad de poder asignar tiempo a otras actividades

La ventaja es que haces rápido las materias. La desventaja es que desgasta mucho, tenés que estar todo el tiempo estudiando porque los parciales son muy próximos, las api que tienen fecha de entrega y hay que respetarla y los trabajos en grupo que demandan mucho tiempo y organización, hacerlos en una semana es bastante complicado.

Es demasiado fácil promocionar las materias y no se aprende mucho

Es muy rápido el cursado, no te explican tanto los temas, dividiría el cursado en más días ponele en vez de cursar de 8:30 a 13 la misma materia lo haría en dos días o cursar dos materias pero menos horas

Se puede avanzar más rápido en la carrera

No hay tiempo suficiente para algunas materias

es buena para seguir el ritmo a otras actividades extracurriculares o para trabajar ya que solo se cursa una vez a la semana por materia, lo que puede llegar a ser complicado es el ritmo de estudio que se requiere para estar al día

Esta bueno para la distribución de tiempos de estudio

es muy práctica

Es practica y sirve si tenes que trabajar y estudiar

Me resulta más fácil estudiar los contenidos, y puedes hacer muchas materias por año

elegi presencial cuando comence. la universidad elimino la modalidad presencial en nuestra carrera. no nos quedo opcion que terminar en PH.

Los primeros años creo importante cursarlos presencialmente para afianzar conocimiento, los años mas avanzados recomiendo por comodidad

Esta modalidad te da la posibilidad de trabajar y estudiar al mismo tiempo.

Tenes que poder mantener un ritmo constante de estudio durante todo el año de minimo 3 horas al día

mi respuesta es tal vez, porque al tener solo 3 días de cursado me cuesta horrores hacer una rutina !

Por como todo aspecto tiene su lado bueno pero también esta lo malo. Esta bueno por que haces pocas materias a la vez y te las "sacas de encima" rápido pero siento y sentimos que no se aprovechan las clases de manera completa, ya sea poniendo en práctica o haciendo vinculo entre parea osea un mejor desarrollo de la materia

Es cómodo, porque no debo ir todos los días y tampoco son tan extensos los horarios, y a su vez es más fácil que sea presencial y no virtual Tal vez porq en algunas materia estaria bueno verlas más a profundidad

Me gusta, tiene sus ventajas en muchos aspectos pero que sean bimestrales las materias tiene grandes desafíos por el poco tiempo y la gran cantidad de contenido

Me parece una modalidad cómoda para todo tipo de personas, haciéndola cómoda para todos

No me es fácil esta modalidad. Me gustaría con mayor cantidad de clases y la explicación de los profesores de los temas.

Dependiendo del estado en el que se encuentre la persona en cuanto a lo laboral. Si tiene la posibilidad de hacer la carrera presencial, es lo primero que recomendaría. Le recomendaría esta modalidad de PH siempre y cuando sea conveniente

elegi esta carrera porque me permitia cursar 2 o 3 veces por semana, lo que me dejaba poder seguir trabajando.

Es la mejor y mas cómoda para cualquier persona que quiere trabajar y estudiar a la vez

El nivel de conocimientos que se adquieren son muy basicos.

Está buena esta modalidad ya que te permite estudiar y si tenés que trabajar y otra actividad la podés hacer y acomodar mejor tus tiempos! También tenés más tiempo para estudiar

Si, ya que el horario se adapta bastante bien para personas que trabajan. Y te permite poder hacer las dos cosas al mismo tiempo.

Además, se cursa en la sede de Nueva Cordoba y no hace falta viajar al campus, lo que para mi genera mucha pérdida de tiempo en el día.

En un bimestre no se puede aprender una materia y no se puede rendir con múltiple opción todos los exámenes

Si porque con esta modalidad se me hizo más fácil el poder trabajar y estudiar! Es cuestión de organizarse. A veces en presencial me pasaba o sentía que perdía mucho tiempo entre ir al campus y también escuchar las clases, muchas veces igual extraño ese intercambio entre alumnos y el profesor pero también se que la plataforma virtual hace más rápido y concreto el intercambio de preguntas y respuestas La recomendaría porque es accesible para personas que trabajan y personas que no pueden costear la modalidad presencial pero quieren tener clases con sus docentes.

Recomendaría por los tiempos de cursado

Es necesario tomarse el tiempo de leer bibliografía completa y dedicarle mucho tiempo fuera del horario de cursado, ya que dos meses son muy poco tiempo para ver tanto material en clases. No recomendaría esta modalidad a quienes dependen de la explicación de los profes de cada tema, es necesario ser muy independiente para cursar así.

Poco tiempo para aprehender los contenidos.

Muy mal formada, sin profesores, una vergüenza y pérdida de plata. parece una burla a los alumnos

"Si para la hente que trabaja o tiene otras actividades, los que son de afuera de cba no es facil llegar al campus tampoco, tenes 1:20 de bondi desde nueva cba.

Recomendaría el cursado presencial por la experiencia de la facultad mas que nada, la siglo ofrece mas cosas"

"La recomendaría ya que es súper práctica.

No se necesita cursar tantas horas para aprender. Cada uno estudia en su casa y en las aulas se hace un repaso. "

Es una modalidad muy abierta, permite trabajar mientras estás cursando la carrera. La carga horaria es poca compensada con la s horas que tienen que estar en la casa estudiando. Como punto malo, depende mucho de los profesores, aquellos que no pueden adaptarse a la modalidad, pueden desaprovechar el punto fuerte del trabajo en casa.

Es dinámico, ves a tus compañeros, conoces gente.

Me parece que no aprendemos tanto como en la modalidad presencial. Al no haber finales, los conocimientos no quedan tan fijos y claros. Si bien es una modalidad cómoda por el horario, tal vez hay gente que le convenga cursar de forma presencial toda la carrera. el año se pasa rapido, pero siento que no aprendemos lo suficiente en las materias

Realmente no se aprende nada, estamos muy desconformes con mi curso. No tiene sentido que tengamos tan pocas clases y ahí no más nos pongan un examen, nefasto totalmente y los profes... peor o igual

Cursar en Ph me facilita poder sacarme las dudas con los profesores

Buena modalidad en caso de tener un trabajo u otras actividades que te requieran mucho tiempo

Depende para quien, y también hay materias q son muy poco prácticas dadas en bimestres

El tiempo de cursado de cada materia es poco. Además, los profesores no están preparados para dar la materia en esta modalidad lo que dificulta muchísimo el aprendizaje de la materia. Los trabajos en grupo en todas las asignaturas son de muy difíciles de realizar debido a que los grupos son de 5 personas y es prácticamente imposible coordinar. Existe una semana de clases que es de "repaso", la cual se podría cambiar antes del primer parcial para así tener 3 clases. Considero que es una modalidad viable pero no esta bien estructurada y de momentos resulta mas difícil que otras.

Hay muy poco tiempo para leer el material, estudiar y realizar las actividades propuestas por los docentes

Lo único que le cambiaría a la modalidad es que algunas materias importantes de la carrera sean cuatrimestrales. Eso sí, las de relleno bimestral

Está buena porque vas solo 3 días por semana (haciendo las materias programáticas), por lo que tenés más tiempo para estudiar y hacer tus cosas, pero, al mismo tiempo, no te perdés de las clases presenciales, que (en mi parecer), son una gran forma de aprender y conectar con tus compañerxs.

Las pocas clases entre parciales llevan a priorizar la memorización al aprendizaje y no se presta para tener clases interesan tes o enriquecedoras

No sirve y esta mal organizada. 0 pedagogía

Me parece totalmente antipedagógico, no hay tiempo para aprender, ni para leer ni para explayarse. Mi carrera es parte de las ciencias sociales y no tener tiempo de entregar trabajos justificar respuestas es como que básicamente lees para rendir el parcial y después te olvida de todo. Ni hablar de que tenemos dos clases antes del primer parcial.

Te permite realizar la mayor cantidad de materias, más franja horaria para uno mismo y cursado semipresencial

No estoy cursando nada

Me parece que modalidad presencial es clave porque tenes muchas mas actividades de práctica enfocadas a tu carrera y acercamiento con personas de tu carrera. Creo que se aprende más con modalidad presencial

Porque tenes mas contacto con alumnos y profesores

"No considero que se pueda aprender en dos meses una materia no es igual que estar 4 meses estudiando que dos, muchos compañeros pensamos lo mismo no aprendemos lo suficiente en dos meses. No me parece una buena modalidad, no estamos aprendiendo como deberíamos, no es justo porque por algo pagamos.

Tambien hacemos esta modalidad no solo por el horario si no por lo caro que es moverse sobre todo para los que vienen del interior a estudiar a cordoba como es mi caso."

La modalidad es muy cómoda si quieres hacer otras actividades aparte de estudiar.

Amo el campus! y la interacción

Cada modalidad se ajusta a cada gusto o necesidad personal de cada uno. Yo me siento mucho mas comoda en PH que en Presencial. Me sirve cursar de forma "rápida" cada materia, me gustan los horarios, estoy a gusto con la forma de rendir parciales y el tiempo de estudio. Capaz a otro no le sirve y necesita hacerla semestral.

hubiera preferido que en el cursado haya más presión y más atención con los alumnos, y que también sea en horarios a la mañana y todos los días como cualquier otra universidad

Porque al no ocupar muchas horas de cursado me ayuda a organizar mejor los tiempos, ademas que puedo tener mas tiempo para estudiar. Si hay lagunas materias muy largas o complicadas como matemática economía o teóricas muy largas como política internacional que se necesitan la cursaba cuatrimestral

En algunas materias de mucho contenido no se pueden ver todos los temas

Avanzas bastante en la carrera pero, quizás hay materias que se podrían ver más a fondo pero el tiempo no lo permite

Tuve varios problemas al hacer el cambio de ph a distancia, no es buena la información que brinda la universidad

Es cómoda y te enyésla bien

Buena flexibilidad y aprendizaje con presencia home

La pandemia permitio seguir con las clases normalmente sin necesidad de viajar y aumentar el costo de ir a la universidad

Cursas más materias en menos tiempo

Se cursa pocas horas por bimestre y no es suficiente para algunas materias

Da la posibilidad de trabajar

es un comodo horario ya que se puede trabajar a la mañana

Recomiendo porque el cursado al ser bimestral, te permite tener menos carga horaria durante la semana y poder utilizar los demás días libres para estudiar. También, que son muy prácticas e intensivas las clases con los docentes de manera presencial, como así tambien a través de la plataforma NUEVO SAM.

PH es una muy buena opción para los estudiantes que trabajan ya que pueden ajustar su horario de cursado según su disponibilidad. En cuanto a la ubicación es mucho más accesible Nva. Córdoba que el Campus.

Por q no es necesario presencial

Me parece cómodo para estudiar a tus tiempos

Si tenés la oportunidad de hacerlo presencial hacelo se te va a hacer más cómodo que tener que organizar todo para que llegues bien ala hora de hacer los exámenes

"En mi caso considero que hay temas de la carrera que necesitan ser vistos en mayor profundidad y que 1 clase de 4hr no lo cubre completamente por mas que estudies "el material ". Me gusta que existan materias cortas complementarias pero algunas troncales como matemática (álgebra y análisis, estadística, etc )o algoritmos deberían ser semestrales cono mínimo.

También encuentro como contra que, al menos al principio, la misma modalidad hace que se dificulte formar un grupo de amigos estable en la facu. Esto es debido a que cada dos meses vas cambiando de materia "

Me permite organizarme con mi actividad laboral

Porque me da tiempo a hacer otras actividades

Es una excelente propuesta dictada por profesionales altamente calificados.

es muy practico tener el profe en vivo para dudas y consultas, sumado a que vivo cerca de la sede Nueva Cordoba.

*Más práctica y cómoda*

*Me permite cursar sin perder tiempo personal*

*Porque me permite trabajar y estudiar*

*No es para todos, se necesita compromiso con uno mismo para seguir avanzando con los contenidos, todo va muy rápido y si te atrasas se siente demasiado*

*Por su modalidad blend*

*Porque es bastante cómodo, no hay mucha diferencia, y conforme a que mi carrera literalmente no tiene otra opción, está bastante bien*

*Para personas que trabajan es lo más cómodo por el horario, además por cursarse bimestralmente puede ser más llevadera*

*me parece que dos meses de cursado es muy poco para el material que se dicta*

*Diría que esta modalidad no es la mejor para todas las personas. Dependiendo de la personalidad de cada uno consideraría recomendar otras modalidades.*

*La interacción del profesor con el alumno es irremplazable, al margen de eso en mi caso particular aprendo mucho más en comparación con clases virtuales*

*Me parece una modalidad que tiene sus pros y sus contras, por ahí se la recomendaría a gente que tenga el tiempo que se le tiene que dedicar a las materias, porque al ser bimestral tenés que estar siempre al día y aprender los contenidos más rápido en comparación a la modalidad presencial*

*Te da mucha flexibilidad de horarios*

*La recomendaría ya que el cursado no se vuelve nada pesado y las formas de evaluar son muy buenas*

*si la recomiendo, pero si hay una persona que tiene movilidad para ir hasta el campus todos los días y además de eso no tiene problema en abonar la diferencia de PH y presencial, le recomendaría la modalidad 100% presencial, pero si es un caso como el mío que no tiene movilidad para ir todos los días hasta el campus y además hay que pagar menos que el presencial 100% y esto le beneficia mucho, ahí si recomiendo la modalidad PH*

*Horarios flexibles, comodidad. Facilita la cursada a los estudiantes que trabajan*

*Es muy dinámico y te permite relacionar los contenidos*

*Hay que saberla usar a nuestro favor!*

*recién empiezo la carrera y ya me quede libre por nota por no hacer una API y no hacer excepciones en casos como estos la verdad me deja mucho que desear de una universidad privada y que tiene como eslogan que el alumno es el centro. -- really?*

*es fácil de manejar tiempos y temas para tps, apis y parciales.*

*Me encanta la modalidad, pero a veces siento que materias como análisis matemático deberían tener más clases de explicación o*

*Es muy buena y práctica. Me gusta sobre todo porque te da una gran libertad para manejarte con tus horarios como más cómodos te queden*

*La recomendaría y a la vez no debido a que es muy intensa, y para algunas situaciones no es lo ideal, ya que se pierde un poco la parte de la explicación calma del docente*

*"Si, la recomendaría, porque es muy cómoda la manera de cursado y puedes tener más organización.*

*Porque me permite trabajar .*

*Porque me resulta cómodo*

*Hay algunas materias muy largas para la modalidad*

*Me ahorro dinero en viaje*

*Me encanta*

*Me deja tiempo para otras cosas*

*Me gusta mucho*

*Puedo hacer otras cosas además y no solo estudiar*

*Porque me gusta*

*Es cómoda*

*Es muy práctica*

*Puedo hacer otras cosas y no solo estudiar*

*Me gusta mucho*

*Me gusta la sede y los profes*

*Esta bueno poder compartir un espacio donde estamos todos físicamente aprendiendo y despejando dudas que quizá desde el hogar no se te ocurren (modalidad distancia) y esta bueno que sean pocas horas semanales bien intensas,*

*Me gusta y es cómoda*

*Las materias son muy largas para verlas en tan poco tiempo pero esta buena*

*Tengo clases con profes, puedo viajar a la sede sin tener que cursar todos los días*

*Me permite trabajar además de estudiar*

*me siento más cómod@ con clases presenciales*

*Depende de los horarios y del ritmo de vida que uno lleva o quiere llevar es recomendable esta modalidad*

*influye mucho las condiciones que tiene cada persona y sus gustos*

*es muy útil para personas que están desarrollando alguna actividad laboral o extracurricular, pero también es buena para realizar diferentes actividades o enfocarte más en el estudio por el tiempo que te provee, lo malo es que a veces hay materias que se necesitan unas horas más de clases como en las exactas por su imperiosa necesidad de dedicarle más tiempo a tratar de entender o profundizar ya sea en matemáticas y/o contabilidad*

*Tiene sus pros y sus contras. Respecto a la ubicación de la sede si porque queda más cerca, es una comodidad y un ahorro porque ir hasta el campus causa más gasto y requiere más tiempo. No la recomendaría quizás porque tenemos pocas clases y a veces no son suficientes para que el/la profesor/a llegue a explicar bien todos los módulos.*

*contenidos no son muy enriquecedores, dan lo justo y necesario y se siente que no se aprovecha la materia con el corto lapso de cursado esta buena porque tenés días disponibles para estudiar más*

### **6.3. Evaluación de los resultados**

Concluir un trabajo de estas características requiere, tal como se planteó en la introducción, volver a la voz de uno de los grandes protagonistas: el estudiante consumidor que cursa modalidad Presencial Home en sede Nueva Córdoba de Universidad Siglo 21.

Para llegar a ello, la propuesta debió ser diseñada sobre una base metodológica capaz de responder al cumplimiento de objetivos y a la vez dieran lugar y espacio a los receptores del servicio, enmarcados dentro de la institución educativa que les da razón de ser. El punto de partida fue el análisis de las oportunidades que presenta la modalidad como ventaja competitiva para la Universidad desde la perspectiva antes descrita. Se identificaron cualidades y también se pudo comprobar la posición única que ocupa Presencial Home dentro del mercado educativo de Córdoba y Argentina.

La encuesta fue la herramienta metodológica y la pregunta de si recomendarías la modalidad de cursado uno de los grandes disparadores. La justificación de esas respuestas son el contenido que amplía el concepto que cada quien tiene, según su experiencia, de una modalidad y las oportunidades que genera.

#### **Los encuestados como empleados parciales**

Para avanzar en la evaluación de resultados resulta necesario recuperar conceptos y asociarlos con las respuestas analizadas. Empecemos por adoptar el término empleado parcial para referirnos a los 207 estudiantes que dieron sus argumentos y se constituyen como clientes que influyen en la productividad y calidad acerca de la modalidad de cursado. Apropiémonos también del concepto diferenciación y posicionamiento y sobre esa base

analizar las ventajas

competitivas basadas en la propia experiencia de los protagonistas.

Si se siguen los conceptos de Kotler y Armstrong, una vez identificada esta ventaja competitiva, Universidad Siglo 21 podría construir una estrategia y comunicar de manera efectiva al mercado la posición elegida: una opción sería asociar la modalidad de cursado con la flexibilidad en un mundo en el que el tiempo es uno de los recursos más valorados. También relacionarla con el concepto libertad porque “te deja tiempo para hacer otras cosas”.

21,3% es el porcentaje de estudiantes que respondieron “*mi carrera sólo se cursa en esa modalidad*”, lo que indica que no en todos los casos se elige la modalidad.

Si se analiza que de los 44 estudiantes que optaron por esta opción sólo 12 dijeron que No recomendarían la modalidad y la mayoría se inclinó por el Sí y el Tal vez, es indicador de que hay conformidad con la modalidad a pesar de que no en todos los casos haya sido originalmente elegida.

Si se vuelve al concepto “posicionamiento”, este resultado indica que la Universidad podría mantener la estrategia de incluir en su oferta educativa carreras que sólo se cursen en esta modalidad y robustecer este modelo.

En el podio de las opciones que más adeptos tuvo aparece un 17,4% que eligió la modalidad “*por ubicación geográfica de la Sede*”. La Sede institucional de Nueva Córdoba es el edificio más antiguo desde que la Universidad se creó en 1995: cuenta con 7 pisos, zonas de estudio y convivencia, coworking, espacios de extensión, vinculación con la comunidad y el sector productivo. Más de 40 aulas de alta tecnología, auditorio con capacidad para más de 200 personas. Está muy cerca de la terminal de ómnibus y ubicada en pleno corazón del barrio Nueva Córdoba que es una zona universitaria y conviene a los estudiantes que viajan

desde localidades cercanas.

Asociar las fortalezas de la modalidad con la ubicación geográfica. Ésta es otra “ventaja competitiva de diferenciación” que Siglo podría fortalecer, asociando este diferencial con la marca y “entregar de manera efectiva al mercado la posición elegida”: Presencial Home conviene a los públicos que viven en localidades cercanas a Córdoba capital y no decidieron o no pueden vivir en la capital cordobesa.

Un 15,9% del universo total eligió la modalidad por “*franja horaria*” y ese porcentaje coincide con aquellos estudiantes que justificaron la elección porque trabajan o hacen otras cosas además de estudiar.

Un 9,7% sostuvo que eligió este tipo de cursado “*porque me gusta*”. Si bien no estuvo entre las opciones que más adeptos tuvo, fue más elegida que la opción “*Otra*” y esta respuesta debería ser de gran valor para la Universidad: los clientes satisfechos son aquellos que vuelven a comprar el producto, hablan de manera favorable con otros de las bondades del producto y adquieren otros productos de la empresa.

El 10, 1% que eligió la opción “*otra*” afirmaron elegir Presencial home “*porque trabajan y se les complicaba el horario*”, otros respondieron que “*el primer año fue presencial y luego cambió obligatoriamente a presencial home*” (es el caso de la Lic. En Gestión Turística y Lic. En Administración Hotelera) y otros porque es “*más económica y por la ubicación, ir hasta el campus en colectivo me resulta caro, sobre todo por cómo están las cosas hoy económicamente.*”. Hay quienes también sostuvieron que “*necesitaban de clases presenciales para una mejor comprensión y una mejor organización con el tiempo*”.

## **Lealtad sobre la oferta**

El término lealtad en las organizaciones refiere a la disposición de los clientes a preferir una compañía y comprar o utilizar sus productos o servicios de manera consistente y exclusiva, además de recomendar los productos a entornos inmediatos. El más alto porcentaje de entre los 207 estudiantes que completaron la encuesta no dudaron en afirmar que “*Sí*” recomendarían la modalidad de cursado. Ese 57,5% describen en detalle justificaciones que pueden traducirse en oportunidades de la modalidad: “*mayor disponibilidad de tiempo, flexibilidad, menos carga horaria*”, “*es una excelente forma de estudio si sos ordenado y responsable*”, “*cómodo para las personas que viven en Nueva Córdoba*”, “*es rápida, la carga horaria justa para desarrollarme en mis otras actividades*”, “*te permite manejar tiempos cuando trabajas y estudias a la vez*”, “*me parece una modalidad que resulta cómoda para estudiantes trabajadores*”, “*te mantiene más activo a la hora de realizar actividades prácticas más frecuentes, parciales con poca distancia uno del otro entonces hay que ser más constante con el estudio*”, “*permite avanzar rápido en la carrera*”, “*me resultó cómodo y ágil el tema de no ir todos los días y tener una sola vez la materia en la semana*”, “*es cómoda por la distribución de días respecto a las materias*”, “*en mi caso, por ser del interior, me beneficia el hecho de no tener que viajar todos los días, poder contar con suficiente tiempo para poder trabajar o realizar otras actividades*”, “*Y al no ser distancia, tenés contacto con profesores y horas aúlicas, lo que te brinda de un contexto, una rutina y una constancia de semana a semana ir llevando las materias y no atrasarse en el cursado*”, “*Se puede articular perfecto con la actividad laboral*”, “*No es mucho tiempo de clase, sin aprox 2 hs por materia, y es el tiempo justo para interactuar con el profesor y evacuar dudas*”, “*Me resulta más fácil estudiar los contenidos, y podes hacer muchas materias por año*”, “*es dinámico, ves a tus compañeros, conoces gente. es muy práctico tener el profe en vivo*”

*para dudas y consultas,*

*sumado a que vivo cerca de la sede Nueva Cordoba”, “la recomendaría ya que el cursado no se vuelve nada pesado y las formas de evaluar son muy buenas”, “es muy dinámico y te permite relacionar los contenidos”, “me ahorro dinero en viaje, está bueno que sean pocas horas semanales bien intensas”.*

Flexibilidad, agilidad, dinamismo, comodidad relacionada con la ubicación geográfica de la Sede, rapidez en el avance académico, practicidad, menor carga horaria y articulación perfecta con la actividad laboral son definiciones que se desprenden de las respuestas de los estudiantes que pueden traducirse en oportunidades de la modalidad.

El 29,5% que argumentó que “*Tal vez*” recomendaría la modalidad amplió sus motivos: “*A veces los contenidos se dan muy rápido y no se alcanzan a ver todos los temas*”, “*Me gustaría más cursado por la mañana! Solo se da a la tarde*”, “*La recomiendo para personas que trabajan y tienen horarios complicados, pero prefiero más la modalidad presencial. “Tiene sus pros y contras, por un lado no son extensos horarios de cursado y pocos día a la semana que asistir pero lo malo es el tiempo acotado en el que se dan las materias lo que no facilita adquirir todos los conocimientos y ver más en profundidad los contenidos y actividades extras que realizar*”, “*La ventaja es que haces rápido las materias. La desventaja es que desgasta mucho, tenés que estar todo el tiempo estudiando porque los parciales son muy próximos (..)*”, “*mi respuesta es tal vez, porque al tener solo 3 días de cursado me cuesta horrores hacer una rutina!*”, “*Lo único que le cambiaría a la modalidad es que algunas materias importantes de la carrera sean cuatrimestrales*”, “*si es un caso como el mío que no tiene movilidad para ir todos los días hasta el campus y además hay que pagar menos que el presencial 100% y esto le beneficia mucho, ahí sí recomiendo la modalidad PH*”.

“El reposicionamiento es una función tan importante como el posicionamiento original (...)”, ya lo indicó Lovelock. Se planea en el momento de madurez del servicio y permite ahorrar esfuerzo para extender la vida útil también del servicio. Incrementar el nivel de lealtad es la cuestión.

Del universo total encuestado hay un 13% de estudiantes que “No” recomienda la modalidad y que bien podrían identificarse como detractores de Presencial Home: *“Los tiempos de estudio son demasiado breves. Al final te das cuenta que solo estudiaste para aprobar, es muy difícil incorporar conocimientos, lenguaje e ideas nuevas. No recomiendo en absoluto”, “está mal instrumentada”, “Debido a las materias promocionadas son directamente aprobadas y muchas veces los parciales se pueden aprobar sin conocer la materia, por lo que estaría bueno que haya un examen final oral a pesar de haber aprobado con más de 7”, “Son pocas horas de cursado presencial”, “No sirve. Las materias duran solamente dos meses, no rendís final si promocionas. La mayoría estudia de memoria xq no alcanza el tiempo. Tenemos un parcial después de dos semanas de cursado y el segundo parcial es después de tres semanas. Pésimo”, “Muy mal formada, sin profesores, una vergüenza y pérdida de plata. parece una burla a los alumnos”, “Realmente no se aprende nada, estamos muy desconformes con mi curso. No tiene sentido que tengamos tan pocas clases y ahí no más nos pongan un examen, nefasto totalmente y los profes... peor o igual”, “los profesores no están preparados para dar la materia en esta modalidad lo que dificulta muchísimo el aprendizaje de la materia, Los trabajos en grupo en todas las asignaturas son de muy difíciles de realizar debido a que los grupos son de 5 personas y es prácticamente imposible coordinar. Existe una semana de clases que es de "repaso", la cual se podría cambiar antes del primer parcial para así tener 3 clases. Considero que es una modalidad viable pero no está bien estructurada y de momentos resulta más difícil que otras”, “No sirve y está mal organizada. 0 pedagogía”,*

*“Me parece totalmente antipedagógico, no hay*

*tiempo para aprender, ni para leer ni para explayarse”, “Me gusta que existan materias cortas complementarias pero algunas troncales como matemática (álgebra y análisis, estadística, etc) o algoritmos deberían ser semestrales como mínimo. También encuentro como contra que, al menos al principio, la misma modalidad hace que se dificulte formar un grupo de amigos estable en la facu. Esto es debido a que cada dos meses vas cambiando de materia”.*

La bimestralidad aporta rapidez al cursado pero la mayoría de los “detractores” argumentaron que son pocas clases hasta la instancia de evaluación parcial. Algunos sostienen que los profesores acortan los contenidos por falta de tiempo, lo que se traduce en falta de profundidad en la materia. Otros indican que los tiempos son muy cortos para el aprendizaje. Hay quienes también sostuvieron que deberían recuperarse las clases que no son dictadas por coincidir con feriados y los que van en contra de la calidad pedagógica de los profesores. Hay una clara puesta en discusión del modelo a través de un discurso que, comparado con el de los otros estudiantes, dan más fuerza en el mensaje: 0 pedagogía, pésimo, parece una burla, entre otras definiciones.

Debería ser tarea del área de planificación y gestión docente, tras definición institucional, atender el requerimiento de aquellos estudiantes que demandan de recuperación de clases presenciales y aprendizaje por contenidos que sean, según su opinión, realmente suficientes.

Podrá ser también, probablemente, responsabilidad del área académica el hacer un seguimiento del acompañamiento de los docentes en Canvas, la plataforma virtual de los estudiantes. Indagar acerca del tipo de contenido y las formas de transmitir ese contenido de manera virtual antes de llegar a la instancia áulica presencial.

Las anteriores son sólo sugerencias inspiradas en el trabajo reflexivo ya que no es el propósito

de este trabajo de investigación indagar y dar propuestas sobre las causas que determinan la experiencia del estudiante consumidor.

El mayor porcentaje de estudiantes recomendaría la modalidad de cursado y ese es el dato que interesa como insumo. Y las justificaciones servirán de material para trabajar en el reposicionamiento de un servicio que tiene madurez comprobada a fin de lograr, entre otros beneficios, la extensión de su vida útil.

## **7. Bibliografía**

Kotler, Philip y Armstrong, Gary. (2012). “Marketing”. México: Pearson Educación  
Santesmases Mestre, Sánchez Guzmán, Valderrey Villar. (2014) “Fundamentos de Mercadotecnia”. México: Editorial Patria

Lovelock, Christopher. (2004) “Administración de Servicios, Estrategias de marketing, operaciones y recursos humanos”. México: Pearson Educación