



Noviembre 2017 - ISSN: 1988-7833

EL SISTEMA UNIVERSITARIO COMO EJE TRANSVERSAL PARA LA DETERMINACIÓN DE LA DESERCIÓN ESTUDIANTIL

THE UNIVERSITY SYSTEM AS A CROSS-SHAPE FOR THE DETERMINATION OF STUDENT DISTILLATION

Martha Elizabeth Vallejo Barba

Licenciada en ciencias de la educación
Magister en diseño curricular
vallejo77@gmail.com

Lidia Alicia Lozada Miranda

Licenciada en ciencias de la educación
Magister en diseño curricular
lia.lomi@hotmail.com

Gloria Epifania Llerena Ortega

Licenciada en ciencias de la educación
Magister en diseño curricular
gloria.llerena@hotmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Martha Elizabeth Vallejo Barba, Lidia Alicia Lozada Miranda y Gloria Epifania Llerena Ortega (2017): "El sistema universitario como eje transversal para la determinación de la deserción estudiantil", Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (octubre-diciembre 2017). En línea: <http://www.eumed.net/rev/cccss/2017/04/sistema-universitario.html>

RESUMEN

Este artículo analiza el tema de la deserción estudiantil en la educación superior desde una perspectiva conceptual, dentro de un proceso dinámico en donde se emplean diversos instrumentos que sirven como parámetros para obtener un resultado final, el cual hace alusión a la evaluación formativa. No obstante la evaluación es sistemática respaldada por las rúbricas que se emplean para lograr una evaluación exitosa. La importancia que tiene la evaluación de algunas actividades de enseñanza aprendizaje y las prácticas que los docentes pueden implementar en sus aulas de clase constituyen la base para que las instituciones educativas funcionen con normalidad en su proceso de enseñanza. La generalidad de las actividades de enseñanza aprendizaje tiene como eje principal al factor humano, procesos que están a cargo de los docentes en las instituciones los mismos que son encargados de imponer el elemento innovador en las aulas de clase como base para que el sistema se articule a las tendencias de la problemática de la sociedad y permitir que el sistema funcione. Las instituciones evaluadas y acreditadas constituyen una base sobre un conjunto de criterios, indicadores de calidad que se encajan en una valoración objetiva, pero en su complemento es necesario aplicar una evaluación subjetiva para determinar los niveles de satisfacción de los usuarios atendidos, y en base a sus resultados diseñar estrategias de servicio. La plataforma metodológica se basó en una investigación aplicada de enfoque cuantitativo, una caracterización científica, se trabajó en los métodos de investigación, como el analítico, sintético y sistémico; un diseño no experimental y transversal con un nivel

investigativo correlacional. El resultado obtenido es una metodología sistemática, útil para evaluar a la institución en criterios y proponer estrategias de académicas que permitan el fortalecimiento y posicionamiento de la calidad educativa y del desarrollo sustentable y sostenible de las instituciones educativas.

Palabras clave: Evaluación, Sistemas, Educación, Calidad, Estrategias

ABSTRACT

This article proposes to the evaluation of the educational system as a transverse axis for academic development because it allows analyzing the integration of all system perspectives the system and its teaching process, as well as the use of Information and Communication Technologies (ICT) in the learning of students in the elementary subjects of the academic system. The evaluation is a dynamic process where different instruments are used that serve as parameters to obtain a quantitative and qualitative result, which refers to the formative evaluation. However, evaluation is systematically supported by the rubrics used to achieve a successful evaluation. The importance of the evaluation of some teaching-learning activities and the practices that teachers can implement in their classrooms are the basis for educational institutions to function normally in their teaching process. The generality of the teaching-learning activities has as its main axis the human factor, processes that are in charge of the teachers in the institutions who are responsible for imposing the innovative element in the classrooms as a basis for the system to articulate to the tendencies of the problematic of the society and to allow that the system works. Institutions evaluated and accredited constitute a basis on a set of criteria, quality indicators that are embedded in an objective assessment, but its complement is necessary to apply a subjective evaluation to determine levels of satisfaction of users served, and based on their results design service strategies. The methodological platform was based on applied research of quantitative approach, a scientific characterization, we worked on research methods, such as analytical, synthetic and systemic; a non-experimental and cross-sectional design with a correlational investigative level. The result obtained is a systematic methodology, useful to evaluate the institution in criteria and propose academic strategies that allow the strengthening and positioning of educational quality and the sustainable and sustainable development of educational institutions

Keywords: Evaluation, Systems, Education, Quality, Strategies

INTRODUCCIÓN

La universidad es un organismo insertado en la sociedad para responder a los desafíos del mundo actual y debe incorporar en el quehacer académico los últimos adelantos científicos y tecnológicos, desarrollar nuevas técnicas y tecnologías de acuerdo a las exigencias de la globalización y buscar las vías que conduzcan al progreso del país a través de la formación de profesionales íntegros, humanísticos y competitivos. Por tal motivo, la eficiencia del sistema educativo se mide entre otros indicadores, a través de su capacidad para conservar o retener a los estudiantes en la institución y permitirles cursar sin retrasos ni deserciones, las actividades previstas en su carrera. En este sentido, el fenómeno de la deserción aparece como un indicador de situaciones de crisis en el ámbito educativo.

La investigación tiene su inicio en la parte estratégica de los servicios educación de las Universidades para el caso de estudio la Universidad Estatal de milagro, los usuarios o clientes como la población estudiantil, para ello se ubicó estratégicamente el tamaño de la organización. Todo los procesos de evaluación se realizaron considerando alcanzar altos índices de satisfacción y bienestar en los usuarios internos y externos, Alcaide, (2010) afirma que el tiempo y la coherencia en su gestión puede alcanzar un posicionamiento efectivo y la fidelidad de ellos hacia una marca institucional. Las universidades públicas en el ecuador tienen su fundamentación legal

en la Ley Orgánica de Educación Superior, con principios y autonomía universitaria todo esto articulado con objetivos dentro de la planificación anual y plurianual enmarcados en el Plan Nacional de Buen vivir 2017-2021 esta nueva orientación social de trabajo, obliga a las universidades a gestionar sus instituciones con nuevas disciplinas enfocadas a las tendencias y sus prospectiva.

Este apartado constituye el marco legal que permite desarrollar la investigación y la evaluación, pero no solo el desempeño docente con variables creadas por directivos, claro que son de una inmediata realidad, pero refleja solo la percepción y opinión de una persona o un cerrado grupo de personas, que son valiosas por hecho, pero qué mejor tener un conjunto de variables o proposiciones que sean el fiel reflejo del pensamiento de los usuarios internos y externos en post de construir todos los días una institución de posicionamiento y reconocimiento de marca fuerte y pertinente con la sociedad, que la calidad pase de ser una filosofía a una demostración imborrable de actuación y que hacer simple y sencillamente, Ballesteros (2008), indica que “la marca es el arte de marcar corazones”, esto es hacer marketing de conexión, todas las variables institucionales encajadas en el desarrollo sustentable y sostenible de la sociedad. El enfoque social de la educación superior plantea que todas las áreas del conocimiento estén articuladas con las necesidades y requerimientos de la sociedad, todas se complementan para el desarrollo y crecimiento de un país. Bajo esta perspectiva, las áreas administrativas están, y siempre estarán en el diario convivir de las empresas y organizaciones públicas y no gubernamentales del mundo entero, son un eje transversal para todo tipo de organización empresarial, son pertinentes en los ejes: sociedad y cultura, economía y desarrollo, crecimiento de un país (Alvarado, 2008).

La base para esta nueva orientación se sustenta en el enfoque teórico de Hunter Hastings y Jeff Saperstein (2010), que es el resultado de múltiples estudios y experiencias, “El marketing adaptativo”, esta posición se caracteriza por su capacidad de percibir, interpretar, decidir y actuar de forma rápida y permanente sobre la información proporcionada por los clientes, ellos enfatizan la necesidad de percibir lo que es verdaderamente valioso para los usuarios y seguido reaccionar con propuestas de valor centrada en las necesidades de los clientes. Las investigaciones de mercado tradicionales están muy bien, pero no basta, en el marketing adaptativo que proponen se debe observar y medir lo que los clientes hacen para deducir cuáles son sus motivaciones, cuáles son los factores determinantes en sus comportamientos; con los resultados que se obtengan de estos estudios se tiene un antecedente fundamentado para el diseño de estrategias innovadoras y que generen experiencias cristalizantes para los clientes (Usuarios internos y externos). (Aragón y Bonelly, 2011).

Por ello Francisco Hernández y Rocío Zamora (2010) manifiestan que toda universidad es una organización comunicativa, ellas cuentan con una marca, por ende deben tener técnicas y metodologías que les permita medir su imagen institucional o de marca en pos de crear parámetros satisfacción desde sus actores internos, y atraer clientes potenciales (estudiantes futuros, estudiantes que estudian en otras universidades, entre otros). En el modelo holístico de Bagozzi y Philips en su malla teórica relacional para investigar la satisfacción de clientes recalcan la importancia de conocer las opiniones sobre el ámbito de la comunicación en todas las organizaciones empresariales. (Morales, Rodríguez, Ramírez, 2012). EL modelo CASAR (Capturar, sostener y retener clientes), habla de una perspectiva integral al momento de evaluar la satisfacción de los clientes, no sólo centrarse en una determinada dimensión, la mercadotecnia es integradora, es un eje transversal. (Hoyos, 2008). Diego Mejía (2013), confirma la necesidad de recoger datos de opinión sobre las expectativas del servicio recibido o experiencias en las instituciones de educación superior, los estudiantes son quienes emanan criterios de imagen negativa o positiva para que otros estudiantes del nivel de bachillerato tengan a una determinada universidad dentro de su lista de opciones, además enfatiza el rol no solo académico del docente sino su parte humana y social.

Para cualquier institución educativa el fenómeno de la deserción estudiantil es preocupante, independientemente de la magnitud de sus índices. El simple hecho de que esta exista, cuestiona la calidad de los procesos y carreras que ofrecen las instituciones de educación superior, en algunos casos refleja el grado de preparación de sus docentes, las diferencias metodológicas que existen entre los colegios y las universidades, la débil articulación de los programas de estudio, el bajo nivel de conocimientos, el factor socioeconómico, así como el proceso de selección de la carrera por parte de los estudiantes.

La deserción estudiantil es uno de los problemas que aborda la mayoría de las instituciones de educación superior de toda Latinoamérica. A través de distintas investigaciones, se da cuenta de un número importante de estudiantes que no logran culminar sus estudios universitarios, con el consecuente costo social asociado a este fenómeno.

GENERALIDADES DE LA DESERCIÓN ESTUDIANTIL

Las primeras investigaciones en el tema de la deserción estudiantil tomaron como base conceptual la teoría del suicidio de Durkheim (1897), y los análisis costo-beneficio de la educación desde una perspectiva económica. En la primera aproximación se toma a la deserción como análoga al suicidio en la sociedad, de ahí que los centros de educación superior se consideren como un sistema que tiene sus propios valores y estructura social (Spady, 1970), donde es razonable esperar que bajos niveles de integración social aumenten la probabilidad de desertar. Sin embargo, estas investigaciones no pasaron de ser estudios longitudinales y cualitativos que abordaron el problema desde una perspectiva individual (integración social) y algunos factores externos que pudieran afectarla (usos alternativos del dinero invertido en educación).

De ahí en adelante, los desarrollos en el tema de la deserción estudiantil dividieron la investigación en aquellos estudios que apuntaban a la profundización teórica del problema y los interesados en encontrar las causas del fenómeno a través de la evidencia empírica. Aunque actualmente la definición de deserción estudiantil continúa en discusión, existe consenso en precisarla como un abandono que puede ser explicado por diferentes categorías de variables: socioeconómicas, individuales, institucionales y académicas. Sin embargo, la forma de operacionalizarlas depende del punto de vista desde el cual se haga el análisis; esto es, individual, institucional y estatal o nacional. Autores como Tinto (1989) afirman que el estudio de la deserción en la educación superior es extremadamente complejo, ya que implica no sólo una variedad de perspectivas sino también una gama de diferentes tipos de abandono. Adicionalmente, sostiene que ninguna definición puede captar en su totalidad la complejidad de este fenómeno, quedando en manos de los investigadores la elección de la aproximación que mejor se ajuste a sus objetivos y al problema por investigar.

Desde el punto de vista institucional todos los estudiantes que abandonan una institución de educación superior pueden ser clasificados como desertores; en este sentido, muchos autores asocian la deserción con los fenómenos de bajo rendimiento académico y retiro forzoso. Así, cada estudiante que abandona la institución crea un lugar vacante en el conjunto estudiantil que pudo ser ocupado por otro alumno que persistiera en los estudios. En este caso, la pérdida de estudiantes causa problemas financieros a las instituciones al producir inestabilidad en la fuente de sus ingresos.

La relación de la institución de educación superior con los estudiantes, la deserción es un problema que afecta otras relaciones como las del Estado con las instituciones de educación superior públicas, en el sentido del incumplimiento de las políticas y las metas sociales establecidas, generando al igual que en el caso anterior, pérdidas financieras. Otra relación que se ve afectada es la que se establece entre la familia y la institución de educación superior, en la que los costos sociales de la deserción pueden asociarse a la pérdida de productividad laboral derivada de la menor acumulación individual de capital humano. Esta pérdida se evidencia en la comparación del nivel de ingreso alcanzado por aquellos estudiantes que terminan su proceso de formación profesional y aquellos que no lo hacen.

Aun no es claro que todos los tipos de abandono requieran la misma atención o exijan similares formas de intervención por parte de la institución. Allí radica la gran dificultad que enfrentan las instituciones educativas con la deserción. El conocimiento de los diferentes tipos de abandono constituye la base para elaborar políticas efectivas con el fin de aumentar la retención estudiantil. Desde esta perspectiva, existen variables externas e internas que determinan la probabilidad de deserción de los estudiantes, siendo las más comunes las académicas y las socioeconómicas y las menos exploradas las individuales e institucionales.

Desde el punto de vista del sistema de educación superior, los abandonos que implican transferencias entre instituciones pueden no significar deserciones en el sentido riguroso del término, ya que sólo se trata de cambios efectuados al interior del sistema. En este sentido, sólo aquellas formas de abandono que significan a la vez el abandono del sistema formal de educación superior son consideradas como deserciones, y, en contraste, todos aquellos estudiantes que realizan transferencias interinstitucionales pueden entenderse como migrantes dentro del sistema. Desde este enfoque se destacan los trabajos realizados en Panamá (2001), México (1989), Argentina y Costa Rica (1984), en los cuales las crisis económicas se convierten en un determinante de la deserción de instituciones privadas hacia instituciones públicas y del abandono definitivo del sistema educativo.

De acuerdo con lo anterior, y al conjugar las definiciones de deserción dadas por Tinto (1982) y Giovagnoli (2002), se puede entender la deserción como una situación a la que se enfrenta un estudiante cuando aspira y no logra concluir su proyecto educativo, considerándose como desertor a aquel individuo que siendo estudiante de una institución de educación superior no presenta actividad académica durante dos semestres académicos consecutivos, lo cual equivale a un año de inactividad académica. En algunas investigaciones este comportamiento se denomina como "primera deserción" (first drop-out) ya que no se puede establecer si pasado este periodo el individuo retomará o no sus estudios o si decidirá iniciar otro programa académico. Esta es la definición que ha adoptado el Ministerio de Educación Nacional para la medición y seguimiento de la problemática.

A partir de tal definición se pueden diferenciar dos tipos de abandono en estudiantes universitarios: uno con respecto al tiempo y otro con respecto al espacio.

La deserción con respecto al tiempo se clasifica a su vez en:

- Deserción precoz: individuo que habiendo sido admitido por la institución de educación superior no se matricula.
- Deserción temprana: individuo que abandona sus estudios en los primeros semestres del programa.
- Deserción tardía: individuo que abandona los estudios en los últimos semestres.

Las características de la deserción son diversas debido a la pluralidad de estudiantes que acoge una institución de educación superior. Tales características son también irregulares dependiendo del momento en el cual se presentan durante la carrera. En este sentido, se podría decir que existen dos periodos críticos en los que el riesgo de deserción es más alto. El primero se da cuando el estudiante tiene el primer contacto con la institución y en el cual se forma las primeras impresiones sobre las características de la institución.

Esta etapa hace referencia al proceso de admisión y, por ejemplo, la falta de información adecuada y veraz del programa académico y de la institución al estudiante puede conducir a su deserción precoz (Tinto, 1982). El segundo se presenta durante los primeros semestres del programa cuando el estudiante inicia un proceso de adaptación social y académica al tener contacto directo con el ambiente universitario. En este momento, algunos no logran una buena adaptación o simplemente deciden retirarse por razones diferentes a aquéllas en las que la institución puede intervenir, presentándose la deserción temprana.

En este segundo periodo la formación de expectativas equivocadas sobre las condiciones de vida académica y estudiantil en el medio universitario, la falta de adaptación por parte del estudiante al ambiente institucional, la ausencia de compatibilidad entre sus intereses o preferencias y las exigencias de la vida académica, o simplemente la conclusión que completar los estudios universitarios no constituye una meta deseable, pueden conducir a decepciones que llevan a la deserción temprana (Tinto, 1982).

Adicionalmente, este periodo representa tanto para los estudiantes nuevos como para los de reingreso un proceso de ajuste que, en muchos casos, conlleva problemas que no todos son capaces de superar. Las dificultades para cumplir la transición a la educación superior acontecen no sólo en el típico estudiante que se traslada desde un pequeño colegio a una institución de educación superior grande, lo que puede implicar residir fuera del hogar, sino también en otros estudiantes para quienes la experiencia es completamente extraña. Esta situación puede involucrar a aquellos que pertenecen a minorías, a los extranjeros, a los que asisten a una institución de educación superior medio tiempo y a los de mayor edad, entre otros (Tinto, 1982).

En el periodo académico restante, es decir en los últimos años de la carrera, la deserción tiende a disminuir, ya que abandonar los estudios puede representar un costo de oportunidad muy alto en términos del conjunto de inversiones que el estudiante ha realizado hasta ese momento. Sin embargo, siempre habrá algunos estudiantes cuyas metas educativas son más limitadas o más amplias que las de la institución a la cual ingresaron. Para los alumnos con metas educativas restringidas, su actuación en la educación superior a menudo sólo implica acumular una cantidad determinada de créditos necesarios para certificaciones con fines profesionales o para lograr ascensos en el trabajo.

Para los estudiantes que trabajan, asistir a la universidad puede implicar el propósito de adquirir un conjunto de habilidades específicas requeridas por las tareas que desempeñan. Para ellos, completar un programa de pregrado puede no constituir un fin deseable ya que una corta asistencia a la universidad podría resultar suficiente para lograr sus metas (Tinto, 1982).

La deserción con respecto al espacio, por su parte, se divide en:

- Deserción institucional: caso en el cual el estudiante abandona la institución.
- Deserción interna o del programa académico: se refiere al alumno que decide cambiarse a otro programa que ofrece la misma institución de educación superior.

Otras investigaciones han involucrado gran cantidad de variables explicativas relacionadas con las condiciones socioeconómicas y el desempeño académico, encontrando por ejemplo que los estudiantes con menores ingresos al momento de iniciar sus estudios tienen mayores probabilidades de desertar, Montoya (1999), y que la retención de alumnos con padres de menor nivel de educación es muy baja, Porto, et al (2001).

Sin embargo, en términos generales y de acuerdo con la revisión de la literatura, se puede decir que existen más trabajos que destacan la perspectiva institucional y en los que los diferentes conjuntos de variables (institucionales, socioeconómicas, académicas y personales) son analizados de manera independiente y no como un conjunto de factores que determinan la decisión de desertar.

ENFOQUES PARA EL ANÁLISIS DE LA DESERCIÓN

Los aspectos psicológicos sobre la deserción estudiantil centran aspectos sobre la personalidad que es lo que hace la diferencia en que los alumnos logren sus objetivos. Uno de los primeros modelos que aparece en la literatura es el de Fishbein y Ajzen (1980). el cual postula la “Teoría de la Acción Razonada”, esto es, la “intención de tomar la acción” es determinada por dos factores: primero; “actitud hacia tomar la acción”, y segundo la “norma subjetiva. Los autores indican que son las intenciones de una persona son el resultado de sus creencias, las que influyen sobre sus actitudes y la llevan a manifestar un comportamiento. La intención es el resultado de la parte conductual de un individuo y por lo tanto es una función de su actitud hacia la conducta y de las normas subjetivas de que dispone acerca de ella. Fishbein y Ajzen señalan que la decisión de desertar o persistir en un programa de estudios se ve influida por las conductas previas, las actitudes acerca de la deserción y (o) persistencia y por normas subjetivas acerca de estas acciones, llevando a la conformación de una intención conductual, la que finalmente se traduce en un comportamiento propio. (figuraN° 2)

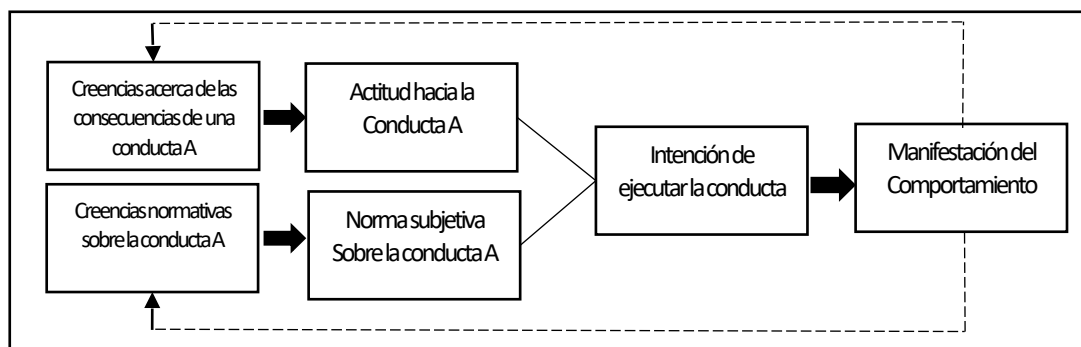


Figura 2. Modelo de Fishbein y Ajzen, 1975
Elaborado por: Investigador

El siguiente modelo que analiza la deserción estudiantil también desde el aspecto sociológico el modelo planteado por Spady, el cual incluye el dentro del ambiente académico al ambiente familiar, el cual menciona que es un aspecto que influye sobre el potencial académico y la congruencia normativa. Aparece la figura de apoyo de pares tiene los cuales a su vez tienen efecto sobre la integración social. Esta última influye sobre la satisfacción del estudiante con su inserción en la Universidad y contribuye a reafirmar su compromiso institucional. El inicio de esta perspectiva nace de la teoría del suicidio de Durkheim (1897/1951), la cual establece que el suicidio es el resultado de la ruptura del individuo con el sistema social por su imposibilidad de integrarse a la sociedad. Con esta base, Spady (1970) sugiere que la deserción es el resultado de la falta de integración de los estudiantes en el entorno de la educación superior.

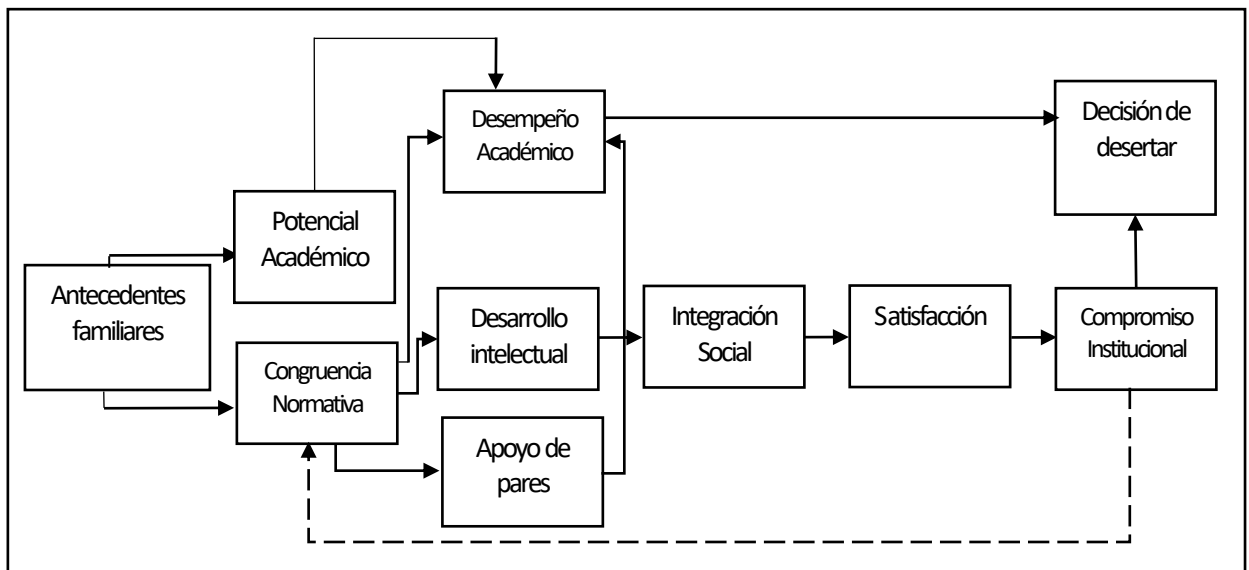


Figura 2. Modelo de Fishbein y Ajzen, 1975
Elaborado por: Investigador

El autor del modelo expuso que existe una gran probabilidad de la deserción se produzca por varias fuentes de influencia entre las cuales expone una relación directamente proporcional que deriva en un rendimiento académico insatisfactorio, bajo nivel de integración social y, por ende, de insatisfacción y compromiso institucional. Por el contrario, si los efectos van en dirección positiva y directamente con la situación inicial

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

De acuerdo a Braxton et al. (1997), y varios autores existen varios enfoques sobre el análisis de la deserción estudiantil son agrupados, dependiendo del énfasis que otorgan a las variables explicativas, ya sea individuales, institucionales o del medio familiar. La Bases para determinar los factores que inciden en la deserción estudiantil se realizó en función a las siguientes dimensiones

De esta manera es posible reconocer los siguientes enfoques:

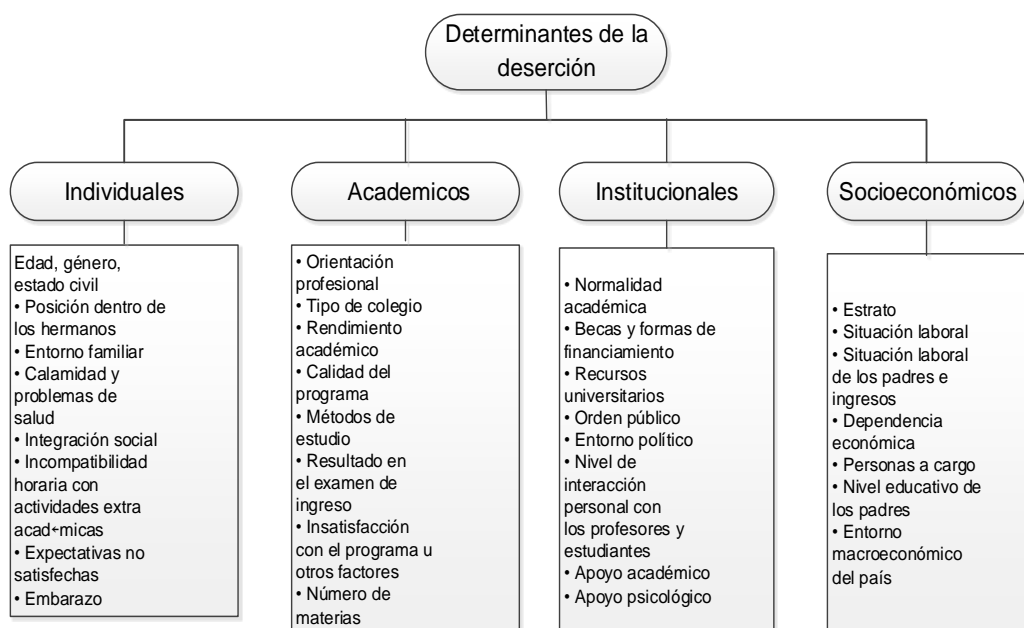


Figura 1. Bases para determinar los factores

MODELO DE DERTMINACION DE IMAGEN INSITITUCIONAL

La asociatividad de las variables en dimensiones enfoca hacia la imagen institucional, a través de un diagrama estructural (Arellano, 2012), se puede observar las interrelaciones que ellas tienen entre sí en favor de la universidad pública. Un modelo determinante para la determinación de la imagen institucional es el Engranaje Mercadológico Universitario ("EMU"), este modelo podría ser la propuesta a la metodología sistemática de la imagen universitaria, propuesta de investigación porque cada una de las variables identificadas encaja en cuatro dimensiones, que en el criterio de los actores encuestados determinan la imagen institucional (Herrscher, 2008)

El "EMU" hace encajar variables en 4 dimensiones, Desarrollo Sustentable y Sostenible, Calidad Educativa y Marketing Universitario, todas ellas, para poner en práctica la orientación de la deserción estudiantil "percibir, estudiar, analizar y reaccionar"; los clientes a través de sus opiniones dicen quiénes son, lo que valoran, lo que desean y cómo lo desean. (Casas, 2010). Un engranaje hace que sus componentes trabajen de manera coordinada, y todas ellas permiten que funcione un gran componente, en este caso llamado instituciones de educación superior públicas. Las variables establecidas se relaciona entre sí, su asociatividad apunta a tener un solo pensamiento estratégico, la satisfacción de sus usuarios internos y externos. (Cupani, 2012) (Marín, 2011).

En una institución educativa, y en todas la organizaciones empresariales en general, existen dimensiones (Ruedas), que abarcan un sin número de variables (Dientes) que encajan entre sí para hacer rodar o llevar hacia adelante el funcionamiento estratégico y operativo de una empresa, esto bajo un criterio analógico.

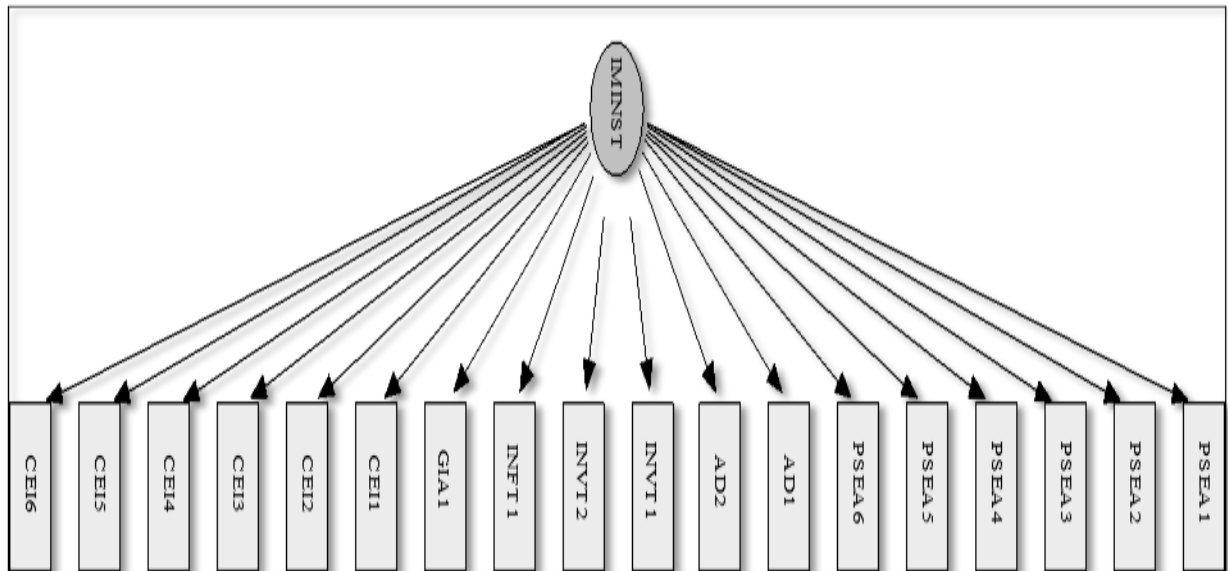


Figura N°2. : Diagrama estructural EMU
Elaborado por: Investigador

Las variables medidas en escala Likert son:

Dimensión

DSUSO = Desarrollo Sustentable y Sostenible (Riojas, Espejel y Ayala, 2013)

Variables o proposiciones

PSEA = Pertinencia Social Económica Ambiental

PSEA1 = Los profesionales politécnicos aportan al desarrollo y crecimiento empresarial y económico de Milagro.

PSEA2 = En las aulas se forman profesionales éticos y comprometidos con el buen vivir de la sociedad ecuatoriana.

PSEA3 = El desarrollo sustentable y sostenible de la carrera es abordado por los docentes en sus asignaturas.

PSEA4 = En las distintas carreras se entregan conocimientos técnicos y prácticos acordes a los requerimientos de la sociedad en general.

PSEA5 = Proyectos institucionales de vinculación e investigación son un espacio de aprendizaje colaborativo entre docentes y estudiantes a favor de la sociedad.

PSEA6 = Participación activa de estudiantes y docentes en redes universitarias, organismos estatales y la sociedad civil en programas de medio ambiente y sustentabilidad.

Dimensión

CEDUT = Calidad Educativa

Variables o proposiciones

AD = Academia y Docencia

INVT = Investigación

INFT = Infraestructura

GAI = Gestión Administrativa Institucional

AD1 = Los estudiantes y profesionales politécnicos son emprendedores, los docentes los motivan durante el proceso académico.

AD2 = La inestabilidad docente ocasional perjudica la academia, la investigación y la vinculación institucional.

INVT1 = Eventos técnicos científicos limitados en la carrera.

INVT2 = Los trabajos finales de graduación (Tesis de grado), son una fuente de generación de nuevos emprendimientos.

INFT1 = La infraestructura actual en aulas y laboratorios permite desarrollar actividades académicas, de investigación y de vinculación con eficiencia.

GIA1 = Los servicios administrativos son centralizados y burocráticos, gastan demasiado tiempo y papel en trámites de usuarios internos y externos. (CEAACES, 2013)

Dimensión

MKTUN = Marketing Universitario

Variables o proposiciones

CEI = Comunicación e imagen institucional

CEI1 = He sido encuestado/a de forma periódica en estudios de calidad percibida de los servicios institucionales.

CEI2 = Las y los docentes son ejemplo de personas y profesionales a seguir.

CEI3 = La comunicación institucional es eficiente, ésta minimiza conflictos con usuarios internos y externos.

CEI4 = Los profesionales politécnicos son referentes de calidad, proyectan un alto nivel de conocimiento especializado y practicidad de saberes.

CEI5 = Me siento segura/ro del prestigio y trayectoria académica y científica de la institución.

CEI6 = Me siento segura/ro de la calidad del servicio al cliente del personal administrativo.

Variables de aplicación

- NIVEL DE ESTUDIO
- ESTADO CIVIL
- LUGAR DE PROCEDENCIA
- LUGAR DE RESIDENCIA
- GRADO DE PREPARACIÓN DE LOS PADRES
- ACTIVIDAD LABORAL DE LOS PADRES
- FINANCIAMIENTO ECONÓMICO DE LA CARRERA
- DISPONIBILIDAD DE RECURSOS
- ESTUDIOS REALIZADOS ANTES DE ESCOGER LA CARRERA
- PARA ESCOGER LA CARRERA QUE VALORÓ
- LOS ASPECTOS ACADÉMICOS QUE PUEDEN INCIDIR PARA QUE LAS PERSONAS SE RETIREN
- EL NÚMERO DE ESTUDIANTES DISMINUYE A MEDIDA QUE SE DESARROLLA LA CARRERA POR ASPECTOS COMO

Hay una regla clara de juego para todas las universidades: no basta con tener clientes satisfechos, no basta con identificarlos o informarlos, lo que debemos hacer es “Deleitarlos”. En la metodología sistemática “EMU”, la marca es un reflejo, es decir, las instituciones de educación superior públicas deben buscar que sus usuarios internos se empoderen de las mismas, para que ellos sean los influenciadores, los unos en medios masivos tradicionales y tecnológicos, y los otros por vivencias propias y cercanías a los potenciales clientes, respectivamente. (Anzures, 2013).

Las estrategias están en la mente y en el corazón de cada uno de los miembros de la institución universitaria este concepto, se debe posicionar con fuerza estratégica y táctica para que los usuarios internos y externos vean a la Universidad (Pereira, 2015). Un engranaje hace que sus componentes trabajen de manera coordinada, y todas ellas permiten que funcione un gran componente, en este caso llamado instituciones de educación superior públicas. Las variables establecidas se relaciona entre sí, su asociatividad apunta a tener un solo pensamiento estratégico, la satisfacción de sus usuarios internos y externos. En una institución educativa, y en todas la organizaciones empresariales en general, existen dimensiones (Ruedas), que abarcan un sin número de variables (Dientes) que encajan entre sí para hacer rodar o llevar hacia adelante el funcionamiento estratégico y operativo de una empresa. (ver Figura N°. 3)



Figura N°. 3: Diagrama estructural EMU

Elaborado por: Investigador

El funcionamiento metodológico y sistemático de este mecanismo de engranajes debe ser evaluado, estudiado y valorado para que la imagen y los servicios institucionales siempre sean percibidos como referentes de calidad y de pertinencia económica, social y ambiental; siempre recordar que el objetivo final de la labor universitaria es apoyar de manera directa y eficiente en el desarrollo de los pueblos, no basta ser galardonado con premios locales, nacionales y mundiales, si las economías y el desarrollo social de las ciudades, las provincias y los países se estancan o avanzan a paso demasiado lento, todos los ciudadanos y empresarios tienen puesto sus miradas en el accionar universitario para tener transformaciones de fondo en el buen vivir de sus habitantes. El “EMU”: no solo mira el dintorno y el entorno de las organizaciones, va más allá, también involucra el contorno institucional, es decir, la respuesta a esta profunda pregunta, ¿Si no eres modelo en tu casa, cómo eres modelo en tu trabajo?, si somos distintos no podremos trabajar en equipo, todos los principios y valores declarados y que constan en papeles, al igual que leyes y procedimientos unámoslos en un propósito común, empecemos amar lo que somos y hacemos.

RESULTADOS

En esta investigación se presentan los principales resultados del seguimiento de la deserción estudiantil en una carrera de un centro de educación superior. Mediante el instrumento aplicado se conoce el perfil socio, familiar de los estudiantes. Las características ligadas a la deserción, tales como la situación socioeconómica, la metodología de aprendizaje, la calidad de los docentes y los recursos educativos. Ejercen una relación directa en el abandono de la carrera. Es necesario que se conozcan las causas de la deserción las mismas que tratadas adecuadamente permite la obtención de datos confiables y oportunos. Los estudiantes en su mayoría son de género femenino, provienen de diferentes partes del país. Jóvenes con edad entre los 18 y en algunos casos pasas de los 24 años. La deserción se provoca en los primeros niveles o semestres, cuando jóvenes y señoritas llegan a estudiar sin verdaderos motivos o pierden el interés con facilidad.

Problemas vocacionales, situación económica de sus familias, y rendimiento académico. La institución no cuenta con información detallada de los verdaderos inconvenientes que enfrentaron los estudiantes retirados para tomar la decisión. Los estudiantes plantearon la necesidad de

aumentar y mejorar la información sobre las carreras, no sólo a nivel de planes de estudios o mallas curriculares, sino también en forma especial, aquella relacionada con orientación vocacional. La información es importante, pero la orientación antes de postular es fundamental para disminuir brechas entre exigencias de las carreras y las competencias de los postulantes.

Aun después de ingresar a las carreras en las universidades, los estudiantes continúan requiriendo ayuda de orientación y apoyo psicológico, según destacaron en las entrevistas. Por el lado de los directivos universitarios, éstos reconocen que, en general, no existen estrategias de retención de alumnos vulnerables, ya que el énfasis de los registros está en el seguimiento del rendimiento académico, el cual se usa ocasionalmente para realizar seguimiento a los estudiantes con problemas académicos.

Pese a la mayor disponibilidad de antecedentes, esta información no es analizada directamente por los estudiantes, o no necesariamente la usan en sus decisiones de postulación. La información de los pares, amigos, y familiares tiende a ser un mecanismo de transmisión que utilizarían más frecuentemente. Estudiantes con menor apoyo de redes sociales, pertenecientes a los primeros quintiles de ingresos, dispondrían de menor información y orientación.

SITUACIÓN ECONÓMICA

La situación económica familiar puede determinar que los jóvenes dejen los estudios, a esto se agrega que las becas y créditos educativos no son de fácil acceso, debiendo optar por una preparación más corta o dedicarse a trabajar para auto sostenerse.

RENDIMIENTO ACADÉMICO

Los problemas de rendimiento académico puede ser consecuencia de una brecha entre las exigencias de la carrera, y la formación base adquirida en años anteriores a su ingreso a la educación superior. Estas brechas incluyen debilidades en contenidos, escasos hábitos de estudios, metodologías de enseñanza y aprendizaje comparadas con las de colegios, entre otras. Con la Ley de Educación Superior y su Reglamento, se determina que los estudiantes podrán matricularse por dos oportunidades en la misma materia en caso de no reunir el mínimo puntaje establecido; genera que anualmente un importante número de estudiantes abandonen la carrera en algunos casos antes de perder el semestre.

CONCLUSIONES

En el trabajo fue desarrollado para conocer algunos aspectos que puede incidir para que los estudiantes abandonen la carrera, entre los que se destaca los relacionados al estudiante el 61,1% provienen de cantones cercanos u otras provincias del país, lo que ocasiona que en algunos casos no se adapte a la ciudad y el ambiente institucional.

Los estudiantes que se encuentran solos o comparten la vivienda con amigos o en el mejor de los casos con parientes, afectivamente sienten un vacío emocional que también puede determinar la deserción.

Los recursos económicos disponibles a nivel de familia se convierten en el determinante de la continuidad en la carrera si se considera que el 74,1% dependen de los padres y hermanos, a esto se agrega aspectos académicos e institucionales como son el trato de los docentes.

La falta de orientación para la determinación de la carrera es algo que se evidencia cuando el 46,9% de los encuestados manifiestan que si tuvieran la posibilidad de cambiar de carrera lo realizarían.

No se cuenta con datos de los estudiantes retirados, aspectos como causas y situación actual tampoco se puede conocer, los encuestados aportaron con alguna información al respecto, La institución cuenta con el departamento de bienestar estudiantil y apoya a los alumnos en general, con los servicios de comedor, instalaciones deportivas, sistema de transporte, las comodidades en infraestructura y tecnología: son elementos que sirven para que estudiantes desarrollen su carrera con un buen ambiente académico, respaldados con una biblioteca especializada para cada carrera en donde el estudiante tiene acceso directo.

Para alumnos que llegan de otras provincias, e incluso de cantones es necesario que autoridades institucionales en coordinación con el gobierno estudiantil mantengan un programa de tutoría y monitoreo voluntario para los estudiantes nuevos, el mismo que les permitirá también cumplir con un indicador de acreditación de carrera.

El alumno monitor reportará periódicamente novedades y mantendrá comunicación con familiares de los estudiantes, esta información será un respaldo para autoridades, lo que permitirá establecer las verdaderas causas de la deserción. El proceso de adaptación es menos impactante y traumático. Apoya a que permanezcan en la carrera y se frene la deserción o pérdida de semestres.

BIBLIOGRAFÍA

Al Ries, Trout, J. (1992). *Posicionamiento*. México: Mc raw Hill.

Alcaide, J. (2010). *Fidelización de clientes*. Madrid: ESIC.

Aldaz, J. (2010). *Análisis factorial Confirmatorio*. Recuperado el 10 de noviembre de 2016, de http://www.uv.es/aldas/resources/Docencia/Seminario-UEX-Badajoz/1.Apuntes_AFC.pdf

Alicante, U. (8 de Abril de 2011). *Análisis Multivariante con SPSS. Reducción de Datos: Análisis de Componentes Principales y Factorial*. Recuperado el 25 de Enero de 2014, de <https://web.ua.es/es/lpa/docencia/practicas-analisis-exploratorio-de-datos-con-spss/practica-5-analisis-multivariante-con-spss-reduccion-de-datos-analisis-de-componentes-principales-y-factorial.html>

Alvarado, O. (2008). *Gerencia y Marketing Educativo*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.

Anzures, F. (2013). *El consumidor es el medio*. Bogota: Zetta Comunicadores.

APPOCH, A. d. (10 de Diciembre de 2011). *Ley Orgánica de Educación Superior*. Riobamba, Pichincha, Ecuador: APPOCH.

Aragón, I., Bonelly, R., Castañeda, C., Cavallazzi, M., Herrera, C., Kahane, S., Márquez, L., Martínez, S., Umaña, M. (2011). *Innovación en la investigación de mercados*. Bogotá: Alfaomega.

Arellano, J., Santoyo, M. (2012). *Investigar con mapas conceptuales procesos metodológicos*. Bogotá: Ediciones de la U.

Arriaza, M. (2006). *Guía práctica para el análisis de datos - AFAPA*. Córdoba: Odeagonal - ANDALUCIA.

Baños, M., Rodríguez, T. (2012). *Imagen de marca y product placement*. Madrid: ESIC.

Barroso, C. M. (1999). *Marketing Relacional*. Madrid: ESIC.

Bello, L. (Dirección). (2014). *Recodificar en la misma variable SPSS* [Película].

Boesch, M., & Hellweg, S. (2010). Identifying improvement potentials in cement production with life cycle assessment. . *Environ. Sci. Technol.*, 9143-9149.

Bolaños, S. D. (2011). *Constructivismo*. Recuperado el 20 de noviembre de 2013, de <http://constructivismo.webnode.es/autores-importantes/>

Briones, G. (Diciembre de 2002). *Epistemología de las ciencias sociales*. Recuperado el 20 de noviembre de 2013, de <http://www.insumisos.com/lecturasinsumisas/Epistemologia%20de%20las%20ciencias%20sociales.pdf>

Bunge, M. (1975). *Epistemología*. Montreal: McGill University.

Cadena, N. (2014). La Renovación de Riobamba. *Plan de Trabajo*, 26-54.

Carrascal, U. (2010). *Estadística descriptiva*. México DF: Alfaomega.

Casas, M. (2010). *Los modelos de ecuaciones estructurales y su aplicación en el Índice Europeo de Satisfacción del Cliente* . Recuperado el 26 de Diciembre de 2013, de <http://www.uv.es/asepuma/X/C29C.pdf>

CEAACES. (2013). Recuperado el 25 de Julio de 2016, de <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/modelo-generico-de-carreras-presenciales-y-semipresenciales/>

Comunidad Andina. (19 de 12 de 2013). *Parque Vehicular en la Comunidad Andina*. Obtenido de http://estadisticas.comunidadandina.org/eportal/contenidos/2454_8.pdf

Cruz, D., Hernández, A. (Diciembre de 2008). *Marketing social y universidad, reflexiones para su aplicación*. Recuperado el 25 de noviembre de 2013, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4786755.pdf>

Cupani, M. (2012). *Análisis de ecuaciones estructurales: conceptos, etapas de desarrollo y un ejemplo de aplicación*. Recuperado el 28 de Diciembre de 2013, de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/tesis/article/download/2884/2750>

De Andrés, J. (2011). *Marketing en empresas de servicios*. México DF: Alfaomega.

De la Torre, L. (2016). *Investigación de Mercados*. Perú: Macro EIRL.

Díaz, I., Barreiro, L., Hernández, A., Ferrer, M., León, R., Díaz, R., Calderón, L. (2010). *Estrategia Organizacional*. La Habana: Félix Varela.

Dos Santos, M. (24 de septiembre de 2015). *Análisis Factorial con SPSS*. Recuperado el 25 de marzo de 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=Vw_WZbibo28

Ecuador, T. C. (20 de Octubre de 2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador: Editora Nacioal.

Elizagarate, V. (2008). *Marketing de ciudades*. Madrid: ESIC.

Fayos, T. G. (2011). *Análisis y evaluación del servicio de formación universitaria*. Recuperado el 15 de 08 de 2015, de <file:///C:/Users/WILY/Downloads/Dialnet-AnalisisYEvaluacionDelServicioDeFormacionUniversit-4731369.pdf>

Ferrando, J. (2011). *Marketing en empresas de servicios*. México DF: Alfaomega.

FICEM. (2011). Recursos Alternativos en Colombia. *Taks Force de Co-procesamiento*, 10-32.

Gamarra, G., Wong, F., Rivera, A., Pujay, O. (2015). *Estadística e investigación con aplicaciones de SPSS*. Lima: San Marcos.

García, R., González, J., Jornet, J. (2010). *InovaMide SPSS transformar variables*. Recuperado el 26 de Diciembre de 2013, de Universidad e valencia: http://www.uv.es/innomide/spss/SPSS/SPSS_0104b.pdf

Gomez, E. (Junio de 2014). *Revista Caderno Profissional de Marketing Unimep* ISSN 2317 - 6466. Recuperado el 10 de Febrero de 2016, de <http://www.cadernomarketingunimep.com.br/ojs/index.php/cadprofmkt/article/view/17/26>

Gordon, D. (2005). *Diagnóstico del Manejo de los Residuos Peligrosos en el Ecuador*. Quito: Fundación Natura.

Hastings, H., Saperstein, J. (2010). *Mejorar el marketing ara crecer, entender las necesidades del Cliente*. Madrid: PROFIT.

Hernández, F. Z. (2010). *Revistalatinacs*. Recuperado el 05 de Agosto de 2015, de http://www.revistalatinacs.org/10SLCS/actas_2010/094_Zamora.pdf

Herrrscher, E. (2008). *Pensamiento sistémico*. Buenos Aires: GRANICA.

Hoyos, R. (11 de julio de 2008). *Modelo Integral de Marketing CASAR*. Recuperado el 25 de agosto de 2013, de <https://www.google.com.ec/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=modelo+CASAR>.

INEC. (2012). *Encuesta de Información Ambiental Económica*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Empresas_Privadas/Presentacion_Empresas.pdf

Iraurgi, I. (2009). *Evaluación de resultados clínicos I:*. Recuperado el 20 de agosto de 2013, de Norte de Salud Mental: file:///C:/Users/WILY/Downloads/Dialnet-EvaluacionDeResultadosClinicosI-4830140.pdf

Juan, M. (Dirección). (2015). *EQS- validación de constructos de segundo orden*. © UPV [Película].

Kotler, P. (2000). *Dirección de marketing*. Madrid: Prentice Hall.

Lagarinhos, C., & Tenório, J. (2008). *Tecnologías utilizadas para la reutilización, reciclaje y valorización energetica de aceites usados*. Brasilia: Ciencia y Tecnología.

Luque, T., Del Barrio, S. (2008). *Modelización de la imagen de la universidad desde la perspectiva del profesorado*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2013, de www.marketing-trends-congress.com

Manosalvas, C. Manosalvas, I. (21 de junio de 2015). *¿Como hacer mi Investigación Doctoral y de Maestría?* Recuperado el 10 de noviembre de 2015, de <http://investigaciondoctoralymaestria.blogspot.com/2015/06/que-es-y-para-que-sirve-el-alpha-de.html>

Marín, J. (Dirección). (2011). *Análisis factorial confirmatorio con EQS para validación de escalas*. © UPV [Película].

Martínez, J. C. (27 de septiembre de 2013). *Análisis de enfoques epistemológicos en tesis doctorales relacionadas con el marketing y el emprendimiento*. Recuperado el 20 de octubre de 2013, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4735072.pdf>

Martínez, J. M. (6 de Febrero de 2009). Recuperado el 28 de Agosto de 2013, de La percepción de la calidad en el sector de la mensajería urgente: <http://www.redalyc.org/pdf/2743/274320570001.pdf>

Martínez, J. M. (2009). ¿Qué es la percepción de la calidad del servicio? Nuevas aportaciones tras el uso de la introspección personal y subjetiva. *Revista Portuguesa de Marketing*, 35-44.

Mejía, D. (2 de Diciembre de 2013). <http://journal.poligran.edu.co/>. Recuperado el 15 de febrero de 2015, de Recompras de programas académicos en educación superior: los factores decisivos desde el marketing: <http://journal.poligran.edu.co/index.php/puntodevista/article/viewFile/483/435>

Méndez, C., Rondón, M. (2012). *Introducción al análisis factorial exploratorio*. Recuperado el 18 de diciembre de 2013, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80624093014>

México, U. (2 de Febrero de 2016). *Universia.net*. Recuperado el 10 de septiembre de 2016, de <http://noticias.universia.net.mx/cultura/noticia/2016/02/09/1136185/diferencias-desarrollo-sostenible-sustentable.html>

Mirete, A., García, F., Hernández, F. (14 de febrero de 2015). *Cuestionario para el estudio de la actitud, el conocimiento y el uso de TIC (ACUTIC) en Educación Superior. Estudio de fiabilidad y validez*. Recuperado el 15 de diciembre de 2015, de file:///C:/Users/WILY/Downloads/Dialnet-CuestionarioParaElEstudioDeLaActitudElConocimiento-5249496.pdf

Montenegro, E., González, C. (2013). *Análisis factorial confirmatorio del cuestionario "Enfoques de Docencia Universitaria"*. Recuperado el 18 de febrero de 2014, de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07052013000200014

Morales, O. R. (13 de marzo de 2012). *Redalyc.org*. Recuperado el 25 de septiembre de 2014, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36422801006>

Morales, P. (15 de septiembre de 2013). *El Análisis Factorial en la construcción e interpretación de tests, escalas y cuestionarios*. Recuperado el 15 de noviembre de 2014, de <http://web.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/AnalisisFactorial.pdf>

Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.

Pereira, J. (2015). *Mercadeo.com*. Recuperado el 15 de Enero de 2015, de <http://www.mercadeo.com/blog/2010/01/marketing-y-ted-levitt/>

Pérez, J., Chacón, S., Moreno, R. (2014). *Validez de constructo: El uso del análisis factorial exploratorio- confirmatorio para obtener evidencias de validez*. Recuperado el enero 25 de 2014, de <http://www.psicothema.com/psicothema.asp?id=601>

Pilar. (12 de Septiembre de 2016). *Ecuadorconsultas.com*. Recuperado el 19 de Octubre de 2016, de http://ecuadorconsultas.com/universidades-ecuador-listado-y-categorias/#Universidades_Categoria_B

Pilco, W. (2015). *La investigación de mercados como una disciplina estratégica*. Riobamba: ESPOCH/La Caracola.

PNUMA. (2012). Directrices técnicas sobre el coprocesamiento ambientalmente racional de los desechos peligrosos en hornos de cemento. *Convenio de Basilea*, (pág. 62). Basilea. Obtenido de Directrices técnicas sobre el coprocesamiento ambientalmente racional de los desechos peligrosos en hornos de cemento.

- Prettel, G. (2012). *Marketing a su alcance*. Bogotá: Universidad Autónoma de Occidente.
- Ramírez, R. M. (2010). *Ramírez - Educación Superior y Sociedad - Iesalc*. Recuperado el 25 de marzo de 2014, de Transformaciones en la Educación Superior Ecuatoriana: Antecedentes y perspectivas futuras como consecuencias de la nueva constitución política: <http://ess.iesalc.unesco.org.ve/index.php/ess/article/view/371>
- Riojas, J. B. (2013). *Indicadores para medir la Contribución de las Instituciones de Educación Superior a la Sustentabilidad*. Guanajuato: Universidad de Guanajuato.
- Robles, P., Rojas, M. (14 de Febrero de 2015). *La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada*. Recuperado el Diciembre de 2015, de Universidad de Nebrija, Madrid: <http://www.nebrija.com/revista-linguistica/la-validacion-por-juicio-de-expertos-dos-investigaciones-cualitativas-en-linguistica-aplicada>
- Rodriguez, E. (noviembre de 2005). *Revista Psicológica científica.com* . Recuperado el 12 de enero de 2014, de Estadística y psicología: Análisis histórico de la inferencia estadística: <http://www.psicologiacientifica.com/estadistica-y-psicologia/>
- Ruí, M., Pardo, A., San Martín, R. (2010). *Modelos de ecuaciones estructurales*. Recuperado el 15 de diciembre de 2013, de <http://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/1794.pdf>
- Saldaña, J. (1999). *Mercadotecnia para instituciones educativas - E-journal - UNAM*. Recuperado el 20 de agosto de 2013, de <http://www.ejournal.unam.mx/rca/192/RCA19206.pdf>
- San Martín, S. S. (2 de Julio de 2014). *Variables definitorias del perfil del profesor/ra universitario/ria ideal desde la perspectiva de los estudiantes pre universitarios/as*. Recuperado el 25 de marzo de 2015, de <http://www.redalyc.org/pdf/706/70630580010.pdf>
- SENPLADES. (2014). *PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013-2017*. Recuperado el Mayo de 2014, de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Serrano, C., Gutierrez, B. (2004). *Análisis factorial*. Recuperado el 10 de febrero de 2015, de <http://ciberconta.unizar.es/LECCION/factorial/FACTORIALEC.pdf>
- Sierra, R. (1995). *Tesis Doctorales y trabajo de Investigación Científica*. Madrid: Paraninfo.
- Stevenson, J. (1981). *Estadística para administración y economía*. Nueva York: Harper& Row, Publishers, Inc.
- Supo, J. (2012). *Seminarios de Investigación*. Recuperado el 11 de noviembre de 2016, de www.SeminariosDeInvestigacion.com: <https://clasesenblog2.files.wordpress.com/2012/08/investigacioncuanti.pp>
- Trout, J., Rivkin, S. (1995). *E. nuevo posicionamiento*. Connecticut: Trout & Partners.
- TULS. (2015). Texto Unificado de Legislación Secundaria. En D. P. Hugo, *Reforma del libro VI de Texto Unificado de Legislación Secundaria* (págs. 3-53). Quito.
- UNESCO. (16 de Febrero de 2011). *Nomenclatura para e campo de las ciencias y las tecnologías*. Recuperado el 25 de marzo de 2014, de <http://www.et.bs.ehu.es/varios/unesco.htm>
- Vásquez, E. (2013). *Gestión de marketing en la educación superior*. Ambato: Mendieta.
- Vásquez, M. (2011). Recuperado el 20 de Agosto de 2013, de El proceso de construcción de marca en las instituciones de educación superior (universidades) de Manizales : <http://www.bdigital.unal.edu.co/4699/>

Verdugo, C. (23 de Septiembre de 2015). Medición de sostenibilidad en tres ciudades del Ecuador Quito, Guayaquil, Cuenca con aplicación comparativa a las principales ciudades del mundo. Riobamba, Chimborazo, Ecuador: Derechos ESPOCH.

Verdugo, M. (5 y 6 de junio de 2008). Recuperado el 8 de Noviembre de 2016, de Metodología en la investigación sobre discapacidad. Introducción al uso de las ecuaciones estructurales: file:///C:/Users/WILY/Desktop/VI_SimposioCientificoSaid.pdf

Verdugo, M., Crespo, M., Badia, M., Arias, B. (2008). *Metodología en la investigación sobre discapacidad. Introducción a uso de las ecuaciones estructurales*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2013, de http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/82465/1/VI_SimposioCientificoSaid.pdf#page=76

Viñán, A. (2015). *Medición de la calidad de la educación superior institucional desde la perspectiva de satisfacción del estudiante Caso: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*. Veracruz, México: Universidad Veracruzana.

Waleska, M. C. (agosto de 2013). Recuperado el 15 de diciembre de 2014, de Un enfoque de marketing de relaciones a la educación como un servicio: aplicación a la Universidad de Valencia: <http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/37201/087259.pdf?sequence=1&isAllowed=y>