



**PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL ECUADOR**

SEDE ESMERALDAS

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO

TÍTULO DEL TRABAJO

Demanda de matrícula en establecimientos educativos que ofrecen bachillerato técnico en comercio y administración en el año lectivo 2014-2015

Tesis de grado previo a la obtención del título de Magíster en Ciencias de la Educación

Línea de investigación: Gestión docente

Autora:

Licda. MILENIS VILELA QUIÑÓNEZ

Asesora:

MSc. Mónica Tarira España

Esmeraldas, Ecuador

Noviembre 2015

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento de los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de Magíster en Ciencias de la Educación.

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

TEMA:

DEMANDA DE MATRÍCULA EN ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS QUE OFRECEN BACHILLERATO TÉCNICO EN COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN EN EL AÑO LECTIVO 2014-2015.

Autora:

Licda. Milenis Vilela Quiñónez

Mgt. Mónica Tarira España f.....
DIRECTORA DE TESIS

PhD Haydeé Ramírez Lozada f.....
LECTOR 1

Mgt. Julia Moreno Sotto f.....
LECTOR 2

Mgt. Mercedes Sarrade Peláez f.....
Coordinadora de Posgrado

Ing. Maritza Demera Mejía f.....
Secretario general PUCESE

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Milenis Vilela Quiñónez, portadora de la cédula de ciudadanía 0801019720 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de MAGISTER EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Milenis Vilela Quiñónez
C.I. 0801019720

CERTIFICACIÓN

Yo, Lic. Mónica Tarira MSc. en calidad de Directora de Tesis, cuyo título es:
“DEMANDA DE MATRÍCULA EN ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS QUE OFRECEN BACHILLERATO TÉCNICO EN COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN EN EL AÑO LECTIVO 2013-2014”.

Certifico que las sugerencias realizadas por el Tribunal de sustentación Privada de Tesis, han sido incorporadas al documento final, por lo que autorizo su presentación ante el Tribunal de la tesis.

.....
Mgt. Mónica Tarira España
Directora del Tesis

DEDICATORIA

Este esfuerzo personal quiero dedicarlo con mucho afecto a todos y cada uno de los miembros de mi familia que en todo momento me han brindado su apoyo incondicional.

Han sido ellos los que en el transcurso del tiempo han estado prestos a motivarme para cumplir con esta etapa de superación en el campo educativo.

Igualmente agradezco a mis compañeros y amigos que de una u otra forma han estado a mi lado para con sus palabras de aliento orientarme a la consecución de esta maestría

AGRADECIMIENTO

A Dios, Supremo Hacedor de todas las cosas que me ha dado salud y vida para culminar esta carrera universitaria.

A mi querida familia que permanentemente han estado a mi lado para con su apoyo llevarme a la culminación de este nuevo esfuerzo profesional.

A la PUCESE y cada uno de sus docentes que en el proceso académico me entregaron sus conocimientos para culminar la Maestría.

A la Lic. Mónica Tarira MSc. Por su acertada tutoría en la ejecución de esta tesis.

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis tuvo la finalidad de analizar la evolución y demanda de matrícula en los establecimientos educativos que ofrecen bachillerato técnico en comercio y administración de la ciudad de Esmeraldas en los colegios Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel, durante el año lectivo 2013 – 2014. La investigación descriptiva llevada a cabo permitió revisar a profundidad las causas que generaron la poca demanda de matrícula en las instituciones educativas señaladas. El análisis y la síntesis lograron condensar los aspectos relevantes del tema investigado, la elaboración del marco teórico y la información recopilada a través de las encuestas realizadas a las autoridades, profesores, estudiantes y padres de familia de las instituciones educativas investigadas; así como también la contrastación de los antecedentes de investigación con los resultados obtenidos y los procesos investigativos sistemáticos permitieron llegar a las conclusiones de que los cambios curriculares frecuentes, falta de promoción institucional, no contar con recursos tecnológicos, desmotivación de los aspirantes al bachillerato son las causantes del problema; recomendándose la necesidad de implementar un plan integral de marketing a más de las políticas promocionales particulares del Bachillerato Técnico en Comercio y Administración en cada uno de los establecimientos indicados.

EXECUTIVE SUMMARY

This thesis was intended to analyze the evolution and demand for enrollment in educational institutions that offer technical degree in business and administration of the city of Esmeraldas in schools Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Esmeraldas and Enrique Suárez Night Pimentel, during the school year 2013 - 2014. The descriptive research carried out allowed the dep ofthe causes that generated little demand for tuition at designated educational institutions. The analysis and synthesis permitted to condense the relevant aspects of the subject matter, the development of the theoretical framework and the information gathered through surveys to the authorities, teachers, students and parents of the educational institutions investigated; as well as the testing of the antecedetents research with results and systematic investigative processes allowed to reach the conclusions that frequent curriculum changes, lack of institutional promotion and not to have technological resources, motivation of candidates for the baccalaureate are the cause of the problem; recommending the need to implement a comprehensive marketing program, apart from the promotional policies of the Commerce and Administration in each of the establishments indicated.

PALABRAS CLAVE

Demanda de Matrícula, Establecimientos Educativos Bachillerato Técnico en Comercio, Administración y Servicios.

KEYWORDS

Application for Registration, Educational Establishments Technical, Bachelor of Commerce, Administration and Services.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenidos	Pág.
Portada _____	ii
Tribunal de graduación _____	iii
Declaración de autenticidad y responsabilidad _____	iv
Dedicatoria _____	v
Agradecimiento _____	vi
Resumen ejecutivo _____	vii
Executive Summary _____	viii
Palabras clave _____	ix
Índice de contenidos _____	x
Introducción _____	xiv
Capítulo I	1
1. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN _____	1
1.1. Antecedentes del Estudio _____	1
1.2. Fundamentación Teórica Conceptual _____	4
1.2.1. Demanda de matrículas en el bachillerato técnico _____	4
• Establecimientos educativos _____	4
• Descripción de la demanda en años anteriores _____	8
• Factores que afectan la demanda _____	9
1.2.2. Bachillerato Técnico en comercio y administración _____	12
• Objetivo del Bachillerato _____	15

• Perfil profesional_____	15
• Campo de aplicación laboral_____	16
• Enfoque pedagógico y social del Bachillerato Técnico en Comercio y Administración._____	18
1.2.3. Oferta y publicidad del bachillerato técnico_____	20
• Marketing_____	20
• Tipos de marketing_____	21
• Plan de marketing_____	22
1.3. Fundamentación Legal_____	24
Capítulo II _____	26
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN _____	26
2.1. Métodos utilizados_____	27
2.2. Población _____	27
2.3. Técnicas e instrumentos_____	28
2.4. Procedimientos para la obtención de datos_____	28
2.5. Información Primaria y Secundaria_____	29
2.6. Reglamentos y Normas aplicadas en la investigación_____	30
Capítulo III _____	32
3. NÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS _____	32
3.1. Análisis cuantitativo y cualitativo de los resultados de la investigación de campo_____	32
3.2. Análisis de la información_____	32
3.3. Discusión de resultados_____	65

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES _____	69
Conclusiones_____	69
Recomendaciones_____	71
Propuesta alternativa _____	72

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro N° 1 Bachillerato técnico en administración, Matriz de distribución de horarios _____	14
Cuadro N° 2 Perfil final del Bachillerato Técnico_____	16
Cuadro N° 3 Muestra_____	28
Cuadro N° 4 Matrícula últimos años_____	64

ÍNDICE DE GRÁFICOS

		Pág.
Gráfico I	Causas de la baja demanda de matrículas _____	33
Gráfico II	Nueva propuesta curricular _____	34
Gráfico III	Promoción para captar matrícula _____	35
Gráfico IV	Causas de la baja demanda de matrículas _____	36
Gráfico V	Propuesta para incrementar matriculas_____	37
Gráfico VI	Aplicar propuesta para mejorar demanda de matrícula	38
Gráfico VII	Demanda de matrícula según los docentes_____	39
Gráfico VIII	Causas que generan disminución de demanda de matricula_____	40
Gráfico IX	Nueva propuesta curricular y demanda de matrícula	41
Gráfico X	Promoción para captar matrículas para bachillerato técnico_____	42
Gráfico XI	Causas que han motivado la baja demanda de matrícula_____	43
Gráfico XII	Condiciones con que cuenta el colegio _____	44
Gráfico XIII	Acciones para mejorar la demanda de matrícula ____	45
Gráfico XIV	Propuesta alternativa para mejorar la demanda de matrícula _____	46
Gráfico XV	Participación en propuesta para mejorar la demanda de matrículas _____	47
Gráfico XVI	Condiciones con que cuenta el colegio _____	48
Gráfico XVII	Causas para baja la demanda de matrícula en el colegio _____	49
Gráfico XVIII	Nueva propuesta curricular motiva la falta de matrícula en el colegio _____	50
Gráfico XIX	Ha sido adecuada la promoción de la oferta educativa del colegio_____	51
Gráfico XX	Causa para la baja demanda de matrícula _____	52
Gráfico XXI	Condiciones con que cuenta el colegio _____	53
Gráfico XXII	Acciones de autoridades del colegio _____	54

Gráfico XXIII	Es necesaria la propuesta de promoción en el colegio	55
Gráfico XXIV	Disminución de demanda de matrículas en el colegio	56
Gráfico XXV	Causas de baja demanda de matrículas en el colegio	57
<hr/>		
Gráfico XXVI	Reforma curricular ha ocasionado baja demanda de matrículas_____	58
Gráfico XXVII	Promoción para captar matrículas en el colegio_____	59
Gráfico XXVIII	Condiciones con que cuenta el colegio_____	60
Gráfico XXIX	Acciones de las autoridades del colegio _____	61
Gráfico XXX	Necesidad de una propuesta para la demanda de matrículas_____	62
Gráfico XXXI	Participación en la propuesta del colegio_____	64

Pág.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS _____	81
Glosario _____	83

ÍNDICE DE ANEXOS

		Pág.
Anexo N° 1	Encuesta a autoridades _____	86
Anexo N° 2	Encuesta a docentes _____	88
Anexo N° 3	Encuesta a estudiantes_____	90
Anexo N° 4	Encuesta a padres de familia_____	92

INTRODUCCIÓN

Los planes y programas de estudio serán actualizados conforme lo establecen los estándares aceptados internacionalmente, incorporados los avances científicos, tecnológicos en la humanidad, así como las innovaciones que ocurran en los procesos educativos.

Asimismo, las modalidades y carreras que ofrezcan los colegios con bachillerato técnicos serán congruentes con la demanda del profesional técnico y calificado del país, de tal forma que los egresados encuentren empleo adecuadamente remunerados.

De la misma manera se debe garantizar igualdad de oportunidades para todos y todas, dado que el campo de educación superior ha sido reproductor y no transformador, en sentido progresista, de la estructura de clases (SENPLADES 2008 p.114).

Por ende, preocupa que de forma progresiva vienen disminuyendo los estudiantes en las aulas de estos prestigiosos establecimientos, cuando el entorno de desarrollo de la capital y provincial necesita de los conocimientos de estos bachilleres para el manejo de las pequeñas y medianas empresas PYMES que se instalan con objetivos de emprendimiento positivos para el desarrollo socioeconómico de la comunidad esmeraldeña que de manera igual demográficamente en los últimos cincuenta años ha triplicado su población.

Lo anterior permite delimitar, como problema de investigación: *Demanda de matrícula en establecimientos educativos que ofrecen bachillerato técnico en comercio y administración en el año lectivo 2014-2015*, que no logran mantener la población estudiantil.

OBJETIVO GENERAL

Diagnosticar la evolución y demanda de matrículas en los establecimientos educativos que ofrecen bachillerato técnico en comercio y administración.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar las condiciones técnicas, administrativas de los colegios que ofrecen bachillerato técnico.
- Crear estrategias que permitan elevar y mantener las matrículas de los estudiantes actuales en los establecimientos educativos.
- Diseñar un plan de marketing educativo que contribuya a incrementar la matrícula en los colegios de bachillerato técnico.

Para realizar esta investigación se ha utilizado el paradigma cuantitativo - cualitativo el que ha regido la investigación descriptiva, se han analizado las causas y consecuencias del poco incremento de matrícula en las instituciones investigadas. Autores como Babbie (1979), Selltiz et al (1965) identifican tres tipos de investigación: exploratoria, descriptiva y explicativa, Dankhe (1986) propone cuatro tipos de estudios: exploratorios, descriptivos, correlacionales y experimentales. Hay quienes prefieren denominar estos últimos, estudios explicativos en lugar de experimentales pues consideran que existen investigaciones no experimentales que pueden aportar evidencias para explicar las causas de un fenómeno.

Para el efecto los métodos empleados han sido: inductivo, que facilitó el descubrimiento de la problemática de los colegios que ofrecen bachillerato técnico, partiendo de los hechos particulares hasta las conclusiones y soluciones generales del conocimiento. El deductivo permitió partir de los datos recopilados de las fuentes bibliográficas para generalizarlos a otras

instituciones que se encuentren en las mismas circunstancias que motivaron la investigación contrastando con la información referencial de los antecedentes de este estudio. Los métodos inductivos y deductivos tienen objetivos diferentes y podrían ser resumidos como desarrollo de la teoría y análisis de la teoría respectivamente. Los métodos inductivos están generalmente asociados con la investigación cualitativa mientras que el método deductivo está asociado frecuentemente con la investigación cuantitativa. (Pita Fernández, 2002) p.7

La importancia de esta investigación estriba en la necesidad de que procesos educativos como el bachillerato técnico en comercio y administración no deben desaparecer en los establecimientos educativos objeto de este trabajo, y que se estima habrán muchos en la provincia y el país, a los cuales concurren estudiantes de estratos sociales y económicos bajos y que al término de este bachillerato pueden tener las competencias y conocimientos adecuados para ingresar al mundo del trabajo y la producción, que no sólo los beneficie a ellos sino a toda la comunidad Esmeraldeña, en este caso.

Se llegó a las conclusiones y recomendaciones que dan paso como corolario de esta investigación a formular una Guía Integral de Marketing a efecto de que estimule la demanda de los servicios de estas instituciones educativas.

Este trabajo ha sido estructurado de la siguiente manera: Capítulo I que comprende el marco teórico de la investigación antecedentes del estudio y la fundamentación teórica conceptual. Capítulo II desarrolla la metodología de la investigación, en que se explican los métodos utilizados, la caracterización del lugar de la investigación y la población y muestra para efectos de la investigación primaria o de campo que involucró a los directivos, profesores, estudiantes y padres de familia de los colegios objetos de estudio y el Capítulo III, corresponde al análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a la muestra señalada en el capítulo anterior; se incluyen las conclusiones y recomendaciones, y la propuesta alternativa: una guía de marketing para la posible solución del

problema planteado. Siguiendo las directrices de esta investigación metódica concluye este informe con las referencias bibliográficas, el glosario y los anexos.

La propuesta plantea una guía de marketing educativa que fija estrategias para, a través de los diferentes medios al alcance de las instituciones educativas, promocionar el bachillerato técnico en comercio y administración a nivel interno de los establecimientos y en los décimos años de los centros educativos de educación general básica de mayor influencia.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes del estudio

Al respecto, sobre la educación técnica en Latinoamérica, pocos son los estudios que se han realizado en relación a la demanda de matrículas en instituciones educativas del nivel básico o bachillerato; destacándose la investigación desarrollada en el Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Comercio y Administración, sección de estudios de posgrado e investigación, Unidad Santo Tomás, con el tema: “El poder interno de la organización sobre la gestión en las instituciones de educación media tecnológica”. (Cerecedo Mercado, 2004). Este estudio fue realizado para obtener el grado de doctor en ciencias con especialidad en Ciencias Administrativas.

La investigación determinó que en los institutos de bachillerato medio superior, a partir de los años 90, se presenta una marcada disminución de la matrícula en la educación técnica terminal, pese al incremento en el número de establecimientos y la demanda del mercado laboral; a pesar de que según la investigación, se cuenta con una diversidad de procedimientos para el ingreso o acceso a la Educación Media Superior Técnica Mexicana. Se recomienda, en su momento que para el aumento de la demanda a este bachillerato se deben incrementar medidas de difusión y equidad en la admisión, para que puedan ingresar quienes lo deseen considerando evidentemente su perfil.

Otra de las investigaciones que se destacan es la desarrollada en El Salvador, Centroamérica, en la Universidad de Oriente, Facultad de Ciencias Económicas, bajo el tema: “Diseño de un programa de comunicación integral de marketing, que contribuya a estimular la demanda de los servicios que ofrecen las instituciones de educación”. (Cruz Pérez & Mayorga S, 2009).

La investigación se realiza con el objetivo de contribuir a través de un programa de comunicación integral de marketing a estimular la demanda de los servicios que ofrece el Centro de Formación en Ciencias Comerciales de la ciudad de San Miguel; estudio que determinó la importancia y necesidad de poner en práctica un programa de marketing que se dirija a promocionar las carreras técnicas que oferta el centro de formación en Ciencias Comerciales a fin de mejorar la demanda de matrículas de estudiantes y poder satisfacer la necesidad ocupacional del entorno.

A nivel nacional, en lo relacionado a la demanda de matrículas para el bachillerato técnico en Comercio y Administración, no se han desarrollado investigaciones al respecto, pero se destaca el interés de las autoridades gubernamentales y ministeriales, en atender a los sectores poblacionales de bajos recursos con la creación de nuevos establecimientos educativos que desarrollen el proceso educativo con calidad y calidez, principalmente en la educación técnica, porque se resuelve a través de acuerdo ministerial : “CREAR el Colegio Replica “VICENTE ROCAFUERTE” ubicado en el sector Colinas de la Florida, parroquia Urbina Tarqui, ciudad de Guayaquil, para que labore con 8°, 9° Y 10° años de educación básica, en jornada matutina y 1° año común, 2° y 3° año del bachillerato en ciencias, especializaciones de Físico Matemáticas, Químico- Biológicas y Sociales y del Bachillerato técnico en Comercio y Administración, especialización Informática, en jornada vespertina, a partir del periodo lectivo 2011- 2012. Ecuador. Ministerio de Educación (2011). Resolución Ministerial N° 095-11: Creación Replica Colegio Vicente Rocafuerte. Esto demuestra que existe preocupación del estado ecuatoriano para satisfacer la demanda de matrículas en el bachillerato técnico, en este caso de un sector de la ciudad de Guayaquil.

No se encontró más información a nivel nacional y local de estudios e investigaciones relacionadas con el tema propuesto en la investigación desarrollada, o que tengan relación de forma directa con la demanda de

matrículas para el bachillerato técnico, que pudiera haber servido como referente teórico en el estudio.

Las observaciones previas realizadas en los centros educativos de Bachillerato Técnico a nivel local revelan un bajo nivel en la demanda de matrículas, como se puede apreciar en las cuatro instituciones educativas de la ciudad de Esmeraldas.

El colegio “5 De Agosto” desde el año de 1947, labora en forma completa con seis cursos de bachillerato técnico en la especialidad de comercio y contabilidad con la finalidad de formar peritos contadores. Siendo uno de los más antiguos de Esmeraldas formador académico y espiritual de la juventud. Para el año lectivo 2013-2014 cuenta con cuatro paralelos y un total de 99 estudiantes. (PEI, Colegio Cinco de Agosto, 2012 - 2016)

El Colegio de Señoritas “Eloy Alfaro”, desde 1963 viene educando en beneficio de la colectividad esmeraldeña, preparando jóvenes de muchas generaciones que hoy aportan al desarrollo socio-económico de esta sociedad. En 46 años de ardua labor ha tratado de mejorar la oferta académica y desde entonces se logró la creación del post bachillerato en la especialidad de contabilidad bancaria, carrera que dio oportunidades a los estudiantes para mejorar su preparación. Cada año el número de estudiantes va disminuyendo, es así que en el año lectivo 2013-2014 cuenta con tres paralelos con un total de 59 estudiantes. (PEI. Colegio Eloy Alfaro. 2012 - 2016)

El Colegio “Nocturno Esmeraldas”, otro de los colegios antiguos en ser formadores de profesionales al servicio del país, en el año lectivo de estudio cuenta con 98 estudiantes. (PEI. Colegio Nocturno Esmeraldas, 2011 – 2016)

El Colegio “Enrique Suárez Pimentel”, antes Colegio Nuevos Horizontes. Esta unidad educativa creó la especialidad en el año 2000 donde se inició con 4 paralelos y a medida que avanza el tiempo en vez de aumentar el número de estudiantes en la especialidad disminuye, para el año lectivo 2013-2014 cuenta con dos paralelos con 50 estudiantes. (PEI. Colegio Enrique Suárez Pimentel, 2013 - 2017)

Estos antecedentes determinan la necesidad de realizar un estudio de la demanda de matrícula en establecimientos educativos que ofrecen bachillerato técnico en comercio y administración a fin de encontrar las estrategias oportunas para que en el caso de los establecimientos seleccionados para este estudio no desaparezca este bachillerato que mucha oportunidad de trabajo dio a los egresados y que es necesaria la participación de estos hombres y mujeres cuando el estado apunta al emprendimiento en razón de la formación de medianas y pequeñas empresas que generen trabajo y solucionen el problema socioeconómico por el que atraviesa la gran mayoría de las familias esmeraldeñas.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICO CONCEPTUAL

Teóricamente la investigación consideró los siguientes aportes conceptuales.

1.2.1. Demanda de matrículas en el bachillerato técnico

- **Establecimientos educativos**

Bachillerato general unificado de la LOEI

El Ministerio de Educación del Ecuador, a partir del año 2012 dio inicio en el régimen costa el Bachillerato General Unificado, que en sus expresiones manifiesta: “Es el nuevo programa de estudios creado por el Ministerio de Educación (MinEduc) con el propósito de ofrecer un mejor servicio educativo

para todos los jóvenes que hayan aprobado la Educación General Básica (EGB).”

“El BGU tiene como triple objetivo preparar a los estudiantes:

- (a) para la vida y la participación en una sociedad democrática,
- (b) para el mundo laboral o del emprendimiento, y
- (c) para continuar con sus estudios universitarios.

En el BGU, todos los estudiantes deben estudiar un grupo de asignaturas centrales denominado *tronco común*, que les permite adquirir ciertos aprendizajes básicos esenciales correspondientes a su formación general. Además del tronco común, los estudiantes pueden escoger entre dos opciones en función de sus intereses: el Bachillerato en Ciencias o el Bachillerato Técnico.

Los que opten por el Bachillerato Técnico también adquirirán los aprendizajes básicos comunes del BGU, y además desarrollarán las competencias específicas de la figura profesional que hayan elegido.

Los objetivos generales del Bachillerato General Unificado se los ha formulado en cuatro grandes dominios de aprendizaje: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir juntos y aprender a ser; dirigidos en última instancia a apoyar el desarrollo general de los y las adolescentes y jóvenes entre 16 y 18 años. (Ministerio de Educación, 2011)

Bachillerato técnico

Un Bachiller técnico es aquel que posee los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes que garantizan: su incorporación exitosa al mundo laboral, su acceso competitivo a la educación superior y el fortalecimiento de sus bases para un desempeño integral en su vida personal, social y profesional.

Otras definiciones:

El Bachillerato Técnico es una opción del Bachillerato General Unificado (Art. 43 LOEI), que los estudiantes pueden elegir para recibir una formación

técnica en la figura profesional que seleccionen. En este bachillerato los educandos, además de las asignaturas del Tronco Común, estudian los módulos formativos técnicos, para lo cual la malla curricular establece una carga horaria mínima de 10 períodos semanales en el primer curso, 10 en el segundo y 25 en el tercero (Art.34 Reglamento General a la LOEI).

Bachillerato en Comercio y Administración, especialidad Contabilidad. Bachillerato que brinda educación con un enfoque teórico – práctico, se da preferencia al segundo aspecto, permite al bachiller integrarse con facilidad al mundo laboral o continuar con sus estudios superiores , siendo capaces de: aplicar conceptos, normas, leyes y reglamentos fundamentales vigentes de las ciencias administrativas; como medio de conocimiento para comprender, analizar, informar y tomar decisiones adecuadas y oportunas en el mundo de los negocios, utilizando la tecnología informática con honestidad y responsabilidad. (Arias, 2005) p. 32

En las definiciones anteriores es notorio que la oferta de capacitación es el resultado de la necesidad de preparar al egresado en competencias que e integren al mundo del trabajo, como también pueda continuar sus estudios superiores al término del Bachillerato Técnico, y específicamente en el de comercio y administración.

En la LOEI vigente se explica que la oferta formativa en la opción de Bachillerato Técnico contempla carreras en áreas técnicas, artesanales, deportivas y artísticas, que entregan una preparación más especializada a los estudiantes para ingresar al mercado laboral o para desarrollar actividades de emprendimiento social o económico, además de permitirles el ingreso a cualquier carrera universitaria; se desarrolla durante los tres años del Bachillerato, con una carga horaria semanal de 10 períodos en el primer año, 10 en el segundo y 25 en el tercero, el tronco común tiene las Asignaturas de primer año de Bachillerato General Unificado, en donde los estudiantes pueden optar por Bachillerato en ciencias o Bachillerato Técnico.

Los estudiantes del Bachillerato Técnico, además del tronco común, deben cumplir con 10 períodos académicos semanales para desarrollar los módulos de formación técnica correspondientes a cualquiera de las figuras reconocidas por el Ministerio de Educación que sean ofertadas en la institución educativa. Tendrán 45 períodos académicos semanales en cada año.

El currículo del componente de formación técnica del Bachillerato General Unificado se sustenta en un diseño curricular basado en competencias laborales, entendidas como “un conjunto de conocimientos y capacidades que permiten el ejercicio de la actividad profesional conforme a las exigencias de la producción y el empleo”. Este diseño es coherente con el asumido por el Ministerio de Educación para la construcción del currículo del tronco común, el cual está orientado al desarrollo de destrezas con criterios de desempeño. (Ministerio de Educación, 2011)

En el Bachillerato Técnico el diseño curricular se orienta a una formación técnica con enfoque a entregar a los egresados, haberes cognitivos y competencias que les permitan optar por el ejercicio en la actividad profesional en concordancia con el emprendimiento y la producción que les permita laborar en el área del comercio y administración.

La estructura curricular de este bachillerato es modular, basado en competencias, incluye módulos formativos, asociados a las unidades de competencia, de carácter básico o transversal, de formación y orientación laboral (FOL), y de formación en centros de trabajo (FCT). Para la organización curricular se ha establecido que los módulos de formación técnica se desarrollarán en los 3 años del BGU, en los tiempos establecidos dentro de su estructura; esto es, 10 períodos en el primer año, 10 en el segundo y 25 en el tercero.

Particularmente, con los fines ya establecidos en el nuevo bachillerato técnico, los módulos formativos tienen diferentes requerimientos de carácter didáctico, que dependen de su complejidad, extensión y características

propias de la formación técnica que abarcan. Según estos requerimientos, los módulos formativos pueden ser asumidos por uno o más profesores, lo cual también depende de los recursos con que cuenta la institución educativa (profesores, espacios educativos equipados, etc.).

Adicionalmente, debido al tratamiento especial que merecen ciertos aspectos curriculares deben tomarse en cuenta los siguientes módulos: de Dibujo Técnico Aplicado, de Formación y Orientación Laboral (FOL), y de Formación en Centros de Trabajo (FCT).

Disposiciones trascendentes que permiten formar al estudiante del bachillerato técnico en todas las especialidades establecidas, en que incluye la de Comercio y Administración, de manera integral y con las competencias necesarias para poder integrarse al mundo del trabajo o si prefiere continuar con los estudios superiores a efecto de profesionalizarse en carreras relacionadas apropiadamente con su especialidad técnica. (Ministerio de Educación, 2011).

- **Descripción de la demanda de matrículas en el bachillerato técnico de Comercio y Administración en los años anteriores**

Como problema de esta investigación se determinó la falta de demanda de matrículas en el bachillerato técnico, y específicamente en el de comercio y administración en los colegios “Cinco de Agosto”, “Eloy Alfaro” Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel de la ciudad de Esmeraldas, en los cuales en el año lectivo anterior, objeto de este estudio, el número total de estudiantes entre los cuatro colegios de 346 estudiantes en los tres años del bachillerato técnico en Comercio y administración, que ha motivado la preocupación no sólo de las autoridades y docentes de estos establecimientos educativos sino de la colectividad que observa que las profesiones que sí son requeridas, pese a los sistemas informáticos que han desplazado al talento humano, por el desarrollo aunque lento pero sostenido que tiene la ciudad en la implementación de pequeñas y medianas empresas, las PYMES, para satisfacer las necesidades de una población que tiene un desarrollo poblacional también sostenido año a año, como lo

determinan los censos de población recientes. La demanda de matrículas en este bachillerato, definitivamente ha disminuido.

- **Factores que afectan la demanda de matrículas en el Bachillerato Técnico en Comercio y Administración de la ciudad de Esmeraldas**

Sin que existan estudios previos por parte de las instituciones educativas señaladas en esta investigación, del Ministerio de Educación, pero como resultado de la observación que permitió formular el problema, se han determinado los factores que afectan la demanda de matrículas año a año para ingresar a los colegios de Bachillerato Técnico en comercio y administración:

- Las constantes reformas que se han dado en los últimos veinte años en los diferentes niveles de la educación ecuatoriana tratando de mejorar la calidad, venida a menos; en el bachillerato técnico, en un período de tiempo se abaló el bachillerato polivalente, se lo reformó, se aplicaron nuevas reformas en cuanto a sus diferentes nuevas especializaciones, hasta el día de hoy en que a fin de cambiar la infraestructura económica del Estado ecuatoriano con proyección hacia el futuro se aplican nuevas reformas de mejoramiento al bachillerato técnico en general.
- El proceso tecnológico y uso de las tecnologías de Información y comunicación (TIC's), hicieron que con la utilización de softwares de sistemas contables de administración, se dejó de lado al talento humano, dando paso a la sistematización contable e inclusive de pago de imposiciones a través del Internet, como sucede al momento con el servicio de Rentas Internas (SRI), que antes lo ejecutaban precisamente los bachilleres técnicos en comercio y administración, a través de oficinas de declaración de impuestos, al igual que otras operaciones administrativas y contables en las dependencias del Estado, el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (PYMES). La sistematización y tecnología ha dejado de lado las actividades de los bachilleres técnicos en

contabilidad y administración en las operaciones bancarias que hoy se realizan por Internet.

- Las nuevas ofertas de bachillerato, implementadas como resultado de necesidad del entorno, así, el turismo por ejemplo, que se proyecta como una opción de desarrollo de la ciudad y provincia de Esmeraldas, aunque así no ha sucedido para la gente residente, sino para quienes con fuertes capitales han instalado la infraestructura hotelera en los principales centros turísticos, el talento humano de bachilleres técnicos en comercio y administración no tiene poder ocupacional.
- Aunque el ingreso a las universidades se ha restringido por el proceso de selección, ha motivado que los estudiantes, al ingresar al antes nivel medio, prefieran los bachilleratos en ciencias, con la opción a continuar sus estudios universitarios atendiendo las nuevas proyecciones, que aunque exigentes del Estado ecuatoriano, aseguran su futuro profesional.
- Es notable cómo la falta de promoción por parte de las instituciones educativas fiscales que ofertan bachillerato técnico en comercio y administración, por falta de iniciativa o de recursos económicos no han emprendido en campañas de promoción a través del marketing para captar estudiantes, mejorando la demanda de matrículas a este bachillerato técnico.

Falta de promoción del Bachillerato Técnico

Señalado anteriormente y en este siglo de la comunicación e información, ninguna actividad del hombre puede desarrollarse si no se aplica aunque elementalmente una opción de marketing o promoción de lo que se vende, se oferta, se propone.

En el campo administrativo y promocional de la educación, si bien es obligación del Ministerio de Educación hacer lo que corresponde a los

bachilleratos que oferta, es también cierto que las instituciones educativas a cargo de estos bachilleratos, interna o externamente, deben y pueden hacer promoción de lo que ofrecen como política educativa institucional. Deben incluirse campañas o programas de promoción a través de los organismos internos y con los recursos que la autogestión pueden proporcionar, pues se estima que todo lo que beneficie a los procesos educativos puede hacerse, contando naturalmente con el visto bueno de la autoridad educativa superior y la comunidad educativa. Este estudio al final plantea una propuesta de Promoción del bachillerato técnico en comercio y administración para los establecimientos objeto de investigación a fin de contribuir para que mejore la demanda de matrículas.

Oferta y publicidad del Bachillerato Técnico en comercio y administración

La oferta publicitaria del bachillerato técnico en comercio y administración en las instituciones en las que se ha realizado esta investigación, no ha tenido ni tiene mayor trascendencia por las limitaciones presupuestarias que las instituciones del estado tienen para el efecto, ya que a más del conocimiento que se tienen al interior de cada una de ellas, que lo realizan las autoridades y profesores, no se han hecho autogestiones para mejorar la calidad educativa y desde luego aumentar el nivel de matrícula .

Son evidentes las limitaciones presupuestarias para este efecto, inclusive en alguna de estas instituciones de bachillerato técnico, por no tener una mayor aceptación en la comunidad esmeraldeña, son poco influyentes en la decisión de los estudiantes que al término de la educación general básica, pueden seguir este bachillerato.

Se considera en parte esta falencia una de las razones, resultado de la observación, para la disminución de demanda de matrícula en el bachillerato técnico en comercio y administración, presentada en los colegios de este bachillerato estudiados, que evidentemente dependen de las políticas

institucionales de promoción de su oferta educativa y que es lo que se pretende corregir con los resultados de este trabajo investigativo a través de la oferta alternativa que se propone al final.

1.2.2. Bachillerato Técnico en Comercio y Administración

Se dedica a una educación con un enfoque de desempeños, enfrenta aprendizajes técnicos orientados primordialmente a la formación profesional y sus estándares de calidad están dados por los niveles de competencias profesionales que logren de los estudiantes. Utiliza un currículum de competencias para lograr bachilleres técnicos polivalentes y bachilleres técnicos con especialización. (LOEI, 2012)

El bachillerato técnico persigue la formación, en los jóvenes adolescentes, de competencias profesionales respecto de los desempeños futuros en el espacio social de actuación del estudiante (prosecución de estudios y trabajo), respecto de instrumentaciones de gran utilidad y de desarrollo personal y social.

De conformidad con la Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI), el Bachillerato Técnico tiene un enfoque de especializaciones puntuales hacia adentro de cada uno de los sectores y subsectores económicos, mantiene la dimensión de cada uno de los sectores económicos o de la combinación de los subsectores que lo componen y su perfil se dirige a los siguientes ámbitos, que definen sus características:

En el desarrollo intelectual:

- Es un ser humano apto para la experimentación científica.
- Tiene interés por la introspección
- Posee pensamiento apasionado e intransigente
- Posee intereses específicos y permanentes
- Tiene una cultura de las interrogaciones a nivel crítico y argumentativo
- Aplica razonamientos lógicos a problemas y conceptos abstractos
- Demuestra interés lógico e intuición racional

- El proceso de desarrollo intelectual queda definitivamente constituido.

En lo instrumental:

- Ejerce funciones del lenguaje materno, en todas sus expresiones.
- Ejerce las funciones del lenguaje matemático en lo fundamental y general y en lo específico como lenguaje técnico y tecnológico.
- Utiliza socialmente una segunda lengua de uso generalizado
- Utiliza la computación como tecnología de apoyo a sus demandas educativas y sociales

En lo Técnico-Profesional:

- Comprende los conceptos de las ciencias experimentales que fundamentan las tecnologías de su línea técnico-profesional.
- Domina los procedimientos técnicos de su línea de especialidad
- Domina técnicas y procedimientos de conservación del medio ambiente en relación con la tecnología.
- Posee capacidad para emprender actividades económicas, de forma individual, asociada, en dependencia o autónoma.

En el desarrollo personal-social:

- Posee una amplia cultura respecto de las relaciones económico-sociales, de frente al tiempo y al espacio.
- Posee desarrollo de las actitudes necesarias para la convivencia pacífica y en democracia.
- Posee desarrollo de sus aptitudes y las orienta según sus inclinaciones
- Posee una cultura básica respecto de lo estético.
- Posee desarrollo físico general acorde con su edad y específico relacionado con su especialidad de estudio y su desarrollo futuro.

En la relación con el mundo del trabajo:

- Posee experiencia inicial de desempeños técnicos en ambientes concretos de trabajo.
- Posee relaciones iniciales de índole laboral con espacios sociales concretos de trabajo.

En el desarrollo afectivo social:

- Construye relaciones de amistad exclusivas.
- Experimenta alejamiento del círculo familiar.
- Se encuentra en permanente búsqueda de originalidad.
- Tiene necesidad de analizar críticamente sus pensamientos y emociones
- La madurez sexual le plantea nuevas exigencias de satisfacción sexual.
- El grupo le sirve para la identificación y la discusión.
- Estabiliza interés, motivaciones, puntos de vista, convicciones morales
- Demuestra capacidad para enjuiciar críticamente las condiciones de vida que influyen sobre él y participar en la transformación de la sociedad en que vive.

Cuadro N° I

**BACHILLERATO TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN
MATRIZ DE DISTRIBUCION HORARIA**

AÑOS	1		2		3	
CURSOS	Q1	Q2	Q1	Q2	Q1	Q2
ÁMBITO INSTRUMENTAL:						
Lenguaje y Comunicación	5	--	5	--	--	--
Matemáticas	6	--	6	--	--	--
Computación	--	5	--	5	3	--
Inglés	5	5	5	5	5	5
ÁMBITOTÉCNICO- PROFESIONAL:						
Secretariado Integral	10	10	7	6	6	4
Secretariado Ejecutivo	--	6	--	7	8	10
Contabilidad	8	8	8	8	8	8
	--	-	3	3	4	4

Gerencia						
ÁMBITO DESARROLLO PERSONAL-SOCIAL:						
Geografía del Ecuador	--	3	--	--	--	--
Historia del Ecuador	--	--	--	3	--	--
Realidad Nacional	--	--	--	--	3	--
Cívica	--	--	--	--	--	3
Educación Ambiental	--	--	--	--	--	3
Valores	3	--	3	--	--	--
Cultura Física	3	3	3	3	3	3
TOTAL	40	40	40	40	40	40

Fuente: Ministerio de Educación, BGU, Técnico (2012)

Responsable: Milenis Vilela Quiñónez

Objetivos del bachillerato

A más de los objetivos que rigen la educación de manera general en cuanto al Bachillerato General Unificado, se especifica para los Colegios de Bachillerato Técnico lo siguiente:

- Contribuir al desarrollo económico y social,
- Procurar mejora de las condiciones de vida de los habitantes de su entorno inmediato.
- Fortalecer los sistemas locales de producción, a través de la promoción de una cultura del trabajo y el emprendimiento productivo sustentada en el conocimiento, la tecnología y la agregación de valor. (Ministerio de Educación, 2011)

La proyección de estos objetivos se encamina a formar cognitiva y tecnológicamente a los egresados para su desempeño ocupacional en el campo laboral correspondiente para un mundo de competitividad en el que la capacidad de participación en su entorno está relacionada con las

competencias adquiridas durante los años del bachillerato técnico y sus aptitudes personales, lo que le permitirá mejorar las condiciones de vida personales y de toda la comunidad a través de un desempeño eficaz y eficiente al contribuir a la productividad y al emprendimiento como metas definitivas para solventar los problemas socioeconómicos actuales, coincidentes desde todo punto de vista con lo que señalan las disposiciones del Ministerio de Educación con lo que reza la Constitución del 2008.

Perfil profesional

Sin ninguna novedad y de conformidad al perfil general del bachiller técnico, el de Comercio Administración y/o Servicios y dadas las necesidades de desarrollo humano que presenta el perfil inicial del alumno y que se aprecian tanto en las condiciones generales como en aquellas de vinculación con el trabajo, la nueva propuesta del BGU Técnico del MinEduc. ha elaborado el siguiente perfil de salida para el bachiller, en términos de competencias, en el que se destacan los enriquecimientos realizados por los directivos y profesores de los colegios técnicos de la red participante en los talleres de validación de la propuesta que orienta este perfil profesional.

Lo que ha motivado hablar de un bachillerato técnico en comercio y administración que, con enfoque de polivalencia, forme talentos humanos en las áreas de secretariado, contabilidad, administración y/o servicios, el mismo que se concreta en el siguiente cuadro.

Cuadro Nº 2
Perfil final del Bachiller Técnico

ÁMBITO	COMPETENCIAS
INSTRUMENTAL	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Utiliza adecuadamente el lenguaje <input type="checkbox"/> Posee pensamiento lógico, algorítmico y categorial <input type="checkbox"/> Utiliza programas de computación

	<input type="checkbox"/> Lee y habla en inglés
TÉCNICO - PROFESIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Domina las técnicas secretariales <input type="checkbox"/> Domina los procedimientos y técnicas contables <input type="checkbox"/> Gerencia empresas de la línea de su especialidad
DESARROLLO PERSONAL-SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Explica acontecimientos sociales, culturales, económicos y políticos <input type="checkbox"/> Practica valores sociales y positivos para el trabajo <input type="checkbox"/> Practica cultura física de forma preventiva
RELACIÓN CON EL MUNDO DEL TRABAJO	<ul style="list-style-type: none"> • Posee experiencia directa en ambientes concretos de trabajo <input type="checkbox"/> Posee relación inicial con empresas empleadoras

Fuente: Ministerio de Educación, BGU, Técnico (2012)

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Campo de aplicación laboral

Debido a la situación geográfica de la ciudad de Esmeraldas y por ser el primer puerto petrolero marítimo del Ecuador, su desarrollo laboral debería ser más acelerado, su crecimiento no se ha producido pese al aporte profesional e intelectual de sus habitantes, que cuentan con dos universidades locales y extensiones de algunas de carácter nacional y quienes hasta la fecha han egresado como bachilleres técnicos comerci, de acuerdo a las nuevas reglamentaciones de este bachillerato, laboran en diversas entidades empresariales, especialmente comerciales, industriales, de servicios, y otros.

El campo laboral para el desempeño del bachiller técnico de la especialidad Comercio, Administración y Servicios es el lugar donde se va a desempeñar con fluidez y eficiencia en las diversas áreas específicas en el ámbito administrativo y contable específicamente como auxiliares de este proceso, en sectores como empresas públicas o privadas, formando parte de un equipo de trabajo, aplicando los conocimientos para obtener y registrar datos contables, estadísticos y financieros como:

- Hacer asientos en los registros o libros de contabilidad.
- Efectuar cálculos.
- Realizar costos de producción.
- Calcular los salarios a pagar partiendo de los registros de horas trabajadas por cada trabajador.
- Realizando pagos y cobros.

Acciones que deben ser desarrolladas muchas veces en las PYMES que no cuentan con servicios informáticos, por lo que la opción del egresado en el bachillerato técnico en comercio y administración se dirige al desempeño importante en actividades como:

Auxiliar contable.- El auxiliar contable se encarga del registro y es encargado en el sistema de ciertos movimientos contables de la empresa, libro, caja, registro de ventas, registro de compras, planillas, trámites tributarios, etc. en casi todos los establecimientos del área comercial e instituciones públicas de la ciudad.

Cajero.- El cajero se encarga de recibir y cobrar dinero por los servicios dados a los clientes, para ello posee un software cuyos requerimientos son básicamente de rapidez en la atención permanente al público. Para este efecto son las instituciones bancarias las que dan cabida a los bachilleres de esta especialización.

Recepcionista.- La recepcionista se encarga de la atención al público dando información sobre todos los servicios que brinda la empresa y también digitar en el sistema informático y mantener en orden los datos de los clientes, de manera preferente, en los hoteles, complejos turísticos y recreacionales que cuentan con servicio informático contable.

Bodeguero.- Es el encargado de la organización y control de la bodega de materiales, tiene funciones específicas que cumplir como recibir los materiales, almacenarlos y entregar los materiales requeridos para la fabricación de los productos de la empresa, y otros afines a sus

conocimientos y que amerite su capacidad y preparación personal y actitud de contribuir al desarrollo empresarial e institucional. Pese a la carencia de empresas productoras de artículos o insumos, esta actividad puede tener cierta opción ocupacional.

Funciones que viniendo desarrolladas en las nuevas opciones de ocupación laboral del bachiller técnico están muy cerca de la realidad de la ciudad y provincia de Esmeraldas en vista de que los empleadores procuran tener un solo talento humano en el que se concentren todas las capacidades y competencias señaladas para evitarse el pago de otros empleados. En todo caso la malla curricular propuesta para este bachillerato los prepara para diferentes ámbitos ocupacionales en los que pueden participar exitosamente,

Enfoque pedagógico y social del Bachillerato Técnico en Comercio y Administración.

El ámbito administrativo de las pequeñas, medianas y grandes empresas PYMES, ha cobrado en la actualidad una importancia significativa, pues los niveles de competitividad de aquellas también dependen de los niveles de eficiencia y de flexibilidad en los desempeños que el Talento Humano que laboran en dicho ámbito demuestren.

Dadas las nuevas orientaciones organizativas del trabajo, la tecnología y aplicación de las tecnologías de información y comunicación, TIC's. que responden a la necesidad de que el egresado del bachillerato técnico en comercio y administración, individualmente, se enfrenten a un conjunto de responsabilidades que tradicionalmente han estado en manos de varias personas, se justifica y tiene las competencias para hacerlo. Se hace necesario, también en este ámbito, enfrentar los retos que una formación polivalente demanda y que al momento está contemplado en la reforma de este bachillerato vigente sin que esté explícita, pero si orientada en cuando a su concepción curricular y el enfoque pedagógico correspondiente.

Si visitamos una mediana empresa organizada administrativamente, comprobaremos que el ejercicio de funciones de secretariado, recepción,

contabilidad y de administración recaen sobre una misma persona, realidad observable no solamente en organizaciones de tamaño mediano y pequeño sino también en las grandes. Deberá tomarse en cuenta que las condiciones de las organizaciones que responden a satisfacer necesidades locales, exigen con mayor propiedad que su escaso número de talento humano que está a su servicio, en el ámbito administrativo, posea conocimientos, competencias y capacidad para ejercer los tres o más tipos de funciones señaladas.

Para comprobar la veracidad de su demanda basta con revisar los anuncios de requerimientos de trabajadores poseedores de competencias duales o de polivalencia en Secretariado, Contabilidad, Administración que, en realidad, también asumen responsabilidades administrativas en esos ámbitos, ya sea sobre sí mismo y sobre otros.

Dadas estas condiciones reales del trabajo en las áreas de apoyo, hay necesidad de proporcionar, a una misma persona formación, al menos en las tres áreas que ahora están consideradas independientes en los colegios técnicos: secretariado, contabilidad y administración. Así, los criterios de competencia y competitividad entre las instituciones de educación técnica, que no cuentan con el suficiente reconocimiento social frente a las que sí lo han conseguido, van a variar, pues se las trabajarán en mejores condiciones de oportunidad.

Por otro lado, con este enfoque de formación, se estaría contribuyendo a mejorar la eficiencia interna de dichas instituciones y, lo que es más importante, frente a las condiciones actuales de formación de recursos humanos en el país, se contribuiría a mejorar su eficiencia externa entendida como la consecución de mejores índices de inserción inmediata de sus graduados en el mundo del trabajo, mejores índices de sostenibilidad en el trabajo, mejores posibilidades de movilidad laboral, calidad de las empresas y de las responsabilidades encomendadas al graduado.

Por tanto, es pertinente hablar de un bachillerato en comercio y administración que, con enfoque de polivalencia, forme talento humano en las áreas de contabilidad y administración tomando como referencia la nueva proyección del bachillerato técnico polivalente, haciendo que de acuerdo al medio sea de comercio y administración, que solo requiere la ciudad y provincia de Esmeraldas, para que se pueda solventar el problema que ha motivado esta investigación referente a la poca demanda de matrículas en este bachillerato en los colegios que ofertan: Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Enrique Suárez Pimentel y Nocturno Esmeraldas.

1.2.3. Oferta y publicidad del bachillerato técnico

- **Marketing.-** De manera general se considera marketing al conjunto de actividades humanas dirigidas a facilitar y realizar intercambios que beneficien al oferente y al cliente; en otras palabras son aquellas actividades destinadas a satisfacer las exigencias del consumidor mediante un producto o servicio de calidad.

Para Philip Koller y Gary Armstrong (2012) autores del Libro "Fundamentos de Marketing! El concepto de marketing es: "una filosofía de dirección de marketing según la cual el logro de las metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y de los deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores" (Kotler, 2008) p.21

Según Francisco Gómez Rondón: "Es el Estudio o Investigación de la forma de satisfacer mejor las necesidades de un grupo social a través del intercambio con beneficio para la supervivencia de la empresa". (Gómez Rendón, 2010) p. 29

Según Francisco Gómez Rondón: "El proceso de planificación, ejecución, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales". (Gómez Rendón, 2010) p. 29

Según William Stanton (2001) "Se considera marketing al conjunto de técnicas utilizadas para la comercialización y distribución de un producto entre los diferentes consumidores".

En estos conceptos se analizan dos aspectos importantes: la satisfacción de necesidades y el intercambio con beneficios, en este proceso la sola satisfacción de necesidades no puede alcanzar el éxito del producto y/o servicio, ya que pueden aparecer otras necesidades, o el solo intercambio con beneficio tiene éxito en un inicio pero con el tiempo el producto o servicio ya no es requerido porque los consumidores buscarán otros satisfactores con mejor calidad y costo. Se hace necesario para que se logre el éxito que una empresa requiere el equilibrio entre las dos ideas básica del marketing para satisfacer las necesidades del consumidor.

Si consideramos que la educación es una empresa en que el producto es la preparación de los estudiantes en la aplicación del marketing promocional de las políticas educativas en cuanto a la entrega de bachilleratos, como es el presente estudio, requerirá de un soporte sistemático y concreto de acciones que mejoren la demanda de matrículas en el Bachillerato Técnico en Comercio y Administración.

- **Tipos de marketing**

Considerando que el marketing se orienta a la relación de entrega de productos y/o servicios y la satisfacción del usuario o cliente los tipos son variados, para efectos de este estudio, se enumera algunos: márketing de productos masivos, de servicios, bancario, industrial, directo, Internacional, global, político, relacional, deportivo, empresarial, y podríamos agregar marketing educativo. Todos y cada uno con sus propias características pero orientados a que lo que se oferta tenga la acogida de los usuarios. Las estrategias igualmente varían en razón del entorno empresarial o institucional, del producto o servicio que se oferta y de los usuarios o consumidores a los que se dirige. (Kotler, 2008) p. 29

- **Plan de marketing**

Un plan de marketing comienza de la misma forma, haciendo un esfuerzo por comprender la situación, ganar visibilidad en todo lo relativo al propio negocio y detectar oportunidades y amenazas a tiempo, para lo cual es necesario plantearse previamente una investigación a dos niveles, externo e interno, que se puede llevar a cabo de la siguiente forma:

A) Análisis de situación (Kotler, 2008) p.36

A.1. Tendencias de mercado:

- Políticas de viaje corporativas.
- Tendencias de negocio locales.
- Previsiones económicas

A.2. Crecimiento de mercado:

- Histórico (en los últimos cinco años).
- Previsión a corto – medio plazo.
- Previsión a largo plazo.

A.3. Factores macroeconómicos:

- Políticos.
- Económicos.
- Sociales.
- Tecnológicos.

B) Análisis interno (Kotler, 2008) p. 36

B.1. Análisis DAFO:

- Fortalezas: estrategia, estructura, capacidades, personal, valores, fuerza de marca o reputación, por ejemplo.
- Debilidades: estrategia, personal, forma de trabajar, sistemas, orientación tecnológica o instalaciones, entre otros.
- Oportunidades: de mercado, en relación con proveedores o que tengan que ver directamente con los clientes y su idiosincrasia.
- Amenazas: barreras de entrada al mercado, competidores, alternativas al producto o servicio ofrecido, aspectos legales o factores económicos.

B.2. Análisis histórico: (Kotler, 2008) p. 36

- Nivel de servicio.
- Precios.
- Canales de distribución y/o ubicaciones.
- Promociones y ofertas.

B.3. Análisis de la competencia: (Kotler, 2008) p.39

- Producto y/o servicio.
- Calidad.
- Selección.
- Precio.
- Reputación.
- Visibilidad.
- Servicio postventa.
- Experiencia.
- Estabilidad.

Los lineamientos señalados anteriormente son los esenciales para la elaboración de un plan de Marketing; en tratándose de aplicarlo en las instituciones educativas objeto de este estudio: colegios Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimental habrá de ajustarse a los elementos con que se cuente.

El análisis interno previo a su aplicación habrá de realizarse en los colegios señalados con la participación de los involucrados: directivos, docentes, estudiantes y padres de familia.

La publicidad con el cliente es fundamental y hay que cuidarla, porque, hoy en día, todos comunican la sonrisa de la recepcionista, el vestido de un profesor, el orden de las aulas, la limpieza del patio, el tema con el que hablan los profesores, la manera de atender el teléfono, todo absolutamente todo, está hablando el centro educativo, de sus características y su forma en que se trabaja se relacionan o aprenden sus alumnos.

Un pequeño descuido y la imagen del centro educativo se pueden ver perjudicados. De ahí la importancia de cuidar con su excelencia el trato y todo aquello que intervengan en la proyección de la imagen del colegio, de puerta para dentro y también hacia fuera. Lemesoff (2009)

1.3. Fundamentación Legal

Legalmente la investigación se fundamentó en la Ley Orgánica de Educación Intercultural Bilingüe (LOEI), y en su Reglamento.

Ley Orgánica de Educación Intercultural Bilingüe. Art. 43, literal b): Bachillerato Técnico...”además de las asignaturas del tronco común, ofrecerá una formación complementaria en áreas técnicas, artesanales, deportivas o artísticas, que permitan a las y los estudiantes ingresar al mercado laboral e iniciar actividades de emprendimiento social o económico”...

Más explícito es el reglamento de la ley mencionada: que en el Capítulo IV del Bachillerato; Art. 33, sobre el bachillerato técnico respecto a la especialización sostiene:....”Los estudiantes que aprueben el primero y segundo curso del Bachillerato Técnico pueden cambiar su opción de estudios o inscribirse en el Bachillerato en Ciencias para el curso siguiente. Sin embargo, los estudiantes que se encuentren inscritos en Bachillerato en

Ciencias no pueden cambiar su opción de estudios a Bachillerato Técnico.
En lo demás deben regirse por la normativa que expida la Autoridad Educativa Nacional”.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación sobre la demanda de matrícula en instituciones de bachillerato que ofertan comercio y administración, requirió de una metodología mixta, cualitativa y cuantitativa.

Según los objetivos de la investigación, fue una investigación de tipo aplicada tecnológica, porque partió de conocimientos previos sobre demanda de matrícula en el bachillerato técnico que permitió realizar un diagnóstico en las instituciones educativas que imparten este bachillerato en la provincia.

Según el nivel de profundidad y alcance, es una investigación de tipo descriptiva, se pudo establecer hacer una revisión profunda del tema, se establecieron características del problema investigado y aspectos importantes que permitieron establecer del porqué de la disminución de matrículas en este tipo de bachillerato, sus causas y de cómo los colegios Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel de la ciudad de Esmeraldas, promueven las especialidades o figuras profesionales que ofertan.

Cuantitativamente se realizó un análisis de la información lograda a través de los datos estadísticos recopilados con ayuda de la encuesta realizada a los involucrados, que contribuyó al análisis comparativo entre las diferentes instituciones y los antecedentes antes citados.

2.1. Métodos utilizados

Por las características del estudio desarrollado, el método general empleado fue de carácter analítico – inductivo partiendo de los datos obtenidas a través de la encuesta aplicada a: autoridades, docentes y estudiantes de las instituciones educativas antes indicadas y de la información bibliográfica que cimienta el marco teórico que permitió inducir la posible solución a través del diseño de estrategias promocionales y de marketing del bachillerato técnico en Comercio, Administración y Servicios. La particularidad de la investigación, fue proporcionada por las características del entorno, la población educativa involucrada así como la importancia y renombre que tienen las instituciones investigadas para la provincia de Esmeraldas.

La documentación bibliográfica confiable recopilada a través de las fuentes respectivas permitió objetivar el problema, sus causas, factores educativos y del entorno que inciden en el mismo con el fin de desarrollar las estrategias más recomendadas que lleven a su solución.

2.2. Población

Para el desarrollo de esta investigación se consideraron las cuatro instituciones educativas y se utilizaron procedimientos ordenados para establecer criterios que permiten demostrar la necesidad de implementar estrategias para elevar la demanda de matrículas a través de una muestra no probabilística se seleccionó de manera informal y casual los involucrados, en donde por tener mayor accesibilidad a ellos se los investigó.

Los involucrados en la investigación fueron autoridades, docentes, estudiantes y padres de familia en un total de 75, que se detalla en la siguiente tabla.

Cuadro N° 3

MUESTRA

UNIDADES EDUCATIVAS	AUTORIDADES	ESTUDIANTES	PADRES DE FAMILIA	DOCENTES	TOTAL
5 de Agosto	2	10	5	2	80
Eloy Alfaro	2	10	5	2	72
Nocturno Esmeraldas	2	10	5	2	76
Enrique Suárez Pimentel	2	10	5	1	63
TOTAL	8	40	20	7	75

Fuente: Secretarías de los colegios involucrados.

Elaboración: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

2.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Las técnicas utilizadas en la investigación fueron:

La encuesta, instrumento valioso para la recolección de información primaria y que toma como referente a la población directamente involucrada con el problema que ha motivado ésta investigación. Fue estructurada tomando como base las variables de la investigación, el problema, los objetivos general y específicos, las característica de cada uno de los involucrados, fue aplicada a las autoridades, (ver Anexo N° 1), docentes, (ver Anexo N° 2), estudiantes (ver Anexo N° 3) y padres de familia (ver Anexo N° 4), de los colegio de Bachillerato Técnico en Comercio y Administración, previamente seleccionados y que fueron objetos de una exposición previa de los objetivos de la encuesta de la que fueron objeto.

Los datos recopilados fueron tabulados con el método estadístico porcentual, y el programa Excel, permitió el diseño de los gráficos. Se realizó un análisis de los resultados, los mismos que constan al pie de cada figura.

2.4. PROCEDIMIENTOS PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS

La investigación se desarrolló considerando el siguiente procedimiento:

- Validación del instrumento de investigación a través de expertos.
- Pilotaje de los instrumentos validados.
- Aplicación de los respectivos instrumentos a los involucrados en este proceso: autoridades, docentes, estudiantes y padres de familia de los colegios de bachillerato técnico en comercio y administración: cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel.
- Considerando las jornadas de los establecimientos involucrados en esta investigación, se visitó a cada uno de ellos a fin de aplicar la encuesta, instrumento de investigación, a las autoridades y docentes, al día siguiente se aplicó a los estudiantes. Con la colaboración de las autoridades fueron convocados los padres de familia para ser sujetos de aplicación de las correspondientes encuestas.
- Para la posterior representación gráfica, análisis e interpretación de los resultados se tabularon las respuestas entregadas por los encuestados en cada uno de sus respectivas clases: autoridades, docentes, estudiantes y padres de familia.
- Los resultados obtenidos fueron discutidos considerando los resultados de los estudios previos y marco teórico desarrollado, lo que posibilitó la redacción de las conclusiones y recomendaciones de la investigación.
- Los resultados permitieron presentar la propuesta de la investigación, que consistió en un plan de marketing, con el fin de elevar la demanda de matrícula en las instituciones educativas involucradas.

2.5. INFORMACIÓN PRIMARIA Y SECUNDARIA

De conformidad a los procesos de investigación científica la información primaria la constituyeron los criterios de los involucrados en el problema que ha sido objeto de investigación con la aplicación de instrumentos de recolección de datos, la encuesta, en este caso. Su análisis e interpretación constituye el fundamento de la investigación empírica correspondiente.

La recopilación de la información secundaria se orientó en base a la búsqueda bibliográfica y análisis de los criterios de autores referentes al tema, aunque muy pocos por tratarse de un tema muy particular como es el de la demanda de matrícula en establecimientos educativos que ofrecen bachillerato técnico en Comercio, Administración y Servicios. Los fundamentos legales no brindaron mayor aporte al tema pero han sido citados en cuanto al nuevo enfoque del Bachillerato técnico, que se estima mejorará la demanda de matrículas en el mismo.

2.6. REGLAMENTOS Y NORMAS APLICADAS EN LA INVESTIGACIÓN

La información recopilada fue analizada con objetividad en cumplimiento de los fundamentos, considerando la visión, misión y código de ética de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas.

El presente se sujetó a lo establecido en la guía para la elaboración de tesis de grado. Centro de Investigación y Desarrollo, Septiembre del 2009-PUCE/SE, que manifiesta lo siguiente;

La PUCESE siempre ha exigido y continuará exigiendo a sus egresados una tesis de grado tanto para sus carreras de tercer nivel así como las de cuarto nivel, la misma que podrá variar en su forma y contenido dependiendo de la carrera o postgrado cursada. Nuestra Universidad ha elaborado una pauta institucional que permita normalizar los procesos relativos a los trabajos de tesis, elaborándose un formato oficial flexible que sirva de guía para los estudiantes de la misma.

Con estas premisas debemos considerar que los “trabajos de Tesis tienen tres propósitos fundamentales:

- Probar que el estudiante sabe trabajar e investigar independientemente.
- La aplicación de conocimientos específicos de la disciplina cursada en un estudio, investigación o proposición de una actividad, adquiridos por el alumno durante su formación profesional.

- Confirmar que el estudiante domina las destrezas necesarias para comunicarse efectivamente con la comunidad académica, científica y laboral.

Además se consideraron las normas éticas universales para los trabajos de investigación.

- Citar de donde se extrae la información
- Tratar con objetividad la información recopilada.
- Utilizar la información recopilada únicamente para el estudio desarrollado.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. Descripción de la muestra

Para la sistematización de esta investigación de campo se consideraron como muestra: a las autoridades en número de 8, 7 docentes, 40 estudiantes y 20 padres de familia que fueron objeto de aplicación de la encuesta como instrumento idóneo para cumplir los objetivos propuestos.

3.2. Análisis de la información

La información recopilada a través de la encuesta a las autoridades (anexo N° 1) permitió conocer el punto de vista de los representantes legales en relación al porqué del problema investigado

Causas que han motivado la baja demanda de matrículas en el año lectivo 2014 – 2015

Tabla Nº 1

Causas de la baja demanda de matricula

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Desmotivación estudiantil	3	37%
Exigencias cognitivas	1	12%
Falta promoción	3	38%
Frecuentes cambios curriculares	1	13%
Faltan recursos pedagógicos	0	0%
Faltan recursos materiales	0	0%
Total	8	100%

Gráfico I

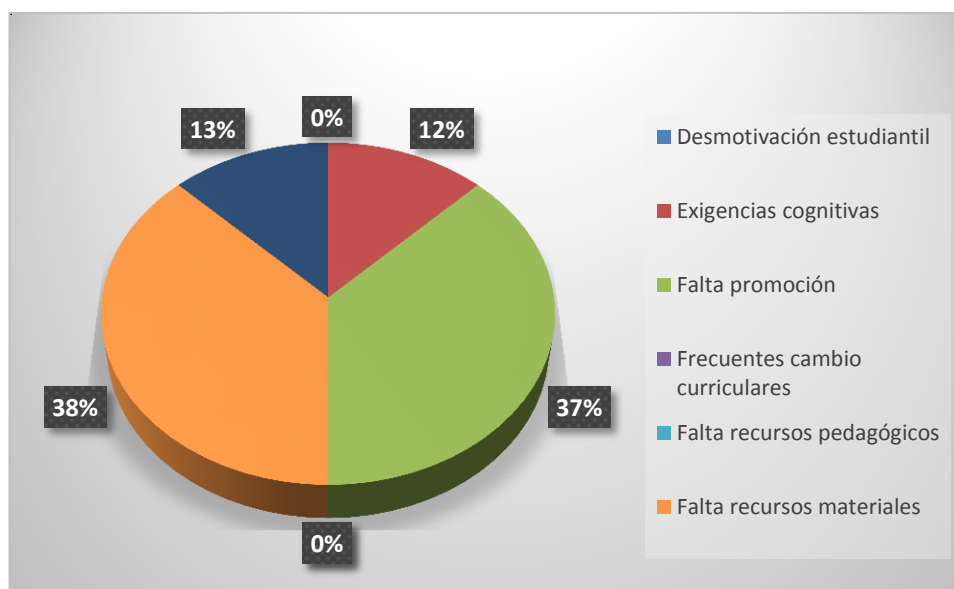


Gráfico I: Causas de la baja demanda de matricula
Fuente: Encuesta a autoridades de los colegios
Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis

Para las autoridades de los colegios investigados las causas que generan la poca demanda de matrícula en el presente año lectivo en su orden de prioridad son: falta de promoción, carencia de recursos didácticos y tecnológicos, muchas exigencias cognitivas en los contenidos programáticos y entre otros los estudiantes tienen otras motivaciones por la tecnología que les rodea, los bachilleres no encuentran plazas de trabajo de forma inmediata. Provocando esto que esta oferta de bachillerato sea poco atractiva para los jóvenes.

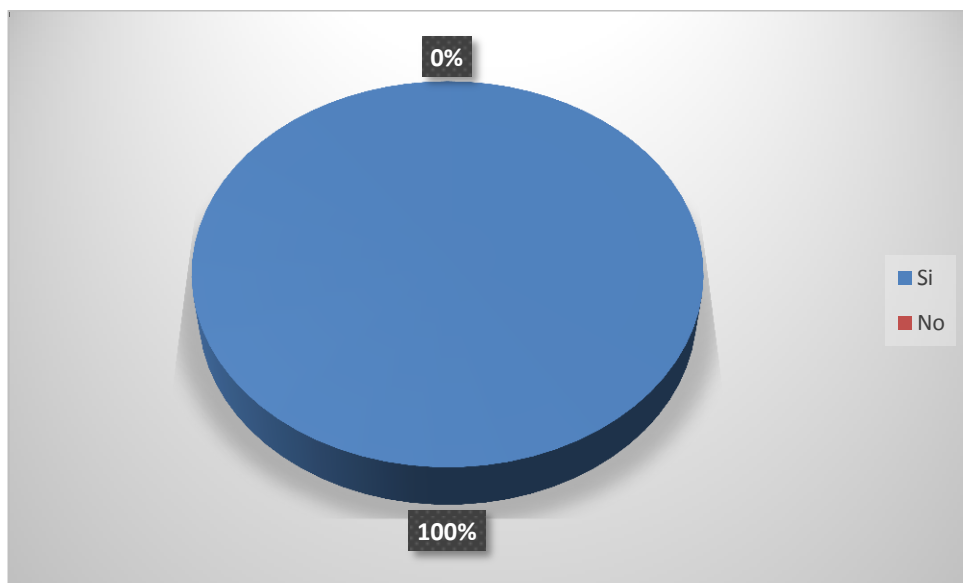
La nueva propuesta curricular del Bachillerato General Unificado Técnico ha desmotivado a los estudiantes del plantel.

Tabla Nº 2

Nueva propuesta curricular y baja demanda de matricula

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Gráfico II



Gráfica II: Nueva propuesta curricular y baja demanda de matricula

Fuente: Encuesta a autoridades de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis

Respecto a **si** la nueva propuesta curricular del Bachillerato General Unificado Técnico ha desmotivado a los estudiantes del plantel como autoridades de los colegios investigados, coinciden en su totalidad en manifestar que es una de las razones más fuertes para la falta de demanda de matrícula en estos centros educativos.

Promoción para captar nuevas matrículas en el Bachillerato Técnico en comercio y administración

Tabla Nº 3

Causas de la baja demanda de matricula

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	87%
No	1	13%
No responden	0	0%
Total	8	100%

Gráfico III

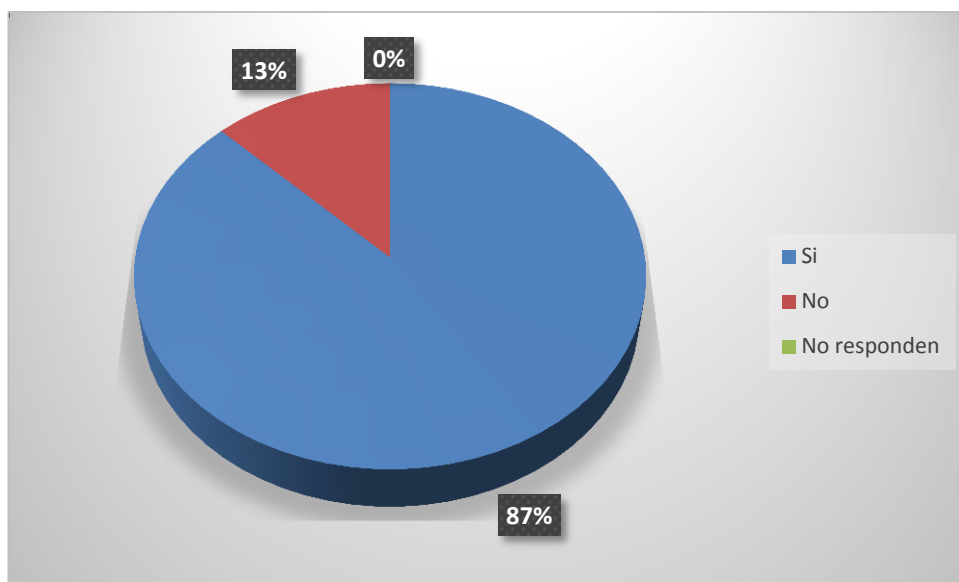


Gráfico III: Promoción para captar matricula

Fuente: Encuesta a autoridades de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis

El la figura III se aprecia el punto de vista de las autoridades encuestadas en cuanto a si la institución bajo su responsabilidad ha realizado la promoción adecuada para captar nuevas matrículas en el bachillerato técnico en comercio y administración estiman en un elevado porcentaje que si lo han hecho, pero considerando a su vez que las estrategias utilizadas no han sido las adecuadas y no han surtido el efecto esperado.

Acciones para mejorar demanda de matrículas

Tabla N° 4

Causas institucionales para la baja demanda de matricula

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Desmotivación estudiantil	1	
Exigencias cognitivas	1	
Falta promoción	3	
Frecuentes cambios curriculares	1	
Faltan recursos pedagógicos	1	
Faltan recursos materiales	1	
Total	8	100%

Gráfico IV

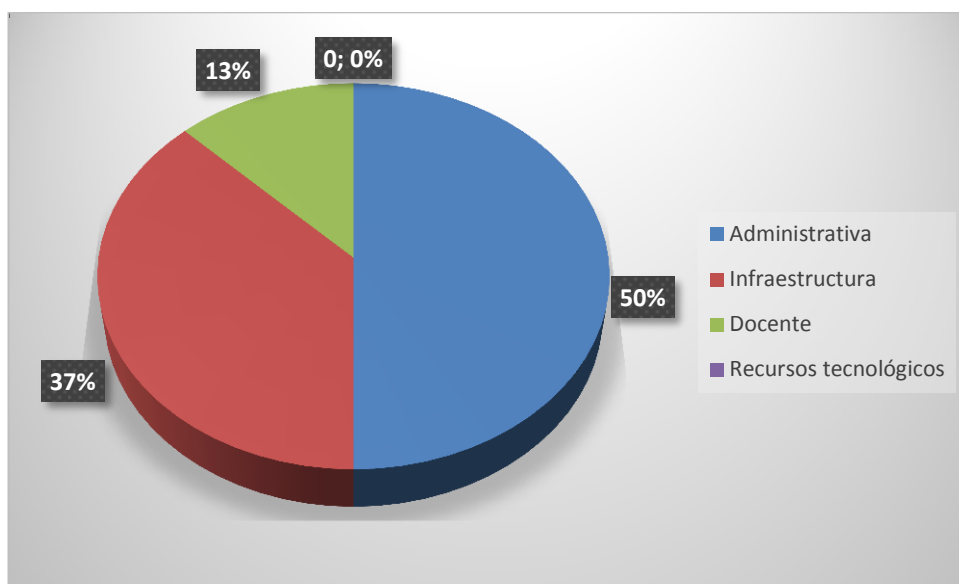


Gráfico IV: Causas institucionales para la baja demanda de matricula

Fuente: Encuesta a autoridades de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis

Las autoridades estiman como causas de la baja demanda de matrículas al Bachillerato está las de orden administrativo de los procesos curriculares. La infraestructura de los establecimientos especialmente a lo tecnológico y un tercer lugar lo correspondiente a la capacitación de los docentes.

Propuesta alternativa a efecto de que se incrementen las matrículas en el Bachillerato Técnico en Comercio, Administración y Servicio

Tabla Nº 5
Propuesta para incrementar matriculas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
No responden	0	0%
Total	8	100%

Gráfico V

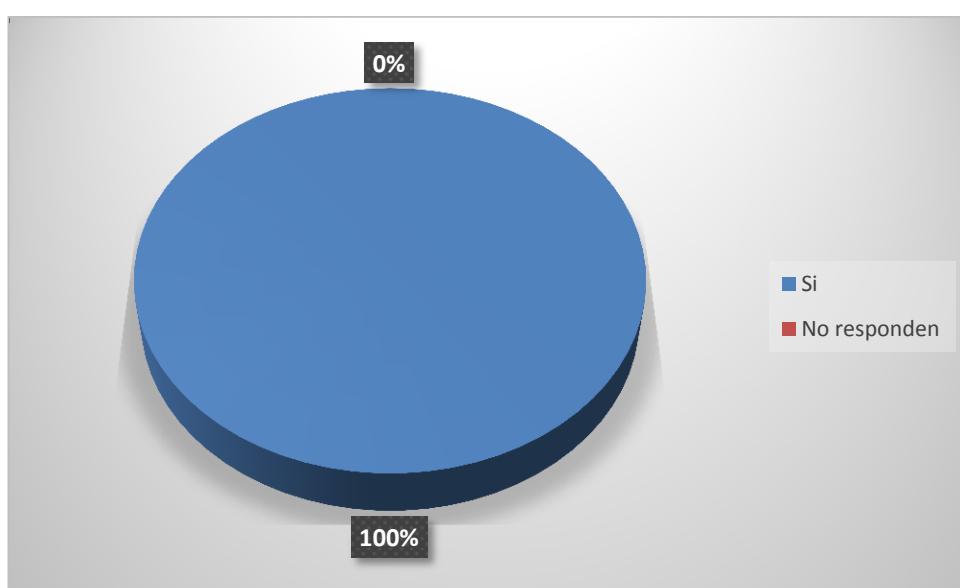


Gráfico V: Propuesta para incrementar matriculas

Fuente: Encuesta a autoridades de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis e interpretación:

Las autoridades estiman en su totalidad la necesidad de diseñar una propuesta alternativa que incluya estrategias para incrementar las matrículas en el Bachillerato Técnico en comercio y administración para lograr mejorar la demanda de estudiantes matriculados en los colegios bajo su responsabilidad.

Participar en la aplicación de una Propuesta Alternativa que mejore la demanda de matrícula de estudiantes para el Bachillerato Técnico en comercio y administración.

Tabla N° 6

Aplicar propuesta para mejorar demanda de matricula

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Interiorización en la comunidad	8	100%
Poner en vigencia	0	0%
Requerir recursos	0	0%
Total	8	100%

Gráfico VI

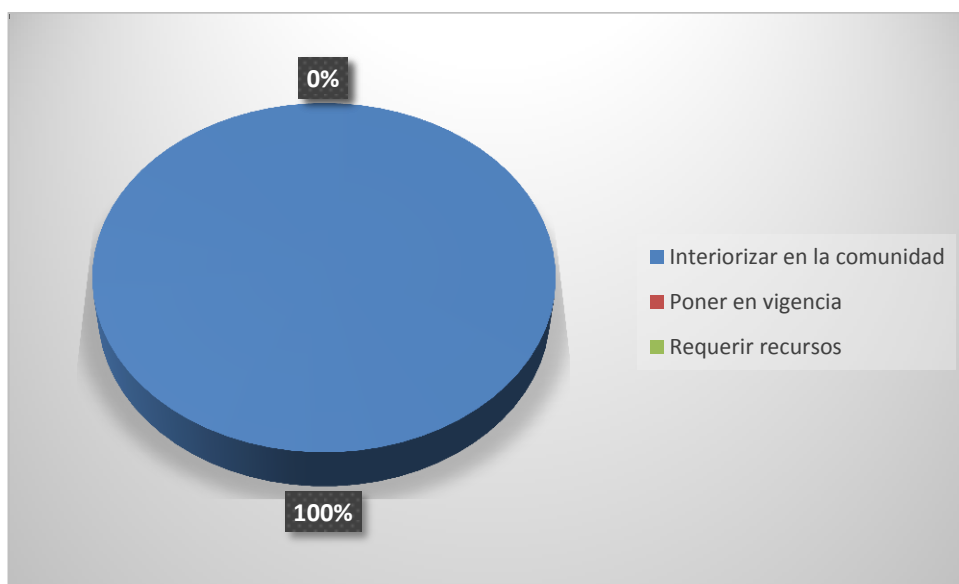


Gráfico VI: Aplicar propuesta para mejorar demanda de matricula

Fuente: Encuesta a autoridades de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis e interpretación:

Consultados las autoridades de los colegio Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel respecto a su participación en la aplicación de una Propuesta Alternativa que mejore la demanda de matrícula de los estudiantes para el bachillerato técnico en comercio y administración, consideran necesario que la propuesta sea interiorizada en toda la comunidad educativa.

Para tener una visión desde el punto de vista de los docentes y contrastar la información proporcionada por autoridades sobre la demanda de matrícula en los colegios de Bachillerato Técnico en comercio y administración, se realizó la encuesta a los docentes (Ver anexo N°2), obteniendo los siguientes resultados:

Disminución de la demanda de estudiantes al Bachillerato Técnico en comercio y administración.

Tabla N° 7

Demanda de matrícula según los docentes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	87%
No	0	13%
Total	7	100%

Gráfico VII

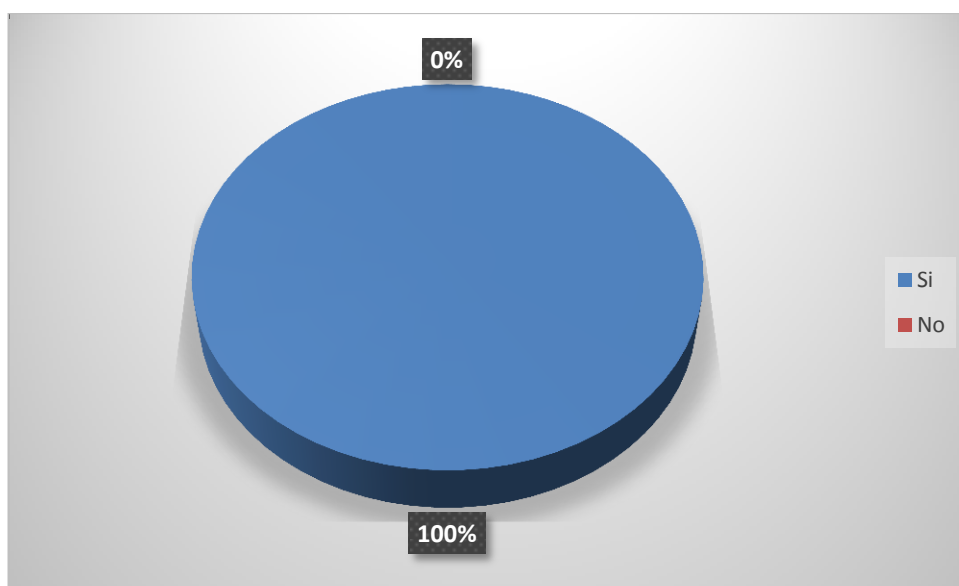


Gráfico N° VII: Demanda de matrícula según los docentes

Fuente: Encuesta a los docentes de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis:

Preguntados los docentes de los colegios Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel si considera que ha disminuido la demanda de estudiantes al Bachillerato Técnico en comercio y administración, en su totalidad responden afirmativamente, lo que también ratifica el problema investigado.

Causas que según los docentes generan la disminución de demanda de matrícula

Tabla Nº 8
Causas que generan disminución de demanda de matrícula

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Desmotivación estudiantil	3	43%
Exigencias cognitivas	1	14%
Falta promoción	3	43%
Frecuentes cambios curriculares	0	0%
Faltan recursos pedagógicos	0	0%
Faltan recursos materiales	0	0%
Total	7	100%

Gráfico VIII

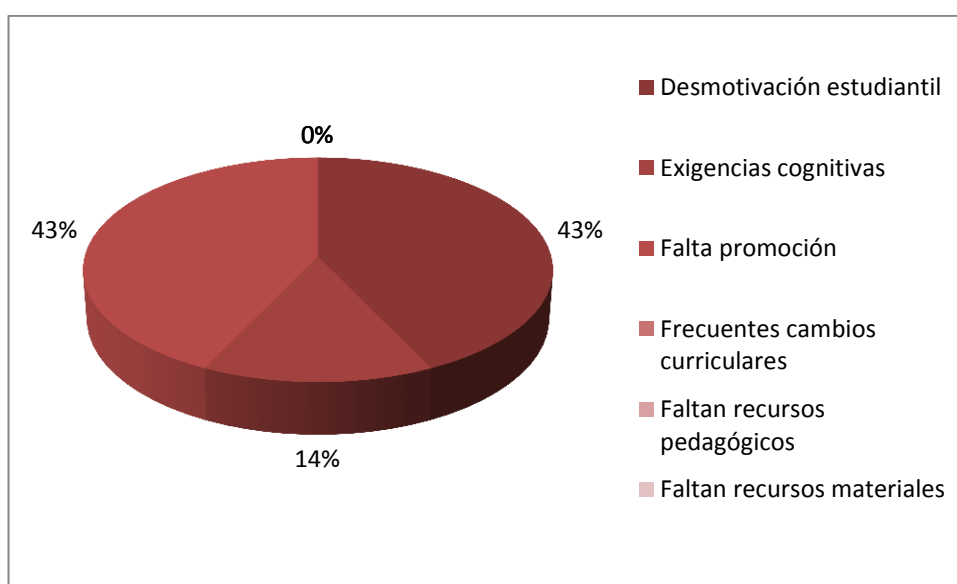


Gráfico VIII: Causas que generan disminución de demanda de matrícula

Fuente: Encuesta a los docentes de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis

En cuanto a las causas para que la demanda de matrículas sea baja en el presente año lectivo de los establecimientos en que laboran estiman que las más importantes son la falta de motivación a los estudiantes y la carencia de promoción por parte de la institución hacia la especialidad técnica de comercio y administración.

Nueva propuesta curricular del Bachillerato General Unificado Técnico ha desmotivado a los estudiantes del plantel

Tabla N° 9

Nueva propuesta curricular y demanda de matricula

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	100%
No	0	0%
Total	7	100%

Gráfico IX

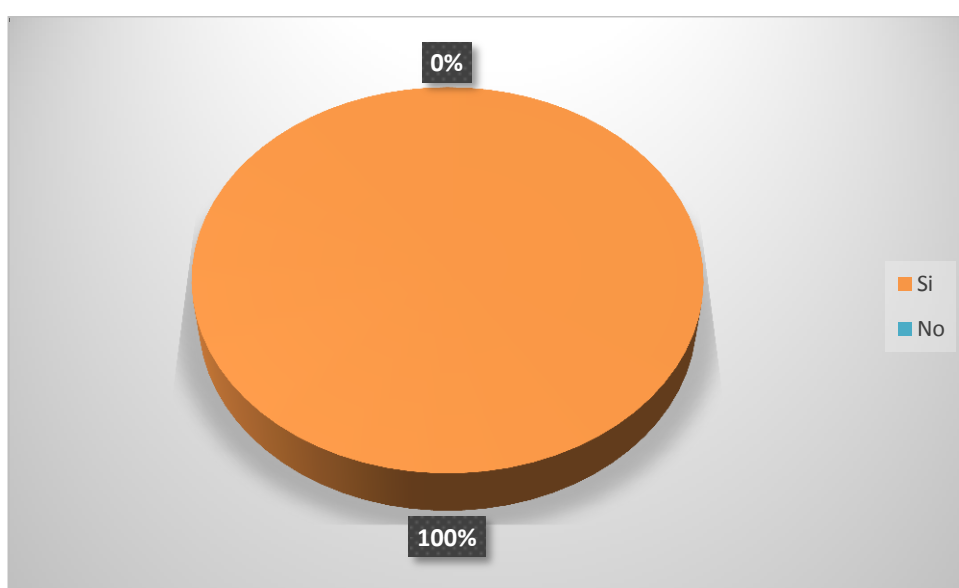


Gráfico IX: Nueva propuesta curricular y demanda de matricula

Fuente: Encuesta a los docentes de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis

Consultados los docentes si la nueva propuesta curricular del Bachillerato General Unificado Técnico ha desmotivado a los estudiantes del plantel, son coincidentes sus criterios a igual que las autoridades encuestadas de los colegios objetos de este estudio, de que es una importante causa debido al cambio de malla curricular, y condicionamientos de la administración educativa para que los estudiantes alcance a culminar este bachillerato.

Promoción para captar nuevas matrículas en el bachillerato técnico en Comercio, Administración y servicios

Tabla N° 10

Promoción para captar matriculas para bachillerato técnico

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	100%
No	0	0%
Total	7	100%

Gráfico X

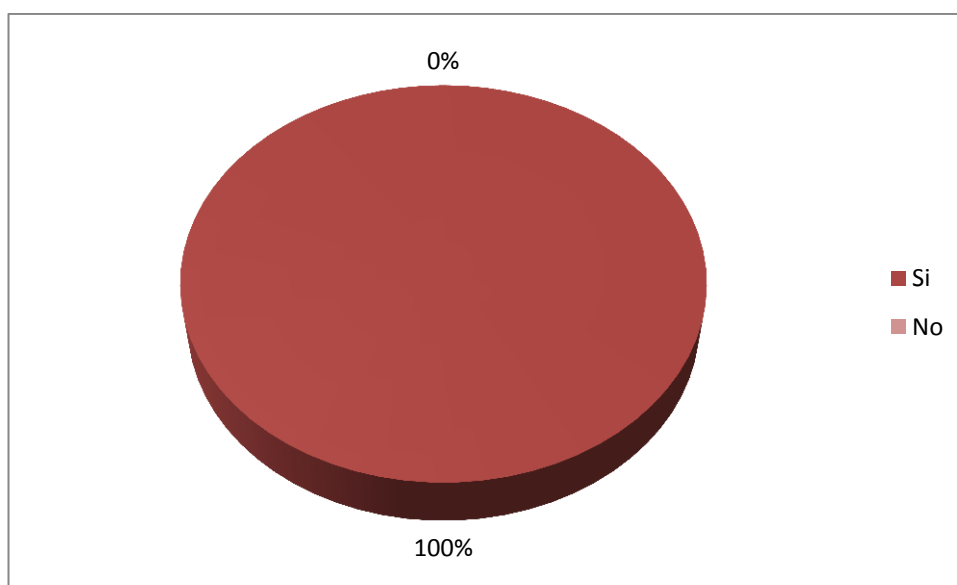


Gráfico X: Promoción para captar matriculas para bachillerato técnico

Fuente: Encuesta a los docentes de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis e interpretación:

Consultados los docentes si la institución en la que laboran ha realizado la promoción adecuada para captar nuevas matrículas en el bachillerato técnico en comercio y administración consideran en su totalidad que las instituciones no lo han hecho, lo que ha motivó el problema que ha sido objeto del presente estudio en los colegios, Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimente de la ciudad de Esmeraldas, como resultado de la observación.

Causas que han motivado la baja demanda de matrículas en el Bachillerato Técnico.

Tabla N°11

Causas que han motivado la baja demanda de matricula

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Carencia de recursos	6	87%
Falta iniciativa	1	13%
Necesitan colaboración	0	0%
Falta de plan promocional	0	0%
Total	7	100%

Gráfico XI

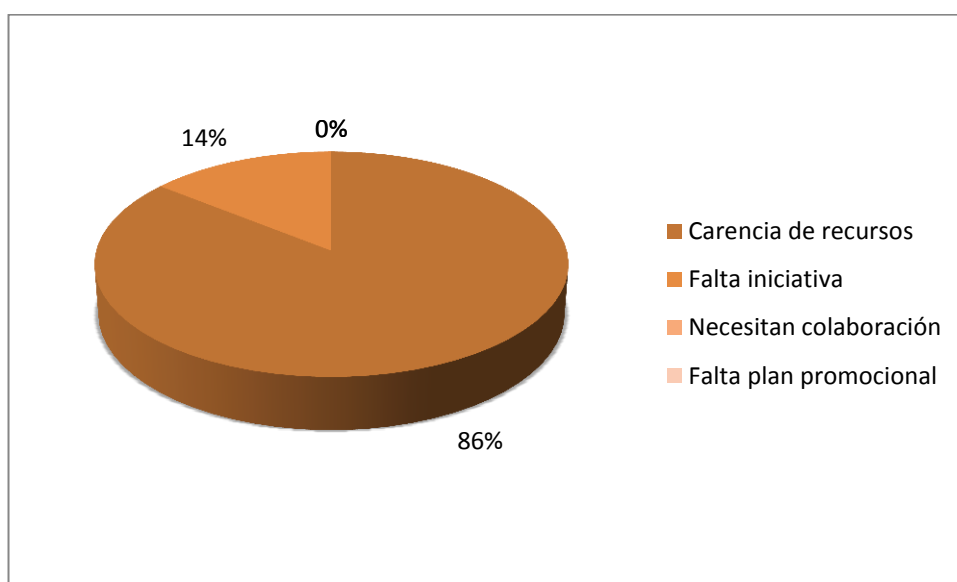


Gráfico XI: Causas que han motivado la baja demanda de matricula

Fuente: Encuesta a los docentes de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis

Los docentes encuestados consideran a la respuesta anterior como causa la falta de un plan de promoción de la especialización de este bachillerato técnico en su gran mayoría; además, estiman que institucionalmente no se cuenta con los recursos económicos para emprender por ejemplo en un Plan de Marketing promocional del bachillerato técnico.

Condiciones con que cuenta la institución educativa

Tabla N° 12
Causas de la baja demanda de matricula

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Administrativa	3	87%
Infraestructura	4	13%
Docente	7	0%
Recursos Tecnológicos	7	
Total	21 selecciones	100%

Gráfico XII

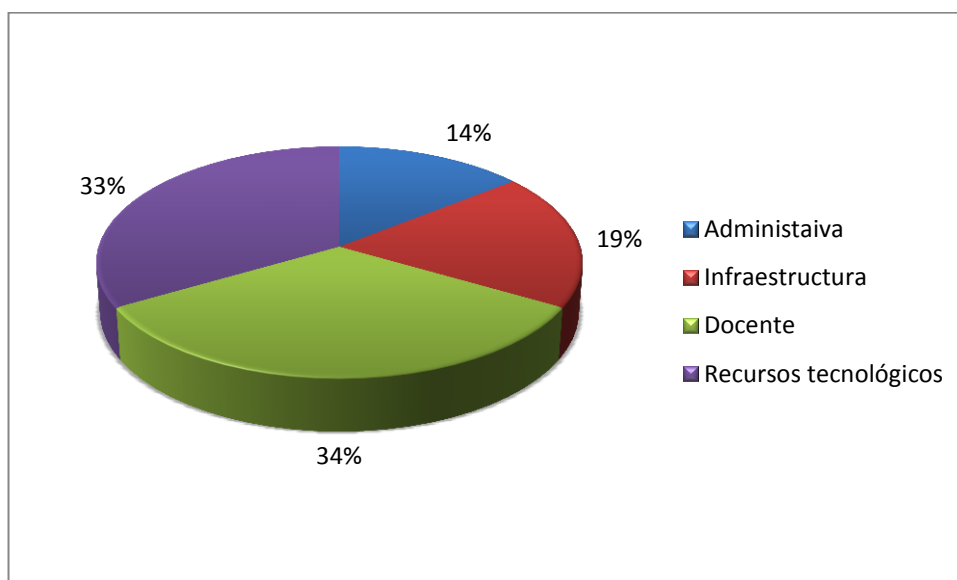


Gráfico XII: Condiciones con que cuenta el colegio

Fuente: Encuesta a los docentes de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis e interpretación:

En cuanto a las condiciones con que cuenta la institución para desarrollar sus actividades en el bachillerato técnico en comercio y administración estiman que no hay problema en lo administrativo, infraestructura, se hace necesario mejora lo que se refiere a los recursos tecnológicos, coincidiendo con los criterios de las autoridades de los mismos establecimientos educativos lo que amerita solución al problema ratificado.

Las autoridades del colegio han realizado las siguientes acciones para mejorar la demanda de matrícula.

Tabla N° 13

Acciones para mejorar demanda matrículas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Plan de orientación profesional	1	14%
Material publicitario bachillerato	3	43%
Estrategias incremento demanda	1	14%
Plan marketing	2	29%
No responden	0	0%
Total	7	100%

Gráfico XIII

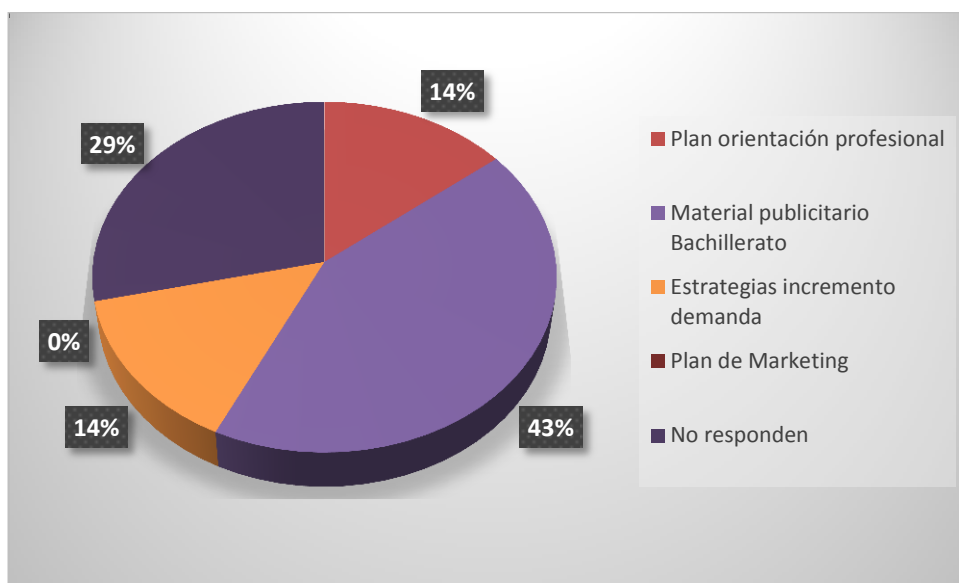


Gráfico XIII: Acciones para mejorar demanda matrículas

Fuente: Encuesta a los docentes de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis

Los docentes de los colegios Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel, preguntados sobre si las autoridades del colegio han realizado acciones para mejorar la demanda de matrículas estas se han dirigido a elaborar material publicitario y un plan de marketing de promoción sobre la especialidad técnica en una baja escala, y las otras acciones en menor nivel.

Es necesaria una propuesta alternativa que incrementen demanda matrículas en el Bachillerato Técnico

Tabla N° 14

Propuesta alternativa para mejorar demanda de matrícula

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	100%
No	0	0%
Total	7	100%

Gráfico XIV

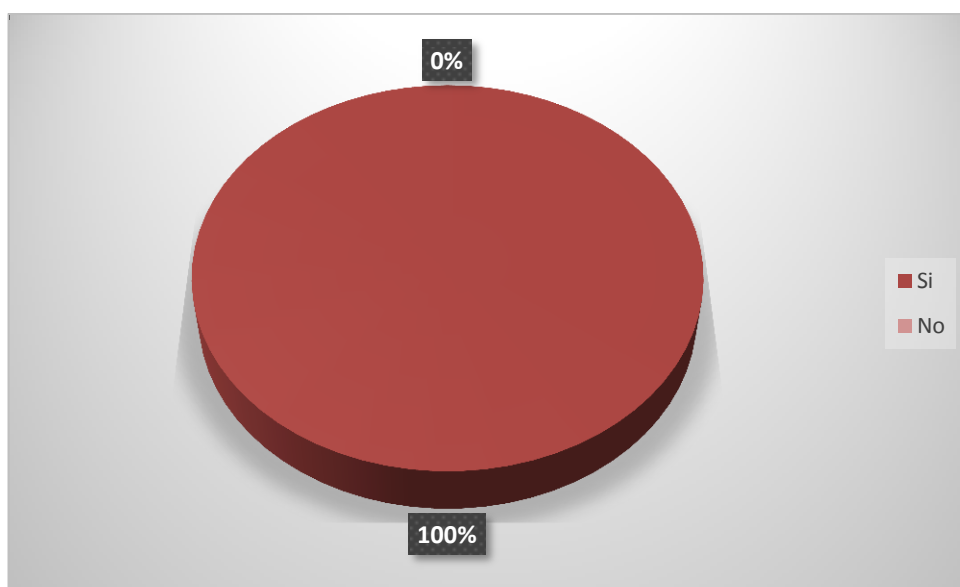


Gráfico XIV: Propuesta alternativa para mejorar demanda de matrícula

Fuente: Encuesta a los docentes de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis:

Respecto al requerimiento de una propuesta alternativa a efecto de que se incrementen las matrículas en el Bachillerato Técnico en comercio y administración, todos los docentes encuestados son coincidentes en manifestar que es necesaria para poder cumplir con los objetivos de este bachillerato.

Su participación en la aplicación de una Propuesta para mejorar demanda de matrícula para el Bachillerato Técnico.

Tabla N° 15

Participación en Propuesta para mejorar demanda matrículas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Intervenir decididamente	7	100%
Que se ponga en vigencia	0	0%
Requerir recursos	0	0%
Total	7	100%

Gráfico XV

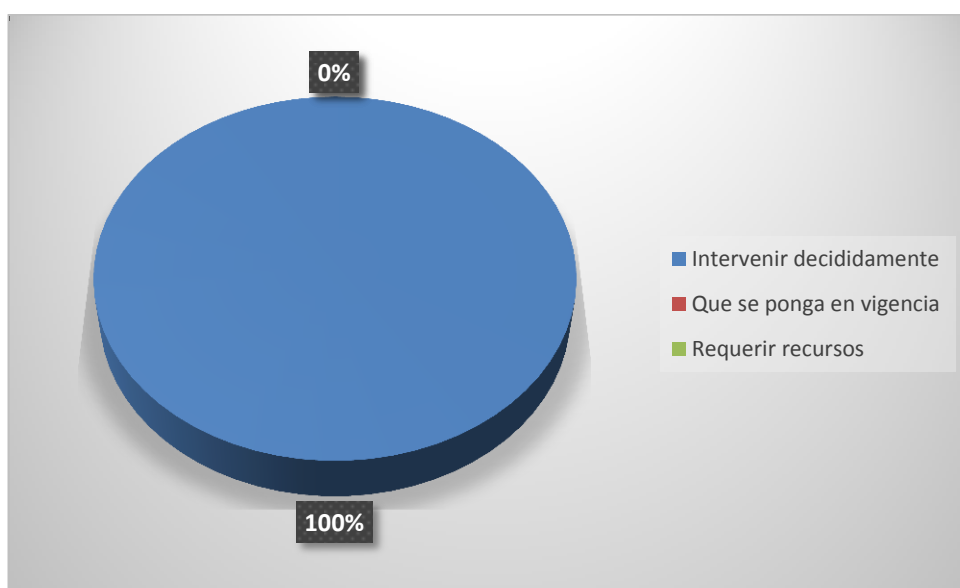


Gráfico XV: Participación en Propuesta para mejorar demanda matrículas

Fuente: Encuesta a los docentes de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis

Respecto a la participación en la aplicación de una Propuesta Alternativa que mejore la demanda de matrícula de los estudiantes para el bachillerato técnico en Comercio, Administración y Servicios, los docentes encuestados manifiestan en forma total que participarán de forma decidida para mejorar la situación actual por la que atraviesan los colegios de bachillerato técnico.

Los estudiantes de los colegios de Bachillerato Técnico en comercio y Administración participantes en esta investigación al ser encuestados respecto a la baja demanda de matrículas emitieron las siguientes respuestas:

Ha disminuido la demanda de estudiantes en el colegio de Bachillerato Técnico en Comercio Administración y Servicios al que asiste

Tabla Nº 16

Condiciones con que cuenta el colegio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	100%
No	0	0%
Total	40	100%

Gráfico XVI

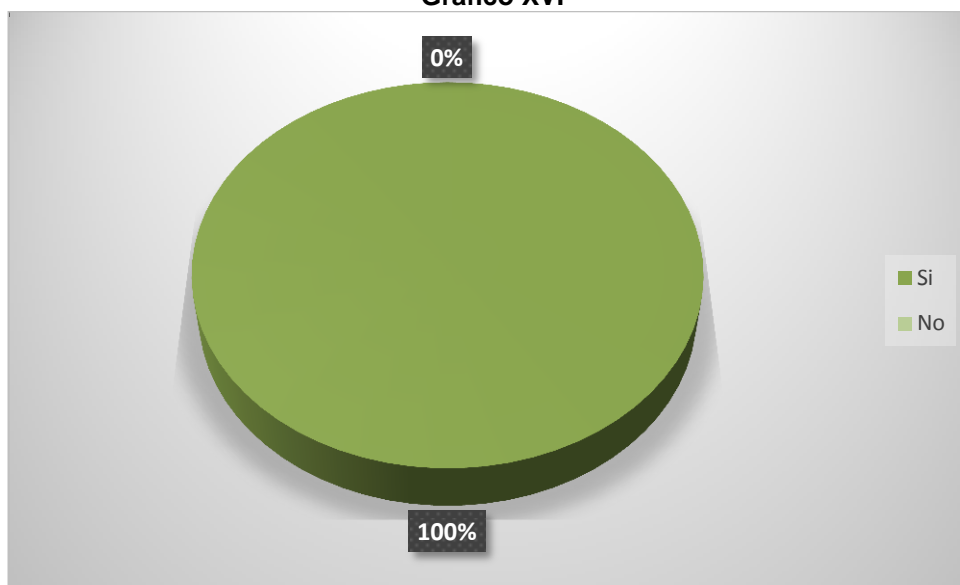


Gráfico XVI: Condiciones con que cuenta el colegio

Fuente: Encuesta a los estudiantes de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis e Interpretación

Los estudiantes de los colegios Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel al ser interrogados respecto a que si ha disminuido la demanda de estudiantes en el colegio de Bachillerato Técnico en comercio y administración al que asisten, son coincidentes en manifestar que si, por lo que se ratifica, una vez más el problema estudiado.

Causas para que la demanda de matrículas sea baja en el presente año lectivo

Tabla Nº 17

Causas de la baja demanda de matrícula en el colegio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Desmotivación estudiantil	21	52%
Exigencias cognitivas	0	0%
Falta promoción	19	19%
Frecuentes cambios curriculares	0	0%
Faltan recursos pedagógicos	0	0%
Faltan recursos materiales	0	0%
Otros	0	0%
Total	40	100%

Gráfico XVII

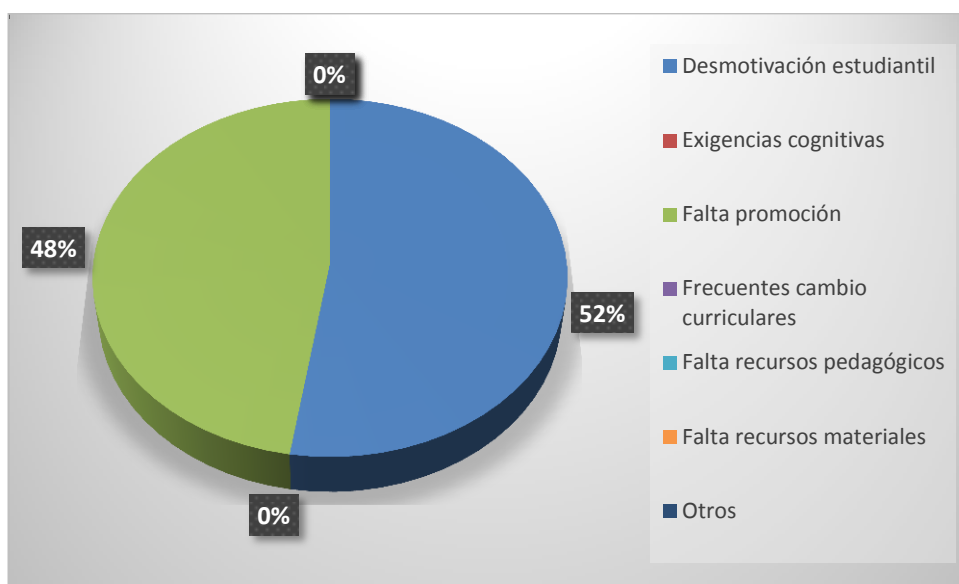


Gráfico XVII: Causas para baja demanda de matrículas en el colegio

Fuente: Encuesta a los estudiantes de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis

Referente a las causas que han ocasionado el problema que se investiga, los estudiantes estiman en su orden como causas: la desmotivación que tienen sobre el bachillerato y la falta de promoción que los establecimientos educativos hacen de la oferta educativa, en este caso del Bachillerato Técnico en Comercio y Administración.

La nueva propuesta curricular del Bachillerato General Unificado Técnico ha desmotivado a que otros estudiantes se matriculen en el plantel.

Tabla N° 18

Nueva Propuesta curricular motiva falta de matrícula en el colegio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	65%
No	14	35%
Total	40	100%

Gráfico XVIII

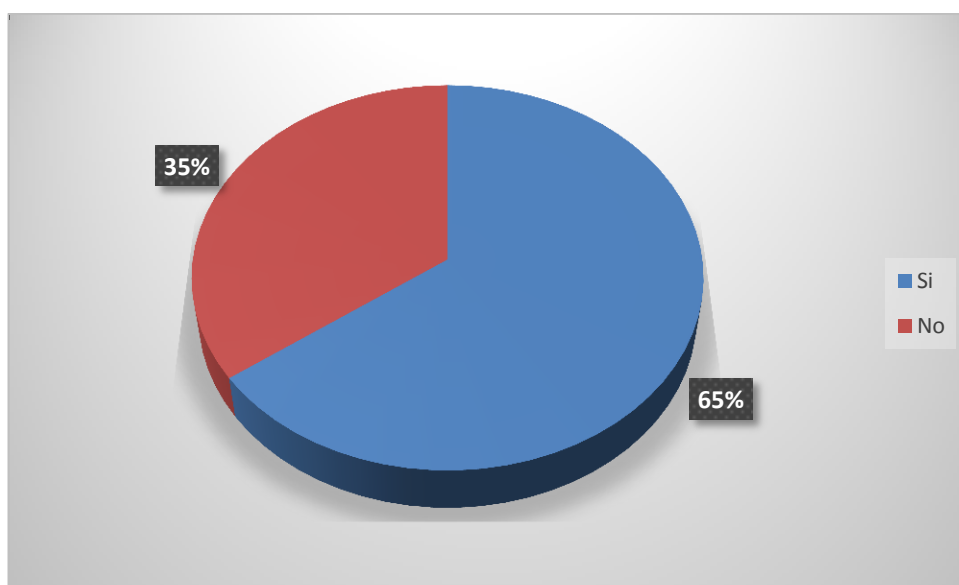


Gráfico XVIII: Nueva Propuesta curricular motiva falta de matrícula en el colegio
Fuente: Encuesta a los estudiantes de los colegios
Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis

Se ratifica la falta de demanda para el Bachillerato Técnico en comercio y administración, en los colegios involucrados en el problema objeto de estudio ante el hecho de que la nueva propuesta curricular del Bachillerato General Unificado Técnico ha desmotivado a que otros estudiantes se matriculen en el plantel así lo manifiestan una gran mayoría, lo que determina la baja demanda de matrículas en la especialidad.

Se ha realizado la promoción adecuada para captar nuevas matrículas de estudiantes en el Bachillerato Técnico en Comercio y Administración

Tabla N° 19
Causas de la baja demanda de matricula

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	37	92%
No	3	8%
No responden	0	0%
Total	40	100%

Gráfico XIX

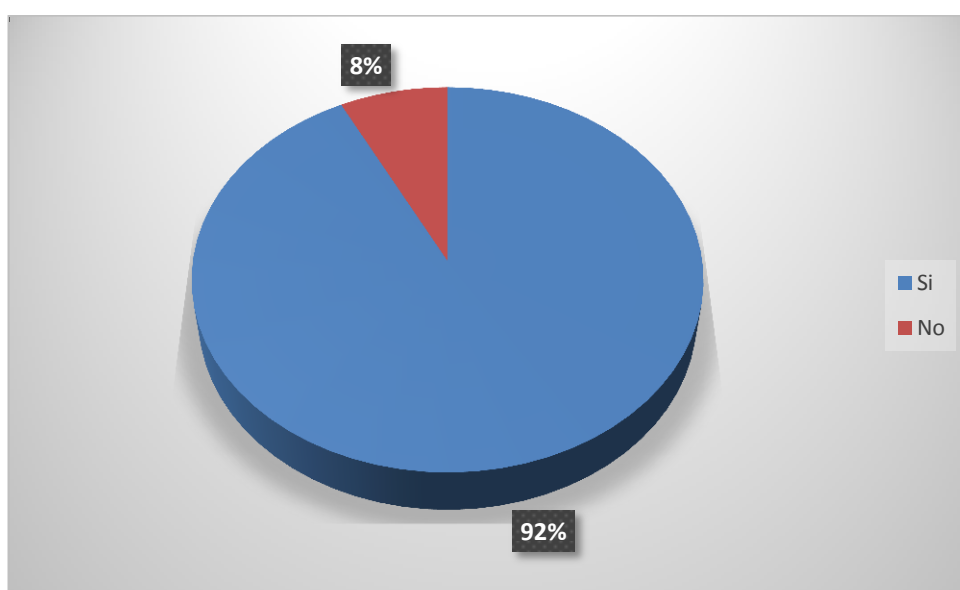


Gráfico XIX: Ha sido adecuada la promoción de la oferta educativa del colegio
Fuente: Encuesta a los estudiantes de los colegios
Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis:

A fin de captar nuevos estudiantes en la especialidad de Comercio y Administración, preguntados los encuestados, si en su criterio el colegio ha realizado una promoción adecuada sobre el bachillerato, estiman en una gran mayoría que sí lo ha hecho en las posibilidades que tienen los colegios fiscales, aunque no ha habido una respuesta adecuada por parte de la comunidad educativa.

Cuál es la causa para la baja demanda de matrícula

Tabla N° 20
Causa para baja demanda de matrícula

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Carencia de recursos	3	7%
Falta iniciativas	9	22%
Necesitan colaboración	5	13%
Falta plan promocional	23	58%
Total	40	100%

Gráfico XX

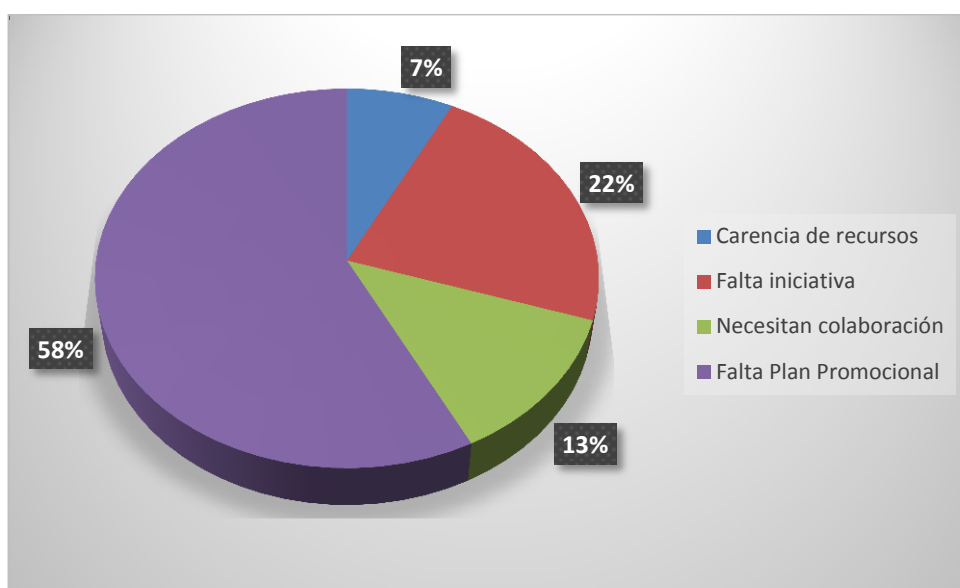


Gráfico XX: Causa para baja demanda de matrícula

Fuente: Encuesta a los estudiantes de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis

Quienes han respondido que no, estiman como causas, en su criterio, que hace falta un plan de marketing organizado para la promoción del bachillerato, coincidentes con la falta de iniciativas en este sentido por parte de los diferentes estamentos de las instituciones educativas que tienen Bachillerato Técnico en comercio y administración.

Condiciones con que cuenta el colegio

Tabla Nº 21

Condiciones con que cuenta el colegio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Administrativa	21	52%
Infraestructura	16	40%
Docente	1	3%
Recursos tecnológicos	2	5%
Total	40	100%

Gráfico XXI

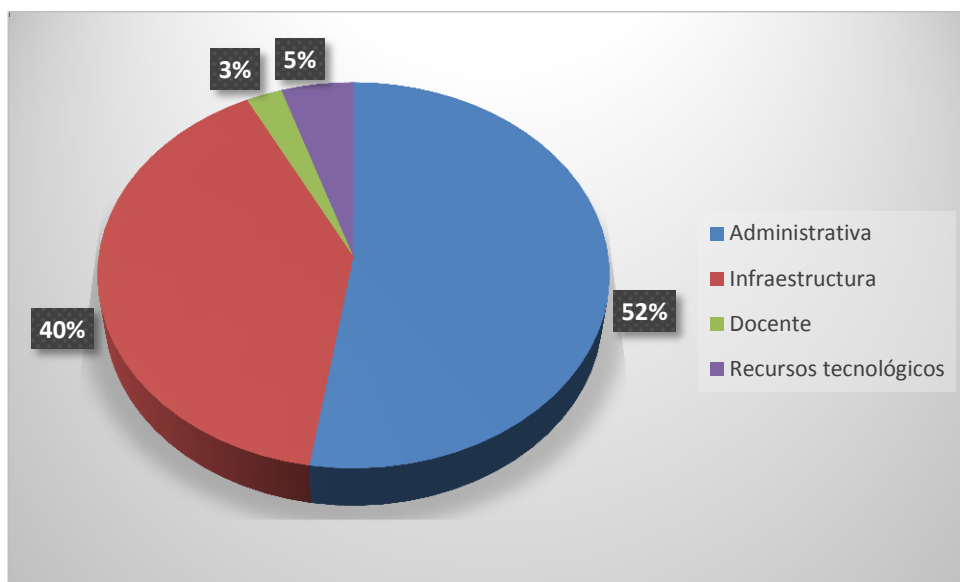


Gráfico Nº XXI: Condiciones con que cuenta el colegio

Fuente: Encuesta a los estudiantes de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis

Los estudiantes encuestados en cuanto a las condiciones con que cuenta el colegio en los aspectos administrativo, de infraestructura, docente y de recursos tecnológicos, en su orden estiman que hay problemas en lo administrativo, infraestructura y especialmente de recursos tecnológicos que permitan el desarrollo del Bachillerato Técnico en comercio y administración.

Las autoridades del colegio qué acciones han realizado para mejorar la demanda de matrículas

Tabla Nº 1
Causas de la baja demanda de matricula

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Plan orientación profesional	5	12%
Material publicitario bachillerato	5	12%
Estrategias incremento demanda	20	50%
Plan de marketing	1	3%
No responden	9	23%
Total	40	100%

Gráfico XXII

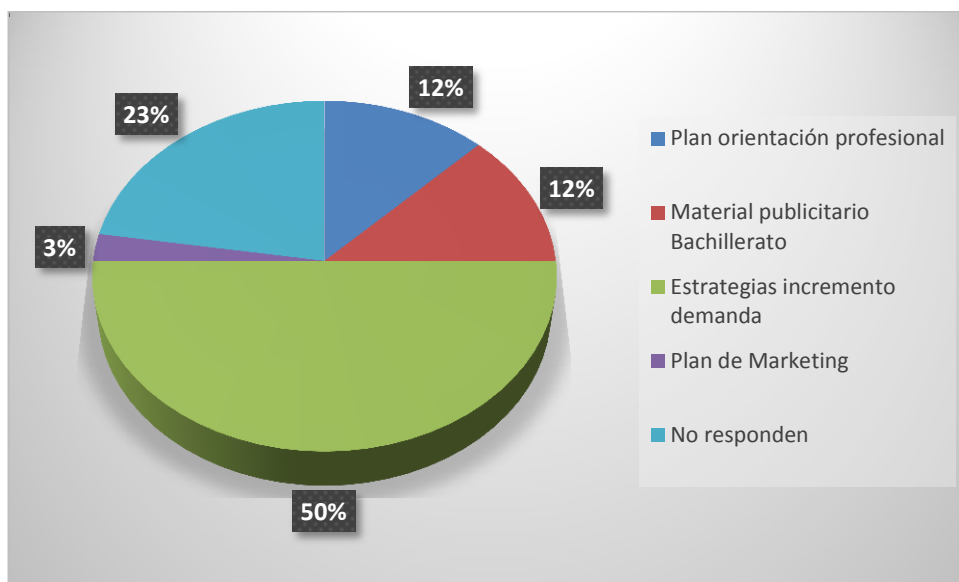


Gráfico XXII: Acciones de autoridades del colegio
Fuente: Encuesta a los estudiantes de los colegios
Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis:

En cuanto a si como estudiantes conocen de las actividades que han realizado las autoridades del colegio en cuanto a realizar diferentes actividades para mejora la demanda de matrícula en el colegio, en su orden ubican al conocimiento de las ventajas y desventajas de la especialidad y la necesidad de un plan de marketing promocional del colegio.

Es necesaria una Propuesta alternativa para incrementar las matrículas en los colegios de Bachillerato Técnico en Comercio, Administración

Tabla N° 23

Es necesaria Propuesta de promoción en el colegio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	39	97%
No	1	3%
Total	40	100%

Gráfico XXIII

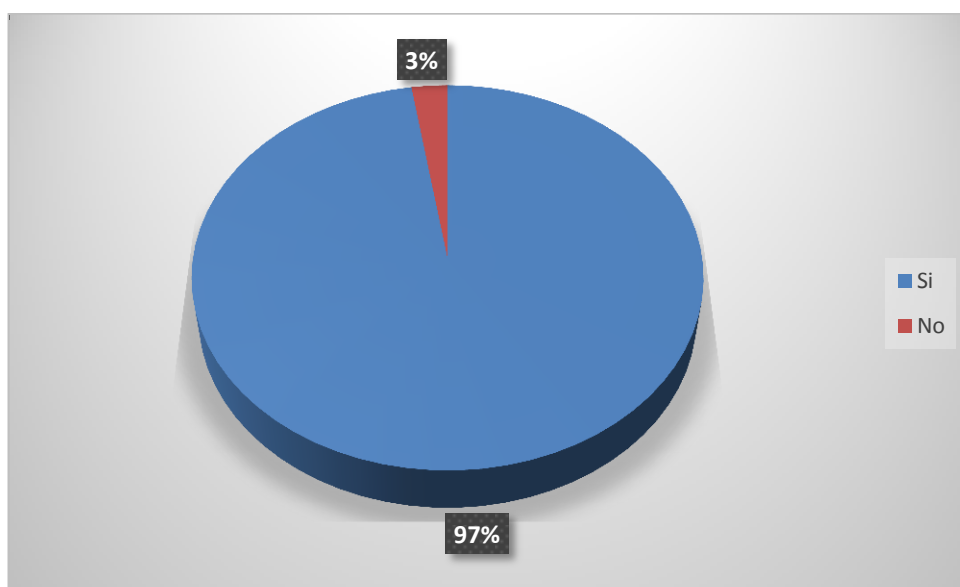


Gráfico XXIII: Es necesaria Propuesta de promoción en el colegio

Fuente: Encuesta a los estudiantes de los colegios

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis:

Preguntados los estudiantes de los colegios Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel respecto a la necesidad de una Propuesta Alternativa de Marketing Promocional para que se incrementen las matrículas en el Bachillerato Técnico en Comercio y Administración del colegio al que asiste, casi la totalidad están de acuerdo con esta Propuesta.

Los padres de familia de los estudiantes de los colegios de Bachillerato Técnico en que se ha realizado este trabajo investigativo al ser encuestados respondieron lo que sigue:

Causas de la disminución de demanda de matrículas en el colegio

Tabla N° 24

Causas de la baja demanda de matricula

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	90%
No	2	10%
Total	20	100%

Gráfico XXIV

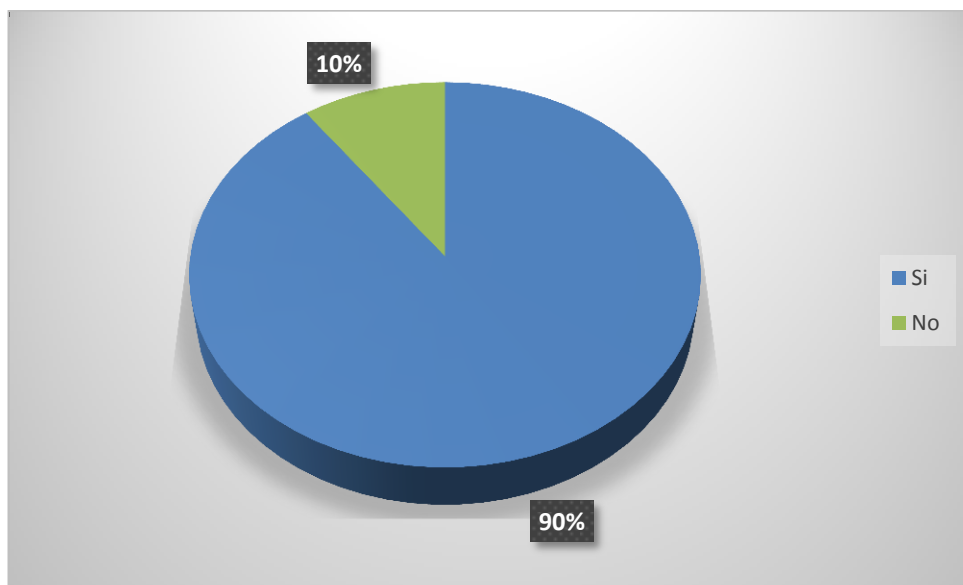


Gráfico XXIV: Disminución de demanda de matrículas en el colegio

Fuente: Encuesta a los padres de familia de los alumnos.

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis:

Consultados los padres de familia si considera que haya disminuido en el presente año lectivo la demanda de matrícula de estudiantes en el colegio de Bachillerato Técnico en Comercio Administración y Servicios al que asiste su hijo o representado, su respuesta es coincidente con los demás involucrados encuestados, que sí en casi la totalidad.

Cuáles son las causas para que la demanda de matrículas sea baja en el presente año lectivo en el colegio al que asiste su hijo.

Tabla N° 25
Causas de baja de demanda de matrículas en el colegio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Desmotivación estudiantil	7	35%
Exigencias cognitivas	0	0%
Falta promoción	12	60%
Frecuentes cambios curriculares	1	5%
Faltan recursos pedagógicos	0	0%
Faltan recursos materiales	0	0%
Total	20	100%

Gráfico XXV

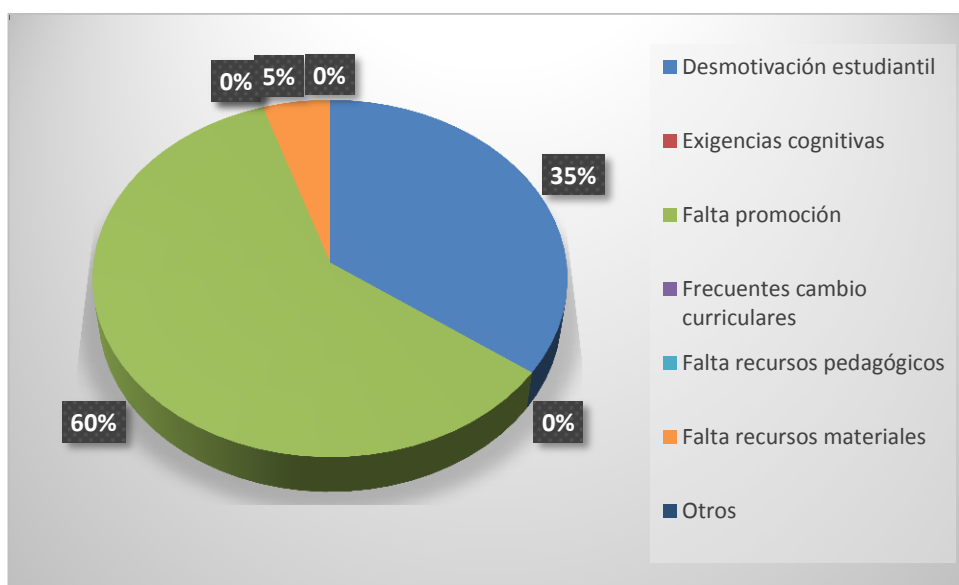


Gráfico XXV: Causas de baja de demanda de matrículas en el colegio

Fuente: Encuesta a los padres de familia de los alumnos.

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis

Respecto a las causas para que la demanda de matrículas sea baja en el presente año lectivo en el colegio de Bachillerato Técnico de comercio y administración, en al que asiste su hijo o representado, los padres de familia, en su orden señalan: falta de promoción y la desmotivación de los estudiantes lo que ha generado el problema estudiado.

La nueva propuesta curricular del Bachillerato General Unificado Técnico ha desmotivado a que otros estudiantes se matriculen en el plantel.

Tabla N° 26

Causas de la baja demanda de matricula

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	75%
No	5	25%
Total	20	100%

Gráfico XXVI

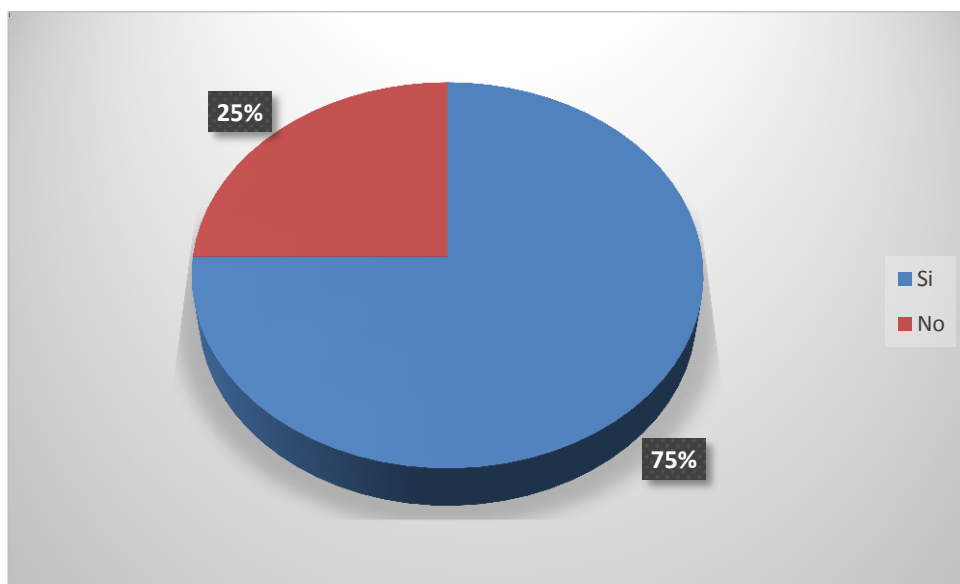


Gráfico XXVI: Reforma curricular ha ocasionado baja demanda de matrículas

Fuente: Encuesta a los padres de familia de los alumnos.

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis:

En cuanto a si conoce que la nueva propuesta curricular del Bachillerato General Unificado Técnico haya desmotivado a que otros estudiantes se matriculen en el plantel, los padres de familia en un gran porcentaje coinciden en manifestar que si, es uno de los motivos de la falta de demanda de matrículas en el Bachillerato Técnico en comercio y administración en que estudian sus hijos o representados.

El colegio en que estudia su hijo o representado ha realizado la promoción adecuada para captar nuevas matrículas en el bachillerato técnico en Comercio, Administración y servicios

Tabla Nº 27

Promoción para captar matrículas en el colegio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	25%
No	15	75%
Total	20	100%

Gráfico XXVII

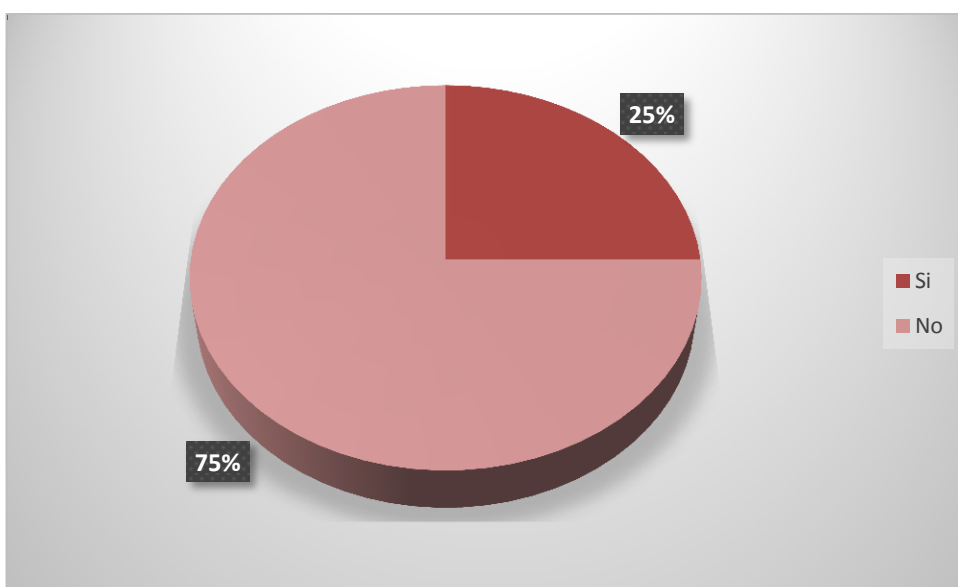


Gráfico XXVII: Promoción para captar matrículas en el colegio

Fuente: Encuesta a los padres de familia de los alumnos.

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis

Al preguntar a los padres de familia si el colegio en que estudia su hijo o representado ha realizado la promoción adecuada para captar nuevas matrículas de estudiantes en el bachillerato técnico en comercio y administración, su criterio es de que no se ha lo hecho, en la gran mayoría de respuestas, ratificándose el objeto de esta investigación.

Condiciones con que cuenta el colegio

Tabla Nº 28
Condiciones con que cuenta colegio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Administrativa	7	35%
Infraestructura	9	45%
Docente	4	20%
Recursos ecológicos	0	0%
Total	20	100%

Gráfico XXVIII

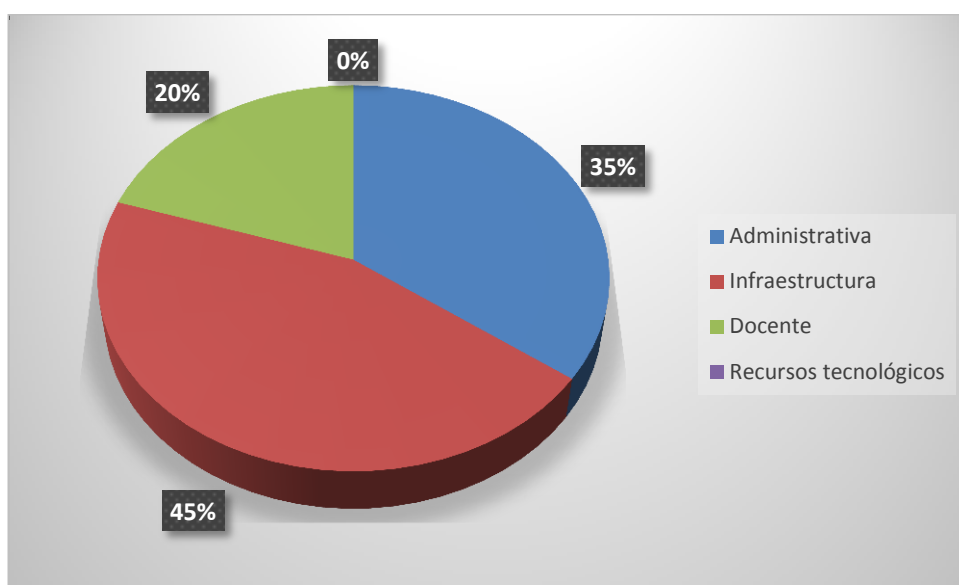


Gráfico XXVIII: Condiciones con que cuenta colegio
Fuente: Encuesta a los padres de familia de los alumnos.
Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis:

En cuanto a las condiciones con que cuenta el colegio para el desarrollo del Bachillerato Técnico en comercio administración en su orden, los padres de familia estiman inadecuadas las: de infraestructura, administrativas y docente, hay carencia de recursos tecnológicos, de manera igual como lo han manifestado los otros involucrados en sus respuestas a la encuesta.

Acciones de las autoridades del colegio en este año lectivo

Tabla N° 29

Acciones de las autoridades del colegio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Plan orientación profesional	2	10%
Material publicitario del colegio	11	55%
Conocer ventajas y desventajas	2	10%
Estrategias incrementar demanda matrículas	5	25%
Plan de marketing educativo	0	0%
Total	20	100%

Gráfico XXIX

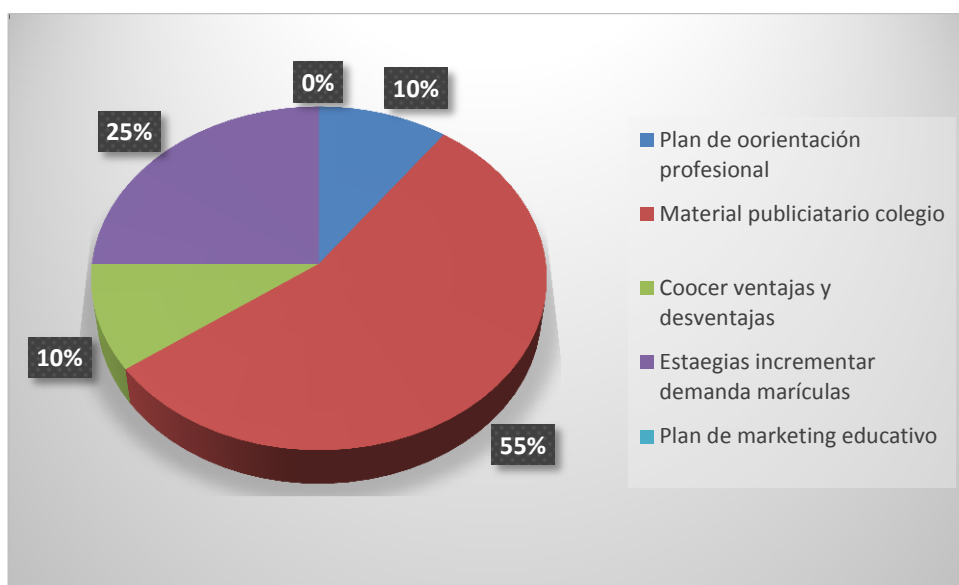


Gráfico XXIX Acciones de las autoridades del colegio

Fuente: Encuesta a los padres de familia de los alumnos.

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis:

Los padres de familia de los colegios de Bachillerato Técnico en comercio y administración: Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel de la ciudad de Esmeraldas estiman que las autoridades en su orden, han elaborado material promocional del bachillerato, y deben implementar estrategias para incrementar la demanda de matrícula.

Necesidad de una Propuesta Alternativa que incremente las matrículas en el Bachillerato Técnico en comercio y administración

Tabla N° 30

Necesidad de una propuesta para la demanda de matrículas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	100%
No	0	0%
Total	20	100%

Gráfico XXX

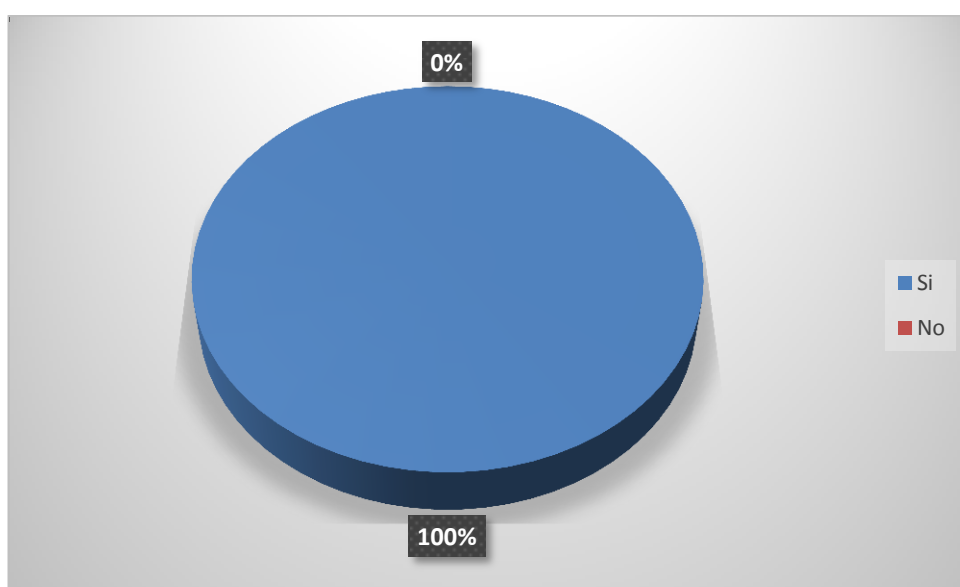


Gráfico XXX: Necesidad de una propuesta para la demanda de matrículas

Fuente: Encuesta a los padres de familia de los alumnos.

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis:

Consultados los padres de familia si consideran necesaria la aplicación de una Propuesta alternativa a efecto de que se incrementen las matrículas en el Bachillerato Técnico en comercio y administración del colegio al que asiste su hijo o representado, en su totalidad manifiestan que si es necesario, ratificándose el análisis del problema y la posible solución de la presente investigación.

Participación en la aplicación de Propuesta Alternativa que mejore la demanda de matrícula

Tabla Nº 31

Participación en la Propuesta del colegio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Conocer propuesta motivar estudiantes	7	35%
Poner en práctica la propuesta	11	55%
Respaldar solicitud de recursos	2	10%
Total	20	100%

Gráfico XXXI

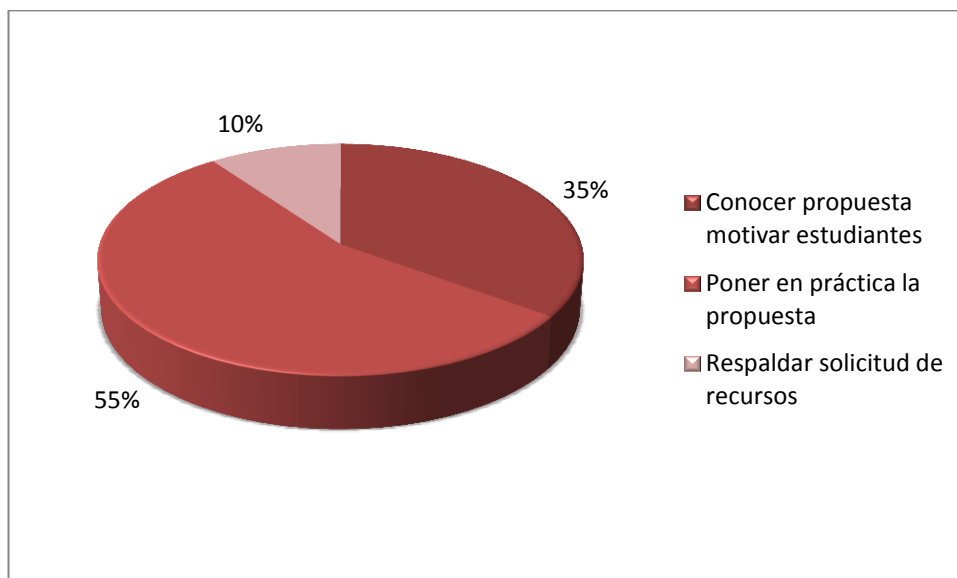


Gráfico XXXI: Participación en la Propuesta del colegio

Fuente: Encuesta a los padres de familia de los alumnos.

Responsable: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Análisis

Finalmente al ser consultados los padres de familia respecto a u participación en la aplicación de una Propuesta Alternativa que mejore la demanda de matrícula de los estudiantes para el bachillerato técnico en comercio y administración piden que esta propuesta se ponga en vigencia y que haya la interiorización en toda la comunidad educativa a través de las estrategias correspondientes.

Cuadro N° 4: Matrícula últimos años

Colegios	Años – total alumnos	Total de alumnos por año lectivo			Porcentaje disminución demanda de matrícula en los tres años
		Año lectivo 2012 – 2013	Año lectivo 2013- 2014	Año lectivo 2014 – 2015	
5 de Agosto		112	99	76	32.14%
Eloy Alfaro		78	59	49	37.17%
Nocturno Esmeraldas		121	98	79	34.71%
Enrique Suarez Pimentel		63	50	34	46.03%
Total de matriculados		374	306	235	37.16%

Fuente: Secretarías de los colegios involucrados.

Elaboración: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

De manera general la tabla V, muestra la disminución de matrícula en las instituciones educativa que ofertan bachillerato Técnico en Comercio y Administración, se puede apreciar que el año lectivo 2012 y 2013 la demanda de matrícula en estas instituciones educativas era de 374 estudiantes, para el año 2013-2014 disminuyó a 306 y para el año lectivo 2014-2015 a 235 estudiantes con una porcentualidad de demanda de menos el 37.16% de la totalidad de las instituciones objeto de la presente investigación.

Es significativa la disminución que oscila entre las instituciones, dependiendo de sus propias características entre un 32.14% en el Cinco de Agosto hasta un 46.03% en el colegio Enrique Suárez Pimentel, situación que preocupa a los diferentes estamentos de las instituciones educativas de Bachillerato Técnico en comercio y administración de la ciudad de Esmeraldas involucradas en este estudio.

3.3. Discusión de resultados

En correspondencia a los objetivos propuestos al realizar esta investigación tendiente a analizar la falta demanda de matrículas en el bachillerato técnico de Comercio y Administración las referencias teóricas son limitados por la particularidad del estudio.

Las investigaciones previas realizadas sobre el tema, permiten contrastar el hecho de que de acuerdo al estudio de Cerecedo Mercado,(2004) a partir de los años 90 del siglo pasado, de manera progresiva se presenta una marcada disminución de la demanda en la educación técnica terminal, pese al incremento en el número de establecimientos educativos y la demanda del mercado laboral recomendándose incrementar las medidas de difusión y equidad en la admisión lo que motiva para que de acuerdo al trabajo de Cruz Pérez & Mayorga (2009) se plantee el diseño de un programa de comunicación integral de Marketing, que estimule la demanda de los servicios de estas instituciones educativas.

Pese a que estos estudios no tienen una identidad definitiva con el Bachillerato Técnico de Comercio y Administración como el de esta tesis, referidos en el capítulo primero el problema de falta de demanda para matriculación intrínsecamente son semejantes en tratándose de Bachillerato Técnico y se recomienda la necesidad de instrumentar planes de marketing que incluidos en la política educativa institucional promocionen la oferta educativa del respectivo colegio para mantener los niveles de matrículas acorde con las diferentes reformas introducidas por parte del Ministerio de Educación en este bachillerato y los nuevos lineamientos establecidos con una visión particular de hacer de este bachillerato un mecanismo de emprendimiento entre sus egresados y particularmente las Unidades Productivas a establecerse, mejorarían la preparación y competencia de estos estudiantes.

En la investigación de campo, las respuestas dadas por los involucrados: autoridades, docentes, estudiantes y padres de familia de los colegio Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel se ratifica el problema observado y de las causas se destacan como fundamentales las relacionadas a:

- Los cambios curriculares del bachillerato técnico en los últimos años que definitivamente al desmotivado a los estudiantes que desean seguir este tipo de bachillerato que culminan con la nueva LOEI y su reglamento que orientan y determina ciertas exigencias con miras a garantizar una preparación práctica para que los egresados puedan encontrar un puesto de trabajo, lo que ha provocado dubitación en los estudiantes.
- Es notoria la falta de demanda ocupacional de los bachilleres técnicos en Comercio y Administración, pese a que la ciudad de Esmeraldas ha tenido un notable incremento en el área comercial con el desarrollo de las PYMES, Pequeñas y Medianas Empresas de los procesos de emprendimiento promocionados al momento por el Estado ecuatoriano, y conforme ha crecido su población, debido a los procesos de tecnificación y uso de las TIC's, tecnologías de información y comunicación que en gran medida desplazan al talento humano, si no hay una suficiente preparación en esta área.
- Los colegios de Bachillerato Técnico en comercio y Administración, especialidad contabilidad no han recibido a tiempo los recursos para la implementación tecnológica, lo que desmotiva a los estudiantes que observan en otros bachilleraros un mayor desarrollo.
- Ha sido deficiente la promoción que realizan los colegios por iniciativa propia o por cuanto presupuestariamente no tienen lo recursos para poder implementan un plan agresivo de marketing que promocióne el Bachillerato Técnico en comercio y administración, objeto de esta tesis. Ante lo cual como lo manifiestas los encuestados las autoridades de los

colegio no han podido realizar una acción mayor que impida la baja demanda de matrículas.

Por lo que este estudio con sus resultados procurará mejorar la demanda de matrícula en los colegio de Bachillerato Técnico en comercio y administración con todas las reformas introducidas hasta el momento a través de un plan de marketing de este bachillerato, que sin comprometer recursos mayores y con la participación de la comunidad educativa llegue a los estudiantes que aspiran un bachillerato que les facilite ingresar al mundo del trabajo con capacidad para que puedan enfrentarse al mundo competitivo ocupacional característico del sistema socioeconómico actual

Complementariamente se hace indispensable, del análisis realizado, que las PYMES, Pequeñas y Medianas Empresas, tengan confianza en estos bachilleres que con esfuerzo se prepara en el área de comercio y administración y faciliten su ocupación a mediano y largo plazo, cumpliendo con los fundamentos de mejoramiento de la calidad de vida de los esmeraldeños con trabajo y desarrollo que se orientan a cumplir los objetivos del Plan del Buen Vivir de la Constitución ecuatoriana.

Queda establecido que en los colegios objeto de estudio por parte de sus autoridades, docentes, estudiantes y padres de familia y en la medida posible se realizó la promoción de los bachilleratos técnicos, pese a no contar con los recursos económicos de manera oficial para desarrollar un plan promocional integral de marketing.

De manera igual los estudios objetos de referencia se orientan a la necesidad de plantear un diseño o plan promocional integral de marketing, que es uno de los objetivos específicos de este trabajo.

Al conocimiento general este trabajo aporta en cuanto a la necesidad de que las instituciones educativas de bachillerato técnico en comercio y administración por la competitividad normal que se plantea por la presencia de otros bachilleratos que tienen mejores proyecciones, ante los avances

tecnológicos que facilitan las operaciones contables y administrativas con el uso de softwares de fácil acceso; es necesaria la promoción motivadora y que se plantee la equidad en oportunidades ocupacionales para los estudiantes que pueden llegar, por diferentes circunstancias, únicamente a alcanzar el Bachillerato Técnico en comercio y administración.

Se hace necesario profundizar en investigaciones tendientes a determinar qué otros factores, a más de los señalados en este trabajo, son los que han motivado la baja demanda de matrícula en los colegios de Bachillerato Técnico en comercio y administración, así como también analizar un estudio comparativo sobre la nueva propuesta de bachillerato en relación a las anteriores; para poder establecer estrategias concretas de mejoramiento en la demanda de matrícula a resto de bachilleratos que puedan ser manejadas por estos establecimientos o como políticas del Ministerio de Educación. Además con equidad debe dotarse de los elementos técnicos y tecnológicos a los colegios de Bachillerato Técnico en comercio y administración.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

Del análisis de la evolución y demanda de matrículas en los establecimientos educativos: Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel; que ofrecen Bachillerato técnico en comercio, administración y servicios de la ciudad de Esmeraldas. Se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Se han definido los motivos para la poca demanda de matrículas en los colegios de Bachillerato Técnico en comercio y administración: cambios curriculares frecuentes, falta de promoción institucional, no contar con recursos tecnológicos, desmotivación de los aspirantes al bachillerato
- Es necesario establecer estrategias para hacer atractivas las ofertas educativas en los colegios que ofrecen Bachillerato Técnico en comercio y administración.
- No hay acciones de motivación pedagógica para descubrir las inclinaciones profesionales en los estudiantes que los motive a seguir el Bachillerato Técnico en comercio y administración, en vista de que es notorio y de conocimiento general que al término de la Educación General Básica los estudiantes no han sido orientados, respecto al bachillerato a seguir y dubitan con mucha frecuencia, aventurando así su futuro profesional.
- El material publicitario del Bachillerato Técnico en comercio y administración que realizan los colegios involucrados en esta investigación que capte nuevos estudiantes en estas instituciones educativas no es el adecuado y suficiente para solventar el problema de la poca demanda de matrículas.

- Del análisis de las condiciones técnicas y administrativas de los colegios que ofrecen Bachillerato Técnico de comercio y administración es evidente que se requieren de recursos tecnológicos indispensables y la participación de toda la comunidad educativa para superar el problema de la falta de demanda de matrículas.

Recomendaciones.- De las anteriores conclusiones se desprenden las siguientes recomendaciones:

- Deben implementarse las estrategias necesarias para hacer atractivas las ofertas educativas en los colegios que ofrecen Bachillerato Técnico en comercio y administración: Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel para superar la poca demanda de matrícula de estudiantes.
- A través de los estamentos internos de cada uno de los colegios correspondientes deben emprenderse acciones de motivación pedagógica para descubrir las inclinaciones profesionales en los estudiantes que los motive a seguir dicho Bachillerato Técnico.
- Del análisis de las condiciones técnicas y administrativas de los colegios que ofrecen Bachillerato Técnico de comercio y administración es evidente que se requieren de recursos tecnológicos indispensables y la participación de toda la comunidad educativa para superar el problema de la falta de demanda de matrículas.
- Es necesario un plan de Marketing que contribuya a incrementar la demanda de las matrícula en los colegios: Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel que ofrecen Bachillerato Técnico en comercio y administración,.
- Previa la aceptación de las autoridades de los colegios señalados es necesario se aplique el plan de marketing que señala la Propuesta de esta investigación a efecto de solventar la falta de demanda de matrícula en estos establecimientos educativos.
- Se recomienda que partiendo de los presentes resultados deben efectuarse investigaciones posteriores que, luego de la aplicación de la propuesta de este trabajo permitan conocer si ha habido o no aumento de demanda de matrículas en los colegio de bachillerato técnico en comercio y administración.

PROPUESTA ALTERNATIVA

Tema:

Proponer una guía de marketing a aplicarse en los colegios Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel de la ciudad de Esmeraldas a efecto de mejorar la demanda de matrículas.

Objetivo general:

Incrementar la demanda de matrículas en el bachillerato técnico de comercio y administración a través de una guía de marketing que promocióne las ventajas del mismo motivando a los estudiantes y padres de familia a ingresar a los colegios: Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel de este bachillerato.

Objetivos específicos:

- Diseñar una guía de marketing educativo para estimular la demanda de matrículas.
- Enlistar estrategias para incrementar la demanda de matrícula en los colegios de bachillerato técnico de comercio y administración: Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel de la ciudad de Esmeraldas

Fundamentos teóricos del marketing

La mercadotecnia tiene sus bases en la antigüedad, que actualmente juega un papel fundamental en el desarrollo económico, tanto de un país como de una empresa, es un proceso social de satisfacción de deseos de los dos actores de la comunicación que participan.

Podemos plantear que este proceso tiene sus antecedentes en el hombre primitivo cuando este vivía en las cavernas, eran autosuficiente pero poco a poco se fueron relacionando unos con otros, crearon villas en las cuales se iniciaron las primeras formas de mercado en la cual fueron formando sus roles en la comunidad en desarrollo. Al transcurrir el tiempo comienza a nacer el concepto de división del trabajo y los artesanos concentran sus esfuerzos en la producción de aquel artículo en el que sobresalen. Esto da como resultado que cada hombre produce de algunos artículos más de lo que necesita, pero careciendo de los demás productos. En cuanto aparece una persona que produce más de lo que desea, o desea más de lo que produce, existe la base para el comercio y el comercio es el corazón del marketing a través del proceso de intercambio.

Pero sus comienzos no fue sino en el período 1800 - 1920, donde las empresas europeas y norteamericanas junto a la revolución industrial francesa, se mostró una clara orientación a la producción.

Asociado a la Revolución Industrial vino el crecimiento de los centros urbanos y el descenso de la población rural. Crecieron las empresas de servicios para satisfacer las necesidades diarias de los obreros industriales que dejaron de ser autosuficientes. Tenemos que decir que el término marketing de origen anglosajón empezó a utilizarse en EE UU a principios del siglo pasado, concretamente fue en 1910 cuando en la Universidad de Wisconsin apareció un curso denominado «Métodos de marketing» impartido por Butler. El marketing apenas se desarrolló durante la última mitad del siglo XIX y las dos primeras décadas del siglo XX. (Castro, 2008) p.17

La importancia del Marketing se basa en que es como regulador de la demanda y no solo a los fines de crear una demanda en el mercado de actuación sino para ampliarlo, puede servir a los fines de reducirla, ya bien por ser ésta excesiva o indeseable o para ajustarla en casos de que ésta se comporte de forma irregular.

En la actualidad el uso de la mercadotecnia como herramienta de desarrollo económico y social se ha convertido en un factor clave del éxito comercial. En la etapa de introducción del producto o servicio al mercado una mala investigación del mercado traería grandes problemas para su crecimiento.

Es necesaria para una exitosa campaña de marketing la utilización de las ciencias afines, es decir, la utilización de la interdisciplinariedad. Ejemplo es que publicistas y mercadólogos estudian psicología del comportamiento humano para diseñar sus campañas enfocándolas hacia nuestros temores, anhelos, expectativas, sueños y ambiciones; la comunicación social para la creación de mensajes compuestos de la imagen y textos que reflejan lo antes expuesto y las ciencias jurídicas para la protección del consumidor y el empresario. (Castro, 2008) p.18

La mercadotecnia influye en el crecimiento económico en las naciones en desarrollo depende mucho de su capacidad para diseñar sistemas eficaces de marketing para sus materias primas y su producción industrial.

El Marketing insiste en la orientación hacia el consumidor y en la coordinación de las actividades de mercadotecnia para lograr los objetivos de desempeño de la organización.

Referencias fundamentales que apuntan a cumplir los objetivos a fin de mejorar la demanda de matrículas en los colegio de Bachillerato Técnico en comercio y administración para cuyo efecto este plan deberá vincular a todos los miembros de la comunidad educativa de cada uno de los establecimientos que han sido objeto de este estudio

Comunicación: "Proceso mediante el cual un emisor transmite estímulos o mensajes a través de ciertos canales con el propósito de modificar la conducta, creencias o actitudes de un receptor o auditorio en el sentido en que el desea". (Castro, 2008) p.18

En comunicación lo que cuenta es el IMPACTO no la INTENCIÓN.

Para un mejor desempeño de la comunicación, la compra y la venta, las distintas partes interesadas tienden a agruparse geográficamente; de esta forma se crean los centros comerciales.

La comunicación es la cuarta P de las variables:

- Todas las funciones de marketing tienen valor de comunicación
- Hay actividades que tienen un objetivo puramente comunicacional. Ha de ser coherente y consistente con los objetivos de marketing, recursos de la empresa y tipo de relación con el público objetivo
- Sin comunicación no existe relación con el mercado y tampoco es posible el intercambio

Estrategias de comunicación y promoción:

Es la manera en que se va a proyectar la imagen de las instituciones educativas, es decir que los objetivos de mejoramiento de la demanda de matrícula al bachillerato señalado dependerá del tipo de relaciones y trato que haya dentro de la mismas y fuera de ellas, ya que dependerá de la aplicación que se dé a este Plan

Se considera utilizable, ya que cuando una institución educativa como las de este estudio, desea dar a conocer un mensaje a la comunidad es indispensable hacerlo de acuerdo a un proceso a seguir ya que es necesario reforzar la imagen del Bachillerato Técnico en Comercio y Administración, especialidad Contabilidad para que haya una mayor demanda de matrículas.

Es evidente la ventaja que tiene una institución educativa cuando está posesionada en el entorno de la comunidad y es una ventaja competitiva para lo cual se aplica la publicidad, promoción y el marketing en general con un relativo costo para la misma

Se ha de considerar en las estrategias de comunicación y promoción las siguientes estrategias:

Estrategia de Producto: esta estrategia es utilizada cuando se desea estimular el interés por que los estudiantes al término de la educación básica superior puedan seleccionar el Bachillerato Técnico en comercio y Administración, especialidad Contabilidad.

Las acciones a desarrollar se circunscriben a los centros de educación general básica de influencia, en los años 8vo., 9no. y especialmente en el 10mo. a los cuales se les hará conocer los objetivos y beneficios del Bachillerato Técnico en comercio y administración con los instrumentos disponibles previamente seleccionados de los que se describe más adelante..

Las etapas están relacionadas a los tiempos que de acuerdo al currículo de los centros a visitar se puedan disponer para el efecto.

Estrategia de Demanda Primaria: esta estrategia sirve para aumentar la disposición de los estudiantes a ingresar en el tipo de bachillerato propuesto en razón del conocimiento que tengan de éste, su perfil de salida, las oportunidades ocupacionales, etc. (Acevedo Martínez, 2007) p.2

Las acciones y etapas son vinculantes a la de la estrategia anterior agregando información específica del Bachillerato Técnico en comercio y administración y la especialización si la hubiere.

Estrategia de Demanda Selectiva: la estrategia ayuda a aumentar la demanda de matrículas como resultado de la selección oportuna que los estudiantes hagan de la especialidad y del establecimiento educativo como resultado comparativo con la competencia. (Acevedo Martínez, 2007) p.2

Las acciones y etapas de esta estrategia tendrán la necesaria participación del DCE, Departamento de Consejería Escolar, que orientarán a los estudiantes que terminan la educación básica a seleccionar el Bachillerato Técnico en comercio y administración con los instrumentos escritos de la

guía de marketing que los colegio señalados puedan entregar para el efecto en su zona escolar de influencia.

Las ventajas que tienen las estrategias de comunicación y promoción que fundamentan esta propuesta es poder llegar a muchas personas al mismo tiempo y con el mismo mensaje que se desea para lo que es necesario una estructurada planificación que demanda relativos costos, los cuales como se ha explicado en el desarrollo de esta investigación, no están contemplados presupuestariamente en los establecimientos educativos, pero dependerá de la autogestión que hagan cada una de las comunidades educativas a efecto de poderlos poner en práctica para alcanzar el objetivo principal que es le aumento de la demanda de matrículas en el Bachillerato Técnico de comercio y Administración, especialidad contabilidad.

MEDIOS PARA PONER EN PRÁCTICA ESTA GUÍA

Comunicación Masiva

RADIO

Promoción a través de radio:

1. Diseño de la Cuña Radial
2. Preformas se Servicios
3. Selección de Radio
4. Contratación

PRENSA

Prensa escrita

1. Diseño de la Campaña Publicitaria
2. Selección de medios de prensa
3. Contratación
4. Ejecución

TV:

Promoción a través de televisión

1. Identificar medios televisivos

2. Selección de canal
3. Diseño de propaganda
4. Contratación
5. Ejecución

MEDIOS IMPRESOS: Trípticos, Volantes, Afiches.

1. Diseño de los medios de publicidad impresa
2. Contratación
3. Impresión de los medios de difusión
4. Distribución

CARTELERAS INSTITUCIONALES:

Periódicos murales, **TIC's**, Tecnología de Información y Comunicación:
Correos electrónicos Facebook,

CONTENIDOS:

- Vida institucional
- Visión y Misión
- Jornada diaria
- Malla curricular
- Perfil profesional del Bachiller Técnico en comercio y administración, especialidad Contabilidad. Ventajas y oportunidades ocupaciones y de estudios superiores (las determinadas por la LOEI y su Reglamento y de la Política Educativa Institucional de acuerdo al estudio de factibilidad de oferta ocupacional en el entorno.
- Proyección de realizar estudios de tercer y cuarto nivel.

CRONOGRAMA

Día y hora	Actividades	Recursos	Responsables
Lunes 8 de diciembre del 2015 08H00 09H00 10H00 Respectivamente	Presentación de Propuesta a las autoridades de los colegios Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel	-Resultado de las investigaciones previas realizadas. - Entrega de documento de la Propuesta.	- Proponente - Directores de los colegios Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel
Miércoles 10 de diciembre del 2015 09H00, 10H00 y 11H00	Análisis y aprobación de la Propuesta para su aplicación	-Documentos de la Propuesta: General y Guía de Estrategias	- Directores de los colegios Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel
Jueves 11 de diciembre del 2015 13H00 a 15H00	Taller de interiorización con los docentes colegio Cinco de Agosto. Evaluación de taller	-Documentos de la Propuesta: Generales y Guía de Estrategias	- Proponente -Profesores colegio Cinco de Agosto.
Viernes 13 de diciembre del 2015 13H00 a 15H00	Taller de interiorización con los docentes colegio Eloy Alfaro Evaluación de taller	-Documentos de la Propuesta: Generales y Guía de Estrategias	- Proponente -Profesores colegio Eloy Alfaro
Lunes 16 de diciembre del 2015 17H00 a 21H00	Taller de interiorización con los docentes colegio Nocturno Esmeraldas Evaluación de taller	-Documentos de la Propuesta: Generales y Guía de Estrategias	- Proponente -Profesores colegio Nocturno Esmeraldas
Martes 17 de diciembre del 2015 13H00 a 15H00	Taller de interiorización con los docentes colegio Enrique Suárez Pimentel Evaluación de taller	-Documentos de la Propuesta: Generales y Guía de Estrategias	- Proponente -Profesores colegio Enrique Suárez Pimentel

Elaboración: Lic. Milenis Vilela Quiñónez

Las fechas y actividades de este cronograma se ajustarán de acuerdo con las autoridades de los colegios involucrados: Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique Suárez Pimentel de la ciudad de Esmeraldas.

Impactos

Los impactos de aplicar la guía de Marketing se dirigen al campo educativo en cuanto a la matriculación de nuevos estudiantes en el Bachillerato Técnico de comercio y Administración, especialidad Contabilidad de los colegios Cinco de Agosto, Eloy Alfaro, Nocturno Esmeraldas y Enrique

Suárez Pimentel de la ciudad de Esmeraldas que ha disminuido progresivamente en los últimos años lectivos como resultado de los diferentes factores señalados en esta investigación.

Los colegios señalados al aplicarse la presente propuesta mejorarán en número de estudiantes, poniendo en práctica las últimas innovaciones curriculares establecidas en la LOEI y su Reglamento en tanto sus docentes reciban la capacitación en el área tecnológica y estas instituciones educativas cuenten con los recursos técnicos necesarios con aplicación a los nuevos requerimientos de la contabilidad moderna, elevando los conocimientos de los estudiantes para que puedan integrarse a la competitividad que representa la propuesta de desarrollo del país.

En lo socioeconómico los estudiantes al egresar en mejores condiciones de conocimientos y capacitación técnica podrán desempeñarse en mejor forma en el campo del comercio y la administración, lo que significarán mejores oportunidades ocupacionales en esta área, logrando a su vez mejorar su situación familiar y de toda la colectividad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acevedo Martínez Javier (2007). Demanda primaria y selectiva. Página digital, consultada 24-10-2015/20H00. Bogotá-Colombia.

Andrade, Luis; Calderón, Marina (2003). Tesis de grado doctoral en Ciencias de la Educación, mención investigación educativa. UTN. Ibarra.

Arellano, Enrique (2003). Planificación curricular y dirección del aprendizaje. Loja: Imprenta Cosmos.

Arias, Jenny (2005) El bachillerato técnico en comercio y administración, Repositorio de la UCE-UEM. Página digital, consultada el 19-10-2015/18H15. Milagro-Ecuador.

Castro, Nuryka y Cedeño, Henry Miguel (2002). Fundamentos técnicos del marketing comercial. Página digital, consultada 21-10-2015/20H15. Santiago-Chile.

Contraloría General del Estado. (2003) *Manual administrativo financiero para colegios e instituciones superiores fiscales*. Quito:

Cerecedo Mercado, María Trinidad (2004) *El poder interno de la organización sobre la gestión de las instituciones de Educación media superior técnica IPN/ESC y A. U. Santo Tomas*. México

Cruz Pérez, Claudia del Carmen y Mayorga Segovia Liliana Elizabeth (2009) *Diseño de un Programa de Comunicación Integral de Marketing, que contribuya a estimular la demanda de los servicios que ofrecen las instituciones de Educación Técnica U. de O. -FCE San Miguel-Cuba*

Gámez Rendón, Francisco (2010). Mercadotecnia en Venezuela. Edit. Frigor. Caracas-Venezuela.

Guamán Delgado, Galo E- Dr. (2007): Innovación y Desarrollo Curricular, Serie Educación y Desarrollo Social. Convenio de Cooperación UTE – CODEU, Quito, Ecuador.

Kolher, Philip y Armstrong, Gary. (2009). Fundamentos de marketing. 8va. Edición. Edit Pearson Educación. México D:F:

Lambin Jean Jacques, (2001) “Marketing Estratégico”, Segunda edición, Editorial Mc Graw Hill, México distrito Federal..

MC CARTHY/ PERREAUULT, (1998)” Marketing Teoría y Práctica”, Ediciones Irwin. Bogotá- Colombia

Manes, Juan Manuel, “Marketing para Instituciones Educativas” Edit. LIMUSA. Quito-Ecuador

Martínez Guillermo León. (2009) Artículo “Los avatares de la globalización y estandarización profesional contable del contador”. Universidad del Cauca- Colombia.

Ministerio de Educación. (2006). Evaluación en la gestión pública.- Proyecto de Reforzamiento de Educación Técnica. Y del Componente de fortalecimiento institucional Quito-Ecuador

Ministerio de Educación.- Dirección Nacional de Educación Técnica. (2006). Proyecto de reforzamiento de la educación técnica.- Planificación y gestión del cambio institucional. Y Evaluación para conocer, examinar para excluir.- Proyecto de reforzamiento de Educación Técnica. Quito-Ecuador

PEI, (2012), Colegio Cinco de Agosto, Esmeraldas

PEI, (2012), Colegio Eloy Alfaro. Esmeraldas

PEI, (2011), Colegio Nocturno Esmeraldas,

PEI, (2013), Colegio Enrique Suárez Pimentel, Esmeraldas

PARDO, Oña Fernando. (2008). La educación en el Ecuador. Quito: Ecuador

GLOSARIO

APRENDIZAJE: Actividad constructiva, intencional social, interpersonal, fruto de asimilaciones y acomodaciones sucesivas que el sujeto debe realizar.

CALIDAD DE LA EDUCACIÓN: Es aquella que es capaz de generar las mayores ganancias posibles, que satisfaga con resultados y hechos positivos a la inversión educativa, que convenza, que forma, que abarque las dimensiones internas y externas de la persona y de la sociedad, donde no se hable de deserción educativa, de repitencia, de desigualdad. Una educación que configure la personalidad, fundamentada en unos valores molares. ¿

CARRERA PROFESIONAL: Se refiere al desarrollo profesional del individuo a través de los sucesivos desempeños de puestos de trabajo a lo largo de su vida.

CURRÍCULO POR COMPETENCIAS: El currículum basado en competencias representa una hipótesis sobre los contenidos de aprendizaje (conceptuales, procedimentales y actitudinales) que ha de integrar a un alumno para ser capaz (capacidades terminales) de ejecutar las relaciones exigidas eficientemente.

EVALUACIÓN INSTITUCIONAL: Sistema de análisis y valoración de la capacidad de una organización para cumplir con su misión institucional. Identifica las cualidades estructurales y de funcionamiento de la organización por comparación con un modelo deseable previamente definido.

INTEGRACIÓN SOCIO-LABORAL: Proceso a través del cual los individuos (en este caso los alumnos), entran a formar parte del mercado laboral, lo cual implica no solamente obtener ingresos económicos, sino también conseguir una posición activa en la sociedad y un papel en función del puesto de trabajo y ocupación.

INTERACTIVO: Que procede por interacción. Dicho de un programa: Que permite una interacción, a modo de diálogo, entre el ordenador y el usuario.

MOTIVACIÓN: Acción y efecto de estimular a alguien suscitando su interés para que sea animado a hacer algo.

MULTIMEDIA: En informática, forma de presentar información que emplea una combinación de texto, sonido, imágenes, animación y vídeo. Entre las aplicaciones

informáticas multimedia más corrientes figuran juegos, programas de aprendizaje y material de referencia como la presente enciclopedia. La mayoría de las aplicaciones multimedia incluyen asociaciones predefinidas conocidas como hipervínculos, que permiten a los usuarios moverse por la información de modo más intuitivo e interactivo.

OBJETIVO PROFESIONAL: Es la meta deseada y elegida para la autorrealización y el desarrollo personal realizando una función productiva que se desempeñará para la sociedad en la que forma parte. Este objeto se debe decidir teniendo en cuenta las características personales, los intereses profesionales y las posibilidades reales del sujeto.

PROYECTO O PLAN DE DESARROLLO.- Proceso de desarrollo personal dirigido a la autorrealización y al desarrollo personal, afectivo y cognitivo. Engloba aspectos como la identidad personal (autonomía, auto percepción, autoestima, sistema de valores personales, aptitudes y actitudes personales), la construcción de las relaciones (pareja, familia, amigos, colegas, compañeros, etc.) la satisfacción de las necesidades y los deseos, la pertenencia y el papel social.

PROYECTO: Conjunto de actividades interdependientes orientadas al logro de un objetivo específico en un tiempo determinado, que implica la asignación de unos recursos idóneos para la consecución de un fin prefijado.

SOFTWARE: Programas de computadoras. Son las instrucciones responsables de que el hardware (la máquina) realice su tarea.

ANEXOS

Anexo N° 1



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS (PUCESE)

ENCUESTA A LAS AUTORIDADES DE LOS COLEGIOS DE BACHILLERATO TÉCNICO EN COMERCIO, ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

Sres.

Con el fin de conocer las causas que han motivado la baja demanda de matrículas en los colegio de Comercio, Administración y Servicios que ustedes dirigen, mucho les agradecemos responder al cuestionario de la presente Encuesta, sus resultados nos permitirá plantear una Propuesta Alternativa que permita solventar el problema objeto de la presente investigación.

Sírvanse responder con una X o un visto (√) en la opción con que esté de acuerdo.

1.- ¿Considera usted que ha disminuido la demanda de estudiantes al Bachillerato Técnico en Comercio Administración y Servicios?

Si () No ()

2.- ¿De las siguientes, cuáles son las causas para que la demanda de matrículas sea baja en el presente año lectivo?

- a) Desmotivación en los estudiantes por este bachillerato ()
- b) Muchas exigencias cognitivas en este bachillerato ()
- c) Falta de promoción del bachillerato ()
- d) Frecuentes cambios en los currículos por parte del Ministerio ()
- e) No se cuenta con los recursos pedagógicos y metodológicos ()
- f) Carencia de recursos didácticos y tecnológicos ()
- g) Otros.....

3.- ¿La nueva propuesta curricular del Bachillerato General Unificado Técnico ha desmotivado a los estudiantes del plantel?

Si () No ()

4.- ¿La institución bajo su responsabilidad ha realizado la promoción adecuada para captar nuevas matrículas en el bachillerato técnico en Comercio, Administración y servicios?

Si () No ()

5.- ¿Si la respuesta es afirmativa, cuál estima es la causa para esta deficiencia?

- a) Carencia de recursos económicos ()
- b) Falta de iniciativas para hacerlo ()
- c) Necesitan la colaboración de la comunidad educativa ()

d) Hace falta un Plan Promocional del bachillerato ()

6.- ¿Considera adecuadas las condiciones con que cuenta la institución en los aspectos:

- a) Administrativo ()
- b) Infraestructura ()
- c) Docente ()
- d) Recursos tecnológicos ()

7.- ¿Cómo parte de sus responsabilidades han realizado las siguientes acciones:

- a) Plan para descubrir las inclinaciones profesionales en los estudiantes ()
- b) Elaboran material publicitario del Bachillerato Técnico ()
- c) Se hace conocer ventajas y desventajas que ofrece el Bachillerato ()
- d) Estrategias para incrementar la demanda de matrículas en el colegio ()
- e) Un plan de Marketing educativo para este bachillerato ()

8.- ¿Estima necesaria una Propuesta alternativa a efecto de que se incrementen las matrículas en el Bachillerato Técnico en Comercio, Administración y Servicios?

Si () No ()

9.-¿Cuál sería su participación en la aplicación de una Propuesta Alternativa que mejore la demanda de matrícula de los estudiantes para el bachillerato técnico en Comercio, Administración y Servicios?

- a) Interiorizar en la comunidad educativa ()
- b) Ponerla en vigencia en la institución ()
- c) Requerir los recursos para su aplicación ()

Gracias por su colaboración

Anexo N° 2



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS (PUCESE)

ENCUESTA A LOS DOCENTES DE LOS COLEGIOS DE BACHILLERATO TÉCNICO EN COMERCIO, ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

Estimados profesoras y profesores.

Con el fin de conocer las causas que han motivado la baja demanda de matrículas en los colegios de Comercio, Administración y Servicios en que ustedes laboran, mucho les agradecemos responder al cuestionario de la presente Encuesta, sus resultados nos permitirán plantear una Propuesta Alternativa que permita solventar el problema objeto de la presente investigación.

Sírvanse responder con una X o un visto (√) en la opción con que esté de acuerdo.

1.- ¿Considera usted que ha disminuido la demanda de estudiantes al Bachillerato Técnico en Comercio Administración y Servicios?

Si () No ()

2.- ¿En su criterio de las siguientes, cuáles son las causas para que la demanda de matrículas sea baja en el presente año lectivo?

- a) Desmotivación en los estudiantes por este bachillerato ()
- b) Muchas exigencias cognitivas en este bachillerato ()
- c) Falta de promoción del bachillerato ()
- d) Frecuentes cambios en los currículos por parte del Ministerio ()
- e) No se cuenta con los recursos pedagógicos y metodológicos ()
- f) Carencia de recursos didácticos y tecnológicos ()
- g) Otros.....

3.- ¿La nueva propuesta curricular del Bachillerato General Unificado Técnico ha desmotivado a los estudiantes del plantel?

Si () No ()

4.- ¿La institución en la que Ud. labora ha realizado la promoción adecuada para captar nuevas matrículas en el bachillerato técnico en Comercio, Administración y servicios?

Si () No ()

5.- ¿Si la respuesta es afirmativa, cuál estima es la causa para esta deficiencia?

- a) Carencia de recursos económicos ()
- b) Falta de iniciativas para hacerlo ()
- c) Necesitan la colaboración de la comunidad educativa ()

d) Hace falta un Plan Promocional del bachillerato ()

6.- ¿Considera adecuadas las condiciones con que cuenta la institución en los aspectos:

- a) Administrativo ()
- b) Infraestructura ()
- c) Docente ()
- d) Recursos tecnológicos ()

7.- ¿Considera que las autoridades del colegio han realizado las siguientes acciones para mejorar demanda de matrículas:

- a) Plan para descubrir las inclinaciones profesionales en los estudiantes ()
- b) Elaboran material publicitario del Bachillerato Técnico ()
- c) Se hace conocer ventajas y desventajas que ofrece el Bachillerato ()
- d) Estrategias para incrementar la demanda de matrículas en el colegio ()
- e) Un plan de Marketing educativo para este bachillerato ()

8.- ¿Estima necesaria una Propuesta alternativa a efecto de que se incrementen las matrículas en el Bachillerato Técnico en Comercio, Administración y Servicios?

Si () No ()

9.-¿Cuál sería su participación en la aplicación de una Propuesta Alternativa que mejore la demanda de matrícula de los estudiantes para el bachillerato técnico en Comercio, Administración y Servicios?

- a) Intervenir de forma decidida en ésta ()
- b) Que sea puesta en vigencia en la institución ()
- c) Que se requieran los recursos para su aplicación ()

Gracias por su colaboración

Anexo N° 3



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS (PUCESE)

ENCUESTA A LOS ESTUDIANTES DE LOS COLEGIOS DE BACHILLERATO TÉCNICO EN COMERCIO, ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

Estimados estudiantes:

Con el fin de conocer las causas que han motivado la baja demanda de matrículas en el colegio de Comercio, Administración y Servicios a los que asisten, mucho les agradecemos por responder al cuestionario de la presente Encuesta, sus resultados nos permitirá plantear una Propuesta Alternativa que permita solventar el problema objeto de la presente investigación.

Sírvanse responder con una X o un visto (√) en la opción con que esté de acuerdo.

1.- ¿Considera usted que ha disminuido la demanda de estudiantes en el colegio de Bachillerato Técnico en Comercio Administración y Servicios al que asiste?

Si () No ()

2.- ¿De las siguientes, cuáles son las causas para que la demanda de matrículas sea baja en el presente año lectivo en este colegio?

- a) Desmotivación en los estudiantes por este bachillerato ()
- b) Muchas exigencias cognitivas en este bachillerato ()
- c) Falta de promoción del bachillerato ()
- d) Frecuentes cambios en los currículos por parte del Ministerio ()
- e) No se cuenta con los recursos pedagógicos y metodológicos ()
- f) Carencia de recursos didácticos y tecnológicos ()
- g) Otros.....

3.- ¿Conoce usted que la nueva propuesta curricular del Bachillerato General Unificado Técnico haya desmotivado a que otros estudiantes se matriculen en el plantel?

Si () No ()

4.- ¿El colegio en que estudia ha realizado la promoción adecuada para captar nuevas matrículas de estudiantes en el bachillerato técnico en Comercio, Administración y servicios?

Si () No ()

5.- ¿Si la respuesta es afirmativa, cuál estima es la causa para esta deficiencia?

- a) Carencia de recursos económicos ()

- b) Falta de iniciativas para hacerlo ()
- c) Necesitan la colaboración de la comunidad educativa ()
- d) Hace falta un Plan Promocional del bachillerato ()

6.- ¿Considera adecuadas las condiciones con que cuenta el colegio en los aspectos:

- a) Administrativo ()
- b) Infraestructura ()
- c) Docente ()
- d) Recursos tecnológicos ()

7.- ¿Conoce si las autoridades del colegio han realizado las siguientes acciones:

- a) Plan para descubrir las inclinaciones profesionales en los estudiantes ()
- b) Elaboran material publicitario del Bachillerato Técnico ()
- c) Se hace conocer ventajas y desventajas que ofrece el Bachillerato ()
- d) Estrategias para incrementar la demanda de matrículas en el colegio ()
- e) Un plan de Marketing educativo para este bachillerato ()

8.- ¿Estima necesaria una Propuesta alternativa a efecto de que se incrementen las matrículas en el Bachillerato Técnico en Comercio, Administración y Servicios del colegio al que asistes?

Si () No ()

9.-¿Cuál sería su participación en la aplicación de una Propuesta Alternativa que mejore la demanda de matrícula de los estudiantes para el bachillerato técnico en Comercio, Administración y Servicios?

- a) Que conozca toda en la comunidad educativa ()
- b) que se lo ponga en práctica para que haya demanda de matrículas ()
- c) Requerir los recursos para su aplicación ()

Gracias por su colaboración

Anexo N° 4



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS (PUCESE)

ENCUESTA A LOS PADRES DE FAMILIA DE LOS COLEGIOS DE BACHILLERATO TÉCNICO EN COMERCIO, ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

Señores padres de familia::

Con el fin de conocer las causas que han motivado la baja demanda de matrículas en el colegio de Comercio, Administración y Servicios a los que asisten sus hijos o representados, mucho les agradecemos por responder al cuestionario de la presente Encuesta, sus resultados nos permitirá plantear una Propuesta Alternativa que permita solventar el problema objeto de la presente investigación.

Sírvanse responder con una X o un visto (√) en la opción con que esté de acuerdo.

1.- ¿Considera usted que haya disminuido en el presente año lectivo la demanda de matrícula de estudiantes en el colegio de Bachillerato Técnico en Comercio Administración y Servicios al que asiste su hijo o representado?

Si () No ()

2.- ¿De las siguientes, cuáles serían las causas según su criterio para que la demanda de matrículas sea baja en el presente año lectivo en el colegio al que asiste su hijo o representado?

- a) Desmotivación en los estudiantes por este bachillerato ()
- b) Muchas exigencias cognitivas en este bachillerato ()
- c) Falta de promoción del bachillerato ()
- d) Frecuentes cambios en los currículos por parte del Ministerio ()
- e) No se cuenta con los recursos pedagógicos y metodológicos ()
- f) Carencia de recursos didácticos y tecnológicos ()
- g) Otros.....

3.- ¿Conoce usted que la nueva propuesta curricular del Bachillerato General Unificado Técnico haya desmotivado a que otros estudiantes se matriculen en el plantel?

Si () No ()

4.- ¿Conoce usted si el colegio en que estudia su hijo o representado ha realizado la promoción adecuada para captar nuevas matrículas de estudiantes en el bachillerato técnico en Comercio, Administración y servicios?

Si () No ()

5.- ¿Si la respuesta es afirmativa, cuál estima es la causa para esta deficiencia?

- a) Carencia de recursos económicos ()
- b) Falta de iniciativas para hacerlo ()
- c) Necesitan la colaboración de la comunidad educativa ()
- d) Hace falta un Plan Promocional del bachillerato ()

6.- ¿Considera adecuadas las condiciones con que cuenta el colegio en los aspectos:

- a) Administrativo ()
- b) Infraestructura ()
- c) Docente ()
- d) Recursos tecnológicos ()

7.- ¿Conoce si las autoridades del colegio han realizado en este año lectivo las siguientes acciones:

- a) Plan para descubrir las inclinaciones profesionales en los estudios ()
- b) Elaboran material publicitario del Bachillerato Técnico ()
- c) Se hace conocer ventajas y desventajas que ofrece el Bachillerato ()
- d) Estrategias para incrementar la demanda de matrículas en el colegio ()
- e) Un plan de Marketing educativo para este bachillerato ()

8.- ¿Estima necesaria la aplicación de una Propuesta alternativa a efecto de que se incrementen las matrículas en el Bachillerato Técnico en Comercio, Administración y Servicios del colegio al que asiste su hijo o representado ?

Si () No ()

9.-¿Cuál sería su participación en la aplicación de una Propuesta Alternativa que mejore la demanda de matrícula de los estudiantes para el bachillerato técnico en Comercio, Administración y Servicios?

- a) Conocer de la propuesta para motivar a los estudiantes ()
- b) Que se lo ponga en práctica para que haya demanda de matrículas ()
- c) Respaldar la solicitud de los recursos para su aplicación ()

Gracias por su colaboración