

## **Incidencia de la modalidad virtual en el proceso de enseñanza aprendizaje de la carrera de Mercadotecnia de la Universidad Estatal de Bolívar, Ecuador**

### **Incidence of the virtual modality in the teaching-learning process of the Marketing career at the State University of Bolívar, Ecuador**

Patricia De Lourdes León Monar<sup>1</sup>; Víctor Hugo Quizhpe Baculima<sup>2</sup>;  
Christian Fernando Barragán Quizhpe<sup>3</sup>  
{pleon@ueb.edu.ec; vquizhpe@ueb.edu.ec;  
cbarragan@ueb.edu.ec}

**Fecha de recepción:** 26 de abril de 2021 — **Fecha de aceptación:** 21 de mayo de 2021

**Resumen:** El entorno virtual es un escenario de educación dinámico para el proceso de enseñanza aprendizaje, al cual, tanto docentes como estudiantes han debido adaptarse y prepararse. El presente trabajo responde a un estudio investigativo desarrollado para conocer los factores tecnológicos que inciden directamente en el proceso de enseñanza aprendizaje en la Carrera de Mercadotecnia de la Universidad Estatal de Bolívar. La investigación tiene un alcance descriptivo, con enfoque cualitativo y cuantitativo, donde los resultados permitieron concluir que los factores que prevalecen en la modalidad virtual son: acceso al internet, conectividad, disponibilidad de equipos, satisfacción con aulas virtuales, videoconferencias, uso de bibliotecas, medios de comunicación entre otros, mismos que terminan afectando el rendimiento académico de los estudiantes, nivel de satisfacción y la calidad de las actividades académicas.

*Palabras clave — Modalidad virtual, educación virtual, proceso de enseñanza-aprendizaje.*

**Abstract:** The virtual environment is a dynamic educational setting for the teaching-learning process, to which both teachers and students have had to adapt and prepare. The present work responds to an investigative study developed to know the technological factors that directly affect the teaching-learning process in the Marketing Career of the State University of Bolívar. The research has a descriptive scope, with a qualitative and quantitative approach, where the results allowed to conclude that the factors that

<sup>1</sup>Ingeniera en Marketing, Magíster en Gestión de Marketing y Servicio al Cliente.  
Universidad Estatal de Bolívar.

<sup>2</sup>Ingeniero en Administración de Empresas, Magíster en Administración de Negocios (MBA).  
Universidad Estatal de Bolívar.

<sup>3</sup>Ingeniero en Sistemas, Máster en Seguridad Telemática.  
Universidad Estatal de Bolívar.

#### **Cómo citar:**

León Monar, P. L., Quizhpe Baculima, V. H., & Barragán Quizhpe, C. F. (2021). Incidencia de la modalidad virtual en el proceso de enseñanza aprendizaje de la carrera de Mercadotecnia de la Universidad Estatal de Bolívar, Ecuador. Pro Sciences: Revista De Producción, Ciencias E Investigación, 5(39), 24-32. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol5iss39.2021pp24-32>

**prevail in the virtual modality are: internet access, connectivity, availability of equipment, satisfaction with virtual classrooms, videoconferences, use of libraries, communication media among others, which end up affecting the academic performance of students, level of satisfaction and the quality of academic activities.**

*Keywords – Virtual mode, virtual education, teaching-learning process.*

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años la educación no ha sido ajena a los cambios tecnológicos, las Instituciones de Educación Superior deben equilibrar las exigencias de la evaluación tecnológica con las realidades del contexto donde se desenvuelve. Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICS) favorecen una participación activa de los estudiantes en proceso de formación, a través de diferentes escenarios, contenidos digitales y el acceso a recursos y materiales mediante plataformas o simuladores. La evolución constante de las TICS ha hecho que las Instituciones de Educación Superior (IES) reformulen los procesos de enseñanza – aprendizaje dando más espacio y oportunidad para su incorporación y gestión del conocimiento.

Por consiguiente, la educación virtual ha flexibilizado el que hacer académico, adaptándose paralelamente con el desarrollo de las TICS, por lo cual las IES han procurado brindar el soporte y herramientas tecnológicas necesarias para fortalecer las competencias y los aprendizajes del estudiantado y sus Docentes. Sin embargo, para lograr un significativo aprovechamiento en la educación virtual se requiere la adopción de buenas prácticas educativas por parte de los involucrados y más aún contar con el conocimiento de uso, dispositivos, acceso al servicio de internet, entre otros factores que faciliten afrontar los grandes retos de la educación virtual.

La educación virtual plantea la comunicación bidireccional, donde los actores asumen un rol más interactivo y proactivo incluyendo el aprender a aprender, contrario al modelo tradicional que prioriza la comunicación unidireccional y pasiva.

La pandemia declarada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) por la aparición del virus COVID-19 ha conllevado a enfrentar a una “nueva normalidad”, normalidad que ha cambiado la forma de estudiar, trabajar y el comportamiento en general. En el caso de la Carrera de Mercadotecnia de la Universidad Estatal de Bolívar habitualmente la educación presencial se complementaba con la plataforma de e-learning, pero durante el último año a raíz de la pandemia por COVID19, el sistema educativo paso radicalmente de una la modalidad tradicional a la virtual, cambio para el cual, gran parte del sistema de educación superior no estuvo preparado para afrontar y por ende los estudiantes tampoco lo estaban. La IES asumieron este reto a fin de responder eficientemente a sus responsabilidades de garantizar el acceso a la educación sin distinción o discriminación alguna.

Por consiguiente, resulta de gran relevancia conocer el impacto de la modalidad virtual en los estudiantes de la Carrera de Mercadotecnia durante el desarrollo de las actividades de enseñanza – aprendizaje, periodo académico ordinario junio–septiembre 2020. El presente estudio se orientó a comprender esta incidencia y dinamismo, mediante la aplicación de una encuesta que permitió recolectar información de la situación, percepción y actitudes ante la modalidad virtual.

## DESARROLLO

### *La educación y las Tecnologías de la Información y Comunicación*

La educación superior virtual sin duda, es la herramienta que mejora el aprendizaje y contribuye al desarrollo de habilidades, destrezas del futuro profesional, que sugiere una alternativa frente a la educación presencial, o en el mejor de los casos una combinación apropiada que dé lugar al aprovechamiento de ventajas y recursos disponibles. Además, es el canal para maximizar la preparación y actualización Docente haciendo que se involucren en nuevas formas de enseñar acaparándose a la tecnología, y con ello nuevas herramientas, aplicaciones y plataformas interactivas que promuevan esa participación e interacción que requiere la educación virtual. Sin embargo, es evidente que no se está aprovechando el potencial de las TICS para beneficio de los procesos educativos y por ende mejorar la calidad de la educación. De lo anterior, resaltan factores o realidades que no ha permitido el aprovechamiento efectivo de los recursos y por ende los resultados deseados en las aulas.

Carmen Ricardo, Doctora en Educación y Magíster en enseñanza y Aprendizaje Abiertos y a Distancia, refiere entre los factores de incidencia: La disponibilidad y facilidad de acceso a las tecnologías; Calidad de los procesos de capacitación; condiciones y recursos que requieren docentes y estudiantes para el proceso de enseñanza-aprendizajes; actitud del profesorado y de los directivos frente a la tecnología.

En consecuencia, la mayoría de estudiantes, Docentes e IES continúan presentando dificultades de acceso a las herramientas tecnológicas, insuficiente talento humano técnico que garantice la disponibilidad de estas herramientas, inadecuada capacitación de uso y acompañamiento a Docentes; debilidad de las IES para garantizar la permanencia y funcionamiento apropiado de los servidores de internet; rechazo a la innovación, a los cambios tecnológicos y al uso de herramientas por parte de los docentes y directivos influenciando en su comportamiento y actitud, malestar que se transporta al aula virtual de clases y por ende afecta el desempeño de enseñanza–aprendizaje.

Por otro lado, (Said, Valencia, & Silveira, 2016) algunos otros factores que impiden la integración efectiva de las Tics en el proceso de enseñanza-aprendizaje son la calidad de la infraestructura tecnológica, actitud de los docentes y la coherencia de las actividades pedagógicas con las herramientas tecnológicas; el contexto social donde se desenvuelven estudiantes y docentes, la cultura educativa, antagonismo entre los modelos tradicionales de enseñanza y los nuevos.

De lo anterior, se visualiza la importancia de conocer la situación de los estudiantes frente a esta modalidad virtual, así como, la satisfacción frente a la misma. Hiraldo (2013) citado por Zambrano y Peña (2020) refirió “la organización de un proceso de enseñanza y aprendizaje con el empleo de entornos o espacios virtuales es un proceso pedagógico que tiene como objetivo el desarrollo de la capacidad de aprender, a partir de la creación de las condiciones específicas que lo favorezcan, apoyada en el empleo de la tecnología” (p.71). Por lo cual para garantizar la efectividad el proceso se requiere contar con las herramientas e instrumentos específicos para el desarrollo académico. El uso de la tecnología requiere capacitación continua y constante de los involucrados, al manejar grandes cantidades de información que se generan y comparten diariamente, más, en el entorno de la educación superior donde hay mayor dinamismo.

El uso de la tecnología requiere capacitación continua y constante de los involucrados, al manejar grandes cantidades de información que se generan y comparten diariamente, más en el entono de la educación superior donde hay mayor dinamismo.

Desde hace dos décadas, la popularidad de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) subraya la importancia y la adopción de prácticas de aprendizaje en línea como una herramienta útil en la educación superior en muchos países (Shah et al., 2021) (Bowers & Kumar, 2015).

El contexto de aprendizaje en línea ofrece un enfoque pedagógico distintivo en contraposición al aprendizaje cara a cara que implica un ajuste y disposición para participar en una experiencia de aprendizaje eficaz. En particular, debido al cierre repentino de instituciones educativas en todo el mundo durante la pandemia de COVID-19, (Shah et al., 2021)

### ***Comunidad de consulta o investigación***

El marco de trabajo de la Comunidad de Consulta (CoI) desarrollado por Garrison, Anderson y Archer (2000) proporciona pautas específicas para crear experiencias de aprendizajes interactivos y atractivos en entornos en línea, se basa en una teoría constructivista social del aprendizaje y de investigación práctica. El modelo se centra en la naturaleza interactiva del aprendizaje e identifica tres elementos interdependientes para diseñar experiencias de aprendizaje en línea: presencia social, presencia cognitiva y presencia docente. (Bowers & Kumar, 2015)

Según (Garrison, 2019) “La presencia social se describe como la capacidad de proyectarse a sí mismo y establecer relaciones personales y con un propósito.”, sus aspectos principales son la comunicación efectiva, la comunicación abierta y la cohesión del grupo. Es valioso establecer una comunicación efectiva y desarrollar lazos sociales, para que el grupo de consulta o investigación se sienta seguro con una comunicación abierta en función de un mismo objetivo con un enfoque intelectual.

La presencia docente incluye tres dimensiones: diseño y organización, facilidad en el discurso, e instrucción directa. Diseño y organización se refiere a la estructura y organización general de la experiencia de aprendizaje. La facilidad se refiere a cómo el instructor facilita las interacciones y experiencias de aprendizaje para mantener a los estudiantes con interés, motivación y compromiso. La instrucción directa se refiere a las estrategias utilizadas por el instructor para ayudar a los estudiantes a comprender contenido, como diagnosticar conceptos erróneos, inyectar conocimiento de diversas fuentes, o resumiendo la discusión. (Bowers & Kumar, 2015)

Presencia cognitiva busca en los alumnos la capacidad de construir conocimiento a través de reflexión y discusiones, mediante eventos desencadenantes que impulse en el estudiante una reacción de exploración de información para una integración de conocimientos y resultados.

### ***Aprendizaje en línea y teoría de la autodeterminación***

Según (Shah et al., 2021) la teoría de la autodeterminación (SDT) se conceptualiza como una de las teorías de la motivación más inclusivas en el ámbito educativo de una manera empírica, que se basa en factores socio-contextuales que puede favorecer o impedir la satisfacción de sus necesidades psicológicas básicas; este marco teórico se aplica a la forma de aprendizaje en un entorno de aprendizaje virtual buscando satisfacer tres necesidades primordiales (autonomía, competencia y afinidad).

La autonomía está enfocada en el deseo de autorregular las acciones o compromisos propios, la competencia en cambio está enfocada en el cumplimiento efectivo de las tareas planteadas, por último, la afinidad o relación se enfoca en la necesidad de conexión con los demás (Lynch et al., 2020).

Esto lleva a reflexionar en que el aprendizaje en línea podría ofrecer oportunidades para satisfacer la necesidad de autonomía y competencia con el cumplimiento de tareas, sin embargo,

genera una gran duda en el cumplimiento de la necesidad de relacionarse por la falta de interacción interpersonal entre sus compañeros y el docente que los dirija.

### ***De la educación presencial a las plataformas online***

Según (Ayala, 2021) la educación presencial tiene un aspecto funcional puesto que la persona aprende a situarse en un espacio, que es físico y, a la vez, simbólico, puesto que el estudiante adquiere conocimientos de como relacionarse con sus compañeros, docentes y / o funcionarios de la institución educativa, que le servirá también para las relaciones profesionales. La educación virtual responde a aspectos técnicos que consideran procesos de permutación desde la educación presencial a la virtual, que permita dar continuidad a los resultados de enseñanza-aprendizaje. Procesos donde el foco de atención ya no es únicamente el estudiante, sino que también toma un rol importante de quien controla la sesión aprendizaje.

Ayala también indica “Si bien una plataforma de educación virtual no tiene la arquitectura física de un panóptico, las herramientas con que opera funcionan bajo los mismos principios.” El docente tiene la responsabilidad de usar distintas herramientas tecnológicas que le permita tener el control del grupo de estudiantes, con la aplicación de estrategias que produzcan una gratificación instantánea por el cumplimiento de actividades con el afán de que se identifique con la plataforma. Por consiguiente, la actitud resultante es una de atención a un flujo constante de señales visuales y auditivas por un conjunto de etiquetas exigibles que en las sesiones virtuales (por ejemplo, los micrófonos apagados, pero las cámaras encendidas).

Una clase virtual debe estar plenamente planificada y controlada por quien dirige la sesión, mediante las actividades o tareas establecidas; lo que hace cuestionarnos sobre el verdadero avance en el proceso de aprendizaje, si ese control no está bien definido en la búsqueda del éxito de este proceso.

### ***Motivación de los estudiantes***

Según (Shah et al., 2021) en el ámbito educativo el docente es llamado a fomentar la satisfacción de las necesidades del estudiante, como lo establece la teoría de la autodeterminación, reconociendo sus sentimientos, ofreciéndoles información y opciones para el cumplimiento de tareas además de reducir la presión por la autoridad que impone el docente.

Shah también menciona que “las percepciones de los estudiantes sobre un clima de aprendizaje de apoyo a la autonomía podrían facilitar sus procesos de aprendizaje”. Por lo que un clima de aprendizaje adecuado está estrechamente relacionado con el logro de los resultados del aprendizaje lo que genera una motivación en el estudiante en el contexto de aprendizaje en línea.

Comprender la forma de motivar a los estudiantes es un reto al que se enfrenta el docente puesto que puede ser analizado desde varias aristas, que puede ir desde lo individual o lo grupal, por las emociones, las habilidades o el desempeño en el cumplimiento de las actividades de aprendizaje en línea. La búsqueda de esta motivación es el punto de inflexión para lograr el éxito en el resultado de la enseñanza – aprendizaje en los estudiantes de la educación superior que están sometidos a una educación virtual o en línea. (Shah et al., 2021)

### ***Enseñanza–Aprendizaje desde el ámbito de aplicación de la Universidad Estatal de Bolívar***

El cambio de ambiente para los actores les exige mantener la atención, administrar adecuadamente su tiempo, sobre todo ser generadores de su propio aprendizaje. Por ende, las clases virtuales y la organización del aprendizaje continen componentes sincrónicos y asincrónicos. Sincrónicos se entiende por las actividades que se realizan en tiempo real en contacto o asistidas por el Docente, es decir, en línea a través de videoconferencia. Asincrónicas son aquellas actividades virtuales que no

requieren necesariamente la presencia del docente, que pueden ser en tiempos diferidos mediante el Entorno Virtual de Enseñanza Aprendizaje establecido por la Universidad (EVEA -UEB) y otros recursos digitales como Google drive, zoom, correo electrónico, redes sociales, otros medios físicos y digitales de comunicación escrito o de video conferencia. “A nivel universitario, no solo corresponde a las transferencias de conocimientos de las diferentes ramas de la ciencia, a esta entrega se le debe insertar los medios que les permita la practicidad, que les den las herramientas intelectuales, cognitivas y creativas que complementen su preparación para la aplicación provechosa en el mundo laboral, social y económico” (Jiménez, Bonilla, & Ponce).

La mayoría de IES para lograr los resultados de egreso de sus programas o proyectos de carrera optan por los entornos virtuales, estos son ambientes de aprendizajes que facilitan la construcción de conocimiento, que permiten incorporan herramientas visuales, sonoras y audiovisuales que complementen y apoyen la labor del docente, pero también comprometan al estudiante a ser administrador de su aprendizaje. Los EVEA o Entorno Virtual de Enseñanza Aprendizaje pretenden satisfacer las necesidades de los grupos de estudio, motivando su uso por su funcionalidad y facilidad de uso.

De ahí se comprende, la incorporación de los entornos virtuales enseñanza aprendizaje (EVEA) a las instituciones educativas, mismas que se han complementado con medios de comunicación como: email, redes sociales y telefonía como herramientas tecnológicas. En tal virtud se requiere saber las ventajas o dificultades que han presentado los estudiantes de la Carrera de Mercadotecnia para adquirir los conocimientos y resultados de aprendizaje de las asignaturas y si por aquello existe afectación en el rendimiento académico.

Según Chiecher (2019) citado por Zambrano y Peña (2020) mencionó: “Si bien resulta atractiva la flexibilidad y autonomía que ofrece la modalidad, es necesario disponer de “tiempo real” para dedicar a las tareas de un curso”; caso contrario lo único que se obtendrá como resultado será la deserción de muchos estudiantes en el intento de llegar a la meta de obtener un título profesional; los valores como la responsabilidad y el amor hacia a sus estudios es lo que permitirá que los estudiantes dediquen tiempo y aunque el cansancio o el estrés se presenten, logren cumplir con lo solicitado por los docentes en cada asignatura (p.76).

La Carrera de Mercadotecnia a fin de garantizar y no afectar la calidad de la educación superior, ha considerado en su proyecto de carrera la Metodología y Ambientes de Aprendizaje PACIE (Presencia, Alcance, Capacitación, Interacción y E-learning) para responder a la modalidad virtual. Esta metodología ha revolucionado el campo educativo con sus principios fundamentales de creatividad, interacción y socialización entre todos los participantes del proceso educativo, así como con el acompañamiento de profesores debidamente preparados, y la utilización de las mejores tecnologías aplicables a este proceso. Así, en estos ambientes, la asincronía, la deslocalización en tiempo y espacio, la inmaterialidad, interconexión e interactividad surgen como bondades de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) aplicadas al ámbito educativo, donde propician el intercambio de información entre estudiantes y docentes de una manera dinámica, dando origen al establecimiento de nuevos ambientes de aprendizaje basados en el uso de Internet y el uso de las herramientas tecnológicas establecidas, como un medio difusor de conocimientos acompañado por la motivación del docente al estudiante a través de su asignatura para orientar exitosamente procesos formativos en estos espacios con la metodología PACIE (Flores & Bravo, 2012).

## METODOLOGÍA

La investigación se realizó en la Carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática de la Universidad Estatal de Bolívar. Este artículo se basó en un tipo de diseño de investigación transversal, de alcance descriptivo y con enfoque cualitativo y cuantitativo, por cuanto se pretendió conocer el comportamiento de los estudiantes de la Carrera durante el Periodo Académico Ordinario (PAO) junio–septiembre 2020, es decir, el comportamiento en su forma natural sin manipulación de factores que lo varíen. Por tal razón, se recurre a una investigación documental y de campo, recopilando información de estudios relevantes de otros autores y de la fuente primaria que son un universo de 149 estudiantes de la Carrera de Mercadotecnia y la muestra intencional de 134 estudiantes. Para la recolección de datos se empleó la técnica tradicional de la encuesta, mientras que el instrumento fue un cuestionario digital estructurado, mismo que se validó previamente a través de una prueba piloto con un grupo de participantes.

## RESULTADOS

Mediante una encuesta realizada a 134 estudiantes que representan el 68,37% del total de alumnos de la carrera, se analizó el impacto de 14 factores asociados a la modalidad virtual y su incidencia en el proceso de enseñanza aprendizaje en la carrera de Mercadotecnia. La encuesta evidencia que el 60,40% de encuestados son de género femenino, el 44,80% de entre 21 y 23 años de edad, mayoritariamente (62%) de la provincia de Bolívar.

El 10,50% del total de estudiantes se quejan por la caída o suspensión del servicio de internet, más aún cuando el 27,60% de estudiantes se ven obligados a utilizar internet a través de datos de su celular; lo que dificulta su conectividad y accesibilidad a todas las herramientas y funciones tecnológicas utilizadas en modalidad de educación virtual. De aquellos estudiantes que utilizan internet fijo (72,40%), sólo el 68% lo hacen desde casa, el 32% tiene que movilizarse a cyber's o domicilios de familiares; además, el 57,5% de estudiantes deben compartir con familiares el uso del dispositivo tecnológico disminuyendo su asistencia y atención a las actividades académicas en desarrollo.

Como resultado de este análisis evidenciado en la tabla 1, únicamente el 24,69% de estudiantes de la carrera cuentan con una adecuada y eficiente capacidad tecnológica para gestionar todas sus actividades académicas en el día a día.

**Tabla 1.** Efectividad de capacidad tecnológica en estudiantes de Mercadotecnia

total estudiantes de la carrera	100%
- estudiantes acceso con internet móvil (datos)	27,60%
estudiantes con acceso internet fijo	72,40%
- % de suspensión del servicio de internet	10,50%
estudiantes con buena conexión e internet fijo	64,80%
- % de uso exclusivo de computadora	38,10%
<b>efectividad de capacidad tecnológica</b>	<b>24,69%</b>

Fuente: Informe de resultados carrera de Mercadotecnia, septiembre 2020.

Elaborado por: los autores

La mayor satisfacción de los estudiantes (92,50%) respecto a las herramientas tecnológicas empleadas por la carrera de Mercadotecnia y sus Docentes se encuentra en la facilidad de uso de la plataforma EVEA, ratificada por la facilidad de acceso a la misma (91,80%). Con menor porcentaje, pero igualmente satisfactorio, el 86,50% de estudiantes consideran que las videoconferencias son una estrategia didáctica efectiva para construir y compartir conocimientos.

Dos factores muy importantes a considerar en este estudio son: por un lado, la satisfacción de los estudiantes con la educación superior en modalidad virtual, misma que es menor (68,60%) a la adecuada o esperada (superior al 90%), y, la satisfacción por la facilidad de acceso y uso de bibliotecas virtuales que se encuentra en el 67,90%.

Dos factores cuyo resultado son bajos y de consideración; la conformidad frente al ambiente de aprendizaje en modalidad virtual (56,70%) y la efectividad de los medios de comunicación (23,10%).

No cabe duda, que el nivel de satisfacción de los estudiantes está sujeto a su propia percepción del contexto, como también variables externas que influyen en el comportamiento y en como enfrentan su realidad, pudiendo ser factores culturales, económicos, sociales y tecnológicos. Comprendiendo que cada estudiante representa una realidad diferente, si bien por el estrato social, estilo de vida, ingresos económicos, lugar de residencia, roles y estatus que desempeñan.

Por lo que se verían afectados por limitaciones económicas la compra de dispositivo para uso exclusivo o compartido, contrataciones de servicio de internet, además de complicaciones en la conectividad al vivir en zonas rurales, respecto a los roles muchos estudiantes han tenido que asumir a tiempo completo su rol de padre o madre, contribuir en el trabajo para llevar mayores ingresos al hogar a causa de la crisis económica y de salud que vive el País lo que les ha impedido estar al 100 % conectados en tiempo real para recibir clases virtuales.

## DISCUSIÓN

- La carrera de Mercadotecnia de la Universidad Estatal de Bolívar es reconocida a nivel nacional, así lo evidencian los estudiantes que provienen de diferentes ciudades y provincias del Ecuador (38%).
- Los estudiantes de la Carrera de Mercadotecnia de la UEB no cuentan con una excelente capacidad tecnológica, evidenciado por la falta de internet fijo en sus domicilios, problemas de conectividad y el uso compartido de dispositivos que inciden directamente en su interacción y rendimiento académico.
- Existe un alto índice de satisfacción de los estudiantes respecto a la accesibilidad y facilidad de uso de la plataforma tecnológica utilizada en el proceso de enseñanza aprendizaje en la carrera de Mercadotecnia.
- La videoconferencia se constituye en una de las estrategias didácticas de mayor aceptación por estudiantes en el proceso académico.
- Se evidencia un bajo índice de satisfacción estudiantil frente a la educación superior en modalidad virtual y el acceso a las bibliotecas virtuales.
- No existe un efectivo sistema de información y comunicación entre la institución educativa (carrera) y los estudiantes.

## RECOMENDACIONES

- La carrera de Mercadotecnia de la Universidad Estatal de Bolívar debe fortalecer su sistema de publicidad y promoción que permita informar y captar potenciales estudiantes de todo el país.
- La Carrera de Mercadotecnia de la UEB podría aplicar un estudio que identifique claramente los estudiantes con problemas de conectividad, para establecer estrategias que garanticen su permanencia y participación activa en el proceso académico; fortaleciendo alianzas interinstitucionales.
- Incrementar los servicios de la plataforma tecnológica utilizada en el proceso de enseñanza aprendizaje por la carrera de Mercadotecnia e implementar nuevos sistemas informáticos académicos.
- Mejorar el acceso y navegabilidad en las bibliotecas virtuales.
- Implementar un efectivo sistema de información y comunicación entre la carrera y los estudiantes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ayala, R. (2021). Un zoom a la educación virtual: Biopolítica y aprendizaje centrado en el estudiante. *Educación Médica*, S1575181321000061. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2021.01.004>
- Bowers, J., & Kumar, P. (2015). Students' Perceptions of Teaching and Social Presence: A Comparative Analysis of Face-to-Face and Online Learning Environments. *International Journal of Web-Based Learning and Teaching Technologies*, 10(1), 27-44. <https://doi.org/10.4018/ijwltt.2015010103>
- Flores, K., & Bravo, M. (18 de enero de 2012). Metodología PACIE en los ambientes virtuales de aprendizaje para el logro de un aprendizaje colaborativo. *Diálogos Educativos*, 12(24), 3-17. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4156135.pdf>
- Garrison, D. R. (2019). ONLINE COMMUNITY OF INQUIRY REVIEW: SOCIAL, COGNITIVE, AND TEACHING PRESENCE ISSUES. *Online Learning*, 11(1). <https://doi.org/10.24059/olj.v11i1.1737>
- Jiménez, J., Bonilla, J., & Ponce, A. (s.f.). La Tecnología en el proceso enseñanza-aprendizaje; relación fundamental en el desarrollo de innovación educativa contemporánea.
- Lynch, M., Salikhova, N., & Eryemeeva, A. (2020). Basic Needs in Other Cultures: Using Qualitative Methods to Study Key Issues in Self-Determination Theory Research. *Психология. Журнал Высшей Школы Экономики*, 17(1), 134-144. <https://doi.org/10.17323/1813-8918-2020-1-134-144>
- Said, E., Valencia, J., & Silveira, A. (2016). Factores determinantes del aprovechamiento de las TIC en docentes de educación básica en Brasil. Un estudio de caso. *Perfiles Educativos - Scielo*, 38(151), 71-85. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-26982016000100071](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982016000100071)
- Shah, S. S., Shah, A. A., Memon, F., Kemal, A. A., & Soomro, A. (2021). Aprendizaje en línea durante la pandemia de COVID-19: Aplicación de la teoría de la autodeterminación en la “nueva normalidad”. *Revista de Psicodidáctica*, S1136103421000046. <https://doi.org/10.1016/j.psicod.2020.12.004>
- Zambrano, A., & Peña, I. (2020). Entorno virtual y su nivel de satisfacción en los estudiantes de la Carrera de Mercadotecnia. *Journal Business Science*, 1(2), 69-81. Obtenido de [https://revistas.ulead.edu.ec/index.php/business\\_science/article/view/54/54](https://revistas.ulead.edu.ec/index.php/business_science/article/view/54/54)