

Dirección General de Educación Superior Tecnológica

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE LA ZONA MAYA

EFFECTIVIDAD Y PROPUESTAS DE MEJORA EN LA
GESTIÓN DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE
CARRERAS DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE
CHETUMAL

**Informe final de Residencia Profesional que presenta la C.
VALENTINA BRICEÑO VILLAGÓMEZ**

Número de control:

09870147

Asesor Interno:

M.V.Z. JAIME DURANGO SOSA MADARIAGA

Carrera:

Ingeniería en Gestión Empresarial

Juan Sarabia, Quintana Roo

Diciembre, 2013



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

SEP

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE LA ZONA MAYA

El **Comité de revisión para Residencia Profesional** de la estudiante de la carrera de INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL, **Valentina Briceño Villagómez**; aprobado por la Academia del Instituto Tecnológico de la Zona Maya e integrado por; el **asesor interno, M.V.Z. Jaime Durango Sosa Madariaga**, el **asesor externo, M. en C. Zarina Maryela Basulto Álvarez** y el **revisor el Lic. Fernando Olvera Tec**, habiéndose reunido a fin de evaluar el trabajo recepcional titulado **“EFECTIVIDAD Y PROPUESTAS DE MEJORA EN LA GESTIÓN DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE CARRERAS DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CHETUMAL”** que presenta como requisito parcial para acreditar la asignatura de **Residencia Profesional** de acuerdo al Lineamiento vigente para este plan de estudios, dan fe de la acreditación satisfactoria del mismo y firman de conformidad.

A T E N T A M E N T E

Asesor Interno:



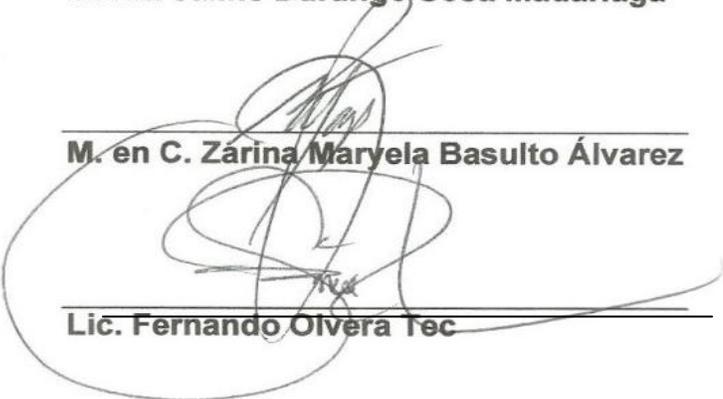
M.V.Z. Jaime Durango Sosa Madariaga

Asesor Externo:



M. en C. Zarina Maryela Basulto Álvarez

Revisor:



Lic. Fernando Olvera Tec

Juan Sarabia, Quintana Roo, Diciembre, 2013.

ÍNDICE

Portada.....	0
Hoja de firmas	1
Índice de cuadros y figuras.....	11
I INTRODUCCIÓN.....	8
II JUSTIFICACIÓN	10
III OBJETIVOS	11
3.1 Objetivo General.....	11
3.2 Objetivos específicos.....	11
IV CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE PARTICIPACIÓN.....	12
4.1 El Instituto Tecnológico de Chetumal	12
4.2 Microlocalización	12
4.3 Antecedentes históricos del ITCH.....	13
4.4 Filosofía organizacional	15
4.5 Organigrama.....	17
4.6 Oferta educativa	19
4.7 Matrícula.....	20
4.8 Promoción y difusión de la oferta educativa del ITCH	23
4.9 El Proceso de Promoción y Difusión del ITCH durante el 2013	24
4.10 Demanda educativa de nivel superior.....	29
4.11 Departamento de División de Estudios Profesionales	29
V PROBLEMÁTICA A RESOLVER.....	32
VI ALCANCES Y LIMITACIONES.....	34
6.1 Alcances	34
6.2 Limitaciones.....	35
VII FUNDAMENTO TEÓRICO.....	37
7.1 Las Instituciones de Educación Superior.....	37
7.2 Efectividad, eficiencia y eficacia	38
7.3 La gestión de procesos.....	40
7.4 El proceso educativo	41
7.5 Los clientes.....	41

	7.6 Promoción.....	43
	7.7 Oferta educativa del Instituto Tecnológico de Chetumal.....	45
	7.8 Las Instituciones de Educación Media Superior	46
VIII	PROCEDIMIENTO Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS	48
	8.1 Enfoque de la investigación	48
	8.2 Diseño del plan de investigación	49
	8.3 Determinación de la unidad muestral	52
	8.4 Técnicas e instrumentos	57
	8.5 Alcance y tipo de investigación.....	59
	8.6 Ejecución del diseño de investigación	60
	8.7 Análisis de la información	63
IX	RESULTADOS	64
	9.1 Presentación.....	65
	9.2 Resultados de la información de clasificación	65
	9.3 Información de contenido del cuestionario	76
X	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	101
	10.1 Conclusiones	101
	10.2 Recomendaciones:	104
XI	FUENTES DE INFORMACIÓN	101
	Referencias bibliográficas	101
	Referencias virtuales.....	104
	ANEXOS.....	109

Índice de cuadros y figuras

Cuadros

Cuadro 1.	Solicitudes de fichas para ingresar al Instituto Tecnológico de Chetumal en el período Agosto-Diciembre 2013.	21
Cuadro 2.	Matrícula de nuevo ingreso por carrera en el Instituto Tecnológico de Chetumal en el período Agosto-Diciembre 2013.	22
Cuadro 3.	Población escolar escolarizada por carrera 2007-2013 del Instituto Tecnológico de Chetumal.	23
Cuadro 4.	Participación en actividades de promoción y difusión de carreras del ITCH en el 2013.	27
Cuadro 5.	Estratos y submuestras por cada carrera en competencia, escolarizado y abierto, que se oferta en el ITCH.	56
Cuadro 6.	Escuelas de bachillerato de procedencia de los alumnos de nuevo ingreso al ITCH.	66
Cuadro 7.	Escuelas que engloban a los COBACH de procedencia de los alumnos de nuevo ingreso al ITCH.	68
Cuadro 8.	Escuelas que engloban a los CBTIS de procedencia de los alumnos de nuevo ingreso al ITCH.	69
Cuadro 9.	Escuelas de procedencia que engloban a "OTROS" de los alumnos de nuevo ingreso al ITCH	70
Cuadro 10.	Sexo de los alumnos de nuevo ingreso por carrera en el Instituto Tecnológico de Chetumal.	74
Cuadro 11.	Carreras y modalidad que cursan los alumnos de nuevo ingreso al ITCH.	75
Cuadro 12.	Razones de elección de la carrera que cursan actualmente los alumnos de nuevo ingreso en el ITCH.	77

Cuadro 13.	Principales formas de conocer la oferta educativa del ITCH por parte de los alumnos de nuevo ingreso en cada carrera.	82
Cuadro 14.	Alumnos por carrera quienes recibieron o no información de la oferta educativa a través de pláticas informativas.	84
Cuadro 15.	Valoración general de los alumnos de nuevo ingreso en el ITCH con respecto a la presentación de su oferta educativa.	87
Cuadro 16.	Valoración de los alumnos de nuevo ingreso en cada carrera del ITCH, de la presentación de su oferta educativa.	89
Cuadro 17.	Principales razones de otorgar la correspondiente valoración a la presentación de las carreras del ITCH, por los alumnos de nuevo ingreso.	90
Cuadro 18.	Influencia de la información y material promocional de las carreras del ITCH en los alumnos que ingresaron al plantel.	95
Cuadro 19.	Principales motivos de la valoración de la información de las carreras del ITCH, recibida por los alumnos de nuevo ingreso.	97
Cuadro 20.	Propuestas de mejora para el Proceso de Promoción y Difusión de la oferta educativa del ITCH por parte de los alumnos de nuevo ingreso.	99

Figuras

Figura 1.	Croquis de ubicación del Instituto Tecnológico de Chetumal.	13
Figura 2.	Escudo del Instituto Tecnológico de Chetumal	16
Figura 3.	Organigrama del Instituto Tecnológico de Chetumal.	18
Figura 4.	Material promocional utilizado por el ITCH en la Promoción y Difusión de su oferta educativa en el 2013.	26
Figura 5.	Cuadernillo de la Oferta Educativa del ITCH utilizado en el 2013.	26
Figura 6.	Promoción y Difusión de Carreras del ITCH en el Evento de EXPORIENTA 2013.	28
Figura 7.	Promoción y Difusión de las Carreras del ITCH en Feria Vocacional del Plantel CBTIS “Ignacio Allende”	28
Figura 8.	Análisis porcentual de las escuelas de procedencia de los alumnos de nuevo ingreso en el ITCH.	67
Figura 9.	Análisis porcentual de las escuelas de procedencia de “OTROS” de los alumnos de nuevo ingreso en el ITCH.	71
Figura 10.	Análisis porcentual de la edad promedio de los alumnos de nuevo ingreso en el ITCH.	72
Figura 11.	Análisis porcentual de sexo en los alumnos de nuevo ingreso en el ITCH.	73
Cuadro 10.	Sexo de los alumnos de nuevo ingreso por carrera en el Instituto Tecnológico de Chetumal.	74
Figura 12.	Análisis porcentual de las principales categorías que engloban los motivos de elección de carrera de los alumnos de nuevo ingreso en el ITCH.	77
Figura 13.	Análisis porcentual de las formas de conocer la oferta educativa del ITCH por los alumnos de nuevo ingreso.	83

Figura 14.	Porcentaje de alumnos que respondieron SI acudieron o NO a pláticas informativas de las carreras del ITCH.	84
Figura 15.	Análisis porcentual de alumnos por carrera que SÍ acudieron a pláticas informativas sobre las carreras del ITCH.	85
Figura 16.	Análisis porcentual de alumnos por carrera que NO acudieron a pláticas informativas sobre las carreras del ITCH.	86
Figura 17.	Porcentajes generales de la valoración otorgada a la presentación de las carreras del ITCH.	88
Figura 18.	Porcentaje general de alumnos que recibieron o no, material promocional de carreras del ITCH.	91
Figura 19.	Análisis porcentual del atractivo del material promocional de las carreras del ITCH por los alumnos de nuevo ingreso.	92
Figura 20.	Análisis porcentual de la comprensión de la información contenida en el material de promoción de la oferta educativa del ITCH.	93
Figura 21.	Análisis porcentual de la influencia del material promocional en los alumnos de nuevo ingreso.	94
Figura 22.	Análisis porcentual de las principales propuestas, de los alumnos de nuevo ingreso, para mejorar el Proceso de Promoción y Difusión de carreras del ITCH.	100

I INTRODUCCIÓN

El Instituto Tecnológico de Chetumal es una institución de educación superior que forma parte de la Secretaría de Educación Pública a través del Sistema Nacional de Educación Superior Tecnológica, cuyo propósito es formar profesionales competentes que satisfagan las necesidades de la sociedad en general en el ámbito local, regional, nacional e internacional. Entre las actividades más importantes que tienen las instituciones de educación superior está la de dar a conocer la oferta educativa con la que cuentan, así como afianzar su imagen institucional prestigio y calidad académica. Por ello, el Instituto Tecnológico de Chetumal, realiza la promoción y difusión de sus programas educativos principalmente ante las instituciones de educación media superior en el Estado de Quintana Roo y con todos aquellos aspirantes que con el deseo de continuar sus estudios profesionales, busquen no sólo una opción más de entre los planteles educativos de nivel superior que hay en la actualidad, sino que la mejor. Sin embargo, en el Instituto Tecnológico de Chetumal existe una limitante de recursos para este proceso de Promoción y Difusión de las Carreras y el conocimiento del mismo entre el propio personal del plantel es escasa, lo que provoca en muchas ocasiones no informar correctamente acerca de los planes de estudio y procedimientos a los estudiantes de nivel medio superior y al público en general, quienes son los clientes potenciales del plantel. Por esta razón, se efectuó una investigación de campo para identificar las características de dicho proceso con los alumnos de

nuevo ingreso al instituto, en cada una de las carreras durante el ciclo escolar Agosto-Diciembre 2013, debido a que son los elementos que recientemente experimentaron la Promoción y Difusión de las Carreras y por ello, los más idóneos para proporcionar su punto de vista de las principales actividades que realizó Instituto Tecnológico de Chetumal a través de la División de Estudios Profesionales. El análisis de los aspectos que se consideró fueron los más sobresalientes al aplicar la encuesta para conocer la efectividad de la Promoción y Difusión de la Oferta Educativa del ITCH y las recomendaciones que en general se proponen para mejorar dicho proceso. La finalidad del presente trabajo fue la efectividad del Proceso de Promoción y Difusión de la Oferta Educativa del Instituto Tecnológico de Chetumal (ITCH) en los alumnos de nuevo ingreso 2013 y conocer los aspectos a mejorar en la gestión de este proceso.

II JUSTIFICACIÓN

El proceso medular del Instituto Tecnológico de Chetumal, es el proceso educativo, el cual inicia con la promoción y difusión de los programas académicos y finaliza con la entrega del Título Profesional, cuya responsabilidad recae primordialmente en la División de Estudios Profesionales, en coordinación con diversas áreas del plantel. Para el Instituto Tecnológico de Chetumal siempre ha sido importante tener fuerte presencia positiva con los estudiantes del nivel medio superior, el sector productivo y social; así como incrementar el índice de aceptación de los aspirantes; por ello, conocer los resultados de las actividades realizadas en la promoción y difusión de sus carreras es una labor esencial que fue posible a través de la presente investigación con la que se logró describir las características más sobresalientes de este proceso en los alumnos de recién ingreso al plantel, su percepción y aquellas recomendaciones que proponen para mejorar dicho proceso. Este análisis realizado de las actividades de promoción y difusión permitirá establecer acciones de mejora que hagan más eficaz esta tarea que se realiza año con año en la institución, que logre una mejor comunicación de la oferta educativa del ITCH hacia la sociedad Quintanarroense; y en algún modo, podría servir de base proponer que se documenten dichas acciones y actividades con el fin de tener un mayor control, monitoreo y evaluación de este proceso.

III OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Evaluar la efectividad del Proceso de Promoción y Difusión de la Oferta Educativa del Instituto Tecnológico de Chetumal (ITCH) en los alumnos de nuevo ingreso 2013 y conocer los aspectos a mejorar en la gestión de este proceso.

3.2 Objetivos específicos

- Identificar las formas por las que los estudiantes de nuevo ingreso en el 2013, conocieron la oferta educativa del ITCH.
- Determinar el grado de atractividad de la información sobre las carreras del ITCH para los alumnos que ingresaron en Agosto 2013.
- Estimar el nivel de influencia de información y del material promocional de las carreras del ITCH, sobre la decisión de ingreso de los estudiantes en el 2013.
- Identificar factores de decisión de ingreso al ITCH en los alumnos del primer semestre Agosto-Diciembre 2013.
- Conocer por parte de los alumnos de nuevo ingreso en el 2013, los aspectos a considerar para mejorar el proceso de Promoción y Difusión de las Carreras del ITCH.

IV CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE PARTICIPACIÓN

El Proyecto de Residencia Profesional se realizó en el Departamento de División de Estudios Profesionales del Instituto Tecnológico de Chetumal.

4.1 El Instituto Tecnológico de Chetumal

El Instituto Tecnológico de Chetumal es una institución pública de educación superior que pertenece al Sistema Nacional de Educación Superior Tecnológica (SNEST) y es miembro del San Diego Global Knowledge University, International Training Center (SDGKU) y de diversas asociaciones como son la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), así como de aquellas que agrupan las carreras que se imparten en el plantel (ANFEI, ANFECA, ANIEI, ASINEA) y su actual titular es la Ing. Estela Rivera López.

4.2 Microlocalización

El Instituto Tecnológico de Chetumal está ubicado en la Av. Insurgentes No. 330, entre Av. Lic. Andrés Quintana Roo y Calle Emiliano Zapata, C.P. 77013, Chetumal, Quintana Roo, México (**Figura 1**).

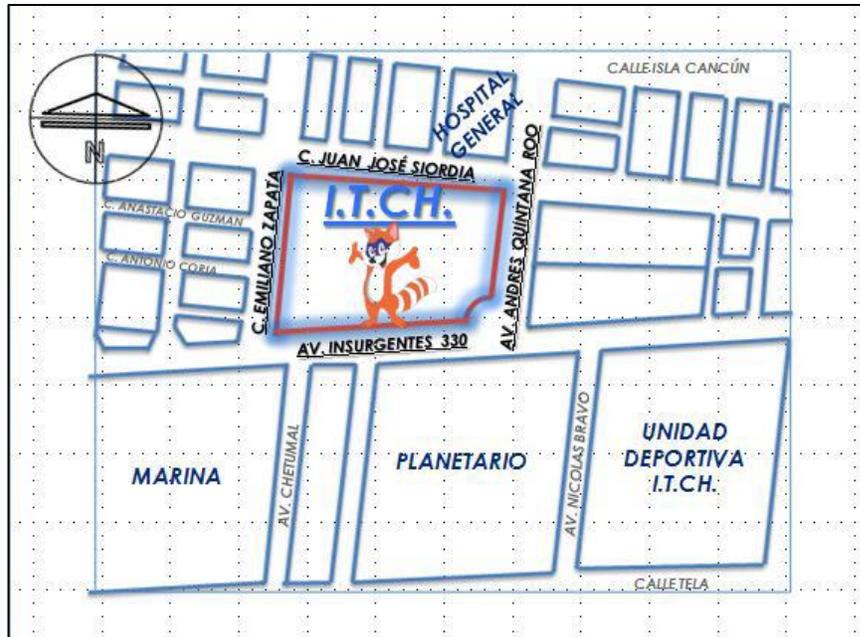


Figura 1. Croquis de ubicación del Instituto Tecnológico de Chetumal.

Fuente: Manual de Calidad del Instituto Tecnológico de Chetumal

4.3 Antecedentes históricos del ITCH

En el año de 1972 se fundó en Chetumal el Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos número 165, institución dependiente a nivel nacional de la Subsecretaría de Educación e Investigación Tecnológicas, que con el paso del tiempo serviría como plataforma para la creación del Instituto Tecnológico Regional de Chetumal.

La demanda educativa de nivel superior en el Estado, genera la necesidad de la creación de una institución educativa que viniera a coadyuvar en el desarrollo social, político y económico de la región. El 8 de octubre de 1975, inicia sus labores el Instituto Tecnológico Regional de Chetumal, con las carreras de

Licenciatura en Administración de Empresas e Ingeniería Civil en Desarrollo de la Comunidad, convirtiéndose con este hecho en la primera Institución a nivel superior y por ende la máxima casa de estudios en el Estado, absorbiendo también las especialidades técnicas que se impartían en el CECYT número 165.

En 1985 se liquida el bachillerato técnico, consolidándose los Tecnológicos como instituciones de educación superior y se crea el tecnológico abierto, como una modalidad de enseñanza en las carreras de administración de empresas y licenciatura en contaduría, para las personas que con necesidad de trabajo no pueden cursar un sistema escolarizado. En septiembre de 1986, el Sistema Nacional de Tecnológico se abocó a la creación de instituciones en cada entidad, cambiando al nombre de Institutos Tecnológicos. (PIID 2007-2012).

Los años 2005 y 2011, fueron designados cada uno por el H. Congreso del Estado como “Año del Instituto Tecnológico de Chetumal”, debido a la gran importancia que ha tenido y tiene el Instituto en la entidad.

Hoy en día, es una institución de nivel superior del estado que participa en el desarrollo de la educación superior, apoyando la creación de Institutos hermanos en el estado, contribuyendo al desarrollo económico, político y social de la región a través de nuestros más de 4,000 egresados, por lo que en el presente año se le otorgó la medalla al Mérito Cívico “Lic. Andrés Quintana Roo 2012”, por 36 años de servicio a la sociedad en materia de educación.

4.4 Filosofía organizacional

4.4.1 Misión

Formar profesionistas competentes en educación superior tecnológica, impulsores de una sociedad justa, equitativa y humana, capaces de responder a los retos de la modernización, a través de aprendizajes significativos y de calidad.

4.4.2 Visión

Ser una institución educativa moderna, de alto desempeño, formadora de profesionales con calidad, que contribuyan al desarrollo del estado y del país dentro del proceso de internacionalización, con base en la mejora continua.

4.4.3 Valores

- **Espíritu de servicio;** Tener la plena disposición de colaborar al quehacer de los demás.
- **Compromiso;** Estar consciente de realizar el trabajo con excelencia por el bien de la institución y de la sociedad.
- **Liderazgo;** Actuar con inteligencia, iniciativa, congruencia y ejemplo, para lograr mejores resultados a través de los colaboradores.

- **Integridad;** Ser profesional en el desempeño, de acuerdo al a normatividad y valores de las instituciones de educación.
- **Trabajo en Equipo;** Lograr resultados óptimos a través del aprovechamiento efectivo del capital humano.
- **Calidad;** Realizar el trabajo con el compromiso de satisfacer las expectativas de las personas. (Portal electrónico del ITCH).

4.4.4 Lema

“Cultura, ciencia y tecnología para la superación de México”

4.4.5 Escudo

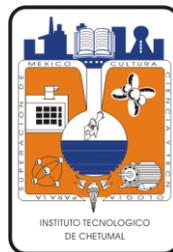


Figura 2. Escudo del Instituto Tecnológico de Chetumal

Fuente: Portal electrónico del Instituto Tecnológico de Chetumal

4.4.6 Política de calidad

El Instituto Tecnológico de Chetumal establece el compromiso de implementar todos sus procesos, orientándolos hacia la satisfacción de sus clientes sustentada en la calidad del proceso educativo, para cumplir con sus requisitos mediante la eficacia de un Sistema de gestión de la calidad y de mejora

continua, conforme a la norma ISO 9001:2008/NMX-CC-9001-IMNC-2008 (Manual de Calidad del ITCH, 2012).

4.5 Organigrama

En la figura 3 se indica la estructura orgánico-funcional el plantel, diseñada dentro de un esquema de administración matricial permite aprovechar al máximo al personal docente y de investigación, arraiga y da prestigio al trabajo académico (Manual de Organización del ITCH, 1998).

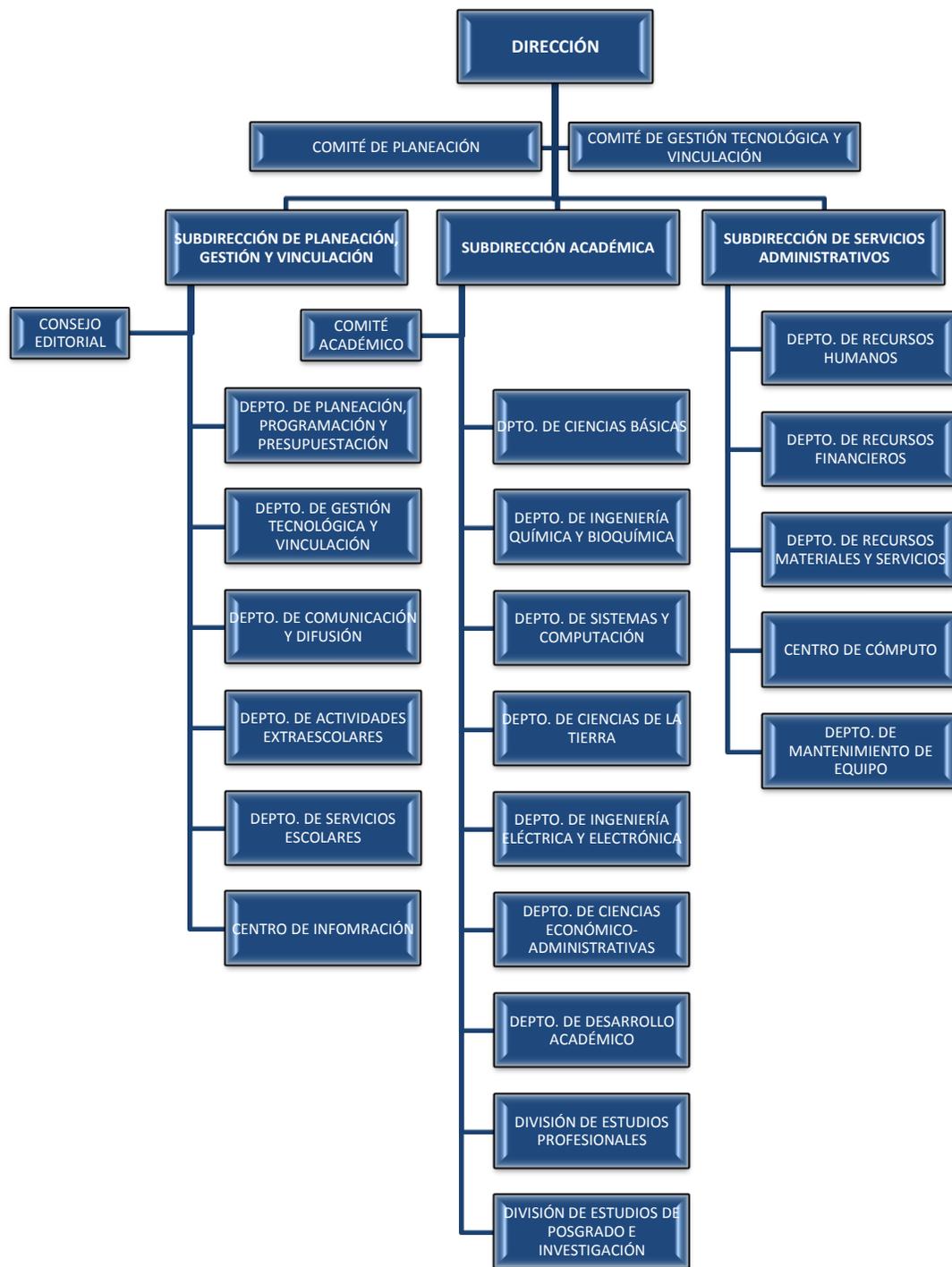


Figura 3. Organigrama del Instituto Tecnológico de Chetumal.
 Fuente: Portal electrónico del Instituto Tecnológico de Chetumal

4.6 Oferta educativa

El Instituto Tecnológico de Chetumal, brinda a los egresados de las instituciones de educación medio superior, las siguientes carreras en competencias:

4.6.1 Modalidad escolarizada

Licenciaturas:

- Arquitectura
- Contador Público
- Licenciatura en Administración
- Licenciatura en Biología

Ingenierías:

- Ingeniería en Administración
- Ingeniería en Gestión Empresarial
- Ingeniería en Sistemas Computacionales
- Ingeniería en Tecnologías de la Información y Comunicaciones
- Ingeniería Eléctrica
- Ingeniería Civil

4.6.2 Modalidad abierta

- Ingeniería en Gestión Empresarial
- Contador Público
- Ingeniería en Administración

(ITCH, 2013. División de Estudios Profesionales).

4.7 Matrícula

En año 2012 el Instituto Tecnológico de Chetumal ofertó 10 carreras en competencias y 2 carreras en liquidación, alcanzando en esta modalidad escolarizada una matrícula de 2,715 estudiantes, distribuidos de la siguiente manera: Licenciatura en administración 282, Arquitectura 210, Licenciatura en Biología 274, Ingeniería Civil 436, Licenciatura en Contaduría 140, Ingeniería Eléctrica 171, Licenciatura en Informática 85, Ingeniería en Gestión Empresarial 309, Contador Público 194, Ingeniería en Administración 198, Ingeniería en Sistemas Computacionales 135, Ingeniería en Tecnologías de la Información y Comunicaciones 81 (Informe RDC, 2012).

En el mismo año, a nivel licenciatura en la modalidad no escolarizada, se ofertaron 3 carreras en competencias y 2 en liquidación, con una matrícula de 89 estudiantes.

En el 2013 se registraron 756 solicitudes de fichas para nuevo ingreso al plantel, resultado de dos convocatorias emitidas para ingresar en el período Agosto-Diciembre 2013 (Cuadro1).

Cuadro 1. Solicitudes de fichas para ingresar al Instituto Tecnológico de Chetumal en el período Agosto-Diciembre 2013.

CARRERA	1A. CONVOCATORIA	2A. CONVOCATORIA	TOTAL
Arquitectura	96	35	131
Ingeniería Civil	83	23	106
Ingeniería en Administración	39	20	59
Contador Público	61	27	88
Licenciatura en Biología	39	23	62
Ingeniería en Gestión Empresarial	41	17	58
Ingeniería en Sistemas Computacionales	45	11	56
Ingeniería Eléctrica	44	11	55
Licenciatura en Administración	67	32	99
Ingeniería en Tecnologías de la Información y Comunicaciones	32	10	42
TOTAL	547	209	756

Fuente: Departamento de Servicios Escolares del ITCH, 2013

En el Cuadro 2 se muestra que de las 756 fichas entregadas ingresaron al plantel 667 estudiantes (633 en la modalidad escolarizada y 34 en la modalidad abierta) egresados del nivel medio superior.

Cuadro 2. Matrícula de nuevo ingreso por carrera en el Instituto Tecnológico de Chetumal en el período Agosto-Diciembre2013.

Carrera	Nuevo ingreso
Arquitectura	103
Ingeniería Civil	97
Ingeniería en Administración	71
Contador Público	68
Licenciatura en Biología	59
Ingeniería en Gestión Empresarial	57
Ingeniería en Sistemas Computacionales	50
Ingeniería Eléctrica	48
Licenciatura en Administración	40
Ingeniería en Tecnologías y Ciencias de la Comunicación	40
Contador Público (Abierto)	15
Ingeniería en Administración (Abierto)	12
Ingeniería en Gestión Empresarial (Abierto)	7
Total	667

Las cifras anteriores de los alumnos nuevo ingreso en el 2013, sumada a la población existente de 2175 estudiantes, logró una matrícula de 2742 alumnos en forma escolarizada y 99 en el sistema abierto (Cuadro 3.)

Cuadro 3. Población escolar escolarizada por carrera 2007-2013 del Instituto Tecnológico de Chetumal.

CARRERA	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Licenciatura en Administración	532	510	487	393	321	282	209
Arquitectura	318	341	386	403	401	410	414
Licenciatura en Biología	252	258	249	257	274	274	275
Ingeniería Civil	277	334	384	419	438	436	428
Licenciatura en Contaduría	408	413	365	269	183	140	80
Ingeniería Eléctrica	157	154	162	166	175	171	180
Licenciatura en Informática	374	357	351	219	125	85	60
Ingeniería en Gestión Empresarial	0	0	129	202	262	309	344
Contador Público	0	0		79	137	194	237
Ingeniería en Administración	0	0		78	152	198	251
Ingeniería en Sistemas Computacionales	0	0		86	102	135	160
Ingeniería en Tecnologías de la Información y Comunicaciones	0	0		43	62	81	104
TOTAL	2318	2367	2513	2614	2632	2715	2742

4.8 Promoción y difusión de la oferta educativa del ITCH

El proceso educativo comprende desde la promoción y difusión de la oferta académica hasta la entrega del certificado de terminación de estudios. Esta promoción y difusión es entendida como el conjunto de actividades encaminadas a dar a conocer los distintos programas educativos con los que cuenta la institución.

La promoción y difusión del ITCH, en sus inicios fue a través de referencias es decir, de boca en boca o por recomendación; entre los recursos publicitarios que se utilizaban se encuentran anuncios en el periódico y revistas; sin embargo no existía una forma organizada de promoción. Es hasta hace unos años que se estructura dicho proceso a cargo de la División de Estudios Profesionales con apoyo de otros departamentos como los Académicos, Recursos Financieros, Comunicación y Difusión, Recursos Materiales y Servicios, etc. Este proceso comienza desde el mes de febrero hasta diciembre de cada año, a través de convocatorias, eventos diversos, invitaciones, etc., utilizando los diversos medios que en la actualidad existen; algunos de los recursos que más se emplean son anuncios panorámicos, radio, televisión, folletos, y el internet a través de una página web, así como haciendo contacto directo en las escuelas que conforman las Instituciones de Educación Media Superior en el Estado; de visitas “guiadas” por las instalaciones del plantel y participando en actividades académicas o ferias educativas como son EXPORIENTA, el Rally Universitario, Ferias Vocacionales, etc.

4.9 El Proceso de Promoción y Difusión del ITCH durante el 2013

Actualmente el Proceso de Promoción y Difusión de Carreras del Instituto Tecnológico de Chetumal, se realiza con mayor intensidad durante los meses de Febrero a Julio de cada año, llevando a cabo las siguientes acciones:

- Gestionar los recursos necesarios con las áreas correspondientes.

- Elaborar el Programa de la Promoción y Difusión y presentarlo ante la Dirección del Plantel para su aprobación.
- Revisión de la información de los programas educativos del ITCH.
- Programar la elaboración de material de promoción (cuadernillos, posters, material de propaganda, etc.)
- Programar y solicitar la difusión de los programas educativos en diferentes medios de comunicación (radio, espectaculares, etc.)
- Actualizar directorio de las IEMS en el Estado.
- Contactar a las IEMS.
- Elaborar el calendario de visitas a las IEMS y diversos eventos educativos o ferias vocacionales, así como visitas guiadas a las instalaciones.
- Elaboración de comisiones.
- Supervisar la aplicación y ejecución del Programa.
- Presentar resultados a la Dirección del Plantel.

En las figuras 4 y 5 se observa parte del material promocional (lápices, bolígrafos, reglas, gomas de borrar) utilizado por el Instituto Tecnológico de Chetumal durante la promoción y difusión de sus carreras en el 2013.



Figura 4. Material promocional utilizado por el ITCH en la Promoción y Difusión de su oferta educativa en el 2013.

Fuente: División de Estudios Profesionales del ITCH, 2013

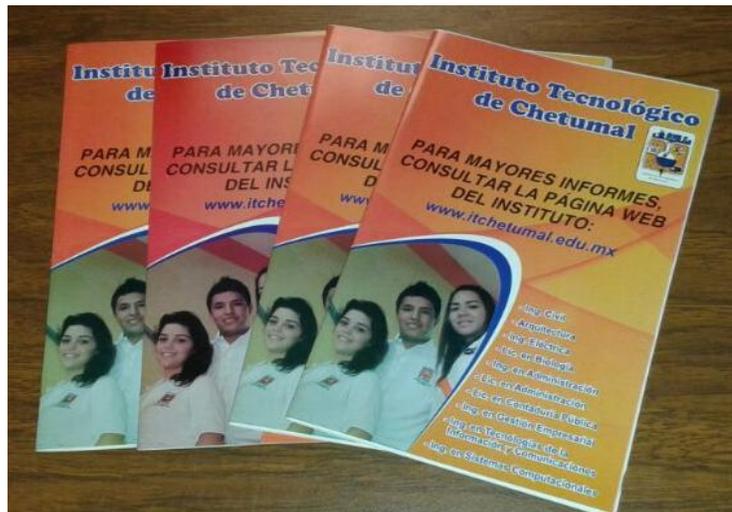


Figura 5. Cuadernillo de la Oferta Educativa del ITCH 2013.

Fuente: División de Estudios Profesionales del ITCH, 2013

En el cuadro 4 se presentan las actividades más sobresalientes que el Instituto Tecnológico de Chetumal realizó en la promoción y difusión de sus planes de

estudio, teniendo participación en diversos eventos con los logró atender a un aproximado de 9000 estudiantes del nivel medio superior.

Cuadro 4. Participación en actividades de promoción y difusión de carreras del ITCH en el 2013.

ACTIVIDAD	POBLACIÓN ATENDIDA
EXPORIENTA 2013 Chetumal	4000
EXPORIENTA 2013 Felipe Carrillo Puerto	2500
Feria de Orientación Vocacional del CBTIS No. 28 de Cozumel.	300
3er. Concurso Nacional de Innovación Tecnológica (CBTIS 214 y 253m ICAT 141, entre otros).	971
Semana Nacional de Ciencia y Tecnología 2013 (CBTA 11 y CONALEP Chetumal)	500
Evento de orientación vocacional COBACH	350
Feria de Información Educativa Expo-Orientación CONALEP Chetumal.	250
Visita guiada al plantel solicitada por alumnos de la universidad de Belice.	30
TOTAL	8901

Fuente: Departamento de División de Estudios Profesionales del ITCH, 2013



Figura 6. Promoción y Difusión de Carreras del ITCH en el Evento de EXPORIENTA 2013.

Fuente: Departamento de División de Estudios Profesionales del ITCH, 2013



Figura 7. Promoción y Difusión de las Carreras del ITCH en Feria Vocacional del Plantel CBTIS "Ignacio Allende"

Fuente: División de Estudios Profesionales del ITCH.

4.10 Demanda educativa de nivel superior

Las IEMS son el conjunto de Instituciones de Educación Media Superior que egresan estudiantes con el fin de continuar sus estudios de nivel superior.

En el período escolar 2006-2007 Quintana Roo tuvo 34,809 egresados del nivel medio superior, de los cuales 17,103 ingresaron al siguiente nivel, atendidos en 26 instituciones de educación superior (16,437 alumnos de nuevo ingreso) y 6 escuelas normales (666 alumnos de nuevo ingreso).

4.11 Departamento de División de Estudios Profesionales

Como puede observarse en el organigrama de la institución, la División de Estudios Profesionales es un departamento que pertenece al área académica y que tiene bajo su mando la Coordinación de Apoyo a la Titulación, la Coordinación del programa Cero Deserción y las Coordinaciones de las Carreras que se ofrecen en el plantel (ITCH, 2013. División de Estudios Profesionales).

4.11.1 Funciones del Departamento de División de Estudios Profesionales

- Planear, coordinar, controlar y evaluar las carreras que se impartan en el Instituto Tecnológico, así como las actividades para el apoyo a la titulación, desarrollo curricular y atención a los alumnos de conformidad

con las normas y lineamientos emitidos por la Secretaría de Educación Pública.

- Elaborar el programa operativo anual y el anteproyecto de presupuesto de la división y presentarlos a la Subdirección Académica para lo conducente.
- Aplicar la estructura orgánica autorizada para la división y los procedimientos establecidos.
- Organizar, controlar y evaluar la aplicación de planes y programas de estudio de las carreras que se impartan en el Instituto Tecnológico, en coordinación con los departamentos académicos.
- Elaborar en coordinación con el Departamento de Desarrollo Académico las propuestas de planes y programas de estudio del nivel de licenciatura y presentarlas a la Subdirección Académica para su análisis y trámite de envío a la Dirección General de Institutos Tecnológicos, para autorización, en su caso.
- Organizar, controlar y evaluar los proyectos de evaluación y desarrollo curricular relacionados con las carreras que se impartan en el Instituto Tecnológico de acuerdo a los procedimientos establecidos.
- Organizar, coordinar, controlar y evaluar la atención de alumnos relacionada con cargas, procesos y seguimientos académico-administrativos de conformidad con los procedimientos establecidos.

- Elaborar el calendario y horario de actividades académicas de las carreras que se impartan en el Instituto Tecnológico, en coordinación con los departamentos académicos.
- Supervisar y evaluar el funcionamiento de la división y con base en los resultados, proponer las medidas que mejoren su oración.
- Coordinar las actividades de la división con las demás áreas de la Subdirección Académica.
- Presentar reportes periódicos de las actividades desarrolladas a la Subdirección Académica.

(Manual de organización del ITCH, 1998)

V PROBLEMÁTICA A RESOLVER

Entre los problemas que enfrenta el Departamento de División de Estudios Profesionales están los siguientes:

El proceso de promoción y difusión de las carreras del Instituto Tecnológico de Chetumal no está suficientemente difundido y claro entre el personal administrativo y docente. Esto ocasiona que se proporcione información inadecuada a los estudiantes de nivel medio superior, o al público en general que acude a las instalaciones o solicita informarse sobre las características de las carreras ofertadas. Tampoco existe un proceso formal y estandarizado de comunicación para difundir eficazmente a los aspirantes el perfil académico de la oferta educativa, de manera que éstos no pueden formarse una visión clara de los planes de estudio y realicen una buena elección de la carrera a cursar.

Entre las consecuencias de una mala información en el proceso de promoción en lo referente a la oferta educativa de las carreras del Instituto Tecnológico de Chetumal, está el que al término del primer semestre, que es cuando se puede realizar la movilidad estudiantil, algunos estudiantes solicitan su cambio a otra carrera, otros solicitan su baja y anulación de número de control para ingresar nuevamente a otra carrera o Institución, lo que incrementa el porcentaje de deserción de la institución por no cubrir las expectativas de los estudiantes.

Asimismo, la falta de coordinación, especificación y atribución en las actividades de promoción, ocasiona retraso en el proceso. Aunado a ello, se observa que al no realizarse una planeación acorde a la magnitud de este proceso de promoción y difusión de carreras, no se puede disponer de los recursos económicos necesarios y a su vez, esta insuficiencia de recursos no permite cubrir gastos que se originan por las diversas actividades como son, los requeridos para poder desempeñar las comisiones correspondientes de manera local y en otras partes del Estado, como gasolina, viáticos (hospedaje, alimentación, etc.) y los necesarios para elaborar el material adecuado y suficiente de propaganda y publicidad. En muchas ocasiones, los Coordinadores de Carrera, quienes son los encargados directos de llevar a la práctica esta promoción, sufragan parte de estos gastos, siendo estos problemas de dominio público entre el personal del plantel lo que provoca una falta de motivación y de actitud hacia este programa de promoción.

Además, se observó que en el proceso de promoción y difusión de la oferta educativa las actividades que se realizan no se encuentran documentadas, pues no se elabora de manera coherente una calendarización, comisiones, reportes oficiales, encuestas y/o evaluaciones, lo cual dificulta el poder hacer estimaciones o estadísticas que reflejen la relación que puede existir entre el esfuerzo real de promoción y difusión en relación a las proyecciones estimadas de captación de alumnos o de la demanda educativa.

VI ALCANCES Y LIMITACIONES

6.1 Alcances

Con la fortuna de formar parte de la comunidad tecnológica del plantel Chetumal por más de 20 años, así como de tener la confianza, respaldo y motivación de compañeros administrativos y docentes que confiaron en mis capacidades, el poder obtener información relevante de primera mano y a la brevedad, fue una de las mejores condiciones que permitió la realización de esta investigación de campo, y que hizo posible el poder describir las características del Proceso de Promoción y Difusión de las Carreras del Instituto Tecnológico de Chetumal, en la División de Estudios Profesionales, departamento del área académica. Se efectuó en las instalaciones del plantel, específicamente en las aulas y horarios de clase que ocuparon los alumnos de nuevo ingreso en el 2013 con un muestreo de tres semanas en diversos horarios disponibles para cada grupo en el que se identificaron los elementos a encuestar. La encuesta tuvo un diseño sencillo con únicamente diez preguntas de contenido pero que fueron contundentes para tener la oportunidad de recolectar información valiosa y cubrir los objetivos específicos propuestos

Fue posible identificar claramente las principales formas por las que, la oferta educativa del Instituto Tecnológico de Chetumal, fue conocida por los alumnos en el 2013, previo a su ingreso. Se determinó el grado de atracción que estos

alumnos tuvieron de la información que se les proporcionó. Asimismo, se logró estimar el nivel de influencia de información y del material promocional de las carreras del ITCH, sobre su decisión de ingreso y para quienes no tuvo el peso suficiente, identificar los principales factores que los motivó para incorporarse al plantel en el semestre Agosto-Diciembre 2013. Al final entre otros aspectos, se conocieron los aspectos que desde su percepción deben de considerarse para se realice una mejora en el Proceso de Promoción y Difusión de la oferta educativa en el plantel.

Para lograr lo anterior, no se recibió soporte económico alguno pero sí de ayuda técnica y humana por todos los que conocieron del desarrollo de este proyecto, cuyos datos se obtuvieron únicamente del período inmediato a la reciente Promoción y Difusión de los planes educativos del ITCH, Agosto-Diciembre 2013.

6.2 Limitaciones

Una de las primeras situaciones que se enfrentó la presente investigación fue el factor tiempo, ya que en virtud de las actividades programadas en el Calendario Escolar del Instituto Tecnológico de Chetumal, hubo que esperar después del “Ajuste Académico”, 05 y 06 de septiembre del 2013, con el fin de poder contar con las listas actualizadas de los estudiantes inscritos en Agosto-Diciembre 2013 que reflejaran la realidad de la población por carrera; también se procuró lograr aplicación total de las encuestas antes de que iniciaran las actividades de

organización del X Simposium Internacional en Ciencias, evento del mismo plantel que comenzó oficialmente el 23 de octubre del mismo año. Otros aspectos que limitaron temporalmente el trabajo de campo fueron: En algunos casos, independientemente de contar con la autorización por parte de la División de Estudios Profesionales para acudir a las aulas de clase de los primeros semestres, hubo que respetar reglas y procedimientos establecidos por la autoridad en el aula, el docente, quienes requerían que no se interrumpiera por que se encontraban en exposiciones, evaluaciones, etc., debiendo entonces que reprogramar su ejecución hasta por más de una vez; el ausentismo de algunos estudiantes por motivos diversos se sumó a estas condiciones, especialmente en los casos de la modalidad abierta que asisten de manera muy irregular a sus asesorías de clase.

Además por ser una muestra de 245 elementos, cantidad relativamente grande, surgió la necesidad de solicitar permiso laboral de dos días para intensificar las tareas de campo programadas en las que se había contemplado comenzar con el tabulado y análisis de información paralelamente a la recolección de datos, lo que no fue tampoco posible hasta casi terminado el muestreo.

Finalmente, las dos semanas de ejecución de la muestra fueron en el mes de septiembre, temporada de lluvia en la localidad, condición que se sumó a las antes presentadas pero que no significaron motivo de abandono del plan que previamente contemplado.

VII FUNDAMENTO TEÓRICO

7.1 Las Instituciones de Educación Superior

Las Instituciones de Educación Superior (IES) fueron creadas para ejercer libertad de pensamiento y libre flujo de ideas, pilares fundamentales que propician las condiciones para el desarrollo del conocimiento a través del estudio y la investigación.

La universidad de hoy y todas las Instituciones de Educación Superior (IES) del país han de concertar sus principios en constante renovación con las novedades científicas y los avances tecnológicos, de la mano con las transformaciones y exigencias internacionales, para integrar sus propósitos y metas al concierto global de una sociedad moderna, activando los procesos de investigación y producción académica, actualizando sus desempeños, vigorizando su calidad, evaluando sus resultados y reestructurando sus planeaciones. Nada es estático, todo es versátil (Hernández, 2014).

El Instituto Tecnológico de Chetumal forma parte del Sistema Nacional de Educación Superior Tecnológica (SNEST), así como también de la Dirección General de Educación Superior Tecnológica (DGEST), su órgano central de carácter normativo.

7.2 Efectividad, eficiencia y eficacia

Mejía (2013), afirma que uno de los retos de la gerencia moderna es el de la medición del desempeño: Las estructuras de organización de las empresas, en todo tipo de sectores económicos, contienen una serie diversa de unidades que cumplen papeles diferentes. En el aspecto interno de la empresa, nos encontramos con áreas tan diversas como las de: producción, administración, planeación, control, mercadeo, financiera, etc., con una amplia variedad de contenidos, tareas, misiones y responsabilidades. Si bien todas atienden al mismo fin como parte de la empresa, en la práctica cada una tiene labores muy diferentes, por lo cual se hace difícil la medición homogénea de su desempeño. Con frecuencia lo que se desea es un sistema de indicadores comparables, tales que permitan realizar análisis de competitividad y eficiencia entre unidades organizacionales diferentes.

Los modelos de evaluación de resultados que suelen aplicarse, generalmente han sido diseñados para la evaluación de la gestión en áreas de utilidad, o sea, las que cumplen funciones de administración de productos, atención de clientes y generación de ingresos. Pero, es frecuente no disponer de buenas herramientas con relación a las demás áreas de la empresa.

De allí surgieron los indicadores genéricamente llamados de efectividad y eficacia, los cuales, en su origen, se derivan de los procedimientos de medición

de resultados empleados por el ejército de los Estados Unidos, utilizados con posterioridad exitosamente en las más diversas actividades económicas.

7.2.1 Eficacia

Grado en que se logran los objetivos y metas de un plan, es decir, cuánto de los resultados esperados se alcanzó. La eficacia consiste en concentrar los esfuerzos de una entidad en las actividades y procesos que realmente deben llevarse a cabo para el cumplimiento de los objetivos formulados.

7.2.2 Eficiencia

Es el logro de un objetivo al menor costo unitario posible. En este caso estamos buscando un uso óptimo de los recursos disponibles para lograr los objetivos deseados.

7.2.3 Efectividad

Este concepto involucra la eficiencia y la eficacia, es decir, el logro de los resultados programados en el tiempo y con los costos más razonables posibles. Supone hacer lo correcto con gran exactitud y sin ningún desperdicio de tiempo o dinero.

Los indicadores de efectividad y eficacia son susceptibles de ser utilizados para todo tipo de áreas de organización, independientemente del carácter de su actividad, es decir, sean labores comerciales, intelectuales, de producción, de control, etc.

Es así como el objetivo principal de este proyecto fue “Evaluar la efectividad del Proceso de Promoción y Difusión de la Oferta Educativa del Instituto Tecnológico de Chetumal (ITCH) en los alumnos de nuevo ingreso 2013 y conocer los aspectos a mejorar en la gestión de este proceso”.

7.3 La gestión de procesos

La gestión de procesos es una disciplina de gestión que ayuda a la dirección de la empresa a identificar, representar, diseñar, formalizar, controlar, mejorar y hacer más productivos los procesos de la organización para lograr la confianza del cliente. La estrategia de la organización aporta las definiciones necesarias en un contexto de amplia participación de todos sus integrantes, donde los especialistas en procesos son facilitadores (Bravo, 2011).

Según Hammer (2006) *“Una empresa de procesos es la que estimula, posibilita y permite que sus empleados realicen una labor de proceso. La labor de proceso es toda tarea que se centra en el cliente; toda labor que tiene en cuenta el contexto más amplio dentro del que se está realizando; toda tarea que va dirigida a alcanzar unos resultados, en lugar de ser un fin en sí misma; toda*

tarea que se realiza siguiendo un diseño disciplinado y repetible. La labor de proceso es toda tarea que permite obtener los altos niveles de rendimiento que los clientes exigen actualmente”.

El proceso es un conjunto de actividades, interacciones y recursos con una finalidad común: transformar las entradas en salidas que agreguen valor a los clientes. El proceso es realizado por personas organizadas según una cierta estructura, tienen tecnología de apoyo y manejan información.

7.4 El proceso educativo

El proceso educativo comprende desde la promoción y difusión de la oferta académica hasta la entrega del certificado de terminación de estudios (ITCH, Portal electrónico del plantel, 2013)

7.5 Los clientes

Las empresas subsisten porque existe un grupo de consumidores, usuarios o clientes, en un mercado competitivo, son los que siempre tienen la última palabra (Koenes, 2006).

El principal cliente del Instituto Tecnológico de Chetumal es el estudiante. Asimismo, el estudiante es la persona inscrita en el Instituto que recibe el Servicio Educativo.

En el Instituto Tecnológico de Chetumal, el Servicio Educativo está constituido por cinco procesos estratégicos, los cuales son:

- Académico
- Planeación
- Vinculación
- Administración de los recursos
- Calidad

De los anteriores, en el Instituto Tecnológico de Chetumal, el que involucra principalmente esta residencia profesional, es el proceso académico que tiene como objetivo gestionar los planes y programas de estudio para la formación profesional del estudiante.

Asimismo, de acuerdo al Manual de Calidad del Instituto Tecnológico de Chetumal (2012), define:

- **Servicio Educativo:** Es el conjunto de actividades que la Institución desarrolla para dar cumplimiento a los requisitos de El Estudiante.
- **Cliente:** Se define como el Estudiante y como producto al Servicio Educativo.
- **Plan de estudios:** Son las especificaciones necesarias para la realización del Servicio Educativo.

7.6 Promoción

Stanton, Etzel y Walker (2007), definen la promoción “como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo”.

Para Kotler y Keller (2006), quienes no utilizan el término promoción para referirse a ésta herramienta o elemento de la mezcla de marketing, sino que la denominan “Comunicaciones de Marketing” y la definen como “el medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, sus productos y marcas al gran público. En cierto modo, se podría decir que las comunicaciones de marketing representan la voz de la marca, y posibilitan el diálogo y la creación de relaciones con los consumidores”. Para ambos expertos, la mezcla de comunicaciones de marketing “está integrada por seis tipos de comunicaciones principales:

Publicidad. Anuncios impresos, de radio y TV, empaque, insertos en el empaque, dibujos animados, folletos, carteles y volantes, directorios, reimpresiones de anuncios, anuncios espectaculares, letreros de exhibición, escaparates en puntos de venta, material audiovisual, símbolos y logotipos, videos.

- **Promoción de ventas.** Concursos, juegos, sorteos, loterías, obsequios, muestras, ferias y espectáculos comerciales, exhibiciones, demostraciones, cupones, devoluciones, financiamiento con tasa de interés baja, entretenimiento, programas de continuidad, acuerdos.
- **Eventos y experiencias.** Eventos deportivos, entretenimiento, exposiciones artísticas, causas, visitas a las fábricas, museos de la empresa, actividades en la calle.
- **Relaciones Públicas.** Boletines de prensa, discursos, seminarios, reportes anuales, donaciones, publicaciones, relaciones con la comunidad, cabildeo, medios de identidad, revista de la empresa.
- **Venta Personal.** Representaciones de venta, reuniones de venta, programas de incentivos, muestras, ferias y espectáculos comerciales.
- **Marketing Directo.** Catálogos, mensajes por correo, telemarketing, copras por internet, venta por tv, mensajes por fax, correo electrónico y correo de voz.

7.7 Difusión

La difusión es un proceso de comunicación y aceptación del producto por el mercado a lo largo del tiempo. Supone dar a conocer la existencia, características y ventajas del producto. Puede llevarse a cabo de forma verbal y personal, por medio de los vendedores de la empresa o de los propios usuarios del producto (Rogers, 1995).

7.7.1 Difusión (estrategia de)

Estrategia cuyo objetivo es cubrir un mercado de gran dimensión mediante la utilización de medios masivos.

En el Instituto Tecnológico de Chetumal esta promoción y difusión de sus carreras, es entendida como el conjunto de actividades encaminadas a dar a conocer los distintos programas educativos (oferta educativa, oferta académica) con los que cuenta la institución.

7.8 Oferta educativa del Instituto Tecnológico de Chetumal

El Instituto Tecnológico de Chetumal, brinda a los egresados de las instituciones de educación medio superior, las carreras en competencias:

7.8.1 Modalidad escolarizada

Licenciaturas:

- Arquitectura
- Contador Público
- Licenciatura en Administración
- Licenciatura en Biología

Ingenierías:

- Ingeniería en Administración
- Ingeniería en Gestión Empresarial
- Ingeniería en Sistemas Computacionales
- Ingeniería en Tecnologías de la Información y Comunicaciones
- Ingeniería Eléctrica
- Ingeniería Civil

7.8.2 Modalidad abierta

- Ingeniería en Gestión Empresarial
- Contador Público
- Ingeniería en Administración

(ITCH, 2013. División de Estudios Profesionales).

7.9 Las Instituciones de Educación Media Superior

Las instituciones de educación media superior (IEMS), la oferta actual de educación media superior, también llamada bachillerato, se organiza en tres grandes modelos: general, tecnológico y profesional técnico.

Muchos años el dilema principal de la educación media estuvo dado por su doble cometido de preparar para ingresar a estudios superiores y cada vez mayor entre ambos propósitos. En México, la mayor parte de las instituciones de educación profesional y tecnológica han reformado sus planes de estudio para que sus estudiantes obtengan el bachillerato. Adicionalmente, las instituciones de bachillerato general incluyen también formación para el trabajo.

7.9.1 Escuelas oficiales del nivel medio superior en el Estado de Quintana Roo.

Las escuelas oficiales incluyen a los centros dependientes de la Dirección General de Educación Tecnológica Industrial de la Secretaría de Educación Pública (CETIS y CBTIS), a los Colegios de Bachilleres de los Estados (COBACH), a los planteles del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP) y a los Colegios de Estudios Científicos y Tecnológicos (CECyTES).

VIII PROCEDIMIENTO Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS

Para alcanzar los objetivos inicialmente propuestos se definió el enfoque, el alcance y el tipo de investigación realizada; se diseñó el plan necesario para su desarrollo metodológico en el que se terminó la unidad muestral, el tamaño de la muestra y tipo de muestreo efectuado, la técnica y el instrumento utilizados así como la forma de su ejecución que nos permitió llevar a cabo el análisis de la información.

8.1 Enfoque de la investigación

La investigación tuvo un enfoque mixto, es decir, se recolectaron y analizaron datos tanto cuantitativos como cualitativos.

Fue cuantitativo, pues permitió una visión estadística, de datos concretos, numéricos y perfectamente cuantificables, para describir y demostrar los resultados obtenidos. Se trató un enfoque cualitativo porque utilizó la recolección de datos sin medición numérica para descubrir preguntas de investigación en el proceso de la investigación.

El enfoque cualitativo resulta apropiado cuando el investigador se interesa por el significado de las experiencias y valores humanos, el punto de vista interno e individual de las personas y el ambiente natural en que ocurre el fenómeno

estudiado, así como cuando buscamos una perspectiva cercana de los participantes (Hernández *et al.*, 2010).

En este caso, eso permitió conocer la valoración de las pláticas informativas sobre los planes de estudios del Instituto Tecnológico de Chetumal, así como el poder determinar en qué grado la información y el material de promoción y difusión, les influenció para decidir ingresar a su carrera actualmente cursando.

8.2 Diseño del plan de investigación

Se aplicó un diseño no experimental, Hernández *et al.* (2006). Este se realizó sin la manipulación de variables de ninguna variable y sólo se observaron fenómenos los en su ambiente natural, no se tuvo control directo sobre dichas variables ni se influyó sobre ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos, los que únicamente fueron analizados después de que se recolectaron los datos necesarios. Este diseño también fue transeccional, aplicándose una sola vez, es decir un tiempo único. Su propósito fue describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento, es decir, con los alumnos de primer semestre en el ITCH, correspondiente al semestre Agosto-Diciembre 2013, siendo estas variables:

- Formas de conocer la oferta educativa
- Grado de atractividad de la información sobre las carreras.

- Nivel de influencia de información y del material promocional de las carreras, sobre la decisión de ingreso al ITCH, y en su caso,
- Factores de decisión de ingreso.
- Aspectos a considerar para mejorar el proceso de Promoción y Difusión de las Carreras del ITCH.

Para lograr lo anterior, al inicio del semestre escolar se acudió al Departamento de Servicios Escolares del Instituto Tecnológico de Chetumal, con el fin de obtener información sobre la población total de alumnos (hombres y mujeres) aceptados para nuevo ingreso en Agosto 2013, la cual se determinó como la unidad muestral de este trabajo de investigación.

Seguidamente, se procedió a determinar el tamaño de la muestra aplicando la fórmula para poblaciones finitas ya que fue posible tener el número exacto de estudiantes de nuevo ingreso al plantel. El muestreo probabilístico se realizó por estratos, por lo cual se requirió que la información que el departamento de Servicios Escolares proporcione esté detallada por carrera e incluso por modalidad tanto escolarizada como abierta. La selección de los elementos se efectuó mediante un muestreo completamente aleatorio con el fin de asegurar que todos tengan la misma probabilidad de ser elegidos. A los estudiantes que resultaron seleccionados se les aplicó las encuestas en la que se incluyeron los tópicos que dieron respuesta a los objetivos específicos planteados. Por ello, se diseñó un breve cuestionario con preguntas cerradas y abiertas, validándose

con la opinión de expertos, asesores interno y externo del presente proyecto y docentes experimentados en el área del ITCH. Posteriormente, se realizó una prueba piloto con 10 alumnos de primer semestre para verificar la comprensión y desempeño del cuestionario para que no hubiera problema en el contenido e ni tuviera inconsistencia. Así, después de corrección de orden y de redacción, se adecuó para su ejecución final.

Posteriormente, se solicitó a la División de Estudios Profesionales del ITCH, el permiso para realizar dicho pilotaje y para acudir a las aulas cuando dio inicio oficialmente el período de clases buscando asegurar que los estudiantes de los primeros semestres se encuentren asistiendo regularmente. Los lugares de realización fueron talleres, laboratorios pero principalmente aulas, con los diversos y variados horarios que ese departamento consideró ser los más pertinentes para la aplicación del cuestionario. Necesariamente se requirió el apoyo y participación de los docentes en dichos horarios que se encuentren en clase atendiendo a los estudiantes de los primeros semestres, explicándole primera al docente el propósito de la interrupción y de la encuesta, para que permitiera la aplicación de los cuestionarios o en su caso, reprogramarlo con en otro horario o momento o incluso intentarlo con un maestro distinguido hasta lograr la ejecución del cuestionario.

Todo lo descrito con anterioridad, fue realizado únicamente por la autora de esta investigación.

8.3 Determinación de la unidad muestral

Se enfatiza en la muestra que fue totalmente probabilística. Según Sampieri (2010), este tipo de muestra es la más apropiada y esencial en la investigación transversal descriptiva. Sin embargo, para que se considere probabilística fue necesario que los encuestados se seleccionaran aleatoriamente. Asimismo, ésta fue calculada de acuerdo al nivel de confianza y error aceptados.

La muestra que se obtuvo nos sirvió para presentar las conclusiones que se disponen después de los resultados analizados en este proyecto. La población identificada fue finita ya que se conoció el número total de elementos que la conforman.

Para dar cumplimiento a los objetivos específicos que en este caso se presentaron, la población resultó de 667 alumnos de nuevo ingreso en el ITCH, de acuerdo a las listas proporcionadas por el Departamento de Servicios Escolares del plantel.

8.3.1 Tamaño de la muestra

Esta muestra fue el subconjunto representativo de nuestro universo. La fórmula para obtener una muestra aleatoria en las poblaciones finitas fue la siguiente:

$$n = \frac{N * z_p^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

Donde:

- N = Total de la población (667)
- $Z_a^2 = 1.96^2$ (si el nivel de confianza esperado es del 95%)
- p = Proporción esperada (en este caso 50% = 0.5)
- q = 1 – p (en este caso 1 - 0.50 = 0.50)
- d = Precisión o error máximo aceptado (en este caso deseamos un 5%).

Sustituyendo la fórmula anterior, para la población de 667 alumnos de nuevo ingreso en el ITCH, se presenta lo siguiente:

$$n = \frac{667 * 1.96^2(0.5 * .50)}{0.0025^2 * (667 - 1) + 1.96^2 (0.50 * 0.50)}$$

Desarrollando los datos anteriores, se obtuvo una muestra de 245 elementos.

8.3.2 Tipo de muestreo

Para asegurar que el porcentaje de alumnos por carrera esté debidamente representado en la unidad muestral, se realizó primeramente un muestreo estratificado. Esto es un subgrupo en el que la población se divide en segmentos y se selecciona una muestra por cada uno de ellos. La estratificación aumenta la precisión de la muestra e implica el uso deliberado de

diferentes tamaños de muestra para cada estrato. Este tipo de muestreo muy recomendable, sobre todo para poblaciones grandes: se divide la población en estratos o segmentos según algunas características importantes para lo que se desea investigar (como pueden ser: sexo, curso, edad, tipo de vivienda...) y se procura que en la muestra esté representado cada estrato en la proporción que le corresponda (Churchil, 2006).

La muestra será igual a la suma de los elementos muestrales de cada estrato. Es decir, el tamaño de la muestra y la varianza de la media muestral, pueden minimizarse si calculamos “submuestras” proporcionales a la desviación estándar de cada estrato:

$$f_h = \frac{n_h}{N_h} = ksh$$

Donde:

f_h = Factor constante

N_h = Población de cada estrato

n_h = Muestra de cada estrato

sh = Desviación estándar de cada elemento en un determinado estrato

De la fórmula anterior, fue posible tener el factor constante de la siguiente como a continuación se presenta:

$$ksh = \frac{n}{N}$$

Sustituyendo los valores, la fracción constante (desviación estándar) fue de:

$$ksh = \frac{245}{667} = 0.366$$

El total de cada subpoblación se multiplicó con la fracción constante obtenida anteriormente para tener el tamaño de la muestra por estrato:

$$(N_h) (f_h) = n_h$$

Donde:

(n_h) = submuestras

(N_h) = supoblación

En consecuencia, en el cuadro 5 se presentan los resultados obtenidos para conocer el número de elementos que correspondió a las submuestras para cada uno de los trece estratos determinados.

Cuadro 5. Estratos y submuestras por cada carrera en competencia, escolarizado y abierto, que se oferta en el ITCH.

Estrato	Carrera	Nh	fh	nh
1	Arquitectura	103	0.366	38
2	Ingeniería Civil	97	0.366	35
3	Ingeniería en Administración	71	0.366	26
4	Contador Público	68	0.366	25
5	Licenciatura en Biología	59	0.366	22
6	Ingeniería en Gestión Empresarial	57	0.366	21
7	Ingeniería en Sistemas Computacionales	50	0.366	18
8	Ingeniería Eléctrica	48	0.366	18
9	Licenciatura en Administración	40	0.366	15
10	Ingeniería en Tecnologías y Ciencias de la Comunicación	40	0.366	15
11	Contador Público (Modalidad Abierta)	15	0.366	5
12	Ingeniería en Administración (Modalidad Abierta)	12	0.366	4
13	Ingeniería en Gestión Empresarial (Modalidad Abierta)	7	0.366	3
		N= 667		n= 245

Los trece estratos que se realizaron incluyen las diez carreras en competencias que ofrece actualmente el Instituto Tecnológico de Chetumal de forma escolarizada, así como tres de estas mismas que se brindan en la modalidad abierta o no escolarizada.

Posteriormente, la selección de los elementos a encuestar tomando como base el número de alumnos de cada carrera que resultaron de la muestra

estratificada, se efectuó con un procedimiento totalmente aleatorio. Malhotra (2008), dice que el uso de números aleatorios o random no significa que se realizó de forma azarosa o fortuita, si no que se utilizó una tabla de números aleatorios simples, que implica un mecanismo de probabilidad bien diseñado (Anexo 1).

8.4 Técnicas e instrumentos

Considerando que las técnicas son las distintas maneras de obtener los datos que una vez procesados se convertirán en información, la encuesta se revela como un medio que cumple con tales requerimientos (Malhotra, 2008).

En el desarrollo de esta investigación se aplicó una encuesta de opinión a los elementos seleccionados de entre los alumnos de nuevo ingreso al plantel en el 2013, formalizada con un cuestionario (Anexo 2).

8.4.1 Cuestionario

Un cuestionario, ya sea que se llame programa, formato para entrevista o instrumento de medición, es un conjunto formalizado de preguntas escritas para obtener información de los encuestados (Malhotra, 2008).

Para medir la efectividad de la promoción y difusión de carreras del instituto tecnológico de Chetumal con los estudiantes del primer semestre en el 2013,

así como poder conocer las propuestas de mejora a este dicho proceso, se utilizó el cuestionario como instrumento o medio material que nos dio la oportunidad de recolectar los datos, el cual fue previamente diseñado y probado.

Kinney y Taylor, (1981), sostienen que en un cuestionario tres tipos de preguntas oscilan entre formatos de respuesta no estructurados y formatos de respuestas estructurados: preguntas de respuesta abierta; preguntas de elección múltiples y preguntas dicotómicas.

En las preguntas abiertas el encuestado responde de forma libre y estas influyen sobre las respuestas en menor grado que las múltiples o dicotómicas. En las de selección múltiple el encuestado escoge una respuesta o más, de entre una lista suministrada en la pregunta o a continuación de la misma. Una pregunta dicotómica es una forma extrema de la pregunta de selección múltiple que presenta al encuestado solamente dos posibilidades de respuestas, tales como “si-no”, “hice-no hice”, “estoy de acuerdo-no estoy de acuerdo”, etc.

De igual forma, la escala de Likert es un tipo de instrumento de medición o de recolección de datos que disponemos en la investigación social:

- Es una escala para medir las actitudes.

- Consiste en un conjunto de ítems bajo la forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se solicita la reacción (favorable o desfavorable, positiva o negativa) de los individuos.

En la encuesta de opinión aplicada en forma de cuestionario que se utilizó, fue con formato estructurado y se combinaron los tres tipos de preguntas con las cuáles se buscó cubrir cada uno de los objetivos específicos propuestos. Estuvo compuesto de tres secciones: Presentación, información de clasificación y preguntas de contenido.

Nuevamente Kinneer y Taylor (1981) afirman que es necesario seguir un orden lógico en el flujo del proceso en el que se formulen las preguntas para evitar confundir a los encuestados, ya que dicho orden de preguntas podría influir en la naturaleza de las respuestas y puede ser causa de un grave error en los resultados (Anexo 4)

8.5 Alcance y tipo de investigación

La presente investigación tuvo un alcance netamente descriptivo. Que tuvo como fin identificar las características en específico de la promoción y difusión efectuada en el 2013, tales como escuela de procedencia de bachillerato, edad, sexo, formas por las que supieron de los planes de estudio del plantel, sus puntos de vista de la información y material recibido, factores que motivaron su ingreso al ITCH, etc.

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. Describe tendencias de un grupo o población. Se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas para así (valga la redundancia), describir lo que se investiga (Hernández *et al.*, 2006).

Se realizó una investigación de campo o investigación *in situ*, es decir en el propio sitio y que en este caso fueron en las aulas que ocuparon los alumnos de primer semestre del Instituto Tecnológico de Chetumal, en el año 2013.

8.6 Ejecución del diseño de investigación

Sirvió para recopilar la información primaria indispensable para poder medir las variables de los objetivos. Se realizó en tres etapas: validación y prueba piloto, adecuación y ejecución del cuestionario.

La validez de contenido alude a la necesidad de garantizar que el cuestionario constituye una muestra adecuada y representativa de las variables que se pretenden evaluar con él. Se obtiene validez del cuestionario debido a que se consiguen los datos que se esperaban (Dillon, 1996).

La prueba previa o piloto consiste en probar un cuestionario en una pequeña muestra de encuestados, para identificar y eliminar problemas potenciales del entrevistador como del encuestado. Es necesario que los encuestados de la prueba piloto y la encuesta real se extraigan de la misma población (Malhotra, 2008).

El cuestionario se sometió a una prueba de validez con expertos en la materia del mismo plantel del ITCH, así como con los asesores tanto interno y externo del proyecto. Posteriormente se realizó la prueba previa o piloto aplicándose a 10 alumnos de primer semestre.

8.6.1 Adecuación del cuestionario

De los resultados obtenidos en la prueba piloto, se efectuaron las correcciones o modificaciones correspondientes con el fin de facilitar su aplicación, las cuáles fueron únicamente de orden y redacción.

8.6.2 Ejecución del instrumento

La ejecución del instrumento fue el trabajo de campo definitivo aplicado en cada una de las submuestras resultantes para los trece estratos o carreras (10 en modalidad escolarizada y 3 en modalidad abierta). Realizándose éste de persona a persona por parte de la autora de este proyecto en las aulas de clase que ocuparon los estudiantes inscritos al primer semestre de cada carrera durante los tres semanas efectivas en días hábiles de lunes a viernes, aplicados en diferentes horarios que abarcaron de las 07:00 a las 22:00 horas, dado que algunas carreras ofertaron primeros semestres en ambos turnos matutino y vespertino.

La aplicación se efectuó por horario y por carrera rigurosamente con el fin de asegurar la obtención de las submuestras en su totalidad. Únicamente en los casos en los que no fue posible aplicar la muestra en una primera ocasión, se realizó una segunda visita al aula de clase, o las necesarias, del o los estudiantes que estaban seleccionados para encuestar, especialmente tratándose de aquellos de a modalidad abierta con los cuales su asistencia a las “asesorías” en los horarios marcados en sus cargas académicas, son bastante irregular.

8.7 Análisis de la información

Después de tabular y procesar la información de las 245 encuestas aplicadas, se procedió a evaluarla. En segundo lugar los datos fueron agrupándose por la segunda y tercera sección que integraba el cuestionario como fue la información de clasificación y la información de contenido. Finalmente y debido a la naturaleza de la presente investigación, se observó que era necesario organizar y presentar dicha información, comparando cada uno de los objetivos específicos de este trabajo, así como considerando aspectos que a juicio propio fueran relevantes de presentar.

Para lograr lo anterior fue necesario el uso de una computadora habilitada con paquetería Word y Excel de Microsoft Office®.

IX RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados generados en la investigación de campo de esta residencia profesional, efectuándose el análisis correspondiente.

La Encuesta de Opinión del Proceso de Promoción y Difusión de Carreras del Instituto Tecnológico de Chetumal, fue aplicada en las instalaciones del plantel ubicado en la Ciudad de Chetumal, Quintana Roo, durante tres semanas de septiembre a octubre del 2013. El tamaño de la muestra fue de 245 alumnos encuestados, con un intervalo de confianza del 95%. El cuestionario estuvo estructurado en tres bloques:

- Presentación
- Información de clasificación
- Preguntas de contenido

9.1 Presentación

De manera breve se mencionó la intención de la encuesta aplicada para conocer la efectividad del Proceso de Promoción y Difusión de las carreras que se imparten en el Instituto Tecnológico de Chetumal, dirigida a una muestra aleatoria de los alumnos de nuevo ingreso, garantizando la confidencialidad de la información proporcionada y con el fin establecer una mejor forma de dar a conocer y promocionar la oferta educativa del plantel.

9.2 Resultados de la información de clasificación

En esta parte se obtuvo información de las escuelas de bachillerato de procedencia de los alumnos de nuevo ingreso al ITCH, así como su edad, sexo, carrera cursando y la modalidad (escolarizada o abierta).

9.2.1 Escuela de Bachillerato donde realizaron sus estudios

El rubro se planteó para identificar cuáles son las principales escuelas de bachillerato que proveen el mayor número de alumnos para el Instituto Tecnológico de Chetumal, obteniendo los resultados que se presentan en el Cuadro 6 a continuación:

Cuadro 6. Escuelas de bachillerato de procedencia de los alumnos de nuevo ingreso al ITCH.

ESCUELA PROCEDENCIA	ALUMNOS	PORCENTAJE
COBACH	87	35.51%
CBTIS	77	31.43%
OTROS	35	14.29%
CECYTE	21	8.57%
CONALEP	14	5.71%
EVA	11	4.49%
TOTAL	245	100.00%

Se identificaron 47 diferentes instituciones de nivel medio superior, las cuáles se clasificaron en seis bloques presentadas en la el cuadro 6. Asimismo, se puede observar en la figura 6 la representación porcentual que dichas instituciones educativas tienen en cuanto al número de ingresos al plantel del ITCH.

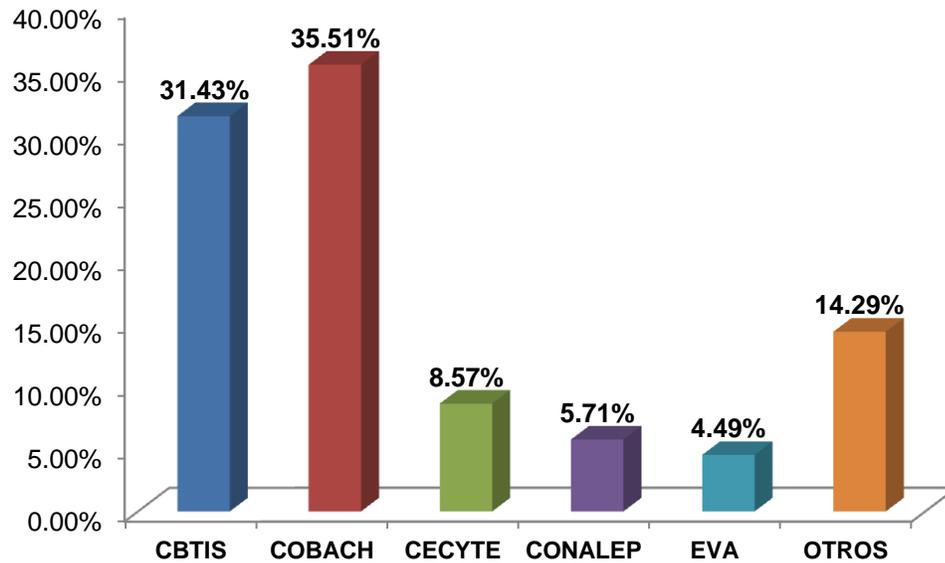


Figura 8. Análisis porcentual de las escuelas de procedencia de los alumnos de nuevo ingreso en el ITCH.

Se aprecia que la mayor parte de los alumnos que ingresan al ITCH provienen en primer lugar, de los COBACH (Colegio de Bachilleres) y de los CBTIS (Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios), seguidos de “OTROS”, así como los CECYTE (Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos), CONALEP (Colegio Nacional de Educación Profesional) y por último, la Eva Sámano de López Mateos.

Los tres primeros grupos con mayor porcentaje de la figura 8, se detallan a continuación, ya que es importante conocer de dónde proviene la mayor captación de estudiantes para el Instituto Tecnológico de Chetumal:

El cuadro 7 son los planteles que conforman el grupo de los COBACH, que provee el mayor número de alumnos del nivel medio superior que ingresan al ITCH.

Cuadro 7. Escuelas que engloban a los COBACH de procedencia de los alumnos de nuevo ingreso al ITCH.

QUINTANA ROO	OTROS ESTADOS
MÓDULO EMSAD DE NOH-BEC	MÓDULO EMSAD "DON SAMUEL " ESCÁRCEGA, CAMPECHE
MÓDULO EMSAD DE SAN PEDRO PERALTA	PLANTEL "EL CIVALITO" DEL ESTADO DE CA
PLANTEL "SERAPIO FLOTA MASS" DE BACALAR	PLANTEL 116 DEL ESTADO DE CHIAPAS
PLANTEL 1 DE CANCÚN	PLANTEL DEL ESTADO DE CAMPECHE
PLANTEL 1 DE CHETUMAL	PLANTEL DEL ESTADO DE TABASCO
PLANTEL 14 DE XPUJIL	PLANTEL DEL ESTADO DE YUCATÁN
PLANTEL 2 "CECILIO CHI" DE CHETUMAL	
PLANTEL 2 DE CANCÚN	
PLANTEL DE CARLOS A. MADRAZO	
PLANTEL DE COZUMEL	
PLANTEL DE JOSÉ MARÍA MORELOS	
PLANTEL DE NICOLÁS BRAVO	
PLANTEL DE PLAYA DEL CARMEN	
PLANTEL DE RÍO HONDO	
SISTEMA ABIERTO, SEAD DE CHETUMAL	

En el cuadro 8 se observa que el segundo grupo mayor de escuelas es el de "CBTIS".

Cuadro 8. Escuelas que engloban a los CBTIS de procedencia de los alumnos de nuevo ingreso al ITCH.

QUINTANA ROO
CBTIS NO. 213 "IGNACIO ALLENDE" DE CHETUMAL
CBTIS NO. 253 "MIGUEL HIDALGO Y COSTILLA" DE CHETUMAL
CBTIS NO. 72 "ANDRÉS QUINTANA ROO" DE FELIPE CARRILLO PUERT
CBTIS NO. 28 "JOSÉ VASCONCELOS" DE COZUMEL

En el cuadro 7 se presenta el número de planteles en los Colegios de Bachilleres, que es mayor con 21 dentro y fuera del Estado e incluyen Módulos de Enseñanza Media Superior a Distancia y el Sistema Abierto con los 87 alumnos (Cuadro 6). En contraste en el cuadro 8, los Centros de Bachillerato Tecnológicos Industrial y de Servicios, incluyen tan sólo cuatro planteles en Quintana Roo, sin embargo el número de 77 alumnos, que también es considerable y se concentra en ellos.

En el cuadro 9, ahora se puede observar el último de los tres grupos, es el de "OTROS":

Cuadro 9. Escuelas de procedencia que engloban a “OTROS” de los alumnos de nuevo ingreso al ITCH

ESCUELA PROCEDENCIA	ALUMNOS	PORCENTAJE
BELICE	9	25.7%
PARTICULAR	6	17.1%
SIN ESCUELA	6	17.1%
CBTAS	4	11.4%
CENEVAL	4	11.4%
ESTATALES FORÁNEAS	3	8.6%
PREPA ABIERTA	2	5.7%
CETMAR	1	2.9%
TOTAL	35	100%

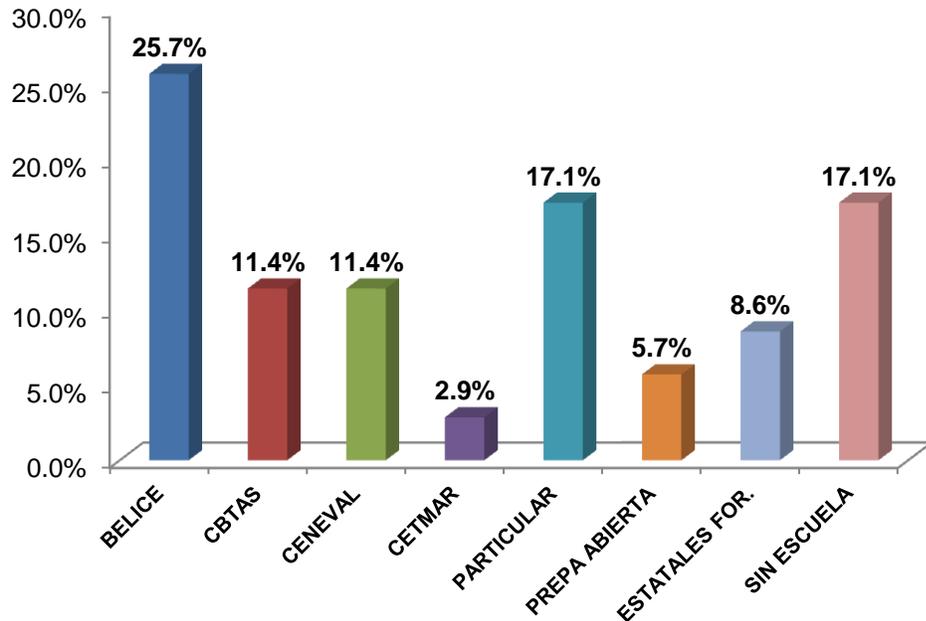


Figura 9. Análisis porcentual de las escuelas de procedencia de “OTROS” de los alumnos de nuevo ingreso en el ITCH.

En la figura 9 y cuadro 9, es interesante observar que entre las escuelas en las que se englobaron “OTROS”, el mayor número de alumnos fue de bachilleratos del vecino país de Belice, seguidos por el grupo de colegios “PARTICULARES”.

9.2.2 Edad y Sexo

Con estos rubros se buscó conocer la edad promedio y el sexo en cada una de las carreras de los estudiantes de nuevo ingreso al ITCH.

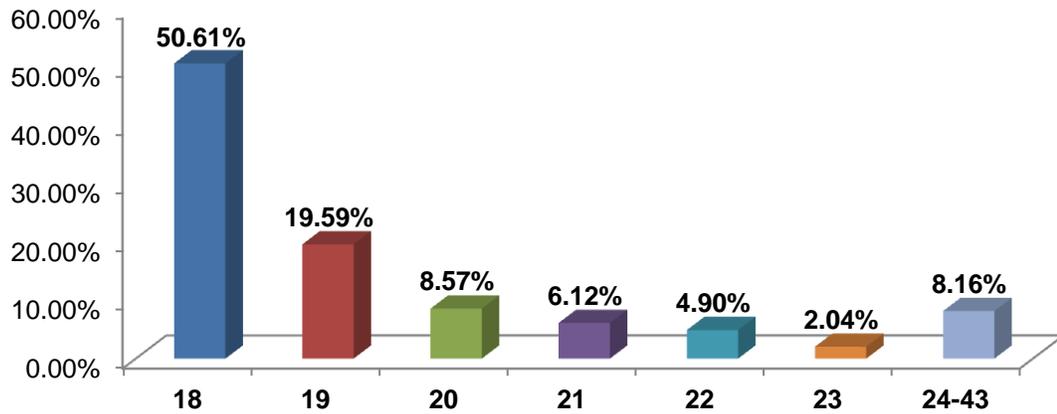


Figura 10. Análisis porcentual de la edad promedio de los alumnos de nuevo ingreso en el ITCH.

Las edades de los alumnos encuestados se muestran en siete grupos, seis de ellos fácilmente clasificados y uno último que incluye un rango de edad de entre 24 y 43 años. Se observó que los alumnos que se incorporan al Instituto Tecnológico de Chetumal, son jóvenes en su mayoría de 18, 19 y 20 años, lo que, de acuerdo al promedio de edad de egreso de los estudiantes del nivel medio superior, indica que ingresan al plantel inmediatamente después de terminar el bachillerato. Los estudiantes que se encuentran en el rango de 24 a 43 años fueron principalmente aquellos que eligieron ingresar a la modalidad abierta y/o ya se encuentran laborando.

De igual forma, de la muestra de 245 alumnos, en su mayoría 144 (59%) fueron hombres y 101 (41%) mujeres, como se ve en la figura 11.

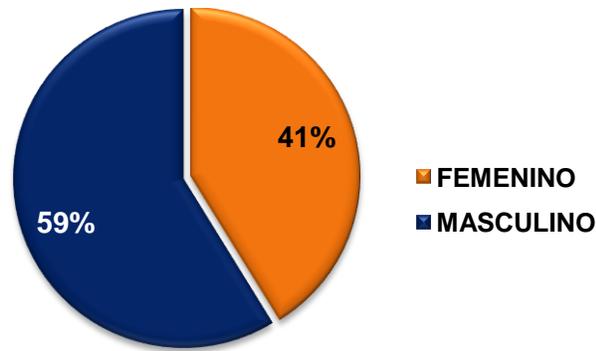


Figura 11. Análisis porcentual de sexo en los alumnos de nuevo ingreso en el ITCH.

En las carreras que pertenecen a las áreas de Ciencias de la Tierra (Arquitectura e Ingeniería Civil), Sistemas y Computación (Ingeniería en Sistemas Computaciones e Ingeniería en Tecnologías de la Información y Comunicación), así como en el área de Ingeniería Eléctrica y Electrónica (Ingeniería Eléctrica), son en las que se observa que ingresan el mayor número de estudiantes del sexo masculino, mientras que en las áreas de Ciencias Económico-Administrativas, Ingeniería Química y Bioquímica, se encuentra ligera preferencia por el sexo femenino o en porcentajes iguales (Cuadro 10).

Cuadro 10. Sexo de los alumnos de nuevo ingreso por carrera en el Instituto Tecnológico de Chetumal.

ÁREA ACADÉMICA	CARRERA	FEMENINO	MASCULINO	NO. ALUMNOS
CIENCIAS ECONÓMICO-ADMINISTRATIVAS	IA, CP, IGE, LA	57	42	99
SISTEMAS Y COMPUTACIÓN	ISIC, ITIC	7	26	33
INGENIERÍA ELÉCTRICA Y ELECTRÓNICA	IE	0	18	18
INGENIERÍA QUÍMICA Y BIOQUÍMICA	BIO	16	6	22
CIENCIAS DE LA TIERRA	ARQ, IC	21	52	73
TOTAL				245

9.2.3 Carrera cursando y modalidad

En esta última parte de la información de clasificación, se solicitó a los encuestados proporcionar la carrera que se encontraban cursando y la modalidad. Esto permitió en primera instancia corroborar la correcta estratificación por carreras de la muestra determinada (Cuadro 11).

Cuadro 11. Carreras y modalidad que cursan los alumnos de nuevo ingreso al ITCH.

CARRERA	MODALIDAD	TOTAL	PORCENTAJE
ARQUITECTURA (ARQ)	ESCOLARIZADA	38	15.51%
INGENIERÍA CIVIL (IC)	ESCOLARIZADA	35	14.29%
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN (IA)	ESCOLARIZADA	26	10.61%
CONTADOR PÚBLICO (CP)	ESCOLARIZADA	25	10.20%
LICENCIATURA EN BIOLOGÍA (BIO)	ESCOLARIZADA	22	8.98%
INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL (IGE)	ESCOLARIZADA	21	8.57%
INGENIERÍA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES (ISIC)	ESCOLARIZADA	18	7.35%
INGENIERÍA ELÉCTRICA (IE)	ESCOLARIZADA	18	7.35%
INGENIERÍA EN TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES (ITIC)	ESCOLARIZADA	15	6.12%
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN (LA)	ESCOLARIZADA	15	6.12%
CONTADOR PÚBLICO (CP Ab)	ABIERTA	5	2.04%
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN (IA Ab)	ABIERTA	4	1.63%
INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL (IGE Ab)	ABIERTA	3	1.22%
TOTAL		245	100%

Se puede observar que el mayor número de alumnos de nuevo ingreso se presentó en las carreras de Arquitectura e Ingeniería civil con 38 y 35 alumnos de nuevo ingreso respectivamente; el menor número de alumnos fue para las carreras de Ingeniería de Tecnología de la Información y Licenciatura en Administración ambas con 15 alumnos.

9.3 Información de contenido del cuestionario

En este bloque, el principal de la encuesta, el propósito fue obtener toda la información necesaria para poder responder a cada objetivo específico planteado.

9.3.1 ¿Por qué elegiste la carrera que hoy estudias?

En el cuadro 12 y figura 12 respectivamente, se presentan las razones de elección de la carrera que cursan los alumnos de nuevo ingreso, donde es visible que los cuatro aspectos o categorías que más peso tuvieron en la elección de carrera de los alumnos de nuevo ingreso son: La Atracción de la carrera con un 37.14 %; vinculada con conocimientos, habilidades e intereses personales con 28.98 %, posibilidades laborales y desarrollo profesional con 13.47 % y relación con el bachillerato cursado con el 6.94 %, y en un último grupo de “OTROS” se clasificó al 13.46 %.

Cuadro 12. Razones de elección de la carrera que cursan actualmente los alumnos de nuevo ingreso en el ITCH.

CATEGORÍA	NO. DE ALUMNOS	PORCENTAJE
Atracción de la carrera	91	37.14%
Vinculada con conocimientos, habilidades e intereses personales	71	28.98%
Posibilidades laborales y desarrollo profesional	33	13.47%
Relación con el bachillerato cursado	17	6.94%
Enfoque socio-ambiental de la carrera	6	2.45%
Única opción	6	2.45%
Afinidad laboral	5	2.04%
Enfoque práctico de la carrera	5	2.04%
Vínculo o influencia familiar o de amigos	4	1.63%
Recomendación de la carrera	3	1.22%
Orientación vocacional de profesores	3	1.22%
Al azar	1	0.41%
TOTAL	245	100.00%

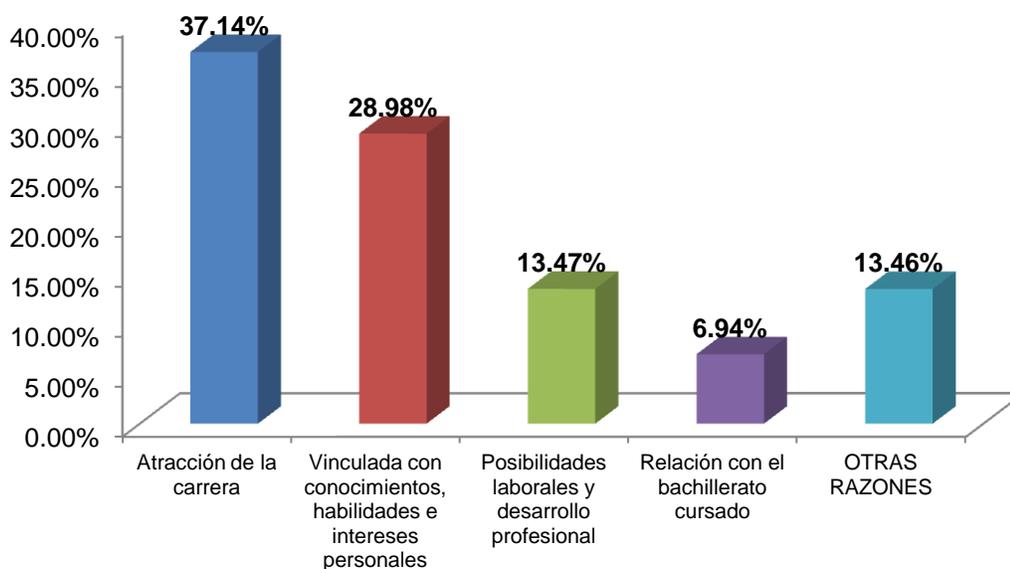


Figura 12. Análisis porcentual de las principales categorías que engloban los motivos de elección de carrera de los alumnos de nuevo ingreso en el ITCH.

A grandes rasgos, estos rubros incluyeron:

- **Atracción de carrera.** En general, en esta se agruparon todas aquellas respuestas que demostraron que la elección de los estudiantes por la carrera que estaban cursando fue por su gusto y/o deseo de estudiarla; por despertar su interés y atracción al conocer el plan de estudios; por ser diferente a las demás opciones que conoció, etc.
- **Vinculada con conocimientos, habilidades e intereses personales.** Se incluyeron las respuestas tales en las que los estudiantes manifestaron estar plenamente conscientes y seguros de tener conocimientos suficientes como las matemáticas, especialmente para Ingeniería Civil e Ingeniería Eléctrica, así como el gusto y habilidad por el dibujo y diseño para la Arquitectura, las computadoras y programación para la Ingenierías en Sistemas y en Tecnologías de la Información y Comunicaciones, el gusto por la naturaleza e investigación en el caso la carrera de Biología, tener grandes habilidades empresariales para las Ingenierías en Administración y Gestión Empresarial, y en el manejo de números para Contador Público, etc.
- **Posibilidades laborales y desarrollo profesional.** Su claro interés fue el llegar a ser profesionistas en la carrera elegida y las grandes oportunidades laborales que visualizaron en ella.

- **Relación con el bachillerato cursado.** En esta categoría estuvieron todas aquellas respuestas en las que su la elección de la carrera a estudiar fue relacionada con la especialidad cursada en su educación media superior.

Entre otras, agruparon las siguientes:

- **Enfoque socio-ambiental de la carrera.** Las respuestas incluidas en este, fueron porque consideraban que las carreras elegidas tenían un gran aporte a la sociedad y/o procuraban el cuidado del medio ambiente, el amor a la naturaleza, etc.
- **Única opción.** Los que se agruparon en esta categoría fueron los estudiantes que manifestaron estudiar la carrera actual como último recurso de las opciones que se le presentaron, ya sea porque no ingresaron en otra institución de nivel superior por no realizar oportunamente sus trámites, por examen de selección, o bien porque no fueron aceptados, etc.
- **Afinidad laboral.** Claramente fueron aquellos que ya se encuentran inmersos en el ámbito laboral, tienen conocimientos y prácticas de las carreras que eligieron estudiar por lo que desean incrementar y formalizar sus conocimientos a través del título profesional, o porque este es requerido en sus centros de trabajo para conservar sus puestos.

- **Enfoque práctico de la carrera.** Principalmente abarcaron las respuestas de los alumnos que manifestaron su interés en adquirir destrezas y habilidades prácticas por las características de las carreras.
- **Vínculo o influencia familiar o de amigos.** Son aquellos que estudian las carreras actuales porque la familia y amigos fueron el factor decisivo para ello ya sea por presión de los padres, con el fin de que sigan la tradición de tener las mismas profesiones que ellos o en caso contrario, de tener profesiones que ellos deseaban y no tuvieron oportunidad de cursar, también por ser los tutores responsables de sus sustentos o porque cuentan con familiares o amigos que ya son alumnos del ITCH, etc. Asimismo, porque los estudiantes tienen estrecha relación con los amigos del bachillerato o lazos sentimentales de noviazgo y no desean separarse, decidiendo para ello ingresar a las mismas carreras, etc.
- **Recomendación de la carrera.** En este claramente fueron las opiniones favorables que recibieron de la carrera elegida ya sea a través de familiares, amigos, compañeros de trabajo etc., por considerarla una excelente opción, ya sea que estar ellos mismos cursándola o ser egresados.
- **Orientación vocacional de profesores.** En algunos casos los estudiantes escogieron su carrera actual porque durante el bachillerato los profesores que identificaron sus habilidades los orientaron para enfocarse en ella.

- **Al azar.** Un único caso en el que se mencionó que su decisión fue totalmente dejada a la suerte.

9.3.2 ¿Cómo te enteraste de las carreras que ofrece el Instituto Tecnológico de Chetumal? (Puedes seleccionar más de una opción si lo deseas)

Para responder esta pregunta de opción múltiple, las alternativas que se dieron a elegir a los alumnos, se enlistaron tomando consideración los medios más usados y recientes (de febrero hasta julio del 2013) para dar a conocer la oferta educativa del plantel, que son: Visitas a tu escuela, Visitas al ITCH, Feria EXPORIENTA, Evento de orientación vocacional en tu institución, Página web del ITCH, Espectacular electrónico, Spots de radio, Cuadernillos, Posters o carteles, Redes sociales, Otra forma (Cuadro 13 y figura 13).

Los medios de difusión que utiliza el Instituto Tecnológico de Chetumal para promocionar su oferta educativa, a los que los aspirantes de nuevo ingreso más acceden o tienen contacto, son en orden de importancia la Página web, el evento de Feria EXPORIENTA, las Visitas que se realizan a las instituciones de nivel medio superior, con un 23 %, 20 % y 12 %, respectivamente. Los siguientes tres tuvieron un porcentaje de menciones muy similares y son “Otra forma” con 10 % en el que se agruparon las diversas y diferentes respuestas a las opciones proporcionadas, y seguido con el mismo porcentaje, las Visitas que se realizan a las instalaciones del ITCH, en un 9 % están los Cuadernillos

o Trípticos informativos. Asimismo, las últimas cinco opciones que concentradas en un 16% están formadas por “Posters o Carteles”, “Redes sociales”, “Evento de orientación vocacional en tu institución”, “Espectacular electrónico” y “Spots de radio” (Figura 13).

Cuadro 13. Principales formas de conocer la oferta educativa del ITCH por parte de los alumnos de nuevo ingreso en cada carrera.

MEDIOS DE DIFUSION	ARQ	IC	IA	CP	BIO	IGE	ISIC	IE	ITIC	LA	NO. DE MENCIONES	PORCENTAJE
PÁGINA WEB DEL ITCH	9	20	17	17	12	15	12	8	4	8	122	22.51%
FERIA EXPORIENTA	22	12	12	9	9	10	9	8	13	7	111	20.48%
VISITAS A TU ESCUELA	10	10	7	9	3	2	2	8	9	6	66	12.18%
OTRA FORMA *	7	12	6	7	6	6	3	4	2	2	55	10.15%
VISITAS AL ITCH	17	3	8	4	6	3	4	2	4	1	52	9.59%
CUADERNILLOS	9	5	6	5	5	7	4	4	4	2	51	9.41%
POSTERS O CARTELES	3	7	7	4	4	4	3	2	1	5	40	7.38%
REDES SOCIALES *	3	3	5	0	3	2	5	1	0	3	25	4.61%
EVENTO DE ORIENTACIÓN VOCACIONAL EN TU INSTITUCIÓN	6	3	3	1	1	1	0	1	0	0	16	2.95%
ESPECTACULAR ELECTRÓNICO	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	4	0.74%
SPOTS DE RADIO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
TOTAL	87	76	71	56	49	51	42	39	37	34	542	100%

*Se solicitó al encuestado que especificara los medios

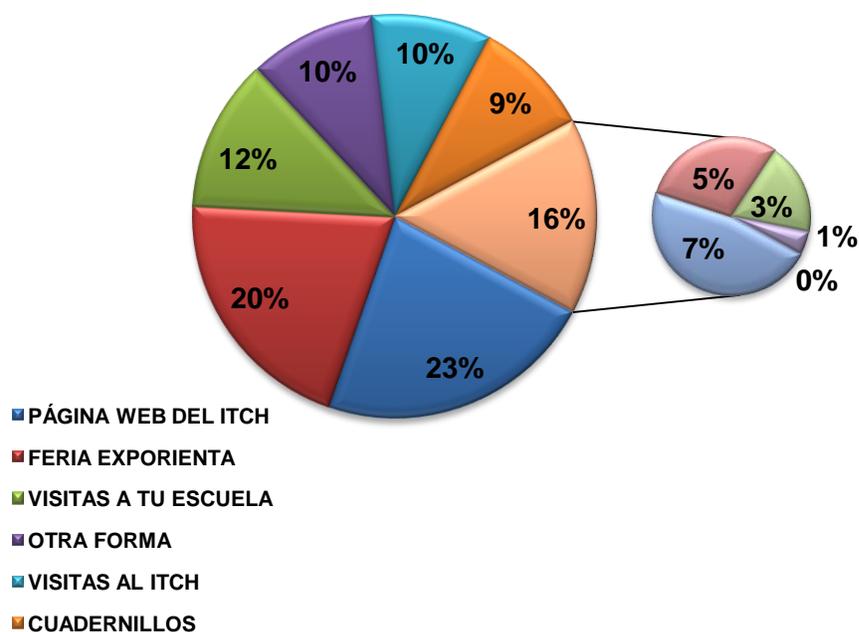


Figura 13. Análisis porcentual de las formas de conocer la oferta educativa del ITCH por los alumnos de nuevo ingreso.

En las “Redes sociales” se identificaron el Facebook, twitter, y el internet en general. En “Otra forma” los alumnos encuestados mencionaron que supieron de las carreras del ITCH a través de familiares y/o amigos ya sean egresados, estudiantes o trabajadores del plantel, así mismo quienes tuvieron conocimiento del plantel por recomendación de otras personas que no habían tenido vínculos con la institución pero que conocían de su prestigio, otros indicaron que obtuvieron información por iniciativa propia.

9.3.3 ¿Acudiste a alguna reunión o plática informativa donde el personal del Instituto Tecnológico de Chetumal presentó las carreras que la institución ofrece?

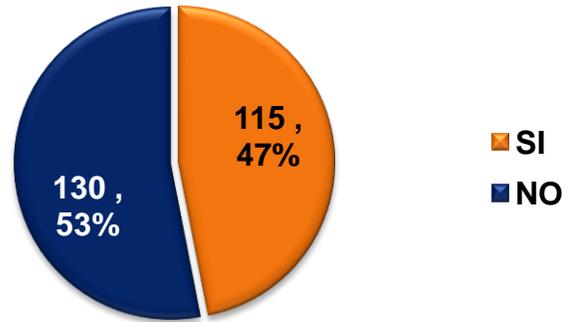


Figura 14. Porcentaje de alumnos que respondieron SI acudieron o NO a pláticas informativas de las carreras del ITCH.

Para observar con detalle quiénes fueron los alumnos que respondieron de manera afirmativa o negativa la pregunta anterior, se desglosa en el cuadro 14.

Cuadro 14. Alumnos por carrera quienes recibieron o no información de la oferta educativa a través de pláticas informativas.

CARRERA	SI	PORCENTAJE	CARRERA	NO	PORCENTAJE
ARQ	19	8%	IC	20	8.16%
IA	16	7%	CP	20	8.16%
IC	15	6%	ARQ	19	7.76%
ITIC	12	5%	BIO	14	5.71%
IGE	11	4%	IA	14	5.71%
CP	10	4%	IGE	13	5.31%
IE	9	4%	ISIC	12	4.90%
LA	9	4%	IE	9	3.67%
BIO	8	3%	LA	6	2.45%
ISIC	6	2%	ITIC	3	1.22%
	115	46.94%		130	53.06%

En el cuadro 14 y figura 14 se muestra que de los 245 encuestados, el número de alumnos que sí asistió a alguna plática informativa para conocer la oferta educativa del ITCH fue de un 46.94%. Los que no acudieron fue un 53.06%, en ambos casos se incluyen a los estudiantes de la modalidad abierta.

Lo anterior se presente a través del análisis porcentual por carrera en la figura 15:

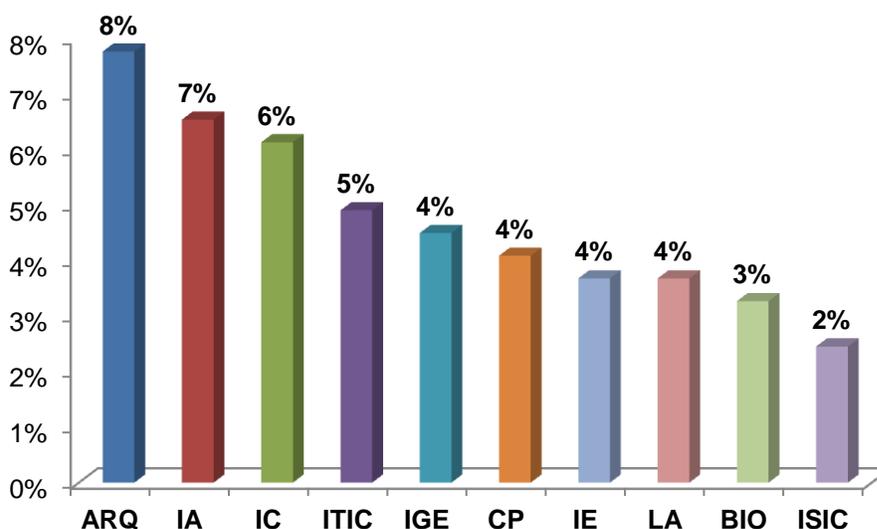


Figura 15. Análisis porcentual de alumnos por carrera que Sí acudieron a pláticas informativas sobre las carreras del ITCH.

Aquí se observa fácilmente en qué carreras estuvo el mayor porcentaje de asistencia a las pláticas informativas, siendo al menos tres de las diez carreras que componen el 47 %, Arquitectura, Ingeniería Civil e Ingeniería en Administración, siendo estas a primera vista, proporcionales a la muestra encuestada en cada estrato o especialidad. En un extremo las dos carreras con

el menor índice de asistencia a las pláticas fueron Licenciatura en Biología e Ingeniería en Sistemas y Computación.

En un opuesto, la siguiente figura 16 se presenta para visualizar quiénes manifestaron que definitivamente no tuvieron la oportunidad de asistir a estas reuniones informativas de la oferta educativa del Instituto Tecnológico.

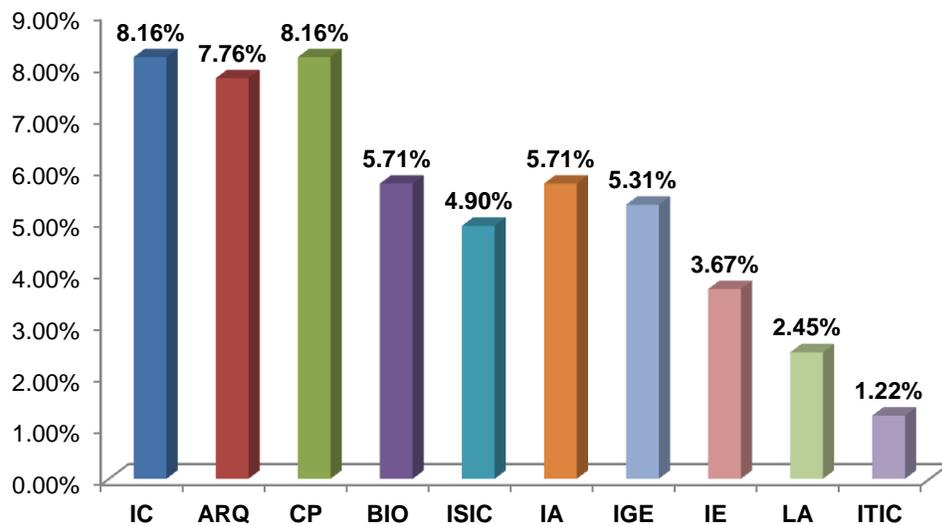


Figura 16. Análisis porcentual de alumnos por carrera que NO acudieron a pláticas informativas sobre las carreras del ITCH.

*Si contestaste “NO” a la pregunta anterior, **pasa a la pregunta 5**. En caso de que tu respuesta haya sido afirmativa responde la siguiente pregunta.*

Los estudiantes que respondieron “NO” a la pregunta 3, debían pasar automáticamente hacia la pregunta 6. En caso contrario, quienes “SI” acudieron a las pláticas sobre las carreras del ITCH, respondieron lo siguiente:

9.3.4 En esa reunión o plática informativa ¿Qué te pareció la presentación que hizo el personal con respecto a las carreras del ITCH?

Con esta pregunta se buscó tener una valoración por parte de los alumnos con respecto a la información que se les proporciona, así como de manera general, de las pláticas informativas que realiza el personal del Instituto Tecnológico de Chetumal. De los 115 estudiantes que acudieron a las reuniones informativas de las carreras y quienes representan el 47% del total de los encuestados, la valoración que otorgaron fue la siguiente:

Cuadro 15. Valoración general de los alumnos de nuevo ingreso en el ITCH con respecto a la presentación de su oferta educativa.

VALORACIÓN	NO. ALUMNOS
MALA (M)	3
BUENA (B)	72
REGULAR (R)	13
EXCELENTE (E)	27
TOTAL	115

Partiendo de los resultados del cuadro 15, se observa en la figura 17 que abajo se presenta, que en su mayoría la calificaron como “Buena” a las pláticas informativas y a la información recibida, siendo más del 62.61 % y a un 23.48

% le pareció “Excelente”, lamentablemente se observa que el 11.30% y el 2.61% las consideraron como “Regular” y “Mala”, respectivamente.

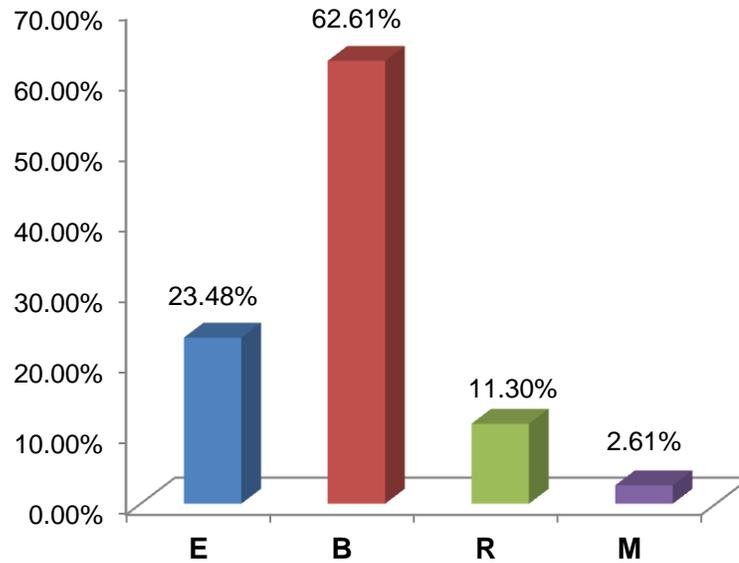


Figura 17. Porcentajes generales de la valoración otorgada a la presentación de las carreras del ITCH.

Como es importante conocer en qué carreras se identifican las valoraciones positivas o negativas de este rubro, se presenta en el cuadro 16 la información resultante:

Cuadro 16. Valoración de los alumnos de nuevo ingreso en cada carrera del ITCH, de la presentación de su oferta educativa.

CARRERA	MALA (M)	BUENA (B)	REGULAR (R)	EXCELENTE (E)	NO. VALORACIONES
ARQ	1	11	1	6	6
ICIV	0	9	2	4	4
IA	1	11	1	2	2
CP	1	2	4	2	2
BIO	0	7	1	0	0
IGE	0	8	0	3	3
ISIC	0	4	0	2	2
IE	0	6	1	2	2
ITIC	0	8	2	2	2
LA	0	5	1	3	3
CP-ab	0	0	0	1	1
IA-ab	0	1	0	0	0
IGE-ab	0	0	0	0	0
TOTAL	3	72	13	27	27

9.4.3.1 ¿Por qué?

Esta pregunta, se formuló para conocer las razones por los cuáles los encuestados otorgaron la valoración anterior y con ello identificar aquellos factores que son posibles corregir y/o enfatizar, según sea el caso.

Cuadro 17. Principales razones de otorgar la correspondiente valoración a la presentación de las carreras del ITCH, por los alumnos de nuevo ingreso.

VALORACIÓN / RAZONES	NO. ALUMNOS	PORCENTAJE
MALA		
Poca información y falta de claridad	2	
Información centrada sólo en una carrera	1	
	3	2.61%
REGULAR		
Poca información y falta de claridad	5	
Amplia información teórica pero aburrida	4	
Aburrida, superficial	2	
Buena información pero muy rápida	1	
Información general sin puntualizar en cada carrera	1	
	13	11.30%
BUENA		
Relevante y suficiente información	17	
Claridad de la información y resolución de dudas	15	
Información amplia, comprensible e interesante del ITCH y/o sus carreras	12	
Información general sin puntualizar en cada carrera	9	
Lograron captar la atención	5	
Amplia información teórica pero aburrida	4	
Buena información pero muy rápida	3	
Poca información y falta de claridad	3	
Se brindó buena información pero no se aclararon dudas	3	
Simple	1	
	72	62.61%
EXCELENTE		
Información amplia, comprensible e interesante del ITCH y/o sus carreras	21	
Claridad de la información y resolución de dudas	5	
Relevante y suficiente información	1	
	27	23.48%

Entre las principales razones por las cuales la valoración a la presentación de las carreras del ITCH fue “mala”, por poca información, falta de claridad e información centrada en una sola carrera. Las causas de valoración fueron “regular” por poca información y falta de claridad, información muy teórica y aburrida, información muy rápida e información general sin puntualizar en una carrera (Cuadro 17).

9.3.5 ¿Recibiste en alguna ocasión material promocional (cuadernillos, lápices, reglas, etc.) de las carreras que ofrece el Instituto Tecnológico de Chetumal?

El propósito de esta pregunta fue el de identificar si el material destinado a la Promoción y Difusión de las Carreras del Instituto Tecnológico de Chetumal, les llega a quienes está dirigido.

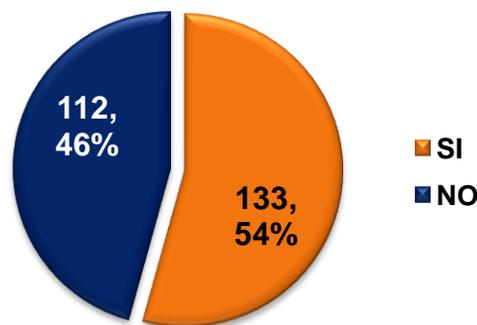


Figura 18. Porcentaje general de alumnos que recibieron o no, material promocional de carreras del ITCH.

Poco más de la mitad de los encuestados respondió que Sí recibieron material promocional de la oferta educativa del ITCH, siendo el 54% de la población muestra (Figura 18).

A continuación, a ese mismo porcentaje de los alumnos se les solicitó responder las siguientes dos preguntas a fin de conocer si la imagen o presentación del material y la información que se incluye, es la adecuada para los jóvenes de bachillerato principalmente:

*Si contestaste “NO” a la pregunta anterior, **pasa a la pregunta 9.** En caso de que tu respuesta haya sido afirmativa responde la siguiente pregunta.*

9.3.6 El material que se te entregó, ¿fue atractivo?

Un 80% de los alumnos que Sí recibieron material promocional de la oferta educativa del ITCH consideraron que dicho material era atractivo.

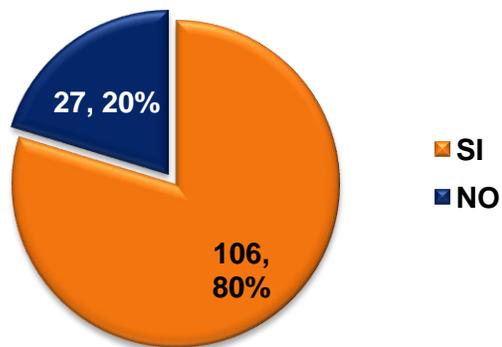


Figura 19. Análisis porcentual del atractivo del material promocional de las carreras del ITCH por los alumnos de nuevo ingreso.

9.3.7 La información contenida en el material impreso de promoción (cuadernillos, carteles) ¿fue comprensible?

El 9% de los alumnos que Sí recibieron material promocional de la oferta educativa del ITCH no les resultó comprensible. Sin embargo para la mayoría un 91% si lo fue (Figura 20).

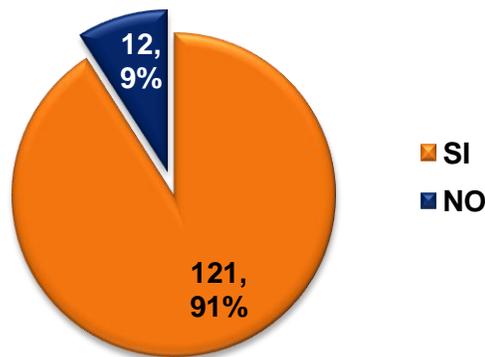


Figura 20. Análisis porcentual de la comprensión de la información contenida en el material de promoción de la oferta educativa del ITCH.

9.3.8 ¿La información y el material que recibiste influyó en tu decisión para escoger una carrera en el ITCH?

Con lo anterior, se buscó determinar en qué medida influye tanto la información como el material que se les proporciona a los alumnos del nivel medio superior, para que se sea el Instituto Tecnológico de Chetumal su mejor opción para continuar con sus estudios profesionales. Los resultados fueron:

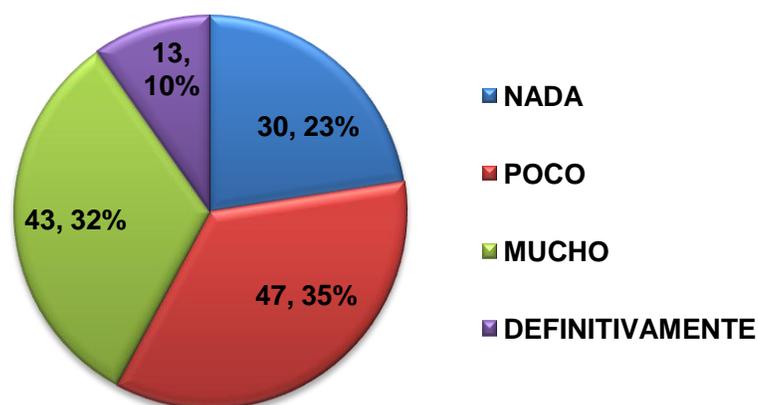


Figura 21. Análisis porcentual de la influencia del material promocional en los alumnos de nuevo ingreso.

Se observa que un 42% de los encuestados sí fueron influenciados por la información y material de promoción que se les proporcionó sin embargo, para el 58% restante este sirvió de poco o nada (Figura 21).

En el cuadro 21 se muestran los detalles de estas valoraciones que resultaron en cada carrera por los alumnos encuestados.

En el entendido de que, a aquellos elementos para quienes el material promocional fue de mucha o definitiva influencia para su incorporación al plantel, no se solicitó más razones de su ingreso.

Cuadro 18. Influencia de la información y material promocional de las carreras del ITCH en los alumnos que ingresaron al plantel.

CARRERA	NADA	POCO	MUCHO	DEFINITIVAMENTE
ARQ	7	7	8	4
IC	2	11	5	1
IA	4	5	4	1
CP	4	5	4	0
BIO	1	4	5	0
IGE	5	2	2	2
ISIC	0	0	4	2
IE	2	3	5	2
ITIC	3	3	3	1
LA	1	5	3	0
CP (ab)	0	2	0	0
IA (ab)	1	0	0	0
IGE (ab)	0	0	0	0
TOTAL	30	47	43	13

Para los demás alumnos restantes quienes NO hayan recibido información y/o material promocional o en su caso, que SÍ lo hayan recibido, pero que no les sirvió para animarse a formar parte de la comunidad tecnológica, se formuló la siguiente pregunta con la intención de saber cuáles fueron verdaderas las razones por que ahora son alumnos del ITCH:

Si tu respuesta a la pregunta anterior fue “Mucho” o “Definitivamente” pasa a la pregunta 10. Si marcaste “Nada” o “Poco”, responde lo siguiente:

9.3.9 Entonces, ¿qué fue lo que te motivó o influenció para decidirte a ingresar al ITCH?

En la Cuadro 22, se presentan las principales razones que fueron englobadas en un total de 24 categorías, las cuales resultaron después de analizar las 199 respuestas, 56 alumnos (22.86%) que si recibió información y material de las carreras del ITCH influenció mucho o definitivamente; 77 (31.43%) de ellos si recibieron información y material de las carreras del ITCH y fueron nada o poco influenciados. Así como a los 112 (45.71%) que no recibieron ni la información o el material promocional.

Asimismo, con el fin de presentar una visión global, se incluye en el cuadro 19 el total que aquellos estudiantes que Sí fueron motivados y tomaron su decisión de ingreso al ITCH con base a la promoción realizada.

Cuadro 19. Principales motivos de la valoración de la información de las carreras del ITCH, recibida por los alumnos de nuevo ingreso.

RECIBIÓ INFORMACIÓN Y MATERIAL	INFLUENCIA	RAZONES	ALUMNOS	PORCENTAJE
SI	MUCHO O DEFINITIVAMENTE		56	22.86%
	NADA O POCO	Vocación	18	
	NADA O POCO	Atractivo de la carrera y convicción	16	
	NADA O POCO	Calidad y prestigio de la institución y/o sus profesores	10	
	NADA O POCO	Desarrollo personal y profesional	10	
	NADA O POCO	Única institución que ofrece la carrera en la Ciudad, Estado o Región	10	
	NADA O POCO	Experiencia/recomendación de egresados	3	
	NADA O POCO	Influencia/recomendación de familiares y amigos	3	
	NADA O POCO	Buenos planes de estudio/sistemas de evaluación	2	
	NADA O POCO	Influencia y orientación de profesores de bachillerato	2	
	NADA O POCO	Ubicación estratégica del plantel y al alcance de mis recursos	2	
	NADA O POCO	Última opción	1	
	NO			77
		Calidad y prestigio de la institución y/o sus profesores	25	
		Desarrollo personal y profesional	12	
		Atractivo de la carrera y convicción	12	
		Experiencia/recomendación de egresados	11	
		Única institución que ofrece la carrera en la Ciudad, Estado o Región	11	
		Vocación	11	
		Influencia/recomendación de familiares y amigos	8	
		Ubicación estratégica del plantel y al alcance de mis recursos	6	
		Última opción	6	
		Buenos planes de estudio/sistemas de evaluación	4	
		La oportunidad de 2a. Convocatoria de ingreso	3	
		Sinergia con un familiar profesionista	2	
	Influencia y orientación de profesores de bachillerato	1		
		112	45.71%	
	TOTAL	245	100.00%	

9.3.10 En general, ¿qué sugerencias tendrías para mejorar el proceso que permita dar a conocer las carreras que ofrece el ITCH?

Finalmente, la última pregunta de la encuesta se formuló para conocer las propuestas de los estudiantes de nuevo ingreso con el fin mejorar el Proceso de Promoción y Difusión de carreras del Instituto Tecnológico de Chetumal, toda vez que en la reciente etapa de elección para ingresar al nivel superior, tuvieron la oportunidad de experimentar este proceso. Las respuestas de los 245 alumnos se agruparon en 14 categorías que se presenta en el cuadro 19.

Entre las principales sugerencias esta que se deben de realizar más visitas a bachilleratos de la ciudad, Estado y región (24.90%), una mayor promoción de medios de comunicación como radio, televisión y espectaculares (17.55%) y hacer interactiva y amena la presentación de la promoción y que los alumnos participen en ella (13.06%).

Cuadro 20. Propuestas de mejora para el Proceso de Promoción y Difusión de la oferta educativa del ITCH por parte de los alumnos de nuevo ingreso.

SUGERENCIAS	NO. DE ALUMNOS	PORCENTAJE
Más visitas a bachilleratos de la Ciudad, Estado y Región	61	24.90%
Mayor promoción en los medios: radio, tv, espectaculares, etc.	43	17.55%
Hacer interactiva y amena la presentación; y participación de alumnos de las carreras	32	13.06%
Ninguna sugerencia. La promoción y difusión es correcta.	23	9.39%
Mayor penetración en las redes sociales	15	6.12%
Hacer más atractiva y comprensible la página web del plantel	12	4.90%
Mejorar las instalaciones del plantel y capacitación de su personal para dar información	12	4.90%
Calidad y más material de promoción renovado y digital con más información	10	4.08%
Más visitas y "Ferias Educativas" en el ITCH p/conocer las carreras e instalaciones	10	4.08%
Proporcionar con antelación la información y que sea específica por c/carrera	7	2.86%
Otras: Idioma inglés, portar playera ITCH, apoyos económicos, línea de información, etc.	6	2.45%
Promocionar en los centros de trabajo de la ciudad	6	2.45%
Mayor disponibilidad y amabilidad para la atención de dudas de los asistentes	5	2.04%
Ampliar la oferta educativa /más carreras en sistema abierto	3	1.22%
TOTAL	245	100%

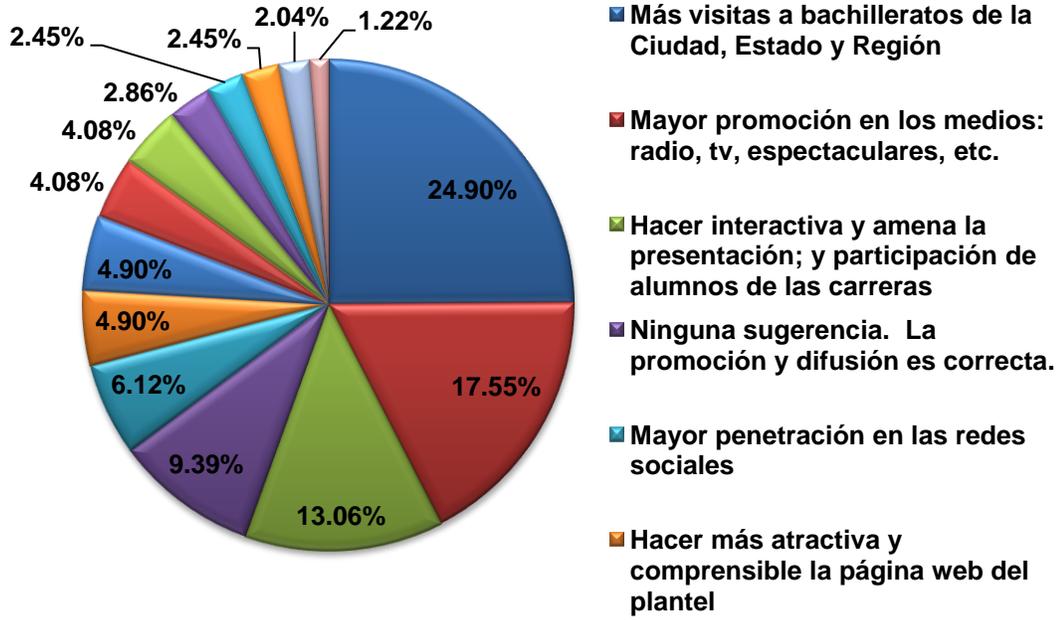


Figura 22. Análisis porcentual de las principales propuestas, de los alumnos de nuevo ingreso, para mejorar el Proceso de Promoción y Difusión de carreras del ITCH.

X CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.1 Conclusiones

De acuerdo a la información de clasificación que se obtuvo de las encuestas aplicadas en la presente investigación se concluye:

La mayoría de los estudiantes que se incorpora de nuevo ingreso al Instituto Tecnológico de Chetumal, son egresados que provienen principalmente de los planteles COBACH (Colegio de Bachilleres) y CBTIS (Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios); y la edad promedio de estos jóvenes está entre los 18 y 20 años, con lo que se deduce que ingresan al instituto prácticamente de manera inmediata al salir del nivel medio superior. El mayor ingreso de esos alumnos es por parte del sexo masculino (59%) identificados claramente en las carreras que, según su propia expresión, consideran más prácticas, y que pertenecen a las áreas de Ciencias de la Tierra, Sistemas y Computación e Ingeniería Eléctrica y Electrónica. Asimismo, la elección de su carrera la realizan porque se sienten atraídos o identificados con ella y porque sienten que cuentan los conocimientos y habilidades suficientes para cursarla; por los intereses personales que tengan o porque siguen la especialidad cursada en el bachillerato.

Antes de lograr ese ingreso, los alumnos tienen la oportunidad de conocer las carreras con las que cuenta el Instituto Tecnológico de Chetumal, principalmente por las siguientes formas: En primer lugar es a través de su página web, en segundo lugar a través de la Feria EXPORIENTA y, finalmente, por las visitas que se realizan a las escuelas del nivel medio superior.

- Del total que ingresa al plantel, menos de la mitad tiene la oportunidad de asistir a las pláticas informativas en las que se dan a conocer todos los aspectos relacionados con los planes de estudio, a cargo de los Coordinadores de Carrera. Estos estudiantes califican las pláticas como “Buenas” en un 63 %, y en un 23 % como “Excelentes”; lamentablemente, para otros su valoración es de “Regular” (11 %) a “Mala” (3 %), porque consideran que la información que se les proporciona no es suficiente, no es clara y les resulta aburrida o monótona, etc.
- El material promocional es recibido por más de la mitad del nuevo ingreso de alumnos al ITCH, y para ellos este es atractivo y con un contenido comprensible. Un 42% de los estudiantes que recibieron esta información y material promocional fueron muy o definitivamente influenciados para ingresar a estudiar alguna carrera al plantel.
- Lo alumnos que son muy o definitivamente influenciados por la promoción y difusión de las carreras, representa poco menos de la cuarta parte (22%) de los estudiantes del primer semestre en el ITCH.

- Aquellos que no reciben material ni información promocional de las carreras y para los que sí lo reciben, pero que no es el motivo de elegir al ITCH para continuar con sus estudios de nivel licenciatura, manifiestan que lo hacen porque sienten tener la vocación hacia la carrera seleccionada; porque les parece atractiva; porque el Instituto Tecnológico de Chetumal y sus maestros tienen prestigio; por el deseo de superación personal y profesional; porque el ITCH resulta para ellos ser la única institución a su alcance que les ofrece la carrera que desean cursar, ya que es accesible en ubicación y costos y; por la recomendación de egresados de la institución.
- Los estudiantes de nuevo ingreso proponen que para mejorar el Proceso de Promoción y Difusión de Carreras del Instituto Tecnológico de Chetumal: Se realicen más visitas a las escuelas abarcando el nivel medio superior tanto local, estatal y de la región; que se intensifiquen las acciones de promoción y difusión de las carreras en diversos medios de comunicación y otros actualmente no utilizados por el ITCH, como radio, televisión y espectaculares; hacer más interactivas las presentaciones que realizan los coordinadores de cada plan de estudios en las pláticas y demás actividades de promoción y difusión, con la participación de estudiantes de las carreras del plantel que compartan sus experiencias y con los alumnos de bachillerato y para lograr una mejor comunicación.

10.2 Recomendaciones:

Para que se logre una mayor efectividad de la Promoción y Difusión de las Carreras que realiza el Instituto Tecnológico de Chetumal, considero lo que sería necesario lo siguiente:

- Mayor asignación de recursos: Económicos, para que la promoción y difusión de las carreras del ITCH llegue a más instituciones de nivel medio superior dentro y fuera del estado; para realizar nuevas propuestas de material promocional así como para incursionar más en los medios de difusión. Humanos, tanto docente, administrativo y alumnos por carrera, con actitud, experiencia e iniciativa que participen activamente en dicho proceso para darle más soporte y dinamismo.
- Afianzar los conocimientos del personal de la institución acerca de la oferta educativa del plantel, considerando los nuevos planes y programas de estudio.
- Informar a todo el personal del Instituto Tecnológico de Chetumal, de las actividades y acciones que se lleva a cabo en la Promoción y Difusión de las Carreras.
- Énfasis en el diseño y la información que se presentan en la página web del plantel, así como adentrarse más a las redes sociales para estar al nivel de los jóvenes estudiantes aspirantes a ingresar al tecnológico de Chetumal.

- Diseñar nuevas estrategias para vincular más la oferta educativa del ITCH con las IEMS, ya sea con sus profesores que orienten a los estudiantes hacia las carreras del ITCH de acuerdo a las habilidades que identifican en sus alumnos.
- Planear y calendarizar todas las actividades del proceso de promoción, pasos, áreas y definir responsabilidades.
- Formalizar las actividades del proceso de promoción y difusión de las carreras a través de formatos, reportes, etc.
- Evaluar en los estudiantes del nivel medio superior y en los alumnos de recién ingreso al ITCH, la Promoción y Difusión de sus carreras.

XI FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias bibliográficas

- Basulto Álvarez Z.M. 2013. Departamento de División de Estudios Profesionales del I.T.Ch. Chetumal, Quintana Roo. Consulta realizada el 26 de febrero, 2013.
- Bravo Carrasco, J. 2011. Gestión de Procesos. 4ª. Edición. Editorial Evolution, S.A. Santiago de Chile.
- Churchil Jr., Gilberth A. 2006. Investigación de Mercados. 4ª. Edición. EDAMSA impresiones, S.A. de C.V. México, D.F. P. 486.
- Dillon, William R., Madden, Tomas J., Firtle, Neil H. 1996. La Investigación de Mercados en un Entorno de Marketing. 3ª. Edición. Richard D. Irwing, Inc. Madrid España. Pp. 336 y 337.
- Hammer, M. (2006). Reingeniería de Procesos. Editorial Norma.
- Hernández Sampieri, R.; C. Fernández Collado; L. Pilar Baptista. 2006. Metodología de la Investigación. 4ª Edición. Ed. McGraw-Hill, Interamericana. México, D.F.
- Hernández Sampieri, R.; C. Fernández Collado; L. Pilar Baptista. 2010. Metodología de la Investigación. 5ª Edición. Ed. McGraw-Hill, Interamericana. México, D.F.
- Informe de Rendición de Cuentas (Informe RDC). 2012. Pág. 6
- ITCH. 1998. Manual de Organización del Instituto Tecnológico de Chetumal 1998. Pág. 19.
- ITCH. 2013. Manual de la Calidad del Instituto Tecnológico de Chetumal. Agosto 2012. Pág. 11
- ITCH. 2013. Programa Institucional de Innovación y Desarrollo 2007-2012 (PIID 2007-2012). Pág. 20-23.

- Kinney, Thomas C., Taylor, Sebastian S. 1981. Investigación de Mercados. 5ª. Edición. Mc-Graw-Hill. Bogotá, Colombia. Pp. 520-533.
- Kotler, P., Keller Kevin Lane. 2006. Dirección de Marketing, Duodécima Edición. Pearson Education, Pág. 537.
- Malhotra, Naresh K. 2008. Investigación de Mercados. 5ª. Edición. Pearson Prentice Hall. México, 2008. Pp. 299 y 319.
- May Osorio D. R. 2013. Departamento de Servicios Escolares del I.T.Ch. Chetumal, Quintana Roo Consulta efectuada el agosto, 2013.
- Stanton, W. J., Michael J. Etzel, Bruce J. Walker. 2007. Fundamentos de Marketing - - 14ª. Edición, Editorial McGrawHill. México, D.F.

Referencias virtuales

- Hernández López, F. (2014). Las instituciones de educación superior en México. Origen y Evolución. Revista de Educación y Cultura. Publicación en línea disponible en: <http://www.educacionyculturaaz.com/educacion/las-instituciones-de-educacion-superior-en-mexico-origen-y-evolucion/>
- Koenes, D. A. (1996). The Successfull Small Business. Total Quality Managment in Small Firms . Estados Unidos De America: Mapcal, S.A. Disponible en: www.libroskoenes.com.co
- Zorrilla, F. M. La Educación Media Superior en México. Informe 2010-2011. Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación en México. Disponible en: <http://www.inee.com/educacion/las-instituciones-de-educacion-media-superior-en-mexico/>
- Planning, S.A. Indicadores de efectividad y eficacia. 2013. DOCUMENTOS PLANNING. Publicación periódica coleccionable. Disponible electrónicamente en: www.planning.com.co
- Portal electrónico del Instituto Tecnológico de Chetumal. Identidad. Disponible en: http://www.itchetumal.edu.mx/index.php?option=com_content&view=category&id=8. Consulta el 26 de febrero, 2013.
- Portal electrónico del Instituto Tecnológico de Chetumal. Organigrama. Disponible en: <http://www.itchetumal.edu.mx/paginasvar/organigrama/organigrama.htm>. Consulta el 27 febrero, 2013.
- SEP (2013). Sistema Nacional de Estadística Educativa. Indicadores y Pronósticos Educativos. Disponible en: http://www.snie.sep.gob.mx/indicadores_y_pronosticos.html

ANEXOS

Anexo 1

Tabla de números aleatorios

Tablas estadísticas

TABLA 1														
Números aleatorios simples														
LÍNEA/COL.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
1	10480	15011	01536	02011	81647	91646	69179	14194	62590	36207	20969	99570	91291	90700
2	22368	46573	25595	85393	30995	89198	27982	53402	93965	34095	52666	19174	39615	99505
3	24130	48390	22527	97265	76393	64809	15179	24830	49340	32081	30680	19655	63348	58629
4	42167	93093	06243	61680	07856	16376	39440	53537	71341	57004	00849	74917	97758	16379
5	37570	39975	81837	16656	06121	91782	60468	81305	49684	60072	14110	06927	01263	54613
6	77921	06907	11008	42751	27756	53498	18602	70659	90655	15053	21916	81825	44394	42880
7	99562	72905	56420	69994	98872	31016	71194	18738	44013	48840	63213	21069	10634	12952
8	96301	91977	05463	07972	18876	20922	94595	56869	69014	60045	18425	84903	42508	32307
9	89579	14342	63661	10281	17453	18103	57740	84378	25331	12568	58678	44947	05585	56941
10	85475	36857	53342	53988	53060	59533	38867	62300	08158	17983	16439	11458	18593	64952
11	28918	69578	88231	33276	70997	79936	56865	05859	90106	31595	01547	85590	91610	78188
12	63553	40961	48235	03427	49626	69445	18663	72695	52180	20847	12234	90511	33703	90322
13	09429	93969	52636	92737	88974	33488	36320	17617	30015	08272	84115	27156	30613	74952
14	10365	61129	87529	85689	48237	52267	67689	93394	01511	26358	85104	20285	29975	89868
15	07119	97336	71048	08178	77233	13916	47564	81056	97735	85977	29372	74461	28551	90707
16	51085	12765	51821	51259	77452	16308	60756	92144	49442	53900	70960	63990	75601	40719
17	02368	21382	52404	60268	89368	19885	55322	44819	01188	65255	64835	44919	05944	55157
18	01011	54092	33362	94904	31273	04146	18594	29852	71685	85030	51132	01915	92747	64951
19	52162	53916	46369	58586	23216	14513	83149	98736	23495	64350	94738	17752	35156	35749
20	07056	97628	33787	09998	42698	06691	76988	13602	51851	46104	88916	19509	25625	58104
21	48663	91245	85828	14346	09172	30163	90229	04734	59193	22178	30421	61666	99904	32812
22	54164	58492	22421	74103	47070	25306	76468	26384	58151	06646	21524	15227	96909	44592
23	32639	32363	05597	24200	13363	38005	94342	28728	35806	06912	17012	64161	18296	22851
24	29334	27001	87637	87308	58731	00256	45834	15398	46557	41135	10307	07684	36188	18510
25	02488	33062	28834	07351	19731	92420	60952	61280	50001	67658	32586	86679	50720	94953
26	81525	72295	04839	96423	24878	82651	66566	14778	76797	14780	13300	87074	79666	95725
27	29676	20591	68086	26432	46901	20849	89768	81536	86645	12659	92259	57102	80428	25280
28	00742	57392	39064	66432	84673	40027	32832	61362	98947	96067	64760	64584	96096	98253
29	05366	04213	25669	26422	44407	44048	37937	63904	45766	66134	75470	66520	34693	90449
30	91921	26418	64117	94305	26766	25940	39972	22209	71500	64568	91402	42416	07844	69618
31	00582	04711	87917	77341	42206	35126	74087	99547	81817	42607	43808	76655	62028	76630
32	00725	69884	62797	56170	86324	88072	76222	36086	84637	93161	76038	65855	77919	88006
33	69011	65795	95876	55293	18988	27354	26575	08625	40801	59920	29841	80150	12777	48501
34	25976	57948	29888	88604	67917	48708	18912	82271	65424	69774	33611	54262	85963	03547
35	09763	83473	73577	12908	30883	18317	28290	35797	05998	41688	34952	37888	38917	88050
36	91567	42595	27958	30134	04024	86385	29880	99730	55536	84855	29088	09250	79656	73211
37	17955	56349	90999	49127	20044	59931	06115	20542	18059	02008	73708	83517	36103	42791
38	46503	18584	18845	49618	02304	51038	20655	58727	28168	15475	56942	53389	20562	87338
39	92157	89634	94824	78171	84610	82834	09922	25417	44137	48413	25555	21246	35509	20468
40	14577	62765	35605	81263	39667	47358	56873	56307	61607	49518	89656	20103	77490	18062
41	98427	07523	33362	64270	01638	92477	66969	98420	04880	45585	46565	04102	46880	45709
42	34914	63976	88720	82765	34476	17032	87589	40836	32427	70002	70663	88863	77775	69348

(Continúa)

TABLA 1

Números aleatorios simples (Continuación)

LÍNEA/COL.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
43	70060	28277	39475	46473	23219	53416	94970	25832	69975	94884	19661	72828	00102	66794
44	53976	54914	06990	67245	68350	82948	11398	42878	80287	88267	47363	46634	06541	97809
45	76072	29515	40980	07391	58745	25774	22987	80059	39911	96189	41151	14222	60697	59583
46	90725	52210	83974	29992	65831	38857	50490	83765	55657	14361	31720	57375	56228	41546
47	64364	67412	33339	31926	14883	24413	59744	92351	97473	89286	35931	04110	23726	51900
48	08962	00358	31662	25388	61642	34072	81249	35648	56891	69352	48373	45578	78547	81788
49	95012	68379	93526	70765	10592	04542	76463	54328	02349	17247	28865	14777	62730	92277
50	15664	10493	20492	38301	91132	21999	59516	81652	27195	48223	46751	22923	32261	85653
51	16408	81899	04153	53381	79401	21438	83035	92350	36693	31238	59649	91754	72772	02338
52	18629	81953	05520	91962	04739	13092	97662	24822	94730	06496	35090	08422	86774	98289
53	73115	35101	47498	87637	99016	71060	88824	71013	18735	20286	23153	72924	35165	43040
54	57491	16703	23167	49323	45021	33132	12544	41035	80780	45393	44812	12515	98931	91202
55	30405	83946	23792	14422	15059	45799	22716	19792	09983	74353	68668	30429	70735	25499
56	16631	35006	85900	98275	32388	52390	16815	69293	82732	38480	82732	38480	82732	44437
57	96773	20206	42559	78985	05300	22164	24369	54224	35083	19687	11052	91491	60383	19746
58	38935	64202	14349	82674	66523	44133	00697	35552	35970	19124	63318	29686	03387	59846
59	31624	76384	17403	53363	44167	64486	64758	75366	76554	31601	12614	33072	60332	92325
60	78919	19474	23632	27889	47914	02584	37680	20801	72152	39339	34806	08930	85001	87820
61	03931	33309	57047	74211	63445	17361	62825	39908	05607	91284	68833	25570	38818	46920
62	74426	33278	43972	10119	89917	15665	52872	73823	73144	88662	88970	74492	51805	99378
63	09066	00903	20795	95452	92648	45454	69552	88815	16553	51125	79375	97596	16296	66092
64	42238	12426	87025	14267	20979	04508	64535	31355	86064	29472	47689	05974	52468	16834
65	16153	08002	26504	41744	81959	65642	74240	56302	00033	67107	77510	70625	28725	34191
66	21457	40742	29820	96783	29400	21840	15035	34537	33310	06116	95240	15957	16572	06004
67	21581	57802	02050	89728	17937	37621	47075	42080	97403	48626	68995	43805	33386	21597
68	55612	78095	83197	33732	05810	24813	86902	60397	16489	03264	88525	42786	05269	92532
69	44657	66999	99324	51281	84463	60563	79312	93454	68876	25471	93911	25650	12682	73572
70	91340	84979	46949	81973	37949	61023	43997	15263	80644	43942	89203	71795	99533	50501
71	91227	21199	31935	27022	84067	05462	35216	14486	29891	68607	41867	14951	91696	85065
72	50001	38140	66321	19924	72163	09538	12151	06878	91903	18749	34405	56087	82790	70925
73	65390	05224	72958	28609	81406	39147	25549	48542	42627	45233	57202	94617	23772	07896
74	27504	96131	83944	41575	10573	03619	64482	73923	36152	05184	94142	25299	94387	34925
75	37169	94851	39117	89632	00959	16487	65536	49071	39782	17095	02330	74301	00275	48280
76	11508	70225	51111	38351	19444	66499	71945	05422	13442	78675	84031	66938	93654	59894
77	37449	30362	06694	54690	04052	53115	62757	95348	78662	11163	81651	50245	34971	52974
78	46515	70331	85922	38329	57015	15765	97161	17869	45349	61796	66345	81073	49106	79860
79	30986	81223	42416	58353	21532	30502	32305	86482	05174	07901	54339	58861	74818	46942
80	63798	64995	46583	09785	44160	78128	83991	42865	92520	83531	80377	35909	81250	54238
81	82486	84846	99254	67632	43218	50076	21361	64816	51202	88124	41870	52689	51275	83556
82	21885	32906	92431	09060	64297	51674	64126	62570	26123	05155	59194	52799	28225	85762
83	60336	98782	07408	53458	13564	59089	26445	29789	85205	41001	12535	12133	14645	23541
84	43937	46891	24010	25560	86355	33941	25786	54990	71899	15475	95434	98227	21824	19535
85	97656	63175	89303	16275	07100	92063	21942	18611	47348	20203	18534	03862	78095	50136
86	03299	01221	05418	38982	55758	92237	26759	86367	21216	98442	08303	56613	91511	75928
87	79626	06486	03574	17668	07785	76020	79924	25651	83325	88428	85076	72811	22717	50585
88	85636	68335	47539	03129	65651	11977	02510	26113	99447	68645	34327	15152	55230	93448
89	18039	14367	61337	06177	12143	46609	32989	74014	64708	00533	35398	58408	13261	47908
90	08362	15656	60627	36478	65648	16764	53412	09013	07832	41574	17639	82163	60859	75567
91	79556	29068	04142	16268	15387	12856	66227	38358	22478	73373	88732	09443	82558	05250
92	92608	82674	27072	32534	17075	27698	98204	63863	11951	34648	88022	56148	34925	57031
93	23982	25835	40055	67006	12293	02753	14827	23235	35071	99704	37543	11601	35503	85171
94	09915	96306	05908	97901	28395	14186	00821	80703	70426	75647	76310	88717	37890	40129

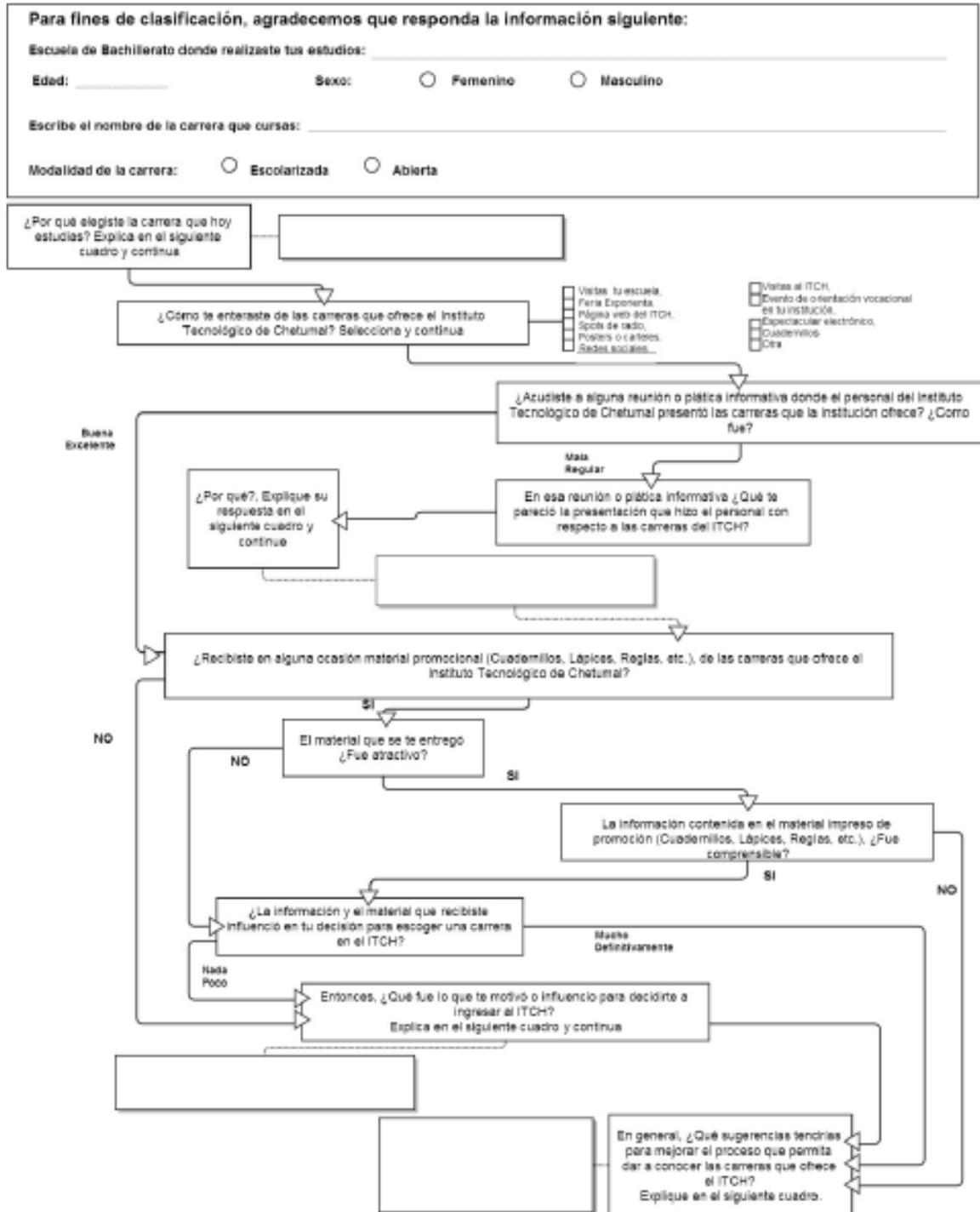
TABLA 1

Números aleatorios simples (Continuación)

LÍNEA/COL.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
95	59887	33800	26695	62247	69927	76123	50842	43834	86654	70959	79725	93872	28117	19233
96	42488	78077	69882	61657	34136	79180	97526	43092	04098	73571	80799	76536	71255	64239
97	46764	86273	63003	93017	31204	36692	40202	35275	57306	55543	53203	18098	47625	88684
98	56237	45430	55417	63282	90816	17349	88298	90183	36600	78406	06216	95787	42579	90730
99	86591	81482	52667	61582	14972	90053	89534	76036	49199	43716	97548	04379	46370	28672
100	38534	01715	94964	87288	65680	43772	39560	12918	80537	62738	19636	51132	25739	56947

Anexo 2

Diagrama de flujo del cuestionario para la Encuesta de Opinión



Anexo 3

Encuesta de Opinión aplicada

ENCUESTA DE OPINIÓN DEL PROCESO DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CHETUMAL

PRESENTACIÓN:

Esta encuesta tiene la intención de identificar la efectividad que tiene el Proceso de Promoción y Difusión de las Carreras que se imparten en el Instituto Tecnológico de Chetumal (ITCH).

Has sido seleccionado de manera aleatoria para responder este cuestionario como alumno de nuevo ingreso al ITCH. Tus respuestas serán confidenciales y de gran ayuda ya que permitirán establecer una mejor manera de dar conocer y promocionar la oferta educativa de nuestra institución.

Para fines de clasificación, agradeceremos que respondas la información siguiente:

Escuela de Bachillerato donde realizaste tus estudios:	

Edad: _____	Sexo: <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Masculino
Escribe el nombre de la carrera que cursas:	

Modalidad de la carrera:	<input type="checkbox"/> Escolarizada <input type="checkbox"/> Abierta

INSTRUCCIONES: Lee cuidadosamente las preguntas y en caso de tener alguna duda pregunta a la persona encargada de aplicar esta encuesta. Se te pide contestar cada una de las siguientes preguntas señalando con una "X" la respuesta que mejor corresponda a tu opinión o escribiendo la respuesta que consideres.

1. ¿Por qué elegiste la carrera que hoy estudias?

2. ¿Cómo te enteraste de las carreras que ofrece el Instituto Tecnológico de Chetumal? (Puedes seleccionar más de una opción si lo deseas)

<input type="checkbox"/> Visitas a tu escuela	<input type="checkbox"/> Visitas al ITCH
<input type="checkbox"/> Feria EXORIENTA	<input type="checkbox"/> Evento de orientación vocacional en tu institución
<input type="checkbox"/> Página web del ITCH	<input type="checkbox"/> Espectacular electrónico
<input type="checkbox"/> Spots de radio	<input type="checkbox"/> Cuadernillos
<input type="checkbox"/> Posters o carteles	
<input type="checkbox"/> Redes sociales	<input type="checkbox"/> Otra forma
Especificar: _____	Especificar: _____

3. ¿Acudiste a alguna reunión o plática informativa donde el personal del Instituto Tecnológico de Chetumal presentó las carreras que la institución ofrece?

SÍ NO

Si contestaste "NO" a la pregunta anterior, pasa a la pregunta 5. En caso de que tu respuesta haya sido afirmativa responde la siguiente pregunta.

4. En esa reunión o plática informativa ¿Qué te pareció la presentación que hizo el personal con respecto a las carreras del ITCH?

 (Mala)  (Regular)  (Buena)  (Excelente)

¿Por qué?

5. ¿Recibiste en alguna ocasión material promocional (cuadernillos, lápices, reglas, etc.) de las carreras que ofrece el Instituto Tecnológico de Chetumal?

SÍ NO

Si contestaste "NO" a la pregunta anterior, pasa a la pregunta 9. En caso de que tu respuesta haya sido afirmativa responde la siguiente pregunta.

6. El material que se te entregó, ¿fue atractivo?

SÍ NO

7. La información contenida en el material impreso de promoción (cuadernillos, carteles) ¿fue comprensible?

SÍ NO

8. ¿La información y el material que recibiste influyó en tu decisión para escoger una carrera en el ITCH?

Nada Poco Mucho Definitivamente

Si tu respuesta a la pregunta anterior fue "Mucho" o "Definitivamente" pasa a la pregunta 10. Si marcaste "Nada" o "Poco", responde lo siguiente:

9. Entonces, ¿qué fue lo que te motivó o influyó para decidirte a ingresar al ITCH?

10. En general, ¿que sugerencias tendrías para mejorar el proceso que permita dar a conocer las carreras que ofrece el ITCH?

¡Muchas gracias por tu colaboración!