



ANIVERSARIO

ISSN 0798-1171

Depósito legal pp. 197402ZU34

Esta publicación científica en formato digital  
es continuación de la revista impresa



# REVISTA DE FILOSOFÍA

*I. 50° Aniversario de Revista de Filosofía*

*II. Ontognoseología, Lenguaje y Realidad*

*III. Eticidad: Conflictos, Diversidades y Derechos*

*IV. Pensamiento Educativo: Aplicaciones y Contextos*

*V. Ensayos*

Centro de Estudios Filosóficos  
"Adolfo García Díaz"  
Facultad de Humanidades y Educación  
Universidad del Zulia  
Maracaibo - Venezuela

**N°Especial  
2022**

**Revista de Filosofía**

Vol. 39, N° Especial, 2022, pp. 797 - 803  
Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela  
ISSN: 0798-1171 / e-ISSN: 2477-9598

**Derecho, educación y las estrategias de mercadeo para  
incrementar la matrícula en programas educativos bajo la  
modalidad a distancia como respuesta ante el COVID 19**

*Law, Education and Marketing Strategies to Increase Enrollment in  
Educational Programs under the Remote Mode as a Response to COVID 19*

**Manuel Alejandro Núñez Villavicencio**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4698-823X>  
Universidad del Sinú - Colombia

**Sergio Luis Sánchez Rengifo**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4493-2849>  
Universidad Uniremington - Colombia  
[sergio.sanchez@uniremington.edu.co](mailto:sergio.sanchez@uniremington.edu.co)

**Mirtha Mercedes Fernández Mantilla**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8711-7660>  
Universidad César Vallejo - Trujillo - Perú  
[mfernandez@ucv.edu.pe](mailto:mfernandez@ucv.edu.pe)

Este trabajo está depositado en Zenodo:  
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6478662>

**Resumen**

El presente trabajo tuvo como propósito establecer estrategias de mercadeo para incrementar la matrícula en programas educativos impartidos bajo la modalidad a distancia como respuesta ante el Covid 19. Para ello se ha desarrollado una metodología tipificada como descriptiva y cuantitativa. Concluyéndose la presencia de una serie de debilidades y fallas en los factores clave de éxito, así como en el factor de mercadeo. Las universidades colombianas que imparten educación virtual no logran la transmisión efectiva de mensajes emitidos sobre los programas, ni cumplen totalmente las necesidades del consumidor de los programas a distancia. Recomendándose la realización de estudios de mercados que le determinen las necesidades y expectativas de los consumidores participantes de los programas educativos a distancia con la finalidad de establecer estrategias orientadas a las asesorías de los mismos, con la finalidad de hacer análisis acerca de la forma en la que los individuos toman decisiones para su formación académica.

**Palabras clave:** estrategias; mercadeo; programas a distancia; COVID; necesidades; factores claves de éxito.

Recibido 22-11-2021 – Aceptado 24-03-2022

El Derecho es una institución de normas pautadas que se derivan de la sabiduría de cada experiencia humana y que mediante el sistema práctico de comportamiento va generando efectos sociales y que con su desarrollo va plasmando principios abstractos en la forma de normas jurídicas de forma centralizada que constituirán las bases legales y el sistema del derecho de cada país.

Nos interesa destacar dentro de las perspectivas del derecho positivo moderno, lo que es relevante en cuanto derecho a la educación, ya que es considerado este derecho como una herramienta fundamental para el desarrollo humano y para el progreso y bienestar de los pueblos. Cabe destacar que las actividades educativas han sido bastante trastocadas desde el inicio de la pandemia mundial por COVID 19 desde comienzos del año 2020 y hasta ahora siguen vigentes sus efectos, hasta tanto no se logren mitigar las fuentes permanentes de contagio.

En este trabajo estableceremos la conexión entre derecho, educación y las estrategias de mercadeo que nos permitan impulsar la oferta de vías educativas alternativas a las tradicionales para así hacer frente a los efectos de la pandemia que aún permanecen, y también para impulsar un desarrollo de la educación a distancia con los instrumentos tecnológicos TICS con los que hoy contamos.

Como afirmamos al principio, el derecho a la educación es vital para el desarrollo económico, social y cultural de todas las sociedades, mediante este derecho efectivo, se desarrolla la ciencia, la tecnología, el arte, la cultura, así como una sociedad más consciente, educada y tendiente a lograr mejor eficiencia en sus procesos de desarrollo general, afirma Huerta de Soto.<sup>1</sup>

el artículo 67 de la Constitución de Colombia reza “la educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura”<sup>2</sup>, en ella manifiesta que la educación es un derecho natural ad hoc desde la perspectiva de fomentar las bases de una sociedad que pretende estar a la vanguardia.

En este contexto, las TICS hoy día son una fuente para el desarrollo de la información y la instrucción en diversas actividades, en el plano educativo, jurídico y a nivel de cualquiera estrategia en la búsqueda del tan ansiado fin en pro del desarrollo social, humano, para generar innovación a la vida misma, como afirma Schumpeter.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Cfr. HUERTA DE SOTO, J. (1994). *Estudios de economía política* (No. 330 H887e). Unión Edit in Philosophy, Politics, and Economics, The University of Chicago Press, Issue 41, febrero, 1944.

<sup>2</sup> Cfr. <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-2/articulo-67>

<sup>3</sup> Cfr. SCHUMPETER, J. A., SCHUMPETER, E. B., SACRISTÁN, M., GARCÍA-DURÁN, J. A., & SERRA, N. (1971). *Historia del análisis económico* (No. 04; HB75, S23.). Barcelona: Ariel

Vimos que en el año 2019 se presentó una nueva amenaza contra la humanidad; tal situación suscitó, en gobiernos y sectores privados, de todos los países, la necesidad de establecer estrategias de mercadeo para promocionar estudios a distancia; cabe destacar aquí que dichas estrategias de mercadeo se definen como una gestión de análisis sistemático y permanente de las necesidades del mercado para el desarrollo de productos rentables, destinados a grupos de compradores específicos, constituyéndose en el conjunto de procesos utilizados para la producción, distribución y venta de productos/servicios a consumidores.<sup>4</sup>

Para el investigador o analista de un mercado, el mercadeo se concentra en analizar los gustos de los consumidores, conociendo sus necesidades, influyendo en los consumidores mediante su comportamiento para propiciar la adquisición de los bienes ya existentes; además, los servicios a diferencia de los productos incluyen la realización de un trabajo para el cliente, el cual está dispuesto a asumir un coste por obtener un servicio, generalmente es un bien intangible al igual que por obtener un artículo.

La actividad del mercadeo desarrolla actividades como publicidad, planificación, organización, dirección y control de la toma de decisiones sobre los productos o sus diferentes líneas, los precios, la promoción y los servicios de innovación como la postventa, todas necesarias para enfrentar tanto las necesidades económico sociales como el desarrollo de una economía de ganancias.

Desde hace bastante tiempo, se ha venido reflexionando sobre la necesidad de ofrecer estudios a distancia desde cualquier parte del planeta. No vamos a recorrer aquí la historia de esta forma de estudio; pero es muy cierto, que desde los inicios de los estudios por correspondencia, el sistema de estudios a distancia vino a dar respuesta a una inmensa demanda de necesidades de formación que dadas las circunstancias o situaciones determinadas de muchas poblaciones les imposibilitaba trasladarse o simplemente acudir de forma regular a los centros de enseñanza o capacitación regulares.

Sin embargo, la necesidad de impulsar este sistema de estudios es evidente hoy, por cuanto la educación era una condición o posibilidad de solo unos pocos que tenían el acceso por una u otra razón muchas veces económicas, al igual, el problema de traslado a ciudades de cada nación, donde las impartían o donde actualmente se imparten.

Desde hace ya bastante tiempo se ha incrementado lo que en los países de Europa Occidental, y sobre todo en EEUU y Canadá se denomina Industria de los Estudios a Distancia. Este desarrollo se ha visto incrementado actualmente gracias a los medios tecnológicos como el Internet, el Software, plataformas como de E – Learning como Moodle, Goolge Classroom, E – Class, Zoom, etc. A su vez, las instituciones tradicionales como colegios y universidades empiezan a desarrollar el camino de la virtualización ofreciendo

---

<sup>4</sup> KOTLER, P. (2007) *Dirección de la Mercadotecnia*. Séptima Edición. México. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana.

cada vez con más ahínco servicios educativos virtuales, desarrollando clases, video conferencias, repositorios académicos virtuales,

y Con ayuda mediante investigación y proyecto para posicionarlo en el mercado con estrategias de venta, este novedoso sistema de estudio, pretende incrementar notoriamente para que la población tenga información de cómo se aspira proyectar los estudios a distancia.

A causa del Covid-19 se ha hecho necesario mercadear los programas educativos impartidos a distancia ofreciendo al consumidor un motivo y una buena opción para satisfacer las necesidades de realizar algún curso por extensión, bien para entrenamiento, o para proseguir y alcanzar titulaciones académicas. Desde el punto de vista de las ventajas añadidas que ofrece esta modalidad de estudios, debido al contexto de pandemia, está el hecho de poder permanecer en cuarentena a la vez que se podía aprovechar este tiempo avanzando en la formación de distintas carreras o cursos.

En este contexto, computadoras, celulares inteligentes o cualquier herramienta que proporcione todo el sistema de navegación en la red de Internet, en el siglo XXI se puede concretar un sistema confiable, por el cual las personas tendrían un método de vanguardia a la altura de como si estuviera presente en un salón de clases sin la necesidad de moverse de donde se encontrase o con la libertad para hacerlo si le parecía necesario; la persona solo necesita tener un objeto electrónico que se pueda conectar con internet; esto no es más que el mundo tecnológico y comunicacional que caracteriza al siglo XXI que avanza, dando así la posibilidad de aplicar los principios establecidos en la constitución de la República de Colombia para la protección de los derechos educativos.<sup>5</sup>

Por supuesto, este nuevo fenómeno de las nuevas tecnologías de comunicación, hace posible el uso de ciertas aplicaciones mediante la Web, posibilitando a las personas mantener contacto directo con sus mentores, recibiendo una educación de calidad igual que cualquier otro colega presente en el aula de clases para su formación académica, los estudios a distancia son un concepto claro de cómo la humanidad avanza en su desarrollo integral mediante la educación, perfeccionando cada día más las enseñanzas y llegando adonde otros sistemas de comunicación no pueden.

Así pues, hoy en día, los estudios a distancia se han logrado posicionar en un plano de gran importancia dentro de las instituciones más prestigiosas en el mundo. Tal es el caso de la Universidad Stanford en California en Estados Unidos, el cual fue uno de los primeros países en implementarlos en 1972; posteriormente en la Universidad de New Haven Connecticut, 1974. Más adelante, en Europa la videoconferencia dio inicio a los estudios a distancia; en Francia en la Universidad de Delhi en 1973, abriendo el departamento de estudios a distancia, así mismo, Suecia también crea un departamento en la Universidad de Estocolmo en 1977.

---

<sup>5</sup> Cfr. <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-2/articulo-67>

Asimismo, el congreso sobre estudios a distancia de educación en Latinoamérica realizado en Caracas en 1986 constituyó una referencia para el acercamiento de la modalidad educativa a distancia en esta parte del planeta, se reunió a especialistas de varios países como Colombia, Costa Rica, Honduras, República Dominicana, Venezuela entre otros, buscando dar respuesta, mediante esta forma de enseñanza aprendizaje, a las necesidades educativas de importantes sectores de la población excluidos de los sistemas educativos convencionales y tradicionales.

De igual manera, la realización de congresos y seminarios internacionales centrados en la temática de la Educación a Distancia en los países de la América Latina y del Caribe, como Argentina, en la (UNDDP) Universidad Nacional del Mar del Plata, y en Chile, en la (UAB) Universidad Andrés Bello, se estableció que el aprendizaje en línea debe permitir el acceso de alumnos a los materiales de aprendizaje desde cualquier lugar y momento; debe facilitar la comunicación y aprendizaje colaborativo entre estudiantes, y entre éstos y el staff académico y administrativo.

Afirma Fernández<sup>6</sup>, que esta modalidad de estudio también debe permitir la evaluación de los alumnos, y proveerlos tanto de soporte académico como administrativo, siendo esta última una de las características más importantes de este desarrollo en el área de Latinoamérica. El desarrollo de esta educación virtual debe permitir y perfeccionar la presentación y discusión de las experiencias adelantadas por más de una década en lo tocante a como se ha desenvuelto su desarrollo y cuáles han sido sus frutos y progresos.

Por su parte, la Universidad Autónoma de Bucaramanga incursionó en el campo de la educación virtual en 1992 fortaleciendo un modelo de educación superior de la mano de la tecnología, fortaleciendo las exigencias de la sociedad de información, ofreciendo las 24 horas para que el estudiante, como afirman Márquez, Cid, Pertuz, Villavicencio & Negrón<sup>7</sup> pueda disponer de este sistema desde cualquier parte y a cualquier hora que a este le convenga, salvo las actividades evaluables que el cronograma disponga, por lo tanto, el estudiante programa su aprendizaje, tiene a su favor muchas ventajas que le ofrecen seguridad frente a la crisis de pandemia aún vigente en 2022, tiempo suficiente para aprovechar la organización autodidacta de su aprendizaje y el apoyo institucional que estará ofrecido en tiempo y recursos que disponga la institución académica.

Mediante el Mercadeo, con toda su gran estrategia que permite estudiar cómo promocionar y posicionar los estudios a distancia para mostrar de esta manera una imagen que proyecte al mercado una oferta atractiva; por ello, la necesidad de un estudio previo, implicando un sistema de completo orden como es el producto, plaza, promoción y precio.

---

<sup>6</sup> Cfr. Fernández, C. (2004). Documento en línea. Disponible en: [www.seriecoloquios.com.ve](http://www.seriecoloquios.com.ve)

<sup>7</sup> Cfr. MARQUEZ, Y. R., CID, L. E. D., PERTUZ, L. D., VILLAVICENCIO, M. A. N., & NEGRÓN, M. E. (2020). *Políticas públicas para una coeducación con equidad*. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/30504>

Aunado al Internet como la tecnología digital que permite a las personas comunicarse con otras utilizando la red de manera directa con un consumidor, facilitando la elección de usuarios de red, siendo capaces de decidir adonde quieren ingresar con solo un botón del ratón. El producto a ofrecer como los estudios de programas a distancia en realidad satisfará al público que lo necesite a precios cercanos a la oferta estandarizada en el mercado masivo.

En el contexto colombiano, con la necesidad de tantas personas de formarse, por ejemplo, en el departamento de Córdoba, en particular, en Montería; aunado al desconocimiento de la existencia de esta modalidad de estudio, su calidad y herramientas generadas de forma prístina como de las mejores del mundo, aquí es donde el mercadeo pretende hacer su trabajo estrechamente ayudado por la publicidad para que llevar a la población la información de cómo se utiliza este novedoso sistema de estudio, qué es lo que ofrece y cómo se va a proyectar a un gran alcance, de cara al desafío cuando las personas no puedan estar presencialmente en la universidades.

Con ello, se pretende lograr uno de los más grandes sistemas de mercadeo y promoción vía Internet, teniendo como meta contribuir al incremento de matrícula escolar, mediante un nuevo sistema de comercialización y propaganda, llamando la atención, a través de publicidades y lanzamiento de una campaña completa de difusión, según manifiesta González-Díaz & Ledesma<sup>8</sup>, para los usuarios de este servicio, con la ayuda de la de la empresa privada, comenta Chumaceiro, Noroño & Reyes.<sup>9</sup>

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, se formula el problema de la presente investigación a través de las interrogantes enunciadas a continuación:

¿Cómo serán las estrategias de mercadeo para incrementar la matrícula en programas educativos impartidos a distancia en Montería?

¿Cómo son los factores claves de éxito de las Instituciones que ofrecen Educación a distancia en el municipio Montería?

¿Cuáles son las estrategias de mercadeo Mix aplicadas por las instituciones que imparten programas educativos a distancia en el municipio Montería?

### Objetivos de la investigación

---

<sup>8</sup> Cfr. GONZÁLEZ-DÍAZ, R. R., & LEDESMA, K. N. F. (2020). *Cultura organizacional y Sustentabilidad empresarial en las Pymes durante crisis periodos de confinamiento social*. CIID Journal, 1(1), 28-41

<sup>9</sup> Cfr. CHUMACEIRO, A. C., NOROÑO, E. J. C., & REYES, I. V. (2016). *Antecedentes de políticas y organizaciones sociales orientadas a la promoción de la responsabilidad social empresarial en el siglo XX*. Búsqueda, 3(16), 20-32

Establecer las estrategias de mercadeo para incrementar la matrícula en programas educativos impartidos a distancia en Montería.

Describir los factores claves de éxito de las Instituciones que ofrecen Educación a distancia en el municipio Montería.

Identificar las estrategias de mercadeo Mix aplicadas por las instituciones que imparten programas educativos a distancia en el municipio Montería.

Según el método de investigación realizado se tipificó como descriptivo, dada su orientación a recolectar información relacionada con el estado real de las estrategias de mercadeo aplicadas por las instituciones educativas que imparten programas de Educación a distancia en la ciudad de Montería, tal como se presentó en el momento de su recolección.

El diseño de investigación utilizado se clasifica como “no experimental”. Asimismo, se catalogó como transeccional descriptivo, por cuanto el estudio conlleva a la caracterización de la situación actual de las referidas estrategias aplicadas por las instituciones educativas. Igualmente, la investigación se catalogó como de campo por que se recolecta la información en el mismo sitio de los hechos.

Al describir los factores claves de éxito de las Instituciones que ofrecen educación a distancia en el municipio Montería, se determinaron la presencia de una serie de debilidades y fallas en estos factores, los cuales destacaron insuficiencia de actividades en el sistema promocional, también en el de competencia del talento humano. Asimismo, se estableció la necesidad de fortalecer los factores de innovación, soporte técnico, atención de mercados, utilización de los recursos humanos e imagen corporativa. En síntesis, se requiere de mayores esfuerzos para conformar factores claves de éxito para los mencionados programas.

En cuanto al objetivo a identificar, las estrategias de mercadeo mix aplicadas por las instituciones que imparten programas de Educación a distancia en la ciudad de Montería, se determinó la aplicación de escasas acciones estratégicas en el producto, como también la variable plaza, en ese mismo orden de ideas, se estableció la necesidad de incrementar las concernientes post ventas, precio y de promoción. En conclusión, de este objetivo se detectó que la aplicación del marketing mix no está centrado para el incremento de la matrícula de este tipo de programas, requiriéndose profundización de las estrategias de mercadeo.





---

# REVISTA DE FILOSOFÍA

Nº ESPECIAL – 2022 - ABRIL

*Esta revista fue editada en formato digital y publicada en abril de 2022, por el Fondo Editorial Serbiluz, Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela*

[www.luz.edu.ve](http://www.luz.edu.ve)   [www.serbi.luz.edu.ve](http://www.serbi.luz.edu.ve)  
[www.produccioncientificaluz.org](http://www.produccioncientificaluz.org)