



**UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS  
(UAPA)  
ESCUELA DE POSTGRADO**

**MAESTRÍA EN MERCADEO MENCIÓN GERENCIA DE MERCADEO**

**NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL CIBAO EN  
EL MERCADO EDUCATIVO DE LA VEGA, REP. DOM., EN EL PERIODO  
ENERO-MARZO 2020**

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO PARA OPTAR POR EL  
TÍTULO DE MAGISTER EN MERCADEO**

**SUSTENTADO POR:**

**KARINA NOLASCO 201805653**

**ASESOR:**

**ALEJANDRO NÚNEZ SUAZO**

**SANTIAGO DE LOS CABALLEROS, REPÚBLICA DOMINICANA  
JULIO, 2020**

## ÍNDICE

	Pág.
<b>DEDICATORIA</b> .....	I
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	II
<b>RESUMEN</b> .....	IV
<b>ABSTRAC</b> .....	V
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	8
<b>CAPÍTULO I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	1
1.1. Planteamiento del Problema .....	2
1.2. Formulación del Problema .....	4
1.3 Objetivos .....	4
1.3.1 Objetivo General .....	4
1.3.2 Objetivos Específicos.....	4
1.4. Justificación e Importancia .....	5
1.5. Descripción del Contexto .....	5
1.6. Delimitación .....	8
1.7. Limitación .....	9
1.8. Cuadro de Operacionalización de Variables.....	10
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO</b> .....	12
2.1. Antecedentes de la Investigación .....	13
2.1.2 Antecedentes internacionales .....	13
2.2. Bases teóricas que Sustentan la Investigación .....	15
2.2.1. Marco histórico del surgimiento de Instituciones de Educación Superior en República Dominicana .....	16
2.2.2 Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología .....	17
2.2.3 Integración del Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología .....	18
2.2.4 Ley 39-01 .....	18
2.2.5 Instituciones de Educación Superior .....	18
2.2.6 Niveles de Educación Superior.....	19
Clasificación de las Instituciones de Educación Superior .....	19
2.2.7 Oficina Nacional de Estadística .....	20
2.2.8 Observatorio de Políticas Sociales y Desarrollo .....	20
2.2.9 Ranking de las mejores universidades dominicanas .....	21
2.2.10 Matrícula de estudiantes .....	22
2.3Conceptos Básicos .....	23
<b>CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO</b> .....	25
3.1. Enfoque, Diseño y Tipo de Investigación. ....	26
3.1.1 Enfoque .....	26
3.1.2 Diseño de la investigación .....	26
3.1.3 Tipo de investigación .....	26
3.2. Técnicas e Instrumentos .....	27
3.3 Población y Muestra .....	28
3.3.1 Población .....	28
3.4. Validez y Confiabilidad .....	28
3.5. Procedimiento para la Recolección de Datos .....	29

3.6. Procedimiento para el Análisis de los Datos.....	29
<b>CAPÍTULO IV_ PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>30</b>
4.2 Conclusiones .....	59
4.3 Recomendaciones .....	62
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>64</b>
<b>ANEXOS Y APÉNDICES.....</b>	<b>67</b>

## **RESUMEN**

La presente investigación titulada “Nivel de aceptación de la Universidad Católica del Cibao en el mercado educativo de La Vega, Rep. Dom., en el periodo enero-marzo 2020”, tiene como propósito de conocer las razones por las que el participante ingresa a UCATECI, analizando las coincidencias y diferencias para verificar cómo percibe el estudiante la universidad en su momento de ingreso, buscando de esta manera poder hacer recomendaciones de aquellos factores que resulten menos favorables para la institución. Se pretende citar los factores institucionales que inciden para elegir la Universidad Católica del Cibao UCATECI como Institución Educativa, determinar los factores sociales tomados en cuenta al momento de elegir la Universidad Católica del Cibao UCATECI como institución educativa e identificar los factores demográficos del público objetivo de la Universidad Católica del Cibao UCATECI.

Los objetivos ya mencionados servirán de guía para conocer mejor el público que atrae la universidad y las razones por las que ingresa. Esta investigación fue descriptiva y de campo, con un enfoque cuantitativo, empleando técnicas de entrevista y encuesta, la población estudiada fue la población total que ingresó en el periodo enero-abril del año en curso. Los resultados de la investigación fueron de manera satisfactoria, ya que a través de los mismos se pudo conocer la percepción que tienen los estudiantes sobre la institución y de esta manera poder mejorar aquellos aspectos que así lo requieran.

## CONCLUSIONES

Con relación al desarrollo y resultados de la investigación que lleva por título “Nivel de aceptación de la Universidad Católica del Cibao en el mercado educativo de La Vega, Rep. Dom., en el periodo enero-marzo 2020”, con el cual se pretende encontrar las razones que toma el estudiante en consideración para elegir UCATECI y realizar sus estudios universitarios. El tema se da por concluido partiendo de los hallazgos mencionados a continuación:

Respondiendo al objetivo específico No.1 **“Citar los factores institucionales que inciden para elegir la Universidad Católica del Cibao como Institución Educativa”**, siendo este de mucha relevancia para la investigación ya que con el análisis del mismo se podrá visualizar qué factor resulta más relevante al momento del estudiante ingresar a UCATECI.

Podemos decir que dentro de los factores institucionales que resultaron más valorados para el estudiante al momento de elegir a UCATECI está la facilidad del proceso para ingresar, la cual fue valorada casi por el 50% de los estudiantes como muy fácil, el servicio ofrecido en el proceso de inscripción fue valorado por el 22% de los estudiantes como eficiente, sin embargo, más del 50% de los encuestados consideraron que la información que se ofrece en la página de la universidad no ayudó en su decisión de ingreso a la misma. Lo que resalta que los servicios ofrecidos por el personal de la institución son buenos, pero es necesario mejorar los aspectos de la página institucional.

La ubicación de UCATECI influyó en casi el 55% de los encuestados en su elección universitaria, al igual que la reputación académica de la institución con casi el 50% considerando como muy relevante este aspecto, por el factor ya mencionado más de un 30% dijeron elegir UCATECI por las posibilidades de poder conseguir una oportunidad laboral, tomando en cuenta que casi el 60% buscó otras opciones antes de ingresar a la misma y esta resultó la mejor de sus opciones de formación educativa podemos decir que la institución tiene buena aceptación en esos aspectos.

Casi el 20% de los encuestados decidieron estudiar la carrera de Medicina y el 13% eligieron la carrera de Ingeniería Industrial, quedando estas como sobresalientes antes las 16 carreras que oferta UCATECI en el área de grado del programa regular, si nos referimos al plan de estudio de la carrera elegida fue considerado en más de un 50% como muy atractivo. Por otro

lado, un 60% de los encuestados consideró que la universidad está muy equipada para satisfacer las necesidades de los estudiantes.

En cuanto al costo de la carrera y la disponibilidad de ayuda financiera, en la primera casi el 40% de los encuestados coincidieron en que este factor no fue importante para ingresar a la institución, al igual que en la segunda un 31%. Por otro lado, si tomaron como uno de los factores más importantes el reconocimiento que tiene la institución en su comunidad con un 60%, así como la valoración de las expectativas educativas con casi un 50% de coincidencias.

En el aspecto promocional y publicitario de la institución casi el 80% de los encuestados dijeron que no los atrajo a UCATECI ninguna publicidad, ni promoción. Lo que resulta alarmante por los valores tan altos no favorables para la institución que sobresalen es estos aspectos.

Dentro de los factores institucionales más relevantes para los estudiantes a favor de la institución fueron el proceso para ingresar, la ubicación del recinto, la reputación académica, atractivo en el plan de estudio elegido, equipación adecuada a las necesidades, el ingreso de los estudiantes en su mayoría a la carrera de Medicina, reconocimiento de la institución en la comunidad y las expectativas educativas. Aunque sobresalen más los aspectos que favorecen a la institución y eso es indicador de que el manejo de la misma no está mal, se le debe prestar atención a los aspectos menos favorables que en su mayoría radica en la falta de publicidad y promoción, lo que evita lograr el alcance de un mayor público.

Respondiendo al objetivo específico No.2 **“Determinar los factores sociales tomados en cuenta al momento de elegir la Universidad Católica del Cibao UCATECI como Institución Educativa”**, se ha llegado a la conclusión de que casi en el 70% de los encuestados quienes cubren sus estudios son sus familiares, sólo el 19% de ellos paga sus estudios por sí mismo.

Más del 90% de los estudiantes tienen algún familiar o conocido que estudia o ha estudiado en la universidad, aquí resulta coherente el ingreso de los mismos ya que en su mayoría no vio ninguna publicidad que lo atrajera a la casa de estudio, sino que fueron referidos por egresados u otros estudiantes de la institución.

En este proceso determinante para los participantes que es la elección de universidad, la opinión de sus familiares en el 50% de ellos fue considerada un factor muy importante, siendo

solamente para el 12% de ellos una decisión donde la opinión de sus familiares no tenía importancia.

En cuanto a los factores sociales la opinión de la familia no solo es el más sobresaliente de ellos, sino que los demás indirectamente dependen también de él. Los estudiantes en su mayoría reciben el apoyo económico y son referidos a estudiar en la institución por sus familias y entorno social. Lo que refleja que la publicidad de boca en boca es eficaz en la era digital en la que vivimos actualmente.

Para poder concluir con el objetivo específico No.3 **“Identificar los factores demográficos del público objetivo de la Universidad Católica del Cibao UCATECI”**, podemos decir que casi el 60% de los encuestados son de sexo femenino, el 77% están entre edades de 18 a 20 años de edad y el 11% de ellos eran menores entre 15 y 17 años, destacando que casi el 95% de ellos se encontraba en estado civil de soltería.

Como sabemos a nivel nacional hay diversidad de centros educativos secundarios, tomando esa información de referencia, del centro que ingresaron más estudiantes en el periodo enero-abril es del Colegio Bilingüe Padre Fantino con un 8% y un 7% del Instituto Politécnico Loyola. De igual forma la procedencia de la mayoría de los estudiantes es de la ciudad de La Vega, con casi un 60% de ingresos de esta ciudad.

Destacando que el 65% de los encuestados no trabaja, por ende, ese porcentaje no cubre sus estudios universitarios.

En cuanto a los factores demográficos el público que atrae la institución en su mayoría es de jóvenes con dependencia económica, lo que resulta de gran conocimiento para analizar si se decide incrementar el costo de la matrícula. Los mismos provienen en gran porcentaje de la ciudad de La Vega, lo que refleja la buena aceptación que se tiene de la ciudad de origen.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ander-Egg. (2011). *Aprender a investigar, nociones basicas para la investigacion social*. Argentina: Brujas.
- Arias, F. G. (2012). En *El Proyecto de Investigación*. Caracas: Episteme.
- Barberá, J. M. (2017). *Universitat Politècnica de València*. Retrieved from Universitat Politècnica de València: <http://hdl.handle.net/10251/89604>
- Cibao, U. C. (2019). *UCATECI*. Obtenido de <https://www.ucateci.edu.do/home/resena-historica>
- Delgado, L. R. (2015, abril). *MILENIO*. Retrieved from <https://www.milenio.com/opinion/luis-rey-delgado-garcia/para-reflexionar/aceptacion>
- Dr. Joan Francesc Fondevila Gascón, D. J. (12 de Julio de 2011). *revistagpt*. Obtenido de <file:///C:/Users/XPS/Desktop/Dialnet-GestionDeLasPreferenciasHaciaLaUniversidadPorParte-4121078.pdf>
- Goico, J. J., & Portuhondo, R. (9 de octubre de 2013). Evolución de la educación superior dominicana y de la extensión universitaria. *UCE Ciencia*. Obtenido de [file:///C:/Users/XPS/Downloads/70-262-1-PB%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/XPS/Downloads/70-262-1-PB%20(3).pdf)
- Guijosa, C. (2018, 2 16). *Observatorio de Innovación Educativa*. Retrieved from Tecnológico de Monterrey: <https://observatorio.tec.mx/edu-news/que-motiva-a-estudiantes-a-elegir-universidad>
- J, J., & Portuhondo, R. (2013). Evolución de la educación superior dominicana y de la extensión universitaria. *uceciencia*. Retrieved from (UCE Ciencia. Revista de postgrado. Vol. 1(3), 2013).: <http://uceciencia.edu.do/index.php/OJS/issue/view/11/showToc>
- Jorge Luis García Alcaraz, C. S. (5 de septiembre de 2011). *SCIELO*. Obtenido de SCIELO: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-66662012000100012](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662012000100012)
- Lintín Diario. (2018, agosto 09). Retrieved from <https://listindiario.com/la-republica/2018/08/09/527947/matricula-del-nivel-superior-subio-hasta-598-mil-alumnos-en-2018>
- Mamani, O. J. (2018, septiembre). UNIVERSIDAD COMPLUTENTE MADRID. *FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ELECCIÓN DE UNA UNIVERSIDAD EN LOS ESTUDIANTES JÓVENES Y ADULTOS DEL PERÚ*. PERÚ.
- Manual DOA. (2019). Retrieved from <https://www.uco.es/gestion/sigma/manuales/atlas/manualDOA.pdf>
- Manual DOA. (n.d.). Retrieved from <https://www.uco.es/gestion/sigma/manuales/atlas/manualDOA.pdf>
- Ministerio de Educación Superior, C. y. (2016). *MESCyT*. Obtenido de <http://www.educa.org.do/wp-content/uploads/2016/11/Estadi%CC%81sticas-de-Educacio%CC%81n-Superior-2013-y-2014.pdf>



- Ministerio de Educación Superior, C. y. (2019). *MESCyT*. Obtenido de <https://mescyt.gob.do/nosotros/quienes-somos/>
- MORALES, J. L. (2011). FACTORES CONSIDERADOS AL SELECCIONAR UNA UNIVERSIDAD: Caso Ciudad Juárez. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 287-305.
- MSC. Rey Segundo Guerrero Proenza, D. A. (2019). *Eduqa2012*. Obtenido de [http://eduqa2012.eduqa.net/eduqa2012/images/ponencias/eje5/5\\_23\\_GUERRERO\\_Rey\\_GARCIA\\_Andres\\_Formalizacion\\_de\\_las\\_preferencias\\_de\\_aprendizaje\\_en\\_entornos\\_virtuales\\_mediant.pdf](http://eduqa2012.eduqa.net/eduqa2012/images/ponencias/eje5/5_23_GUERRERO_Rey_GARCIA_Andres_Formalizacion_de_las_preferencias_de_aprendizaje_en_entornos_virtuales_mediant.pdf)
- Navarrete Cazales, Z. (2013, septiembre). *La universidad como espacio de formación*. Retrieved from universidades: <https://www.redalyc.org/pdf/373/37331246003.pdf>
- NUVE. (2018, julio). *Revista de Educación e Investigación Internacional*. Retrieved from <https://www.revistanuve.com/ranking-web-de-universidades-de-republica-dominicana/>
- Observatorio de Políticas Sociales y Desarrollo. (2019). Retrieved from [http://enfoquesocial.gob.do/media/21996/boletin-25-educacion-superior-dominicana\\_.pdf](http://enfoquesocial.gob.do/media/21996/boletin-25-educacion-superior-dominicana_.pdf)
- Oficina Nacional de Estadística. (2015, abril 14). Retrieved from <https://www.one.gob.do/noticias/2016/04/14/1469/la-poblacion-con-estudios-universitarios--en-republica-dominicana-asciende-a-1,600,000-personas>
- Parella, Martins. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Caracas: FEDUPEL.
- Pérez Barberá, JM. (2017). Análisis de los factores asociados a la elección de estudios universitarios utilizando técnicas de agrupamiento. <http://hdl.handle.net/10251/89604>
- Pérez, Gardey. (2009). *Definición de*. Retrieved from <https://definicion.de/aceptacion/>
- Real Academia Española. (2014). *Asociación de Academias de la Lengua Española*. Retrieved from estudiante: <https://dle.rae.es/?w=estudiante>
- Robert B. Zajonc, H. M. (1 de Septiembre de 1982). *Journal of Consumer Research*. Obtenido de <https://academic.oup.com/jcr/article-abstract/9/2/123/1813206?redirectedFrom=fulltext>
- Ruiz-Tagle Coloma, C. (2017). *Pontificia Universidad Católica de Chile*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica de Chile: <https://repositorio.uc.cl/handle/11534/21284>
- Sampieri, Fernández, Pilar . (2014). *Metodología de La Investigación* (6 ta ed.). México: McGRAW-HILL. Retrieved from [https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_-\\_roberto\\_hernandez\\_sampieri.pdf](https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf)
- Sistema Nacional de Educación Superior, C. y. (13 de Agosto de 2001). *Mescyt*. Obtenido de [https://www.mescyt.gob.do/wp-content/uploads/2017/11/Ley139-01\\_Educaci%C3%B3n\\_Superior.pdf](https://www.mescyt.gob.do/wp-content/uploads/2017/11/Ley139-01_Educaci%C3%B3n_Superior.pdf)

- Slovic, S. L. (2006). *philpapers*. Obtenido de <https://philpapers.org/rec/LICTCO>
- Thompson, I. (diciembre de 2005). Promonegocios.net. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto.html>
- Thompson, I. (diciembre de 2005). Promonegocios.net. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>
- Treviño, N. M. (09 de diciembre de 2005). *SCIELO*. Obtenido de SCIELO: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-50512005000200002](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512005000200002)
- UCATECI. (2008). La Vega. Retrieved from <https://www.ucateci.edu.do/images/archivos/Reglamento-Acadmico-Revisado.pdf>
- UCATECI. (2008). Retrieved from <https://www.ucateci.edu.do/images/archivos/Reglamento-Acadmico-Revisado.pdf>
- Unión, U. P. (Junio de 2017). *Apuntes universitarios. Revista de investigación*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4676/467650996002.pdf>
- UniRD. (28 de mayo de 2019). UniRD. Obtenido de <https://launi.com.do/las-cinco-universidades-de-rd-con-mas-estudiantes/>
- WIKIPEDIA. (2020, 02 14). *La enciclopedia Libre*. Retrieved 01 08, 2020, from Fundación Wikimedia, Inc.: [https://es.wikipedia.org/wiki/Escala\\_Likert](https://es.wikipedia.org/wiki/Escala_Likert)
- Wikipedia. (24 de Julio de 2019). *Wikipedia*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/La\\_Vega\\_\(Rep%C3%BAblica\\_Dominicana\)](https://es.wikipedia.org/wiki/La_Vega_(Rep%C3%BAblica_Dominicana))
- Zuniga, S. (2018). Retrieved from ---  
<file:///C:/Users/XPS/Downloads/Factores%20Determinantes%20en%20la%20Elección%20de%20una%20Universidad%20por%20Estudiantes%20de%20Ingeniería.pdf>

## **INSTRUCCIONES PARA LA CONSULTA DEL TEXTO COMPLETO:**

Para consultar el texto completo de esta tesis debe dirigirse a la Sala Digital del Departamento de Biblioteca de la Universidad Abierta para Adultos, UAPA.

### **Dirección**

#### **Biblioteca de la Sede – Santiago**

Av. Hispanoamericana #100, Thomén, Santiago, República Dominicana

809-724-0266, ext. 276; [biblioteca@uapa.edu.do](mailto:biblioteca@uapa.edu.do)

#### **Biblioteca del Recinto Santo Domingo Oriental**

Calle 5-W Esq. 2W, Urbanización Lucerna, Santo Domingo Este, República Dominicana. Tel.: 809-483-0100, ext. 245. [biblioteca@uapa.edu.do](mailto:biblioteca@uapa.edu.do)

#### **Biblioteca del Recinto Cibao Oriental, Nagua**

Calle 1ra, Urb Alfonso Alonso, Nagua, República Dominicana.

809-584-7021, ext. 230. [biblioteca@uapa.edu.do](mailto:biblioteca@uapa.edu.do)