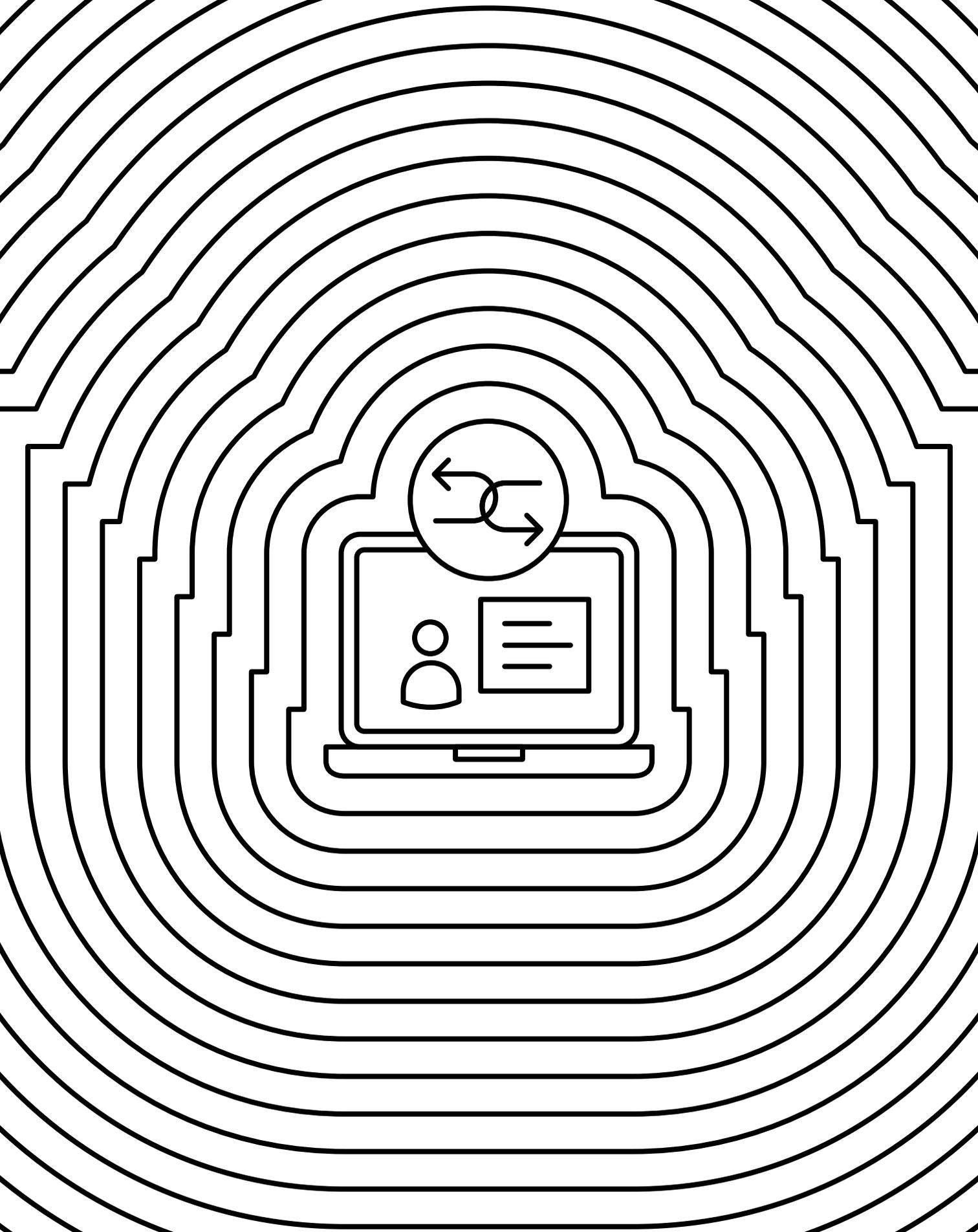


TESIS COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MARKETING,  
MODALIDAD INVESTIGACIÓN

---

**APRENDIENDO DE FORMA VIRTUAL: PERCEPCIONES  
DE ESTUDIANTES Y DOCENTES DE CARRERAS DE  
MERCADERO Y COMUNICACIÓN EN PANDEMIA**

Julio César Rodríguez y Reina Michelle Alvarado



## APRENDIENDO DE FORMA VIRTUAL: PERCEPCIONES DE ESTUDIANTES Y DOCENTES DE CARRERAS DE MERCADEO Y COMUNICACIÓN EN PANDEMIA

TESISTAS: Julio César Rodríguez  
Reina Michelle Alvarado  
mreinadiaz@outlook.com  
julio.rodriguez@monicaherrera.edu.sv  
ASESOR: Omar Ernesto Ramírez Luna

Fecha de recepción: 21/05/21  
Fecha de aprobación: 31/05/21

### Resumen

En 2020, un contexto pandémico y radical en la enseñanza universitaria impulsa la búsqueda por entender el sentir estudiantil universitario y docente de mercadeo, comunicaciones o diseño, sobre el uso de las nuevas TIC (tecnologías de la información y comunicación) para aprender y enseñar, así como la necesidad de determinar las formas más idóneas para que ambos procesos sean efectivos en este tipo de carreras demandadas en el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS). En respuesta a ello, se encontró que las instituciones no estuvieron preparadas para la transición de presencial a virtual, y esto causó descontentos colectivos tanto en los estudiantes como docentes. En contraste, gracias a aquellas instituciones que sí estuvieron preparadas y evaluaron sus procesos, se logró la reflexión de que las actividades que requieren interacción social e interés genuino por las clases virtuales logran captar mejores resultados en el aprendizaje. De igual manera, se concreta una enseñanza positiva cuando los docentes cumplen con las competencias en el manejo de las nuevas TIC, el dominio de los discursos pedagógicos y de la modalidad presencial y virtual.

Palabras clave: educación virtual, pandemia COVID-19, tecnologías de la información y comunicación (TIC), Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), mercadeo.

### Abstract

In 2020, a pandemic and radical context in university education drives the search to understand the sentiment of university students and teachers of *marketing*, communication or design, about the use of new ICT (Information and Communication Technologies) to learn and teach. As well as the need to determine the most appropriate ways for both processes to be effective in this type of careers demanded in the Metropolitan Area of San Salvador (AMSS). In response to this, it was found that universities were not prepared for the transition from face-to-face to virtual and this generated collective discontent in both students and teachers. Thanks to those institutions that were prepared and evaluated their processes, they concluded that activities that require social interaction and a genuine interest in virtual classes achieve better learning results. In the same way, positive teaching occurs when teachers meet specific skills related to the management of new ICTs, master pedagogical discourses and to be confident about the face-to-face and virtual modality.

Keywords: virtual education, COVID-19 pandemic, Information and Communication Technologies (ICT), learning, teaching, Metropolitan Area of San Salvador (AMSS), *marketing*.

## I. Introducción

La pandemia afectó a distintos rubros del país, y uno muy importante pero no retomado como prioridad vital fue la educación superior. En 2020, se tuvo que suspender la modalidad presencial de forma total e indefinida desde el 11 de marzo, para prevenir el riesgo de contagio de la COVID-19 (MINED, 2020). Para no detener la educación en su totalidad, diversas universidades migraron a modalidad virtual, lo que significó un cambio radical al que se tuvieron que acostumbrar docentes y alumnos.

Estudiar la educación virtual implicó identificar los "principios de instrucción" para el diseño de un curso virtual. María Vera-Muñoz (2004) señaló los siguientes: la motivación; la organización de los contenidos y objetivos de aprendizaje; las metodologías a utilizar; la gestión, evaluación y control de aprendizaje; la interactividad, adaptabilidad y disponibilidad. Todas las anteriores trascendieron como características subjetivas tanto del estudiante como del docente. En términos del entorno, los ambientes educativos virtuales han sido ese espacio para generar comunicación entre seres humanos en el que se ha involucrado el compromiso dentro del ambiente educativo virtual junto a las necesidades de comunicación (Castrillón, 2005).

Para descomponer esos entornos, aprendizajes o percepciones, existen dos elementos decisivos para valorarlos: la versión de los estudiantes (expectativas y necesidades) y la perspectiva de los docentes (exigencias, formación y profesionalización) (González-Sanmamed, Sangrà, Souto-Seijo y Blanco, 2018), equilibrados con el proceso educativo. En este sentido, haber retomado ambas perspectivas resultó ser de carácter obligatorio para ofrecer mejoras para la enseñanza. En las carreras relacionadas a las comunicaciones y al mercadeo se volvió un reto complejo, pues comprenden un proceso estratégico que recorre desde la planificación hasta la evaluación de definición de programas de comunicación convincentes, y un desarrollo de análisis de consumidores internos o externos (Schultz y Schultz, citado por Moreno, 2012). Para ambas carreras ha implicado una constante evolución y altas exigencias

para motivar al pensamiento crítico y la transformación del entorno, apoyadas por las herramientas tecnológicas más innovadoras del mercado de la educación.

Este estudio también aportó conocimiento a los estudiantes y docentes sobre los factores clave para el desarrollo correcto de la enseñanza, pues se buscó conocer la percepción del uso de las TIC para el aprendizaje, ya que ellos han sido gran parte del proceso. De igual manera, también permitió conocer la versión de los docentes con respecto a la migración digital. Al haber conocido los beneficios, retos y diferentes factores que influyen en la efectividad del aprendizaje, los estudiantes podrían contribuir con la correcta implementación del método; mientras que las instituciones encontrarían en esta investigación una guía en la que pueden consultar qué fue percibido exitoso y qué necesita ser modificado para que los estudiantes tengan la mejor experiencia con el servicio de enseñanza universitaria.

## II. Explicación de los objetivos de investigación

El objetivo general fue conocer la percepción de los estudiantes de cuarto y quinto año de carreras relacionadas al mercadeo sobre el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) para el aprendizaje en modalidad virtual, con el fin de encontrar oportunidades y limitaciones en el proceso educativo durante la pandemia por la COVID-19 en El Salvador. Todo esto, para entender qué retos se crearon comparando la enseñanza tradicional con la enseñanza virtual y explicar las diferencias más significativas o replicables entre las instituciones de educación superior. Asimismo, se pretendió determinar cuáles son los factores más relevantes para los estudiantes universitarios al momento de aprender en modalidad virtual, profundizando en las nuevas necesidades en el entorno digital, sin perder de vista la definición y las posibles mejoras de competencias clave que los docentes que han impartido mercadeo y carreras afines deben desarrollar para hacer efectivas sus clases virtuales.

### III. Conceptos fundamentales para el entendimiento del fenómeno

#### 3.1 Tecnologías de la información y comunicación (TIC)

Las TIC, como sus iniciales lo señalan, hacen referencia a todas aquellas tecnologías que dan la apertura a realizar diversas actividades en distintos formatos: imágenes, video, sonido y más. Estas actividades pueden relacionarse con el almacenamiento, registro, orden o presentación de información (Vera, 2003), que idealmente deben funcionar como un acompañamiento al docente para apoyar los conocimientos que desee generar en los estudiantes.

La importancia de las TIC en el actual contexto ha implicado modificar las relaciones entre distintos elementos de la esfera (ciudadanos, empresas y consumidores). Debido a su atractivo tecnológico, las oportunidades y limitaciones también se expandieron de forma novedosa, llegando no solo a ser TIC, sino nuevas tecnologías de la información (Bolaños, 2013). Estas nuevas tecnologías han cambiado los tipos de códigos en una "realidad hipermedia" gracias a los medios electrónicos, que de forma eficaz lograron gestionar la información rápida y velozmente (Guzmán, 2008). A diferencia de las TIC tradicionales, las nuevas se han enfocado en generar entornos comunicativos actualizados para el desarrollo de novedosas experiencias en un ambiente educacional (Almenara, Osuna, Tena, Cejudo y Gravan, citado por Cobo Román, 2007).

En el ámbito educativo en que han convergido estudiantes y docentes con las nuevas TIC, estas han podido agruparse, según Marquínez, Londoño y Carvajal (2013), en dos. Primero, como un apoyo a las acciones que el profesor realiza para generar conocimientos más valiosos y profundos; y, segundo, como apoyo al estudiante, quien las ocuparía para los mismos fines que el docente planea. Sin embargo, la interactividad con las herramientas digitales tampoco garantiza un aprendizaje importante, ya que también depende de factores relacionados con la enseñanza misma (Marquínez, Londoño, y Carvajal, 2013).

#### 3.2 Usos de las nuevas TIC para la educación virtual universitaria

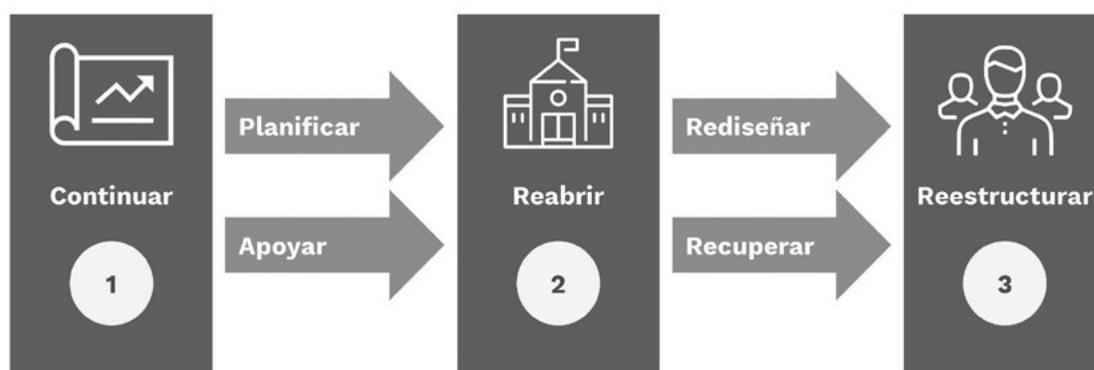
Las herramientas de procesamiento y visualización de información para el aprendizaje, específicamente en una institución de educación superior, han generado que los docentes deseen incorporarlas y aprovecharlas cada vez más para ejercer (Sigalés, 2004). Indudablemente, con el uso de las nuevas TIC no se asume que se resuelvan las deficiencias del proceso educativo (Coll, 2008). Por tanto, transformarlas en oportunidades de aprendizaje tiene mayor relevancia.

#### 3.3 Pilares de la educación en pandemia

Un análisis importante mereció cada una de las estrategias y recomendaciones a escala institucional destacadas por el Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC). Estas fueron señaladas con base en lo sucedido durante los primeros días después de los cierres de las instituciones de educación superior. A continuación, se muestran las fases y sus respectivas prioridades desde la perspectiva institucional, condensadas por IESALC (2020) en tres grandes pilares de la educación en tiempos de la COVID-19 (ver Figura 1):

- Continuar: Aunque exista una crisis sanitaria, se debe garantizar la prestación del servicio de enseñanza aún con la ausencia de posibilidades de la modalidad presencial; por tanto, esta debe realizarse a distancia.
- Reabrir: Facilitar la reapertura de las instituciones de educación superior siguiendo las reglas sanitarias proporcionadas por las autoridades.
- Reestructurar: La reapertura no puede ser completa. Se debe desarrollar un nuevo modelo de organización de los procesos de enseñanza y aprendizaje, de preferencia híbrido, aprovechando las lecciones aprendidas durante la fase de continuidad pedagógica.

Figura 1. Pilares de la educación en tiempos de COVID-19



Fuente: Elaboración propia, con base en el esquema de IESALC (2020).

### 3.4 Factores clave de aprendizaje

Los factores en la educación universitaria han sido numerosos y han estado sujetos a diversos criterios para evaluar si se cumplió con una enseñanza exitosa para los estudiantes. Tal como mencionaron Jones y Martínez (citados por Rocha-Chávez, 2018), han podido especificarse en tres formas: que los alumnos demuestren de forma visible que han cumplido con los objetivos de la materia o programa, específicamente sobre el rendimiento académico; que exista conocimiento nuevo; y que realmente sea perceptible la utilidad de ese aprendizaje.

Con respecto al tema de la calidad en la educación superior, también han podido encontrarse tres tipos de factores influyentes en el rendimiento académico de los estudiantes universitarios (Díaz, Peio, Arias, Escudero, Rodríguez, Vidal, citados por Vargas, 2007) (ver Tabla 1). Esto se ha vuelto imprescindible, de forma que tanto docentes como estudiantes tengan en cuenta aspectos de mejora para ambas partes y, de esta manera, den apertura a un acercamiento a la realidad educativa. Estos tres tipos, según Vargas (2007), están divididos de la siguiente manera:

Tabla 1: Tres tipos de factores influyentes en el rendimiento académico de universitarios

<b>Determinantes personales</b>	<b>Determinantes sociales</b>	<b>Determinantes institucionales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia cognitiva.</li> <li>• Motivación.</li> <li>• Condiciones cognitivas.</li> <li>• Autoconcepto académico.</li> <li>• Autoeficacia percibida.</li> <li>• Bienestar psicológico.</li> <li>• Satisfacción y abandono con respecto a los estudios.</li> <li>• Asistencia a clases.</li> <li>• Inteligencia.</li> <li>• Aptitudes.</li> <li>• Sexo.</li> <li>• Formación académica previa a la universidad.</li> <li>• Nota de acceso a la universidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diferencias sociales.</li> <li>• Entorno familiar.</li> <li>• Nivel educativo de los progenitores o adultos responsables del estudiante.</li> <li>• Nivel educativo de la madre.</li> <li>• Contexto socioeconómico.</li> <li>• Variables demográficas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elección de los estudios según interés del estudiante.</li> <li>• Complejidad en los estudios.</li> <li>• Condiciones institucionales.</li> <li>• Servicios institucionales de apoyo.</li> <li>• Ambiente estudiantil.</li> <li>• Relación estudiante-profesor.</li> <li>• Pruebas específicas de ingreso a la carrera.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, con base en el esquema de IESALC (2020).

### 3.5 Factores clave para los estudiantes universitarios de carreras relacionadas a las comunicaciones y al mercadeo

Ser un docente universitario en este tipo de carreras ha implicado que se tenga que aprender a generar vínculos fuertes entre lo cognitivo, volitivo y emocional (Van Mannen, citado por García y Ruiz, 2014). Tal docente, según García y Ruiz (2014), debe ser capaz de desenvolverse con:

- Facilidad para identificar cualquier tipo de estímulo que brinde información sobre los deseos, ideas, expresiones y relaciones "causa-efecto" de los estudiantes de forma ágil para tomar acciones frente a ello.
- Conocimiento para decodificar aspectos invisibles que inciden sobre el estudiante universitario (su sentir, el humor, su día).

- Ser capaz de percibir las vivencias normales o extraordinarias de los estudiantes.

Los estudiantes y docentes universitarios afines al mercadeo y las comunicaciones han tenido necesidades intrínsecas de educación en las que son ellos mismos quienes pueden decidir cuáles son esas técnicas indispensables que utilizarán para llevar a cabo un proceso de aprendizaje idóneo, práctico y efectivo. Por eso se ha vuelto necesario contraponer las nuevas necesidades que requieren los estudiantes frente a un listado de características que deberían tener los docentes de acuerdo con estas exigencias.

#### IV. Marco metodológico

Para permitir un entendimiento más completo del fenómeno, esta investigación fue de tipo mixta con alcance descriptivo (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2010). De cara a la obtención de la información necesaria, se utilizaron tres tipos de herramientas que ayudaron a comprender las percepciones positivas y negativas de la muestra sobre la educación virtual. Estas herramientas colaboraron en la búsqueda de mejoras en la relación entre estudiantes y docentes de comunicaciones y mercadeo con las nuevas TIC en pandemia. Las herramientas fueron:

- Una encuesta en línea estructurada de preguntas cerradas aplicada a 457 estudiantes de mercadeo, comunicaciones y carreras afines, teniendo como meta base 300 encuestas y considerando la cantidad de demanda educativa de las carreras mencionadas en el AMSS.
- Nueve entrevistas estructuradas a docentes profesionales relacionados a las carreras mencionadas.
- Cuatro grupos focales estructurados con alumnos de la Universidad Don Bosco (UDB), Universidad de El Salvador (UES), Universidad Dr. José Matías Delgado (UJMD), Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA), Universidad Pedagógica de El Salvador (UPED) y Escuela de Comunicación

Mónica Herrera (ECMH). Dentro de esta muestra, la mitad de los estudiantes pertenecían a cuarto año, y la otra a quinto año.

#### V. Análisis de resultados

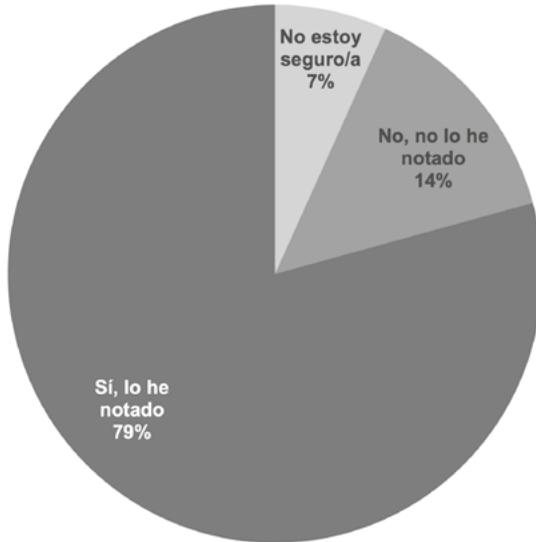
A partir de las herramientas cuantitativas y cualitativas abordadas en esta investigación con estudiantes y docentes, fue necesario retomar estos resultados en los tres ejes más importantes: las universidades de forma macro, quienes aprenden y quienes enseñan.

##### 5.1 Una perspectiva general de las instituciones

Luego de las implicaciones que trajo la pandemia de la COVID-19 a las universidades del Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), las diferencias entre la modalidad presencial y virtual se hicieron más visibles en el proceso de enseñanza-aprendizaje en materias relacionadas al mercadeo y las comunicaciones. Esas diferencias entre modalidades se volvieron sumamente críticas en una fase de reestructuración (IESALC, 2020) y muy necesarias para replantear las estrategias institucionales en función de una transición de emergencia (García, Corell, Abella y Grande, 2020). Esencialmente, el 79 % de los estudiantes de la muestra seleccionada para la encuesta admitió que el cambio entre ambas modalidades ha sido notorio con respecto a las herramientas utilizadas en las carreras de mercadeo, comunicaciones y carreras afines previo a la pandemia y actualmente (ver Gráfico 1).

Sumado a eso, tanto los docentes como los estudiantes confirmaron que no estaban preparados para un cambio a la virtualidad de forma tan radical como ocurrió en 2020, sobre todo porque fue provocado inesperadamente y a nivel global. Los estudiantes encuestados agregaron que, si bien comenzar en modalidad virtual fue complicado, existió un proceso de adaptación en el que tanto sus profesores como ellos necesitaban identificar puntos clave para enseñar y aprender cada vez mejor en un mundo remoto y relacionado con temas mercadológicos. Al tomar en cuenta esta fase de adaptación, Ligia Rodríguez (2011) comentó un punto en un panorama como este: desde la década de los ochenta, la educación en El Salvador

**Gráfico 1. ¿Has notado un cambio entre las herramientas que utilizabas antes de la pandemia y ahora?**



Fuente: Elaboración propia, a partir de la encuesta realizada a estudiantes.

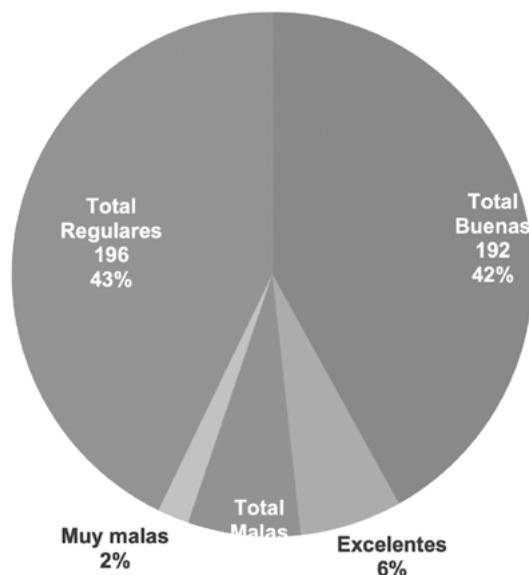
se ha venido transformando con rapidez, y el auge de la educación virtual implica un replanteamiento total de los modelos educativos. Sobre esa base, mientras no exista seguridad de regresar al formato presencial en un 100.0 %, no habrá otra opción adicional a la educación en línea a largo plazo, sea mixta o completa. Por tanto, no solo se deben realizar cambios en las plataformas utilizadas, sino también en el proceso educativo de cada universidad.

Suponer que las instituciones serían perfectas al someterse a un contexto no ensayado es poco realista. Sin embargo, en busca de la mejora e incorporación de las nuevas TIC en los modelos pedagógicos que ya no están respondiendo a dimensiones importantes para la sociedad (García, Corell, Abella y Grande, 2020), fue necesario profundizar en cuáles hubo carencias relevantes a nivel institucional, con el fin de ponerles más atención al momento de replantear estrategias educativas en un entorno digital y transformarlas junto con las nuevas TIC en oportunidades de

aprendizaje (Coll, 2008). Al hacer una búsqueda de puntos de mejora, los estudiantes de cuarto y quinto año encuestados, de carreras afines a mercadeo y comunicaciones, calificaron sus clases como regulares (43 %) y buenas (42 %) (ver Gráfico 2).

Estos resultados no se han podido aseverar como una satisfacción completa, porque podrían tener de fondo algunas fallas vistas en la etapa de reestructuración y adaptación durante el contexto pandémico, específicamente en las clases impartidas para las carreras de mercadeo y afines. Por otro lado, una de las carencias más percibidas entre los estudiantes y docentes fue la desorganización en términos de logística y control de las clases brindadas, especialmente con los horarios de entrada y salida, a causa de situaciones extraordinarias o talleres prácticos de estas carreras en los que generalmente combinaban texto y formatos multimedia (Duarte y González, citado por Guzmán, 2008); esto generaba que pudieran limitar o extender el tiempo de las clases. Asimismo, la

Gráfico 2. ¿Cómo evalúas tus clases virtuales en esta pandemia?



Fuente: Elaboración propia, a partir de la encuesta realizada a estudiantes.

falta de organización en las plataformas utilizadas para recibir clases afines al mercadeo y las comunicaciones fue una de las razones por las que tanto estudiantes como docentes se encontraron en sintonías diferentes, dado que cada una de las herramientas permitió funciones diferentes y una gestión diferenciada con cada tipo de clase. A pesar de eso, significó para las instituciones un punto a favor, pues invirtieron en las herramientas necesarias para instruir temas de mercadeo, comunicación y publicidad durante el confinamiento, demostrando la existencia de vínculos significativos con los estudiantes (BID, 2020) gracias a la cantidad de herramientas utilizadas de forma simultánea y, más aún, porque pudieron aprender sobre ellas en un período corto, a pesar de que las clases fueran contrarreloj.

Por otro lado, para 2020, una de las fallas que tuvieron algunas universidades fue la falta de evaluación del rendimiento de los docentes en clases virtuales. En ese sentido, María Vera-Muñoz (2004) señaló que, al incurrir

en educación virtual, se deben tomar en cuenta la gestión, la evaluación, el control del aprendizaje, la interactividad y la adaptabilidad como principios de instrucción para el diseño de un curso en línea. Con respecto a la metodología implementada, la efectividad de las herramientas utilizadas y la calidad de la relación con los estudiantes de mercadeo y carreras relacionadas fueron algunos de los insumos perdidos y no concluidos ante la ausencia de evaluaciones docentes. Por otro lado, si bien algunas instituciones lograron realizar este seguimiento, los estudiantes también percibieron que sus recomendaciones no estaban siendo escuchadas por las instituciones. En este punto, los estudiantes en los grupos focales concordaron en que se siguen presentando los mismos problemas con los catedráticos, a pesar de que ya fueron evaluados. Por lo tanto, se percibió que estaba empezando a ocurrir un disgusto colectivo.

Otro punto relevante sucedido en la comparación de un antes y después de la pandemia fue la saturación en la actividad académica. Esta se reflejó tanto en

docentes como estudiantes de cada módulo de trabajo, en un momento en que las exigencias empezaron a escalar en función de la calidad del servicio educativo por sobre la demanda del conocimiento digital, mercadológico y comunicacional. Por esa razón, las valoraciones iniciales en las que se enfocaron las instituciones educativas estuvieron inclinadas hacia solo en los docentes, cuando en realidad, para analizar, encontrar mejoras en la enseñanza, aprendizaje o percepción, tuvo que haber sido esencial retomar las expectativas y necesidades estudiantiles frente a las exigencias de los docentes (González-Sanmamed, Sangrà, Souto-Seijo, y Blanco, 2018). Mayormente, los docentes entrevistados relataron que el tiempo invertido en la preparación, ejecución y evaluación de clases era una de las razones por las que se percibió un incremento de tareas. Esta justificación encuentra sustento en uno de los docentes consultados, quien señaló: “[La institución educativa para la que trabajo] nos obliga que cada semana vayás evaluando a través de una actividad. [...] esto ha venido a saturar al docente y saturar al estudiante”. De igual manera, sostuvieron que la creciente demanda en la calidad educativa y tiempo de atención que los estudiantes requerían fuera del aula también hicieron que la saturación de actividades empezara a notarse más, tal como señaló uno de los estudiantes consultados, quien remarcó que uno de sus docentes creó un grupo de WhatsApp con su aula para atender consultas de forma más interactiva, lo generó más oportunidades de aprendizaje, gracias a las conversaciones genuinas que lograron asentarse.

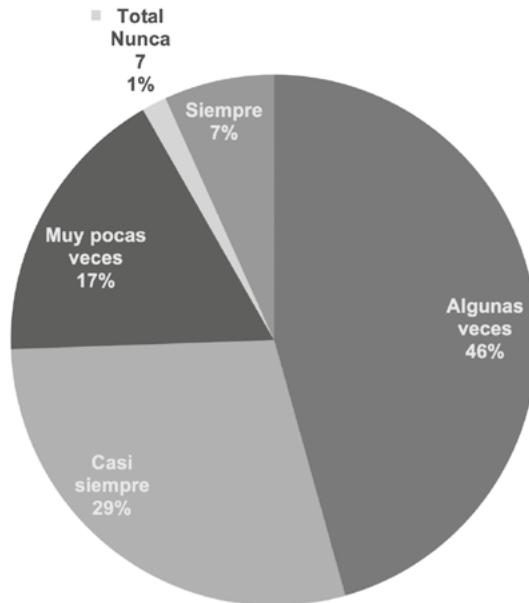
Por otro lado, las figuras macro de las instituciones reforzaron la identidad de todos los involucrados en el proceso educativo. Por eso, aquellas universidades que se vieron más fortalecidas fueron las que supieron implementar estrategias institucionales más asentadas y firmes en el proceso de enseñanza (García, Corell, Abella y Grande, 2020). Una de las medidas previas que muchas universidades tomaron fue haberse preparado para atender la demanda de la educación virtual. En este sentido, uno de los docentes entrevistados, perteneciente a una de las instituciones preparadas, agregó: “Como sistema virtual de educación, la universidad se preparó un año antes para crear sus primeras carreras a distancia [...], a través de una conferencia podemos aprender, y no necesariamente estar en un salón de clase”. Sin duda,

aquellas instituciones que ahora saben identificar, adaptar y crear un sistema de competencias para docentes y estudiantes resuelven de forma más ágil los problemas de comunicación y enseñanza, gracias a las experiencias previas con la educación virtual. Así lo estimó otra de las de las docentes entrevistadas: “Al pasar este proceso de transición ya estaba entrenada, lo único que hice fue adaptarme a lo que ya conocía”.

De igual manera, la dirección virtual frente a una etapa de incertidumbre fue parte de las estrategias más acertadas por las instituciones más experimentadas, pues enfocaron esfuerzos en un cumplimiento del servicio educativo más detallado y calendarizado. Ahora bien, a pesar de que existía cierto contacto con las nuevas TIC en el proceso educativo, esta transición generó una réplica de las experiencias de aprendizaje presenciales a formato virtual. Este hecho, según expresaron los participantes de los grupos focales de carreras relacionadas al mercadeo y las comunicaciones, se evidenció en que hay algunas materias que se pueden cursar de manera virtual y otras no, pues existen parámetros del campo profesional imprescindibles de conocer mediante la práctica. La educación virtual en estas carreras tiene sus ventajas y desventajas, porque existen algunas asignaturas que al ser más teóricas o lineales se vuelven más sencillas, así como enuncia una docente de Mercadeo Digital: “Ya se demostró que los laboratorios y la teoría se pueden manejar desde casa sin ningún problema”; y un docente de mercadeo: “La limitante más fuerte son las visitas de campo”. Se asume también que las clases prácticas en un ambiente pandémico y virtual se vuelven un reto importante para innovar las clases tanto de forma sincrónica como asincrónica.

¿Cuál parece ser ahora la visión a futuro de las instituciones que ofertan carreras afines al mercadeo y las comunicaciones? Si bien la incertidumbre juega un rol dentro de esta discusión, la oportunidad de aprovechar los nuevos escenarios se vuelve más relevante. Según comentó un docente con experiencia en la educación virtual: “Estamos trabajando en llevar carreras virtuales a los salvadoreños en el exterior [...] una población de salvadoreños de más de tres millones de personas”. El enfoque de las nuevas TIC, que conlleva un impulso por generar nuevos entornos comunicativos para el desarrollo de experiencias educacionales más

Gráfico 3. En tus clases virtuales, ¿sientes que logras aprender conocimientos a largo plazo?



Fuente: Elaboración propia, a partir de la encuesta realizada a estudiantes.

inmediatas y conectadas (Almenara, Osuna, Tena, Cejudo y Gravan, citados por Cobo Romani, 2007), podría plantear la posibilidad de migrar las buenas prácticas de educación virtual salvadoreña hacia otros países y llevar a los docentes más experimentados con las nuevas TIC a otros países, gracias a las características que estas tecnologías habitualmente tienen. Igualmente, considerando una fase en la que la COVID-19 pueda disiparse, permitiría la visión de implementar un modelo semipresencial en el que, para ejecutarse con facilidad, sea necesario ampliar espacios, mejorar los equipos tecnológicos y capacitar a los involucrados en el proceso educativo (estudiantes y docentes). Para esto, según los próximos pasos que sugiere el BID (2020), deben desarrollarse dinámicas de movilidad virtual que faciliten un proceso de transición a la normalidad. Mientras, se infiere que la combinación de modalidades será otra nueva fase no ensayada que eventualmente sucederá; sin embargo, su efectividad también debe ser puesta a prueba en el área actual de estudio (AMSS),

tal como ha ocurrido con la Universidad de La Laguna y la Universidad Complutense de Madrid (Area-Moreira, Bethencourt-Aguilar, Martín-Gómez y San Nicolás-Santos, 2021), cuyos modelos híbridos han demostrado que, aún en contexto pandémico y siguiendo las medidas indicadas por las autoridades locales, puede existir una reincorporación segura. Si bien la virtualidad es una corriente actual producto de la COVID-19, este nuevo mercado podría aprovecharla, adoptando conocimientos tecnológicos y de campo de forma simultánea (Castrillón, 2005).

## 5.2 Los estudiantes, lo que perciben y opinan

Otro de los objetivos principales de esta investigación apostó por identificar los principales factores de aprendizaje en un contexto donde las nuevas TIC han tomado protagonismo en la educación virtual y en una "nueva normalidad". En esa línea, se encontraron nuevas necesidades referentes al entorno virtual que se vinculan

con los criterios de la enseñanza exitosa que proponen Felipe Martínez, Robert Stake, Gloria Contreras e Isabel Arbesú (citados en Rocha-Chávez, 2018), que se resumen en que los alumnos deben demostrar de forma visible que han cumplido los objetivos de la materia relacionados con su rendimiento académico, que exista conocimiento nuevo y que sea apreciable que dicho aprendizaje fue útil. Sobre esa premisa, se les consultó a los estudiantes, por medio de una encuesta, cómo consideraban que eran sus calificaciones regularmente. El 69.9 % de la muestra afirmó que su calificación promedio rondaba entre el 7 y el 8. Además, se les consultó qué pensaban sobre el uso de las nuevas TIC para aprender en modalidad virtual. Un 32.3 % admitió que sí logran aprender y un 59.6 % manifestó que a veces aprenden y a veces no, catalogada así como una respuesta intermedia. Además, se encontró que un 46 % considera que únicamente “algunas veces” logra aprender conocimientos a largo plazo en esta modalidad (ver Gráfico 3).

Esto permitió identificar que no hay satisfacción completa sobre su propio conocimiento, pero también visibilizó que existieron más factores que condicionaron esta modalidad de aprendizaje con el uso de las nuevas TIC. Uno de ellos fue la adaptación de la metodología al tipo de personalidad de los estudiantes. Por ejemplo, una de las estudiantes de mercadeo consultadas aseveró: “No siento que uno aprende virtualmente. En lo personal, yo soy una persona hiperactiva, entonces me distraigo con facilidad”. Asimismo, otros estudiantes manifestaron que aprendían de diversas formas: desde lo visual hasta lo auditivo. Sobre esa base, solicitaban a sus docentes comprensión al momento de impartir clases virtuales. Las metodologías de los docentes, si bien no pueden ser completamente personalizadas en las instituciones de educación superior del AMSS, no significa que deban ser lineales o rígidas. En consonancia, Sonia Calvo (2011) afirmó que para aprender herramientas relacionadas con las TIC, estas deben ser prácticas y libres con la forma de trabajo de los estudiantes. Esto encuentra sustento en el método de la andragogía, de Pérez e Izaguirre (2009), que permite ordenar el proceso de enseñanza-aprendizaje, tomando en cuenta

esa identificación de personalidades que forja las competencias que los profesionales de este rubro requieren.

Otro factor clave que se repitió con bastante frecuencia en los grupos focales fue la necesidad de llevar a la práctica lo enseñado en las clases virtuales. A pesar de las limitaciones que se desplegaron por la COVID-19, los estudiantes desearon que se generaran las condiciones necesarias para conservar las prácticas presenciales en el escenario digital. Para este punto, uno de los estudiantes de las carreras afines a mercadeo y comunicaciones comentó: “Sí, es posible tener clientes reales y estar trabajando con clientes reales incluso desde la casa”. Esto también fue complementado por otro estudiante relacionado a las mismas carreras, quien mencionó: “Las tareas de campo son supernecesarias. Creo que ahorita las empresas están más abiertas con las medidas por COVID”. Es decir, se esperó que las clases presenciales no fueran lo único traído a la modalidad virtual, sino también experiencias de campo o fuera del aula que apoyaran su aprendizaje. De igual manera, uno de los docentes entrevistados comentó: “A los estudiantes se les automotiva a través de las plataformas, llevándoles docentes o profesionales que estén incursionados en el ámbito laboral”. Este tipo de dinámicas, combinadas con las formas en que se presenta la información y las nuevas exigencias de los estudiantes, se fundamentó en parte de los hallazgos obtenidos en los grupos focales, porque la mayoría de los participantes enunció que los docentes deberían apostar por contenidos más visuales y sencillos para exponerlos en las plataformas de videollamadas en las que se imparten las clases. Esta concatenación pudo permitir que las habilidades de estos futuros profesionales se fortalecieran, pues la implementación de métodos poco complicados y centralizados en las necesidades de los estudiantes se convierten en conocimientos más valiosos (Vega y Chávez, 2015).

En un entorno digital educacional, la comunicación interactiva entre docentes y estudiantes juega un rol muy fuerte para concluir aprendizajes. Sobre esto, los estudiantes y docentes relacionados al mercadeo y las comunicaciones sostuvieron que generar espacios de discusión y no solamente un monólogo en una clase

creaba una mejor percepción del acompañamiento con el estudiante. Sobre eso, al referirse a las clases virtuales de forma sincrónica, uno de los estudiantes de mercadeo agregó: “Yo siento que los espacios de discusión son importantes para mantenerte enganchado en la clase, porque si solo es el docente las dos horas, es mentira”. Sin embargo, también podría haber otro tipo de intercambio de mensajes por otros medios, tal como se infiere en lo comentado por uno de los docentes entrevistados: “Una dinámica que se ha solicitado es semanalmente colocar foros, ya que esto permite al estudiante crear una discusión positiva”. Se infirió que son discusiones que utilizan las TIC de forma asincrónica. Esto contribuye a la mejora de los procesos educativos, según Haidy Ceballos (2016), pues un factor relevante en la enseñanza de forma virtual es la interacción y el diálogo de manera lógica y permanente, no solo para la generación de capacidades de comunicación, sino también de interacción social para los futuros profesionales, así como proponen los estudiantes, una práctica que ha comenzado a fortalecerse actualmente.

Ahora bien, tanto docentes como alumnos enfatizaron que debido a múltiples circunstancias vividas durante la pandemia –la migración de tareas a modalidad virtual y la forzada convivencia en familia por cuarentena, los problemas con los recursos para recibir clases (computadora, calidad de internet, etcétera), más la continuación del teletrabajo para muchos estudiantes–, la carga académica se percibió más abrumadora. De esto se asume que la saturación tanto del estudiante como del docente desembocó en una falta de fundamentación de integración del aprendizaje, según los criterios de enseñanza retomados en esta investigación. Así lo describe uno de los estudiantes consultados: “Fuera de este entorno, teníamos problemas de salud, económicos, y tenías que optar una de dos: comprar comida o pagar tu módem, pagar el internet o estar recargando tu celular. Estaba esta dificultad que muchos podían, otros no podían”. Del otro lado de la moneda, un docente entrevistado lo estaba percibiendo de igual manera: “Tuve alumnos que decían que no podían seguir con la materia por problemas familiares. Incluso, decían que su familia se contagió del COVID y que estaban en cuarentena”. Con respecto a la saturación de actividades, el docente

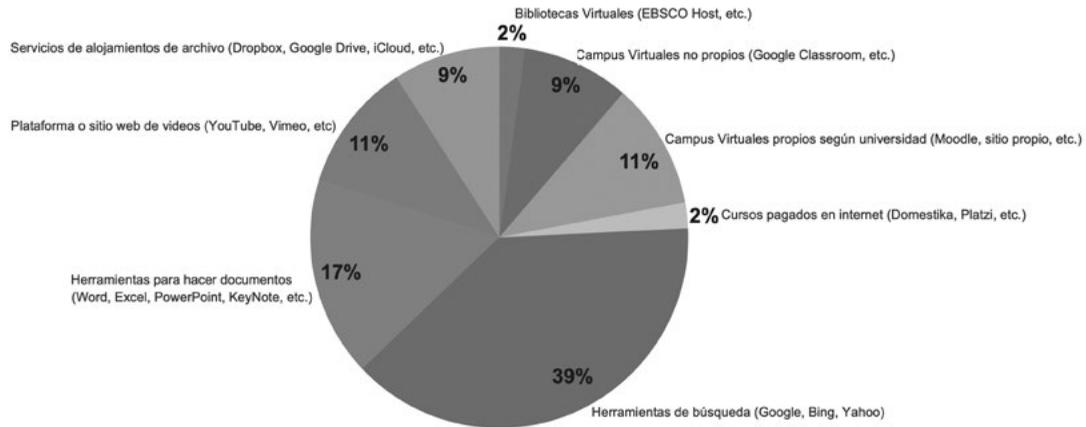
remarcó: “Muchas instituciones piensan que cargar al estudiante con actividades y material es lo ideal para que él aprenda, y no es así. Nos hemos dado cuenta de que, al contrario, cansas al docente y al estudiante, y al final el estudiante no comprendió”. De igual forma, ambas partes (docentes y estudiantes) coincidieron en que la participación en las cátedras se vio afectada, así como la motivación. En ese sentido, como aseveraron Leonardo García y María Ruiz (2014), en la dinámica de comunicación influye el conocimiento previo de ambas partes y el condicionamiento por el ambiente y la situación sociocultural. La combinación de circunstancias visibilizó una desventaja en la actitud de los estudiantes. Por tanto, la empatía entre ambos participantes del proceso educativo sería esencial para impactar de forma positiva en el desenvolvimiento de vidas profesionales.

Ahora bien, en las encuestas, los estudiantes revelaron que las TIC más útiles y que más utilizaron para aprender son las herramientas de búsqueda (Google, Bing y Yahoo), para hacer documentos (Word, Excel, PowerPoint, etc.), sitios web de videos (YouTube, Vimeo) y campos virtuales no propios (Google Classroom) (ver Gráfico 4). En contraste, entre las TIC que menos utilizaron están los cursos pagados (Domestika, Platzi) y las bibliotecas virtuales (EBSCO Host, entre otros). Al mismo tiempo, las herramientas de comunicación preferidas fueron el correo electrónico (59 %) y los servicios de mensajería instantánea (36 %) (ver Gráfico 5).

Estos resultados sobre el uso de las nuevas TIC permitieron tomar ventaja con las conversaciones multipantalla y multiplataforma en formas más simultáneas. Algunas de ellas no fueron mencionadas en la encuesta, pero sí muy identificadas en los grupos focales y entrevistas con docentes, como Discord, Mentimeter y Kahoot!, dado que permitieron dinamizar las clases virtuales acompañadas de las plataformas base de la institución: Google Meet (51.1 %), Microsoft Teams (48 %), Zoom (30.1 %), Skype (1.7 %) y Adobe Connect (0.7 %).

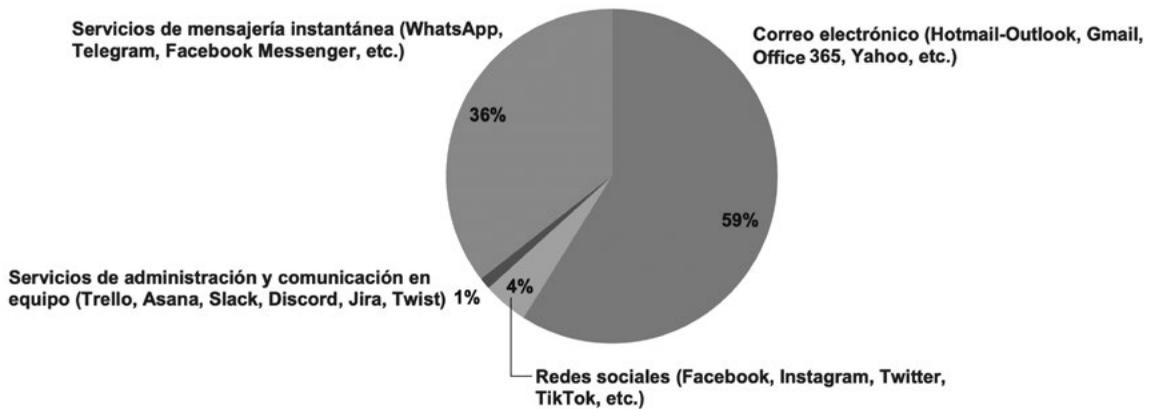
Estas herramientas hicieron que los estudiantes en los grupos focales se dieran cuenta de más ventajas, como ahorrar costos de transporte y desarrollar la

Gráfico 4. Herramienta digital para aprender que más utilizas



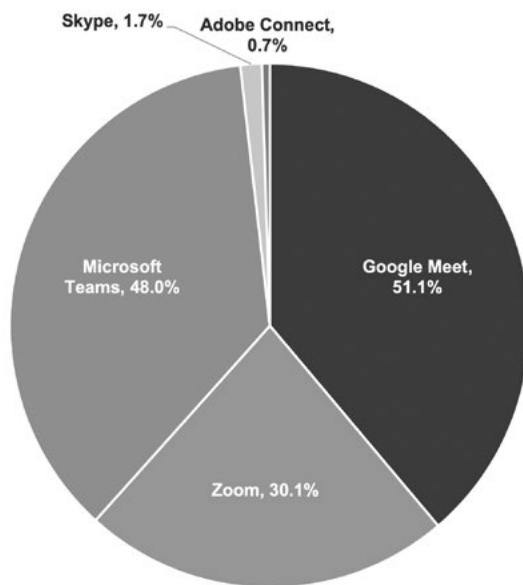
Fuente: Elaboración propia, a partir de la encuesta realizada a estudiantes.

Gráfico 5. Plataformas de comunicación que más utilizas para fines educativos



Fuente: Elaboración propia, a partir de la encuesta realizada a estudiantes.

Gráfico 6. ¿Cuál herramienta de comunicación utilizas para tus clases virtuales?



Fuente: Elaboración propia, a partir de la encuesta realizada a estudiantes.

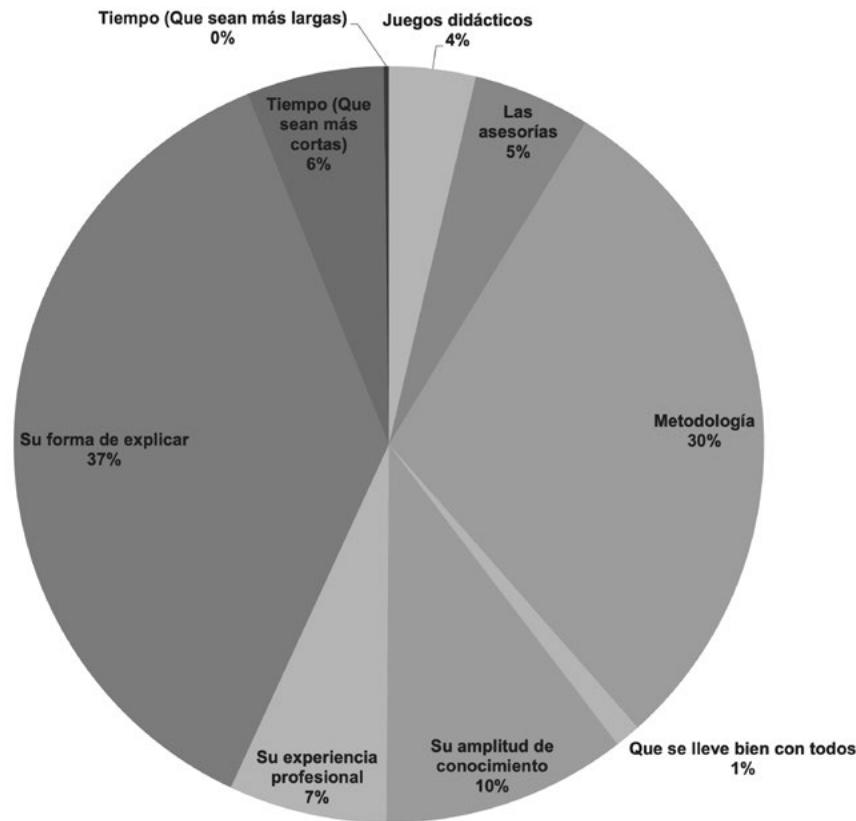
capacidad de autonomía. A su vez, significó que el aumento del interés en temas importantes para el mercado, las comunicaciones y afines en pandemia fuera más demandado por la visualización del contexto, como relató una docente entrevistada: “Se ha dado que los estudiantes quieren que les enseñe manejo de redes sociales, e-commerce, cómo monetizar y pasarelas de pagos”. Dicha situación fue predecible, ya que desde comienzos de este siglo la enseñanza en el área de comunicaciones y mercadeo ha ido cambiando, adaptándose a tendencias y modificando los requerimientos del mercado con base en el perfil profesional deseado (Louro y Suárez, 2011). Atender las nuevas necesidades de conocimiento contextual y sobre herramientas digitales por parte de los docentes hacia los estudiantes conllevaría un compromiso para esta generación de estudiantes en sus últimos años de carrera profesional.

### 5.3 Los docentes también son parte de este modelo

Los docentes tuvieron un papel esencial en el proceso de enseñanza utilizando las nuevas TIC, ya que fueron los responsables de llevar el mensaje hasta los estudiantes. A pesar del cambio repentino de modalidad presencial a virtual, los docentes aceptaron el reto de impartir las cátedras sin experiencias previas de enseñanza en línea, recordando que deben buscar la mejor forma de llevar el conocimiento a sus estudiantes.

Según la encuesta realizada, el 37 % de los estudiantes estuvo motivado a aprender de un docente que tuviera buena elocuencia y facilidad para explicar los temas en el contexto virtual y que lograra expresarse de forma que los estudiantes puedan aprender (ver Gráfico 7). Esto quiere decir que, a pesar de que puede ser difícil

Gráfico 7. ¿Qué es lo que más te motiva de la enseñanza de un docente?



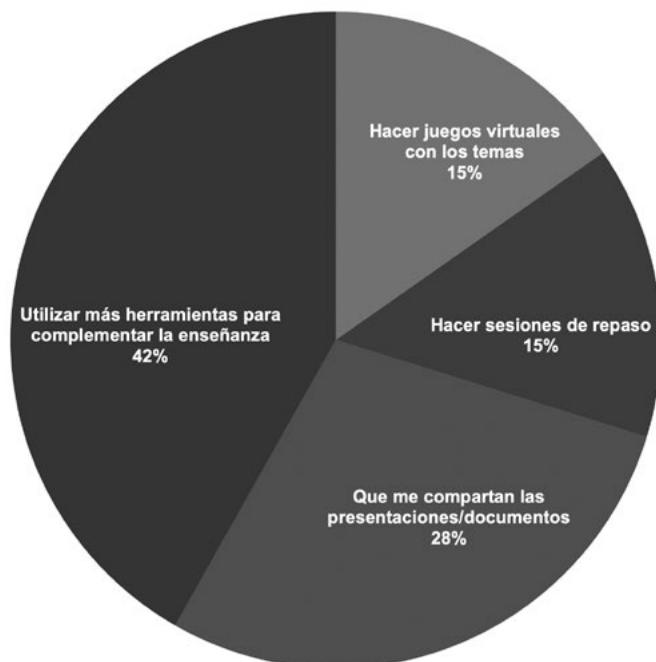
Fuente: Elaboración propia, a partir de la encuesta realizada a estudiantes.

adaptarse, si lograban comunicarse adecuadamente, sería considerado un caso de éxito. Así lo explicó un estudiante: “Los catedráticos eran bien amables, algo bueno; incluso había uno que ya estaba bastante mayor, entonces le costó bastante la adaptación al nuevo sistema de clases. Al final, logramos salir bien”. Además, el 30 % de los estudiantes manifestó que era importante que tuvieran una buena metodología que se adaptara a la modalidad virtual, dado que se volvía más fácil esa modalidad (ver Gráfico 7). En palabras de uno de los estudiantes que participó en los grupos focales: “Para el segundo ciclo ya mejoraron bastante las cosas, y los catedráticos que nos tocó supieron adaptarse bastante a las condiciones [...] [que como]

estás encerrado en tu casa, entonces [buscábamos] alternativas, cosas así”. Sin embargo, la experiencia de las clases en modalidad presencial fue diferente, y replicar esa metodología no necesariamente fue lo adecuado para la nueva modalidad.

Los docentes tuvieron que utilizar las herramientas que sus instituciones educativas les otorgaron para brindar el servicio de enseñanza. Sin embargo, muchos docentes adoptaron otras que les ayudaron en el proceso. En ese sentido, el 42 % de los alumnos encuestados encontró muy útil que el docente manejara herramientas externas para complementar la enseñanza (ver Gráfico 8).

Gráfico 8. ¿Qué debería hacer el docente para no olvidar lo que viste en clases?



Fuente: Elaboración propia, a partir de la encuesta realizada a estudiantes.

Algunas de las herramientas que los docentes encontraron útiles para llevar a cabo la clase fueron Blogger, pizarras colaborativas como Miro, páginas web complementarias, Tumblr, Pixton, Poll Everywhere, Blackboard, Kahoot!, entre otras. Estas herramientas fueron utilizadas para reforzar contenidos, hacer evaluaciones o preparar talleres en clase en los que se necesitaba colaboración entre estudiantes. Fueron un sustituto muy completo para los talleres en clase que eran parte de la metodología tradicional de enseñanza, sobre todo en las carreras de mercadeo, comunicaciones y afines.

Cabe felicitar a los docentes que se esforzaron por lograr que los estudiantes aprendieran de la mejor forma. Una docente de la materia de Mercadeo que utilizó los servicios de Google para sus clases expresó: "Si tú me preguntas herramientas, creo

que sí te pudiera decir Google Drive. A nosotros nos gusta bastante trabajar ahí, porque es colaborativo, y cuando estamos en los breakrooms nos encanta ver que todos están escribiendo". Además, los docentes se sintieron realizados cuando los estudiantes ponían de su parte para el aprendizaje y vieron que valía la pena el esfuerzo para adaptarse a las nuevas formas de la modalidad virtual.

Otro aspecto importante que los docentes tenían que desarrollar era recibir retroalimentación de los estudiantes y ver qué herramientas les gustaba utilizar. Otra docente mencionó haber preguntado a sus alumnos cómo se sentían más cómodos, y sus estudiantes le comentaron que "les gusta utilizar herramientas que sean colaborativas". Con respecto a la retroalimentación, se debía resaltar que no solo es recibirla, sino tomarla en cuenta, ya que hay docentes

que continuaban con una metodología que a los alumnos les pareció estancada, tal como declaró una de las participantes de los grupos focales: “Nada que ver con la materia y así, realmente no se ha hecho mucho esfuerzo por hacer las clases más interesantes, incluso viendo el contexto”.

De acuerdo con los estudiantes, el tiempo de ser condescendientes y comprensivos con los docentes ya culminó. Si no ven interés de estos por impartir una clase de acuerdo con las necesidades actuales, lo consideran una pérdida de tiempo. Uno de los patrones que más se repitió entre los docentes es que la mayoría tuvo que recortar contenido en sus programas, y según los estudiantes con esos docentes aprendieron más, porque hubo empatía. En contraste, una docente entrevistada aseguró: “No podemos acortar contenido, porque tenemos que desarrollar el proyecto”. Ella consideró que era la única forma en que sus estudiantes podrían asimilar los contenidos de su cátedra.

Una de las limitantes más grandes del cambio a esta modalidad fue la pérdida del contacto de los estudiantes con el docente que los estaba guiando, y esta es una parte complementaria para el aprendizaje. Incluso lo percibieron con los docentes que utilizaron de forma adecuada las nuevas TIC, lo que llevó a analizar si en verdad se podía llegar a considerar el modelo virtual permanente efectivo o si siempre se necesitaría de la presencialidad frecuente.

Si se habla de cuáles son las competencias que el docente debe de tener, se puede decir que entre ellas están el discurso pedagógico, el manejo de herramientas tecnológicas, el conocimiento de la metodología de enseñanza virtual y los conocimientos de la metodología de enseñanza tanto presencial como virtual.

## VI. Conclusiones

Las instituciones educativas superiores son las que tienen la mayor responsabilidad ante el golpe drástico que recibieron docentes y estudiantes en la virtualidad, a causa de la falta de preparación y conocimiento del uso de plataformas digitales para la enseñanza. Con el tiempo de adaptación remoto que experimentaron

ambas partes, se consideraron de mayor interés las ventajas y limitaciones que presentaron las nuevas TIC para la enseñanza. Esto implicó no solo su identificación, sino también el replanteamiento de estrategias por cada universidad, replicando de esta forma las buenas prácticas de las instituciones que incursionaron antes de la pandemia en la educación virtual, así como en ofertar materias innovadoras relacionadas al mercadeo y comunicaciones, que en ese momento empezaban a despegar.

La percepción de los estudiantes relacionados al mercadeo y las comunicaciones sobre el uso de las nuevas TIC fue dependiente de factores relacionados con las competencias y metodologías actualizadas de los docentes, los recursos tecnológicos propios y la motivación contextual en la que conviven. A diferencia de una modalidad presencial, la exigencia de estar presente o las necesidades de comunicación se transformaron, en vista de que el que aprende deseaba adquirir conocimiento útil, actual y enfocado en mejorar sus capacidades, mientras que el que enseñaba quería tener más control sobre los aspectos anteriores y una evaluación constante de habilidades profesionales de mercadeo, comunicaciones y otros. En esta sinergia, la empatía de ambas partes debería estar presente; de lo contrario, el aprendizaje en la universidad sería más débil.

Las nuevas TIC, a pesar de que a simple vista parecieron ser limitadas en cuanto a la cercanía entre sus participantes, también simbolizaron un elemento de conectividad e inmediatez que, en un ambiente pandémico en el que estar físicamente cerca representó un riesgo de salud, conllevó a apreciar la cantidad de configuraciones y funciones que fueron permitidas en cada clase virtual de mercadeo o comunicación. Sin dejar de lado que también fueron múltiples las ventajas externas que estudiar de forma remota pudo tener.

Por otro lado, los docentes se esforzaron por utilizar de mejor manera las nuevas TIC. Fue un proceso complicado, ya que fue algo a lo que en su mayoría no estaban acostumbrados. En parte se debió a que el uso de las nuevas TIC no sustituyó el contacto humano o las gratificaciones que existieron previamente en un

modelo presencial, por lo que mantener motivado al docente fue difícil. Sin embargo, existieron situaciones en las cuales se sintieron realizados utilizando herramientas digitales para llevar a cabo su clase y que los estudiantes retroalimentaran. Esto los llevó a que pudieran sentirse motivados y seguir motivando.

La retroalimentación fue parte fundamental del proceso de aprendizaje, más cuando cada grupo de estudiantes era diferente y cada carrera tenía sus retos. Por tanto, se debió estar en constante evolución, escuchando a todas las partes involucradas: docentes, estudiantes e instituciones, pues existieron miles de formas de utilizar las nuevas TIC y no existió una fórmula perfecta para el aprendizaje, al menos no para todas las carreras. Por eso, lo más cercano a la perfección fue la construcción de metodologías centradas en las necesidades de cada clase, carrera, grupo de estudiantes y docente, para que no se volviera un reto utilizar la tecnología, sino que la tecnología fuera el medio por el cual el aprendizaje pudiera ser potenciado y aprovechado al máximo.

## VII. Recomendaciones

Los resultados condensados en esta investigación abrieron una puerta de oportunidades hacia la mejora de los procesos educativos sin haber perdido de vista la incorporación y el buen uso de las nuevas TIC. Por esa razón, se plantearon las siguientes recomendaciones como próximos pasos a tomar en cuenta:

- Retomar las mejores prácticas del uso de las nuevas TIC en la enseñanza virtual para las asignaturas de mercadeo y comunicaciones, con el fin de complementar una modalidad semipresencial a futuro.
- A las instituciones se les recomienda profundizar en las competencias de los docentes y capacitar al personal involucrado en el proceso educativo digital, pues serán quienes representen la fuente de conocimiento para los estudiantes de mercadeo o comunicaciones que están dentro de un mundo en constante movimiento. Además, poner énfasis en las evaluaciones de rendimiento, para obtener insumos de mejora en cada módulo de trabajo.
- Para el caso de los docentes, se sugiere explorar metodologías dinámicas que impliquen mayor compromiso del estudiante con su clase, para que logre desarrollar mayor interés por los contenidos actualizados y adaptados al contexto digital, como las dinámicas del e-commerce.
- A todas las partes involucradas en el proceso de enseñanza y aprendizaje se les recomienda continuar siendo empáticas y accesibles en la retroalimentación, ya que esta es la forma en la que se puede conocer cómo puede funcionar realmente la metodología para las necesidades específicas de cada cátedra, docente y grupo de estudiantes.
- Se deben crear los espacios necesarios para que tanto los estudiantes como los docentes puedan expresar sus dudas, sus retos y sus descubrimientos, con el propósito de mejorar la comunicación y el uso de las nuevas TIC dentro del contexto de la enseñanza virtual.
- Estar preparado ante cualquier eventualidad. La enseñanza siempre será un proceso de cambio constante que puede ser paulatino o abrupto como lo vivido durante la pandemia. Pero si tanto las instituciones, como los docentes y los estudiantes están preparados y listos para colaborar en el cambio de modalidad, se puede crear una metodología apta para el buen desarrollo del aprendizaje.
- Ser autodidacta. Se recomienda aprender nuevas aplicaciones o medios para llevar el mensaje dentro de las nuevas TIC. El factor importante es la actitud: estar preparado y conocedor para no perder el foco en la enseñanza.
- Perder el miedo a pedir ayuda. La comunidad educativa está cada vez más dispuesta a ayudar a otros y a compartir el conocimiento. El intercambio de información y metodologías puede ser beneficioso para las instituciones, los docentes y los estudiantes.

## Bibliografía

- Area-Moreira, M., Bethencourt-Aguilar, A., Martín-Gómez, S., & San Nicolás-Santos, M. B. (2021). Análisis de las políticas de enseñanza universitaria en España en tiempos de Covid-19. La presencialidad adaptada. *Revista de Educación a Distancia (RED)*, 21(65).
- Benvenuto Vera, A. (2003). Las tecnologías de información y comunicaciones (TIC) en la docencia universitaria. *Theoria*, (12)1, 109-118.
- BID. (2020). La educación superior en tiempos de COVID-19. Washington, D. C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Bolaños, M. J. V. (2013). La relación entre jóvenes y TICS en la investigación de la comunicación en El Salvador. *Razón y Palabra*. Recuperado de <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/639>
- Calvo, S. M. (2011). Factores relevantes en el proceso de enseñanza y aprendizaje en la asignatura de Informática en la Universidad de Mayores de Castilla La Mancha: un estudio de caso. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa (RELATEC)* 10(1), 37-48.
- Castrillón, J. E. (2005). EDUCACIÓN VIRTUAL. Reflexiones y Experiencias. Fundación Universitaria Católica del Norte. Recuperado de <https://www.ucn.edu.co/institucion/sala-prensa/Documents/educacion-virtual-reflexiones-experiencias.pdf>
- Ceballos, H. J. (2016). Reflexiones acerca de los retos de la educación virtual en la enseñanza universitaria del marketing. *Virtu@mente*, 2(2). Recuperado de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/vir/article/view/1422>
- Cobo Romaní, J. C. (2007). El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento. México, D. F.: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Coll, C., y Monereo, C. (2008). *Psicología de la educación virtual*. Madrid: Ediciones Morata, S. L.
- García, L. A., y Ruiz, M. D. P. Z. (2014). Motivación y comunicación en el aula universitaria: Experiencias docentes innovadoras en el área de mercadeo dentro de la Administración de Negocios. *Tec Empresarial*, 8(3) 19-28.
- González-Sanmamed, M., Sangrà, A., Souto-Seijo, A., y Blanco, I. E. (2018). Ecologías de aprendizaje en la era digital: desafíos para la educación superior. *Publicaciones*, 48(1), 25-45.
- Guzmán Flores, T. (2008). Las tecnologías de la información y la comunicación en la Universidad Autónoma de Querétaro: Propuesta estratégica para su integración. Tarragona, Cataluña, España: Universitat Rovira I Virgili.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México, D. F.: Interamericana Editores, S. A. de C. V.
- Instituto Internacional de la UNESCO para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC). (2020). COVID-19 y educación superior: De los efectos inmediatos al día después. Caracas: IESALC.
- Louro, A., y Suárez, B. (2011). La enseñanza de la publicidad en momentos de redefinición del objeto de estudio. Universidad de Palermo. Recuperado de [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/actas\\_de\\_diseno/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=381&id\\_articulo=8380](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/actas_de_diseno/detalle_articulo.php?id_libro=381&id_articulo=8380)
- Marquínez, O., Lodoño, E., y Carvajal, J. (2013). Estado del arte de la educación virtual en Risaralda: perspectiva cualitativa y cuantitativa en un modelo de investigación mixta. *Textos y Sentidos*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/330684182\\_Estado\\_del\\_arte\\_de\\_la\\_educacion\\_virtual\\_en\\_Risaralda\\_perspectiva\\_cualitativa\\_y\\_cuantitativa\\_en\\_un\\_modelo\\_de\\_investigacion\\_mixta](https://www.researchgate.net/publication/330684182_Estado_del_arte_de_la_educacion_virtual_en_Risaralda_perspectiva_cualitativa_y_cuantitativa_en_un_modelo_de_investigacion_mixta)

- MINED. (11 de Marzo de 2020). El Ministerio de Educación informa a la población en general. Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología. Recuperado de <https://www.mined.gob.sv/noticias/item/1015483-el-ministerio-de-educacion-informa-a-la-poblacion-en-general.html>
- Moreno, N. R. (2012). Las Comunicaciones Integradas de Marketing (CIM) como pilar de la estrategia de marketing verde y sus implicaciones en la gestión ambiental. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XX(2), 69-79.
- Pérez, S. U., e Izaguirre, R. (2009). *Modelo Andragógico Fundamentos*. Universidad Valle de México. México, D. F.: Editorial Ma. Guadalupe Ambriz.
- Rocha-Chávez, R. (2018). *La enseñanza universitaria*. Ciudad de México: Rocha & Rocha Ediciones.
- Rodríguez, A. L. (2011). Retos y oportunidades en la educación superior virtual de El Salvador. Universidad Dr. José Matías Delgado. *Revista Akademos: Órgano de Difusión de la Red Docencia Universitaria*. Recuperado de <http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/1631/7/0001759-ADARTGR.pdf>
- Sigalés, C. (2004). Formación universitaria y TIC: nuevos usos y nuevos roles. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 1(1), 1-5.
- Vargas, G. M. G. (2007). Factores asociados al rendimiento académico en estudiantes universitarios, una reflexión desde la calidad de la educación superior pública. *Revista Educación*, 31(1), 43-63.
- Vega Flores, F. J., & Chávez Umaña, L. D. C. (2015). *Estrategias metodológicas utilizadas por el o la docente en la asignatura de Mercadeo, en el proceso de enseñanza-aprendizaje que desarrolla con los estudiantes del V año de la carrera de Educación Comercial en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, (UNAN-Managua), durante el primer semestre del año 2015 (Doctoral dissertation)*. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.
- Vera Muñoz, M. I. (2004). *La enseñanza-aprendizaje virtual: principios para un nuevo paradigma de instrucción y aprendizaje. Formación de la ciudadanía: las TICs y los nuevos problemas*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1448475>