



LA ESTRATEGIA DE INDUCCIÓN: SATISFACCIÓN Y APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES EN PROGRAMAS VIRTUALES.

Ahumada, Vicky¹; Londoño Giraldo, Eliana²; Gutiérrez, D³.

¹ Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Escuela Ciencias de la Educación.
correo electrónico: vicky.ahumada@unad.edu.co

² Fundación Universitaria Católica del Norte. Facultad de Ingenierías y Ciencias Ambientales.
correo electrónico eplondonog@ucn.edu.co

³ Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Escuela Ciencias de la Educación.
correo electrónico: deyser.gutierrez@unad.edu.co

Resumen

En Colombia es promisoría la oferta de programas graduales bajo metodologías virtuales y por ello se hace necesario indagar la satisfacción que tienen los estudiantes frente a estas ofertas, especialmente cuando inician su proceso de aprendizaje en los escenarios de inducción. El objetivo del estudio fue determinar la satisfacción de los estudiantes frente a la estrategia de inducción en relación con su adaptación y aprendizaje en dos universidades virtuales colombianas. Se empleó el cuestionario de Lavín (2007); dentro de los hallazgos se encontró que el 50,8% de los estudiantes se encuentra satisfecho y un 43,5% muy satisfecho con la estrategia de inducción institucional empleada, y se hallaron correlaciones positivas superiores a 0,65 entre la variable satisfacción y los componentes abordados en dicha estrategia. En la medida que el estudiante se encuentre satisfecho con los servicios educativos se posibilita su adaptación, permanencia y éxito académico.

Palabras clave

Aprendizaje de los estudiantes, estrategia de inducción, satisfacción, programas virtuales.

Abstract

The offer of graduate programs under virtual methodologies is promising in Colombia, and that is why it is necessary to investigate the satisfaction that students have with these kinds of offers, especially when they begin their learning process, how to know, in other word: scenarios of induction. The objective of the study was to determine the satisfaction of the students on the induction strategy (how to know) in relation to their adaptation and learning in two virtual universities, in Colombia. The Lavín (2007) questionnaire was used; within the findings, it was found that 50.8% of the students are satisfied and 43.5% are very satisfied with the institutional induction strategy used, and positive correlations greater than 0.65 were found between the satisfaction variable and the components addressed in said strategy. If the student is satisfied with our educational services, their adaptation, permanence and academic success are made possible.

Kew words

Student's learning, induction strategy, satisfaction, virtual programs.

Introducción

La Educación virtual a diferencia del modelo tradicional se caracteriza por la separación entre estudiantes y profesores (Simonson, Smaldino, Albright y Zvacek, 2011), la comunicación transaccional y la autonomía de los estudiantes, entre otros. En este sentido se requiere de múltiples condiciones para que los estudiantes avancen en su proceso formativo (Ahumada, Gamboa, Guerrero, 2019); la literatura ha demostrado que el rendimiento académico y la permanencia de los estudiantes en programas virtuales se relaciona con la satisfacción frente a los servicios educativos que ofrecen las instituciones, especialmente, el relacionado con el aprendizaje; los individuos que ingresan a estos programas lo hacen a partir de sus decisiones personales y experiencias, sin embargo, algunos individuos subestiman positiva o negativamente sus habilidades, y llegan a sentirse más cómodos si reciben apoyo académico y tecnológico al momento en que inician su ingreso a la universidad, por ello las instituciones educativas se esfuerzan por planificar y gestionar estrategias de acompañamiento como la inducción.

Unigarro (2004) señala que los aspirantes a programas virtuales después de un buen curso de inducción pueden determinar si poseen o no las competencias para asumir exitosamente el reto de culminar sus estudios. Por otra parte, Unigarro (2004) califica la inducción como un proceso crítico en la educación virtual debido a que es la etapa inicial que marca la pauta y permite a la institución socializar su modelo, lo que ofrece y lo que se espera del estudiante en términos de su aprendizaje. En este contexto el propósito de esta investigación fue determinar la satisfacción de los estudiantes frente a la estrategia de inducción en relación con su adaptación y aprendizaje en dos universidades virtuales colombianas.

En las dos universidades se estudiaron las estrategias de inducción desarrolladas. En la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), la estrategia se organiza en tres momentos: a) planeación, que incluye el alistamiento y certificación de un aula virtual y las jornadas de inducción presencial, dado que los estudiantes tienen la opción de realizar el proceso virtual o presencial, b) desarrollo de la inducción que incluye el reconocimiento de lo institucional, académico (Escuela y programa) y servicios, y c) jornadas de inmersión en el campus virtual. Después de seis meses de acompañamiento se evalúa el impacto de la estrategia. En la Fundación Universitaria Católica del Norte (FUCN) la estrategia se aborda a lo largo del semestre académico desde tres (3) núcleos: a) uso de plataforma virtual, estudio de los aspectos institucionales y de conocimiento de la facultad y especificidades del programa. En ambas instituciones la estrategia para el aprendizaje es de carácter activa y colaborativa; el acompañamiento lo realizan profesionales con el rol de consejeros; y, la información de orden personal, académica como el seguimiento a los estudiantes se sistematiza en aplicativos institucionales (Ahumada, Gutiérrez, Londoño y Guerrero, 2020).

Metodología

Es una investigación descriptiva y comparativa con enfoque cuantitativo. Los participantes fueron 73 estudiantes matriculados en programas de grado en dos universidades virtuales colombianas. El cuestionario empleado fue adaptado de Lavín (2007), que indaga en dos secciones el conocimiento de los estudiantes con relación a los contenidos tratados en la inducción (16 ítems), y las percepciones de los participantes al terminar el programa (28 ítems), con escala Likert para las opciones de respuesta; para este estudio, se consideraron 10 y 15 ítems en la primera y segunda sección respectivamente, y se incluyeron ocho (8) ítems relacionados con aspectos sociodemográficos. Con los datos obtenidos se realizaron análisis descriptivos y específicos mediante rho de Spearman (r_s).

Resultados y análisis

En la tabla 1 se reporta los análisis estadísticos encontrados para las variables estudiadas.

Tabla 1. *Análisis estadísticos de las variables*

Variables	<i>M</i>	<i>Mdn</i>	<i>Mo</i>	<i>DE</i>
Institucionales	1,6	1	1	0,7
Académicos	1,6	2	1	0,7
Comunicacionales	1,7	2	1	0,7
Operativos	1,5	1	1	0,7

Recursos	1,8	2	2	0,8
Satisfacción	1,6	2	2	0,6

Nota: Resultados del estudio.

Al indagar la satisfacción de los estudiantes con relación a la estrategia de inducción de sus universidades los resultados indican que un 50,8% se encuentra satisfecho, el 43,5% muy satisfecho, el 5,3% poco satisfecho y 0,4% nada satisfecho; el 94,3% de los estudiantes señalaron que la inducción aportó a su proceso de aprendizaje.

Para la variable satisfacción del estudiante se encontraron correlaciones positivas de 0,72 con la estructura curricular del programa de inducción, con los aspectos institucionales y los académicos; otras relaciones fuertes, se encontraron con las variables comunicacionales, recursos y las operativas cuyas correlaciones fueron de 0,69 para las dos primeras y de 0,65 para la última. Esto indica que para los estudiantes estas variables son significativas en el proceso de aprendizaje en su programa y en la apropiación del modelo universitario por lo que deben conservarse como aspectos a trabajar dentro de la estrategia de inducción para los estudiantes que ingresen al sistema.

Conclusiones

La inducción en las dos universidades objeto de estudio se ha planificado y se gestiona como una estrategia permanente de acompañamiento y seguimiento integral para que el ingreso de los estudiantes a programas virtuales se dé con la mayor adaptación posible a fin de que este logre el éxito en su proceso de aprendizaje.

Si se consideran el aprendizaje individual y colectivo, los estilos y ritmos de aprendizaje, las motivaciones intrínsecas, se potencia la autonomía, y se emplean variados materiales y recursos se abre la posibilidad para el logro de un aprendizaje verdaderamente significativo.

Agradecimientos

A la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD (Colombia) y la Fundación Universitaria Católica del Norte – FUCN (Colombia) por la financiación y cooperación al proyecto de investigación PG-02-2017: Eficacia de programas a distancia, virtuales y presenciales en el aprendizaje de estudiantes de grado para el mejoramiento de la calidad.

Referencias

- Ahumada, V, Gutiérrez, D, Londoño, E. y Guerrero, J. (2020). *La satisfacción en el proceso formativo en escenarios digitales: Inducción, acompañamiento y autonomía*. Sello Editorial Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Bogotá, Colombia.
- Ahumada, V., Gamboa, M. y Guerrero, J. (2019). *Calidad de la educación superior en Colombia: Eficacia de algunos programas académicos presenciales y a distancia en las pruebas Saber Pro*, 1-257, Sello Editorial Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Bogotá, Colombia.
- Lavin, M. (2007). El proceso de inducción para los alumnos de primer ingreso en la Licenciatura de Relaciones Industriales: Análisis y medición del resultado al finalizar sus estudios [Tesis de Maestría]. Universidad Iberoamericana. México, D.F.
- Simonson, M. Smaldino, S. Albright, M. y Zvacek, S. (2011). *Teaching and Learning at a Distance. Foundations of Distance Education*. (5a. Ed.). Boston, MA.: Pearson.
- Unigarro, M. (2004). *Educación virtual*. Encuentro formativo en el ciberespacio. Bucaramanga: UNAB.